

An aerial photograph of a lush green agricultural landscape. The image shows a winding road or path that curves through the fields. There are several clusters of trees, some appearing as small, rounded shapes. The overall scene is a vibrant, textured green, representing a rural or countryside setting.

Entreprenörskap för en levande landsbygd

15 texter om landsbygdsutveckling
och entreprenörskap i Norrland

Redaktör Karl Wennberg

Entreprenörskap för en levande landsbygd

15 texter om landsbygdsutveckling
och entreprenörskap i Norrland

Redaktör Karl Wennberg

Familjen Kamprads stiftelse

The Kamprad Family Foundation for Entrepreneurship, Research & Charity

Växjö 2019

En kunskapsinsamling på uppdrag av Familjen Kamprads stiftelse.

Adress: Västra Esplanaden 3, 352 30 VÄXJÖ

Foto: Yulian Alexeyev, Hunter Brumels, Christopher Burns, Jonas Jacobsson, Ken Yam, Christian Fregnan, Bryan Minear, Kobu Agency, Dmitrii Vaccinium, Geran de Klerk, Frank McKenna, Elaine Casap, Helena Lopes, Erik Jan Leusink, Mattias Olsson / Unsplash.com

Formgivning: Bläck & Co Reklambyrå

ISBN 978-91-519-1977-5

Innehåll

Förord	7
Demografins betydelse för entreprenörskap i Norrlands inland <i>Carin Holmquist, Leif Lindmark</i>	9
Entreprenörskapets envisa geografi <i>Martin Andersson, Johan P. Larsson</i>	31
Utformning och Utvärdering av Entreprenörskapsutbildningar <i>Niklas Elert, Rasmus Rahm</i>	45
Företagande långt från storstäderna: Vilken betydelse har flyg, bredband och annan infrastruktur? <i>Lars Hultkrantz</i>	61
Hur kan små och mellanstora företag belägna på landsbygden internationalisera sig? <i>Daniel Tolstoy</i>	81
Statens roll i näringslivets kapitalbildning <i>Mikaela Backman, Anders Gustafsson</i>	97
Digitalisering möjliggör avancerade tjänsteaffärsmodeller i småföretag i Norrland <i>Vinit Parida, David Sjödin, Wiebke Reim</i>	115
Innovationssystem och företagskluster för regional utveckling i perifera regioner <i>Maria Bengtsson, Jessica Eriksson</i>	133
Innovationer i den gröna näringen: En möjlighet för landsbygden <i>Per Frankelius</i>	165
Regleringar och entreprenörskap: En levande landsbygd genom entreprenörskap och minskad regelbörda <i>Johan E Eklund</i>	183
Professionalisering och entreprenörskap i små företag <i>Karin Hellerstedt, Mattias Nordqvist</i>	201
Socialt entreprenörskap och utveckling av landsbygder <i>Malin Tillmar</i>	221
Kommersialisering av universitetsforskning <i>Martin W. Wallin, Johan Frishammar</i>	243
Stöd och utveckling av små och nya företag i landsbygdsregioner <i>Magnus Klofsten, Charlotte Norrman</i>	261
Att främja lokal utveckling inom besöksnäringen <i>Josefina Sysner, Albin Olausson</i>	279
Vad har vi lärt oss och vad återstår? Kunskapskartläggning kring entreprenörskap <i>Kristina Alsér, Johan Carlstedt, Michel Laufer, Angeli Sjöström Hederberg, Karl Wennberg</i>	295

Förord

Entreprenörskap som skapar förutsättningar för en levande landsbygd var en mycket stark drivkraft för Ingvar Kamprad. Det var viktigt för Ingvar att människor kan bo och verka i glesbygd. Med rötterna i Agunnaryd i Småland skapade han ett unikt globalt entreprenörskap.

Familjen Kamprads stiftelse har till ändamål att stödja och stimulera utbildning och vetenskaplig forskning inom bland annat entreprenörskap, med särskild inriktning mot en levande landsbygd. Stiftelsens styrelse gav våren 2017 styrelseledamoten Kristina Alsér i uppdrag att leda arbetet med en kunskapsinsamling om vad entreprenörskap i glesbygd innebär, vilka möjligheter och problem som finns för den som vill utveckla företag och vilka frågor som behöver lösas för att entreprenörer ska lyckas. Uppdraget inkluderade att särskilt kommentera och diskutera det kunskapsbehov som finns rörande entreprenörskap i Norrland. Detta senare perspektiv föranleds av att stiftelsen i testamentet efter Ingvar Kamprad ärvt cirka 600 miljoner kronor som ska användas inom ramen för stiftelsens utbildnings- och forskningsändamål för "utveckling av företagsverksamhet i Norrland".

Resultatet av kunskapsinsamlingen är den bok du håller i din hand. Professor Karl Wennberg är redaktör för denna antologi som består av 15 kapitel skrivna av ledande forskare inom entreprenörskap vid flera lärosäten i Sverige. I ett avslutande kapital sammanfattas erfarenheter från en workshop och en enkätundersökning som genomfördes under hösten 2018.

Syftet med boken är främst att ge stiftelsens styrelse ett underlag för att arbeta vidare med projekt som har sin utgångspunkt i företagets behov för ett framgångsrikt entreprenörskap. Men texterna ger också en gedigen kunskap för den som är intresserad av landsbygdsutveckling i allmänhet och utvecklingen av entreprenörskap i Norrland i synnerhet.

Växjö i juni 2019



Katarina Olsson,
Styrelseordförande i Familjen Kamprads stiftelse





Demografins betydelse för entreprenörskap i Norrlands inland

Carin Holmquist
Leif Lindmark

*Carin Holmquist, Handelshögskolan i Stockholm.
Leif Lindmark, Handelshögskolan i Stockholm.*

Demografins betydelse för entreprenörskap i Norrlands inland

Från ett jordbruks- till ett tjänste- och kunskapssamhälle

Utan entreprenörer inget entreprenörskap: det är en truism. Men allt entreprenörskap sker i en kontext. Forskningen visar att entreprenörer identifierar och exploaterar affärsmöjligheter där de arbetar och bor – entreprenörskap är med andra ord *kontextbundet*. Denna kontext varierar regionalt och förändras över tid.

Sverige har genomgått en förskjutning från ett jordbrukssamhälle, via ett industrisamhälle till ett tjänste- och kunskapssamhälle. År 2018 uppgick andelen sysselsatta med tjänsteproduktion till närmare 80%. Förskjutningen i sysselsättning har inneburit stora förändringar i var vi bor och får vår utkomst. Sedan lång tid tillbaka sker en befolkningsomflyttning i Sverige och andra länder från landsbygd och mindre tätorter till storstadsregioner och universitets- och högskoleorter. Det innebär en allt tydligare uppdelning i centrum och periferi. Storstäderna är centra i landet som helhet och de mellanstora städerna är centra i regionerna. Vi kan tala om en förtätning i centrum och en utglesning i periferin. Det gäller såväl antal människor som tillgång till service och infrastruktur.

Efter en kort genomgång av forskningen om var och av vem nya företag etableras, redovisas i detta kapitel de demografiska förutsättningarna för entreprenörskap i Norrlands 54 kommuner med fokus på de mindre inlandskommunerna. Redovisning och analys görs på kommunnivå eftersom den lokala arbetsmarknaden för den absoluta majoriteten av kommuner i Norrlands inland är avgränsad till den egna kommunen¹. Avståndet till större centralorter i närliggande kommuner är helt enkelt för stort för arbetspendling. Därefter redovisas och kommenteras data över regionala variationer i företagsklimat, företagande och nyföretagande. Kapitlet avslutas med en diskussion om behovet av ytterligare kunskap om förutsättningar för entreprenörskap i resurssvaga regioner, kunskap som utgår från demografiska fakta och inte från ett önsketänkande.

1 För 22 kommuner i Norrland utgörs den lokala arbetsmarknaden av den egna kommunen. Den absoluta majoriteten av dessa finns i Norrlands inland (SCB 2010).

Forskning om var och av vem nya företag etableras

En rad studier har visat att det främst är genom etablering och tillväxt i små, fristående företag som ny sysselsättning skapas². En stor svensk studie visade³ att småföretagen stod för mer än 50% av bruttotillskottet och hela 70 % av nettotillskottet av ny sysselsättning i den svenska ekonomin under andra hälften av 1980-talet. Det är långt större andelar än småföretagens andel av sysselsättningen i den svenska ekonomin. Under den kraftiga lågkonjunkturen i början av 1990-talet förstärktes förskjutningen av andelen sysselsatta från storföretagen till småföretagen⁴. Senare studier har bekräftat att det är de små företagen som skapar ny arbetstillfällen i Sverige⁵ och internationellt⁶.

En slutsats från entreprenörskapsforskningen som är central för detta kapitel om demografins roll för entreprenörskap och nyföretagande är att entreprenörer identifierar och exploaterar affärsmöjligheter där de arbetar och bor⁷. Det är på sin tidigare arbetsplats och genom arbetsuppgifter där, eller i den lokala miljön, entreprenören i de flesta fall får uppslag på affärsmöjligheter som kan omsättas i affärsverksamhet. Endast i undantagsfall omlokaliserar entreprenören företaget till en annan ort efter att verksamheten kommit igång.

Etablering av ett nytt företag kan ses som ett experiment. Med denna utgångspunkt är det en fördel om potentiella kunder finns nära. Med lokala kunder är det enklare och billigare att etablera kundkontakter och testa den affärsidé som identifierats och ju resursrikare den lokala kontexten är desto lättare är det att under etableringsprocessen ta olika kontakter och införskaffa nödvändiga resurser. Dessa kan införskaffas i andra regioner men det kan vara svårt att veta var och det innebär ökade kostnader. Sambandet befolkning och företagande är dubbelt. En större befolkning ger underlag för företagande och företagets utbud av varor och tjänster drar till sig befolkning.

Omfattande studier av Sverige under 1980- och 1990-talen redovisar stora regionala variationer i sysselsättningskapande och nyföretagande⁸. Ett mönster är att etableringsnivån är högre i landets storstadsregioner än i stora delar av övriga

2 Birch (1987); Reynolds, Storey och Westhead (1994); Davidsson, Lindmark och Olofsson (1994,1996)

3 Davidsson, Lindmark och Olofsson (1994)

4 Davidsson, Lindmark och Olofsson (1996)

5 Davidsson, Kirchoff, Hatemi och Gustafsson (2002)

6 Reynolds (2007)

7 Zander (2005); Audretsch, Mason, Miller och O'Connor (2018)

8 Davidsson, Lindmark och Olofsson (1994,1996)

landet men att det också i andra delar av Sverige finns regioner som uppvisar ett förhållandevis högt nyföretagande⁹. Skillnaderna i entreprenörskap mellan olika regioner förstärks vid en nedbrytning av nyföretagandet på sektorer. Nyföretagandet inom t.ex. professionella tjänster är högt i landets storstadsregioner men lågt i flertalet mindre, glest befolkade, regioner.

Entreprenörskapsforskare analyserar vanligen kontexten i fyra dimensioner; den sociala, den institutionella, den ekonomiska och den rumsliga. Den ekonomiska kontexten eller affärskontexten har kort berörts ovan. Den sociala kontexten utgörs av nätverksrelationer, speciellt familjrelationer, och den institutionella av kultur, samhälls- och politisk påverkan. Bruksmiljöer och regioner dominerade av storföretag är typexempel på miljöer med lågt nyföretagande på grund av kulturella och andra förhållanden som inte gynnar entreprenörskap

Om nyföretagandet är lågt i bruksmiljöer råder det omvända förhållandet i småföretagstata regioner. I dessa regioner finns förebilder och en entreprenörskapskultur. Speciellt för nyföretagande inom tillverkningsindustrin är detta en viktig faktor, medan det inom professionella tjänster snarare är tillgången till högutbildade personer som är avgörande.

Det är främst tjänstenäringsarna i den svenska ekonomin som växer, både genom nyföretagande och genom företagstillväxt. Det är vidare ett faktum att det är i stora och växande regioner som flertalet tjänsteföretag etableras. Detta gäller inte minst företag som producerar professionella tjänster. Här finns potentiella kunder och tillgång till arbetskraft med olika kompetenser, vilket är ett nödvändigt villkor för kvalificerad tjänsteproduktion. I stora täta regioner finns mötesplatser och närhet mellan företag och personer vilket skapar förutsättningar för att nya företag etableras och överlever¹⁰.

Stora och växande regioner signalerar marknadstillväxt och nya affärsmöjligheter. I stora regioner finns också som ovan framhållits resurser i form av insatsvaru- och tjänstemarknader som entreprenören behöver för att komplettera egna resurser. Detta är av betydelse därför att etablering av nya verksamheter vanligen

9 Vid jämförelser mellan län och regioner används vanligen två olika mått, antal nystartade företag per 1 000 invånare 16-64 år och antal nystartade företag per 1 000 befintliga företag. Båda är problematiska. Det förstnämnda som vanligen används är det därför att det i basen per 1 000 invånare i vissa regioner finns många som arbetar inom offentlig sektor. Det gäller inte minst landets universitetsorter där många arbetar med högre utbildning och på universitetssjukhus mm.

10 Tavassoli och Jienwacharamongkhon (2016)

är beroende av de förutsättningar som successivt byggts upp genom regionens historiska utveckling.

En viktig förklaring till det låga företagandet inom tillverkningsindustrin är att barriärerna för nyföretagande är högre inom tillverkningsindustrin än inom tjänstesektorn och då speciellt jämfört med enklare tjänster. En annan förklaring är att tillverkningsindustrin till stora delar är hårt effektiviserad och rationaliserad vilket medför att möjligheterna att som nyföretagare tjäna pengar på en liten och ny verksamhet är mycket begränsade. En barriär för entreprenörer som vill starta företag inom tillverkningsindustrin är därtill vanligen behovet av kapital för investeringar i byggnader och produktionsutrustning.

Det råder delade meningar bland forskare om det finns ett samband mellan arbetslöshet och nyföretagande. Möjligen kan ett visst samband påvisas vid nedläggningar av större arbetsplatser och vid konjunkturedgångar. Det verkar också finns ett samband mellan hög arbetslöshet och start av företag inom enklare tjänstenärningar. Detta analyseras ibland i litteraturen som en distinktion mellan företag som startas för att ge företagaren försörjning ('nödvändighetsföretagande') och de som startas därför att entreprenören har identifierat en ny, intressant affärsmöjlighet ('möjlighetsbaserat företagande').

I linje med denna distinktion har man i studier gjort en uppdelning av företagare i två kategorier, entreprenörer och egenföretagare, där den geografiska kontexten är mångdubbelt viktigare för den förstnämnda kategorin företagare som för den senare¹¹. Man kan diskutera den operationalisering som ligger till grund för de båda kategorierna företagare men uppenbart är att en väl fungerande lokal kontext är av betydligt större betydelse för etablering och utveckling av vissa företag än för andra.

Det finns också studier av entreprenörskap i landsbygdregioner där problem som lyfts fram ofta är kopplade till låga nivåer av humankapital, lägre servicenivå och svagare institutionella strukturer¹². Dessa brister kan kopplas till lägre ekonomisk utveckling.

En övergripande slutsats är att entreprenörskap och företagande i större regioner i betydande utsträckning syftar till att ta tillvara nya affärsmöjligheter medan företagande i regioner med en mindre dynamisk arbetsmarknad och i övrigt sämre förutsättningar för företagande oftare är av nödvändighetskaraktär.

¹¹ Se t.ex. Schölin, Ohlsson och Broomé (2017)

¹² Se t.ex. Müller och Korsgaard (2017)

Trendmässig befolkningsminskning

I slutet av 1960-talet och början av 1970-talet pågick en intensiv debatt om utflytningen från Norrland. "Vi flytt int" lanserades som slogan för den kamp som fördes mot avfolkningen av stora delar av Norrland. De förändringar i demografien som pågår nu mer än 50 år senare är sålunda inte ett nytt fenomen utan en fortsättning på och konsekvens av de strukturförändringar som pågått och pågår i ekonomin, men även av politiska beslut som påverkar villkoren för boende och företagande i olika delar av landet. De demografiska förändringarna är också en följd av människors värderingar av var man vill, och upplever sig kunna, bo.

I tabell 1 redovisas en sammanställning över antal invånare och befolkningsutveckling för Norrlands 54 kommuner för perioden 1968–2017. Hälften av kommunerna hade färre än 10 000 invånare 2017. Av dessa 27 kommuner har befolkningen minskat i 25. I många fall har befolkningsminskningen varit mycket stor. De två kommuner som redovisar befolkningstillväxt är gränskommunen Haparanda och Vännäs med pendlingsavstånd till Umeå. Tolv kommuner i Norrland hade en befolkning på mellan 10 000 och 20 000 invånare år 2017. Nio av dessa redovisar vikande befolkningssiffror. De som hade en annan utveckling är turistmetropolen Åre och "förorterna" Timrå (Sundsvall) och Krokom (Östersund).

I nio större kommuner har befolkningen ökat under perioden 1968–2017. Med några undantag är det universitets- och högskolekommuner (Gävle, Sundsvall, Östersund, Umeå och Luleå) och kranskommuner till universitetsorterna. Den kommun som vuxit överlägset mest är Umeå med en befolkningsökning från 66 000 år 1968 till 125 000 knappt 50 år senare.

Tabell 1 Befolkningsstorlek och befolkningsutveckling i 54 Norrlandskommuner 1968–2017.

Antal invånare 2017	Befolkningsminskning	Befolkningsökning	Totalt
< 10 000	25	2	27
10 000 – 20 000	9	3	12
>20 000	6	9	15
<i>Totalt</i>	40	14	54

Källa: SCB Befolkningsstatistik. Folkmängd efter region, ålder och kön 1968–2017

Det är tydligt att inlandskommuner och framför allt de längre norrut är de stora förlorarna befolkningsmässigt. Många av kommunerna i Norrlands inland har genom befolkningsminskning ett så litet befolkningsunderlag att det är svårt att upprätthålla kommunal och annan service. Nio kommuner har färre än 5 000 invånare och ytterligare tio har mindre än 7 000 invånare.

För många kommuner har befolkningsminskningen varit dramatisk. Inte mindre än elva kommuner med mindre än 10 000 invånare 2017 har förlorat 40 % eller mer av sitt befolkningsunderlag under perioden 1968–2017. Åsele och Övertorneå är de två kommuner där befolkningen minskat mest, med 50 % eller mer. I absoluta tal har befolkningen minskat med 3000 respektive 3300 personer. Även i flertalet av de övriga kommunerna med färre än 10 000 invånare har invånarantalet minskat kraftigt under perioden.

Också bland lite större kommuner har befolkningsminskningen i såväl absoluta som relativa tal varit stor. I Kramfors har befolkningen minskat med drygt 11 300 personer (38 %), i grannkommunen Sollefteå har invånarantalet minskat med drygt 9 000 (32 %), i Strömsund med knappt 7 800 (40 %) och i Gällivare med 8 300 (32 %).

Inte mycket tyder på att den negativa befolkningsutveckling som redovisats i detta avsnitt kommer att brytas. Analyser av den förväntade demografiska utvecklingen fram till 2040 visar att inte mindre än 87 % av befolkningstillväxten fram till 2040 förväntas ske i storstadsregionerna¹³. Omfördelning av befolkningen från mindre och perifera regioner till stora regioner kommer att fortsätta. Stora delar av Norrlands inland bedöms få en fortsatt befolkningsminskning. En minskad befolkning påverkar också sysselsättningsutvecklingen eftersom många sysselsättningstillfällen genereras av befolkningens lokala efterfrågan. Utflyttningarna från landsbygdskommuner förväntas dock mattas på grund av en åldrande befolkning¹⁴.

Flertalet kommuner i Norrland och då framförallt i Norrlands inland kännetecknas inte bara av ett litet befolkningsunderlag och stadigt minskat invånarantal. De är också glest befolkade. Av landets 30 kommuner med minst antal invånare per kvadratkilometer är 27 Norrlandskommuner. De andra tre är inlands-

¹³ SOU 2015:101, Bilaga 7

¹⁴ SOU 2015:101, Bilaga 7

kommuner i Dalarna och Värmland. Knappt tio kommuner i Norrland har 1 invånare eller mindre per kvadratkilometer. De flesta andra har färre än fem invånare per kvadratkilometer. Umeå är den Norrlandskommun som har flest invånare, 54, per kvadratkilometer. För Göteborg är motsvarande siffra 1 259, för Malmö 2 130 och för Stockholm 5 074.

Endast i tre Norrlandskommuner; Gävle, Härnösand och Östersund, är andelen kvinnor 2017 högre än för män. Övriga 51 kommuner har ett överskott av män. I större kommuner som Sundsvall och Umeå är dock skillnaden liten. I de andra kommunerna är kvinnounderskottet mellan 1 % och 10 %¹⁵. En nedbrytning av siffrorna visar att det framför allt är i åldersgruppen 15–34 som underskottet är relativt stort. Uppenbart är att det i första hand är yngre kvinnor som lämnar mindre Norrlandskommuner för studier och arbete.

Åldersstrukturen har också betydelse för företagandets kontext. Medelåldern i Sverige är 41,2 år¹⁶. Bland de kommuner som har en lägre medelålder är många storstadskommuner. De enda av de 54 kommuner som vi här diskuterar som har lägre medelålder än rikssnittet är Umeå (38,9 år) och Åre (40,5 år). Överkalix har den högsta medelåldern i Sverige med 49,6 år. Ett annat mått på befolkningens ålderssammansättning är andelen invånare över 65 år. Den uppgår för riket till 19,8 %. För i stort sett samtliga inlandskommuner i Norrland ligger andelen invånare över 65 år långt högre.

Ytterligare en demografisk faktor av betydelse för entreprenörskap är utbildningsnivån. Detta speciellt mot bakgrund av den utveckling som pågår mot ett kunskapssamhälle. Data över befolkningens utbildning i åldersgruppen 25–64 år visar att endast tre av 54 kommuner i Norrland har en andel invånare med minst tre års eftergymnasial utbildning över riksgenomsnittet; universitetsorterna Umeå, Luleå och Östersund. Ytterligare tre kommuner ligger strax under genomsnittet. Övriga kommuner ligger i de flesta fall långt under riksgenomsnittet. Det gäller inte minst kommuner med ett litet befolkningsunderlag och inlandskommunerna. I dessa kommuner är det kvinnorna som drar upp genomsnittet. Andelen kvinnor med längre eftergymnasial utbildning är ofta tre gånger så hög som för männen. Det som statistiken visar är med stor sannolikhet att de med

15 Det bör dock nämnas att Sverige har överskott av män i alla åldrar upp till 62 år enligt SCB för 2017

16 www.ekonomifakta.se

längre utbildning i dessa kommuner arbetar inom vård, skola och omsorg och med administration av kommunens verksamheter. Annorlunda uttryckt torde det vara få personer med högre utbildning som arbetar i det privata näringslivet, är företagare eller som kan vara potentiella entreprenörer och starta nya företag.

Företagsklimatet i Norrlandskommuner

Svenskt Näringsliv har under de drygt senaste 20 åren genomfört en undersökning av företagsklimatet i Sveriges kommuner. Undersökningen från 2018 baseras på enkätsvar från knappt 31 000 företagare och ett antal statistiska uppgifter¹⁷.

De 54 Norrlandskommunerna är kraftigt underrepresenterade bland kommuner som hamnar högt i denna ranking av kommuner med ett bra lokalt företagsklimat och kraftigt överrepresenterade bland de som har en dålig ranking. Det är framförallt mindre kommuner i inlandet och långt norrut som är lågt rankade. Av de 27 kommunerna i Norrland med färre än 10 000 invånare rankas 16 på plats 200 eller sämre av landets 290 kommuner. De kommuner som har mellan 10 000 och 20 000 invånare klarar sig inte bättre. Sju av tolv kommuner återfinns bland de 90 med sämst ranking. Ett stort antal Norrlandskommuner har placering i det absoluta bottenskiktet. Malå, Åsele, Söderhamn och Pajala återfinns bland de fem kommuner som bedömts ha sämst företagsklimat.

Många av de högst rankade kommunerna finns i Stockholms län, Skåne och Västra Götaland. Fyra kommuner i Norrland, däribland tre med mycket liten befolkning, återfinns dock bland de 50 högst rankade, Sorsele (26), Nordmaling (41) och Bjurholm (48). Samtliga tre är kommuner i Västerbotten.

Man kan ha synpunkter på val av variabler som ingår i rankingen, men den är likväl en indikation på förutsättningarna för att etablera och driva företag i Norrland och framförallt i landsdelens inlandskommuner. Används endast företagens egna sammanfattande bedömning av företagsklimatet i kommunen ser det lite bättre ut, men ändrar inte i grunden slutsatsen att företagsklimatet i många, framförallt mindre kommuner i Norrlands inland, kunde vara bättre.

Den negativa befolkningsutvecklingen är delvis ett resultat av att näringslivet och arbetsmarknaden i stort försvagats över åren på grund av faktorer som urba-

¹⁷ Svenskt Näringsliv (2018)

nisering och ökat tryck mot global snarare än regional och lokal konkurrens. Delvis är förklaringen den omvända. Försvagningen av näringsliv och arbetsmarknad är ett resultat av befolkningsminskningen och därmed följande mindre köpkraft och skatteunderlag i kommunerna. Båda förklaringarna äger sin giltighet men oavsett orsakerna ser vi en långsiktig negativ utveckling som endast marginellt bromsats upp på grund av den stora invandringen de senaste åren.

Kunskap om utvecklingen finns på den politiska arenan och åtgärder har vidtagits och vidtas. Den regionalpolitik som förs är i stora delar densamma som den som förs i andra länder inom EU. Stora delar av regionalstödet kommer också från EU:s regionalfonder.

I andra kapitel i denna bok diskuteras infrastruktur. Vi berör därför här bara kort det stöd som utgår för att främja företagande. Generellt bygger stödet på tre utgångspunkter. Dels är stödet *kompensatoriskt*, det ges för att motverka de negativa effekterna av liten lokal marknad och av långa avstånd. Ett exempel är transportstödet. Dels är stödet *"mainstream"*, det ges på ungefär samma villkor för alla företag med viss anpassning för individuella fall. Exempelvis ser innovationsstödet i praktiken ut på samma sätt för företag i Norrland som för företag i Sverige i stort. Det som skiljer är att det finns en särskild pott avsatt för stödområde A och B. Dels utgår politiken¹⁸ från att de *regionala utvecklingsstrategierna* är utgångspunkt för genomförandet av regionala stödåtgärder och att det är de lokala och regionala förutsättningarna som ska vara vägledande för hur stödet ska utformas i praktiken.

Det kommunala skatteutjämningsystemet¹⁹ kan ses som ett stöd till företagande genom att det minskar behovet av skattehöjningar. Det finns andra, mindre omfattande stöd, som nedsättning av arbetsgivaravgiften med 10 % upp till en lönesumma på 85 200 kr för företag i stödområde A. För ett år sedan lades ett förslag till ny landsbygdspolitik²⁰. Ett av förslagen är ett näringslivspaket som riktar sig till 23 kommuner, varav 19 finns i Norrland. Dessa kommuner kännetecknas av att de har haft en mycket negativ utveckling och är glest befolkade. Paketet omfattar utbildningscentra, digital infrastruktur, omlokalisering av arbetsplatser och ökad nedsättning av arbetsgivaravgiften.

18 Regeringskansliet (2015)

19 Ett förslag om förändring av utjämningsystemet presenteras i SOU 2018:74

20 SOU 2017:1

De regionalpolitiska stödåtgärderna har sannolikt haft en fördröjande effekt, men har inte kunnat bryta den negativa utveckling som kännetecknar det absoluta flertalet kommuner i Norrlands inland.

Företagandet i Sverige

Det är lätt att tro att den positiva bild av entreprenörskap och företagande som nu råder alltid har funnits. Vi behöver inte gå längre tillbaka än några decennier för att konstatera att så inte är fallet. Även om Sveriges ekonomi byggdes av entreprenörer har en stor del av svensk företagsamhet traditionellt byggts på naturtillgångar framförallt utvunna i norra delen av landet. Vid mitten och slutet av förra århundradet dominerades svensk ekonomi av stora industriföretag som var tidigt internationellt orienterade med mycket stor export och utvecklingen följde den s.k. Uppsalamodellen²¹ där internationaliseringen följer ett antal steg: först ren export, följt av utflyttning av funktioner närmare de stora marknaderna. Utflyttningsprocessen börjar med agenter, sedan flyttar tillverknings-, därefter FoU och slutligen ledningsfunktioner. Detta mönster innebar att många arbetstillfällen har flyttats från Sverige. 2016 hade drygt 3000 svenska koncerner utländska dotterbolag. Maskiner har tagit över mycket av arbetet och här har Sverige varit ledande internationellt. Det betyder att allt färre arbetar inom traditionell industri, även i industrier som inte har internationaliserats.

Idag har vi en företagssektor som består av drygt 1,1 miljon företag och ungefär 0,5 miljoner företagare. Sedan 2005 har antalet företag vuxit med 0,3 miljoner men antalet företagare är ungefär samma. De flesta företag är mycket små, majoriteten är enmansföretag (73 %). De har inga anställda utan ger enbart sysselsättning till företagaren, ytterligare 23 % har 1–9 anställda. Endast 0,6 % av samtliga företag har 50 eller fler personer anställda. Det är lätt att förbise denna storleksfördelning när vi ser framgångarna för våra svenska flaggskeppsföretag som IKEA och HM. Antalet anställda i företagen fördelar sig lite annorlunda. Företagen med mer än 50 anställda har 54 % av samtliga anställda, men andelen minskar. Det gäller speciellt för de största företagen, de med 250 eller fler anställda.

21 Johansson och Vahlne (1977)

Av Sveriges befolkning är 6,5 % företagare vilket är något under EU-snittet²². Sveriges företag är idag i stor utsträckning tjänsteföretag. Av landets 1,1 miljoner företag verkar 22 % inom jordbruk, skogsbruk och fiske, 5 % inom tillverknig, 9 % inom byggverksamhet och 64 % inom tjänster. Inom tjänstesektorn finns flest företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik, parti- och detaljhandel samt fastighetsverksamhet. Den höga andelen företag inom jord-, skogsbruk och fiske ska ses mot bakgrund av att färre än 2 % av Sveriges sysselsatta får sin utkomst från denna sektor.

Internationellt sett ligger Sverige lågt i nyföretagande. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mäter årligen entreprenöriell aktivitet (nyföretagande i form av start eller drift av nyskapade företag). I dessa mätningar placerar sig Sverige som nummer 44 av 54 länder. Drygt 7 % av svenskarna är aktiva i nyföretagande. En anledning till Sveriges relativt låga nyföretagande är att vi har låga andelar av nödvändighetsföretagande. I höginkomstländer, speciellt välfärdsstater, drivs företagandet mer av möjligheter än av nödvändighet²³.

Antalet företag som startades i Sverige 2017 var knappt 69 000 varav 56 000 inom tjänster och bara drygt ett tusental inom jordbruk, jakt eller fiske²⁴. Närmare en tredjedel av de nystartade företagen var konsultföretag som i stor utsträckning tillhandahåller tjänster med ett relativt stort kunskapsinnehåll. Även bland många andra nystartade tjänsteföretag torde kunskapsinnehållet vara högt. Det gäller t.ex. företag inom sektorerna utbildning, vård och omsorg. Ungefär två tredjedelar av de nya företagen startas av män, en tredjedel av kvinnor. Åldersmässigt är ¼ av nyföretagarna under 31 år, ½ är mellan 31 och 50 år och ¼ är mer än 50 år. Männen är generellt något äldre än kvinnorna^{25 26}.

Företagandet och nyföretagandet i Norrland

Av de 54 kommunerna i Norrland har 34 en andel företagare som ligger över riksgenomsnittet bland 20–64 åringar. Högst ligger Bergs kommun med 12,7 % före-

22 www.ekonomifakta.se

23 Braunerhjelm, Holmquist, Skoogberg och Thulin (2018)

24 Tillväxtanalys (2018)

25 Tillväxtanalys (2018)

26 SCB kartlägger löpande "operativa företagsledare", dvs. de som har betydande inflytande över företagen. Det är drygt en halv miljon personer (2016) och fördelar sig åldersmässigt så att 5 % är under 30 år, 51 % är mellan 30 och 55 år, 23 % är mellan 55 och 64 år och 21 % är över 65 år. Även här ser vi att kvinnorna är något yngre.

tagare. Generellt kan sägas att det är inlandskommunerna som har höga andelar företagare medan kustkommunerna har lägre, något som tyder på en hög grad av nödvändighetsföretagande i inlandskommunerna^{27 28}. Detta speglar de skillnader som finns mellan kommunerna där arbetsmarknaden i kuststäder (flera med stora lärosäten) är mer diversifierad och där kommunernas invånarantal ger ett mer diversifierat näringsliv, vilket sammantaget ger större valmöjligheter för invånarna såväl när det gäller arbets- som konsumtionsmöjligheter.

Vi har inte hittat någon sammanhållen statistik över branschfördelningen i Norrlands kommuner men tillgängliga data visar att andelen sysselsatta i många kommuner i Norrlands inland är hög inom de areella näringarna, dvs. jord- och skogsbruk samt fiske. I en del kommuner är andelen anställda i tillverkning fortfarande hög som i Gällivare och Kiruna. Andelen anställda inom byggindustri, handel, fastighet/försäkring/kreditinstitut, utbildning/hälso- och sjukvård samt inom andra samhällseliga och personliga tjänster är däremot ganska låg i många Norrlandskommuner. Det gäller speciellt för inlandskommunerna.

Behov av mer kunskap om företagande och entreprenörskap

Gunnar Myrdal myntade uttrycket "fakta sparkar". Vi har med redovisningen av statistik velat vara tydliga med hur demografin och den demografiska utvecklingen ser ut i Norrland. Detta därför att det enligt vår mening är nödvändigt att ta utgångspunkt i fakta, inte i ett önsketänkande.

Befolkningsutvecklingen är inte ett bekymmer för de större kommunerna längs Norrlandskusten med universitet och högskolor. För övriga, med några få undantag, bl.a. Åre, är det å andra sidan mycket bekymmersamt. Befolkningen minskar i nästan alla kommuner med mindre än 20 000 invånare. Befolkningsminskningen är inte en följd av nedläggning av något enstaka större företag eller offentlig verksamhet utan det är en långsiktig, kontinuerlig negativ utveckling som pågått i decennier. För ett tjugotal kommuner i inlandet är antalet invånare mindre än 7 000 och för hälften av dessa mindre än 5 000. Det råder också ett kvinnounderskott i de flesta kommunerna och det är främst de unga kvinnorna som flyttar.

27 Lägst andel företagare har Umeå med 3,7%

28 Av de 54 kommuner vi fokuserar på ligger endast 15 över medeltalet för riket i nyföretagande. Högst ligger Åre med 18,9 nya företag per 1 000 invånare. Det kan noteras alla dessa 15 kommuner ligger i inlandet vilket talar för att nyföretagandet, liksom företagandet i stort, präglas av nödvändighetsföretagande.

Kommunerna är glest befolkade och befolkningen har låg utbildningsnivå. De har därtill i många fall dåliga kommunikationer och problem att upprätthålla samhälls-servicen.

Inte mycket tyder på att den negativa utvecklingen kommer att brytas. Tvärtom innebär globaliseringen och utvecklingen mot ett allt mer kunskapsintensivt företagande, individers boendepreferenser, problem med den lokala servicen m.m. att den negativa utvecklingen med stor sannolikhet kommer att fortsätta. Det är också i den slutsatsen den senaste långtidsutredningen landar. Regionalpolitiska stödinsatser, kommunal skatteutjämning och andra åtgärder som under decennier har lanserats för att bryta den negativa utvecklingen har inte förmått göra det. Möjligen har åtgärderna dämpat utflyttningen och avfolkningen av Norrlands inlandskommuner. Utvecklingen är dock inte deterministisk, den går att påverka även om man måste ha realistiska förväntningar på effekterna av olika åtgärder.

I detta kapitel har demografins betydelse för entreprenörskap med speciellt fokus på den situation som kännetecknar inlandskommunerna i Norrland analyserats. Det vi vet från forskningen är att en Orts eller regions befolkningsutveckling och befolkningssammansättning påverkar nyföretagande och företagsutveckling såväl genom utbudet av potentiella entreprenörer som genom efterfrågan på varor och tjänster lokalt och regionalt. Demografien är också av betydelse för tillgången till kontakter och arbetskraft med olika kompetenser och för utbudet av insatsvaror och tjänster som behövs vid en företagsstart.

Med ett litet och stadigt sjunkande invånarantal är de lokala marknaderna för etablering av nya företag i den del av ekonomin som växer sysselsättningsmässigt, dvs. tjänstesektorn, begränsad. Få företag i en kommun gör också att marknadsutrymme för att etablera företag som tillhandahåller olika företagstjänster är begränsat.

Utifrån de demografiska fakta som redovisats i detta kapitel blir slutsatsen att kommunerna i Norrland, med undantag för ett antal kustkommuner, inte har de bästa förutsättningarna för entreprenörskap och utveckling av företagsamheten. Inte minst i inlandskommunerna är ett litet och därtill minskande befolkningsunderlag ett hinder för start av nya företag. Det bör också noteras att förklaringar till ett högt nettoföretagande helt domineras av variabler som indikerar marknads- och agglomerationseffekter²⁹ vilket ytterligare understryker den problematik som

29 Davidsson, Lindmark och Olofsson (1994, 1996)

finns när det gäller att främja nyföretagande och företagsutveckling i mindre regioner och då inte minst i befolkningsmässigt små kommuner i Norrlands inland.

Det startas dock nya företag i kommunerna i Norrland så uppenbart går det. Frågan är hur nyföretagandet ska kunna öka och hur de nystartade företagen ska överleva, växa och skapa nya arbetstillfällen.

Utgångspunkten för att främja företagande och tillkomsten av nya företag måste vara hur det faktiskt ser ut i Norrlands inlandskommuner. Det gäller resurser och demografi, framförallt vill vi peka på betydelsen av befolkningens storlek, utbildning och ålder³⁰. Det går därför inte att överföra modeller för entreprenörskap och innovationer som tillämpas i resursstarka storstadsregioner till de resurssvaga kommuner vi här diskuterar.

Väl fungerande kommunikationer, väl fungerande bredband och tillgång till basservice när det gäller sjukvård, skola och omsorg m.m. är nödvändiga men inte tillräckliga förutsättningar för ett konkurrenskraftigt näringsliv och för att entreprenörer ska våga och lyckas starta nya företag. Det är aspekter som behandlas i andra kapitel och lämnas därför i denna avslutande del om behovet av mer kunskap om demografins roll för entreprenörskap i resurssvaga kommuner med ett litet och vikande befolkningsunderlag. Inte heller tar vi upp frågor om hur kommuner bättre kan samverka för att öka förutsättningarna för entreprenörskap och företagande.

Vi menar att det behövs mer kunskap om hinder och möjligheter för företagande i kommunerna i Norrlands inland³¹. I det ingår att kommunerna har olika förutsättningar även om flertalet är resurssvaga. En övergripande analys av hur demografin samverkar med företagandet är att demografiskt svaga miljöer i periferin skapar grogrund för nödvändighetsföretagande. De som startar företag i dessa miljöer väljer i många fall att bli företagare för att de vill bo kvar på orten. Detta företagande ska inte underskattas, det skapar försörjning och tillhandahåller produkter och tjänster till invånare i glesa bygder. Det kan också finnas en utvecklingspotential i sådant företagande.

Företagande i demografiskt starka miljöer i centrum ger å andra sidan goda förutsättningar för möjlighetsföretagande. De som startar företag i dessa miljöer gör det i en kontext med en stor lokal marknad. De väljer ofta att bli företagare för att

30 Ålder har betydelse för arbetskraftens storlek och för försörjningskvot men även för företagandet då äldre och yngre startar företag av olika anledningar se Holmquist och Sundin (2018)

31 Behovet av forskning lyfts även fram av SOU 2017:1

de ser att företaget har potential att ge vinst och/eller tillväxt. Detta företagande har större direkt potential för att skapa jobb. Demografin sätter alltså ramar för företagandet och företagandet påverkar demografin. För Norrland, och speciellt inlandet, gäller det att hitta vägar för att utveckla det naturligt uppkomna företagandet som ofta är av nödvändighetskaraktär och att skapa villkor i de lokala kontexterna så att förutsättningarna för möjlighetsbaserat företagande förbättras. Medvetenheten om problematiken är hög men kunskap om vad som fungerar saknas. Det går inte att vända utvecklingen enkelt och snabbt, framförallt inte eftersom kunskapen är begränsad. Det första steget måste vara att öka kunskapen och medvetenheten om hur samspelet demografi och företagande ser ut. Vi tror därför att man kan lära sig av att kartlägga och analysera:

- *Entreprenörskap baserat på intressanta affärsmöjligheter.* Hur har entreprenörer agerat som startat och utvecklat företag i inlandet som är baserade på intressanta affärsmöjligheter och inte etablerats av nödvändighet? Vilka är framgångsfaktorerna och vilka hinder har man övervunnit? I vilken utsträckning finns det företag i inlandskommunerna med ett globalt tänkande? Speciellt intressant skulle det vara att identifiera och analysera kunskapsintensiva tjänsteföretag. Kan kunskap om lyckade exempel användas som förebilder?
- *Företagens finansieringsproblematik.* Detta gäller speciellt företag som behöver investera i produktionsutrustning och lokaler. Det är en gammal fråga på grund av problem med säkerheter för de lån som företagarna behöver för sina investeringar. Detta problem har förmodligen skärpts till följd av de s.k. Basel-reglerna som bankerna måste följa och som gör lånen dyrare i de fall lånefinansiering beviljas.
- *Kompetensförsörjning.* Detta är en nyckelfråga mot bakgrund av utvecklingen mot ett kunskapssamhälle och kunskapsintensiva tjänsteföretag. I en tid när utbildad personal behövs för att driva allt mer kunskapsintensiva företag är det ett problem att ungdomar flyttar från den kommun där man växt upp till andra kommuner för gymnasiestudier och sedan många gånger vidare för högskoleutbildning. Ett återkommande tema i inlandskommunerna är mot denna

bakgrund hur man ska få utflyttade ungdomar att flytta tillbaka efter avslutade studier eller senare i livet. Finns bra exempel där man lyckats rekrytera tillbaka personer efter att de flyttat eller på att man i större omfattning lyckats rekrytera från andra regioner för att klara kompetensförsörjningen? Finns exempel på företag som använder ny teknik för sin kompetensförsörjning genom att anställda arbetar på distans?

- *Lokal marknad.* I vilken utsträckning har företagen i inlandskommunerna tillgång till lokala kunder och olika resurser som behövs vid start av företag och för fortsatt utveckling? Detta är specifikt viktigt för företag som startats av nödvändighet.
- *Förändrade kontaktvägar.* I en global värld är inte de stora centra i Sverige nödvändigtvis centrum för den svenska periferin. Kan Norrlandsföretag ”hoppa över Stockholm”? Ett exempel på detta är Ishotellet i Jukkasjärvi.
- *Inflyttning.* Det finns personer som värderar naturupplevelser och andra boendemiljöer än de i storstadsregioner och som skulle vilja bo i den typ av miljöer som finns i Norrlands inland. Vad krävs för att dessa personer ska flytta från landets storstadsregioner till någon inlandskommun? Hur viktigt är arbetsuppgifter som kan skötas på distans, kommunalskatt, kommunal och övrig service?
- *Kvinnounderskott.* Vilka möjligheter finns att bryta utvecklingen att det i första hand är yngre kvinnor som lämnar inlandskommunerna?
- *Grannlandet Norge.* Vad kan vi lära av det norska exemplet förutom en annan jordbrukspolitik och mer resurser till regionalpolitiska satsningar baserade på tillgången till oljepengar?
- *Stödåtgärder.* Det finns många stödåtgärder, såväl långsiktiga som en mångfald projektstöd, som explicit riktar sig mot gles- och landsbygd. Hur har de fungerat? Verkar de enbart uppehållande eller har det haft reell effekt? Utvärderingar krävs innan liknande satsningar sjösätts.

- *Sambandet mellan offentlig och privat verksamhet.* Hur påverkas företagandet av en stor offentlig sektor? Hämmar den företagsamhet eller stärker den företagandet?
- *Samhällsentreprenörer.* Finns det företagare som är benägna att utveckla inte bara företaget utan även orten? Är familjeföretagare mer intresserade av ortens utveckling?
- *Åtgärder utanför boxen.* Många har nog försökt att tänka utanför boxen men finns det några bra exempel på detta som kan spridas?

Referenser

- Audretsch, D., Mason, D., Miles, M & O' Connor, A. (2018). "The Dynamics of entrepreneurial ecosystems". *Entrepreneurship & Regional Development*, 30, (3–4), 471–474.
- Birch, D. (1987) "Job creation in America: How our smallest companies put the most people to work." University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Braunerhjelm, P., Holmquist, C., Skoogberg, Y. & Thulin, P. (2018). *Entreprenörskap i Sverige: Nationell GEM rapport 2018*. Entreprenörskapsforum, Örebro universitet.
- Davidsson, P., Kirchoff, B., Hatemi-J, A., & Gustavsson, H. (2002). "Empirical analysis of business growth factors using Swedish data". *Journal of Small Business Management*, 40(4), 332–349.
- Davidsson, P., Lindmark, L., & Olofsson, C. (1994). *Dynamiken i svenskt näringsliv*. Studentlitteratur.
- Davidsson, P., Lindmark, L., & Olofsson, C. (1996). *Näringslivsdynamik under 90-talet*. Stockholm: Nutek.
- Ekonomifakta (www.ekonomifakta.se).
- Holmquist, C. & Sundin, E. (2018) Entrepreneurial dynamics in the third age – a study of trajectories for start-ups by entrepreneurs aged 55 and 60. *European Regional Science Association*, 58th conference.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). "The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of international business studies*, 8(1), 23–32.
- Müller, S., & Korsgaard, S. (2018). "Resources and bridging: the role of spatial context in rural entrepreneurship". *Entrepreneurship & Regional Development*, 30 (1–2), 224–255.
- Regeringskansliet (2015) En nationell strategi för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft 2015–2020. Diarienummer: N2015:31.

- Reynolds, P. D. (2007). *Entrepreneurship in the United States: The future is now* (Vol. 15). Springer Science & Business Media.
- Reynolds, P., Storey, D. J., & Westhead, P. (1994). "Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates". *Regional studies*, 28(4), 443–456.
- SCB 2010. *Lokala arbetsmarknader – egenskaper, utveckling och funktion*. Örebro: SCB.
- SCB Befolkningsstatistik. *Folkmängd efter region, ålder och kön 1968–2017*.
- Schölin, T., Ohlsson, H., & Broomé, P. (2017). "The role of regions for different forms of business organizations". *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(3–4), 197–214.
- SOU 2015:101, Bilaga 7. Demografins regionala utmaningar. Stockholm.
- SOU 2017:1 *För Sveriges landsbygder – en sammanhållen politik för arbete, hållbar tillväxt och välfärd*. Stockholm.
- SOU 2018:74 Översyn av kostnadsutjämnningen för kommuner och landsting. Stockholm.
- Svenskt Näringsliv, 2018. *Lokalt Företagsklimat*. Stockholm.
- Tavassoli, S., & Jienwatcharamongkhol, V. (2016). "Survival of entrepreneurial firms: the role of agglomeration externalities". *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(9–10), 746–767.
- Tillväxtanalys (2018). *Nystartade företag i Sverige 2017*. Östersund: Tillväxtanalys.
- Tillväxtverket och Svenskt näringsliv (2016). *Sårbara kommuner 2016*. Rapport 0208 Rev A. Stockholm: Tillväxtverket.
- Zander, I. (2004). "The microfoundations of cluster stickiness—Walking in the shoes of the entrepreneur". *Journal of International Management*, 10(2), 151–175.





Entreprenörskapets envisa geografi

Martin Andersson
Johan P. Larsson

*Martin Andersson, Blekinge Tekniska Högskola (BTH),
Entreprenörskapsforum, och Institutet för Näringslivsforskning (IFN).
Johan P. Larsson, University of Cambridge, Department of Land
Economy, Entreprenörskapsforum och Centre for Entrepreneurship
and Spatial Economics (CenSE).*

Entreprenörskapets envisa geografi

Forskning pekar på att lokalt entreprenörskap, mätt som antingen nya företag eller täthet av små och medelstora företag (SMF), spelar roll för regional tillväxt och utveckling. Nya studier från regioner i såväl USA som Europa visar på tydligt positiva effekter av frekvens av nystartade företag och lokal tätheten av SMF på en regions långsiktiga sysselsättningstillväxt¹. Ur denna synvinkel framstår det som viktigt att förstå vilka faktorer som spelar roll för entreprenörskapet i såväl landsbygden som städer.

På ett generell plan påverkas lokalt entreprenörskap av så kallade *ekonomiska fundamentaler*, dvs klassiska utbuds- och efterfrågefaktorer. Utbudsfaktorer är relevanta eftersom entreprenörskapet på en plats beror på utbudet av olika typer av resurser som t.ex. tillgång till arbetskraft, insatsfaktorer, kunskap, information och kapital. Lokalt företagande förutsätter trots allt att entreprenörer kan finansiera sin verksamhet, att de kan hitta arbetskraft och tillika de insatsfaktorer de behöver för att kunna leverera varor och tjänster. Det lokala entreprenörskapet drivs också av efterfrågan på varor och tjänster. Till exempel kan en stor lokal efterfrågan på närödlad mat driva fram nya gårdsbutiker och saluhallar, och stark inflyttning till en region kan öka utrymmet för nya caféer, restauranger och företag inom olika typer av hushållstjänster.

Samtidigt är det så att den "entreprenöriella potential" som skapas av ett en region eller lokalt samhälle har goda utbuds- och efterfrågefaktorer inte realiserar automatiskt. Entreprenörskap kräver att individer *identifierar* möjligheter och beslutar sig för att *agera* på dessa möjligheter. Växande efterfrågan på t.ex. gårdsbutiker leder inte till fler gårdsbutiker genom entreprenörskap om det inte finns individer som ser affärsmöjligheterna och vågar ta steget att agera på dem. God tillgång till kapital leder inte till entreprenörskap om det inte finns entreprenörer som vill satsa och bygga upp ny verksamhet. Det är ur denna synvinkel en *kombination* av goda utbuds- och efterfrågefaktorer och lokal förekomst av individer som vill och har förmågan att starta, driva och utveckla företag som är väsentligt. Utöver tillgång till fundamenta krävs mod, inspiration och inte minst fruktbara idéer.

Vad är det då som påverkar individers benägenhet att dels identifiera, dels

1 Glaeser, Kerr och Kerr (2015), Fritsch och Wyrwich (2017), Lee (2017)

agera på möjligheter? En stor internationell forskningslitteratur lyfter fram att olika regioner och platser har olika "entreprenörskapskulturer" och att detta är en viktig förklaring till varför det finns skillnader mellan regioner och platser i termer av individers benägenhet till entreprenörskap. För svenska förhållanden kan en entreprenörskultur förenklat förstås genom begreppet "Gnosjöanda".

Lokala entreprenörskulturer har på senare år utgjort ett snabbt växande fält i internationell forskning. Med data över forna Östtyskland visar Fritsch och Wyrwich² att entreprenörskapets geografi i modern tid påminner starkt om motsvarande geografi 1925. Detta är en period innan andra världskriget, innan flera internationella kriser och tillika innan regionerna i östra Tyskland blev del av en kommunistisk diktatur som under ett halvt sekel aktivt motverkade entreprenörskap. Denna typ av resultat tolkas allmänt som en indikation att regionala entreprenörskulturers effekter är betydelsefulla och bestående över tid: det finns något mycket *envist* med regionala entreprenöriella kluster, och mycket tyder på att den regionala kulturen bär på en del av frågans svar.

En uppmärksamrad fallstudie av betydelsen av lokala attityder till entreprenörskap är Anna Less Saxenians³ studie av Silicon Valley och Route 128 i USA. Hon identifierar just skillnaderna mellan regionernas kulturer och allmänna attityder till entreprenörskap som en nyckel till varför Silicon Valley gick starkt ur 1980-talets kris i USA och kom att utvecklas till ett entreprenöriellt "mecka", samtidigt som klustret runt Route 128 i Bostonregionen hamnade in i en lång period av ekonomisk stagnation. Så här uttrycker sig en entreprenör med erfarenhet av båda regionerna⁴:

"In Boston, if I said I was starting a company, people would look at me and say: 'Are you sure you want to take the risk? You are so well established. Why would you give up a good job as vice president at a big company?' In California, I became a folk hero when I decided to start a company. It wasn't just my colleagues. My insurance man, my water deliverer – everyone was excited. It's a different culture out here."

Även om det saknas en entydig definition av vad en lokal entreprenörskapskultur egentligen är, är det ett perspektiv som lyfter fram betydelsen av sociala interaktioner, sociala nätverk och samspelet mellan individer och dess närmiljö. Dessa effekter kan beskrivas som "smörjmedel" till tidigare nämnda ekonomiska funda-

2 Fritsch och Wyrwich (2014)

3 Saxenian (1996)

4 Saxenian (1996, s. 63)

mentaler. I vidare mening kan forskningen om entreprenörskapets kultur således ses som delmängd av en större forskningsproduktion kring sociala faktorer som påverkar individer att våga ta steget att blir entreprenörer. Närbesläktad forskning har t. ex. påvisat sociala effekter som påverkar inställningen till entreprenörskap inom skolklasser⁵ och på arbetsplatsen⁶.

Mot denna bakgrund syftar detta kapitel till att redogöra för forskning kring lokala entreprenörskapskulturer. Frågor som behandlas är: Varifrån kommer en lokal entreprenörskapskultur? Vilka är mekanismerna för entreprenörskapskulturens påverkan? Hur påverkar en lokal entreprenörskapskultur individers entreprenörskap? Vad betyder lokala entreprenörskapskulturer för politiken?

Kulturers uppgång och fall

Det är svårt att analysera entreprenörskapskulturer uppkomst. Ett viktigt skäl till detta är att de är ofta är en historisk bieffekt. Oliver Williamson har analyserat betydelsen av formella och informella institutioner. Apropå utvecklingen av informella institutioner i form av normer, attityder och "oskrivna regler" skriver han⁷:

"... informal institutions have mainly spontaneous origins – which is to say that deliberative choice of a calculative kind is minimally implicated. Given these evolutionary origins, they are 'adopted' and thereafter display a great deal of inertia"

Maria Minniti⁸ har intresserat sig för hur sociala nätverk och den sociala miljön påverkar entreprenörskap. I en artikel som behandlar framväxten av en social miljö som främjar entreprenörskap drar hon följande slutsats:

"the social environment is not the planned outcome of the decisions of purposeful actors; rather it emerges as the unintended consequence of a sequence of decisions taken by individuals and serves as a conduit for information".

Båda författarna lyfter således att utvecklingen av informella institutioner och sociala miljöer, som inbegrips i lokala entreprenörskapskulturer, är "oplanerad" och växer fram över tid som en sidoeffekt av andra händelser, beslut och utvecklingar. Trots detta finns det gott om forskning som pekar ut ett antal faktorer som tycks förklara framväxten av lokala entreprenörskapskulturer.

5 Falck, Hebllich och Leudemann (2012)

6 Nanda och Sørensen (2010)

7 Williamson (2000 s. 597)

8 Minniti (2005)

En historisk faktor som negativt påverkar dagens entreprenörsanda tycks vara goda geografiska förutsättningar för hamn- eller gruvsamhällen. Skälet är att detta gynnade historisk storskalig industri och ledde fram till samhällen där normen var anställning snarare än entreprenörskap⁹. Regioner som historiskt karaktäriserats av en hög täthet av SMF snarare än ett fåtal stora företag tycks även i modern tid vara bättre rustade för entreprenörskap. Chinitz¹⁰ menar att entreprenörskapet i regioner i USA är nära sammankopplat med regionernas historiska industrispecialisering: *"certain traditions and elements of the social structure are heavily influenced by the character of the area's historic specializations"*. Ett av hans argument är att en högre täthet av SMF i en region är mer sannolikt att över tid utveckla en social miljö som stimulerar individer till entreprenörskap¹¹:

"there is an aura of second-class citizenship attached to the small businessman in an environment dominated by big businesses"... "the ease of entry, to borrow a concept from industrial organization, is considerably greater in an environment dominated – not dominated to be more exact – by small firm industries".

I Sverige utgör Gnosjöregionen typexemplet på detta fenomen. Vi har i Sverige också gott om exempel på hur historiska händelser och beslut har haft sidoeffekter på det lokala entreprenörskapet under lång tid. När Borås erhöll stadsprivilegier 1622 fick Sjuhärads knallar unik rätt att bedriva gårdfarihandel vilket var starten för en lokal entreprenörskultur kring textil som fortfarande präglar trakten¹². Detta kan illustreras av att knallarna faktiskt hade ett eget hemligt språk, Månsing, som berikat svenskan med begrepp som "fjälla" och "stålar"¹³.

Ett annat exempel är Eskilstuna som 1654 på kungligt initiativ upplevde stort inflöde av holländska och tyska finsmeder, dock för tidigt i industrialiseringen för att det Sverige skulle kunna etablera en industri av den storlek som var tänkt. År 1771 utnämns delar av Eskilstuna till Fristad där metallhantverkarna inte löd under skråbestämmelser och var befriade från tullar och vissa skatter varefter staden utvecklades till Sveriges främsta plats för järnförädling. Staden har sedermera berikat det svenska entreprenörskapet på produktionssidan genom t ex Munktells tillverkning av Sveriges första mekaniska vävstol (1835), ånglok (1853) och traktor

9 Se t ex Glaeser m fl (2015)

10 Chinitz (1961)

11 Chinitz (1961, s. 285)

12 Johnson (2008)

13 Johnson (2008)

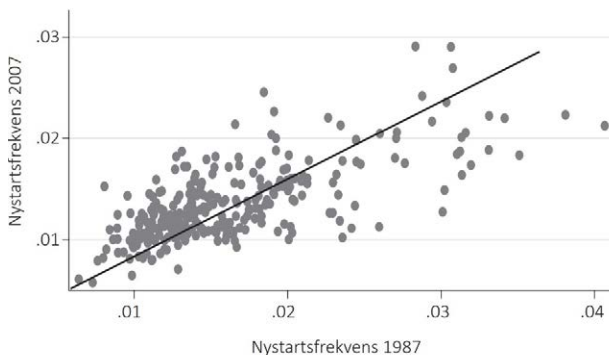
(1913) men även i detaljhandeln genom metallvarukedjan Järnia grundad 1963¹⁴.

Dessa exempel illustrerar dels att entreprenörskapskulturer ofta kan kopplas till historiska skeenden, dels att besläktade entreprenöriella idéer ofta fortplantar sig i en lokal miljö där nya entreprenörer har hjälp av tidigare generationers insatser ifråga om produkt- och branschkännedom, tillgång till underleverantörer och legal expertis osv.

Generellt sett kan man säga att den lokala kulturen och den lokala andan har potential att både underlätta och försvåra såväl frekvensen som inriktningen på entreprenörskapet. En entreprenörskapskultur kan ses som en form av "lokal institution", som inbegriper mänskligt utformade "regelverk" och normer som formar politisk, ekonomisk och social interaktion¹⁵. En lokal kultur med positiva attityder till entreprenörskap utgör då en form av lokal informell institution som främjar entreprenörskap och företagande.

Entreprenörskulturer i svenska regioner

Sveriges entreprenörskap är rumsligt varaktigt: regioner med starkt nyföretagande tenderar att ha haft ett likaledes starkt nyföretagande historiskt¹⁶. Figur 1 visar detta samband över 20 år från 1987–2007. Figuren visar på ett tämligen starkt samband mellan frekvensen av nystartade företag i dag och samma frekvens för 20 år sedan. Dessa samband är inte unika för Sverige, utan har också påvisats i internationell forskning.



Figur 1:
Nyföretagarfrekvens
i svenska kommuner,
1987–2007.

Källa: Andersson (2012)

14 Johnson, (2008, s. 316–321)

15 North (1990)

16 Andersson och Koster (2011)

I dagsläget finns ett antal artiklar på svenska data som med olika metoder visar evidens för vikten av entreprenörskapskulturer¹⁷. Människor i kommuner med många andra företagare är mer sannolika att bli företagare, trots att de har *bättre* villkor på arbetsmarknaden i övrigt och har *lägre* inkomster i sina företag. Efter att ha undersökt alternativa förklaringar landar Giannetti och Simonov¹⁸ i slutsatsen att den sociala miljön sannolikt ligger bakom detta fenomen. Det startas också fler företag i kommuner med ett gott företagsklimat och många SMF, vilket är ett resultat som håller för samtliga branscher, både i städer och på landsbygd¹⁹.

Precis som Chinitz förutsåg startas också färre nya företag i kommuner som har en historia av storföretagsberoende och tidig industrialisering. Kommuner med en historia av att stora industriföretag är betydelsefulla lokala arbetsgivare uppvisar också mindre positiva attityder till företagande²⁰.

Högskole- och universitetsstudenter är t ex mer sannolika att starta företag om fler studenter i samma årskull driver egna företag—samtidigt är sannolikheten att stanna kvar och driva sitt företag i högskoleregionen större om studiekamrater driver lokala företag²¹. Dessa resultat stöder tesen om meningsfull social påverkan.

Det finns också stöd för sådan social påverkan i svenskt entreprenörskap i studier som använder mer högupplösta data över svenska kvarter. En studie som uttryckligen beaktar sociala interaktioner är Andersson och Larsson²². De visar att anställda individer är betydligt mer sannolika att lämna sina karriärer för att starta egna företag om de har många grannar som är entreprenörer. Även när individuella och geografiska faktorer beaktas är den kvarvarande "feedback"-effekten relativt stor.

Från lokala kulturer till entreprenörskap – vilka är mekanismerna?

Nya företag startas och drivs av individer. Detta reser frågan hur en lokal kultur påverkar individers entreprenöriella agerande. Vad är det för mekanismer som gör att den lokala entreprenöriella kulturen (makronivå) påverkar enskilda individers entreprenörskap (mikronivå)? Forskningen pekar på en stor betydelse av social interaktion.

17 För två tidiga exempel se Davidsson (1995) och Davidsson och Wiklund (1997)

18 Giannetti och Simonov (2009)

19 Westlund, Larsson och Olsson (2014)

20 Larsson (2016)

21 Larsson, Wennberg, Wiklund och Wright (2017)

22 Andersson och Larsson (2016)

De flesta har nog exempel på hur de har påverkats av vänners, grannars, kändisars eller helt okända människors beteenden på olika sätt. Detta är påverkan via sociala interaktioner. Sociala interaktioner är väsentliga för flera ekonomiska och socio-ekonomiska utfall, inkl. utnyttjande av välfärdssystem²³, sjukfrånvaro²⁴, arbetslöshet²⁵, och brottslighet²⁶.

Det finns åtminstone tre typer av sociala interaktioner som förklarar varför en plats med många entreprenörer fortsätter att producera många entreprenörer och en positiv entreprenörsanda²⁷. För det första kan många lokala entreprenörer motivera och ge självförtroende åt nya entreprenörer: "om de kan, kan jag också!"²⁸. För det andra kan andra samhällsmedlemmar observera att entreprenörer åtnjuter hög social status och samhällets respekt²⁹. För det tredje innebär en hög lokal täthet av företagare att det finns många personer med kunskap, erfarenhet och information om hur entreprenörskap utövas, vilket ökar sannolikheten att potentiella entreprenörer kan ta del av denna³⁰. Således innebär sociala interaktioner mellan etablerade och potentiella entreprenörer minskad osäkerhet i frågor som rör både startup-processen och entprenörskapets utövande³¹.

Sociala interaktioner utgör en mekanism för hur den lokala 'miljön' påverkar individers beteendemönster.

Slutsatser och vägar framåt

Processer som bygger på sociala interaktioner är självförstärkande. När en entreprenör bygger ett företag skapas en feedback-effekt på miljön i form av att det skapas ytterligare en lokal förebild och tillika ytterligare ett företag som kan generera lokal kunskap om företagande. Ju fler entreprenörer som verkar lokalt, desto fler förebilder och tillgång till kunskap osv.

Det gör sådana processer extra intressanta för politiker då till synes små skillnader kan ge stora ringar på vattnet över tid. När entreprenöriell gnista kombineras

23 Bertrand, Luttmer och Mullainathan (2000)

24 Lindbeck, Palme och Persson (2008)

25 Topa (2001)

26 Glaeser, Sacerdote och Scheinkman (1996)

27 Andersson och Henrekson (2015)

28 Sorenson och Audia (2000)

29 Se t. ex. Casson (1995)

30 Guiso och Schivardi (2011)

31 Minniti (2005)

med en uppmuntrande kultur kan således intressanta saker hända. Det klassiska Gnosjöföretaget Hylténs Metallvarufabrik, som stängde i slutet av 1974, resulterade i åtminstone 24 avknoppade företag. Dessa senare företag har i sin tur givit upphov till ytterligare minst 135 företag³².

Det är viktigt att notera att en entreprenöriell gnista kan komma dels från "positiva" händelser, som t.ex. etablering av en regional högskola eller ny verksamhet. Men den kan också utlösas av "negativa" händelser som t.ex. nedläggning av verksamhet i en region som leder fram till ny entreprenöriell verksamhet som initieras av tidigare anställda.

I processer där kultur är en viktig faktor kan en initial entreprenöriell gnista leda till goda spiraler. På ett sätt är slutsatsen av detta hoppfull, då kulturen förstärker effekterna av god företagspolitik. Samtidigt kan misslyckanden leda till inlåsning under lång tid. Gnosjöandan är beständig, men det är även bruksmentaliteten. Förekomsten av kulturella återkopplingseffekter innebär också att den nationella politiken får lokala biverkningar. Exempelvis framstår den svenska politikens traditionella uppsåt att stärka de större företagen på bekostnad av de mindre³³ som särskilt mysslyckad ur detta perspektiv.

Starka lokala miljöer och svenska forskares goda tillgång till detaljerade och geografiskt högupplösta data har lagt grunden till ett betydande svenskt bidrag till den internationella forskningen kring lokala entreprenörskapskulturer. Denna trend kan med rätt förutsättningar fortsätta. Vi förefaller veta ganska lite om hur kulturella återkopplingseffekter varierar i olika typer av miljöer. Är effekterna starkare på landsbygden, där nätverk traditionellt har ansetts ha en relativt framträdande betydelse? Hur varierar de med hänsyn till den byggda miljön? Vad säger kulturella återkopplingseffekter om våra möjligheter att genom policyinterventioner bryta segregationsmönster och negativa spiraler i så kallat usatta områden? Vilken roll spelar socialt kapital och det lokala civilsamhället för entreprenörskap och entreprenörskapskulturer? Hur kan politiken dra nytta av lokala entreprenörskapskulturer och vilka åtgärder kan bidra till att utveckla en fördelaktig entreprenörskapskultur i olika typer av regioner?

³² Johnson (2008, s. 113)

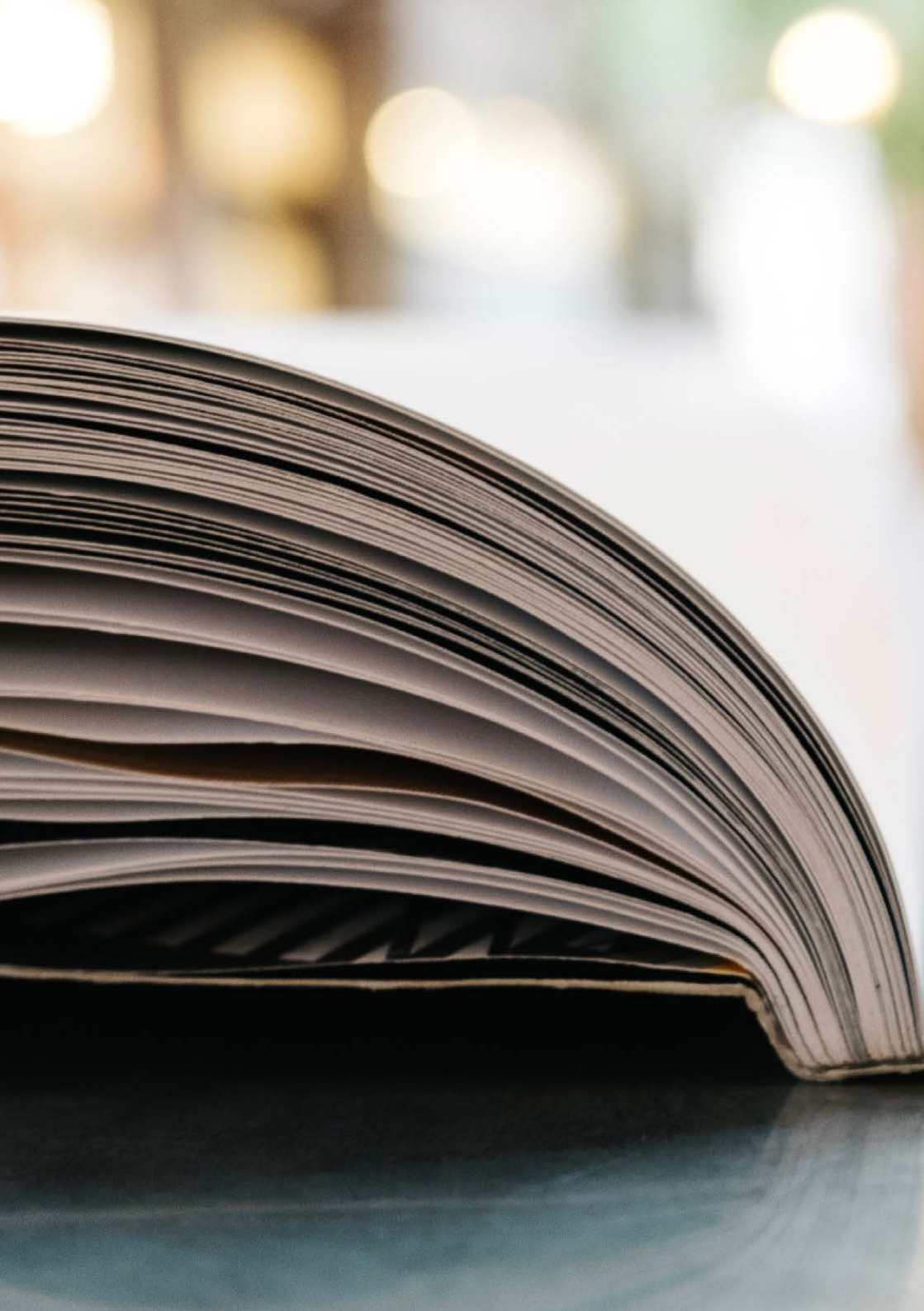
³³ Henrekson och Jakobsson (2001).


Referenser

- Andersson, M. (2012). "Start-up rates, entrepreneurship culture and the business cycle – Swedish patterns from national and regional data". In *Swedish Economic Forum Report 2012: Entrepreneurship, norms and the business cycle* (s. 93–112). Örebro: Entreprenörskapsforum.
- Andersson, M., & Henrekson, M. (2015). "Local Competitiveness Fostered through Local Institutions for Entrepreneurship". In D. B. Audretsch, A. N. Link, & M. Walschok (Eds.), *Oxford Handbook of Local Competitiveness* (s. 145–190). Oxford: Oxford University Press.
- Andersson, M., & Koster, S. (2011). "Sources of persistence in regional start-up rates—evidence from Sweden". *Journal of Economic Geography*, Vol. 11 No. 1, s. 179–201.
- Andersson, M., & Larsson, J. P. (2016). "Local entrepreneurship clusters in cities". *Journal of Economic Geography*, Vol. 16 No. 1, s. 39–66.
- Bertrand, M., Luttmer, E. F. P., & Mullainathan, S. (2000). "Network Effects and Welfare Cultures". *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 115 No. 3, s. 1019–1055.
- Casson, M. C. (1995). *Entrepreneurship and Business Culture*. Aldershot, UK; Brookfield, MA: Edward Elgar.
- Chinitz, B. (1961). "Contrasts in agglomeration: New York and Pittsburgh". *The American Economic Review*, Vol. 51 No 2 s. 279–289.
- Davidsson, P. (1995). "Culture, structure and regional levels of entrepreneurship". *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 7 No. 1, s. 41–62.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (1997). "Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates". *Journal of Economic psychology*, Vol. 18 No. 2, s. 179–199.
- Falck, O., Heblich, S., & Luedemann, E. (2012). "Identity and entrepreneurship: do school peers shape entrepreneurial intentions?" *Small Business Economics*, Vol. 39 No. 1, s. 39–59.
- Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2014). "The Long Persistence of Regional Levels of Entrepreneurship: Germany, 1925–2005". *Regional Studies*, Vol. 48 No. 6, s. 955–973.

- Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2017). "The effect of entrepreneurship on economic development—an empirical analysis using regional entrepreneurship culture". *Journal of Economic Geography*, Vol. 17 No. 1, s. 157–189.
- Giannetti, M., & Simonov, A. (2009). "Social interactions and entrepreneurial activity". *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol. 18, No. 3, s. 665–709.
- Glaeser, E. L., Kerr, S. P., & Kerr, W. R. (2015). "Entrepreneurship and urban growth: An empirical assessment with historical mines". *Review of Economics and Statistics*, Vol. 97 No. 2, s. 498–520
- Glaeser, E. L., Sacerdote, B., & Scheinkman, J. A. (1996). "Crime and social interactions". *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 111, No. 2, s. 507–548.
- Guiso, L., & Schivardi, F. (2011). "What Determines Entrepreneurial Clusters?". *Journal of the European Economic Association*, Vol. 9 No. 1, s. 61–86.
- Henrekson, M., & Jakobsson, U. (2001). "Where Schumpeter was nearly right—the Swedish model and Capitalism, Socialism and Democracy". *Journal of Evolutionary Economics*, Vol. 11 No. 3, s. 331–358.
- Johnson, A. (2008). *Fånga platsen – Guide till Sveriges företagsamma historia*. Stockholm: SNS Förlag.
- Larsson, J. P. (2016). *Det smittsamma entreprenörskapet – Regionalpolitiskt Forum Rapport #2*. Örebro: Entreprenörskapsforum.
- Larsson, J. P., Wennberg, K., Wiklund, J., & Wright, M. (2017). "Location choices of graduate entrepreneurs". *Research Policy*, Vol. 46 No. 8, s. 1490–1504.
- Lee, Y. S. (2017). "Entrepreneurship, small businesses and economic growth in cities". *Journal of Economic Geography*, Vol. 17 No. 2, s. 311–343.
- Lindbeck, A., Palme, M., & Persson, M. (2008). "Social interaction and sickness absence.
- Minniti, M. (2005). Entrepreneurship and network externalities". *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 57, No. 1, s. 1–27.
- Nanda, R., & Sørensen, J. B. (2010). "Workplace Peers and Entrepreneurship". *Management Science*, Vol. 56 No. 7, s. 1116–1126.

- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Political Economy of Institutions and Decisions*. New York: Cambridge University Press.
- Saxenian, A. (1996). *Regional advantage*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schön, L. (2000). *En modern svensk ekonomisk historia – tillväxt och omvandling under två sekel* (3 ed.). Stockholm: SNS Förlag.
- Sorenson, O., & Audia, Pino G. (2000). "The Social Structure of Entrepreneurial Activity: Geographic Concentration of Footwear Production in the United States, 1940–1989". *American Journal of Sociology*, Vol. 106, No. 2, s. 424–462.
- Topa, G. (2001). "Social interactions, local spillovers and unemployment". *The Review of Economic Studies*, Vol. 68 No. 2, s. 261–295.
- Westlund, H., Larsson, J. P., & Olsson, A. R. (2014). "Start-ups and Local Entrepreneurial Social Capital in the Municipalities of Sweden". *Regional Studies*, Vol. 48 No. 6, s. 974–994.
- Williamson, O. E. (2000). "The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead". *Journal of Economic Literature*, Vol. 38 No. 3, s. 595–613.





Utformning och Utvärdering av Entreprenörskaps- utbildningar

Niklas Elert
Rasmus Rahm

*Niklas Elert, Institutet för Näringslivsforskning, IFN.
Rasmus Rahm, Handelshögskolan i Stockholm, HHS.*

- Kapitlet handlar om entreprenörskapsutbildningar i OECD-länder och deras roll i att främja entreprenörskap, både vad gäller kortsiktiga utfall som attityder och intentioner och långsiktiga utfall som nyföretagande och företagandets resultat.
- Vad som utgör och avgränsar en entreprenörskapsutbildning är inte självklart, men olika sorters entreprenörskapsutbildning kan kopplas till olika slags effekter.
- Generellt tycks det gå att utforma en entreprenörskapsutbildning som påverkar deltagarnas entreprenörskap positivt. Kunskapen om de villkor som måste vara uppfyllda för att det ska bli så är dock ännu skral. Vi redovisar de slutsatser forskningen hittills dragit.
- Relationen mellan entreprenörskapsutbildningar och entreprenörskap måste studeras över tid. Det är till exempel inte självklart att en utbildning med effekt på kortsiktiga utfall också har effekt på långsiktiga utfall, och vice versa.
- Mer forskning och fler insatser behövs för att entreprenörskapsutbildningar ska kunna utformas på ett sätt som gör att de går att utvärdera. Vi ger specifika rekommendationer för den sortens insatser.

Utformning och Utvärdering av Entreprenörskapsutbildningar

Inledning

Den första kursen inom entreprenörskap gavs för omkring 70 år sedan i USA.¹ Sedan dess har entreprenörskapsutbildningar vuxit kraftigt i antal, omfång och utförande.² Orsaken till denna tillväxt är att entreprenörskapsutbildning betraktas som ett centralt verktyg för att systematiskt främja entreprenörskap.³ I Sverige bedrivs idag utbildning inom entreprenörskap på skolans samtliga nivåer. Därutöver finns en rik flora av privata och offentliga utbildningsinitiativ riktade till olika målgrupper.

Forskningen kring entreprenörskapsutbildningarnas måluppfyllelse lämnar dock en tvetydig bild, och frågetecknen är fortfarande många kring hur entreprenörskapsutbildningar bör vara utformade, vilka effekterna är av olika typer av utbildningar, samt varför de ibland tycks ”fungera”, och ibland inte. Den huvudsakliga frågan vi försöker besvara i det här kapitlet är hur en entreprenörskapsutbildning kan utformas och utvärderas för att säkerställa att den framgångsrikt främjar entreprenörskap. För att göra det kommer vi ta upp följande delfrågor:

- Vad är en entreprenörskapsutbildning?
- Under vilka förutsättningar främjar en sådan utbildning deltagarnas entreprenörskap?
- Vilka riktlinjer bör utvärderingar av entreprenörskapsutbildningar förhålla sig till?

Vår förhoppning är därmed att kapitlet kan utgöra stöd vid utformandet och utvärderingen av nya entreprenörskapsutbildningar.

Entreprenörskapsutbildning

Vad som utgör och avgränsar en entreprenörskapsutbildning är inte självklart. Oavsett nivå i utbildningssystemet är de aktiviteter som omfattas av begreppet entreprenörskapsutbildning utformade på olika vis; de kan ha vitt skilda pedagogiska ansatser, rikta sig till vitt skilda grupper av människor, och inte minst ha vitt skilda syften. I

1 Kuratko (2005)

2 OECD (2007), O'Connor (2013)

3 Bosma m.fl. (2008)

praktiken är denna företeelse dock inte så förvånande; vad som utgör en given entreprenörskapsutbildning är å ena sidan är en funktion av uppfattningar kring vad som utgör entreprenörskap, och å andra sidan en funktion av uppfattningar kring vad som utgör utbildning. Det existerar därför inte en allmänt vedertagen definition eller avgränsning gällande begreppet entreprenörskapsutbildning. Även forskningen erkänner en bred uppfattning av vad som utgör entreprenörskapsutbildning. Detta återspeglas särskilt i att några av de mest framstående forskarna på området accepterar samtliga pedagogiska program eller utbildningsprocesser som syftar till att främja entreprenöriella attityder och färdigheter som entreprenörskapsutbildning.⁴

Entreprenörskapsutbildningar har sitt ursprung i högre utbildning, särskilt vid handelshögskolorna.⁵ Följaktligen reflekterar en stor del av innehåll och pedagogik just traditionell ekonomiutbildning; det är inte sällsynt att "crash-courses" i redovisning, försäljning, marknadsföring eller affärsplanering presenteras som just entreprenörskapsutbildning. Entreprenörer verkar dock i en särskild typ av miljö, som präglas av knappa resurser och marknader i obalans, där det är viktigt att kunna fatta intuitiva beslut och formulera strategier utifrån andra individers målbilder.⁶ Vissa menar därför att det som behövs för att bli framgångsrik som entreprenör är en bredare palett av färdigheter än den som står att finna i traditionella ekonomiutbildningar.⁷ Ekonomiutbildningar lämnar alltså en del i övrigt att önska när det kommer till att tillgodose en entreprenörs behov.⁸

För att få viss vägledning i den flora av entreprenörskapsutbildningar som finns kan man följa en populär klassificering (i teori och praktik) av entreprenörskapsutbildning i tre kategorier: (i) utbildning *om* entreprenörskap (allmänt kunskapshöjande insatser gällande entreprenörskap som fenomen), (ii) utbildning *för* entreprenörskap (insatser med fokus på nya företagsstarter) och (iii) utbildning *i* entreprenörskap (insatser för befintliga företag).⁹ Kategoriseringen speglar också en vanlig uppdelning av entreprenörskapsutbildning som en aktivitet *antingen* för individer *eller* för företag. Forskningen stödjer denna typ av uppdelning då belagda effekter varierar mellan individer och företag (se nedan).

4 Fayolle m.fl. (2006)

5 Kuraktko (2005), Fayolle m.fl. (2006)

6 Casson (1982), Sarashvathy (2001)

7 Lazear (2004), Leibenstein (1987), Wagner och Joachim (2003)

8 Garavan och O'Cinnede (1994)

9 Jamieson (1984) (SAKNAS I REFERENSLISTAN)

Dessutom har individer varierande kunskapsbehov och branscher olika förutsättningar för entreprenörskap. När entreprenörskapsutbildningar utformas är det därför viktigt att ta hänsyn till målgruppens specifika behov och variera innehållet beroende på vilken målbild utbildningen ämnar uppfylla. Många studier visar till exempel att framgångsrikt entreprenörskap är starkare kopplat till tidigare entreprenöriell erfarenhet än till utbildning.¹⁰ Vid utformning kan det därför finnas goda skäl att avgränsa utbildningens målgrupp bortom individ- eller företagsnivå, och exempelvis skilja på erfarna och oerfarna individer, eller företag inom branscher med helt olika sektorer, som life science och jordbruk. Även om det i nuläget saknas forskning kring vilken roll som spelas av regionala sammanhang är det sannolikt klokt att ta hänsyn till regionens specifika behov och de förutsättningar som regionen erbjuder dess invånare när entreprenörskapsutbildningar utformas.

Nedan kommer vi primärt att fokusera på den andra kategorin ovan – utbildning *för* entreprenörskap – och ta fasta på det faktum att entreprenörskapsutbildningarnas ökning globalt i stor utsträckning drivits av förhoppningen att de som utbildats i entreprenörskap kommer att starta fler företag och att de företagen ska göra bättre ifrån sig.¹¹ Eftersom förutsättningar för entreprenörskap varierar kraftigt mellan länder fokuserar vi sammanställningen på studier av OECD-länder.

Främjande av Entreprenörskap

Av flera skäl är det invecklat att utvärdera entreprenörskapsutbildningar, inte minst eftersom många eftersträvansvärda utfall ligger långt in i framtiden. Om någon gått en entreprenörskapskurs i början av sina högskolestudier kan man behöva räkna med en väntetid på upp till tjugo år innan effekten på allvar börjar synas.¹² Även om några få studier kunnat följa individer länge så måste forskare för det mesta beakta utfall som är mer närliggande i tiden, och kan mätas i relativt nära anslutning till kursen. Det är en huvudsaklig anledning till att entreprenöriella intentioner – vilket brukar definieras som en persons vilja att starta eller äga ett eget företag – blivit ett vanligt förekommande utfallsmått.¹³ Just detta utfallsmått har på senare tid dock mött en hel del kritik, vilket är något vi återkommer till nedan.

¹⁰ Dencker m.fl. (2009), Folta m.fl. (2006), Martin m.fl. (2013), Toft-Kehler m.fl. (2014)

¹¹ Holtz-Eakin (2000), Fairlie m.fl. (2014), Inci (2013), Weitzel m.fl. (2010)

¹² Delmar & Davidsson (2000)

¹³ Crant (1996), Krueger m.fl. (2000)

Mängden forskning på området har växt över tid vilket möjliggjort översiktsstudier som i sin tur sammanställer och undersöker tidigare studier. Nedan sammanfattar vi den mest tongivande översiktsforskningen.

Resultat: Översiktsstudier

En tongivande studie i forskningsfältet är den omfattande metastudie som gjordes av Martin och medförfattare (2014). Forskarna sammanställer och undersöker 79 tidigare studier, och det sammantagna resultatet är positivt: entreprenörskapsutbildning har ett positivt samband med ett flertal mått på entreprenöriella förmågor, attityder och intentioner, såväl som på sannolikheten att starta företag och företagens resultat. Storleken på effekterna är dock ganska små om man jämför med studier som undersöker effekter av andra slags utbildningar. Författarna noterar också att studierna varierar i kvalitet; enbart en handfull bedöms uppfylla de kvalitetskrav man önskar, och ofta saknades kontrollgrupp. När forskarna undersöker hur kvalitetsskillnader påverkar resultaten finner de att studier med sämre kvalitet tenderar att överskatta effekten av entreprenörskapsutbildningar.

En annan metastudie som omfattar 73 tidigare studier gjordes av Bae och medförfattare (2014). Forskarna intresserar sig uteslutande för entreprenöriella intentioner som utfallsvariabel, och finner en liten, men statistiskt signifikant, positiv samvariation mellan detta mått och entreprenörskapsutbildning. När de kontrollerar för deltagarnas entreprenöriella intentioner *innan* kurserna inleddes upphör dock sambandet att vara statistiskt signifikant. Studien illustrerar att man kan förvänta sig att entreprenörskapsutbildningar attraherar just individer med intresse för entreprenörskap, en observation som visar på behovet av att utvärderingar av en entreprenörskapsutbildning måste inhämta information om deltagarna redan *före* insatsen för att kunna studera effekterna.

Slutligen genomförde Nabi och medförfattare (2016) en omfattande översikt av 159 studier på entreprenörskapsutbildningar inom högre utbildning. Först och främst finner studien att utvärderingar tenderar att fokusera på kortsiktiga mått – sannolikt en följd av svårigheten att över tid säkerställa kvalitet i data och dess inhämtning. Forskarna noterar att de flesta studier rapporterar positiva effekter av entreprenörskapsutbildningar men att det finns tillräckligt många undantag för att effekterna ska framstå som tvetydiga, både när det gäller kortsiktiga utfall

som entreprenöriella intentioner och långsiktiga utfall som nyföretagande. Därutöver finner de att de flesta studier är vaga vad gäller det pedagogiska innehållet i kurserna som utvärderas, trots att en rad olika pedagogiska approacher används i samband med entreprenörskapsutbildningar.¹⁴ Det kan vara en bidragande orsak till att resultaten ibland pekar åt olika håll, och att forskningen på god praxis inom entreprenörskapsutbildning är relativt grund. Alltfler forskare har dock börjat fokusera just på relationen mellan pedagogiska ansatser och utfall, vilket torde underlätta framtida utformning av entreprenörskapsutbildningar.¹⁵

Sammantaget ger översiktsstudierna en försiktigt positiv bild: på det stora hela tycks det finnas ett positivt samband mellan entreprenörskapsutbildningar och olika entreprenöriella utfall. Styrkan i sambandet är dock svag, och det är inte uppenbart att det är ett orsakssamband; det kan också vara en effekt av att individer som söker sig till entreprenörskapsutbildning är mer entreprenöriellt motiverade än de individer man jämför med.

Resultat: Entreprenöriella intentioner

Ett populärt utfallsmått är som sagt entreprenöriella intentioner. Ett skäl till att det utfallsmåttet används så ofta är att det är enkelt att samla in: i en enkät får studenterna själva skatta sin vilja att starta eller äga företag, före och efter entreprenörskapsutbildningen. Medan många forskare menar att intentioner är ett bra sätt att förutsäga framtida beteende, har andra kastat tvivel över om så är fallet, särskilt när det gäller entreprenörskap.¹⁶ Kunskapen om kopplingen mellan de entreprenöriella intentionerna och de långsiktiga utfallen såsom sannolikhet att starta nya företag, deras överlevnadsgrad och affärsmässiga utveckling är också skral än så länge.¹⁷

I sammanhanget vill vi särskilt uppmärksamma tre studier av hög kvalitet. För det första Souitaris och medförfattare (2007), som använder en experimentell design för att följa 124 individer som deltagit i en entreprenörskapsutbildning, och 126 jämförbara individer i en kontrollgrupp. Forskarna drar slutsatsen att entreprenörskapsutbildningen påverkade entreprenöriella intentioner och vissa attityder

¹⁴ Fretschner & Weber (2013).

¹⁵ Se till exempel Lange m.fl. (2014) och Walter & Dohse (2012) för effektstudier som jämför olika pedagogiska metoder, och Campos m.fl. (2017) för ett väl utfört fältexperiment i Västafrika med fokus på pedagogik.

¹⁶ Krueger m.fl. (2000), Douglas och Shepherd (2002), Lee m.fl. (2011)

¹⁷ Nabi m.fl. (2016)

positivt. Vidare använder Oosterbeek och medförfattare (2010) en liknande approach för att följa 219 junior college-studenter som deltagit i en entreprenörskapsutbildning och 343 andra junior college-studenter i en kontrollgrupp. Dock visar det sig att kursen inte har några effekter på självskattad entreprenöriell förmåga och, faktiskt, negativa effekter på entreprenöriella intentioner. Även Åstebro och Hoos (2016) genomför ett kontrollerat experiment där 50 individer lottats in i entreprenörskapsutbildning och 50 lottats bort. Studien följer båda grupper och jämför deras utfall, men finner inga effekter av entreprenörskapsutbildningen på entreprenöriella intentioner.¹⁸

Resultat: Fler och bättre företag

Tillväxten av entreprenörskapsutbildning har alltså i stor utsträckning drivits av förhoppningen att de som utbildats i entreprenörskap kommer att starta fler företag och att de företagen ska göra bra ifrån sig. Relativt få studier berör effekter på företagsnivå totalt sett, men även här finns det tre studier som i sammanhanget sticker ut.

Fairlie och medförfattare (2013) genomför en omfattande studie genom ett kontrollerat experiment. De studerar 2 094 individer som genom lottning slumpmässigt fått delta i entreprenörskapsutbildning, och 2 013 individer som genom samma lottning inte fick möjlighet att delta i utbildningen. Genom att jämföra utfallet för de två grupperna drar forskarna slutsatsen att deltagande på kort sikt bidrar till skapandet av nya företag och även jobbskapande, men att effekten inte håller i sig över tid. Värt att notera är att studien följde deltagare i ett målgruppsstyrt program som enbart arbetssökande fick delta i. Även den studie av Åstebro och Hoos (2016) som vi nämnde ovan drar slutsatsen att entreprenörskapsutbildning har en positiv effekt på företagsutveckling över tid. Effekten tycks dessutom vara starkare för de som redan innan programmets start drivit ett företag med positiv utveckling.

En studie i svensk kontext som beaktar nyföretagande som utfallsmått publicerades av Elert och medförfattare (2015). De följer 9 731 individer som deltog i Ung Företagsamhets entreprenörskapsutbildning i gymnasiet, och jämför dem med en matchad kontrollgrupp som dras från 202 023 individer som gick i gymnasiet samtidigt. Studien är alltså inte utformad som ett typiskt experiment, men matchar

18 Denna studie är ännu inte publicerad i en vetenskaplig tidskrift.

individer som läste programmet med andra jämförbara individer som inte läste det. Man finner att deltagare i högre grad startar företag senare i livet, och att de också tjänar mer på sitt företagande än kontrollgruppen.

En slutsats vi kan dra av de studier vi redogjort för är att entreprenörskapsutbildningar *kan* ha positiva effekter, i synnerhet när det kommer till skapandet av fler och bättre företag. Dock är så inte alltid fallet, och det är svårt att dra alltför generella slutsatser från specifika studier, även om de är av hög metodisk kvalitet. Det är mot den bakgrunden man bör förstå varför forskningsfältet i dagsläget framförallt efterlyser nya, högkvalitativa studier som fokuserar på att undersöka *varför* effekterna inte alltid uppstår.

En meningsfull utvärdering

Först när det finns en större mängd studier av hög kvalitet kan vi överkomma det kunskapsgap som fortfarande finns kring entreprenörskapsutbildningar. Det vore naturligtvis betydelsefullt för forskare på området, men också för utformare av nya entreprenörskapsprogram då de skulle slippa behöva satsa omfattande resurser på projekt med osäker utdelning. Av den anledningen presenterar vi fyra rekommendationer som vi anser bör gälla för alla slags utvärderingar av entreprenörskapsutbildningar, oavsett målgrupp. Rekommendationerna har även bäring på själva utformandet av entreprenörskapsutbildningar, då en utvärdering underlättas mycket om utbildningen redan från början utformats för att kunna utvärderas så enkelt som möjligt.

För det första bör en meningsfull utvärdering hämta in data vid flera tillfällen och bygga på en jämförelse mellan individer *före* deltagande i utbildningen och *efter* deltagande i utbildningen. Annars blir det svårt att isolera effekten av en given utbildning, och man riskerar att antingen överskatta eller underskatta den faktiska effekten och dess styrka över tid.

För det andra måste en meningsfull utvärdering studera såväl deltagande studenter som en relevant kontrollgrupp, så att man undviker jämförelser mellan äpplen och päron. I bästa fall kan man efterlikna ett laboratorieexperiment genom att inte låta individer själva välja om de ska få delta eller inte. I stället låter man slumpen avgöra: i praktiken drar man då lott så att hälften av de sökande till en entreprenörskapskurs deltar medan den andra halvan inte gör det. I de fall en sådan

slumpmässig fördelning inte är möjlig – till exempel av etiska skäl – får man använda sig av någon form av kvasi-experimentell metod för att matcha de individer som tar del av utbildningen med så likartade individer som möjligt.

För det tredje bör utvärderaren fokusera på både kortsiktiga utfallsmått som entreprenöriella intentioner, och mer långsiktiga utfallsmått som nyföretagande och företagens resultat. Det skulle dels ge bättre kunskap om kopplingen mellan entreprenöriella intentioner och mer långsiktiga mått på företagande, dels ge en bättre bild av de sammantagna ekonomiska effekterna av entreprenörskapsutbildningar.

För det fjärde bör de utfallsmått man intresserar sig för förhålla sig till programmens syfte och utformning. Som påpekades av Nabi och samförfattare (2016) är många studier mycket fåordiga när det kommer till den pedagogiska approachen i det studerade programmet. Ett par lovande projekt vittnar om vikten av att ta hänsyn till detta, men ett ännu större fokus på detta skulle föra oss närmare god praxis på området.¹⁹

Avslutning

Syftet med kapitlet har varit att besvara hur entreprenörskapsutbildningar kan utformas och utvärderas för att säkerställa att de framgångsrikt främjar entreprenörskap. Det är tydligt att vi vet mer i fråga om entreprenörskapsutbildning och dess effekter nu än för några år sedan, men kunskapsgapet är ännu betydande. Vi har särskilt belyst att studier av hög kvalitet understryker entreprenörskapsutbildningens roll i att främja entreprenörskap generellt, samt diskuterat den hänsyn man bör ta för att säkerställa kvaliteten i såväl utformning som utvärdering. Mer studier behövs dock för att i detalj förstå hur entreprenörskapsutbildningar kan användas för att främja entreprenörskap i Sverige. Pedagogikforskningen kan utgöra grund för sådana initiativ. Som vi betonat måste sådana studier bygga på genomtänkta projekt med så goda förutsättningar för att utvärdera effekterna som möjligt. Entreprenörskapsutbildningar *kan* spela en viktig roll i främjandet av entreprenörskap, men resurser måste satsas på projekt där man tar hänsyn till att det kan ta tid att se resultat.

¹⁹ *Walter och Dohse (2012) jämför till exempel effekten av olika pedagogiska approacher, och finner att en pedagogik som betonar aktivt lärande har en större effekt på entreprenöriella intentioner än traditionell inlärning. I en annan jämförelse finner Lange m.fl. (2014) att 'upplevelsebaserade kurser' står sig bättre än mer traditionella metoder.*

Referenser

- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). "The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review". *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 38 No. 2, s. 217–254.
- Becker, G. (1964). *Human Capital*. New York: Columbia University Press.
- Bosma, N., Acs, Z. J., Autio, E., Coduras, A., & Levine, J. (2008). *2008 Global Entrepreneurship Monitor Executive Report*. Wellesley, MA & London.
- Campos, F., Frese, M., Goldstein, M., Iacovone, L., Johnson, H. C., McKenzie, D., & Mensmann, M. (2017). "Teaching personal initiative beats traditional training in boosting small business in West Africa". *Science*. Vol. 357 No. 6357, s. 1287–1290.
- Casson, M. (1982). *The Entrepreneur and Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.
- Crant, J.M. (1996). "The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions". *Journal of Small Business Management*. Vol. 34 No. 3, s. 42–49.
- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs". *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 12, s. 1–23.
- Dencker, J.C., Gruber, M., & Shah, S.K. (2009). "Pre-entry knowledge, learning, and the survival of new firms". *Organization Science*. Vol. 20, s. 516–537.
- Douglas, E.J. & Shepherd, D.A. (2002). "Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization". *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 26 No. 3, s. 81–90.
- Elert, Niklas, Fredrik W. Andersson, & Karl Wennberg. (2015). "The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance". *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 111, s. 209–223.
- Fairlie, R., Karlan, D., & Zinman, J. (2014). "Behind the gate experiment: evidence on effects of and rationales for subsidized entrepreneurship training". *American Economic Journal: Economic Policy*. Vol. 7 No. 2, s. 125–161

- Fayolle, A. (2000). "Exploratory study to assess the effects of entrepreneurship programs on French student entrepreneurial behaviors". *Journal of Enterprising Culture*. Vol. 8, s. 169–184.
- Fayolle, A., Gailly, B. & Lassas-Clerc, N. (2006). "Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology". *Journal of European Industrial Training*. Vol. 30 No. 9, s. 701–720.
- Folta, T.B., Johnson, D.R., & O'Brien, J. (2006). "Uncertainty, irreversibility, and the likelihood of entry: an empirical assessment of the option to defer". *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 61, s. 432–452.
- Fretschner, M., & Weber, S. (2013). "Measuring and understanding the effects of entrepreneurial awareness education". *Journal of Small Business Management*. Vol. 51 No. 3, s. 410–428.
- Garavan, T.N., & O'Cinneide, B. (1994). "Entrepreneurship education and training programs: a review and evaluation—part 2". *Journal of European Industrial Training*. Vol. 18, s. 13–22.
- Gimeno, J., Folta, T., Cooper, A., & Woo, C. (1997). "Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms". *Administrative Science Quarterly*. Vol. 42, s. 750–783.
- Holtz-Eakin, D. (2000). "Public policy toward entrepreneurship". *Small Business Economics*. Vol. 15, s. 283–291.
- Inci, E. (2013). "Occupational choice and the quality of entrepreneurs". *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 92, s. 1–21.
- Iyigun, M.F., & Owen, A.L. (1998). "Risk, entrepreneurship, and human-capital accumulation". Vol. *American Economic Review*, 88 No. 2, s. 454–457.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). "Competing models of entrepreneurial intentions". *Journal of Business Venturing*. Vol. 15 No. 5, s. 411–432.
- Kuratko, D.F. (2005). "The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges". *Entrepreneurship Theory & Practice*. Vol. 29, s. 577–597.

Lange, J., Marram, E., Jawahar, A. S., Yong, W., & Bygrave, W. (2014). "Does an entrepreneurship education have lasting value? A study of careers of 3,775 alumni". *Journal of Business and Entrepreneurship*. Vol. 25 No. 2, s. 1–31.

Lazear, E. (2004). "Balanced skills and entrepreneurship". *American Economic Review*. Vol. 94, s. 208–211.

Lee, L., Wong, P.K., Foo, M.D., & Leung, A. (2011). "Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors". *Journal of Business Venturing*. Vol. 26 No. 1, s. 124–136.

Linán, F. (2004). "Intention-based models of entrepreneurship education". *IntEnt Conference Proceedings*, Naples, 5–7 July 2004.

Martin, B.C., McNally, J.J., & Kay, M.J. (2013). "Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of entrepreneurship education outcomes". *Journal of Business Venturing*. Vol. 28, s. 211–224.

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). "The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda". *Academy of Management Learning & Education*. Vol. 16 No. 2, s. 277–299.

O'Connor, A. (2013). "A conceptual framework for entrepreneurship education policy: meeting government and economic purposes". *Journal of Business Venturing*. Vol. 28, s. 546–563.

OECD (2007). *OECD Framework for the Evaluation of SME and Entrepreneurship Policies and Programmes*. OECD Publishing, Paris.

Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation". *European Economic Review*. Vol. 54 No. 3, s. 442–454.

Pittaway, L., & Cope, J. (2007). "Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence". *International Small Business Journal*. Vol. 25 No. 5, s. 479–510.

Sarasvathy, S.D. (2001). "Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency". *Academy of Management Review*. Vol. 26, s. 243–263.

- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). "Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources". *Journal of Business Venturing*. Vol. 22 No. 4, s. 566–591.
- Toft-Kehler, R., Wennberg, K., & Kim, P.H. (2014). "Practice makes perfect: entrepreneurial-experience curves and venture performance". *Journal of Business Venturing*. Vol. 29 No. 4, s. 453–470.
- Unger, J., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). "Human capital and entrepreneurial success: a meta-analytical review". *Journal of Business Venturing*. Vol. 26 No. 3, s. 341–358.
- Van der Sluis, J., Van Praag, C.M., & Vijverberg, W. (2008). "Education and entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature". *Journal of Economic Surveys*. Vol. 22 No. 5, s. 795–841.
- Van Praag, C.M., van Witteloostuijn, A., & van der Sluis, J. (2013). "The higher returns to formal education for entrepreneurs versus employees". *Small Business Economics*. Vol. 40, s. 375–396.
- Wagner, J. (2003). "Testing Lazear's Jack-of-all-trades view of entrepreneurship with German micro data". *Applied Economics Letters*. Vol. 10, s. 687–689.
- Walter, S. G., & Dohse, D. (2012). "Why mode and regional context matter for entrepreneurship education". *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 24 No. 9–10, s. 807–835.
- Weitzel, U., Urbig, D., Desai, S., Sanders, M., & Acs, Z. (2010). "The good, the bad, and the talented: entrepreneurial talent and selfish behavior". *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 76, s. 64–81.
- Åstebro, T., & Hoos, F. (2016). "The effects of a training program to encourage social entrepreneurship". *HEC Paris Research Paper* No. SPE-2016-1128





Företagande långt från storstäderna: Vilken betydelse har flyg, bred- band och annan infrastruktur?

Lars Hultkrantz

Lars Hultkrantz, Handelshögskolan vid Örebro universitet.

Företagande långt från storstäderna: Vilken betydelse har flyg, bredband och annan infrastruktur?

Företagande bygger till stor del på kommunikation. Frågor kring utbyggnad och villkor för utnyttjande av infrastruktur för kommunikation, vare sig det handlar om transporter av gods, personer eller informationsöverföring har därför ofta stor betydelse för näringslivets utveckling i allmänhet och förutsättningarna för entreprenörskap i synnerhet. En typisk egenskap hos sådan infrastruktur är att dess ekonomiska förutsättningar kännetecknas av 'täthetsfördelar'¹, vilket missgynnar regioner med låg befolkningstäthet. Täthetsfördelarna har två grundorsaker, ofta i kombination. Dels består infrastrukturen ofta av installationer med höga fasta kostnader t ex räls, flygplatser eller fibernät, vilket skapar stordrifts- och samproduktionsfördelar² som kan tillvaratas bättre i regioner med stort befolkningsunderlag. Dels finns så kallade "nätverksexternaliteter" i användningen av infrastrukturen som leder till komplementaritet mellan olika individers konsumtion, till exempel genom att fler resenärer ger underlag för tätare avgångar eller variation i linjesträckning. Detta är en vanlig egenskap hos infrastruktur men gäller inte kategoriskt och kan ändras över tid, som när anropsstyrd kollektivtrafik utvecklas eller satelliter möjliggör kommunikation på likvärdiga villkor inom ett stort område. Men likafullt står det klart att begränsad tillgång till infrastruktur kan vara ett hinder på många platser för att bedriva viss näringsverksamhet. Även om verksamheten i sig har en tillräckligt stor produktionsvolym för att vara konkurrenskraftig och logistiken kan bedrivas kostnadseffektivt kan lokalisering i en befolkningssvag region innebära att det finns ett avgörande hinder i en kritisk kommunikationslänk, till exempel flyg.

Jag redogör här för kunskaps- och forskningsläget när det gäller hur svag tillgång till infrastruktur för transporter och informationsöverföring påverkar näringsliv och företagande. Sådana problem finns förvisso i hela landet. Sverige är ur exportlogistisk synpunkt en ö i Europas periferi vilket innebär att rumsliga och tidsmässiga avstånd till marknader och kompetenscentra är en generell utmaning för näringslivet. Mitt fokus ligger dock på situationer där denna utmaning är sär-

1 Eng.: "economies of density"

2 Eng.: "economies of scale and scope"

skilt stor. Det är inte möjligt att avgränsa något särskilt geografiskt område där detta skulle gälla. Förhållandena varierar mellan kommunikationsslag, branscher och andra omständigheter. Exempelvis kan möjligheterna till bredbandsuppkoppling vara olika i två närliggande byar på landsbygden och avståndet till en flygplats med direktlinjer till kontinenten kan vara en försvårande omständighet för lokalisering av företag inom vissa branscher även i förhållandevis stora städer i Mellansverige. Den precisa betydelsen av vad som är "svag tillgång" till infrastruktur måste bedömas från fall till fall.

Jag behandlar några olika aspekter på detta som jag bedömer ha särskilt intresse för den som funderar över strategiska insatser, vare sig det gäller investeringsprogram eller forskning och utveckling, som syftar till att främja näringslivets och företagandets utveckling utanför storstadsområdena och de större regions- och universitetsstäderna. I nästa avsnitt ger jag en bakgrund kring den övergripande frågan om vilka samband som finns mellan infrastruktur och ekonomisk tillväxt. Därefter går jag närmare in på två av de kommunikationsmedel som är särskilt betydelsefulla över långa distanser: flyg och bredbandig informationsöverföring. Jag gör sedan ett kort nedslag i några aspekter på delningsekonomi för transporter.

Infrastruktur och ekonomisk tillväxt: Hönan och ägget³

"På sina resor han förnam, hur väl försynens nåd reglerat, som floder över allt placerat, där stora städer stryka fram". Denna vers av Johan Henric Kjellgren ur "Om Salig Dumboms leverne" fångar en del av problemet med att förstå och förklara sambanden mellan infrastruktur och ekonomisk aktivitet där vad som är orsak och vad som är verkan kan gå åt båda hållen. När versen skrevs var kommunikationsleder, som de stora floderna, naturgivna, så det framstod som självklart för läsaren att dessa bestämde var städernas ekonomiska aktivitet placerades. Men, skrattar bäst som skrattar sist, senare drogs vägar och järnvägar till just de ställen "där stora städer stryka fram". Frågan om vad som är hönan och ägget i förhållandet mellan infrastruktur och ekonomisk tillväxt är än idag en av de stora utmaningarna för forskningen.

Under 1990-talet drog en stor debatt igång i USA som även satte stora avtryck i Sverige med utgångspunkt från en studie som påvisade en relativt starkt effekt av

3 Detta avsnitt baseras delvis på en översikt i Isacsson och Hultkrantz (2004)

investeringar i offentligt kapital på landets produktion under en period som bland annat inkluderade byggandet de första decennierna efter kriget av det federala motorvägsnätet.⁴ Senare studier har bekräftat dessa mönster men att effekterna avtagit från början av 1970-talet, dvs. det verkade vara hopkopplingen av den federala ekonomin med motorvägsnätet som hade stor betydelse, inte de fortsatta investeringarna sedan detta var gjort.

Två svenska studier finner liknande mönster: Berndt och Hansson⁵ ser sådana effekter men av svagare natur än vad som framkommer i Aschauer's studie. Krüger⁶ tar ett långsiktigt grepp på effekten av investeringar i transport- och kommunikationsinfrastruktur i Sverige genom att använda (historiska) nationalräkenskapsdata över två århundraden med början år 1800, dvs. under en period som täcker såväl utbyggnaden av järnvägsnäten, vägnäten som telenäten. Resultatet tyder på att tillväxt stimuleras på något/några års sikt effekt av offentliga investeringar i infrastruktur, men att det samband som finns på längre sikt går åt andra hållet, dvs. regioner som har haft tillväxt behöver bygga ut infrastrukturen.

Den slutsats som kan dras av denna forskning är att ekonomisk aktivitet förvisso är beroende av tillgång till infrastruktur men att ett land som redan har någorlunda väl utbyggd infrastruktur inte kan räkna med att varaktigt "boosta" den nationella tillväxten genom infrastrukturinvesteringar. Men även om infrastruktur, åtminstone över en viss basnivå, inte i sig varaktigt genererar ekonomisk aktivitet så är det rimligt att tro att lokaliseringen av aktivitet, som företag, sysselsättning och i det långa loppet även boende, kommer att påverkas av åtminstone den storskaliga (flygplatser, motorvägar, spårnät) infrastrukturens lokalisering. Dock bör man ha i minne är att "en väg går åt två håll". En snabbare förbindelse mellan en liten och en större region kan exempelvis innebära att företag i den större regionen får förbättrade möjligheter att konkurrera i den mindre regionen, dvs. det är inte givet att företag i orter som får bättre transportlänkar gynnas av detta. Detta gäller för övrigt även bredbandskommunikation.⁷

En viktig aspekt är dock att det ofta finns väsentliga agglomerationseffekter, det vill säga ekonomiska effekter av täta miljöer, i produktion av både varor och tjänster

4 Aschauer (1989)

5 Berndt och Hansson (1992)

6 Krüger (2012)

7 Malecki (2003)

som grundas på samlokalisering eller i vart fall på närhet. Sådana effekter brukar hänföras till tre mekanismer: Delning, lärande och matchning. Delning innebär att olika företag kan dela på offentliga och privata mer eller mindre specialiserade resurser och kompetenser. Lärande innebär att det uppstår överspillningseffekter mellan företag när det gäller kunskap och idéer. Matchning innebär att speciell kompetens och kunskap hos arbetskraften bättre kopplas till speciella arbetsuppgifter. Dessa effekter baseras alltså på någon form av närhet och har ofta studerats som förklaring till exempelvis geografiska klusterbildningar inom vissa branscher eller urbanisering i allmänhet. För denna typ av effekter kan givetvis infrastruktur ha stor betydelse genom att exempelvis möjliggöra arbetspendling inom ett stort område som ger bättre förutsättningar för god matchning på arbetsmarknaden än på en mer lokalt begränsad arbetsmarknad.

Agglomerationseffekter förväntas påverka arbetskraftens produktivitet och kan därför i princip mätas med hjälp av lönestatistik.⁸ På svenska data finns två studier,⁹ som bland annat indikerar att lönesumman ökar med 3 – 6 procent vid en procents minskning av genomsnittlig reskostnad, där det nedre värdet gäller för hela landet och det övre för personer med höga inkomster i Mälardalen. En annan undersökning av särskilt intresse här är en brittisk studie¹⁰ som skattar effekter för olika branscher. Denna tyder på att dessa är särskilt stora för företagsnära tjänster, transport, lager och kommunikation samt bank, finans och försäkring medan de är lägre för bygg- och anläggningsindustri, tillverkningsindustri samt, kanske överraskande, IT.

För företagande med lokalisering i befolkningssvaga regioner är det givetvis en potentiell konkurrensnackdel att inte kunna dra fördel av agglomerationseffekter. En självklart viktig fråga är därför i vilken utsträckning detta kan kompenseras genom olika möjligheter till resande över lång distans, särskilt flyg, eller elektronisk kommunikation. Detta ska jag nu gå in på mer i detalj.

Flyg

Utanför de största städerna är det resande med personbil som dominerar resande på kort- och medeldistans. För tjänsteresor på långa distanser har dock tåg och flyg

8 En översikt över forskningen finns i Börjesson, Eliasson och Isacson (2013)

9 Anderstig m.fl. (2012) och Börjesson m.fl. (2018)

10 Graham (2007)

stor betydelse. Något mindre än hälften av alla resor i Sverige med inrikes flyg är tjänsteresor.¹¹ Antalet resor med inrikesflyg har sjunkit svagt över en längre tid, vilket inte minst förklaras av snabbare tågförbindelser. I Luftfartsverkets prognoser¹² förutses denna trend fortsätta. Däremot har utrikesresandet med flyg ökat väsentligt och förväntas så fortsätta.

En fråga som ofta betraktas som inte bara viktig utan även avgörande för näringslivet är tillgången till flyglinjer. Ett grundproblem som gör att frågan tenderar att hamna i centrum av regionalpolitiska diskussioner är att kapillära flyglinjer och flygplatser med små resandevolymer ofta är olönsamma.¹³ De större flygplatserna, med undantag för Skavsta, drivs av staten genom Swedavia medan flertalet av de mindre flygplatserna har regionala ägare. Det innebär dels att de mindre flygplatserna inte korssubventioneras inom ramen för ett samlat nationellt nätverk, som exempelvis i Norge eller Spanien,¹⁴ och att staten, med vissa undantag, inte heller tar ansvar för den del av nätverket som har svagast lönsamhet.

Korssubventionering inom ett integrerat flygplatsbolag som innehåller nav och regionala noder kan vara ett sätt att optimera totalekonomin om exempelvis underskott på de mindre flygplatserna uppvägs av ökade landnings- och startavgifter som genereras i navet och/eller inkomster från försäljning på navflygplatsen. Men det innebär också att man undviker att komma i konflikt med EUs statsstödsregler, så länge det integrerade bolaget ger ett överskott. EU-reglerna medger dock stöd i vissa fall,¹⁵ dels till nystartade flygplatser, dels till mindre flygplatser under en begränsad period. Vidare kan vissa linjer, som bedöms vara "public service obligations", ges rätt till statligt stöd.

En fråga som det finns anledning att ställa är därför vilka skäl som finns för subventionering av flygplatser och/eller flyglinjer med hänsyn till deras samhällsekonomiska eller regionalekonomiska betydelse för näringslivet. Den kan besvaras på flera sätt. Till att börja med kan man studera vilken samvariation som finns mellan närhet till en flygplats och regional ekonomisk aktivitet, mätt på något sätt. Om samvariationen är låg finns det inget skäl att tro att den kausala effekten skulle vara stor. Å andra sidan kan samvariationen vara hög även om den kausala effekten är

11 Wang, Berglund och Brundell-Frej (2017)

12 www.lfv.se

13 Adler, Ulkü och Yazhemy (2013)

14 Gössling, Fichert och Forsyth (2017)

15 Gössling, Fichert och Forsyth (2017)

liten eller obefintlig. En annan möjlighet är att använda naturliga experiment, t.ex. jämföra utvecklingen i två regioner med flygplats där den ena lagts ned av skäl som inte har med den ekonomiska aktiviteten i regionen att göra. Frågor som dessa har med svenska data nyligen undersökts i ett forskningsprojekt av Ferguson och Forslid som innehöll flera delstudier.¹⁶

En av dessa studerar effekterna av Öresundsbron. Man utnyttjar att broöppningen innebar att Skåne-regionens närhet till direktlinjer ökade väsentligt genom att Kastrup restidsmässigt kom mycket närmare. Det går dock inte att dra slutsatser direkt från statistik över hur den ekonomiska aktiviteten i Skåne-regionen utvecklades dessa år; broöppningen påverkade annat än bara närheten till internationella direktlinjer. Men export och import i vissa branscher är mer beroende av flyg än andra branscher. Man undersöker därför hur branschvis export och import, för olika typer av företag, utvecklades i Skåne-regionen, jämfört med en kontrollgrupp bestående av samma branscher i Västra Götaland och Stockholms län. På så vis kontrollerar man både för faktorer som påverkade alla företag i en viss bransch oberoende av dess lokalisering (konjunkturen), och för faktorer som påverkade företag i alla branscher i samma region (brotrafiken).

Denna analys indikerar att ökad tillgång till direktlinjer verkligen leder till ökad handel, särskilt tjänstehandel. Särskilt för kunskapsintensiva tjänstebanscher visade sig effekten vara stor. Enligt det uppmätta sambandet skulle en tänkt tioprocentig ökning av antalet direktavgångar i närområdet leda till en ökning av exporten i dessa branscher med mellan 9 och 24 procent. Effekterna när det gäller importen tyder också på att direktförbindelser med flyg är en faktor som påverkar utländska företags lokalisering av dotterbolag till Sverige.

Slutsatsen av denna delstudie är därför att det finns skäl att tro att närhet till en flygplats med internationella direktlinjer verkligen har betydelse för den ekonomiska aktiviteten i en region. För näringslivet underlättar smidiga flygförbindelser tillgång till nyckelkompetenser samt tillgång till nya marknader, kunder och leverantör. Men Kastrup är givetvis ett speciellt fall så det är inte klart i vilken utsträckning detta kan tillämpas på en analys av betydelsen av närhet till en regional flygplats som saknar internationella direktlinjer.

16 *Ferguson och Forslid (2016)*

I en andra delstudie analyserar emellertid Ferguson och Forslid nationella statistiska samband mellan ekonomisk aktivitet på kommunnivå och flygresande under perioden 2004-2011. Denna visar att en 10-procentig ökning i en kommuns flygplatstillgång kan förknippas med ca 5 procents högre förädlingsvärde. Oavsett i vilken riktning det kausala sambandet går (förmodligen åt båda hållen) tyder detta på att sambandet i vart fall är starkt.

Är då detta skäl för statliga och/eller regionala subventioner av flygplatser och/eller flyglinjer? Om vi börjar med frågan om skäl för statliga subventioner så finns en etablerad teknik för att besvara den frågan, nämligen den metod¹⁷ som används inom den övriga infrastrukturplaneringen (såväl nationellt som internationellt), dvs. samhällsekonomisk lönsamhetsberäkning. Denna används i många länder, bl a Norge, även för att studera den samhällsekonomiska lönsamheten av investeringar i regionala flygplatser, men det saknas nästan helt studier av svenska förhållanden. Eftersom metoden syftar till att uppskatta det nationella samhällsekonomiska värdet, och inte den regionalekonomiska betydelsen, speglar denna skillnad i tillämpningsområde den skillnad som finns mellan transportslagen när det gäller vilket finansieringsansvar den svenska staten tar.

När det gäller bedömning av värdet för en region av subventioner kan detta paradoxalt nog vara svårare att bedöma än det nationella värdet. Skälet är att den regionalekonomiska betydelsen till stor del bestäms av komplexa lokaliserings- och omlokaliseringsprocesser (för både näringsliv och bosättning).¹⁸

Vissa regionala flygplatser har särskild betydelse för att möjliggöra inresande turistbesök. I anslutning till detta görs ofta beräkningar av vilka inkomster som turisterna genererar i lokalområdet ("turismkronan") och för detta används ofta så kallade input-outputmodeller som genererar s.k. "multiplikatoreffekter" som ger en fingervisning kring hur ökad konsumtionen genererar arbetstillfällen, som i sin tur leder till ytterligare konsumtion och fler investeringar. Analyser med sådana modeller är dock ur samhällsekonomisk synpunkt rätt intetsägande, framförallt därför att de dels bortser från alternativkostnaden för de resurser som utnyttjas, dels för att de sällan kan fånga de "läckage" som sker ur den lokala

17 Trafikverket (2018)

18 Modeller för sådan analys har först på senare år kommit till användning i Sverige för analyser av infrastrukturinvesteringar för landtransporter (Trafikverkets s.k. SamLokmodell, se Anderstig m.fl. 2012).

ekonomin. Dessa metoder har också kritiserats i den internationella litteraturen, både med tillämpning på turism i allmänhet¹⁹ och flygplatser²⁰. Forsyth visar hur en mer adekvat analys av effekter på både den regionala och nationella ekonomin kan göras med en regionaliserad allmänjämviktsmodell.²¹ Flera sådana modeller finns för svenska ekonomiska förhållanden men ingen har utformats särskilt för detta syfte.

Bredband

Möjligheterna till blixtsnabb överföring av mycket stora informationsmängder är ett av argumenten för påståendet i en uppmärksammas bästsäljare 2005 som förklarade att "jorden blivit platt", dvs. att avstånd inte längre hade betydelse.²² Riktigt så enkelt visade det sig inte vara, men som alla vet har vi genomgått en global kommunikationsrevolution grundad på elektronisk informationsöverföring. Utvecklingen har följt två parallella spår, baserade på fasta respektive trådlösa nät. Definitionen av vad som är bredband har varierat och även ändrats över tiden i takt med att tekniken utvecklats. För de fasta näten avsågs initialt ofta bredbandig överföring på existerande telenät (DSL-teknik) eller kabelTVnät men därefter har allt större tonvikt lagts vid helt nya nät, särskilt fiber. För trådlösa nät avser bredbandsöverföring särskilt mobiltelefoni från och med generation 3G.

Utbyggnaden har skett snabbt, inte minst i Sverige. Vi är idag vid en punkt när det fasta telenätet som i princip täckt alla hushåll och företag i landet under lång tid har börjat avvecklas. Detta sker i första hand på landsbygden där kostnaderna för underhåll och reinvestering bedöms särskilt höga i förhållande till utnyttjandet. Samtidigt har varken mobilnäten eller de fasta bredbandsnäten kommit upp i motsvarande täckningsgrad. Den svenska regeringens nuvarande mål är att 95 procent av alla hushåll och företag i Sverige ska ha tillgång till bredband med 100 Mbit per sekund år 2020, och "hela Sverige" till år 2025. Enligt en bedömning av Post- och telestyrelsen år 2017 (PTS 2017) kommer målet för 2020 inte helt att uppnås, åtminstone inte utan extra åtgärder. PTS bedömning var att täckningsgraden år 2020 kommer att ligga mellan 91 och 94 procent. När det gäller mobilnät,

¹⁹ Dwyer, Forsyth och Spurr (2004).

²⁰ Neimeier (2001)

²¹ Forsyth (2007)

²² Friedman (2005)

inklusive yttäckning från 450 MHz-bandet, visar PTS kartläggningen att mobilnät som medger 10 Mbit/s täckte ca 84 procent av Sveriges yta i oktober 2017.

Ett grundläggande problem för fortsatt ökning av täckningsgraden är att marginalkostnaden ökar mycket kraftigt för att ansluta brukare i glesbygd. Exempelvis uppskattades i samband med 3G-nätens införande 2001 att de sista 2,5 procentens täckning upp till 97 procent skulle kosta 10 miljarder.²³ Av detta skäl innebär inte en täckningsgrad på 91 – 94 procent att man ”snart är framme” vid den nära hundra procentiga täckning som det fasta telefonnätet har haft. Jag har inte kunnat finna aktuella analyser av den samhällsekonomiska kostnaden och nyttan av en fortsatt bredbandsutbyggnad.

Det finns ett stort antal studier som studerar effekten av bredbandstäckning för ekonomisk aktivitet, på både nationell och lokal nivå. De första studierna kunde dock med fog kritiseras för att de inte hanterade den uppenbara invändningen att täckning och utnyttjande kan förväntas vara större där den ekonomiska aktiviteten redan är hög och växande. En första större studie²⁴ som hanterar detta använder data för OECD-länderna 1996-2007 och utnyttjar att den första generationens bredband använde befintliga fasta nät, vilket innebär att täckningsgraden för dessa kan användas för att skatta ett kausalt samband. Resultatet pekar mot att möjligheten att snabbt få hög bredbandstäckning med hjälp av befintliga nät hade stor betydelse för den nationella ekonomiska tillväxten. Flera senare studier har istället studerat effekter på lokal nivå genom att jämföra utveckling på platser som fått bredbandstäckning vid olika tidpunkter av skäl som inte beror på efterfrågan. Tre sådana arbeten studerar utvecklingen utanför storstadsområden i USA. En²⁵ finner att bredbandstäckning hade viss positiv effekt på tillväxt av befolkning och sysselsättning, men utan att påverka löneläget eller arbetslösheten. Den undersöker även effekten på distans- och hemarbete men utan att finna någon sådan. En annan²⁶ utgår från faktisk bredbandsanvändning, dvs. inte bara täckningsgrad, och finner att kommuner med hög utnyttjandegrad hade signifikant högre inkomstillväxt (i medianinkomsten) och större minskning av arbetslösheten. En tredje²⁷ studerar hur sannolikheten för lokalisering av nya företag påverkades av tillgången till bred-

²³ Hultkrantz och Nilsson (2001, s. 70)

²⁴ Czernich m.fl. (2011)

²⁵ Kolko (2012)

²⁶ Whitacre, Gallardo och Strover (2014)

²⁷ Kim och Orazem (2017)

bandsanslutning. Effekten visas ha varit positiv och särskilt starkt i områden med förhållandevis stor befolkning eller gränsande till storstadsområden.

De metoder som används i de amerikanska studierna för att försöka särskilja mellan korrelationer och kausala samband är dock kanske inte helt övertygande. På senare tid har flera studier som nog lyckas bättre med detta gjorts med europeiska data. En av dessa²⁸ jämför utvecklingen på företagsnivå med ett flertal mått i närliggande områden i nordöstra England som av historiska skäl haft olika telefonbolag och därför fick DSL-teknik vid olika tidpunkter. Studiens avkylande resultat är att detta inte ledde till några signifikanta skillnader när det gäller försäljningsvolym, anställning, anställningstillväxt eller nedläggningar. Två studier²⁹ baserade på tyska data finner däremot små men signifikanta positiva effekter på sysselsättningen i landsbygdskommuner, huvudsakligen inom tjänstesektorer, särskilt när det gäller kunskapsintensiva tjänster. Ett positivt resultat framkommer även i en italiensk studie³⁰ som utgår från ett subventionsprogram för bredbandsutbyggnad i Trentoregionen som ledde till en stegvis utbyggnad över en fyraårsperiod, vilket möjliggör jämförelser mellan företag som fick bredband vid olika tidpunkter. Resultatet tyder på att bredbandsanslutning ledde till betydande försäljningsökningar för företagen, men utan att sysselsättningen ökade.

De mest välgjorda analyserna är emellertid gjorda med norska data. Dessa baseras på mycket ingående data på företagsnivå och baseras på att utbyggnaden av bredband gick etappvis mellan kommuner i olika delar av landet enligt en plan som inte var efterfrågebaserad. En första sådan studie³¹ finner som helhet små produktivitetsoökningar för företagen, men det visar sig att högutbildad arbetskraft gynnades och lågutbildad missgynnades. Slutsatsen är därför att bredbandsanvändningen bidragit till ökad polarisering på arbetsmarknaden. En annan studie³² undersöker istället på effekterna på företagens utrikeshandel (export och import). Enligt hypotesen att "jorden blivit platt"³³ kunde man kanske förvänta att ökad bredbandsanvändning leder till att avståndsfaktorns betydelse minskar, vilket därmed skulle öka konkurrenskraften för företag med större avstånd till export- och

28 De Stefano, Kneller och Timmis (2014)

29 Fabritz (2013) och Falck, Mazat och Stockinger (2016)

30 Canzian, Poy och Schüller (2015)

31 Akerman, Gaarder och Mogstad (2015)

32 Akerman, Leuven och Mogstad (2018)

33 Friedman (2005)

importmarknaderna. Huvudresultatet i denna studie är emellertid det motsatta, det geografiska avståndets betydelse ökar. Den förklaring författarna ger till detta överraskande resultat är att de minskade avståndskostnaderna för informationsöverföring ökar antalet möjliga export- och importmarknader för företagen och detta får till följd att avståndskostnaden till följd av transporter får större relativ betydelse för vilka länder man handlar med.

Delningsekonomi

En viktig aspekt som delvis berör infrastrukturen är delningsekonomi för transporter. Framtidens användning av personbil i storstäder kommer knappast att vara grundad på personligt bilägande i samma utsträckning som idag. Agglomerations-effekternas baksida är trängsel. Teknikutvecklingen både när det gäller fordon (elektrifiering, automatisering) och kommunikation (Uber etc.) gör att utrymme för bilparkering kan frigöras genom att fordon samutnyttjas. Utanför storstadsområdena är inte trängsel en drivkraft på samma sätt, men å andra sidan leder den begränsade tillgången till kollektivtrafik att hushållen allt annat lika behöver fler fordon, vilket kan bli en annan anledning att söka delningsekonomiska lösningar.

För företag i avlägsna och glesbefolkade regioner ligger emellertid kanske den största potentialen i utvecklingen mot delningsekonomi i nya system för samlastning och samdistribution för godstransporter på väg eller järnväg. Den möjliga effektiviseringen ligger här i skapande av mer välfungerande marknader för lastkapacitet som möjliggör färre tomtransporter (t.ex. returtransporter) och högre fyllnadsgrad. Flera forskningsprojekt har studerat olika aspekter av detta (t.ex. projektet Future Rail vid Örebro universitet i samarbete med bl.a. Scandinavian Fibre Logistics), men få konkreta resultat finns ännu.³⁴ Det senare kan bero på den konflikt som uppstår vid genomförande av denna typ av förändringar mellan värdeskapande (här lägre styckkostnad för transport) och starkare priskonkurrens och som kan innebära att det kan krävas ett externt tryck för att övervinna ett förändringsmotstånd.

Förutsättningen för en utvecklad delningsekonomi när det gäller godstransporter ligger i kombination av en öppen webbaserad marknadslösning (likande exempelvis det som används av Uber eller Tradera) med avancerade auktionsbaserade algoritmer för allokering. Öppna webbaserade marknader innebär att information

34 Lunander och Hultkrantz (2019)

om utbud och efterfrågan (särskilt priser) vid olika tidpunkter görs tillgänglig för alla marknadsaktörer (till skillnad från ett system med bilaterala förhandlingar mellan en säljare och en köpare). Algoritmerna innebär att utnyttjandet av lastkapaciteten optimeras i ett komplext transportnätverk med många noder och även möjligheter för köpare och säljare att välja olika tidpunkter/dagar för en viss leverans.

Slutsatser

Det finns många aspekter på tillgång till infrastruktur och villkoren för dess utnyttjande som kan tänkas påverka förutsättningarna för företagande utanför storstadsområdena och jag har här enbart berört några. En viktig iakttagelse som kan göras är att de infrastrukturmässiga förutsättningarna för företagande utanför storstäderna utvecklas mot det bättre, som följd av utvecklingen mot lägre kostnader för resande, transporter och informationsöverföring.

Både flyg och lastbilstransporter står inför stora utmaningar när det gäller klimatomställningen. Flera av de åtgärder som redan genomförts, t.ex. den flygskatt som infördes 2018, liksom åtgärder som har planerats, t.ex. kilometerskatt för lastbilar, har väckt stort motstånd just därför att de hotar näringsliv och bosättning i sådana områden. Icke desto mindre finns det lite som talar för att sådant motstånd kommer att lyckas mer än tillfälligt. På några decenniers sikt kommer här istället teknikutvecklingen att ha en avgörande betydelse, exempelvis möjligheterna till elektrifiering och övergång till biodrivmedel.

När det gäller flyget är oavsett detta de mindre regionala flygplatserna och flyglinjerna ständigt hotade, antingen därför att de är en ekonomisk börda för de regionala finansierarna eller därför att finansierarna är förhindrade av statsstödsreglerna att bistå. Mot den bakgrunden kan det tyckas märkligt att så lite forskningsintresse har ägnats åt dels den organisatoriska lösningen på nationell nivå av flygplatserna, dels de samhälls- och regionekonomiska aspekterna.

Också när det gäller elektronisk kommunikation finns betydande utmaningar. En är nedsläckningen av koptarnäten. En annan är utbyggnaden av de mest kapillära delarna av bredbandsnäten. Även här saknas en del av det kunskapsunderlag som skulle behövas för att säkerställa väl fungerande och effektiva lösningar för att säkerställa att det inte uppstår stora geografiska kommunikationshål.

Referenser


- Adler, N., Ülkü T., & Yazhemy, E. (2013). "Small regional airport sustainability: Lessons from benchmarking". *Journal of Air Transport Management*, Vol. 33, s. 22–31.
- Akerman, A., Gaarder, I., & Mogstad, M. (2015). "The Skill Complementarity of Broadband Internet". *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 130, No. 4, s. 1781–1824.
- Akerman, A., Leuven, E., & Mogstad, M. (2018). "Information Frictions, Internet and the Relationship between Distance and Trade". University of Oslo, Dept. of Economics, memorandum 01/2018.
- Anderstig, C., Berglund, S., Eliasson, J., Andersson, M., & Pyddoke, R. (2012). "Congestion Charges and Labour Market Imperfections: 'Wider Economic Benefits' or 'Losses'?" Transportation Research Board, Conference Proceedings.
- Aschauer, D.A. (1989). "Is Public Expenditure Productive?". *Journal of Monetary Economics*, Vol. 23, No. 2, s. 177-200.
- Berndt, E. R., & Hansson B. (1992). "Measuring the Contribution of Public Infrastructure Capital in Sweden". *Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 94, s. 151-168.
- Bråthen, S., Eriksen, K.S., & Hjelle, H.M. (1999). "Cost Benefit Analysis in the Norwegian Aviation Sector". Oslo, Transportökonomisk Institut, TÖI report 433/1999.
- Börjesson, M., Eliasson, J., & Isacsson, G. (2013). "Infrastrukturens påverkan på ekonomisk tillväxt". Konjunkturinstitutet, Specialstudier nr 37.
- Börjesson, M., Isacsson, I., Andersson, M., & Anderstig, C. (2018). "Agglomeration, productivity and the role of transport system improvements". Centre for Transport Studies Stockholm, CTS Working Paper 2018:16.
- Canzian, G., Poy, S., & Schüller, S. (2015). "Broadband Diffusion and firm Performance in Rural Areas: Quasi-Experimental Evidence". IZA DP No. 9429. The Institute for Study of Labor, Bonn.
- Czernich, N., Falck, O., Kretschmer, T., & Woessmann, L. (2011). "Broadband Infrastructure and Economic Growth". *The Economic Journal*, Vol. 121, s. 505–532.
- De Stefano, T., Kneller, R., & Timmis, J. (2014). "The (Fuzzy) Digital Divide: The Effect of Broadband Internet Use on UK Firm Performance". University of Nottingham.

- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2004). "Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches". *Tourism Management*, Vol. 25, No. 3, s. 307-317.
- Fabritz, N. (2013). "The Impact of Broadband on Economic Activity in Rural Areas: Evidence from German Municipalities". IFO Institute, Working Paper 166.
- Falck, O., Mazat, A., & Stockinger, B. (2016). "Broadband Infrastructure and Entrepreneurship". IFO Institute.
- Fernald, J.G. (1999). "Roads to Prosperity? Assessing the Link between Public Capital and Productivity". *American Economic Review*, Vol. 89, No. 3, s. 619-638.
- Ferguson, S., & Forslid, R. (2016). *Flyget och företagen*. Stockholm: SNS Förlag.
- Forsyth, P. (2007). "Estimating the Costs and Benefits of Regional Airport Subsidies: A Computable General Equilibrium Approach". Dept. of Economics and Tourism Research Unit, Monash University.
- Friedman, T. (2005). *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. Allen Lane, Penguin Books.
- Garcia-Milà, T., & McGuire, T.J. (1992). "The Contribution of Publicly Provided Inputs to States' Economies". *Regional Science and Urban Economics*, Vol. 22, No. 2, s. 229-241.
- Graham, D.J. (2007). "Agglomeration, Productivity and Transport Investment". *Journal of Transport Economics and Policy*. Vol. 41 No. 3, s. 317-343.
- Gössling, S., Fichert, F., & Forsyth, P. (2017). "Subsidies in Aviation". *Sustainability*, Vol. 9, No. 8, s. 1295.
- Hultkrantz, L., & Nilsson, J.-E. (2001). "Nya bud – en ESO-rapport om auktioner och upphandling". Fritzes Offentliga Publikationer Ds 2001:40.
- Hultkrantz, L., & Ustyuzhanina, P. (2018). "Samhällsekonomiska aspekter på Örebro flygplats och vissa flyglinjer". Handelshögskolan vid Örebro universitet (opubl.).
- Isacsson, G., & Hultkrantz, L. (2004): "Infrastruktur och tillväxt". Statens väg- och transportforskningsinstitut, Linköping. VTI Notat 28-2004.

- Jorge, J.-D., & deRus, G. (2004). "Cost-Benefit Analysis of Investments in Airport Infrastructure: A Practical Approach". *Journal of Air Transport Management*, Vol. 10, No. 5, s. 311-326.
- Kim, Y., & Orazem, P. F. (2017). "Broadband Internet and New Firm Location Decisions in Rural Areas". *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 99 No. 1, s. 285-302.
- Kolko, J. (2012). "Broadband and Local Growth". *Journal of Urban Economics*, Vol. 71, s. 100-113.
- Krüger, N. (2012). "Does infrastructure really cause growth?: The time scale dependent causality nexus between infrastructure investments and GDP". Working papers in Transport Economics 2012:15, CTS – Centre for Transport Studies Stockholm (KTH and VTI).
- Lunander, A. & Hultkrantz, L. (2019). "Obstacles to Implementation of Web Auctions as a Means for Better Utilization of Freight Transportation Capacities". Örebro University, School of Business, working paper.
- Malecki, E.J. (2003). "Digital Development in Rural Areas: Potentials and Pitfalls". *Journal of Rural Studies*, Vol. 19, No. 2, s. 201-14.
- Neimeier, H.-M. (2001). "On the Use and Abuse of Impact Analysis for Airports: A Critical View from the Perspective of Regional Policy". I W. Pfahler (red.) *Regional Input-Output Analysis*. Baden Baden, Nomos Verlag.
- PTS (2017). "Mobiltäcknings- och bredbandskartläggning 2017. En geografisk översikt av tillgången till bredband och mobiltelefoni i Sverige". Post- och telestyrelsen (www.pts.se).
- SOU (2014:21). *Bredband för Sverige in i framtiden. Slutbetänkande av Utredningen om utvärdering av bredbandsstrategin*. Statens Offentliga Utredningar.
- Trafikverket (2018). "Analysmetod och samhällsekonomiska kalkylvärden för transportsektorn, ASEK". www.trafikverket.se.
- Wang, Q., Berglund, S., & Brundell-Freij, K. (2017). "PM-Kartläggning av flygresandet i Sampers". WSP Analys och Strategi, Stockholm.

Whitacre, B., Gallardo, R., & Strover, S. (2014). "Broadband's Contribution to Economic Growth in Rural Areas: Moving Towards a Causal Relationship". *Telecommunications Policy*, Vol. 38, s. 1011-1023.





Hur kan små och mellanstora företag belägna på landsbygden internationalisera sig?

Daniel Tolstoy

Daniel Tolstoy, Handelshögskolan i Stockholm.

Hur kan små och mellanstora företag belägna på landsbygden internationalisera sig?

Internationalisering innebär stora möjligheter för mindre företag att nå ut till nya marknader och öka sin försäljning. Även om Sverige har beskrivits som en "start-up-nation" består näringslivet – framförallt utanför storstäderna – till stor del av små och mellanstora företag¹ med uppenbara svårigheter att skala upp sina verksamheter². Detta syns bland annat i det faktum att antalet medelstora företag fortfarande är få i antal och endast utgör 0,5 procent av samtliga svenska företag medan små företag utgör den absoluta majoriteten om 99,4 procent³. För företag som verkar på relativt små nationella hemmamarknader – som till exempel den svenska marknaden – så kan internationalisering utgöra en av de viktigaste möjligheterna till att skapa tillväxt. Vägen till utländska marknader är emellertid ofta kantad av stora utmaningar som många små företag finner svåra att hantera – ofta på grund av resursbrist⁴. Den här resursbristen kan till exempel ta sig uttryck i bristande tillgång till extern finansiering eller avsaknad av den kritiska kunskap som krävs för att hantera kunder på utländska marknader⁵. De trösklar som skapas av resursbrist kan komma att höjas ytterligare om företaget är beläget i ett landsbygdsområde. Mindre företag på landsbygden kan uppleva svårigheter med att, till exempel, anställa nya medarbetare med internationell erfarenhet, bygga nätverk, eller att hitta kompetenta finansiärer.

I Sverige utgår majoriteteten av alla initiativ relaterade till internationell expansion från storstadsområden och tillväxtkommuner⁶. Detta är förstas logiskt eftersom det är där de flesta företagen finns och verkar. Benägenheten till internationalisering är emellertid något större bland storstadsföretag också när man justerar för det absoluta antalet. Enligt Tillväxtverkets rapport från 2014 så bedriver 30 procent av storstadsföretagen i undersökningen utländsk handel jämfört med 24 procent av landsbygdsföretagen⁷. Dessutom visar samma rapport att det är dubbelt så vanligt för internationa-

1 Enligt EU-kommissionens definition har 'små och medelstora' företag <250 personer anställda varav 'små företag' har <50 anställda.

2 Braunerhjelm m.fl. (2018)

3 Uppgift från Ekonomifakta (www.ekonomifakta.se) baserat på SCB-statistik (2017-12-06)

4 Nordman och Tolstoy (2016)

5 Melén Hånell, Rovira Nordman och Tolstoy (2017)

6 Tillväxtverket (2014)

7 Ibid

liserande storstadsföretag att ha etablerat internationella samarbeten eller att ha sin huvudsakliga försäljning utomlands jämfört med internationaliserande landsbyggsföretag. Därmed kan man möjligen skönja en utvecklingspotential för fler och mer intensiva internationella satsningar bland företag på landsbygden. Syftet med det här kapitlet är att, med stöd av befintlig forskning i området, kartlägga de svårigheter och möjligheter som präglar internationalisering från landsbygd⁸. Med den studien som utgångspunkt så kommer jag också föreslå några områden som kan vara intressanta för framtida forskning inom ämnet. Jag kommer avsluta med att peka ut områden som kan vara relevanta för beslutsfattare i policy-relaterade näringslivsfrågor.

Internationalisering från landsbygd

Forskning inom falten internationellt företagande och internationell marknadsföring har de senaste åren börjat belysa området som berör företags internationalisering från perifera områden. Med en "perifer marknad" menar jag här en glesbefolkad region inom ett visst avgränsat geografiskt område utan omedelbar förbindelse med en storstad⁹. Utgångspunkten för det här kapitlet är att företag som internationaliserar sig från sådana här områden ställs inför särskilda utmaningar som tidigare studier har visat kan vara svåra att hantera¹⁰.

Regionens påverkan på mindre företags förmåga att internationalisera sig

Teori om internationell expansion utgår från premissen att det alltid är svårare att bedriva lönsamma affärer på utländska marknader i jämförelse med hemmamarknaden¹¹. Det innebär att det internationaliserande företaget behöver besitta något slags konkurrensmässig fördel för att finna mödan värd. Konkurrenskraften kan skapas i en gynnsam industriell miljö i företagets hemmaregion. Tillgång till resurser, kapital och stödjande industrier på hemmamarknaden är bara några av de faktorer som strategilitteraturen har pekat ut som viktiga drivkrafter för företag att vilja expandera och etablera sin verksamhet i andra länder¹².

Företagets nätverk på hemmamarknaden kan öppna upp vägar till utländska marknader. Studier av mindre företag har till exempel visat att dessa företags

8 Se stycket 'Internationalisering från landsbygd' nedan för definition av landsbygd

9 Freeman, Styles och Lawley (2012)

10 Westhead, Ucbasaran och Binks (2004)

11 T.ex. Zaheer (1995)

12 Porter (1990)

internationalisering ibland sätts igång av en kundrelation på hemmamarknaden¹³. Det kan gå till på det sättet att kunden först etablerar verksamhet utomlands vilket leder till att det säljande företaget helt enkelt "följer med" kunden och börjar exportera till de marknader där kunden är verksam. Affärsrelationer på hemmamarknaden kan alltså i de här fallen visa sig vara avgörande för att förmå mindre företag att ta de betydelsefulla inledande stegen i en internationaliseringsprocess. Även vid ett senare skede av internationaliseringsprocessen kan affärsnätverket på hemmamarknaden fungera som en motor för affärsutveckling och skapandet av nya idéer¹⁴. Mindre företag behöver ofta samverka med organisationer i sin omgivning för att utveckla konkurrenskraftiga erbjudanden på en viss marknad eftersom de interna resurserna inte alltid är tillräckliga¹⁵.

Särskilda utmaningar förknippade med internationalisering från landsbygd

Företag som är belägna på landsbygden möter särskilda utmaningar i sina internationaliseringsprocesser jämfört med storstadsföretag. Det finns en samstämmighet i den här frågan som bland annat bestyrkts av landsomfattande undersökningar¹⁶ och av forskning på små och mellanstora företag som internationaliserar sig från landsbygd¹⁷. Vad orsakar då de upplevda och de reella trösklar till internationell expansion som mindre företag på landsbygden ställs inför? Från en tematisk genomgång av litteratur inom området så har jag identifierat tre kategorier av hinder som företagen möter: 1.) Resurshinder 2.) Geografiska hinder 3.) Institutionella hinder.

För det första så är det en etablerad idé inom forskningen att internationalisering är en resurskrävande process. Företag har behov av finansiellt kapital eftersom affärer på utländska marknader kräver investeringar och likviditet. Självfinansiering räcker inte alltid till för att täcka kundfordringar och krävande processer med att etablera nya relationer med utländska kunder. Lokala banker saknar ibland tillräcklig kunskap om utländska affärer och tycks därför inte kunna bistå internationaliserande företag på en tillräcklig nivå¹⁸. Resursbrist handlar också om kunskap. Företag med tillgång till högutbildad arbetskraft har ett högre genomsnittligt

13 Chetty och Agndal (2007)

14 Nordman och Tolstoy (2016)

15 Freeman, Styles och Lawley (2012)

16 Tillväxtverket (2014)

17 Westhead, Ucbasaran och Binks (2004)

18 Lindstrand och Lindbergh (2011)

exportvärde per exportvolym. Utbildningsnivån i en region har också en positiv påverkan på mångfalden av exporterade produkter och tjänster¹⁹. Det är inte bara kunskap kring de specifika produkter och tjänster som företagen exporterar som är viktig. Internationaliseringslitteraturen visar att det krävs en särskild kompetens i sig för att kunna internationalisera en affärsverksamhet²⁰. Den här kompetensen handlar om att kunna anpassa sin affärsverksamhet till olika sammanhang och olika marknader för att skapa lönsamhet. Den här kompetensen är däremot inte alldeles enkel att förvärva eftersom den är erfarenhetsbunden. Med det menas att kompetensen är kopplad till individers personliga erfarenheter av att bedriva affärsverksamhet på utländska marknader. Företag som har en ledning och en personalstyrka som saknar sådana erfarenheter från tidigare utlandssatsningar är därför benägna att ställa sig tveksamma inför internationella affärsmöjligheter. De kan uppfatta att de inte besitter de förmågor som krävs för detta. I vissa fall är dessa hinder verkliga och i andra fall är de endast upplevda. Företags brist på erfarenheter kring internationella affärer kan innebära att ansatser till utländska marknadsinträden kvävs i sin linda eller försenas. Studier har visat att tillgång till kvalificerad arbetskraft med erfarenhet av utländska affärer är lägre på landsbygden vilket innebär att svårigheterna med internationalisering trappas upp i de sammanhangen²¹. Resursbrist på landsbygd innefattar inte bara arbetskraft, det kan även handla om att företag saknar tillgång till affärsrelationer och nätverk som kan bidra med både de materiella och immateriella resurser som är nödvändiga för produktion och affärsutveckling. Studier har visat att svaga nätverk på hemmamarknaden leder till försämrade resultat i affärer utomlands eftersom affärsutvecklingen ofta stannar av²². Avsaknad av närhet till leverantörer kan till exempel innebära en lägre nivå av kunskapsutveckling, sämre produktionseffektivitet och längre ledtider. För att företag ska kunna vidmakthålla en hög innovations- och utvecklingsnivå, både i affärer på hemmamarknaden och utomlands, så behövs externa relationer som kan ge syre åt affärsutvecklingen genom att generera idéer om ny teknologi och nya affärsmodeller. Tillgång till dynamiska och resursstarka branscher är en viktig faktor för att företag inte ska stagnera och bli omsprungna av

19 *Bjerke och Johansson (2015)*

20 *Eriksson m.fl. (1997)*

21 *Freeman, Styles och Lawley (2012)*

22 *Nordman och Tolstoy (2016)*

konkurrenter²³. Även om det finns exempel på framgångsrika industriella kluster som har vuxit fram på landsbygd och skapat långsiktigt konkurrenskraftiga företag²⁴, så är det en förekommande risk att företag på landsbygd med tiden kan bli isolerade och tappa konkurrenskraft.

Den andra tröskeln som uppmärksammas kring internationalisering från landsbygd utgörs av geografiska hinder. Företag som verkar från landsbygd löper ökad risk att påverkas av avsaknad av effektiv logistisk infrastruktur som kan möjliggöra distributionen av deras produkter till nya marknader. På landsbygden är det större avstånd mellan producenter vilket får negativa effekter för transporteffektivitet.²⁵ I glest befolkade områden utförs transporter med lägre frekvens än i storstadsområden. De utförs också med lägre beläggning vilket i praktiken innebär att transporter kan gå halvfulla²⁶. Det här skapar ett kostnadspåslag i transporthantering som i sin tur kan påverka de säljande företagens lönsamhet negativt. Det kan också försvåra snabba och precisa leveranser till kunder. Utvecklingen går däremot framåt vad gäller logistik, inte minst på grund av den växande e-handeln som tvingar fram åtgärder för att förbättra effektivitet. Bland annat skapas fler logistikcentra i olika delar av landet vilket möjliggör snabbare och billigare transporter²⁷. Små internationaliserande företag har sällan tillräckliga resurser för att hantera sin logistik själva utan är beroende av samarbeten med tredje part. Utvecklingen av transportmöjligheter och förbättrade tjänster från logistikleverantörer är därför av stor betydelse för mindre företag som verkar från landsbygden.

Den tredje kategorin hinder som mindre företag från landsbygd ställs inför i deras internationalisering utgörs av institutionella hinder. Detta kan omfatta allt från arbetsmarknadsåtgärder, näringslivspolitik och riktade stödprogram som i varierad utsträckning kommer landsbygden till del. Enligt en nyligen utförd statlig utredning²⁸ så består politiska satsningar för att stödja näringslivet på landsbygden främst av statligt finansierad rådgivning och utbildning, bidrag/hjälp till kreditgivning och utveckling av infrastruktur för transporter och bredband. Rådgivning/

23 Se Bengtsson och Eriksson, denna antologi.

24 Johansson och Wigren (2006)

25 Se också Hultkrantz kapitel i denna antologi.

26 Sveriges kommuner och landsting (2013)

27 Ibid

28 SOU 2017:1

utbildning om att bedriva internationella affärer ställer höga krav på att kunskapen som förmedlas är relevant ur både ett branshperspektiv och även gällande de specifika förhållanden för de utländska marknader som är aktuella. För att våga ta första steget ut på en utländsk marknad – innan företaget samlat på sig erfarenhetsbaserad kunskap om hur man bedriver affärer utomlands – så kan företag på landsbygd behöva stöd för att komma igång med sin planering²⁹. Tillgång till specifik kunskap om utländska marknader och råd om hur man gör affärer utomlands kan både vara praktiskt användbart, men också bidra till att eliminera psykologiska spärrar. Stöd för att skapa ett bättre näringslivsklimat i särskilda regioner kan komma från branschorganisationer, statligt finansierade initiativ, rådgivande myndighetsnära organisationer (t.ex. Business Sweden), kreditgivande organisationer (t.ex. Exportkreditnämnden, EKN), Svensk Exportkredit (SEK) eller forskningsbaserade utvecklingsprogram (t.ex. Vinnova).

Möjliggörande faktorer för internationalisering av företag i landsbygd

Det finns strömningar som tycks skapa förbättrade möjligheter för internationalisering från landsbygd. Bland de strömningarna hör *globalisering, förändrad transaktionslogik och kostnadseffektiv produktion*.

Globalisering – som till stor del är driven av teknisk utveckling – har gjort det enklare och billigare att hålla kontakt med kunder från distans och också att kontrollera de delar av produktionskedjan som finns utomlands. Den här utvecklingen kan på sikt minska betydelsen av företagets lokalisering. Vi ser redan uppkomsten av företag av typen 'born-globals'³⁰ som internationaliserar sig vid ett tidigt skede eftersom deras kunder är spridda över många utländska marknader. Globaliseringen skapar nya förutsättningar för internationella strategier men ställer samtidigt ökade krav på företag att utveckla sina förmågor att ta till sig nya influenser och kunskaper. Företagen måste lära sig samspela med de aktörer som ingår i deras internationella värdekedja både på en nationell, lokal och global nivå.

E-handel har drivit fram en förändrad transaktionslogik på konsumentmarknader. Nya kundbeteenden har gjort att företag helt eller delvis fått anpassa sina

29 Dubois (2016)

30 Nordman och Melén (2008)

affärsmodeller till den digitala försäljningen. Nu ser vi även en utveckling där e-handel ökar i andel i de affärer som utförs företag emellan³¹. När även företagskunder kan hanteras från distans med hjälp av digitala plattformar så kan detta få positiva konsekvenser för internationell handel från landsbygd. Än så länge så överstiger potentialen i e-handel bland mindre företag de faktiska resultaten. Studier visar att internationell e-handel bland mindre svenska detaljhandelsföretag håller en förhållandevis låg nivå vad gäller andel av total försäljning, särskilt utanför de nordiska länderna³². För att öka internationell e-handel krävs logistiksamarbeten som kan skapa kostnadseffektiv distribution inom större geografiska områden. Effektiva transporter och logistik är med andra ord kritiskt för att internationalisera digitala affärsmodeller. Detta gäller särskilt på landsbygd där den lokala infrastrukturen kring logistik ofta håller en lägre nivå än i storstadsregionerna. Ett alternativ för mindre företag på landsbygden kan vara att söka draghjälp av digitala grossister eller detaljister som tillhandahåller säljplattformar riktade till utländska marknader. I de fallen kan grossisten sänka inträdeskostnaderna genom att ta hand om kundkontakt, marknadskommunikation, och distribution. En uppenbar baksida med sådana arrangemang, förutom att behöva dela med sig av vinsten till grossisten, är att företaget själv förlorar kontakten med, och inte lär sig något om, de marknader som det indirekt säljer till. De kommer med andra ord inte bygga upp någon egen kompetens för att bedriva internationella affärer och deras utländska försäljning riskerar att förbli en parentes i företagets totala verksamhet.

För det tredje, produktionsförutsättningarna i många landsbygdsområden skiljer sig i flera avseenden från förutsättningarna i städerna och kan främja kostnads effektivitet. På landsbygden kan till exempel tillverkande företag finna vissa lokalisering fördelar för sin produktion³³. Det kan handla om att företagen drar nytta av låga markpriser, billigare lagerhantering, lägre löneläge bland anställda och relativt låg personalomsättning.

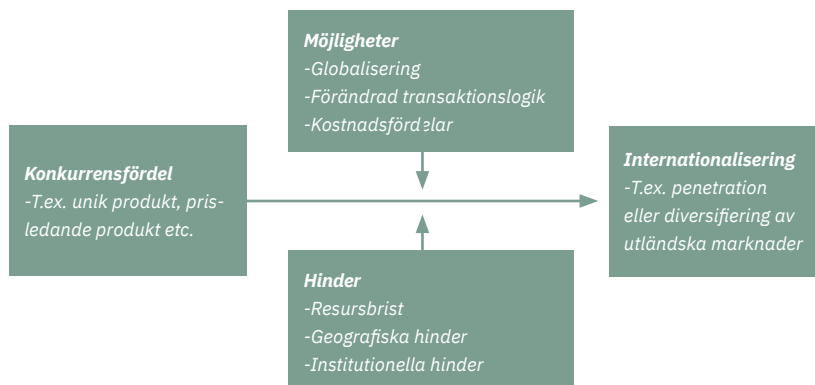
Figur 1 sammanfattar de inre och yttre förutsättningar som påverkar företags internationalisering från landsbygd.

31 Gregory, Ngo och Karavdic (2017)

32 Tolstoy, Jonsson och Sharma (2016)

33 Bjerke och Johansson (2015)

Figur 1: Hinder och möjligheter förknippade med att internationalisera ett företag från landsbygd.



Förslag på framtida forskning om internationalisering från landsbygd

Forskning på internationaliserande företag från landsbygd är fortfarande i sin linda. Baserat på den diskussion om utmaningar och möjligheter som dessa företag ställs inför så finns ett antal intressanta områden som framtida kan söka utveckla:

För det första så verkar det, generellt sett, förhålla sig på så vis att *hemmamarknaden* ofta skapar svårigheter – snarare än öppnar upp möjligheter – för landsbygdsföretags internationalisering. För att inte hemfalla åt alltför förenklade förklaringsmodeller bör emellertid de särskilda villkoren och särdragen på företagens hemmamarknader undersökas mer utförligt. Det sammanhang som landsbygdsföretag utgår från varierar; vissa miljöer är mer affärsmässigt gynnsamma medan andra är mer hämmande. Nätverkens sammansättning och utveckling har, till exempel, stor betydelse för att påverka företags benägenhet att upptäcka och ta till vara på affärsmöjligheter på utländska marknader. Det skulle med andra ord vara intressant att studera under vilka omständigheter redan existerande nätverk kan ge upphov till nya affärsmöjligheter, men också hur nya nätverk kan utvecklas i syfte att skapa förutsättningar för nya affärer på utländska marknader. Det vore även relevant, både från en teoretisk och praktisk utgångspunkt, att studera hur kunskap och kompetenser om internationellt företagande byggs upp inom företag och hur den kunskapen sedermera kan spridas och få fäste i regionen.

För det andra så finns en möjlighet att bidra till forskning relaterad till internationalisering från landsbygd genom att studera hur *förändrade marknadsstrukturer* genom t.ex. globalisering och ökad e-handel skapar nya förutsättningar för att göra affärer utomlands. Globalt utspridda kundsegment och en ökad grad av digitalisering skapar nya incitament och möjligheter för företag att internationalisera sig vid ett tidigt skede. Vi ser redan tecken på en förändrad transaktionslogik i företags utbyte sinsemellan där försäljningen antingen sker genom stor personlig inblandning eller där den är nästan helt automatiserad. Den här utvecklingen drivs både på av förändrade konsumtionsbeteenden och av teknologisk utveckling. På ena sidan spektrumet (personlig inblandning) handlar det om konsultativ försäljning där säljaren antar en expertroll. På den motsatta sidan av spektrumet (automatisering) sker försäljningen genom digitala beställningar där kunden till stor del betjänar sig själv. Företag som verkar från landsbygd kan nyttja denna utveckling genom att bedriva en större del av sin handel från distans. De kommer också få ökade möjligheter att få draghjälp till utländska marknader av digitala aktörer som konsoliderar e-handelns transaktioner med säljplattformar som i sin tur är kopplade till en logistikinfrastruktur (t.ex. Amazon). Forskning kommer även behöva belysa hur betydelsen av företags lokalisering förändras som en följd av ökad e-handel och hur mindre företag kan organisera sina verksamheter inom ramen för de nya marknadsstrukturer som uppstår. Företag kan till exempel, under de här nya förutsättningarna, dra nytta av att vara perifert lokaliserade på grund av kostnadsfördelar.

Det tredje intressanta forskningsfältet inom området innefattar *institutioners påverkan* på företags förmåga att internationalisera sin verksamhet från landsbygd. Forskning skulle kunna inrikta sig mot att förstå både de kortsiktiga och långsiktiga effekterna av hur olika samhällsfunktioner, stödprogram och politikens utformning påverkar företags möjligheter att initiera och genomföra internationaliseringsprocesser. Osäkerhet är en av de starkast hämmande faktorerna för internationalisering. Vi vet fortfarande lite om hur osäkerhet kan upphävas genom till exempel kunskapsstillförsel, tillgång till kreditgarantier och relevant rådgivning.

Praktiska implikationer

Att förstärka företags tillgång till kompetens och kapital ser ut att vara en av de viktigaste utmaningarna för att möjliggöra för företaget på landsbygden att kunna

internationalisera sina verksamheter. Kompetensbrist tar sig uttryck i att det kan vara svårt för företag att rekrytera arbetskraft som har relevanta erfarenheter av att göra affärer på utländska marknader. Talande för den specifika marknadskunskapens betydelse är, exempelvis, studier som visar den positiva effekt som personal som är födda i exportlandet har på företags exportintensitet³⁴. Landsbygden präglas emellertid av en låg grad av mångfald vilket innebär att det är svårt att utnyttja den här typen av möjligheter där³⁵. En åtgärd för att motverka kunskapsbrist om internationella affärer skulle kunna vara att satsa på att kompetensutveckla den befintliga personalen. En fördel med det är att personalomsättningen är lägre på landsbygden än i storstäderna eftersom det finns färre alternativa arbetstillfällen. Detta innebär att eventuella investeringar i att höja arbetskraftens kompetens inom internationellt företagande kan ge avkastning som kommer företagen i regionen till godo över längre tidsperioder. Ett annat resursproblem som företag på landsbygden kan uppleva är brist på kapital för att kunna bedriva affärer utomlands. Forskning har visat att mindre företag generellt finner lågt stöd hos banker i sin internationalisering³⁶. Vi skulle behöva se ett utökat samarbete mellan lokalt näringsliv och lokala bankkontor på landsbygden för att gripa an den, för bägge parterna, stora tillväxtpotential som finns i nya marknader.

Tabell 1: Praktiska implikationer grundade på identifierade hinder för internationalisering från landsbygd

Hinder för internationalisering på landsbygd	Praktiska implikationer för att övervinna hinder
<i>Resurshinder: Relativ brist på arbetskraft, kunskap om internationalisering, finansiering, nätverk och stödjande industrier.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Riktade yrkesutbildningar om internationellt företagande. • Program för att öka lokala bankers kompetens om internationellt företagande.
<i>Geografiska hinder: Relativ brist på effektiv fysisk infrastruktur för att överbrygga avstånd.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Stöd till distribution och logistik i landsbygd för att möjliggöra e-handel. • Skapa mötesplatser för tillverkare och återförsäljare.
<i>Institutionella hinder: Relativt sämre tillgång till myndigheter och stödjande system</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Uppsökande aktiviteter av EKN • Kommunen engagerar sig i näringslivsfrågor som berör utlandsetablering • Mentorsprogram för internationellt entreprenörskap som täcker in landsbygd

34 Hatzigeorgiou och Lodefalk (2014)

35 Bjerke och Johansson (2015)

36 Lindstrand och Lindbergh (2011)

Att exportera från landsbygd kan vara affärsmässigt motiverat eftersom studier visat att tillverkande företag kan dra kostnadsfördelar av perifer lokalisering³⁷. Försäljning och distribution från distans är däremot utmanande eftersom det bland annat försvårar personliga möten med kunder och att det förlänger transportvägar. För att råda bot på de geografiska hinder som kan vara förbundna med internationell handel från landsbygd så går det inte att kringgå betydelsen av tillgång till en effektiv infrastruktur för distribution. Även om möten och försäljning, i stigande utsträckning, kan ske med hjälp tekniska hjälpmedel så är varuleveranser alltjämt beroende av fysiska transporter. Köpare ställer allt högre krav på snabba och precisa leveranser och det är svårt att bygga en lojal kundbas utan att tillgodose dessa behov. Internationella affärer från landsbygd förutsätter med andra ord ett postsystem och ett transportsystem som täcker alla landsändar. En annan väg till att tillgängliggöra distribution för företag på landsbygd är att sammankoppla dem med grossister som har internationell räckvidd. Att sammanföra exporterande landsbygdsföretag med distributörer med verksamhet på större avsättningsmarknader är en intressant möjlighet som bör ses över av landsbygdskommuner.

Företag som verkar inom storstäder har inte bara vanligtvis stöd av en omgärdande bransch, de har också tillgång till institutionella aktörer som, till exempel, myndigheter och branschnätverk varifrån kunskap och erfarenheter om internationell handel kan inhämtas. I den grad detta inte redan sker så bör organisationer av typen Exportkreditnämnden, Business Sweden, och Vinnova uppmuntras att aktivt söka upp exporterande landsbygdsföretag för att öka medvetenheten om de möjligheter, tjänster och program som dessa organisationer kan erbjuda. Det finns även utrymme för politiskt riktade utbildningssatsningar som främjar kompetensutveckling gällande internationalisering från landsbygd. Landsbygdskommuner kan även ges riktat stöd för att till exempel kunna ordna nätverksträffar och förbättra sin kommunikation kring var företag kan vända sig för att få relevant affärsrådgivning och var de kan söka finansiering och kreditgarantier.

37 *Bjerke och Johansson (2015)*

Referenser

- Bjerke, L., & Johansson, S. (2015). *Företagande och arbetsliv i Sveriges lands- och stadsbygder*. Jönköping International Business School.
- Braunerhjelm P, Brändström D, Eklund J, Johansson P, Ketels C, Lappi E, Reitberger G, & Thulin P. (2018). "Allvarliga problem med Sveriges konkurrenskraft". *Svenska Dagbladet*, 2018-01-08.
- Chetty, S., & Agndal, H. (2007). "Social capital and its influence on changes in internationalization mode among small and medium-sized enterprises". *Journal of International Marketing*. Vol. 15 No. 1, s. 1-29.
- Dubois, A. (2016). "Transnationalising entrepreneurship in a peripheral region—The translocal embeddedness paradigm". *Journal of Rural Studies*. Vol 46, s. 1-11.
- Eriksson, K., Johanson, J., Majkgård, A., & Sharma, D. D. (1997). "Experiential knowledge and cost in the internationalization process". *Journal of International Business Studies*. Vol. 28 No. 2, s. 337–360.
- Freeman, J., Styles, C., & Lawley, M. (2012). "Does firm location make a difference to the export performance of SMEs?". *International Marketing Review*. Vol. 29 No. 1, s. 88-113.
- Gregory, G. D., Ngo, L. V., & Karavdic, M. (2017). "Developing e-commerce marketing capabilities and efficiencies for enhanced performance in business-to-business export ventures". *Industrial Marketing Management* (tillgänglig online).
- Hatzigeorgiou, A., & Lodefalk, M. (2014). Utlandsfödda och företagens internationalisering: *Ett lyft för tjänstexporten?* Entreprenörskapsforum.
- Johannisson, B., & Wigren, C. (2006). "The dynamics of community identity making in an industrial district: the spirit of Gnosjö revisited". *Entrepreneurship as social change: A third new movements in entrepreneurship book*. s. 188-209.
- Lindstrand, A., & Lindbergh, J. (2011). "SMEs' dependency on banks during international expansion". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 29 No. 1, s. 65-83.

Melén Hånell, S., Rovira Nordman, E., & Tolstoy, D. (2017). "New product development in foreign customer relationships: a study of international SMEs". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 29 No. 7-8, s. 715-734.

Nordman, E. R., & Melén, S. (2008). "The impact of different kinds of knowledge for the internationalization process of born globals in the biotech business". *Journal of World Business*. Vol. 43 No. 2, s. 171-185.

Nordman, E. R., & Tolstoy, D. (2016). "The impact of opportunity connectedness on innovation in SMEs' foreign-market relationships". *Technovation*. Vol. 57, s. 47-57.

Porter (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press.

Statens offentliga utredningar 2017:1 (2017). *För Sveriges landsbygder – en sammanhållen politik för arbete, hållbar tillväxt och välfärd*.

Sveriges kommuner och landsting (2013). *Varutransporter på gles- och landsbygd*.

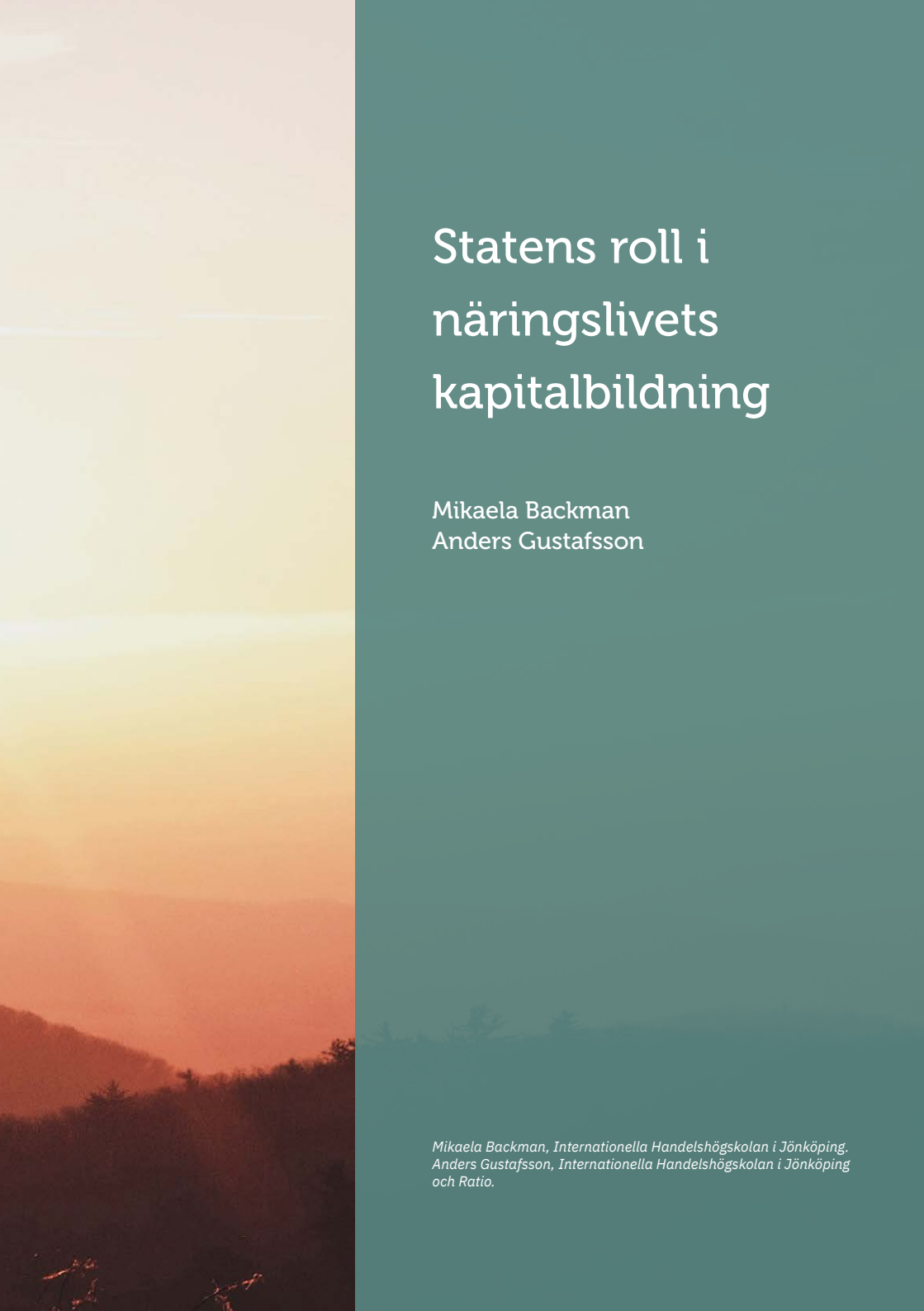
Tillväxtverket (2014). *Näringslivets internationalisering tar nya vägar: Företags villkor och verklighet 2014*.

Tolstoy, D., Jonsson, A., & Sharma, D. D. (2016). "The influence of a retail firm's geographic scope of operations on its international online sales". *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 20 No. 3, s. 293-318.

Westhead, P., Ucbasaran, D., & Binks, M. (2004). "Internationalization strategies selected by established rural and urban SMEs". *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 11 No. 1, s. 8-22.

Zaheer, S. (1995). "Overcoming the liability of foreignness". *Academy of Management Journal*. Vol. 38 No. 2, s. 341-36.





Statens roll i näringslivets kapitalbildning

Mikaela Backman
Anders Gustafsson

*Mikaela Backman, Internationella Handelshögskolan i Jönköping.
Anders Gustafsson, Internationella Handelshögskolan i Jönköping
och Ratio.*

- Forskning visar att avstånd till finansiella aktörer påverkar företagande i såväl storstäder och landsbygd.
- Tillgång till finansiella aktörer skiljer sig åt mellan olika regioner där landsbygd har en lägre tillgänglighet, främst på grund av lokaliseringen av riskkapital och nedläggningen av bankkontor.
- Trots omfattande statliga insatser för att förbättra kredittillgången för företag är det oklart ifall dessa åtgärder är kostnadseffektiva på lång sikt.
- Åtgärder för att förbättra företagens kredittillgång måste utformas på ett sådant vis att dessa är möjliga att utvärdera och förbättra.
- För att förbättra förutsättningar kring företagande för en levande landsbygd är det viktigt att de privata kreditmarknaderna fungerar så effektivt som möjligt.

Statens roll i näringslivets kapitalbildning

Företagens svårigheter med kapitalbildning och regionala utmaningar

Att företag i Sverige har problem att få tillgång till tillräckligt med externt kapital har påvisats i studier där företag själva rapporterar hur situationen ter sig för det enskilda företaget¹. Parallellt med detta observerar vi att många bankkontor försvinner från Sveriges olika regioner. Sedan 1990 fram till 2015 har 47 procent av alla bankkontor i Sverige försvunnit och den största minskningen har skett i regioner där man redan från början har ett lägre antal bankkontor: i våra glesbygdsregioner. Utveckling med färre bankkontor är inte enbart något som sker i Sverige utan även i många andra liknande länder². Denna utveckling speglar även den urbaniseringsprocess som kontinuerligt har skett och sker i Sverige. Dessa parallella utvecklingar kan därmed skapa problem för enskilda företag där särskilt företag på landsbygden kan vara mer utsatta.

Det är inte endast lånekapital, via banker, som är av betydelse för etablerade samt uppkomsten av nya företag. Alla typer av finansieringsformer är viktiga då de påverkar företagets tillgång till externt kapital. Detta innebär att bara för att bankkontor försvinner från en plats kan det fortfarande finnas tillgång till externt kapital genom andra kanaler för företagen såsom formellt riskkapital och affärsänglar. Det finns dock stora skillnader i utbud av andra finansieringsalternativ i olika delar av Sverige, där våra storstäder och främst Stockholm står för merparten av riskkapital³. Det finns även en stor diskrepans i storleken på olika typer av finansieringsformer. Utlåning till företag sker främst genom banker. Bankerna i Sverige lånade ut 1 331 miljarder SEK till företag i Sverige 2017⁴. Detta kan jämföras med den totala omsättningen för 'gräsrotsfinansiering' som 2015 omsatte cirka 123 miljoner SEK⁵ samt Almis finansieringsverksamhet som 2017 uppgick till 181 miljoner SEK i riskkapital och cirka 2,6 miljarder i nya lån till företag. Andra typer av riskkapital

1 *Blanchflower, Oswald, and Stutzer (2001); Nykvist (2008). Se även rapporten från Tillväxtanalys (2019) där en längre diskussion gällande regionala kapitalförsörjningsstrukturer återges. .*

2 <https://www.cnbc.com/2016/04/21/bank-branches-are-evolvingand-shrinking.html>, <http://houstonblog.jll.com/bank-branches-decrease/>, <https://www.ft.com/content/f2b66af8-c153-11e6-81c2-f57d90f6741a>, läst 180312.

3 *Berggren and Silver (2010).*

4 https://www.swedishbankers.se/media/3835/18_bank-o-finansstatistik_2017.pdf, hämtat 13 juni, 2018.

5 *S.k. 'crowdfunding' (eng.) SOU (2018).*

såsom privata investeringar av affärsänglar eller av private equity aktörer i små och medelstora bolag är tyvärr svåra att uppskatta. De uppskattningar som har gjorts är osäkra men ger en fingervisning på marknadernas betydelse, där investeringar av affärsänglar uppgår till cirka en procent av Sveriges BNP, vilket även brukar motsvara storleken på den formella riskkapitalmarknaden⁶. Sammantaget visar detta på en bild av en skev fördelning av finansiellt utbud av kapital i Sveriges olika regioner och där banker och bankkontor (som den största källan av externt kapital) försvinner i rask fart från landsbygden.

Avstånd mellan företag och finansiella aktörer är av betydelse

Trots utvecklingen och den förändring som sker inom den finansiella sektorn och trots att beslutsfattare på allt från EU-nivå ner till kommunnivå ofta uppmärksammar frågan om finansiellt utbud och finansiellt kapital för små och nystartade företag, finns det få studier eller rapporter som undersöker hur de regionala kapitalförsörjningsstrukturerna ser ut i olika länder generellt och specifikt i Sverige. Det finns många forskare som separat har analyserat olika delar av den regionala kapitalförsörjningsstrukturen, såsom tillgång till banker, tillgång till riskkapital samt stötande funktioner, men få har tagit hela den regionala kapitalförsörjningsstrukturen i beaktning. Studier som har genomförts inom området visar att avståndet mellan företag och finansiella aktörer påverkar företagets förutsättningar att få tillgång till externt kapital. Den forskning som har gjorts inom detta området fokuserar ofta på tre olika typer av avstånd: (i) studier som fokuserar på det geografiska avståndet mellan olika aktörer, ofta definierat som "operativt avstånd", (ii) studier som fokuserar på närhet i organisatoriskt hänseende, ofta definierat som "funktionellt avstånd". Funktionellt avstånd mäter avståndet mellan företaget och bankkontor samt mellan bankkontoret och dess huvudkontor/regionkontor⁷. Det tredje avståndet mäter (iii) konkurrensnivån mellan olika finansiella aktörer och hänvisar till detta som ett "konkurrensavstånd". Forskarna visar att samtliga avstånd påverkar företag i deras strävan att få tillgång till extern finansiering⁸. Således finns en rums- lig komponent knuten till samtliga koncept. Att geografisk närhet är av betydelse

6 Söderblom (2012).

7 Alessandrini, Presbitero, och Zazzaro (2009).

8 Cole (1998); Cole, Goldberg, och White (2004); Ferri och Messori (2000); Fritsch och Schilder (2008); Lutz, Bender, Achleitner, och Kaserer (2013).

är en grundläggande del i de teorier som förklarar agglomerationer av ekonomisk verksamhet, där ett minskat avstånd mellan olika ekonomiska aktörer underlättar deras samarbete och förbättrar deras informations- och kunskapsöverföring.⁹ Andra studier använder sig, förutom av geografiska avstånd, av socialt, kognitivt, organisatoriskt och institutionellt avstånd. Närhet kan uppstå i samtliga dessa dimensioner och de kan ses som komplement men även substitut till varandra¹⁰.

Hur påverkas företagen av närhet (eller av en brist därav) till finansiella aktörer?

Sett till företagen innebär detta att deras initiala lokalisering påverkar deras tillgång till externt kapital särskilt i hänseende till riskkapital och i mindre utsträckning i hänseende till lånekapital, allt annat lika. Då det finns stora skillnader mellan regioner där det främst är glesa miljöer som har mindre tillgång till finansiella aktörer, mindre tillgång till andra stödjande funktioner samt en svag fastighetsmarknad, bidrar detta till stora skillnader i de regionala kapitalförsörjningsstrukturerna inom ett land som Sverige. Ett problem som kan uppkomma för företag på landsbygd är att även om ett företag kan få lånekapital för att finansiera sin löpande verksamhet kan det vara svårare att få krediter till att finansiera större investeringar, såsom en fastighet som behövs för att verksamheten ska bibehållas eller för att verksamheten ska kunna växa. Det finns självklart ett orsakssamband mellan utbud av finansiering och finansiella tjänster och den lokala och regionala efterfrågan på dessa tjänster. På platser med få företag och där företagen sällan eftersöker finansiella tjänster finns det inte heller en efterfråga att fylla. Sammanfattningsvis bidrar skillnaderna till att företagets finansieringsmöjligheter skiljer sig åt mellan olika regioner och bidrar till att affärsprojekt med liknande avkastning har olika svårt att få tillgång till externt kapital baserat på deras initiala lokalisering.

Givet de företag som finns i en region (där denna så kallade företagssammansättningen utgörs av vilken storlek som företagen har, vilka ägarstrukturer företagen har, samt vilka branscher som finns överrepresenterade) kan man utgå från att olika företag har olika svårt att få tillgång till finansiellt kapital. Det kan även vara så att olika typer av företag värderas olika i olika regioner vilket medför att en investering för ett företag blir olika dyrt (vilken ränta företaget får betala) beroende på

9 *Storper och Venables (2004).*

10 *Boschma (2005).*

var i Sverige företaget är lokaliserat. Studier finner att unga och nystartade företag generellt sett har svårare att få tillgång till finansiellt kapital då det saknas företagshistoria och har därmed svårare att visa för en extern partner om företaget är lönsamt¹¹. Detta innebär att en försämring av tillgängligheten till finansiellt kapital påverkar nyetablerade och/eller entreprenörer i större utsträckning.

Olika företag har även olika grader av "investment readiness" som hänvisar till företags kapacitet och förmåga att få finansiering och hur redo de är att motta externt kapital. Låg "investment readiness" kan t.ex. handla om att företagarna inte har en affärsplan, orealistiska förväntningar på finansörerna samt dåliga strategiska visioner och mål. Det gäller även deras kunskap om olika typer av finansiering och deras olika förväntningar och krav, som ofta är en viktig del. Ofta fokuserar man i detta sammanhang på nyetableringar eller små och medelstora företag då dessa ofta har ett större behov av initial finansiering och har oftare svårare att få tillgång till finansiering. För att öka företagets "readiness" kan företagarna få hjälp av externa parter med att minska den asymmetriska information som uppstår mellan finansiär och företag genom att man hjälper företagarna med att skapa affärsplaner och strategier samt hjälp med att skapa större nätverk. Detta kan ske genom att offentliga aktörer hjälper företag. Det kan även ske genom att affärsänglar går in i företaget, då dessa tillför kunskap, nya strukturer, samt använder sitt professionella nätverk för att hitta investeringar i nästa steg. Sådana insatser hjälper med andra ord företagen främst med att bättre och på ett koncist sätt förmedla information om sitt företag¹² och kan därmed vara av stor betydelse och kanske särskilt för företag på landsbygden då de i vissa fall kan ha ett större behov av att förtydliga för externa finansiella parter som i många fall är (geografiskt) längre bort från deras verksamhet.

Utvecklingen av bankkontor i Sverige

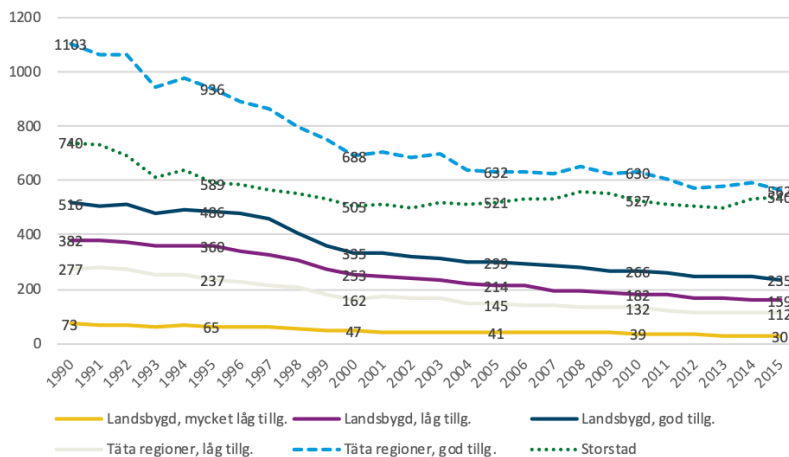
Eftersom banker används som den främsta finansieringsformen i Sverige visar detta avsnitt utvecklingen på bankmarknaden i Sverige från 1990 till 2015. För att möjliggöra en mer detaljerad beskrivning av utvecklingen av bankkontor delas Sveriges kommuner upp i sex olika typer av regioner: (i) Storstad, (ii) Täta regioner, god tillgänglighet, (iii) Täta regioner, låg tillgänglighet, (iv) Landsbygd, god tillgäng-

¹¹ Backman (2015); Cassar (2004).

¹² Silver, Berggren, och Veghohn (2010).

lighet, (v) Landsbygd, låg tillgänglighet, och (vi) Landsbygd, mycket låg tillgänglighet¹³. Följande figur visar utvecklingen från 1990 till 2015 i antalet bankkontor i Sverige för de ovannämnda sex regiontyperna.

Figur 1. Utvecklingen av bankkontor i olika regionstyper i Sverige.



Källa: egen bearbetning av registerdata från SCB.

Figur 1 visar att det har skett en minskning i antal bankkontor i samtliga regionindelningar men av olika omfattning. Den största procentuella minskningen i antal bankkontor har skett i regioner med låg tillgänglighet till större regionalt centra och städer. I landsbygdskommuner med låg och mycket låg tillgänglighet har antalet bankkontor minskat med cirka 58 procent. För täta regioner med låg tillgänglighet har bankkontoren minskat med cirka 60 procent. Det har även skett en minskning från 1990 till 2015 i täta regioner med god tillgänglighet och storstadsregioner men inte i lika stor utsträckning, med en minskning av 49 respektive 27 procent. I storstadsregioner kan till och med en ökning av bankkontor under de senaste åren observeras. Detta kan vara en konsekvens av att fler utländska banker har lokaliserat sig och verkar i Sverige och att de då väljer att lokalisera sig i storstadsregionerna och

13 Tillväxtanalys (2014).

främst i Stockholm. Mönstret med en minskning av antal bankkontor i samtliga regioner utom storstadsregionerna är givetvis en spegling av den urbaniseringsprocess som kontinuerligt sker i Sverige där individer och företag flyttar från landsbygden till förmån för städer. Samma mönster återfinns dock om man även ser till antalet bankkontor i relation till befolkningsförändringen som har skett över samma period, dels sett till totala antalet individer som bor i respektive region och antal bankkontor relaterat till antal individer i åldrarna 20–50 som bor i respektive region. Individer i åldern 20 till 50 antas vara de som är mest mobila och därmed påverkar urbaniseringstrenden. Det är med andra ord inte enbart urbaniseringsprocessen som driver den strukturella förändringen som sker inom banksektorn.

Följande kartor visar ett annat perspektiv av förändringen av bankkontor från 1990 till 2015. Kartorna visar var i Sverige bankkontoren finns på koordinatnivå. Kartorna utgår från ett system av rutor där hela Sveriges geografi är indelad i rutor av storleken 250*250 meter i tätorter och 1000*1000 meter på landsbygden. Finns det minst ett bankkontor i respektive ruta visas det genom en prick på kartan.

Figur 2. Bankkontor på koordinatnivå, år 1990 (till vänster) och 2015 (till höger).



Källa: egen bearbetning av registerdata från SCB.

Figur 2 visar en klar minskning av antal bankkontor från 1990 till 2015. Minskningen har skett i samtliga delar av landet. Det är givetvis även av betydelse vilken typ av bankkontor som försvinner. I spektret av funktioner och tjänster som olika bankkontor förser kunder med finns allt från enkla servicekontor med begränsade öppettider till stora bankkontor med ett brett utbud av tjänster, alltifrån enkla till mer avancerade tjänster. Genom deskriptiv statistik över de bankkontor som har lagts ner jämfört med kvarvarande bankkontor framkommer mönstret att det främst är mindre bankkontor som läggs ner. De som har lagts ner har som genomsnitt runt fem anställda, där vi ser en trend i en minskning i storleken bland nedlagda bankkontor över tid.

Vad kan, eller inte kan, staten göra?

Givet de marknadsmisslyckanden som kan tänkas finnas på kapitalmarknaderna, finns det något som staten och det offentliga kan göra för att förbättra företagens tillgång till kapital? Frågan är inte helt enkel att besvara trots att alla utvecklade länder har olika former av insatser för att hjälpa små och medelstora företag med tillgången till kapital. Detta beror dels på att dessa insatser inte alltid är designade på ett sådant vis som gör det enkelt att utvärdera dem i efterhand och dels för att insatser för att korrigera marknadsmisslyckanden är komplicerade att utforma.

Bör staten uppmuntra till entreprenörskap?

Huruvida staten bör uppmuntra entreprenörskap eller inte kan låta som en märklig fråga. I svensk debatt har politiker från såväl höger som vänster ansett att det är bra ifall fler startar företag. I den akademiska debatten är det dock inte lika självklart att det är positivt. Om personer som inte nödvändigtvis har goda förutsättningar att bli framgångsrika entreprenörer uppmuntras starta företag finns det stor risk att de inte kommer att bli framgångsrika¹⁴. Välfungerande marknadsekonomier karaktäriseras av en stor omsättning av bolag där de mindre framgångsrika bolagen snabbt slås ut¹⁵. Om fler personer uppmuntras att bli entreprenörer finns det en risk att individer som inte har förmåga att lyckas på marknaden ändå lockas in. När deras bolag sedan slås ut i konkurrensen finns det risker att de drabbas av problem så som privat skuldsättning.

¹⁴ Shane (2009).

¹⁵ Aghion, Fally och Scarpetta (2007).

Vidare bör det uppmärksammas att framgångsrika marknadsekonomier inte främst består av ett stort antal små och medelstora företag¹⁶. En hög nivå av småföretag är snarare ett tecken på att det finns problem på marknaden som gör att framgångsrika företag inte kan växa sig stora, eller att arbetslösheten är så pass hög att individer känner sig tvingade till att starta företag (så kallat nödvändighet-entreprenörskap).

Dessa invändningar till trots verkar det finnas en politisk vilja till att stödja småföretag. Ett sätt som det offentliga kan stöda småföretag är genom olika former av insatser för att öka deras tillgång till ekonomiskt kapital. Målet är att motverka de marknadsmislyckanden som kan finnas på kapitalmarknaden för just småföretag.

Vilka företag bör subventioneras?

Teoretiskt sett är det både enkelt och svårt att lösa marknadsmislyckanden på kapitalmarknaden. Enkelt, därför att staten kan minska marknadsmislyckandet genom såväl direkt som indirekt ge pengar till privata företag. Företag som har goda idéer och projekt, men inte får tillräckligt med pengar från marknaden, kan använda dessa pengar till att förverkliga sina projekt, vilket i sin tur kan göra att företagen blir mer produktiva och kan växa. Men långt ifrån alla små företag har goda idéer och projekt.

Det svåra ligger i att identifiera *vilka* bolag som bäst behöver pengar. De företag som får pengar skall ha så pass goda idéer och projekt att de kan generera en vinst, överleva på marknaden och utvecklas. Detta ställer höga krav på företagen, framför allt i ett land som Sverige där de flesta marknader kännetecknas av en hög konkurrens. Många idéer är inte lönsamma och det är vanligt att nystartade företag försvinner från marknaden på några få år. Subventionerna måste därför riktas till företag med relativt goda förutsättningar.

Samtidigt får subventionerna inte gå till alltför bra företag. Det är just dessa företagen som har möjlighet att få kapital från marknaden och inte är drabbade av kreditransonering. Ifall staten erbjuder kapital till dessa företag, och framför allt ifall staten gör det på mera gynnsamma villkor än marknaden, så riskerar staten att trycka undan privat kapital. Detta fenomen kallas *undanträngning* och effekten blir att det statliga kapitalet bara ersatt det privata utan några positiva nettoeffekter.

¹⁶ Henrekson och Sanadaji (2014).

Antalet företag som behöver subventioneras kommer i sin tur att variera med storleken på marknadsmisslyckandet. Ju sämre de privata kapitalmarknaderna fungerar desto fler företag behöver subventioneras och vice versa. Det problematiska är att det är teoretiskt svårt att säga hur ineffektiva marknaderna är samt att de tillgängliga empiriska studierna ger otydliga svar. Att mäta storleken på ett marknadsmisslyckande är svårt då det bygger på att försöka mäta hur många transaktioner som inte genomförs men som borde ha genomförts om marknaden fungerade perfekt.

Slutsatsen är således att statliga subventioner på kapitalmarknaden måste riktas till företag som är så pass bra att deras idéer och projekt kommer att lyckas på marknaden, men inte är så bra att de får tillgång till tillräckligt med kapital från marknaden. Att identifiera dessa företag är en svår uppgift som ställer omfattande krav på utformningen av de statliga insatserna.

Politiska risker med statliga stöd

Ytterligare en svårighet med statliga stöd är att de riskerar att användas för politiska syften snarare än att maximera samhällsnyttan. Ifall företag i industrier som inte går bra på marknaden kan lobba sig till olika former av stöd, så kan de fortsätta sin verksamhet istället för att tvingas anpassa sig till marknadens krav¹⁷. Det är även möjligt att stöden designas på ett sådant vis att de inte riktas till företag som kan få störst nytta av stöden utan till branscher som kan ge mest politisk uppmärksamhet.

Det finns även en risk i att företag specialiserar sig på att söka stöd och använder sig av dessa stöd i löpande verksamhet snarare än att förbättra verksamheten¹⁸. Detta är problematiskt då det riskerar att slösa resurser som skulle kunna spenderas på andra, mer lämpade företag. Det kan dessutom leda till en uppfattning bland allmänheten om att företagsstöd är förknippade med korruption och personliga kontakter. Effektiva stöd bör således designas på ett sådant vis att de inte kan missbrukas, till exempel genom att myndigheter måste dela information om vilka företag som har mottagit deras subventioner.

¹⁷ Baldwin och Robert-Nicoud (2007).

¹⁸ Gustafsson, Gustavsson Tingvall och Halvarsson (2018).

Hur bör stöden designas för att kunna utvärderas?

Det är av största vikt att företagsstöd utformas på ett sådant vis att de går att utvärdera i efterhand. Om stöden är svåra att utvärdera är det också svårt för det offentliga att lära sig vilka stöd som fungerar bra och vilka som fungerar mindre bra. Helst bör stöden fördelas på ett slumpmässigt vis till de företag som sökt och ansetts varit tillräckligt bra. På så vis kan den grupp som inte fått ett stöd fungera som en kontrollgrupp, vilket gör det möjligt att enkelt jämföra de olika grupperna. I de fallen som det inte är möjligt att slumpa ut stöden, som vid till exempel Almis lån som ges i samarbete med kommersiella banker, är det viktigt att det samlas in information om de företag sökt och fått stöd, samt de företag som fått nej när de sökt ett stöd. Detta underlättar senare utvärdering, då man kan jämföra grupper som precis fått "ett ja" till stöd med grupper som precis fått ett "nej" till stöd¹⁹.

Svenska och internationella erfarenheter av statliga stöd

Det finns ett stort antal, såväl internationella som svenska, utvärderingar av stöd såsom subventionerade lån, FoU-stöd till företag, statligt riskkapital och andra stöd. Tyvärr är slutsatserna inte samstämmiga, just på grund av att stöden sällan är designade så att de är enkla att utvärdera i efterhand. En sammanfattning av 77 olika internationella studier kring FoU-stöd finner stor spridning mellan resultaten i olika studier i olika länder²⁰. Det verkar således inte finns något land som har ett avsevärt bättre system än något annat.

Svenska erfarenheter

I Sverige har det skett en större antal utvärderingar under senare år, till stor del tack vare den databas som Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) har byggt upp. Denna databas innehåller information om vilka företag som fått stöd från Vinnova, Tillväxtverket och Energimyndigheten, företag som fått lån från Almi samt företag som fått såväl statligt som privat venture capital.

De utvärderingar som gjorts på direkta stöd visar olika resultat. En studie om Vinnovas innovationsstöd visar på positiva effekter²¹, men en annan studie som

¹⁹ Angrist och Pischke (2010).

²⁰ Zúñiga-Vicente (2014).

²¹ Söderblom m.fl. (2015).

använder en annan metod hittar inga effekter²². En regional jämförelse visar på mer positiva effekter i regioner med god tillgång till kompetent personal, men negativa effekter i glesbygd²³. En studie som studerar de långsiktiga effekterna av stöd från Vinnova, Tillväxtverket och Energimyndigheten hittar positiva effekter på kort sikt, men inga effekter på lång sikt²⁴.

Det statliga riskkapitalet investeras ungefär på samma vis som privat riskkapital, vilket innebär att de företag som mottar stöden går med vinst. Dock verkar det offentliga riskkapitalet i mindre utsträckning dra sig ur mindre framgångsrika företag än privat riskkapital²⁵.

En studie som utvärderade Almilån, som ofta men inte alltid ges i samarbete med kommersiella banker, fann att dessa lån leder till långsiktigt positiva effekter på omsättning och produktivitet men inte till att företagen som får lån anställer mer personal på lång sikt²⁶. Sammanfattningsvis är således resultaten av de svenska insatserna i dagsläget blandade och beroende av vilken metod som använts vid utvärderingen. Det verkar dock finns begränsat stöd för att de befintliga statliga insatserna har någon omfattande positiv påverkan.

Sammanfattning och rekommendation

I Sverige, i likhet med många andra länder, finns det stora regionala skillnader med hänseende till de tjänster och den service man kan tillgå. En aspekt av detta är företagets och entreprenörers tillgång till finansiellt kapital. Då banker är en stor aktör på den svenska finansiella marknaden och även står för merparten av utlåning till företag och privatpersoner kan utvecklingen av denna sektor påverka den övergripande tillgången till kapital. Som påvisats i detta kapitel sker det en avveckling av de svenska bankkontoren där över hälften av alla bankkontor har försvunnit över en tjuugoårsperiod, där tappet är särskilt stort på landsbygden (avvecklingen på landsbygden har även skett i en högre takt än den urbaniseringsprocess som skett under samma period). Det finns idag alltför få studier som fokuserat på effekten av denna utveckling och det behövs studier som analyserar (i) hur bankernas utlåning har ändrats över tid (vilka företag lånar man ut till, hur stora lån ges, vilken ränte-

22 Daunfeldt, Gustavsson Tingvall och Halvarsson (2014).

23 Gustavsson Tingvall och Videnord (2018).

24 Gustafsson m.fl. (2016).

25 Engberg, Gustavsson Tingvall och Halvarsson (2017).

26 Gustafsson (2018).

nivå etcetera.) och vilka regionala skillnader det finns, (ii) hur bankernas avveckling påverkar etablerade företag med tanke på investeringstakt och andra företags-specifika faktorer, samt (iii) vilka bankkontor som läggs ner. Ett alternativ till brist på banker och andra finansiella aktörer är för staten att gå in med stöd. Statliga stöd till näringslivet kan spela en positiv roll, men måste designas på ett korrekt vis för att få god effekt. Stöden måste kunna utvärderas i efterhand och bör designas så att de inte kan utnyttjas av företag eller politiker för andra syften än maximal tillväxt.

Även om statliga stöd kan ha en positiv effekt bör det betonas att dessa skall ses som komplement till privat finansiering och inte ett substitut. De statliga åtgärderna är av begränsad storlek i förhållande till marknaden som helhet och är svåra att fördela ut på ett effektivt sätt. Givet de problem med statliga insatser som har beskrivits ovan så bör förhoppningarna kring offentliga stödinsatser vara begränsade. Med det sagt finns det potential att förbättra de existerande subventionerna, framför allt i fall de designas på ett sådant vis att utvärdering och lärande underlättas. Det är även viktigt att dessa åtgärder utvärderas med vetenskapligt rigorösa metoder så att de kan förbättras över tid. Det finns även en brist på forskning om statliga åtgärder som tar hänsyn till de politiska begränsningar som kan finnas när sådana system designas.

Referenser

- Aghion, P., Thibault F., och Scarpetta, S. (2007). "Credit Constraints as a Barrier to the Entry and Post-Entry Growth of Firms". *Economic Policy*, 22 (52), 732–79.
- Alessandrini, P., Presbitero, A. F., och Zazzaro, A. (2009). "Global banking and local markets: a national perspective". *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*. Vol. 2 No. 2, s. 173-192
- Angrist, J. D., och Pischke, J-S. (2010). "The Credibility Revolution in Empirical Economics: How Better Research Design Is Taking the Con out of Econometrics". *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 24 No. 2, s. 3-30.
- Backman, M. (2015). "Banks and new firm formation". *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 22 No. 4, s. 734-761.
- Baldwin, R. E., och Robert-Nicoud, F. (2007), Entry and Asymmetric Lobbying: Why Governments Pick Losers. *Journal of the European Economic Association*. Vol. 5 No.5, s. 1064-1093.
- Berggren, B., och Silver, L. (2010). Financing entrepreneurship in different regions: The failure to decentralise financing to regional centres in Sweden. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 17 No.2, s. 230-246.
- Blanchflower, D. G., Oswald, A., och Stutzer, A. (2001). "Latent entrepreneurship across nations". *European Economic Review*. Vol. 45 No. 4-6, s. 680-691.
- Boschma, R. (2005). "Proximity and Innovation: A Critical Assessment". *Regional Studies*. Vol. 39 No. 1, s. 61-74.
- Cassar, G. (2004). "The financing of business start-ups". *Journal of Business Venturing*. Vol. 19 No. 2, s. 261-283.
- Cole, R. A. (1998). The importance of relationships to the availability of credit. *Journal of Banking & Finance*, 22, 959-977.
- Cole, R. A., Goldberg, L. G., och White, L. J. (2004). "Cookie Cutter vs. Character: The Micro Structure of Small Business Lending by Large and Small Banks". *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. Vol. 39, s. 227-251.

Daunfeldt, S-O., Gustavsson Tingvall P, och Halvarsson, D. (2014). *Företagsstöd till innovativa små och medelstora företag – en kontrafaktisk effektutvärdering*. Tillväxtanalys. <https://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/pm/pm/2014-09-09-foretags-stod-till-innovativa-sma-och-medelstora-foretag-----en-kontrafaktisk-effektutvardering.html>.

Engberg, E., Gustavsson Tingvall, P. och Halvarsson, D. (2017). Direct and Indirect Effects of Private- and Government Sponsored Venture Capital. *Ratio Institute Working Paper 288*.

Ferri, G., och Messori, M. (2000). "Bank-firm relationships and allocative efficiency in Northeastern and Central Italy and in the South". *Journal of Banking & Finance*. Vol. 24, s. 1067-1095.

Fritsch, M., och Schilder, D. (2008). Does venture capital investment really require spatial proximity? An empirical investigation. *Environment and Planning A*. Vol. 40 No. 9, s. 2114-2131.

Gustafsson, A. (2018). Take it to the (public) bank: The efficiency of public bank loans to private firms?, *Tillväxtanalys Working Paper 2018:02*. <https://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/wp/wp/2018-06-29-take-it-to-the-public-bank--the-efficiency-of-public-bank-loans-to-private-firms.html>.

Gustafsson, A, Stephan, A., Hallman, A., och Karlsson N. (2016). "The 'Sugar Rush' from Innovation Subsidies: A Robust Political Economy Perspective". *Empirica* Vol. 43 No. 4, s. 729–756.


Gustafsson, A, Gustavsson Tingvall, P., och Halvarsson D. (2018). Subsidy Entrepreneurs. *Ratio Institute Working Paper 303*.

Henrekson, M., och Sanandaji, T. (2014). "Small Business Activity Does Not Measure Entrepreneurship". *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 111 No. 5, s. 1760-1765.

Lutz, E., Bender, M., Achleitner, A.-K., och Kaserer, C. (2013). "Importance of spatial proximity between venture capital investors and investees in Germany". *Journal of Business Research*. Vol. 66, s. 2346-2354.

- Nykvist, J. (2008). "Entrepreneurship and Liquidity Constraints: Evidence from Sweden". *Scandinavian Journal of Economics*. Vol. 110 No.1, s. 23-43.
- Shane, S. (2009). "Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs Is Bad Public Policy". *Small Business Economics*. Vol. 33 No. 2, s. 141-149.
- Silver, L., Berggren, B., och Veghohn, F. (2010). "The Impact of Investment Readiness on Investor Commitment and Market Accessibility in SMEs". *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. Vol. 23 No. 1, s. 81-95.
- SOU. (2018). Gräsrotsfinansiering. Betänkande av Utredningen om gräsrotsfinansiering.
- Storper, M., och Venables, A. J. (2004). "Buzz: face-to-face contact and the urban economy". *Journal of Economic Geography*. Vol. 4 No. 4, s. 351-370.
- Söderblom, A. (2012). The current state of the venture capital industry – in relation to other financing sources for startup firms. Stockholm: Entreprenörskapsforum.
- Söderblom, A., Samuelsson, M., Wiklund J., och Sandberg R. (2015). "Inside the Black Box of Outcome Additionality: Effects of Early-Stage Government Subsidies on Resource Accumulation and New Venture Performance". *Research Policy*. Vol. 44 No. 8, s. 1501-1512.
- Tillväxtanalys (2014). Bättre statistik för bättre regional- och landsbygdspolitik.
- Tillväxtanalys (2019). Regionala kapitalförsörjningsstrukturer – kunskapsöversikt, mätbarhet och nuläge.
- Tingvall Gustavsson, P., och Videnord J. (2018). "Regional Differences in Effects of Publicly Sponsored R&D Grants on SME Performance". *Small Business Economics*, Under utgivning.
- Zúñiga-Vicente, J. Á., Alonso-Borrego C., Forcadell F.J., och Galán J.I. (2014). "Assessing the Effect of Public Subsidies on Firm R&D Investment: A Survey". *Journal of Economic Surveys*. Vol. 28 No. 1, s. 36-67.





Digitalisering möjliggör avancerade tjänsteaffärs- modeller i små- företag i Norrland

Vinit Parida
David Sjödin
Wiebke Reim

*Vinit Parida, Luleå tekniska universitet.
David Sjödin, Luleå Tekniska Universitet.
Wiebke Reim, Luleå Tekniska Universitet.*

Digitalisering som möjliggörare av avancerade tjänsteaffärsmodeller i småföretag i Norrland

Norra Sverige är känt för många världsledande processindustriföretag och omfattande ekosystem av småföretag kopplade till dessa. Dock möter regionens processindustriföretag allt större utmaningar på världsmarknaden på grund av ökad konkurrens och svängningar i efterfrågan. Detta har påverkat det industriella klimatet i hela regionen (t.ex. i form av förlust av arbetstillfällen) och har i synnerhet drabbat småföretag då de ofta är regionalt fokuserade och ensidigt beroende av den regionala processindustrin. Därför finns det ett ökat behov hos småföretag inom processindustrin att omvärdera sin affärslogik och undersöka alternativa sätt att säkra framtida konkurrenskraft.

Möjligheterna är stora. Industrin går nu in i den fjärde industriella revolutionen möjliggjord av digitalisering, vilket revolutionerar hur små och stora företag bedriver verksamhet inom industriella värdekedjor¹. Vi bevittnar en ny era, där industrin blir alltmer 'smart' med användning av teknologier för 'sakernas internet' (IoT), intensivt datautbyte och prediktiv analys. Norrbottniska småföretag som EPN Solutions, Fälltcom, Mobilaris, MBV system, och Optimization är goda exempel på innovativa småföretag inom detta område. Till exempel har Mobilaris, en leverantör av beslutsstödslösningar för gruvor, industrier och myndigheter blivit en världsledande leverantör av IoT-applikationer inom gruvdrift. Ett annat småföretag Optimization inom produktionsoptimering använder sin digitaliseringskompetens för att erbjuda kundanpassad lösning till kunder inom processindustrin. De potentiella fördelarna är många: Automatisering och optimering av processer kan förbättra produktiviteten och lönsamheten genom att spara kostnader, öka produktionen och minska antalet fel². Denna omvandling ses som väldigt positiv och digitalisering förväntas öka effektiviteten signifikant och ökad inkomstgenerering i företag under de närmaste åren. Dessa prognoser framhäver att digitalisering i form av användning och tillämpning av digital teknik utgör en betydande potential för omvandling av affärsmodeller, samtidigt som det ger nya intäkter och värdeproducerande möjligheter för stora och små företag.

¹ Porter och Heppelmann (2015); Cenamor m.fl. (2017)

² Sjödin m.fl. (2018)

Således kräver effektivt utnyttjande av digitalisering också utveckling av affärsmodellen. Men i själva verket arbetar endast en bråkdel av småföretagen aktivt med att utnyttja digitalisering. Många saknar också förståelse för utveckling av affärsmodeller. En affärsmodell beskriver *hur ett företag skapar, levererar och fångar värde i relation till sina kunder och partners*. Det finns dock positiva exempel. För att kapitalisera på digitaliseringens möjligheter experimenterar ett antal småföretag i norr med att implementera avancerade tjänste-affärsmodeller, där intäkter genereras under livscykeln enligt den levererade lösningen (t ex betalnings per enhet, prestationsbaserad betalning). Sådana erbjudanden som består av en kombination av produkter och tjänster samt digital teknik i avancerade tjänste-affärsmodeller erbjuder större möjligheter till värdeskapande genom fokusering på att ta betalt för resultat, snarare än produktprestanda. I kontrast till enkla tilläggstjänster (ex. Telesupport, reservdelpolicies), innebär avancerade tjänste-affärsmodeller ett större ansvarstagande för produkter under deras livscykel. Till exempel erbjuder många leverantörer nu avancerade tjänster där erbjudandet inte är en produkt eller en tjänst utan ett löfte om att uppnå ett visst utfall för kunderna där digital teknik ligger till grund för värdeskapandet. På samma sätt kan data-drivna optimeringstjänster använda produktionsdata och avancerade analysverktyg för att ge förslag på att optimera användningen av inte bara enstaka utrustningar utan även för hela maskinbesättningar eller produktionslinjer. Enligt våra forskningsresultat kan företag öka sina intäkter med 20-40 % genom att aktivt erbjuda denna typ av avancerade affärsmodeller, vilket möjliggör produktdifferentiering, högre vinstmarginaler och stabila intäkter över tid.³ Avancerade tjänsteaffärsmodeller baserade på digitala teknologier har således betydande potential för processindustrins småföretag.

I dag läggs en ökad praktisk tonvikt på digitalisering och nya avancerade tjänsteaffärsmodeller. Vi finner dock ökande bevis för att de flesta företag – oavsett bransch – och särskilt bland småföretag i Norrland och andra perifera regioner är illa förberedda att dra nytta av digitaliseringens potential. Baserat på intervjuer med mer än 20 småföretag från Norrbotten, finner vi att de står inför stora utmaningar som omvandla sitt värdeerbjudande, att vara ensidigt beroende av en stor kund, begränsad intern digitaliseringskompetens, avsaknad av tillgång till kompetent personal, finansiella hinder för att göra nödvändiga investeringar samt långa avstånd till kunder och marknader.

3 Parida et al. (2014)

Detta kapitel erbjuder en kritisk diskussion och utsikter för att skapa affärsvärde genom digitalisering. Dessa affärsmodellutmaningar tenderar att vara den främsta anledningen till att små- och medelstora företag har haft svårt att implementera eller till och med undvikit övergången till att erbjuda avancerade tjänsteaffärsmodeller. Därför är det nödvändigt att förstå hur småföretag kan omvandla sin verksamhet genom att utnyttja digital teknik. Följaktligen är syftet med detta kapitel i boken *att öka förståelsen för hur småföretag kan utnyttja digitalisering för avancerad tjänsteaffärsmodells innovation*.

Digitalisering som möjliggörare

I litteraturen finns många argument som framhäver potentialen av digital teknik som möjliggörare av affärsmodellinnovation och affärsmodeller som bygger på tjänstefiering⁴. Utvecklingen av digital teknik och applikationer som internet of things (IoT), Industry 4.0, artificiell intelligens, automatisering, fjärrövervakning, förebyggande underhåll, smarta kontrakt, big data, molntjänster, 'analytics', samt smarta uppkopplade produkter möjliggör många nya affärsmöjligheter. Men denna variation av tekniska lösningar och deras tillämpningar gör det också svårt att praktiskt förstå digitalisering. Vi definierar digitalisering som 'användning av digital teknik för att ändra eller omvandla en affärsmodell samt skapa nya värdeskapande- och intäktsgenererande möjligheter'.⁵ Denna definition synliggör att digitalisering är mycket mer än bara tillämpningen av olika digitala teknologier.

Baserat på en litteraturgenomgång har vi identifierat tre huvudsakliga funktioner som möjliggör värdeskapande genom digitalisering: För det första, uppsamlingen av operativa data genom sensorer, vilket representerar möjligheten att konfigurera hårdvarukomponenter för att kostnadseffektivt fånga information. För det andra, snabbare och mer lättillgängliga uppkopplingsmöjligheter möjliggör effektiv delning av data bland digitala enheter via trådlösa kommunikationsnät. För det tredje, innebär alltmer sofistikerade analysverktyg utökad potential att omvandla information till värdefulla insikter och handlingsbara direktiv. Ökad kunskap ges genom optimering och lagring i molnet. Dessa funktionaliteter skapar många möjligheter till att generera värde⁶.

4 Porter och Heppelmann (2015); Cenamor m.fl. (2017)

5 Gartner-glossary (2018)

6 Lenka m.fl. (2017); Porter och Heppelmann (2014)

Trots att många möjligheter och tillämpningsområden för digital teknik har föreslagits är det många organisations- och affärsutmaningar som är förknippade med digitalisering. Fem vanliga misstag som bör undvikas när man utvecklar avancerade erbjudanden baserade på digital teknik har framhållits.⁷ För det första läggs ofta funktioner till som kunder inte är beredda att betala för. Bara för att en teknisk funktion är möjlig är den inte automatiskt värdefull att vidareutveckla. Alltför sällan ifrågasätts mervärdet för kunden av sådan 'extra teknisk funktionalitet', vilket leder till för dyr och komplex teknik som så småningom minskar det totala värdet av produkt- och tjänsteutbudet. För det andra bör säkerhets- och integritetsrisker inte underskattas. Smarta, anslutna produkter öppnar nya ingångar till interna företagssystem med känslig data som behöver skydd. För det tredje misslyckas företag ofta med att förutse nya hot där nya konkurrenter med överlägsna digitalt aktiverade produkter-tjänster, såsom prestationsbaserade affärsmodeller, snabbt etableras, vilket kan omforma konkurrens- och branschgränserna. För det fjärde är ett vanligt misstag är att det tar för lång tid att komma igång, vilket gör det möjligt för existerande och nya konkurrenter att ligga i framkanten med att fånga och analysera data och snabbare lära sig vad som behövs för att konkurrera. Det femte misstaget är att företag överskattar sina interna förmågor för att genomföra en digitaliseringsomvandling. Digitalisering skapar en hög efterfrågan på ny teknik, färdigheter och processer. En realistisk bedömning av vilka möjligheter som kan utvecklas internt eller som bör utvecklas av nya partners är mycket viktigt.

Hur digitalisering påverkar affärsmodeller

Alla dessa utmaningar är nära relaterade till företagets oförmåga att omvandla sina affärsmodeller baserat på digitalisering⁸. Litteraturen om 'tjänstefiering' poängterar behovet för företag att revidera värdeskapande, värdelevererande och värdefångande aktiviteter⁹. I praktiken måste företagen utveckla en god förståelse för vad som ska erbjudas, hur detta ska levereras och varför detta kommer att vara lönsamt, inklusive hur man samverkar i det breda ekosystemperspektivet bortom företagsgränserna. I nedanstående avsnitt applicerar vi affärsmodellstanken för att

⁷ Porter och Heppelmann (2014)

⁸ Rachinger m.fl. (2018)

⁹ Reim m.fl. (2015)

identifiera rekommendationer för småföretag att bättre kunna utnyttja digitalisering genom avancerade tjänsteaffärsmodeller.

Ökat värdeskapande genom digitalisering

Affärsmodellens dimensionen *värdeskapande* beskriver vad som erbjuds till kunder, d.v.s. de typer av produkter och tjänster som erbjuds. Det finns många olika sätt för digitalisering att skapa mervärde för kunden genom nya och ofta mer avancerade erbjudanden.

Idag finns allt fler företag som skapar nya konfigurationer av erbjudande som möjliggörs genom digital teknik. Digitalisering gör att småföretag antingen kan revidera eller utöka sin portfölj av produkter och tjänster genom att integrera IoT-komponenter eller kombinera olika erbjudanden som skapa unika möjligheter. Från litteraturen ser vi att betydande möjligheter ligger i att fokusera på konfiguration av avancerade tjänster baserade på digitala plattformar¹⁰.

För det andra är det viktigt för företagen att fokusera på att förstå kundernas behov av digitala lösningar. Osystematiskt tillägg av uppkopplade sensorer till nuvarande erbjudanden leder inte nödvändigtvis till framgång och en kontinuerlig utvärdering av marknadens behov är viktig. Flera forskare lyfter fram vikten av att specificera och kvantifiera värdeskapandet för att kommunicera fördelarna med den specifika affärsmodellen för att undvika att erbjuda funktioner som ingen behöver och som inte skapar något värde för kunden¹¹. Företagen skulle därmed ha nytta av att systematiskt kartlägga potentiella digitala teknikapplikationer och de värdefördelar de kan ge¹². Till exempel anmärkte marknadschefen för ett litet företag med fokus på simulering *”Vi arbetar mot en traditionell industri och kunderna är inte öppna för nya sätt att göra affärer. Det betyder att vi måste arbeta nära våra kunder för att förstå deras behov och utforma en affärsmodell som skulle vara attraktiv för båda sidor”*.

För det tredje kan digitalisering skapa värde genom att möjliggöra bättre samarbete och styrning av ekosystemet för småföretag. I många fall kommer realiseringen av digitalt värdeskapande att ske utöver företagsgränser genom nätverk där värdeskapande sker i samarbete mellan ett flertal små och stora företag¹³. Små-

¹⁰ Cenamor m.fl. (2017)

¹¹ Dijkman m.fl. (2015); Kiel m.fl. (2017)

¹² Sjödin m.fl. (2018)

¹³ Ehret och Wirtz, (2016); Hakanen och Rajala (2018)

företag kan därmed dra nytta av samarbeten med andra, som kan inneha komplementära kompetenser när det gäller digitaliseringsbaserat värdeskapande. Kunderna kommer att ha en central roll i denna process eftersom de kan integreras i värdeskapandeprocessen, t.ex. via självbetjäning eller som datakälla¹⁴. Ett viktigt kriterium för värdeskapande är att digital teknik inte bör ersätta utan snarare komplettera mänskliga förmågor i värdeskapande processer. Detta kan särskilt vara fallet när det gäller avancerade tjänster där personlig interaktion med kunder är viktig och övertillit till digitala system utan personlig interaktion kan till och med få negativ inverkan på värdeskapandet och värdeuppfattningen av det nya erbjudandet.

Effektivare värdeleverans och digitala processer

Affärsmodellens komponent *värdeleverans* beskriver hur aktiviteter och processer används för att leverera det utlovade värdet. Detta inkluderar till exempel specifika logistiska resurser och kapaciteter som är nödvändig. Hur värde levereras till kunden kommer att förändras betydligt i avancerade tjänsteaffärsmodeller som möjliggörs av digitalisering. Dessa förändringar kommer att ske både inom företaget och i ekosystemet externt till företaget. Digital transformation har stor inverkan på interna resurser, kapacitet, aktiviteter och roller.

För det första kräver reviderade affärsmodeller ofta att småföretag utvecklar och tillämpar nya kompetenser. Digitaliseringsförmågor (ex. data analys) och medarbetarkompetens identifieras som de stora framtida utmaningarna kopplat till digitalisering¹⁵. Digitaliseringsmöjligheter för att leverera avancerade tjänsteinnovationer kan utvecklas stegvis för att säkerställa utvecklingen¹⁶. Viktiga aktiviteter inkluderar investeringar i att bygga intelligenta och uppkopplade IT-funktioner, bygga färdigheter i avancerad analys av kundanvändningsdata och automatisera grundläggande dataanalys som stöd för tjänsteinnovation. Utvecklingen av informationsteknologiska kompetenser i företaget¹⁷ är starkt korrelerad med medarbetarnas kompetens¹⁸. Det finns dock en stor brist på kvalificerad personal inom digital teknik vilket kräver att företagen investerar i utbildning av sina anställda för att passa nya arbetsprofiler samt att bättre integrera lågkvalificerade och äldre

14 Laudien och Daxböck (2016)

15 Rachinger m.fl. (2018)

16 Parida m.fl. (2015)

17 Gauthier m.fl. (2018)

18 Dijkman m.fl., 2015, Metallo m.fl. (2018)

medarbetare¹⁹. Särskilt viktigt för att lyckas med en digital omvandling är att skapa en mentalitet och kultur i företaget som stöder omvandlingen och att aktivt leta efter nya möjligheter²⁰.

För det andra medför nya affärsmodeller behov av att revidera operativa processer och aktiviteter för global leverans av avancerade tjänster. För traditionellt regionalt fokuserade småföretag kan detta vara en stor möjlighet. Digital kompetens möjliggör också kontinuerliga förbättringar av rutiner relaterade till informationsflöde, integration av tjänster och centraliserad övervakning av serviceprocesser, vilket leder till färre förseningar och mer interaktiv tjänstleverans vilket är avgörande för avancerad tjänsteverksamhet. Till exempel kan en varningssignal (ex. risk för haveri) från kunddata omedelbart spridas genom hela systemet och utlösa nödvändiga förändringar i reservdelsnivåer, planering av servicepersonal och kan till och med leda till automatisk omdirigering av serviceplaner²¹.

För det tredje skapar nya affärsmodeller behovet av reviderade roller och ansvar inom industriella ekosystem. Det finns bred enighet bland forskare om att affärsekosystemen utanför företaget kommer att bli mycket viktigare och väsentligt påverka hur värde skapa eftersom företagssamarbeten blir mer intensiva, företag blir mer beroende av varandra och värdeskapande processer distribueras globalt²². Behov av samarbete kring insamling, lagring och delning av data kommer att kräva att företag blir mer samarbetsvilliga att underlätta informationsdelning, sammankoppling av företag och gemensam dataanalys²³. Detta behov av intensifierat samarbete skulle särskilt gynna unga småföretag eftersom de är ofta beroende av partnerskap för att lyckas²⁴. Det kan bli svårt för befintliga aktörer att behålla sina starka positioner i nuvarande värdekedjor eftersom andra aktörer som arbetar med exempelvis mjukvaruutveckling, datatolkning och tjänster kommer att få starkare positioner i kedjorna²⁵. Därför måste alla företag analysera vilka partner och kompletterande aktörer som behövs för att leverera värde och hur detta partnerskap ska se ut. Samskapande processer med kunder kan möjliggöras av digital teknik genom att utnyttja sensorer och uppkopplade enheter för att gemensamt identifiera nya värdeskapande möjlig-

19 Sjödin m.fl. (2018); Zancul m.fl. (2016)

20 Kiel m.fl., (2017); Laudien och Daxböck (2016)

21 Sjödin m.fl. (2016); Reim m.fl. (2016)

22 Ehret och Wirtz, 2017; Hakanen och Rajala, 2018; Parida m.fl. (2015)

23 Dellermann m.fl. (2017); Hakanen och Rajala (2018)

24 Metallo m.fl. (2018)

25 Dijkman m.fl. (2015)

heter²⁶. Detta samskapande är mycket utmanande eftersom det leder till otydligheter mellan aktörers roller, något som kräver olika hanteringsstrategier för att hantera oklara förväntningar, ansvarsområden och krav²⁷.

Nya sätt att fånga värde i digitalisering

Värdefångande som är den tredje affärsmodellkomponenten, beskriver intäktsmodellen och dess ekonomiska bärkraft inklusive nya möjliga intäktsströmmar och kostnadsstruktur. Att fånga värde från digitalisering kan ske på många sätt, till exempel genom minskade kostnader, större intäkter, eller helt nya intäktsströmmar. För att säkra intäkterna över tiden är det väldigt viktigt att ha ett anpassat riskhanteringssystem för att matcha vinster med sannolikhet för negativa resultat på kort och lång sikt. Baserat på vår litteraturgenomgång är det uppenbart att begränsad uppmärksamhet har lagts på värdefångande, även om diskussioner om kostnader och intäkter ligger i centrum för digitalisering. Här behövs mer forskning.

För det första kan digitalisering förbättra interna produktionsprocesser och bidra till förbättrad kostnadseffektivitet, vilket kan ha stark positiv effekt på ekonomiska resultat²⁸. Andra effektivitetsfördelar kan uppnås genom effektivisering av leveransprocessen genom att utnyttja produktdataflöden och underlätta informationen för förbättrad kundinteraktion. Dessa effektivitetsförbättringar är en av de viktigaste drivkrafterna för utvecklingen av digitala affärsmodeller²⁹. När det gäller kostnadseffektivitet är det också viktigt att kontinuerligt granska samskapande initiativ för att utvärdera de nya kostnader som uppkommer i form av digitaliseringsinsatser. De största kostnaderna kommer emellertid från produktutveckling och IT-infrastruktur, vilket kräver stora investeringar i förväg och kontinuerliga uppdateringar över tiden³⁰. Digital transformation kan därför vara kostsam för småföretag.

För det andra beskrivs skapandet av nya eller förbättrade intäktsströmmar genom användning av digital teknik ofta i litteraturen³¹. Ökningen av kundernas uppfattade värde från digitaliserade produkter/tjänster skulle kunna öka prismarginalerna men de flesta fördelar förväntas istället komma från helt nya intäkter

26 Lenka m.fl. (2017)

27 Sjödin m.fl. (2016)

28 Laudien och Daxböck (2016); Sjödin m.fl. (2018)

29 Gauthier m.fl. (2018)

30 Dijkman m.fl. (2015); Kiel m.fl. (2017)

31 Rachinger m.fl. (2018); Zancul m.fl. (2016)

eller prissättningsmodeller baserade på prenumerationer, betalning per användning eller liknande där kunden betalar för användning eller resultat istället för den specifika produkten³². Dessa nya intäktsmodeller möjliggjorda genom digital teknik möjliggör även en mer flexibel och anpassad prissättning som kan förändras över tid och i realtid baserat på kontinuerliga dataflöden om försäljning. Dessa situationer ger också kunderna möjlighet att välja om de föredrar fasta priser, betala per användning, eller någon form av hybridmodell. Detta möjliggör högre värdeskapande genom ökad kundanpassning och ansvarsförändringar³³

För det tredje innebär digitalisering nya och ökade risker som också är relaterade till införandet av avancerade tjänsteaffärsmodeller på grund av ömsesidiga beroenden i ekosystemet. Denna ökade osäkerhet måste hanteras, t.ex. genom nya metoder för mer flexibla riskhanteringssystem³⁴. En viktig fördel med digitaliseringen är emellertid att skapa transparens gentemot leverantören och kundrelationen, som ger realtidsinsikter från data. Detta ger möjlighet att införa fler resultatbaserade tjänstekontrakt där prissättningen är nära kopplad till det reala värdet som skapats. Denna insyn ger möjlighet för både kund och leverantör att sätta upp och arbeta mot gemensamma mål.

Diskussion och rekommendationer

Baserat på litteraturöversikten och vår omfattande interaktion med små och medelstora företag från Norrland har vi identifierat fyra centrala områden där småföretag behöver utvecklas. Dessa områden kan ligga till grund för framtida forskningsområden och stödinsatser från beslutsfattare, branschorganisationer och akademi.

- *Bygga och kapitalisera på digitaliseringsmöjligheter*: Digitalisering ger stora möjligheter för småföretag i Norrland att expandera sin verksamhet mot globala marknader. Studier visar att digitalisering gör det möjligt för små och medelstora företag att gå in på globala marknader på ett kostnadseffektivt sätt med användning av t.ex. fjärrövervakning eller annan teknologi. Enligt en utvecklingschef vid ett presshärdsningsföretag *"Våra kunder är spridda globalt och vi kan inte utöka serviceverksamheten tills vi gör investeringar i digitalisering. Detta skulle göra*

³² Dijkman m.fl. (2015); Kiel m.fl. (2017)

³³ Zhou m.fl. (2015)

³⁴ Dellermann m.fl. (2017); Ehret och Wirtz (2017)

det möjligt för oss att erbjuda service på ett kostnadseffektivt sätt eftersom vi inte behöver servicepersonal för att vara närvarande i varje land". Detta minskar behovet av lokal närvaro vilket är resurskrävande och svårt för små och medelstora företag. En viktig utmaning ligger emellertid i att öka förmågor och förändringsvilja i små och medelstora företag i Norrland. Faktorer som generationsskiften, begränsad tillgång till kompetens och låg motivation för företagstillväxt påverkar mindre företags förmågor och förändringsvilja. Många småföretag kan se digitalisering som ett hot snarare än en möjlighet. Att ändra denna mind-set och stödja Norrlands små och medelstora företag för att ta nästa steg mot utnyttjande av digitalisering genom att utveckla avancerade tjänsteaffärsmodeller är nödvändigt för deras överlevnad.

- *Anpassning av värdeskapande, värdeleverande och värdefångande:* Affärsmodellslitteraturen hävdar att för omvandling av affärsmodell krävs anpassning av alla komponenter så att de passar ihop och medför synergi i affärsmodellen. En vanlig fälla för småföretag är att man lägger till funktioner som inte har något värde för kunderna, eller att man saknar förmåga att verkligen leverera. Detta riskerar att leda till en digital paradox där dyra system implementeras som inte leder till finansiell avkastning. Denna risk kan ofta avskräcka småföretag från att investera i digital teknik trots de möjliga fördelarna. Enligt en VD för ett optimerings- och simuleringsföretag är detta en stor utmaning: *"Vi vet inte hur vi ska få våra kunder betala för mervärdet av våra digitaliseringserbjudanden. Ofta vet vi inte värdet förrän den slutliga lösningen har levererats och körts på plats någon gång. Det betyder att vi ofta misslyckas med att ta betalt och fånga värde trots att vi genererar mycket värde för kunden".* Att tillhandahålla stöd genom att utveckla praktiska verktyg och metoder för att möjliggöra anpassning av affärsmodellskomponenter med syfte att harmonisera värdeskapande, leveransprocesser och intäktsmodeller skulle således främja digitaliseringstransformation bland småföretag.
- *Affärsmodellering för industriella ekosystem:* Småföretag kan tjäna mycket på att samarbeta med andra företag för att hantera kompetensbrister och nå större marknader. Föreslagna metoder för affärsmodellutveckling är dock ofta alltför företagsfokuserade snarare än fokuserade på det industriella ekosystem

(t ex leverantörer, kunder, servicepartners och digitala aktörer) som företagen är alltmer beroende utav. Därför lämnas viktiga frågor som rör digitaliseringsomvandling i ekosystem som distribution av aktiviteter, roller, modeller för kostnads- och intäktsdelning, upphandling, värdeskapande och fångst, för närvarande obesvarade. Utnyttjande av digitaliseringsmöjligheter kräver ett ännu större fokus på samarbete med ekosystempartners, som ofta inkluderar andra små och medelstora företag från regionen. Enligt VD för ett ingenjörstjänstföretag: *"När vi närmade oss det största gruvbolaget i Sverige för några år sedan var vi tvungna att samarbeta med ytterligare fem lokala småföretag för att se till att vi garanterat leverans av en prestandafokuserad tjänst för deras behov. Vi måste gå samman i nätverk för att kunna ta oss an den typen av större affärer"*. Digitaliseringsansträngningar är nästan omöjliga att hantera enskilt av ett enda företag och ekosystemsaktörerna bör fokusera på att komplettera varandra för att öka värdetillväxten av hela ekosystemet, istället för att fokusera på det egna bolagets avkastning på kort sikt. Dessa förändringar i ekosystemets konfiguration ger stora möjligheter för småföretag att bli de nya partnerna som kommer att spela en viktig roll inom ekosystemets framgång.

- *Förstå dagens och framtida behov av kunder och processindustrin:* Mot bakgrund av ökande krav från beslutsfattare och aktieägare tenderar de flesta företag inom processindustrin att fokusera på vad de bedömer är deras kärnvärden. Till exempel lägger Boliden och LKAB allt större vikt vid miljö och socialt ansvar (ex. arbetsmiljö och CSR) när man utvärderar leverantörer till sin verksamhet. Det här är inte en isolerad händelse, de flesta stora företag tänker på detta sätt, vilket innebär att för småföretag skall förbli konkurrenskraftiga måste de kunna generera och kommunicera kundvärde på olika sätt. Den framtida konkurrenskraften kommer därför inte bara att vara baserad på kostnadsminskning för kunder, utan frågor som arbetarskydd, miljöutsläpp etc. ligger högt på agendan för många processindustriföretag och kan vara värdedifferentierare, särskilt när dessa dolda värden kan identifieras och visualiseras. Många småföretag i Norrland kan därför tjäna på att rekonstruera kundvärde baserat på utnyttjandet av digitalisering och genom att främja affärsmodellförändring.

Referenser

- Cenamor, J., Sjödin, D. R., & Parida, V. (2017). "Adopting a platform approach in servitization: Leveraging the value of digitalization". *International Journal of Production Economics*, Vol. 192, s. 54-65.
- Dellermann, D., Fliaster, A., & Kolloch, M. (2017). "Innovation risk in digital business models: The German energy sector". *Journal of Business Strategy*, Vol. 38 No. 5, s. 35-43.
- Dijkman, R. M., Sprenkels, B., Peeters, T., & Janssen, A. (2015). "Business models for the internet of things". *International Journal of Information Management*, Vol. 35 No. 6, s. 672-678.
- Ehret, M., & Wirtz, J. (2017). "Unlocking value from machines: Business models and the industrial internet of things". *Journal of Marketing Management*, Vol. 33 No. 1-2, s. 111-130.
- Gartner Glossary. (2018) <https://www.gartner.com/it-glossary/digitalization/>.
- Gauthier, C., Bastianutti, J., & Haggège, M. (2018). "Managerial capabilities to address digital business models: The case of digital health". *Strategic Change*, Vol. 27 No. 2, s. 173-180.
- Hakanen, E., & Rajala, R. (2018). "Material intelligence as a driver for value creation in IoT-enabled business ecosystems". *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 33 No. 6, s. 857-867.
- Kiel, D., Arnold, C., & Voigt, K. (2017). "The influence of the industrial internet of things on business models of established manufacturing companies – A business level perspective". *Technovation*, Vol. 68, s. 4-19.
- Laudien, S. M., & Daxböck, B. (2016). "The influence of the industrial internet of things on business model design: A qualitative-empirical analysis". *International Journal of Innovation Management*, Vol. 20 No. 8, s. 1640014.
- Lenka, S., Parida, V., & Wincent, J. (2017). "Digitalization capabilities as enablers of value co-creation in servitizing firms". *Psychology & marketing*, Vol. 34 No. 1, s. 92-100.


- Metallo, C., Agrifoglio, R., Schiavone, F., & Mueller, J. (2018). "Understanding business model in the internet of things industry". *Technological Forecasting and Social Change*. Vol 136, s. 298-306.
- Parida, V., Sjödin, D. R., Lenka, S., & Wincent, J. (2015). "Developing global service innovation capabilities: How global manufacturers address the challenges of market heterogeneity". *Research-Technology Management*, Vol. 58 No. 5, s. 35-44.
- Parida, V., Sjödin, D. R., Wincent, J., & Kohtamäki, M. (2014). "Mastering the transition to product-service provision: Insights into business models, learning activities, and capabilities". *Research-Technology Management*, Vol. 57 No. 3, s. 44-52.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2015). "How smart, connected products are transforming companies". *Harvard Business Review*, Vol. 93 No. 10, s. 96-114.
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2018). "Digitalization and its influence on business model innovation". *Journal of Manufacturing Technology Management*. Under utgivning.
- Reim, W., Parida, V., & Sjödin, D. R. (2016). "Risk management for product-service system operation". *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 36 No. 6, s. 665-686.
- Reim, W., Parida, V., & Örtqvist, D. (2015). "Product–Service Systems (PSS) business models and tactics—a systematic literature review". *Journal of Cleaner Production*, Vol. 97, s. 61-75.
- Sjödin, D. R., Parida, V., & Kohtamäki, M. (2016). "Capability configurations for advanced service offerings in manufacturing firms: Using fuzzy set qualitative comparative analysis". *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 11, s. 5330-5335.
- Sjödin, D. R., Parida, V., & Wincent, J. (2016). "Value co-creation process of integrated product-services: Effect of role ambiguities and relational coping strategies". *Industrial Marketing Management*, Vol. 56, s. 108-119.

Sjödín, D. R., Parida, V., Leksell, M., & Petrovic, A. (2018). "Smart Factory Implementation and Process Innovation: A Preliminary Maturity Model for Leveraging Digitalization in Manufacturing Moving to smart factories presents specific challenges that can be addressed through a structured approach focused on people, processes, and technologies". *Research-Technology Management*, Vol. 61 No. 5, s. 22-31.

Zancul, E. D. S., Takey, S. M., Barquet, A. P. B., Kuwabara, L. H., Cauchick Miguel, P. A., & Rozenfeld, H. (2016). "Business process support for IoT based product-service systems (PSS)". *Business Process Management Journal*, Vol. 22 No. 2, s. 305-323.

Zhou, L., Chong, A. Y. L., & Ngai, E. W. T. (2015). "Supply chain management in the era of the internet of things". *International Journal of Production Economics*, Vol. 159, s. 1-3.





Innovations- system och företagskluster för regional utveckling i perifera regioner

Maria Bengtsson
Jessica Eriksson

*Maria Bengtsson, Handelshögskolan vid Umeå Universitet.
Jessica Eriksson, Handelshögskolan vid Umeå Universitet.*

Innovationssystem och företagskluster för regional utveckling i perifera regioner

Omfattande insatser görs för att skapa goda förutsättningar för entreprenörskap, innovation och förnyelse nationellt och regionalt. Resurser läggs på att utveckla och stödja olika innovationssystem, kluster eller nätverk utifrån tanken att samarbete mellan geografiskt närliggande företag inom och över bransch- och sektorsgränser kan hjälpa nya och befintliga företag att utvecklas. Närhet mellan företag och andra organisationer förväntas skapa en dynamik och en grogrund för innovation och etablering av nya verksamheter. De satsningar som görs bygger dock ofta på studier av framgångsexempel i växande storstadsregioner som till exempel life science i Stockholm-Uppsala och i Medicon Valley (Köpenhamnsregionen och Skåne-Blekinge) eller IT Telecom i Kista (Stockholm-Uppsala). Forskare har ifrågasatt huruvida sådana studier har policyrelevans för mer perifera regioner med omfattande landsbygd,² såsom Norrland. Detta eftersom perifera regioner karakteriseras av avstånd och en "tunnhet" (få kluster, få större företag, få större städer, samt mindre utvecklade stödsystem och institutioner) i den lokala eller regionala miljön, snarare än den närhet och täthet (kritisk massa) som skapar dynamik i idealbilden av framgångsrika innovationssystem och kluster.³ Delvis andra insatser behövs därför för att utveckla dynamiska miljöer i perifera regioner, det vill säga miljöer som stödjer entreprenörskap, innovation och förnyelse.

Syftet med detta kapitel är att utifrån forskning främst om regionala innovationssystem (RIS) och kluster ställs i relation till de utmaningar som perifera regioner står inför identifiera områden för fortsatt forskning av relevans specifikt för Norrland. Med Norrland menar vi något förenklat de fyra nordligaste länen vilka ingår i den "norra periferin",⁴ och som utgör de två nordligaste nationella områdena enligt NUTS⁵. Vi kommer först att kort presentera forskning om RIS och kluster som ofta tagits som utgångspunkt för satsningar på utveckling regionalt såväl som nationellt och internationellt, för att därefter beskriva vad som kännetecknar

2 Tödttling och Trippel (2005), Martinus (2018).

3 jfr Tödttling och Trippel (2005)

4 EU-kommissionen (2016)

5 NUTS = Nomenclature of Territorial Units for Statistics, EU-standard. (EU-kommissionens förordning nr 1319/2013). Gävleborgs län ingår traditionellt i Norrland, men hör till norra Mellansverige enligt NUTS2.

perifera regioner. Med detta som grund övergår vi till att diskutera vad forskningen säger om hur RIS och kluster kan se ut i perifera regioner och hur samarbeten av olika slag, kopplat till innovationssystem och kluster, kan stödja entreprenörskap och utveckla dessa regioner. Vi avslutar kapitlet med att presentera ett antal frågeställningar för fortsatt forskning.

Regionala innovationssystem och kluster

Kluster, strategiska nätverk, affärsnätverk, ekosystem, och RIS är begrepp som har använts när dynamiska miljöer studerats och analyserats. RIS och kluster är tydliga exemplen på regionalt förankrade miljöer, vilka vanligen omfattar olika typer av nätverk och andra samverkansformer. RIS och kluster har ofta använts för satsningar i syfte att stimulera regional utveckling med fokus på innovation, och vi återger översiktligt hur dessa miljöer beskrivs i forskningen⁶.

I litteraturen om RIS ses regionen som den huvudsakliga arena där "ny kunskap genereras, absorberas, exploateras" och utvecklas till innovationer.⁷ Genom att företag utbyter kunskap och utvecklar relationer till andra lokala aktörer får de i sin tur tillgång till kunskap och resurser som möjliggör eller underlättar innovation. Studier av RIS fokuserar dels på företagen och deras nätverk, dels på hur institutioner, infrastruktur och policy kan stödja innovation och hur de präglar regionens innovationsarbete och utveckling.⁸ Institutioner och infrastruktur omfattar till exempel organisationer som arbetar med kunskapsöverföring och teknologisk spridning, utbildning, forskning och affärstjänster, samt myndigheter, men även formella och informella institutioner som regler och "rutiner, sociala normer och värderingar"⁹. Den institutionella miljön påverkar individens beteende och den sociala interaktionen genom att till exempel skapa förtroende och spelregler för interaktionen¹⁰. Dynamiken i ett RIS förklaras av att kunskapsflöden och interaktivt lärande uppstår i socialt inbäddade nätverk karakteriserade av närhet.¹¹ Denna

6 För en diskussion om olika teoretiska perspektiv på regional innovation och tillväxt se Huggins m.fl. (2018)

7 Tödtling och Trippel (2018, s. 1782), vår översättning

8 Doloreux (2002), Coenen (2006) refererad i Doloreux och Dionne (2008)

9 Cooke m.fl. (1997, s. 480)

10 Cooke m.fl. (1997)

11 Doloreux (2002). Närhet är inte bara geografisk, se avsnittet Kopplingar till, inom, och mellan olika dynamiska miljöer.

inbäddning gör processerna svåra att imitera i en annan kontext,¹² men innebär samtidigt en risk för överinbäddning vilket kan göra det svårare för nätverkens företag att samtidigt vara öppna för och kunna ta tillvara kunskap som finns i produktions- och innovationsnätverk utanför regionen och med hjälp av denna kunskap stimulera utveckling i regionen.¹³

Även om interaktion och kunskapsflöden som stimulerar lärande och innovation utgör kärnan i RIS så visar forskningen att olika RIS skiljer sig åt. Ett exempel avser finansiering och sammansättning av regionens infrastruktur, där en hög andel offentlig finansiering beskrivs som en mer 'institutionell' infrastruktur, medan en hög andel av privat finansiering utgör en mer 'entreprenöriell' infrastruktur¹⁴. RIS kan också skilja sig åt vad gäller styrning (på lokal nivå; utan-/ovanför regionnivå eller flera nivåer) och vad gäller företagens egenskaper och roller (t.ex. förekomsten av små respektive större företag, förekomst av globala företag och den roll lokala SMEs spelar i leverantörskedjan).¹⁵ RIS (liksom kluster) kan också beskrivas utifrån de kunskapsbaser som systemet omfattar. Tre typer av kunskapsbaser har identifierats i forskningen om RIS: Den vetenskapsbaserade (analytiska), den produktionsinriktad (syntetiska), och den konstnärliga och kreativa (symboliska) kunskapsbasen.¹⁶ Olika kunskapsbaser innebär olika förutsättningar för interaktion, innovation och förnyelse i ett RIS. Geografisk närhet är till exempel speciellt viktig i RIS som bygger på kreativ och konstnärlig eller produktionsinriktad kunskap, men mindre viktig i RIS som bygger på vetenskaplig kunskap eftersom denna är mer kodifierad och därmed mindre platsbunden.¹⁷ Forskning visar alltså att det finns skillnader i sättet att interagera i olika RIS bland annat beroende på infrastrukturens utformning och finansiering, i systemet ingående aktörer, samt vilken kunskapsbas systemet vilar på, vilket har betydelse för dynamiken i dessa miljöer.

Litteraturen om kluster har mycket gemensamt med litteraturen om RIS, men betonar delvis andra aspekter. Analyser görs av hur företag och deras kunder och leverantörer, och stödjande industrier¹⁸ med likartad och komplementär kunskap samlas på en specifik plats där de konkurrerar och samarbetar, samt vad deltagan-

12 *Doloreux (2002)*

13 *Isaksen m.fl. (2018)*

14 *Cooke (2004)*

15 *Cooke (2004)*

16 *Asheim och Gertler (2005); Asheim m.fl. (2007)*

17 *Martin och Moodysson (2013)*

18 *Porter (1990)*

det i ett kluster betyder för deras konkurrenskraft. Kännetecknande för kluster är att de består av en kritisk massa i form av "geografiska koncentrationer av sammanlänkande företag och institutioner inom ett visst fält"¹⁹ Lokalisering inom ett kluster anses vanligen vara fördelaktigt för företagande, konkurrenskraft och innovation²⁰, vilket stimuleras av konkurrens och krävande kunder och av god tillgång till välutbildad arbetskraft inom relevanta områden och tillgången till information från andra aktörer i klustret.

Till skillnad från studier av RIS är alltså konkurrens centralt i klusterstudier. Konkurrens anses fungera som en katalysator i klustren²¹ eftersom konkurrenter stimulerar företagen att förbättra sina produkter och processer, att konkurrera om de bästa anställda, samt att söka ha det bästa samarbetet med leverantörer, kunder och andra aktörer i relaterade industrier.²² Konkurrensen drivs i sin tur av närhet.²³ För det första ger närheten konkurrenterna möjlighet att observera varandra och få nya idéer om produkter eller alternativt marknadsagerande. För det andra innebär den geografiska och sociala närheten att det finns täta sociala nätverk, och att människor från konkurrerande företag och från andra organisationer därför utbyter information när de träffas informellt i sociala eller professionella sammanhang, och att anställda rör sig mellan företag, vilket bidrar till lärande, entreprenörskap och innovation.²⁴ För det tredje bidrar närheten till en känsla av tillhörighet, förtroende och ömsesidighet och till att ett gemensamt språk, gemensamma begrepp, verktyg och normer utvecklas. Detta gör det lättare att dela med sig av och ta till vara på kunskap (så kallad 'kunskapsöverspilling'), vilket innebär att företagen inom klustret har fördelar jämfört med företag som befinner sig utanför klustret²⁵.

Trots att betoningen delvis läggs på olika saker bygger studier av både kluster och RIS, något förenklat, på idén om att dynamiska miljöer består av företag, relaterade branscher, leverantörer, kunder och institutionella aktörer med täta kopplingar och många interaktioner med varandra vilket stimulerar kunskapsöverföring och innovation. Båda inriktningarna har legat till grund för många regionalpolitiska satsningar även om RIS bygger på ett starkare antagande om avsiktlig

19 Porter (1998, s. 78), vår översättning

20 Porter (1990); Bell (2005)

21 Porter (1990)

22 Bengtsson och Sölvell (2004)

23 Ozer och Zhang (2015)

24 Bell och Zaheer (2007); Saxenian (1994)

25 Bell (2005)

design jämfört med kluster, då klusterforskningen betonar att kluster uppstår mer eller mindre organiskt²⁶ och över lång tid. Forskningen visar emellertid också på svagheter med både kluster och RIS. Kluster och RIS kan drabbas av inlåsning; de kan bli för inåtvända och därmed tappa i konkurrenskraft relativt andra miljöer.²⁷ En förklaring kan vara att kluster och RIS som varit framgångsrika över tiden kan bli för homogena med en alltför stark industriell identitet vilket förhindrar förnyelse och omvandling.²⁸ Även starka aktörer kan förhindra förnyelse. En studie visar till exempel hur policyinitiativ tagna för att få tillstånd förnyelse inom ett energikluster i Frankrike motarbetades av företag i klustret som såg sin position hotad. Det var därför svårt att få tillstånd en förändring trots att en anpassning till nya förutsättningar i branschen skulle ha gynnat klustret som helhet.²⁹ Det är vidare inte givet att de möjliga kopplingar som finns i ett kluster tillvaratas. Författarna av en artikel om två klusterstödande initiativ i Tyskland och Österrike visar exempelvis att nya kontakter inte nödvändigtvis leder till fungerande samarbeten.³⁰

Eftersom de förhållanden som beskrivs i forskningen om RIS och kluster oftast inte återfinns i perifera regioner går vi i nästa avsnitt går vi närmare in på kännetecknen hos perifera regioner.

Vad kännetecknar perifera regioner?

Innan vi går in på frågan om vad som kan driva entreprenörskap, innovation och utveckling i perifera regioner beskriver vi kortfattat varför Norrlands regioner (län och NUTS2 regioner; norra Norrland och mellersta Norrland) ses som perifera och alltså inte har de typiska förutsättningarna för att skapa flera starka RIS eller för framväxten av flera starka kluster. För det första är avståndet till storstadsområdet stort, för det andra har regionerna en låg befolkningstäthet och för det tredje återfinns Sverige och särskilt de norra delarna geografiskt i utkanten av Europa.³¹

³² Tre av de fyra nordligaste länen kan klassificeras som huvudsakligen bestående

26 Tödttling och Trippel (2018)

27 Fittjar och Timmermans (2017)

28 Pouder och St John (1996)

29 Pinkse m.fl. (2018)

30 Fromhold-Eisebith och Eisebith (2008)

31 Onsager m.fl. (2007) använde placering i "non-metropolitan areas" samt utkanten av Europa som kriterier för klassificering av vad som gör en stad perifer.

32 Forskning om perifera regioner betonar ofta befolkningstäthet och avstånd, men perifera regioner kan skilja sig åt i andra dimensioner. Exempelvis kan vissa perifera regioner ha omfattande socio-ekonomiska problem.

av landsbygd antingen med stora avstånd till städer (Jämtlands län och Västernorrlands län) eller nära till städer (Västerbottens län), medan det fjärde länet (Norrbottnens län) är en intermediär region där varken landsbygds- eller storstadsområden dominerar, men där avståndet till städer är stort.³³ Det finns ett antal städer i Norrland men endast en stad med hög befolkningstäthet (Umeå)³⁴. Några norrländska kommuner har haft en ökande befolkning både i tätorter och i omgivande landsbygd under perioden 2010-2016; främst kommuner med större kuststäder och/eller universitet eller kommuner som ligger nära sådana städer³⁵. I de flesta av de fyra nordligaste länens kommuner minskade dock landsbygdsbefolkningen 2010-2016, bland annat till följd av flyttströmmar från inlandskommuner till andra kommuner och från landsbygd till tätorter inom inlandskommuner³⁶.

Det finns, exempelvis med beaktande av kommunnivå, variationer inom de norrländska regionerna. En kategorisering gjord av Tödttling och Trippl³⁷ fångar dessa variationer och pekar på olika potentiella begränsningar för entreprenörskap och innovation i regioner eller delar av dessa. I renodlat perifera regioner utgörs begränsningen av vad Tödttling och Trippl beskriver som organisatorisk tunnhet. Det finns vanligen få kluster och nätverk, en betoning på små företag, svag infrastruktur (t.ex. få universitet, stödstrukturer och andra formella institutioner), vilket också innebär begränsad kunskapsöverspillning.³⁸ Arbetskraften har vanligen lägre utbildningsnivå jämfört med storstadsregioner³⁹ och i vissa områden pågår en successiv befolkningsminskning. Utmaningarna är således stora när det gäller att skapa dynamiska miljöer som stödjer entreprenörskap, innovation och förnyelse.

I industriella regioner finns ofta stora (ibland multinationella) företag som kan bidra till dynamiken i miljön. Stora företag söker ofta kunskap globalt och får därigenom tillgång till kunskap som är viktig för lärandet i den regionala miljön.⁴⁰ De kan fungera som motorer i miljön genom kunskapsöverspillning till andra företag. I industriella miljöer där ett fåtal stora företag och dess leverantörer dominerar finns

33 Grunfelder m.fl. (2018, s. 15)

34 Umeå ingår även bland de städer som tillsammans antas stå för minst 80 procent av den totala befolkningsökningen i Sverige fram till 2030 (Sánchez Gassen, 2018, s. 26).

35 Till exempel Boden och Krokom. SCB (2018).

36 SCB (2018)

37 Tödttling och Trippl (2005)

38 Tödttling och Trippl (2005, s.1209)

39 Tödttling och Trippl (2005, s.1209)

40 Zukauskaitė (2018)

dock en risk för inlåsning.⁴¹ Detta kan få förödande konsekvenser om företagen dessutom finns i mogna branscher med vikande efterfrågan.⁴² Industriella regioner kännetecknas, till skillnad från renodlat perifera regioner, av en högre grad av organisatorisk täthet och i den mån kluster finns kan de vara starka men ofta alltför specialiserade. Även stödssystemen kan ha ett alltför starkt fokus på regionens etablerade branscher vilket kan göra det svårt att utveckla innovativa idéer och företag på andra eller relaterade områden och därigenom bidra till den omvandling av klustren som är nödvändig för att möta nya krav och förutsättningar.

Närhet till städer kan även ge tillgång till "tätare" miljöer och städerna kan därför vara en annan betydelsefull katalysator för att stimulera entreprenörskap och dynamik i omgivande landsbygd. Många större städer har ett varierat näringsliv och många stödjande organisationer vilket är positivt för lärande och innovation. Detta försvåras dock om näringslivet i staden och dess omgivning är fragmenterat.⁴³ En hög grad av fragmentering uppstår om interaktionen och kunskapsflödet mellan företag, universitet och högskolor och innovationsstödjande organisationer i området är lågt. Svårigheten att koppla samman olika aktörer kan till exempel förklaras av att det finns stor variation mellan olika företags och organisationers normer och värderingar och att graden av tillit mellan organisationerna är låg.⁴⁴ Vidare kan det finnas en bristande matchning mellan utbud och efterfrågan på resurser för innovationsstödjande aktiviteter.⁴⁵

Vi menar att Norrland som helhet kan ses som en perifer region, men att olika mindre områden kan vara mer renodlat perifera, medan andra har drag av etablerade industriella områden (med risk för inlåsning) eller av storstadsområden (med risk för fragmentering). Kombinationer av begränsningar som karakteriserar ett specifikt område (organisatorisk tunnhet, inlåsningar och/eller fragmentering) har betydelse för vilka åtgärder som är lämpliga och för hur (uvida) olika områden inom en region kan stödja varandra.

41 Zukauskaitė (2018)

42 Tödttling och Trippel (2005)

43 Tödttling och Trippel (2005)

44 Zukauskaitė (2018)

45 Pugh m.fl. (2018); Tödttling och Trippel (2005)

Dynamiska miljöer i perifera regioner

Även om förutsättningarna för dynamik skiljer sig åt mellan perifera regioner och växande storstadsregioner, så finns det livaktiga kluster och innovationssystem i Sveriges perifera regioner. Exempel på etablerade kluster från Norrland är pappersindustri, gruvnäring, biltestaktiviteter (bilindustri), turism och hotell samt företagstjänster. Mer sentida exempel på kluster i Norrland återfinns i framväxande branscher såsom digitala tjänster och produkter, kreativa näringar och logistiska lösningar.⁴⁶ Såväl väletablerade kluster som nya framväxande kluster måste ständigt förnyas och utvecklas och vi ska i detta avsnitt diskutera ett antal faktorer som visat sig vara viktigt för en sådan utveckling i perifera regioner.

Baserat på forskning om kluster och RIS i perifera regioner utgår vi från tanken att en dynamisk miljö består av två komponenter; kluster (ett nätverk av företag) som växt fram under lång tid och institutioner (infrastruktur, formella, och informella institutioner, samt policy)⁴⁷ och att båda dessa kan vara mer och mindre täta.⁴⁸ Satsningar på att stärka miljön kan göras på vardera delen eller båda. I det följande diskuterar vi mer ingående betydelsen av nya utvecklingsspår, interna och externa kopplingar mellan aktörer och miljöer samt betydelsen av entreprenörskap och policyåtgärder i relation till perifera regioner.

Nya utvecklingsspår och kombination av kunskapsbaser

Det finns en omfattande litteratur om vad som gör att regioner eller orter skapar delvis eller helt nya utvecklingsspår. I många fall rör det sig om en vidareutveckling och förnyelse av befintlig industri. I kontexten kluster hävdas exempelvis att de flesta kluster växer fram ur tidigare framgångsrika kluster.⁴⁹ I linje med detta visar en studie av 70 svenska regioner att nya branscher har större sannolikhet att utvecklas om de har nära teknologiska kopplingar till branscher som redan finns i regionen, än om de är helt nya.⁵⁰ Illustrationer av hur nya branscher och kluster

46 Nio kluster i framväxande branscher beskrivs i Ketels och Protsivs (2016) rapport *European Cluster Panorama. Tre återfinns i norra Norrland (digitala branscher, medicinsk utrustning, mobilitets-teknologi) och sex stycken i både mellersta och norra Norrland fördelat på tre branscher (kreativa näringar, upplevelseindustri och logistiska tjänster).*

47 Doloreux och Dionne (2008)

48 I en studie av ett RIS i en perifer region i Kanada var det exempelvis infrastrukturen och institutionerna som var starka, medan klusterdelen var svag med få kopplingar mellan företagen (Doloreux och Dionne, 2008)

49 T.ex. Hospers och Beugelsdijk (2002)

50 Neffke m.fl. (2011)

med starka rötter i gamla växer fram finns exempelvis i studier av utvecklingen från ett fokus på pappersmassa och kemisk industri till ett fokus på bioraffinaderi i Örnsköldsvik.⁵¹ Samtidigt illustrerar forskning svårigheter med att bryta utvecklingsspår och att etablera helt nya branscher i perifera regioner.⁵²

Oavsett om utveckling i en region bygger på tidigare branscher eller nya, förespråkar Boschma⁵³ ett kombinatoriskt perspektiv med fokus på variation, närhet och 'relatedness' för att förstå hur kombinationer inom en kunskapsbas och mellan kunskapsbaser kan leda till kunskapsöverspillning, diversifiering och förnyelse. En viss kunskapsbas har starka men specifika kopplingar mellan relaterade teknologier, relaterade förmågor, relaterade produkter, etc. Dock kan variationen, vilken är en förutsättning för förnyelse, vara begränsad. Genom att interagera med aktörer från andra kunskapsbaser skapas möjlighet till variation, men för att ta tillvara denna måste det finnas en närhet i miljön som gör lärande och innovation baserad på ny kunskap möjlig. I 'täta' regioner som till exempel i södra Skåne finns flera starka kluster med olika kunskapsbaser, vilket gjorde det möjligt för ICT klustret att ta en ny riktning genom att kombinera befintliga kunskapsbaser med en kreativ kunskapsbas relaterad till media och design. Den geografiska närheten och tätheten gjorde denna transformering möjlig. Förutsättningar för att sådana självgenererade omvandlingsprocesser ska utvecklas i perifera regioner är mer begränsade, då den tunna miljön försvårar gränsöverskridande lärande och innovation.⁵⁴ För att sådana omvandlingsprocesser ska komma till stånd i perifera regioner kan därför den institutionella komponenten och policysatsningar bli viktiga.

En studie som jämför perifera regioner i Österrike och en i Norge⁵⁵ visar att omvandling trots bristen av närhet och täthet kom till stånd i regioner som tidigare dominerats av branscher med koppling till naturresurser (jordbruk och turism) eller traditionell tillverkningsindustri. Detta var möjligt tack vare inflödet av ny kunskap och kompetent arbetskraft från andra regioner. Inflödet var en konsekvens av att företag och forskningsinstitutioner utanför regionen hade svårt att hitta arbetskraft och/eller tillräckligt utrymme för sin verksamhet. Ett företag som

51 *Arbuthnott m.fl. (2010); Zettinig och Vincze (2012).*

52 *Nuur och Laestadius (2010); Två svenska kommuner i norra Mellansverige, där skogsbaserad industri dominerat, hade vissa svårigheter i försök bl.a. att etablera nya branscher såsom call center.*

53 *Boschma (2018)*

54 *Isaksen och Trippel (2017)*

55 *Isaksen och Trippel (2017)*

etablerades i den norska regionen ägdes delvis av Ericsson. Företaget valde att med Ericssons hjälp satsa mer på FoU när de förlorade ett leverantörskontrakt till det norska Televerket. Därigenom förstärktes kunskapsbasen ytterligare. Studien visade även att nya institutionella stödstrukturer var en förutsättning för transformeringen. Genom dessa stärktes regionens förmåga att absorbera och exploatera den nya kunskapen vilket i sin tur gav upphov till spridningseffekter. Möjligheten att kombinera olika kunskapsbaser för omvandling och utveckling kan alltså förklaras av regioners kopplingar till andra miljöer och av policyinitiativ som bidrar till att stärka den institutionella infrastrukturen och aktörernas absorberingsförmåga. Sådana kopplingar diskuterar vi i det följande.

Kopplingar till, inom, och mellan olika dynamiska miljöer

Olika sätt att stimulera utveckling och förnyelse i syfte att övervinna begränsningar såsom organisatorisk tunnhet, inlåsnings och fragmentering i perifera regioner kan vara att skapa och stärka kopplingarna till, inom, och mellan olika dynamiska miljöer och att reducera hinder som finns för att skapa sådana kopplingar. Kopplingar kan exempelvis skapas eller stärkas mellan företag/nätverk på landsbygden och dynamiska miljöer utanför regionen, mellan städer och landsbygd och mellan städer inom och utom regionen.

För att meningsfulla kopplingar ska vara möjliga krävs att avstånd kan överkommas. Avstånd är inte enbart geografiska (rumsliga). De kan även vara organisatoriska (få kopplingar och beroenden, få ramverk för interaktion), institutionella (otydliga spelregler, skilda värderingar, inget gemensamt språk, lägre tillit), sociala (få sociala relationer minskar tillit) eller kognitiva (t.ex. olika kunskapsgrund).⁵⁶ Förekomst av sociala, organisatoriska, institutionella och framför allt kognitiva avstånd kan förklara varför även geografiskt närliggande organisationer kan ha svårigheter att interagera och varför åtgärder för att stödja sådan interaktion inte leder till önskade resultat. Avstånd, oavsett vilken typ av avstånd som avses, ökar osäkerhet och försvårar koordination, vilket i sin tur hämmar "interaktivt lärande och innovation".⁵⁷

⁵⁶ Boschma (2005)

⁵⁷ Omvänt resonemang baserat på Boschma (2005, s. 62) diskussion om närhet.

Ett 'idealiskt' läge som stimulerar innovation är när det finns en balans mellan å ena sidan ett visst avstånd i form av öppenhet för interaktion inom och mellan dynamiska miljöer regionalt, nationellt och internationellt, och å andra sidan tillräckligt mycket närhet lokalt för att kommunicera och koordinera.⁵⁸ Olika begränsningar i en region kan göra det svårt att nå en sådan balans. Fragmentering i storstadsregioner eller i områden med ett litet avstånd till städer kan förklara varför geografiskt närliggande organisationer inte alltid interagerar. Förekomsten av sociala, organisatoriska, institutionella och framför allt kognitiva avstånd kan leda till att de inte utvecklar förtroendefulla kontakter, att de inte finns i varandras nätverk och därför inte möts eller har möjlighet att förstå vilken kunskap som andra aktörer har och hur den skulle kunna kombineras med den egna kunskapen. Samtidigt kan en alltför stor kognitiv närhet t.ex. innebära svårigheter att lära nytt och alltför stor organisatorisk såväl som institutionell närhet kan skapa olika former av beroenden⁵⁹ och en alltför specialiserat institutionell infrastruktur som leder till inlåsningar. Risken för inlåsningar ökar dessutom om kopplingar till andra miljöer saknas (jfr tidigare resonemang om kluster).

Perifera områden, särskilt landsbygd, kännetecknas av svag geografisk närhet och svag organisatorisk närhet.⁶⁰ Geografiska avstånd kan dock till viss del kompenseras genom kognitiv och även social närhet (som utvecklas utan att direkt vara relaterat till professionell verksamhet).⁶¹ Perifera regioner har också vanligen olika kopplingar till andra miljöer och regioner, till exempel genom multinationella företag som etablerat sig i regionen, avknoppningar, och olika projekt som företag deltar i.⁶² Flera studier visar på betydelsen av kopplingar utanför regionen för att kompensera för den bristande tätheten i perifera regioner.⁶³ En studie visar att svenska företag som relativt nyligen har varit engagerade i innovation och är lokaliserade i mer perifera delar av landet (såsom Norrland) samarbetar mer jämfört med sina motparter i täta regioner⁶⁴. Den förklaring som ges är att samarbeten initieras för

58 *Boschma (2005)*

59 *Se även Gargiulo och Benassi (2000)*

60 *Legendijk och Lorentzen (2007)*

61 *Jfr. Boschma (2005); Fitjar och Rodríguez-Pose (2011)*

62 *Legendijk och Lorentzen (2007)*

63 *T.ex. Nilsen (2017); Fitjar och Rodríguez-Pose (2011)*

64 *Grillitsch och Nilsson (2015). Liknande resultat erhöles även Dubois (2015) i en studie av tillverkande företag i norra Sverige som fann att företagens perifera lokalisering inte utgjorde ett hinder i deras internationalisering, snarare tvärtom. För en utvecklad diskussion om exportmöjligheterna för SMEs på landsbygden, se Tolstoy's kapitel i denna antologi.*

att kompensera för avsaknad av spillovers i perifera regioner. Det är alltså möjligt för företag i perifera regioner att överkomma avstånd, men det beror på deras kompetenser. Exempelvis kan det antas att företag med hög teknologisk kompetens har ett mindre kognitivt avstånd till andra organisationer och lättare att absorbera kunskap. Studien visar också att större företag och företag med hög teknologisk kompetens har fler samarbeten både nationellt och internationellt, jämfört med små företag och företag som har lägre teknologisk kompetensnivå, vilka anses vara mer beroende av den regionala infrastrukturen.⁶⁵

Kopplingar mellan olika miljöer och deras nätverk (lokalt, mellan olika regioner och mellan regioner i olika länder) sker på olika sätt, bland annat genom städer, 'epistemiska' grupper samt multinationella företag.⁶⁶ I perifera regioner spelar multinationella företag eller stora nationella företag en potentiellt viktig roll; de kan exempelvis bidra med investeringar, arbetstillfällen⁶⁷, tillgång till ny kunskap, förmedling av kontakter, stimulera etablering av nya företag och sammantaget minska organisatorisk tunnhet⁶⁸. Vidare kan externa investeringar i regionen vara nödvändiga för att branscher i tunna regioner ska kunna förnya sig och bryta tidigare utvecklingsspår.⁶⁹ Nya idéer och möjligheter kan också formas i samspelet mellan internationella företag, lokala entreprenörer och offentliga organisationer. Norrländska exempel är biltestklustret⁷⁰ och utvecklingen av Datacenter Norrland. I båda fallen såg internationella företag fördelar med snö och kyla och lokala entreprenörer och aktörer såg i sin tur en affärsmöjlighet i detta. Nackdelar med externa investeringar kan dock vara kortsiktighet och för stora beroenden, med särskilt stark påverkan i perifera regioner.⁷¹

Trots förekomsten av samarbeten mellan företag i perifera regioner och andra företag finns det risk att perifera regioner (eller icke-kärnregioner) stängs ute från viktiga nätverk eftersom många av dessa är koncentrerade till städer.⁷² Avsaknad av lokala policys och annat institutionellt stöd kan också göra det svårare för entre-

65 Grillitsch och Nilsson (2015)

66 Bathelt m.fl. (2018)

67 Cook och Fallon (2016)

68 Salamonsen (2015); Salamonsen och Henriksen (2015)

69 Isaksen (2015)

70 Arbuthnott och Von Friedrichs (2013)

71 Dawley (2007)

72 Bathelt m.fl. (2018)

prenörer i perifera regioner att utvecklas och etablera externa (globala) kontakter⁷³. De måste därför aktivt knytas till nätverken, och kognitiv närhet behövs för att tillgodogöra sig och kombinera kunskap från olika platser. Att stödja sådana processer som spänner över flera platser innebär också en utmaning för policy.

Betydelsen av entreprenörskap och policysatsningar

För att dynamiska miljöer ska stärkas och utvecklas i perifera regioner behövs åtgärder i syfte att förtäta miljöer⁷⁴, eller på andra sätt kompensera för avstånd och tunnhet. Här spelar både entreprenörskap och policysatsningar en avgörande roll. Vidare krävs stödsystem som gör det möjligt att absorbera och nyttiggöra sig av den kunskap som företag får tillgång till via de kopplingar som etablerats inom och mellan olika dynamiska miljöer och kunskapsbaser.

Entreprenörskap avser i sammanhanget olika aktiviteter och roller. Entreprenörskap i form av att driva fram och exploatera nya innovativa idéer och verksamheter är ofta avgörande för att identifiera en ny utvecklingsväg för en region⁷⁵. Ett annat exempel är samhällsentreprenörer som strävar efter att utveckla en region eller ort. En studie av RIS i perifera regioner i Kanada lyfter fram lokala samhällsentreprenörer som brinner för att utveckla regionerna som avgörande för utvecklingen, om än i kombination med institutioner och stödsystem på orten.⁷⁶ En sammanställning av studier om samhällsentreprenörskap från norrländsk glesbygd visar också på betydelsen av samhällsentreprenörskap för att driva utveckling men framhåller samtidigt att det inte är en enkel lösning på glesbygdens komplicerade strukturella problem⁷⁷.

Ett tredje exempel på entreprenöriella aktiviteter utgörs av institutionellt entreprenörskap; att forma stödsystem för innovation och lokala institutioner. I perifera regioner blir det institutionella entreprenörskapet särskilt betydelsefullt eftersom det kan finnas betydligt färre entreprenörer (start-ups) som kan driva utvecklingen.⁷⁸ I perifera tunna områden har det inom RIS visat sig vara möjligt att utveckla mikromiljöer, eller mikrosystem, som kan stimulera utveckling i områden där klus-

73 Lagendijk och Lorentzen (2007)

74 Tödtling och Trippel (2005)

75 Foray (2015) refererad i Isaksen m.fl. (2018, s. 2), se även Arbuthnott och von Friedrichs (2013)

76 Doloreux och Dionne (2008)

77 Gawell m.fl. (2014). Se också Tillmars kapitel i denna antologi.

78 Isaksen m.fl. (2018) jämförde tre olika regioner med varierande täthet och kom fram till att i alla tre spelade institutionella entreprenörer en stor roll, medan start-ups endast gjorde det i ett av fallen.

terdelen är svagare.⁷⁹ Matchningen mellan stödstrukturer och de regionala behoven är dock viktig. En studie av satsningar på stödstrukturer för kommersialisering av forskning i högteknologiska företag (särskilt universitetsavknoppningar) i Wales visade att efterfrågan i ett relativt svagt (glost) privat näringsliv på de stödtjänster som utvecklades var liten. I studien varnas också för att starka enskilda aktörers agendor kan få ett alltför stort inflytande över inriktningen på lokala policys i perifera regioner.⁸⁰ En variant på institutionellt entreprenörskap kan vara att skapa de lokala och globala länkar som forskningen anser vara betydelsefulla för att utveckla dynamiska miljöer och på olika sätt koppla samman aktörer och idéer.⁸¹

Policysatsningar har som vi tidigare nämnt stor betydelse för hur dynamiska miljöer formeras i perifera regioner. Policysatsningar kan vara generella (horisontella) och riktas mot en region som helhet, eller mer specialiserade. Exempel på det förstnämnda kan i perifera regioner vara att etablera universitet för att höja utbildningsnivån eller att etablera stödstrukturer som vänder sig till alla sektorer. Andra policysatsningar är mer selektiva och inriktade på specifika sektorer i en region. Avsikten med dessa är att satsa resurser där de antas kunna göra bäst nytta. Såväl klusterinitiativ som smart specialisering är exempel på denna typ av policy. Klusterinitiativ initierade av myndigheter bygger på antagandet att det är möjligt att skapa livaktiga kluster (top-down policy), även om många sådana svenska initiativ bygger på att aktörer på en ort själva ansöker om att erhålla medel för utveckling. Medan kluster beskrivs utifrån en relativ koncentration av företag och organisationer på en plats, utgår klusterinitiativ från en formell organisation som satsar på att utvecklas mot ett kluster.⁸²

Forskningsresultaten pekar dock i olika riktning⁸³ vad gäller effekterna av en sådan politik. Vi nämnde tidigare att nya kontakter som skapas inte nödvändigtvis leder till fungerande samarbeten.⁸⁴ Därtill tar det tid att utveckla kluster och många klusterinitiativ blir aldrig kluster i strikt mening, men de kan ses som ett sätt att samla organisationer och stärka samarbete. Samtidigt finns exempel från

79 *Doloreux och Dionne (2008)*

80 *Pugh m.fl. (2018)*

81 *jfr Feldman och Zoller (2012)*

82 *Klusterinitiativ är "... ett samarbetsprojekt mellan å ena sidan företag och å andra sidan myndigheter och/eller forsknings- och utbildningsinstitutioner i syfte att stärka ett klusters tillväxt och konkurrenskraft" (Mattsson, 2013, s. 12).*

83 *Vernay m.fl. (2018); Fromhold-Eisebith och Eisebith (2008)*

84 *Fromhold-Eisebith och Eisebith (2008)*

resurssvaga perifera regioner som visar på positiva resultat; i en studie av högteknologiska kluster i fyra små norska städer (13,000 till 28,000 invånare) poängteras vikten av initiativ från nationell nivå för att utveckling ska komma till stånd (men i kombination med lokala och globala länkar som behövs för att utveckla klusterföretagens innovativa förmågor).⁸⁵ Det finns också exempel på hur kluster i perifera regioner kan bli starkt beroende av den organisation som driver klusterutvecklingen. Detta visas bland annat i en studie av italienskt klusterinitiativ inom flygindustrin, där policyåtgärder stärkt interaktionen i nätverket, men där samtidigt många grupper endast har den administrativa organisationen som kontaktpunkt, vilket också innebär att nätverket är beroende av offentlig finansiering.⁸⁶

En annan policyåtgärd för att stärka en miljö och åstadkomma att kopplingar mellan företag etableras i syfte att stödja innovation är smart specialisering. Smart specialisering – ofta kallat ”S3” – innebär enligt EU ”nationella och regionala innovationsstrategier där prioriteringar fastställs för att skapa konkurrensfördelar genom att utveckla och matcha styrkorna inom forskning och innovation med företagets behov för att hantera nya möjligheter och marknadsutvecklingen på ett samstämt sätt, samtidigt som man undviker dubbelarbete och uppsplittring av insatser.”⁸⁷ S3 innebär att aktiviteter snarare än en sektor erhåller stöd, och att entreprenöriella initiativ och lokal dynamik värnas i en utvecklingsprocess samtidigt som de involverade företagen tillåter viss myndighetsstyrning.⁸⁸ Som ett exempel på regional innovationspolitik innebär S3 diversifiering (relaterad eller orelaterad) i form av nya specialiseringar.⁸⁹ Processen bör vara öppen för att mobilisera resurser och kompetens från andra regioner, även internationellt.⁹⁰

S3 kan ses som en metod för att utveckla regionala innovationsstödssystem i tidiga skeden⁹¹ genom att stödja utvecklingen av miljön eller komplettera svagheter såsom kunskapsbasen eller nätverksrelationerna eller för att skapa ”mikrosystem för innovation” som kan driva strukturförändring.⁹² Hur S3 implementeras (exempelvis med avseende på balans mellan diversifiering inom befintlig eller helt nya

85 Onsager m.fl. (2007), för liknande resultat se Zitek och Klimova (2016).

86 Calignano, Fitjar och Kogler (2018)

87 Artikel (2), Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1303/2013.

88 Foray (2016)

89 Santoalha (2018)

90 Foray (2016)

91 Ranga (2018)

92 Foray (2016)

områden) och styrs är särskilt viktig i perifera regioner där det är svårt att överkomma tunnhet i nätverk, infrastruktur och institutioner⁹³. Trots att perifera regioner kan antas ha förutsättningar för färre specialiseringar, visar dock analyser av italienska data att dessa regioner inte nödvändigtvis väljer ett mindre antal specialiseringar.⁹⁴

I EU har olika regioner identifierat fokusområden för smart specialisering⁹⁵. Tillväxtverket har utifrån principer om S3 valt att satsa på 22 klusterinitiativ, varav fyra återfinns i mellersta och norra Norrland. Dessa är Georange i Västerbotten, ett klusterinitiativ som organiseras av en samordnande intresseorganisation med samhälls- och näringslivsutveckling kring gruv- och mineralindustrin som mål; utveckling kring det tidigare nämnda Datacenter Norrland, Bron innovation i Västernorrland med satsningar på Informations- och kommunikationsteknologi och Entreprenörskivet företagsnav i Jämtland Härjedalen.⁹⁶ Även om de nordiska länderna ansetts vara tidigt ute med att implementera smart specialisering,⁹⁷ finns det relativt begränsade kunskaper om mer långsiktiga effekter av satsningarna. Av särskilt intresse är naturligtvis huruvida strategin långsiktigt lyckas stödja just lokala initiativ, och om för regionen relevanta specialiseringar givet teknologisk bas genomförs.

Sett till alla typer av regioner har perifera regioner i policy-sammanhang ofta kopplats till kluster och RIS relaterade till förekomsten av naturresurser eller turism. Flera av de norrländska klustren är kopplade till naturresurser såsom gruvnäring och pappersindustri baserad på skogen som råvara, och kluster inom turism har växt fram baserat på tillgången till en unik natur. Vissa forskare varnar för att detta kan skapa en stereotyp bild av perifera regioner som gör att alternativa utvecklingsvägar stängs.⁹⁸ Framväxande branscher i Norrland, som tidigare nämnts i detta avsnitt, visar att det inte enbart är basindustrier och naturresurser som är grunden för företagskluster i Norrland utan att nya utvecklingsvägar prövas. Många svenska klusterinitiativ har startats i närheten av ett universitet⁹⁹ och utgår ofta från att en kombination av traditionell verksamhet och forskningsbase-

93 Sörvik, Teräs, Dubois, och Pertoldi (2018)

94 D'Adda, Guzzini, Iacobuccic, och Palloni (2018)

95 Kartläggning av prioriteringar för smart specialisering inom EU: <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/map>

96 För en fullständig lista, se <https://tillvaxtverket.se/annesomraden/regional-kapacitet/smart-specialisering/klusterprogram.html>

97 Mäenpää och Teräs (2018)

98 Leick och Lang (2018)

99 Nordensky (2009)

rad kunskap kan skapa nya utvecklingsvägar vilket kan stödja denna utveckling. I perifera regioner med stora geografiska avstånd som Norrland är det dock potentiellt svårare att skapa den kognitiva och sociala närhet till akademien som krävs för att tillgodogöra sig sådan kunskap. Tidigare forskning ger indikationer på faktorer som har betydelse för utveckling och dynamik i perifera regioner, men fortfarande finns det många frågetecken om hur en sådan utveckling kan komma till stånd. I det följande diskuterar vi några av dessa.

Teman för fortsatt forskning

Hur samspelet mellan framväxande branscher (exempelvis kreativa näringar) och traditionell industri kan bidra till dynamik och utveckling i perifera regioner är en övergripande frågeställning där mer kunskap behövs. Vi preciserar i det följande två teman som är nära kopplade till denna frågeställning. Det finns många policy-initiativ som är inriktade på att skapa kopplingar mellan olika miljöer, företag och olika typer av organisationer. Ett exempel på detta är strävanden efter att skapa mötesplatser, vilket kan vara allt från ett årligen återkommande event till gemensamma kontorslokaler eller en verksamhet med seminarier och verkstäder. I perifera regioner där syftet är att skapa täthet och främja nya relationer mellan organisationer kan mötesplatser vara ett sätt att försöka koppla samman olika aktörer, med förmodat komplementär kunskap. Vi vet dock relativt lite om vilka typer av mötesplatser som skapas, hur dessa mötesplatser fungerar, vilka som interagerar på dessa mötesplatser och hur, samt vilka resultat som erhålls. Tidigare nämnd forskning om kluster visar exempelvis att det kan vara svårt att gå från kontakter till meningsfullt samarbete¹⁰⁰ och forskning om RIS framhåller utmaningen i att överbrygga inte bara geografiska utan också organisatoriska, institutionella, sociala och kognitiva avstånd för att stimulera lärande och innovation. Det räcker inte att skapa mötesplatser, man måste också få till stånd en meningsfull interaktion. En viktig fråga som återstår att besvara är: Hur är det möjligt att skapa meningsfulla interaktioner via olika former av mötesplatser i perifera regioner?

För att skapa meningsfulla kontakter, inom ramen för mötesplatser, nätverk och mellan aktörer som inte annars hade träffats, och samtidigt hjälpa till att överbrygga olika avstånd, exempelvis mellan olika kunskapsbaser krävs särskilda kom-

100 Fromhold-Eisebith och Eisebith (2008)

petenser. Även inom nätverk kännetecknas interaktionen av friktion när aktörerna ska integrera lokalt inbäddad kunskap från flera platser.¹⁰¹ I litteraturen om interorganisatoriska relationer och innovation talas om individer (gränsöverskridare) som har en förmåga att förmedla eller översätta kunskap över olika organisatoriska gränser och kunskapsområden.¹⁰² Sådana förmågor återfinns ibland hos entreprenörer som ser nya möjligheter och som framgångsrikt kopplar samman sig själva med andra aktörer och miljöer. I den stödjande infrastrukturen finns också ett behov av sådan gränsöverskridande kompetens. Hittills har dock liten uppmärksamhet ägnats åt denna roll och relaterade mäklande processer även om forskare visat på betydelsen av institutionella entreprenörer¹⁰³ och strategiskt placerade personer som använder sitt betydande sociala kapital för att styra informationsflöden, förmedla kontakter och stödja entreprenörskap och bildandet av nya företag för att skapa livaktiga lokala miljöer.¹⁰⁴ Samma studie visar också på att tunna miljöer ofta har få sådana 'deal makers'¹⁰⁵. Mer kunskap behövs om hur olika mäklande aktörer (entreprenörer, samhällsentreprenörer, representanter för såväl privat som offentligt finansierad infrastruktur och så vidare) och mäklande processer verkar i perifera regioner. En viktig fråga är alltså: Hur kan mäklare och mäklande processer knyta samman aktörer med olika kunskapsbaser, länka samman aktörer från landsbygd med aktörer i städer, samt hur ska en infrastruktur vara uppbyggd för att attrahera sådana mäklare och initiera sådana mäklande processer?

En annan viktig fråga är hur väl S3 som policyåtgärd fungerar. S3 är en relativt sett ny policystrategi¹⁰⁶ och vi vet i dagsläget relativt lite om de mer långsiktiga effekterna av dess implementering, om olika former av smart specialisering, och om smart specialisering i perifera regioner. S3 bygger på att stödja den lokala dynamiken, att stimulera det lokala entreprenörskapet, vara selektiv och satsa på nya specialiseringar, och därmed inte välja satsningar utifrån vad som tidigare varit framgångsrikt¹⁰⁷. Men hur träffsäkert är valet av satsningar, leder det över tid till nya initiativ och nya företag, vad händer med entreprenörer och entreprenöriella

101 Bathelt m.fl. (2018)

102 Carlile (2002, 2004)

103 Isaksen m.fl. (2018)

104 Feldman och Zoller (2012)

105 Feldman och Zoller (2012). I kontexten S3 i perifera regioner argumenterar även Sörvik m.fl. (2018) för behovet av intermediärer.

106 Sörvik m.fl. (2018)

107 Foray (2016)

initiativ utanför dessa satsningar, och skapas tillräcklig diversifiering? Här behövs mer kunskap.

Ovanstående relaterar även till en mer generell frågeställning om hur policy-program främjar innovation i perifera regioner, och i så fall vilken typ av innovation. I perifera eller på andra sätt svaga regioner finns det begränsat med resurser för satsningar, varför medel från olika satsningar kan vara avgörande för vilka initiativ som kan genomföras, samtidigt som det kan finnas relativt få aktörer som i olika konstellationer kan söka medel. Forskning från Tyskland har visat på risken att mer innovativa, mer experimenterande, lösningar på lokal nivå undviks till förmån för mer praktiska eller användbara lösningar som ligger i linje med nationella riktlinjer när det gäller att söka medel för regional utveckling/anpassning på landsbygden¹⁰⁸. Författarna menar att en potentiell förklaring till betoningen på genomförbarhet är att aktörer bland de sökande redan samarbetar och söker medel för att fortsätta med befintliga projekt. Liknande effekter torde kunna uppträda även vid andra former av satsningar (smart specialisering, klusterinitiativ) och särskilt i tunna miljöer. Ytterligare forskning behövs för att utvärdera under vilka förutsättningar olika stöd leder till likriktning, till 'återanvända' lösningar, eller till nya innovativa satsningar i perifera regioner?

Som vi nämnde inledningsvis argumenterar forskare för att svagare regioner behöver andra policyinsatser än typiska framgångsexempel. Eftersom perifera regioner ofta karakteriseras av låg eller ingen tillväxt¹⁰⁹ med avseende på befolkning och ekonomiska faktorer, kan forskning och policy som är anpassad till miljöer med tillväxt leda till orealistiska förväntningar på genomförda åtgärder. Åtgärder bör vara förankrade i regionernas egna förutsättningar, med hänsyn tagen till "politisk-institutionell, social och kulturell utveckling av regioner i en bredare geografisk och politisk kontext".¹¹⁰ Det finns därför behov av att studera satsningar på att stimulera innovation och förnyelse i olika lokala miljöer i perifera regioner (Norrland), inte minst 'mikromiljöer' där antalet aktörer är relativt få, och där tillväxten är begränsad. En viktig fråga för framtida forskning är alltså under vilka förhållanden satsningar på mikromiljöer fungerar mer eller mindre bra?

Kreativa näringar och upplevelseindustri återfinns bland de framväxande bran-

108 Küpper m.fl. (2018)

109 Leick och Lang, 2018; Küpper m.fl. (2018)

110 Kinossian (2018, s. 372), vår översättning

scher som anses vara starka i delar av Norrland. Dessa branscher skiljer sig i mångt och mycket från andra näringar och kan ha en intermediär funktion och fungera som en katalysator för utvecklingen inom andra sektorer i perifera regioner. I en nyligen publicerad studie¹¹¹ av kreativa och kulturella näringar i perifera regioner på Irland framkommer att företag inom området kreativa uttryck/applikationer (film och TV) och kreativ teknologi (digitala media) samarbetar i större utsträckning med företag från andra sektorer än med företag i den egna sektorn. Författarna menar att kreativa produktioner har en intermediär funktion som "direkt översätts till en konkurrensfördel och innovativa förmågor i andra sektorer".¹¹² Studien visar att dessa företag ofta är mikroföretag, men med en högre grad av internationalisering jämfört med mikroföretag i andra branscher, vilket bidrar till regionens länkar till andra miljöer. Vidare arbetar dessa företag utifrån andra affärsmodeller. Det är vanligt att verksamheten bedrivs i nätverksform där olika konstellationer av mikroföretag går samman i olika projekt, men hur dessa organiseringsformer kan identifieras och stödjas har rönt mindre uppmärksamhet. En sista fråga är hur kulturella och kreativa näringar kan de bidra till utvecklingen i perifera regioner genom bransch- och regionsöverskridande samarbeten, samt hur kan detta stödjas?

¹¹¹ Collins m.fl. (2018)

¹¹² Collins m.fl. (2018, s. 79), vår översättning

Referenser

- Arbuthnott, A., Eriksson, J. & Wincent, J. (2010). "When a new industry meets traditional and declining ones: An integrative approach towards dialectics and social movement theory in model of regional industry emergence processes". *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 26 No. 3, s. 290-308.
- Arbuthnott, A., & von Friedrichs, Y. (2013). "Entrepreneurial renewal in a peripheral region: the case of a winter automotive-testing cluster in Sweden". *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 25 No. 5/6, s. 371-403.
- Asheim, B. T., & Gertler, M. S. (2005). "The geography of innovation: Regional innovation systems". I J., Fagerberg, D. C. Mowery, & Nelson, R. R. (Red.) *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: Oxford University Press, s. 291-317.
- Asheim, B., Coenen, L., & Vang, J. (2007). "Face-to-face, buzz, and knowledge bases: sociospatial implications for learning, innovation, and innovation policy". *Environment and Planning C: Government and Policy*, Vol. 25 No. 5, s. 655-670.
- Bathelt, H., Cantwell, J.A., & Mudambi, R. (2018). "Overcoming frictions in transnational knowledge flows: challenges of connecting, sense-making and integrating". *Journal of Economic Geography*, Vol. 18, No. 5, s. 1001–1022.
- Bell, G.G. (2005). "Clusters, networks, and firm innovativeness". *Strategic Management Journal*. Vol. 26 No. 3 s. 287–295.
- Bell GG, & Zaheer A. (2007). "Geography, networks, and knowledge flow". *Organization Science*, Vol. 18 No. 6 s. 955–972.
- Bengtsson, M., & Sölvell, Ö. (2004). "Climate of competition, clusters and innovative performance". *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 20 No. 3, s. 225-244.
- Boschma, R. (2005). "Proximity and Innovation: A Critical Assessment". *Regional Studies*, Vol. 39 No. 1, s. 61-74.
- Boschma, R. (2018). "A concise history of the knowledge base literature: Challenging questions for future research". I Isaksen, A., Martin, R., & Trippel, M. (Red.) New avenues for regional innovation systems – *Theoretical advances, empirical cases and policy lessons*. Springer International Publishing, s.33-53.

- Calignano, G., Fitjar, R.D., & Kogler, D.F. (2018). "The core in the periphery? The cluster organization as the central node in the Apulian aerospace district". *Regional Studies*, Vol. 52 No. 11, s. 1490-1501.
- Carlile, P.R. (2002). "A Pragmatic View of Knowledge and Boundaries: Boundary Objects in New Product Development". *Organization Science*, Vol. 13 No. 4, s. 442-455.
- Carlile, P.R. (2004). "Transferring, Translating, and Transforming: An Integrative Framework for Managing Knowledge across Boundaries". *Organization Science*, Vol. 15 No. 5, s. 555-568.
- Collins, P., Mahon, M., & Murtagh, A. (2018). "Creative industries and the creative economy of the West of Ireland: evidence of sustainable change?". *Creative Industries Journal*, Vol. 11 No.1, s. 70-86.
- Cook, M. & Fallon, G. (2016). "Inward Investment, Employment and Government Policies in Wales". *Regional Studies*, Vol. 50 No. 8, s. 1449-1463.
- Cooke, P.N. (2004). "Introduction". I Cooke, P.N., Heidenreich, M. & Brick, H-J. (Ed.) *Regional Innovation Systems: The Role of Governance in a Globalized World*. Andra upplagan. London: Routledge. S. 1-18.
- Cooke, P., Uranga, M. G., & Etxebarria, G. (1997). "Regional innovation systems: Institutional and Organizational dimensions". *Research Policy*, Vol. 26 No. 4/5, s. 475-491.
- D'Adda, D., Guzzini, E., Iacobucci, D., & Palloni, R. (2018). "Is Smart Specialisation Strategy coherent with regional innovative capabilities?". *Regional Studies*, DOI: 10.1080/00343404.2018.1523542
- Dawley, S. (2007) "Making labour-market geographies: volatile 'flagship' inward investment and peripheral regions". *Environment & Planning A*, Vol. 39 No. 6, s. 1403-1419.
- Doloreux, D. (2002). "What we should know about regional systems of innovation". *Technology in Society: An International Journal*, Vol. 24, s. 243-263.

Doloreux, D., & Dionne, S. (2008). "Is regional innovation system development possible in peripheral regions? Some evidence from the case of La Pocatière, Canada". *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 20 (maj), s. 259-283.

Dubois, A. (2015). "Business networks and the competitiveness of small manufacturing firms in Sweden's northern periphery". *Norwegian Journal of Geography*, Vol. 69 No.3, s. 135-151.

EU-kommissionen (2016). *Northern Periphery and Arctic Programme 2014-2010*. Approved by the European Commission on 16th December 2014, updated in January 2016. http://www.interreg-npa.eu/fileadmin/Programme_Documents/Approved_Cooperation_Programme_Jan2016.pdf

EU-kommissionens förordning nr 1319/2013 av den 9 december 2013 om ändring av bilagorna till Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1059/2003 om inrättande av en gemensam nomenklatur för statistiska territoriella enheter (Nuts). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1319&from=EN>.

Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1303/2013 av den 17 december 2013 om fastställande av gemensamma bestämmelser för Europeiska regionala utvecklingsfonden, Europeiska socialfonden, Sammanhållningsfonden, Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling och Europeiska havs- och fiskerifonden, om fastställande av allmänna bestämmelser för Europeiska regionala utvecklingsfonden, Europeiska socialfonden, Sammanhållningsfonden och Europeiska havs- och fiskerifonden samt om upphävande av rådets förordning (EG) nr 1083/2006 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1303&from=EN>

Feldman, M., & Zoller, T.D. (2012). "Dealmakers in Place: Social Capital Connections in Regional Entrepreneurial Economies". *Regional Studies*, Vol. 46 No.1, s. 23-37.

Fitjar, R. D., & Rodríguez-Pose, A. (2011). "Innovating in the Periphery: Firms, Values and Innovation in Southwest Norway". *European Planning Studies*, Vol. 19 No. 4, s. 555-574.

- Fitjar, R. D., & Timmermans, B. (2017). "Knowledge bases and relatedness: A study of labour mobility in Norwegian regions". *Papers in Evolutionary Economic Geography*, 17.12. Utrecht: Utrecht University
- Foray, D. (2016). "On the policy space of smart specialization strategies". *European Planning Studies*, Vol. 24 No. 8, s. 1428-1437. DOI:10.1080/09654313.2016.1176126
- Fromhold-Eisebith, M., & Eisebith, G. (2008). "Looking Behind Facades: Evaluating Effects of (Automotive) Cluster Promotion". *Regional Studies*, Vol. 42 No. 10, s. 1343–1356.
- Gargiulo, M., & Benassi, M. (2000). "Trapped in your own net? Network cohesion, structural holes, and the adaptation of social capital". *Organization Science*. Vol.11, No. 2, s. 183–196.
- Gawell, M., Pierre, A., & von Friedrichs (2014). "Societal Entrepreneurship – a Cross-Boundary Force for Regional and Local Development Cherished for Multiple Reasons". *Scandinavian Journal of Public Administration*, Vol. 18 No.4, s. 109-130.
- Grillitsch, M., & Nilsson, M. (2015). "Innovation in peripheral regions: Do collaborations compensate for a lack of local knowledge spillovers?" *Annals of Regional Science*, Vol. 54 No.1, s. 299-321.
- Grunfelder, J., Risplin, L., & Norlén, G. (2018). "Introduction". I Grunfelder, J., Risplin, L. & Norlén, G. (Red.)State of the Nordic Region 2018. Nordiska ministerrådet, Köpenhamn, s. 12-20.
- Hospers, G.-J., & Beugelsdijk, S. (2002). "Regional Cluster Policies: Learning by Comparing?" *Kyklos*, Vol. 55 no. 3, s. 381-402.
- Huggins, R., Waite, D., & Munday, M. (2018). "New directions in regional innovation policy: a network model for generating entrepreneurship and economic development". *Regional Studies*, Vol. 52 No. 9, s. 1294-1304.
- Isaksen, A. (2015). "Industrial development in thin regions: trapped in path extension?" *Journal of Economic Geography*, Vol. 15 No. 3, 585-600.

Isaksen, A., Kyllingstad, N., Rypestøl, J.O., & Schulze-Krogh, A.C. (2018). "Differentiated regional entrepreneurial discovery processes. A conceptual discussion and empirical illustration from three emergent clusters". *European Planning Studies*, Vol. 26 No. 11, s. 2200-2215.

Isaksen, A., Martin, R., & Trippel, M. (2018). "New Avenues for regional innovation systems and Policy". I Isaksen, A., Martin, R., & Trippel, M. (Red.) *New avenues for regional innovation systems – Theoretical advances, empirical cases and policy lessons*. Springer International Publishing, s. 1-19.

Isaksen, A., & Trippel, M. (2017). "Exogenously Led and Policy-Supported New Path Development in Peripheral Regions: Analytical and Synthetic Routes". *Economic Geography*, Vol. 3 No. 5, 436-457.

Ketels, C., & Protsiv, S. (2016). *European Cluster Panorama 2016. Report. European Cluster Observatory*. Tillgänglig via <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/20381>

Kinossian, N. (2018). "Planning strategies and practices in noncore regions: a critical response". *European Planning Studies*, Vol. 26 No. 2, s. 365-375-.

Küpper, P., Kundolf, S., Mettenberger, T., & Tuitjer, G. (2018). "Rural regeneration strategies for declining regions: trade-off between novelty and practicability". *European Planning Studies*, Vol. 26 No. 2, s. 229-255.

Lagendijk, A., & Lorentzen, A. (2007). "Proximity, Knowledge and Innovation in Peripheral Regions. On the Intersection between Geographical and Organizational Proximity". *European Planning Studies*, Vol. 15 No. 4, s. 457-466.

Leick, B., & Lang, T. (2018). "Re-thinking non-core regions: planning strategies and practices beyond growth". *European Planning Studies*, Vol. 26 No. 2, s. 213-228.

Martin, R., & Moodysson, J. (2013). "Comparing knowledge bases: on the geography and organization of knowledge sourcing in the regional innovation system of Scania, Sweden". *European Urban and Regional Studies*, Vol. 20 No.2, s. 170-187.

Martinus, K. (2018). "Labor Networks Connecting Peripheral Economies to the National Innovation System". *Annals of the American Association of Geographers*, Vol. 108 No. 3, s. 845-863.

- Mattsson, H. (2013) *Den svenska klusterpolitiken*. Rapport åt Svenskt Näringsliv. Stockholm: Sweco.
- Mäenpää, A., & Teräs, J. (2018). "In Search of Domains in Smart Specialisation: Case Study of Three Nordic Regions". *European Journal of Spatial Development*, Vol. 68. Tillgänglig via: <http://doi.org/10.30689/EJSD2018:68.1650-9544>
- Neffke, F., Henning, M., & Boschma, R. (2011). "How Do Regions Diversify over Time? Industry Relatedness and the Development of New Growth Paths in Regions". *Economic Geography*, Vol. 87 No. 3, s. 237-265.
- Nilsen, T. (2017). "Firm-driven path creation in arctic peripheries". *Local Economy*, Vol. 32 No. 2, s. 77-94.
- Nordensky, J. (2009). *Kartläggning av svenska klusterinitiativ*. Vinnova rapport 2009: 31.
- Nuur, C., & Laestadius, S. (2010). "Development in peripheral regions: Case studies in Sweden". *European Urban and Regional Studies*, Vol. 17 No. 3, s. 293–307.
- Onsager, K., Isaksen, A., Fraas, M., & Johnstad, T. (2007). "Technology Cities in Norway: Innovating in Glocal Networks". *European Planning Studies*, Vol. 15 No. 4, s. 549-566.
- Ozer, M., & Zhang, W. (2015). "The effects of geographic and network ties on exploitative and exploratory product innovation". *Strategic Management Journal*, Vol. 36 No. 7, s. 1105-1114.
- Pinkse, J., Vernay, A. L., & D'Ippolito, B. (2018). "An organisational perspective on the cluster paradox: Exploring how members of a cluster manage the tension between continuity and renewal". *Research Policy*, Vol. 47 No. 3, s. 674-685.
- Porter, M.E. (1990) "The Competitive Advantage of Nations". *Harvard Business Review*, Vol. 68 No. 2, s. 73-91.
- Porter, M.E. (1998). "Clusters and the New Economics of Competition". *Harvard Business Review*, Vol. 76 No. 6, s. 77-90.
- Pouder, R. & St John, C. (1996). "Hot Spots and Blind Spots: Geographical Clusters of Firms and Innovation". *Academy of Management Review*, Vol. 21 No. 4, s. 1192-1225.

Pugh, R., MacKenzie, N.G., & Jones-Evans D. (2018). "From 'Techniums' to 'emptiums': the failure of a flagship innovation policy in Wales". *Regional Studies*, Vol. 52 No.7, s.1009-1020.

Ranga, M. (2018). "Smart specialization as a strategy to develop early-stage regional innovation systems". *European Planning Studies*, Vol. 26 No. 11, s. 2125-2146.

Salamonsen, K. (2015). "The Effects of Exogenous Shocks on the Development of Regional Innovation Systems". *European Planning Studies*, Vol. 23 No. 9, 1770-1795.

Salamonsen, K., & Henriksen, J. T. (2015). "Small Businesses Need Strong Mediators: Mitigating the Disadvantages of Peripheral Localization through Alliance Formation". *European Planning Studies*, Vol. 23 No. 3, s. 529-549.

Sánchez Gassen, N. (2018). "Population growth and ageing. Past, present and future trends". I Grunfelder, J., Risplin, L., & Norlén, G. (Red.) *State of the Nordic Region 2018*. Nordiska ministerrådet, Köpenhamn, s. 24-34.

Santoalha, A. (2018). "Technological diversification and Smart Specialisation: the role of cooperation". *Regional Studies*, DOI: 10.1080/00343404.2018.1530753.

Saxenian, A. (1994). "Lessons from Silicon Valley". *Technology Review*, Vol. 97 No. 5, s. 42-51.

SCB (2018). "Befolkningen ökar svagt på landsbygden". Webbartikel. <http://www.scb.se/hitta-statistik/artiklar/befolkningen-okar-svagt-pa-landsbygden/>. [Hämtad 2018-11-10]

Sörvik, J., Teräs, J., Dubois, A., & Pertoldi, M. (2018). "Smart Specialisation in sparsely populated areas: challenges, opportunities and new openings". *Regional Studies*, DOI: 10.1080/00343404.2018.1530752

Tödting, F., & Trippel, M. (2005). "One size fits all? Towards a differentiated regional innovation policy approach". *Research Policy*. Vol. 34 No. 8, s. 1203-1219.

Tödting, F., & Trippel, M. (2018). "Regional innovation policies for new path development – beyond neo-liberal and traditional systemic views". *European Planning Studies*, Vol. 26, No. 9, s. 1779-1795.

Zetting, P., & Vincze, Z. (2012). "How clusters evolve". *Competitiveness Review: An International Business Journal*, Vol. 22 No. 2, s.110-132.

Zitek V., & Klimova, V. (2016). "Peripheral innovation systems in the Czech Republic at the level of the NUTS3 regions". *Agricultural Economics*, Vol. 62 No. 6, s. 260-268.

Zukauskaitė, E. (2018). "Variety of regional innovation systems and their institutional characteristics" i Isaksen, A., Martin, R., & Trippel, M. (Eds.) *New avenues for regional innovation systems – Theoretical advances, empirical cases and policy lessons*. Springer International Publishing, s. 41-60.

Vernay, A.-L., D'Ippolito, B., & Pinkse, J. (2018). "Can the government create a vibrant cluster? Understanding the impact of cluster policy on the development of a cluster." *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 30 No. 7/8, s. 901–919.





Innovationer i den gröna näringen: En möjlighet för landsbygden

Per Frankelius

Per Frankelius, Linköpings universitet. Författaren är tacksam till Vinnova, Region Östergötland, Vreta Kluster och Stiftelsen Lantbruksforskning, som delfinansierat forskningsplattformarna Grönovation, Samarbetsbaserade affärsmodeller och Agtech 2030. Tack även till Anna Nilsson, tidningen Lantmannen, och Christer Svensson, Vadstena för värdefulla kommentarer.

Innovationer i den gröna näringen: En möjlighet för landsbygden

Historiskt sett arbetade nästan hela befolkningen inom den gröna näringen. Idag uppskattas antal årsverken till 73 000.¹ Det är en liten siffra i jämförelse med totala antalet årsverken i Sverige. Men den gröna näringen producerar livsviktiga resurser. Dessutom finns en hävstångseffekt relaterad till dess ekonomiska betydelse.

Att vissa sektorer i samhället ger hävstångseffekter på andra sektorer har diskuterats i forskningen.² Lantbruket är i detta sammanhang intressant. Mer än en fjärdedel av alla jobb. I USA är direkt eller indirekt relaterade till lantbruks- och livsmedelsbranschen.³ I Sverige beräknas att en miljon kronor i ökad omsättning på ett livsmedelsproducerande jordbruksföretag ger 2,51 jobbtillfällen, vilket kan jämföras med genomsnittet för andra branscher som är 1,42.⁴

Den nämnda forskningen pekar på att en del branscher är grundläggande för andra, medan en del branscher visserligen adderar värde men utan att andra branscher står och faller med dem. En livsmedelsindustri som förpackar portioner av örter kan inte fungera utan att örter odlas, men om förädlaren inte fanns skulle människor ändå kunna konsumera örter, låt vara utan portionsförpackning. Det förefaller därför naturligt att begreppet primärproduktion har använts för de verksamheter som producerar råvarorna i livsmedelskedjan. Man ska också ha i minnet att den gröna näringen präglas av småföretag.

Historisk reflektion av aktivitetscentra på landsbygden

I industrisamhällets gryning växte det fram s.k. bruksorter som blev dynamiska centra på landsbygden. Ofta var platsen förknippad med naturresurser såsom gruva, skog eller vattenkraft. Man kan finna 320 sådana orter i Sverige, exempelvis Robertsfors, Överum och Bofors.

Det finns flera kopplingar mellan bruken och lantbruk. En är att lantbruk nästan alltid var en del av brukens verksamhet. Så här skriver Gert Magnusson på Riksantikvarieämbetet:

1 LRF (2016)

2 Moretti och Thulin (2013)

3 Ross (2016), s. 1

4 Lindberg (2016)

"De typiska svenska bruken bestod av fyra delar: järnbruk, skog, kraft och lantbruk. Till en början samverkade dessa till en helhet för brukens försörjning. Det centrala var hyttan där järnet producerades. Skogen gav råvara till träkol, vattenkraft drev bälgarna i hyttan och lantbruket gav mat till ägarfamiljer och det stora antal hästar som behövdes för alla transporter."⁵

Lantbruket var en strategisk resurs för brukens utveckling och drift. Exempelvis var Robertsfors bruk i Västerbotten bildat av fyra gårdar och bruket drev sedan ett storjordbruk som bl.a. ledde till Norrlands första mejeri.

Men det finns också en annan koppling till lantbruk. En stor mängd av bruken tillverkade maskiner och verktyg till just lantbruket. Exempelvis tillverkade Överums Bruk en hel palett av jordbruksredskap (fig. 1).⁶



*Figur 1:
Överums Bruk ägs idag av CNH
– här i vinterskrud*

Mekaniseringen i lantbruket eskalerade under 1900-talet, inte minst efter andra världskriget. Under perioden 1961–2016 ökade världens jordbruksmark med 9,2 procent. Befolkningen å andra sidan ökade med hela 146 procent. Dessutom har matvanorna och betalningsförmågan förändrats så att varje person i genomsnitt efterfrågar mer mat.⁷ Lantbruket har uppenbarligen visat prov en ofattbar produktivitet utveckling. Exempelvis har veteskördarna i Sverige gått från ca 700 000 ton 1960 till 2554 000 ton idag. Utvecklingen är i hög grad driven genom innovativ maskinteknik via familjeägda företag som genererat dynamik på landsbygden. Exempelvis har Väderstad ca 1400 medarbetare och omsätter ca 3 miljarder kronor (fig. 2).

5 Magnusson (2008), s. 65–66

6 Häggström (2018)

7 FAO (2018)



Figur 2:
Orten Väderstad har frodats
tack vare Väderstad-Verken som
2015 bytte namn till Väderstad
(foto vänligen tillhandahållet av
Väderstad AB)

Lantbrukets betydelse kommer att öka ännu mer framgent. Vid ett besök i San Francisco berättade Mark Chandler, att lantbruket redan idag är en av de viktigaste branscherna i Kalifornien.⁸ Chandler underströk att lantbruket har kopplingar till teknikföretagen i Silicon Valley. Exempelvis har Trimble i Sunnyvale lantbruket som ett av sina viktigaste marknadssegment. Värdet av lantbruksprodukterna uppgick till 50 miljarder dollar under 2017.⁹

Arkitekten Rem Koolhaas skrev i en krönika för *The Economist* att fokus under många år riktats mot dynamiken i städerna men att detta nu håller på att förändras: "Om du tittar närmare förändras landsbygden mycket snabbare och mer radikalt än städerna."¹⁰ I krönikan uttryckte han sin begeistring över digitaltekniken i lantbruket.

Samhällsförändringar med koppling till lantbruk

Lantbruket idag är utsatt för vad ekonomen Erik Dahmén har benämnt ett högt omvandlingstryck.¹¹ Det är relaterat till stora samhällsförändringar. En del sådana innebär problem för lantbruket medan andra innebär affärsmöjligheter. För proaktiva lantbrukare är dock alla förändringar affärsmöjligheter.

Det faktum att *befolkningen* förväntas växa med ytterligare ca 2 miljarder före 2050 sätter press på förmågan att säkerställa ökad matproduktion. Lika relevant är emellertid förändringar av *matvanor* och därmed efterfrågan på olika typer av mat. Förenklat kan man uttrycka en av trenderna som "från ris till McDonalds". Eftersom animalieprodukter kräver flerfaldigt mer produktion än vegetabilier ökar kraven på produktionsförmågan.

8 Chandler (2012)

9 California Department of Food and Agriculture (2018)

10 Economist (2017), översatt från engelska

11 Dahmén (1950)

En tredje samhällsförändring är viljan att ersätta fossila produkter och fossil energi med *förnyelsebart*. Genom att lantbrukets fältmaskiner är så stora kraftpaket har det visat sig trögt att t.ex. elektrifiera dem. Å andra sidan kan lantbruket vara en del av själva lösningen. Varje liter biodiesel eller etanol från lantbruket kan ersätta fossilt bränsle. Företaget New Holland har satsat stort på traktorer drivna genom fossilfria bränslen.

Ett stort behov finns också när det gäller fibrer – att minska oljebaserade textilmaterial såsom polyester, som näst efter bomull är världens vanligaste textilmaterial. Under Elmia Subcontractor 2018 visades också nya kompositter till Teslas bilkarosser, baserade på lin. Resultatet blir konstruktionsdelar som är lätta, höghållfasta och med upp till 30 procent bättre kostnadseffektivitet än kolfibrer.

En fjärde förändring är att *bördig åkermark* på flera håll i världen tas i bruk för andra ändamål, exempelvis genom att statliga organ exproprierar marken för att "bygga infrastruktur". Bara i Sverige har ca 600 hektar bördig åkermark försvunnit årligen under en längre tid av olika skäl.

En femte förändring är den allt starkare viljan att värna den *biologiska mångfalden* och att minska användningen av kemikalier. Hösten 2018 kom larmrapporter från USA om att glyfosat kan påverka bins immunsystem.¹² Framväxten av ekoodling speglar miljöfrågans ökade roll. Högeffektiva metoder för ekologisk produktion har också utvecklats (fig. 3). Men spridningen av sådan teknik är ännu i sin linda. Delvis därför har produktiviteten i antal ton per hektar för ekologisk odling inte nått upp till de nivåer som konventionell odling brukar förknippas med. I Sverige var hektarskörden 4680 för ekologiskt höstvetete 2017, medan motsvarande siffra för konventionell odling var 7540.¹³



Figur 3:
Gothia Redskaps System
Cameleon kan rensa ogräs
genom kameror som ser vad som
är ogräs och vad som är gröda.

12 Motta, Raymann och Moran (2018)

13 SCB (2018)

En sjätte förändring som ökar trycket på lantbruket är *klimatförändringar*. De antas redan ha hämmat lantbruket markant, och förväntas göra det än mer svårt att odla grödor eller hålla djur i framtiden. En del bedömare räknar med att skördarna på vissa håll kommer minska med 25 procent 2030 jämfört med slutet av 1900-talet pga. klimateffekter.¹⁴ Klimatet kan ge upphov till extrema väderhändelser som översvämningar av jordbruksmark och stormar (jorderosion). Men torka är kanske den största effekten. Klimatzonerna ändras, vilket skapar problem för vissa men möjligheter för andra. Följden är också spridning av skadegörare som gynnas av varmare klimat. Exempelvis konstaterar International Centre of Physiology and Ecology i Kenya följande: "Insekter utgör en stor risk för livsmedelsproduktionen, och kan ofta leda till förlust av hela årsskördar. Vidare förstör insekter cirka hälften av all skördad mat under lagringen."¹⁵ Klimatförändringar kan även öka spridningen av svårbehandlade ogräs (såsom renkavle) och mögelsvampar (såsom aflatoxiner).

Denna beskrivning av förändringarna kan ställas mot vissa teorier inom ekonomi. Flera tongivande forskare som haft inflytande på t.ex. svensk näringslivspolitik har anslutit sig till Michael Porters five-forces-paradigm.¹⁶ Det statuerar att de viktigaste faktorerna för företag skulle vara kunder, konkurrenter, leverantörer, substitut och potentiella etablerare. Faktorer såsom klimatförändringar eller väderhändelser lyser med sin frånvaro i detta paradigm och forskningen om lantbruksföretag synes därför utgöra en uppfriskande anomali.

Den enskilde lantbrukarens perspektiv

Växlar man perspektivet till den enskilde lantbrukarens framtonar en del andra viktiga faktorer som utövar ett omvandlingstryck. Det handlar om allt från komplicerade regelverk och inkräktande av äganderätten till oro för att jordarnas packning eller humushalt inte är tillfyllest. I takt med den snabba tekniska utvecklingen uppkommer också problem kring kompetensförsörjning och investeringsförmåga. Maskiner, tjänster och digital teknik blir allt dyrare, men behövs i jakten på skalfördelar. Samtidigt kan lantbrukens belåningsgrad redan vara hög.

Många lantbrukare känner uppgivenhet. Men här har Ingvar Kamprad ett

¹⁴ Porter, Xie, Challinor, Cochrane, Howden, Iqbal, Lobell och Travasso (2014)

¹⁵ International Centre of Physiology and Ecology (2018), översatt från engelska

¹⁶ Se t.ex. Porter (2008)

tänkvärt medskick. Vid ett framträdande på Växjö universitet 2001 gav han råd till framtidens entreprenörer. En av punkterna löd: "Var alltid på väg. Nöjdhetssänsla är ett sömnpiller."¹⁷ Grunden till utveckling är viljan att göra något. Det inkluderar förmågan att inse brister i verksamheter eller samhället – men också i de lösningar man själv hittills haft på ett visst problem. Att inse att man har haft fel i en viss sak – att ompröva något – är inte ett nederlag, utan en styrka.

Vilka handlingsvägar står då till buds för den enskilde lantbrukaren? Ett sätt att dela in dessa är tradition, imitation och innovation. *Tradition* innebär i detta sammanhang att fortsätta att göra det man gjort länge, fast lite bättre. Jfr koncept såsom "lean lantbruk". Tradition kan också handla om att muta in en nisch genom att spinna på eller återuppliva gamla traditioner. Bränna Gårdsmejeri i Jämtland, som producerar unika ostar och som fokuserat på gamla lantraser, är ett sådant exempel.¹⁸

Imitation definierar jag i detta sammanhang som att börja göra något som någon annan redan gjort relativt nyligen. Det kan dock vara något sedan länge beprövat såväl som ett nytt koncept. Det sistnämnda kan innebära något med hög innovationshöjd. Ett exempel på framgångsrik imitation kan vara ett lantbruk som investerar i en aktivitetsmätare på kor från israeliska SCR, som avläser idisslingsmönster och ur detta ger information om brunst – och gör det efter att en annan lantbrukare redan har investerat i tekniken. Ett annat exempel på imitation kan vara att en lantbrukare börjar odla bovete på sin åkermark. Så gjorde Anders Nilsson på gården Molkolm i Värmland år 2007 och blev då först i Sverige, men inte i världen. Bovete kommer från Asien och är trots namnet inget sädesslag, utan snarare släkt med rabarber. Bakgrunden till initiativet var omvärldsanalys i Kanada. Så här skrev tidningen *Land Lantbruk* 10 efteråt: "De flesta skakade på huvudet när Anders Nilsson började odla bovete på sin gård för 10 år sedan. I dag visar det sig att det var något av ett genidrag – han går mot sitt andra år av rekordskörd och nu vill allt fler odla den tacksamma grödan."¹⁹

Innovation definierar jag här som att själv realisera en innovationsprocess med eller utan samarbetspartners. Definitionen är en förenkling och utgår från sammanhanget att någon aktör ger sig i kast med en innovationsprocess. Teoretiskt definierar jag innovation som ett fenomen som infinner sig när något principiellt nytt i meningen att det har hög originalitet uppstår (1), vinner insteg och får genom-

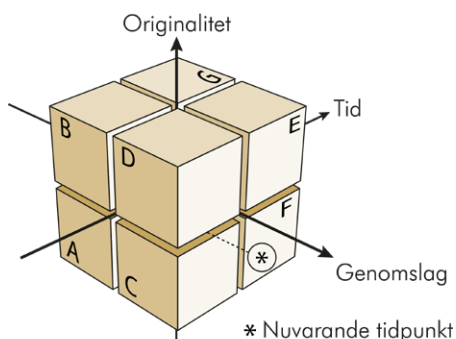
17 Lindkvist (2006)

18 Frankelius (2007)

19 Carlsson Öhrning (2018), s. 1.

slag i samhället ofta via en marknad (2) vid en viss tidpunkt (3).²⁰ Enligt detta synsätt är endast fenomen som kvalar in i boxen D i fig. 4 innovation. Boxen B kan inkludera en uppfinning, ny kunskap eller ett innovativt koncept av icke tekniskt slag, men i avsaknad av insteg är det (ännu) inte en fråga om innovation. Boxen C kan t.ex. inkludera en ny produkt som lanseras och får stor framgång, men utan att det handlar om något principiellt nytt.

Figur 4: Innovationskuben



Intressant nog kan man betrakta vissa former av imitationer som samtidigt varande delar av innovationsprocesser. Litteraturen inom "innovation diffusion" gör denna koppling. Everett Rogers definierade innovation som "en idé som uppfattas som ny av individen" och han tillade: "Det spelar ingen roll ... om en idé är 'objektivt' ny, mätt utifrån tiden som löpt sedan dess första användning eller upptäckt."²¹ Enligt Rogers är innovationer något som kommer utifrån till en person och som imiteras av denna någon. Han delar in "mottagarna av innovationer" i fem kategorier: (1) innovatörer, (2) tidiga anammare, (3) tidig majoritet, (4) sen majoritet och (5) efterföljare/efterslängare. För Rogers är alltså en innovatör inte den som kommer på eller skapar något nytt, utan den som först tar till sig det nya.

Just lantbruk har spelat stor roll vid framväxten av dessa teorier. Sålunda studerade en av pionjärerna, Zvi Griliches, hybridmajsens spridning.²² Och i Rogers för-

²⁰ Frankelius (2017)

²¹ Rogers (1962), fritt översatt från engelska

²² Tarde (1881); Griliches (1957)

ord kan man läsa följande: "Mitt intresse för spridningen av innovationer började när jag var bondpojke på en lantgård i Iowa. Efter gymnasieutbildning och högskoleutbildning i modernt lantbruk insåg jag att de som bodde i min hemby var föga intresserade av de innovationer jag kunde berätta om."²³

På väg mot en femte förändringsperiod

Lantbruket har historiskt genomgått perioder av stor förändring.²⁴ Övergången till jordbrukssamhället för 10 000 år sedan var den första. Den andra tog fart i mitten av 1700-talet genom skiftesformer, dränering och växtföljdskoncept, liksom hästdragna järnplogar, skördemaskiner och såmaskiner. Den tredje perioden var mekaniseringen till följd av traktorn och elektriciteten som bland annat gav upphov till mjölkningsmaskiner, skördetröskor och elevatorer – och senare exempelvis hydrauliska vältar, växelplogar och ensileringskoncept.

Den fjärde perioden började med satelliten tillika GPS-prototypen Navstar 1978. Så snart den amerikanska regeringen avbröt funktionen "selektiv tillgänglighet" år 2000 fick lantbrukarna centimeterprecision. Det banade väg för precisionsodling. Genom att analysera och hantera varje liten del av varje fält individuellt kan man minska kostnader, öka intäkterna och gynna miljön på en och samma gång.

Den femte perioden inleddes omkring 2010 och präglas av sensorer, sakernas internet, artificiell intelligens och stora datamängder. Låt mig ge några exempel.

Slätte Gård installerade 2016 en maskin utvecklad av BoMill. Den kan genom en sensor sortera spannmål kärna för kärna, så att man utifrån ett parti om kanske 20 ton, som annars skulle klassas som dålig kvalitet, kan få ut några ton prima vara. Innovationen minskar svinn och ökar förädlingsvärdet (fig. 5).

Vad gäller robotik har företag som Yanmar, Kubota, CNH, AGCO och John Deere under senare år presenterat robottraktorer. Bland intressanta exempel kan också nämnas "The Spirit Prototype" 2013, utvecklad av Terry Anderson, i Fargo, North Dakota. Maskinen hade dubbla dieselmotorer som i sin tur drev elektriska motorer. Kanske ger fig. 6 en försmak till hur det kommer se ut på många åkrar i framtiden?

En del av den femte perioden bygger på konceptet "eye in the sky", dvs. sensorer på flygfarkoster. En typisk modell är att lantbrukaren inleder ett samarbete

²³ Rogers (1962), s. ix, fritt översatt

²⁴ Lejon och Frankelius (2015)



Figur 5: Två kvalitetsnivåer av vete efter sortering med BoMill



Figur 6: Spirit-roboten (foto vänligen tillhandahållet av Autonomous Tractor Corporation)



Figur 7: CrossCutter Disc (foto vänligen tillhandahållet av Väderstad AB)



Figur 8: Slätterkrossen MT3336 (foto vänligen tillhandahållet av Kverneland)

med företag såsom Solvi eller Drone Deploy. Genom en drönare tas sedan bilder av fälten som skickas vidare till samarbetspartnern som processar bilderna med avancerade datorer och sedan levererar syntetiserad information liksom körfiler till maskiner åter till lantbrukaren. Den processade informationen skapas genom olika index där flera delar av det elektromagnetiska spektrumet kombineras. Körfilerna styr sedan maskiner så att lantbrukaren exempelvis kan ge exakt mängd kväve till varje liten del av fältet.

Också inom djurhållning kan flygtekniken skapa nya värden. Exempelvis finns "flygande herdar" som håller koll på naturbetesdjur över vidsträckta områden.

Allt som ger ökad precision handlar dock inte om digitalteknik. Väderstad har tagit fram en ny kultivatortallrik (CrossCutter Disc) för ultragrund jordbearbetning (fig. 7), Gothia Redskap har utvecklat radrensingsställ som är extremt stabila i sidled (återblicka på fig. 3) och Kverneland har utvecklat en fjädring på slotterkrossar inspirerad av Formel-1 (fig. 8).

Vi bör också nämna biologiska framsteg. Exempelvis samarbetade företaget M3 och USDA 2015 i ett försök att med drönare bomba bomullsfält med fjärlisarver som alternativ till kemiska växtskyddsmedel. Sådana initiativ torde vara av intresse för företag som IKEA som vill medverka till mer hållbar bomullsodling. IKEA lanserade sitt initiativ för detta 2015 och deras approach är i sig en signal om betydelsen av lantbrukets primärproduktion. De skrev: "För att ta itu med utmaningarna relaterade till bomull måste vi börja på gårdarna."²⁵

Konsten att stimulera lantbruket

Genom tradition, imitation eller innovation kan lantbruksföretag öka värdet på sina produkter och därmed, i kombination med skicklig marknadskommunikation, få in mer intäkter. Det finns också chans att minska kostnader, öka produktionsvolymerna och stärka såväl klimatet som den biologiska mångfalden. Imitation synes vara lika intressant som innovation. Kanske är det dags att lansera en imitationsstrategi för Sverige? Oavsett vägvalet är nyckelfaktorer för att lyckas med entreprenörskap, omvärldsanalys, kompetensutveckling, finansiering, marknadsföring och samarbetsbaserade affärsmodeller. Vår forskning pekar på att mässor spelar en särskild roll då de både stimulerar kreativa impulser för utveckling av nya koncept – och insteg av redan utvecklade nya koncept. Även odlingstävlingar kan driva på utvecklingen på liknande sätt som Le Mans gjort i bilbranschen. Exempelvis arrangerades "Malkornmästaren" på Tolefors gård 2018 genom försorg av tidningen *Lantmannen*.

Klassisk agronomisk kunskap är nödvändig men inte längre tillräcklig för att förstå och utveckla lantbruket. Snarare behövs flera kunskapsområden. Därför ser vi också nya aktörer på lantbrukets arena, som 3M, Saab, SSAB, Telia, Axfood, ABB och IBM. De nya kunskapsbehoven innebär också att andra universitet än de traditionellt lantbruksrelaterade spelar en viktig roll. Sålunda har t.ex. Massachusetts Institute of Technology (MIT) uttryckt att de närmar sig lantbruksområdet och då med andra perspektiv än de vanliga.²⁶ Vid Linköpings universitet sjösattes nyligen Vinnväxtinitiativet Agtech 2030 med liknande utgångspunkter.

25 IKEA (2011), s. 29, översatt från engelska

26 Manning (2017)

Slutsats

Om målet är att utveckla landsbygden finns skäl att rikta särskilda insatser för att stimulera just lantbruksföretagen och de innovationssystem de ingår i, eller borde ingå i. Lantbruket skapar råvarorna som krävs för andra verksamheter och är samtidigt grunden till öppna landskap. Lantbruket har också möjlighet att förädla sina produkter mer än idag. Dessutom är lantbruket lösningen på flera globala utmaningar. Kort sagt är lantbruket en drivande kraft, "primus motor", för andra delar av samhällets maskineri.

Entreprenörskapet spelar en stor roll, inte minst de delar av det som handlar om att stimulera isteg av innovativa koncept. Det gäller i lantbruksföretagen men också i de företag som levererar ny teknik och nya tjänster till lantbruket. Från policy-makers perspektiv är det viktigt att förstå att innovation inte bara drivs fram genom teknik- och produktutveckling utan lika mycket av affärsutveckling och marknadsföring. Vad gäller lantbruk måste man därtill lägga betydelsen av vädrets makter och biologi.

Referenser

- California Department of Food and Agriculture (2018). 2017 *Crop Year – Top 10 Commodities for California Agriculture*, <https://www.cdfa.ca.gov/statistics/>.
- Carlsson Örning, L. (2017). Rekordskörd för andra året i rad i Sveriges bovetemecka, *Land Lanbruk*, 20 nov. <https://www.landlantbruk.se/lantbruk/rekordskord-for-andra-aret-i-rad-i-sveriges-bovetemecka/>
- Chandler, M. (2012). Director, San Francisco Mayor's Office of International Trade and Commerce, Personlig kommunikation, City Hall, San Francisco, 10 september.
- Dahmén, E. (1950). *Svensk industriell företagsverksamhet* (vol. 1 och 2). Stockholm: Industriens Utredningsinstitut, IUI.
- Economist (2017). "Rem Koolhaas sees the future in the countryside". *The World in 2018* <http://www.theworldin.com/edition/2018/article/14595/rem-koolhaas-sees-future-countryside>
- FAO (2018). <http://www.fao.org/docrep/005/AC911E/ac911e05.htm>
- Frankelius, P. (2007). "Fallet Bränna Getgård – Med tradition som affärsidé". *Entreprenör*, nr. 10, s. 58–59.
- Frankelius, P. (2017). "Innovation in the Arts – Lessons from the Creation of Dalhalla". *International Journal of Music Business Research*, vol. 6 No. 2, s. 6–40.
- Griliches, H.Z. (1957). "Hybrid Corn: An Exploration in the Economics of Technological Change". *Econometrica*, vol. 25, s. 501–522.
- Häggström, A. (2018). Expert på motorplogar. Personlig kommunikation, 23 december.
- International Centre of Physiology and Ecology (2018). <https://www.flickr.com/people/icipleinsects/>
- IKEA (2011). Sustainability Report 2011. Leiden: The IKEA Group.
- Lejon, E. & Frankelius, P. (2015). *Sweden Innovation Power – Agritechnica 2015*. Jönköping and Linköping: Elmia och Linköpings universitet.

Lindberg, G. (2016). *Regionala input-output multiplikatorer avseende 2013 – disaggregerade beräkningar för svenska län med fokus på jordbruket* (en rapport på uppdrag av LRF). Stockholm: Nordregio.

Lindkvist, L. (2006). "Ingvar Kamprads nio teser". Svenska Dagbladet, <https://www.svd.se/ingvar-kamprads-nio-teser>

LRF (2016). *Det gröna näringslivet*. Stockholm: LRF.

Magnusson, G. (2008) "Bergslagen". I Ulf Sporrang (Red): *Sveriges Nationalatlas: Stockholm-Mälardalenregionen*. Stockholm: SNS.

Manning, L. (2017). "Why MIT is Now Offering an Innovation and Technology in Agriculture and Environment Course". *Agfunder News* (19 april). <https://agfunder-news.com/mit-teaching-innovation-technology-agriculture-environment.html/>

Motta, E. V. S.; Raymann, K. & Moran, N. A. (2018). "Glyphosate perturbs the gut microbiota of honey bees". *Proceedings of the National Academy of Sciences* (PNAS), October 9, vol. 115 No. 41, s. 10305-10310.

Orke, E. C., Dehne, H. W. Schonbeck, F. & Weber, A. (1994). *Crop production and crop protection: Estimated losses in major food and cash crops*. Amsterdam: Elsevier.

Porter, J.R., Xie, L., Challinor, A.J., Cochrane, K., Howden, S.M., Iqbal, M.M., Lobell, D.B. & Travasso, M.I. (2014). "Food security and food production systems". I IPCC: *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Part A: Global and Sectoral Aspects. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, s. 485–533. Cambridge: Cambridge University Press.

Porter, M.E. (2008). "The Five Competitive Forces That Shape Strategy." Special Issue on HBS Centennial. *Harvard Business Review*, vol. 86 No. 1, s. 78–93.

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*, New York: The Free Press.

Ross, K. (2016). *California Agricultural Statistics Review 2016-2017*. Sacramento: California Department of Food and Agriculture.

SCB (2018). *Skörd för ekologisk och konventionell odling 2017*. Statistiska meddelanden (JO 14 SM 1801). Stockholm: SCB.

Tarde, G. (1881). *Les lois de l'imitation*. Paris: Alcan.

Tykesson, M. (2018). VD, Kverneland Svenska AB. Personlig kommunikation, Nyköping 7 juni.





Regleringar och entreprenörskap: En levande landsbygd genom entreprenörskap och minskad regelbörda

Johan E Eklund

*Johan E Eklund, Entreprenörskapsforum, Internationella
Handelshögskolan i Jönköping (JIBS) och Blekinge Tekniska
Högskola (BTH).*

- Entreprenörskapet i Sverige uppvisar stor regional variation. Skillnaderna mellan svenska län i entreprenöriella aktiviteter och ambitioner är lika stora som skillnaderna mellan de europeiska länderna.
- Dessa skillnader i entreprenörskap mellan såväl länder som regioner kan ha flera olika förklaringsfaktorer, däribland skillnader i regleringar och hur dessa tillämpas.
- Forskning visar att regleringar – inklusive regelbördan – har negativa effekter på såväl entreprenörskap som bredare ekonomiska utfall som produktivitet och tillväxt. Genom mer ändamålsenliga och effektiva regleringar kan förutsättningarna för entreprenörskap stärkas. Sverige har i olika internationella sammanhang fått kritik för kvalitén på regler och det sätt som regleringar utvärderas. Lika så visar undersökningar på betydande skillnader i hur regelverken på lokal och regional nivå upplevs av företag.
- För att förbättra förutsättningar kring företagande för en levande landsbygd är det viktigt att förstå på vilket sätt regleringar och tillämpningen av regler förklarar skillnaderna i entreprenörskap. De regionala och lokala skillnaderna i regeltillämpning (upplevd) förefaller vara av samma storleksordning som skillnaderna i entreprenörskap.
- Ytterligare kvantitativt orienterad forskning är nödvändig för att förstå dessa skillnader och dess konsekvenser.

Regleringar och entreprenörskap: En levande landsbygd genom entreprenörskap och minskad regelbörda

Entreprenörskap, regleringar och regional utveckling

Entreprenörskap har inget egenvärde, utan värdet består istället i att entreprenören förnyar och driver på utvecklingen genom att introducera innovationer. I denna process använder sig entreprenören av ny kunskap eller kombinerar befintlig kunskap på innovativa sätt för att få fram nya eller förbättrade varor, tjänster, affärsmodeller och organisationsformer. Entreprenören är på så sätt avgörande för förnyelse, ekonomisk dynamik och ett högre välstånd genom sin förmåga att hantera risk, utmana existerande strukturer – inklusive regelverk – och bygga värden.

Det finns inom den nationalekonomiska teoribildningen stor enighet om att långsiktig tillväxt och välståndsutveckling drivs av kunskap och inte av faktorackumulering (dvs. mer kapital och arbetskraft). Men för att kunskap ska omvandlas till tillväxt och något värdeskapande krävs det att den omvandlas till innovationer via olika former av entreprenörskap. Hela den process som entreprenören står för kan påverkas av regler samt deras utformning och tillämpning. Reglers utformning kan i detta sammanhang både underlätta och hindra entreprenörskapet, samt påverka huruvida entreprenörskapet är värdeskapande och produktivt, eller om det blir "undvikande" eller till och med destruktivt.¹

Detta kapitel handlar om hur regleringar påverkar entreprenörskap samt hur regleringar kan påverka möjligheterna till landsbygdsutveckling via entreprenörskap. Regleringar syftar till att modifiera beteendet hos ekonomiska aktörer – individer eller organisationer som t.ex. företag. Många gånger har dock regleringar även negativa effekter och det saknas ofta en samhällsekonomisk konsekvensanalys där nyttan av regleringen ställs mot kostnaden – inte minst riskerar icke ändamålsenliga regler att resultera i minskad näringslivsdynamik och entreprenörskap. Trots att regleringar vanligen tillkommer nationellt eller internationellt så kan lokala och regionala effekter ändå variera. Det kan t.ex. bero på regionala skillnader i hur regleringarna tillämpas och hur entreprenörer och företagare upplever reglerna (något vi återkommer till nedan). Men det kan även bero på skillnader i ekonomisk struktur som är olika effekter av regleringar, likaså kan lokala skillnader i kultur och värderingar påverka.

1 Baumol, Litan, och Schramm (2007)

Kapitlet är indelat i följande delar. Efter ett inledande avsnitt kring den ekonomiska forskningen rörande regleringar kommer ett kort avsnitt om hur regleringar påverkar entreprenörskap och ekonomisk utveckling, därefter följer ett avsnitt om vad vi vet om hur entreprenörskapet skiljer sig åt mellan svenska regioner. Det senare avsnittet innehåller även en diskussion kring vad vi vet i fråga om skillnader i regeltillämpning mellan regioner i Sverige. I det avslutande avsnittet dras den övergripande slutsatsen att regelverkens effekter på entreprenörskap på lokal och regional nivå är relativt underforskat, dessutom erbjuds tentativa policyrekommendationer.

Regleringarna effekter på entreprenörskap

Inledningsvis kan det vara bra att konstatera att vissa typer av lagstiftning är avgörande för att ett samhälle ska fungera väl och utgör en nödvändig förutsättning för ekonomisk utveckling och välbefinnande. Hayek har i detta sammanhang gjort en distinktion mellan *law and legislation*, dvs. vad han menar är grundläggande spelregler (lagar) respektive regleringar.

Hayek menar vidare att lagar utgör de grundläggande spelreglerna i ett samhälle – till exempel äganderätt och kontraktsfrihet – medan regleringar syftar till att uppnå specifika mål (effektivitets eller fördelningspolitiska).² Föga förvånande finns en mycket omfattande litteratur kring reglers ekonomiska konsekvenser (eng. regulatory economics). Trots omfattande forskningen saknar såväl begreppen *regler* som *regelbörda* entydiga definitioner. Posner menar att ekonomiska regleringar "(...) refers to taxes and subsidies of all sort as well as to explicit legislative and administrative controls over rates, entry, and other facets of economic activity".³ Priest m.fl. definierar regleringar som "(...) the imposition of rules by government, backed by the use of penalties, that are intended specifically to modify the economic behavior of individuals and firms in the private sector".⁴

Regleringarna kan syfta till att korrigera marknadsmisslyckanden, eller så kan de syfta till att uppnå något fördelningspolitiskt mål. Om vi går tillbaka till Pigous tidiga ekonomiska analyser av regleringar så antogs dessa höja välfärden genom att korrigera just marknadsmisslyckanden. Denna typ av regleringar antogs komma

² Hayek (1973)

³ Posner (1974)

⁴ Priest, Stanbury och Thompson (1980)

till stånd, och finnas till, i syfte att tjäna ett allmänintresse och att de var samhälls-ekonomiskt motiverade. Den politiska process som kringgärdade tillkomsten av regleringarna togs så att säga för given och antogs tjäna ett allmänintresse.⁵ Senare ekonomisk forskning har visat att regleringar inte enbart tillkommer i detta syfte utan kan tillkomma som ett resultat av särintressen eller en missriktad välvälja.

Mest känd är *public choice*-skolans analys av s.k. politiska misslyckanden.⁶ Utifrån detta perspektiv präglas den politiska processen i betydande utsträckning av inflytande från särintressen och kortsiktighet, vilket blockerar effektiva regler och istället leder till överreglering. Att särintressen kan förväntas få oproportionerligt stort inflytande förklaras i huvudsak av att olika grupper i samhället har olika förmåga att organisera sig och påverka politiken. Små, koncentrerade intressen kan förväntas få större genomslag än breda, mer allmänna intressen. Det är mer intressant att organisera sig om fördelarna kan gynna ett fåtal rejält, jämfört med om fördelarna sprids ut på många. Exempelvis kan producentintressen hos ett fåtal etablerade storföretag och exportindustrier förväntas få större inflytande än de intressen som delas av ett större antal utspridda småföretag. Även redan etablerade organisationer och olika typer av insiders har detta försteg. Riktigt breda intressen som konsumenter och skattebetalare riskerar att förbli helt oorganiserade.

Följden är att dessa grupper kan förväntas få ett oproportionerligt stort inflytande på den politiska processen och regelskapandet.⁷ Kostnaderna för dessa regler, regelbördan, sprids sedan ut på breda grupper av företag och medborgare, där varje enskild aktör saknar skäl för att bjuda motstånd. På motsvarande sätt blockerar sedan dessa välorganiserade grupper förändringar av reglerna till deras nackdel. Inte sällan sker detta i symbios med den byråkrati som är satt att administrera reglerna i fråga. Dessa utgör i sig ett särintresse som värnar om existerande regelsystem.

Ett av de mest kända bidragen i denna forskning är ekonomipristagaren George Stiglers s.k. *capture-teori*, som visar att företag och organisationer ofta lyckas "fånga" eller överta inflytandet över de reglerande myndigheterna eller andra offentliga organ och få dessa att inskränka konkurrensen, höja priserna eller på andra sätt gynna företaget eller organisationen i fråga.⁸

5 Pigous (1938)

6 För översikter se Buchanan och Tollison (1984); Mueller (2003)

7 se särskilt Peltzman (1976)

8 Stigler (1971)

Utifrån detta perspektiv kommer således såväl efterfrågan som utbudet av regleringar att vara *högre* än vad som är samhällsekonomiskt motiverat. Dessutom kan införda regleringar inte förväntas vara effektiva, snarare kommer regler som syftar till att uppnå olika specifika mål och utfall att dominera regelskapandet. Det finns med andra ord starkt forskningsstöd för att såväl efterfrågan som utbudet av regleringar tenderar att vara *högre* än vad som är samhällsekonomiskt motiverat. En övergripande slutsats som dras från den regleringsekonomiska litteraturen är att det institutionella ramverket inom vilket regler tillkommer är av central betydelse. Detta är något som organisationer som OECD och Världsbanken arbetar aktivt för att förbättra runt om i världen (Världsbankens arbete med "cost of doing business" är ett uttryck för detta).

Som ett resultat arbetar många länder, däribland även Sverige, med att bl.a. minska den administrativa börda som regelefterlevnad skapar för företag. Antagandet bakom detta regelförenklingsarbete är att regelbördan utgör ett signifikant hinder för entreprenörskap och ekonomisk utveckling.

Faktum är att vi idag har en dålig uppfattning om vilka de faktiska konsekvenser olika regleringar har och huruvida nyttan av regeringar överstiger kostnaden. På denna punkt har Sverige fått skarp kritik från bl.a. OECD⁹ som menar att Sverige brister i såväl sin *ex ante* som *ex post* utvärdering av regleringar. I en internationell jämförelse av kvaliteten på olika dimensioner av regelutvärdering och tillkomst så placerar sig Sverige mediokert och i flera fall under OECD snittet.¹⁰ Liknande bild – i linje med OECD:s – ges av svenska myndigheter. Transportstyrelsen t.ex. konstaterar själva i en genomgång av konsekvensutredningar att: "*Centrala delar som behövs för att göra en samhällsekonomisk analys saknas. Exempelvis saknar 90 procent av utredningarna en evidensbaserad problembeskrivning och vanligtvis utreds inte alternativ till reglering*".¹¹ I Regelrådets årsrapport 2016 framgår också att ca 50 procent av konsekvensutredningar som görs är av undermålig kvalitet.¹² Sammantaget träder en bild fram av att Sverige har en betydande förbättringspotential på regleringsområdet. 2017 års rapport erbjuder likande läsning, och regelutvärderingsarbetet har kritiserats i närmare ett årtionde.¹³

9 OECD (2010; 2015)

10 OECD (2015)

11 Forsstedt och Nerhagen (2016)

12 Regelrådet (2016)

13 Se Tillväxtanalys (2010) och ESO (2018)

Regleringar, entreprenörskap och ekonomisk utveckling

Det finns en förhållandevis omfattande empirisk forskning om regleringar och dess effekter på entreprenörskap och entreprenöriella utfall. Världsbankens "cost of doing business"-projekt är ett av de mer omfattande försöken att mäta kvaliteten på regelverk och dess effekter på entreprenörskap och företag. Världsbankens arbete bygger på insikten om att regleringar många gånger inte är ändamålsenliga och att de kan resultera i betydande negativa effekter på bl.a. entreprenörskap.

Forskning kring regleringar och entreprenörskap domineras av jämförelser mellan länder.¹⁴ Det finns naturligtvis en omfattande litteratur som behandlar diverse specifika regleringar och dess effekter på entreprenörskap (det finns t.ex. en hel ekonomisk litteratur kring skatteregler och helt annan ekonomisk litteratur kring hur regleringar påverkar produkt och faktormarknaderna (t.ex. arbetsmarknadsregleringar). En annan och betydligt mer komplex fråga har att göra med ännu mer specifika regleringar och hur regleringar samverkar och ger upphov till systemövergripande effekter. Mer sentida forskning studerar hur regleringar – och framförallt regleringar som påverkar inträde och etablering (entry) – påverkar entreprenörskap, innovationer, produktivitet och ekonomin i sin helhet. Regleringar påverkar tillväxt och produktivitet.¹⁵ Litteraturen visar även att resurser allokeras effektivare och snabbare till de mest produktiva företagen i de länder där regelbördan är mindre. I en enkel empirisk analys visar Eklund och Falkenhall att det finns ett negativt samband mellan Världsbankens "cost of doing business" och BNP/capita.¹⁶ Eklund och Lappi visar att produktmarknadsregleringar – inkl. barriärer för entreprenörskap – har en negativ effekt på konkurrenstrycket inom OECD.¹⁷ Djankov m.fl. visar i en studie som omfattar 85 länder att kostnader förknippade med regleringar, och i synnerhet entry-regleringar, har negativ effekt på entreprenörskap.¹⁸ Klapper presenterar likande resultat och drar slutsatsen att entry-regleringar påverkar möjlighetsdrivet entreprenörskap negativt.^{19 20}

14 För en översikt se Braunerhjelm, Eklund och Desai (2015)

15 se t.ex. Dawson (2007) och Loayza, Oviedo och Servén (2004)

16 Eklund och Falkenhall (2011)

17 Eklund och Lappi (2018)

18 Djankov m.fl. (2002)

19 Klapper (2006)

20 För ytterligare diskussion se litteraturen i Eklund och Lappi (2018)

Det finns, i min bedömning, ett kunskapsgap rörande reglers effekter på entreprenörskapet på lokal och regional nivå. En för Sverige relevant undersökning är Tillväxtverkets "Företagens villkor och verklighet". I denna undersökning finner Tillväxtverket att lagar och myndighetsregler utgör ett av de främsta tillväxthindren för företag och knappt 60 procent av företagen anger att de upplever lagar och myndighets regler som ett hinder för tillväxt. Vi återkommer till de regionala skillnaderna nedan.

Regionala skillnader i entreprenörskap

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – som är den globalt största och årligen återkommande undersökning av entreprenörskap – visar att det finns betydande skillnader i entreprenörskap mellan såväl länder som mellan olika svenska regioner. Den regionala variationen i Sverige är i vissa fall så stor att den motsvarar variationen mellan länder.

Sverige som helhet intar något av en medelposition inom Europa i fråga om entreprenörskap. GEM:s internationella jämförelser av entreprenörskapets nivå baseras bland annat på s.k. total entreprenöriell aktivitet (TEA), dvs. den andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som är aktivt involverade i att starta eller driva ett ungt företag. TEA består således av två komponenter. Dels det mycket tidiga entreprenörskapet som sträcker sig fram t.o.m. de tre första månaderna när olika åtgärder sker för att starta företaget, dels perioden från 3–42 månader då företaget kommit igång med sin verksamhet. Bland gruppen av så kallade innovationsdrivna länder placerar sig Sverige med 7,3 strax under snittet på 9,2 i TEA. Länder som Canada, USA, Sydkorea drar upp snittet med sina 18,8, 13,6 respektive 13,0. Detta kan jämföras med länder som Frankrike, Italien och Grekland med sina 3,9, 4,3 respektive 4,8. Sverige står sig med andra ord väl mot snittet bland de innovationsdrivna länderna men har ett "entreprenöriellt gap" gentemot de länder som uppvisar den högsta entreprenöriella aktiviteten. Ser vi till hur tillväxtorienterat entreprenörskapet är så faller Sverige ut något sämre.²¹

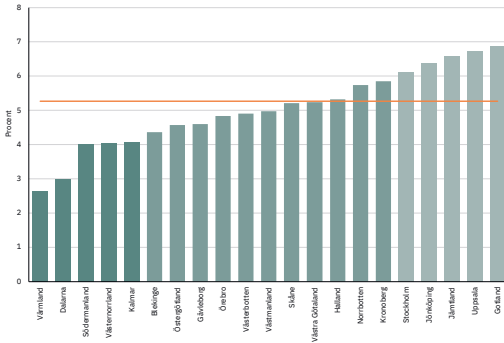
GEM-statistiken för Sverige är även möjlig att fördela länsvis. De siffror som presenteras nedan baserar sig på GEM-statistiken för Sverige och är genomsnittssiffror för perioden 2015–2017.²² I materialet är det möjligt att mäta olika dimensioner av

21 För detaljer och statistik se *Entreprenörskapsforum (2018)*

22 För detaljer se *Thulin och Palmberg (2019)*

entreprenöriella attityder, aktiviteter och värderingar. Entreprenörskapet kan även delas in i olika skeenden. I figur 1 visar företag i vardande vilket mäts som befolkningsandelen som för närvarande håller på att starta ett företag, men som ännu ej har betalat löner eller ersättning till ägarna, dvs. ett tidigt skede i entreprenörskapet.

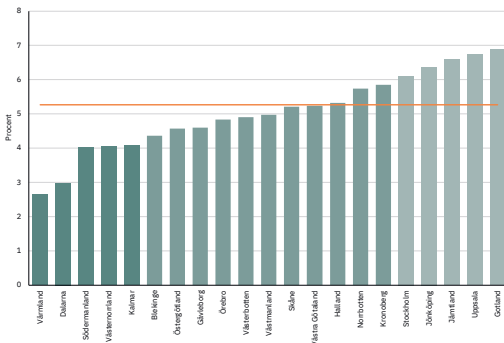
Figur 1. Företag i vardande



Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som är aktivt involverade i att starta ett företag som de kommer att äga ensamma eller tillsammans med andra; där företaget har inte betalt ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än 3 månader. Källa: Entreprenörskapsforum (2018) och Thulin och Palmberg (2019).

Från figur (1) framgår det tydligt att det finns betydande variation i entreprenörskapets tidiga skeden mellan län. Går vi vidare och tittar på nästa steg i entreprenörskapet – nytt företagsägande – så uppvisar likaså det stor länsvis variation (figur 2).

Figur 2. Nytt företagsägande

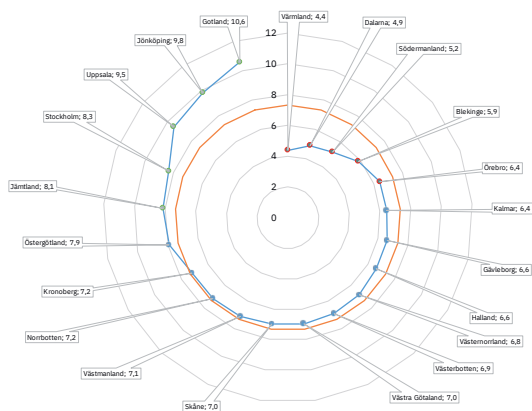


Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som äger och leder ett aktivt företag som har betalt ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än 3 månader, men kortare tid än 3,5 år. Källa: Entreprenörskapsforum (2018) och Thulin och Palmberg (2019).

Kombineras ”företag i vardande” och ”nytt företagsägande” erhålles ett mått på total entreprenöriell aktivitet (TEA), vilket är ett det bredaste entreprenörskapsmåtten i GEM.

Från TEA (figur 3) framgår det tydligt hur stora skillnader är mellan olika län. Total entreprenöriell aktivitet är mer än dubbelt så högt i det län som har högst nivå (Gotland) jämfört med det län som har den lägsta nivån (Värmland).

Figur 3. Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA)



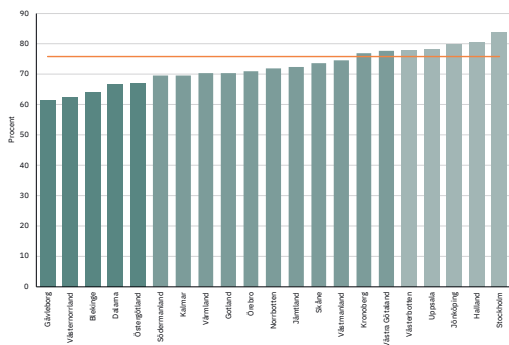
Andel av befolkningen i ålderrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag. Källa: Entreprenörskapsforum (2018) och Thulin och Palmberg (2019).

Figur 3 visar att den totala entreprenöriella aktiviteten varierar betydligt mellan olika län, och som jämförelse kan nämnas att den inom nationella variationen är lika stor som den mellan de europeiska länderna, där Grekland och Italien i botten-skicket och Nederländerna, Storbritannien och Schweiz i det övre spannet. Det bör noteras att den länsvisa indelningen inte utgör den mest lämpade rumsliga analysenheten då län är geografiskt stora (speciellt Sveriges nordligaste län) och kan innefatta områden med såväl hög som låg entreprenöriell aktivitet. Det är dock inte är möjligt att finfördela underlagsmaterialet ytterligare med bibehållen säkerhet p.g.a. urvalsstorleken (drygt 5000 individer tillfrågas årligen för vart och ett av de tre åren 2015–2017).

I figur 4 nedan visas regional skillnad i upplevda affärsmöjligheter. I ett internationellt sammanhang ligger Sverige förhållandevis högt i fråga om hur befolkningen upplever möjligheterna att bli entreprenör. Det finns dock även i detta avseende en

viss regional variation där Stockholm återigen placerar sig högt med en hög andel av befolkningen som upplever att det finns goda möjligheter att starta ett företag.

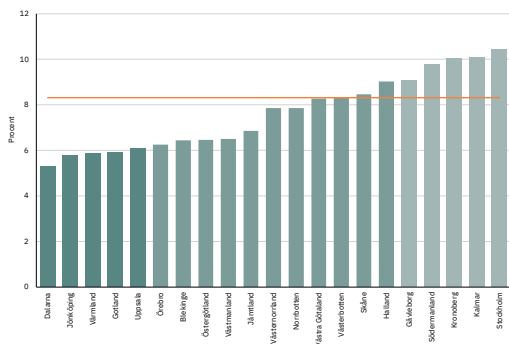
Figur 4. Upplevda affärsmöjligheter



Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som upplever att det finns goda möjligheter att starta ett företag i området där de bor. Källa: Entreprenörskapsforum (2018) och Thulin och Palmberg (2019).

En annan kompletterande fråga som ställs är huruvida personen i fråga har för ambition att starta ett företag under de kommande tre åren. Detta ger en bild av den entreprenöriella avsikten. Som i figurerna ovan så kan vi observera betydande regional variation. En intressant avvikelse från tidigare mönster är att andelen som säger sig ha för avsikt att starta ett företag är lågt i Jönköping; ett län som befinner sig högt på övriga entreprenörskapsindikatorer. En möjlig förklaring till detta skulle kunna vara att Jönköping ligger i topp i s.k. etablerat företagsägande, dvs. individer som sedan en längre tid är entreprenörer.

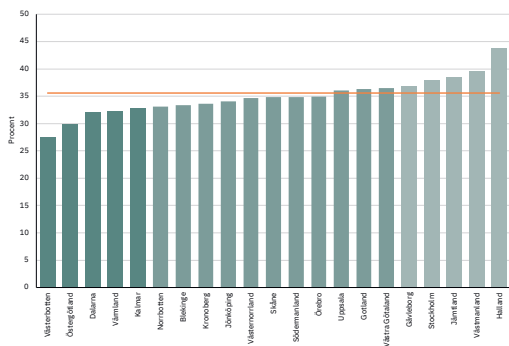
Figur 5. Entreprenöriell avsikt



Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år (exklusive individer involverade i någon form av entreprenöriell aktivitet) som har för avsikt att starta ett företag inom tre år. Källa: Entreprenörskapsforum (2018) Thulin och Palmberg (2019).

GEM innehåller även information om hur entreprenöriella färdigheter och förmågor upplevs. I figur 6 ställs frågan om vilken förmåga individen anser sig ha att starta och driva ett bolag. I Sverige anser sig drygt en tredjedel av 18–64 åringar kunna driva företag, men även här ser vi regional variation.

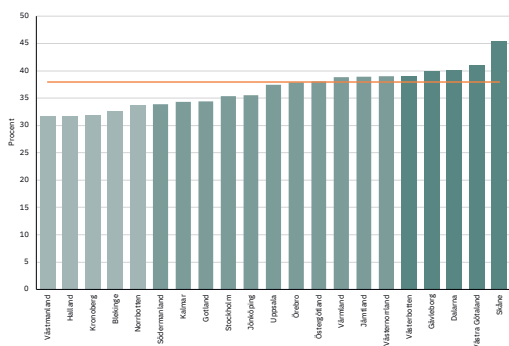
Figur 6. Upplevd förmåga



Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som anser sig ha tillräcklig kunskap och förmåga att starta ett företag. Källa: Entreprenörskapsforum (2018) och Thulin och Palmberg (2019).

En viktig faktor för individens beslut att ta steget till att bli entreprenör är hur riskfyllt entreprenörskap upplevs och om det finns en rädsla för att misslyckas. I figur 8 anger andel av befolkningen med upplevda affärsmöjligheter som anger att rädsla att misslyckas skulle hindra dem från att starta ett företag.

Figur 7. Rädsla att misslyckas



Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år med upplevda affärsmöjligheter som anger att rädsla att misslyckas skulle hindra de från att starta ett företag. Källa: Entreprenörskapsforum (2018) och Thulin och Palmberg (2019).

Sammantaget visar figurerna ovan att det finns betydande regional variation i entreprenörskap såväl som attityder till och upplevda kunskaper om entreprenörskap i Sverige. Den fråga som då dyker upp är naturligtvis vad som förklarar denna regionala variation i entreprenörskap samt om det är möjligt att påverka den med hjälp av policy? Inom entreprenörskapsforskningen har flera faktorer identifierats; agglomerationseffekter, kulturella och värderingsmässiga förklaringsfaktorer.²³ Utöver dessa förklaringar är skillnader i hur regler tillämpas och upplevs även en faktor som påverkar.

Stora regionala regelskillnader i hur entreprenörer och företag upplever regler

Många av de regler som entreprenörer och företag har att förhålla sig till är nationella till sin karaktär och varierar inte i sin utformning mellan stad och landsbygd. Men det finns icke desto mindre anledning att förmoda att det finns vissa skillnader i reglernas faktiska konsekvenser mellan landets regioner. Detta kan ha flera olika orsaker: 1) det kan förhålla sig så att regler tillämpas på olika sätt i olika regioner (t.ex. landsting eller kommuner); 2) det kan finnas djupt rotade värderingsmässiga/kulturella orsaker till hur regler upplevs; 3) det kan finnas ekonomiska strukturer som förklarar skillnaderna i regeleffekterna.

Ovan nämndes Tillväxtverkets undersökning "företagens villkor och verklighet" och det faktum att företag anger lagar och myndighetsregler som ett av de främsta hindren för deras tillväxt. Knappt 60 procent av företagen anger att lagar och myndighetsregler utgör någon form av tillväxthinder och ca en fjärdedel uppger att det är ett stort tillväxthinder. Regler tillsammans med svårigheter att hitta rätt personal (kompetensförsörjning) förefaller vara det främsta tillväxthindret för företag.

Om vi börjar med skillnader i regel tillämpning så finns det vissa belägg för att det är en viktig faktor. Dels finns det anekdotiska belägg och fall där entreprenörer i varje fall upplever att deras situation påverkats av lokal variation i tillämpningar och i vissa fall varit beroende av enskilda tjänstemän, dels finns det empiriska belägg för denna variation. I sina regionala undersökningar av "företagens villkor och verklighet" konstaterar Tillväxtverket:

23 Se Andersson och Larssons kapitel i denna antologi, samt även Larsson (2016) om hur politiska preferenser och bruksmiljöer påverkar entreprenörskap.

"Det finns stora regionala skillnader när det gäller vilken tillväxtvilja företagen har. Samma sak gäller för hur företagen ser på regler som tillväxthinder och hur de uppfattar kontakten med offentliga aktörer. Regelverken är i stor utsträckning desamma i hela landet även om det förekommer lokala avvikelser. Skillnaderna mellan länen handlar om att reglerna tillämpas olika och att servicen i samband med tillämpningen varierar.

Andelen företag som upplever regler som ett stort tillväxthinder varierar mellan länen. Lägst ligger Jämtlands, Uppsala, Västerbottens och Hallands län med 19 procent och högst ligger Blekinge och Gävleborgs län med 30 procent. I alla län utom Örebro upplever företagen att det över tid sedan år 2008 har blivit enklare att vara företagare genom att regler som tillväxthinder har minskat. Störst minskning mellan 2008 och 2017 står Gotlands län för med 14 procentenheter.

I Jönköpings län svarade över hälften av företagen att kontakten med samtliga instanser var bra. Här är 62 procent av företagen nöjda med kontakten med kommunen, vilket är högst i landet och 20 procentenheter över riksnittet. Lägst andel företagare som är nöjda med kommunen har Västmanlands, Skåne och Västra Götalands län."²⁴

Det går inte att dra alltför långtgående slutsatser utifrån dessa observationer och huruvida det finns ett samband mellan upplevelsen av regelverken och entreprenöriell aktivitet mätt i GEM. Men det faktum att vi kan observera såväl betydande variation i entreprenörskapets olika dimensioner samtidigt som vi ser likande variation i hur regelverk upplevs av företag väcker frågor kring hur dessa samband ser ut. Det är naturligtvis huvudsakligen en empirisk fråga som kräver fördjupade studier.

Slutsatser

Sammanfattningsvis kan sägas att vi vet ganska väl hur lite vi faktiskt vet om olika reglers ekonomiska konsekvenser, inklusive hur regelverken påverkar förutsättningarna för entreprenörskapet på lokal och regionalnivå.

Givet att de samhällsekonomiska kostnaderna är betydande så infinner sig frågan vad som utgör samhällsekonomiskt effektiva regler och vad som krävs för att hindra uppkomsten av ineffektiva regler. Det är inte enkelt att ge ett entydigt svar på vad som karaktäriserar en effektiv regel. Det centrala är istället att finna metoder som på bästa

²⁴ Tillväxtverket (2018)

sätt garanterar att de samhällsekonomiska fördelarna överstiger kostnaderna. Likaså är det nödvändigt att finna metoder för att säkerställa en effektiv tillämpning.

Min slutsats är att det institutionella ramverket som kringgärdar tillkomsten och utformningen av nya regler är av central betydelse. För att i största möjliga mån garantera att endast effektiva och samhällsekonomiskt lönsamma regleringar införs är det viktigt att ha ett oberoende organ eller myndighet som kritiskt granskar nya regler. Goda exempel på denna typ av institutionella arrangemang finns i USA och Kanada. I dessa länder föregås nya regleringar av konsekvensanalyser som innehåller både kostnadsnyttokalkyler samt kostnadseffektivitetsanalyser. I båda länderna finns dessutom en oberoende myndighet som granskar dessa analyser och som dessutom har mandat att hindra en ny regel om de anser att konsekvensanalysen är otillräcklig.

En möjlig väg för Sverige skulle kunna vara att stärka och utöka Regelrådets eller någon annan myndighets mandat, möjligen även konstitutionellt, samt utforma tydliga riktlinjer för hur konsekvensanalyser skall utformas. Rätt genomförd kan en sådan förändring resultera i samhällsekonomiskt effektivare regleringar.

Den tidigare amerikanska presidenten Barack Obamas chef för övervakningen av regleringar – Cass Sunstein – har, för att ge ett exempel, pekat ut principer som han anser bör definieras och vägleda regeltillkomst: 1) *substansen* består i kostnad-nyttokalkyler, maximering av netto nyttan för samhället, samt analyser av såväl stocken av regleringar som av nya regleringar; 2) överväga alternativen och de olika *verktyg* som står till buds; 3) *institutionerna* som behövs för att regelgivningen ska vara effektiv kräver ett "regulatory clearing house".²⁵

Slutligen finns ett fortsatt behov av ytterligare forskning kring de indirekta ekonomiska effekterna av regelbördan samt de underliggande mekanismerna. Det är vidare nödvändigt att närmare undersöka detaljerna kring hur det institutionella ramverket ska utformas för att på bästa möjliga sätt främja tillkomsten av samhällsekonomiskt effektiva regler. Likaså finns det ett stort behov av att utveckla system för att kontinuerligt granska regelbördans indirekta samhällsekonomiska effekter även hos existerande lagar och regler, icke minst på regional och lokal nivå. En angelägen forskningsfråga i detta sammanhang är hur regelbördan och effektiviteten i regeltillämpningen på lokal nivå kan mätas samt sedan kopplas till företags- och entreprenörskapsdata.


25 Sunstein (2017)

Referenser

- Andersson, M., & Larsson, P. J. (2018). "Att lära av staden – Ekonomi & fysisk planering i urbaniseringens tidevarv". Entreprenörskapsforum.
- Baumol, W. J., Litan, R. E., & Schramm, C. J. (2007). *Good Capitalism, Bad Capitalism – and the economics of growth and prosperity*. Yale University Press.
- Buchanan, J. & Tollison (1984). *The theory of public choice II*. Ann Harbour: The University of Michigan Press.
- Braunerhjelm, P., Eklund, J. E. & Desai, S. (2015). "Regulation, firm dynamics and entrepreneurship". *European Journal of Law and Economics*, Vol. 40.
- Dawson, J. W. (2007). "Regulation and the Macroeconomy". *Kyklos*, Vol. 60 No. 1, s. 15-36.
- Djankov, S., La Porta, R. Lopez-de-Silanes, F. & Shleifer, A. (2002). The regulation of entry. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 117 No. 1, s. 1-37.
- Entreprenörskapsforum, (2018). Entreprenörskap i Sverige, Nationell GEM rapport 2018. Entreprenörskapforum.
- Thulin, P. & Palmberg, J., (2019) Ett företagsamt Sverige? Om regionala entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder. Policysammanfattning, Entreprenörskapsforum.
- Eklund, J. E., & Falkenhall, B. (2011). "Regler – Till vilken nytta & till vilken kostnad?". *Ekonomiska Samfundets Tidskrift*, No. 3.
- Eklund, J. E., & Lappi, E. (2018). "Product regulations and persistence of profits: OECD evidence". *Journal of Regulatory Economics*, Vol. 54 No. 2, s. 147-164.
- ESO, (2018). "Tänk efter före! En ESO-rapport om samhällsekonomiska konsekvensanalyser". Regeringskansliet.
- Forsstedt, S. & Nerhagen, L. (2016). "Samhällsekonomisk analys i regelgivningsarbetet". Transportstyrelsen.
- GEM (2018). Entreprenörskapet i Sverige- Nationell GEM-rapport 2018. Entreprenörskapsforum.

- Hayek, F. A. (1973). *Law, Legislation and Liberty*, vol 1. Rules and Order, London: Routledge & Kegan Paul.
- Klapper, L., Laeven, L. & Rajan, R. (2006). "Entry regulation as barrier to entrepreneurship". *Journal of Financial Economics*, Vol. 82 No. 3, s. 591-629.
- Larsson, J. P., (2016). "Det smittsamma entreprenörskapet – Bruksmentalitet till Gnosjöandan". Entreprenörskapsforum.
- Loayza, N., Oviedo, A. M. & Servén, L. (2004). "Regulation and macroeconomic performance". World Bank policy research working paper 3469.
- Peltzman, S. (1976). *Toward a more general theory of regulation*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research Cambridge.
- Pigou, A. C. (1938). *The economics of welfare*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Posner, R. A. (1974). *Theories of economic regulation*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research Cambridge.
- Priest, M. Stanbury, W. T. & Thompson, F. (1980). On the definition of Economic Regulation, I: Stanbury, W. T., *Government Regulation: Scope, Growth, Process*. Montreal, Institute for research on public policy, 1-16.
- Mueller, D. C. (2003). *Public Choice III*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Regelrådet, (2018). "Granskningen i siffror", <http://regelradet.se/granskningen-i-siffror/>, 2018-10-03.
- Stigler, G. J. (1971). "The theory of economic regulation". *The Bell Journal of Economics and Management Science*, Vol. 2, s. 3-21.
- Sunstein, C. (2017). Opublicerad presentation vid Entreprenörskapsforum 2017.
- Tillväxanalys, (2010). Regelbördan & ekonomisk utveckling – en forskningsöversikt. Tillväxtanalys rapport 2010:07.
- Tillväxtverket (2018a). Växtkraft för de gröna näringarna, Rapport 0272.
- Tillväxtverket (2018b). "Förenkla för företagen". Rapport 0248.





Professionalisering och entreprenörskap i små företag

Karin Hellerstedt
Mattias Nordqvist

*Karin Hellerstedt, Jönköping International Business School.
Mattias Nordqvist, Jönköping International Business School.*

Professionalisering och entreprenörskap i små företag

Majoriteten av alla företag i Sveriges glesbygd är små- och medelstora och ägs i stor utsträckning av enskilda personer eller en grupp av personer. Vanligtvis är dessa ägare också djupt involverade i företagets verksamhet och inte sällan även dess grundare, eller åtminstone kopplade till företagets grundare genom släktskap. Dessa privat- och familjeägda företag kännetecknas av ett antal faktorer som kan utgöra såväl fördelar som nackdelar när det gäller att bygga en professionell organisation och förmågan att bibehålla och utveckla det entreprenörskap som en gång låg bakom företagets grundande.

Exempelvis kännetecknas dessa små företag av en informell organisation där många anställda, inte minst på ledningsnivå, i olika grad är involverade i det mesta som berör företaget och dess utveckling. Detta sätt att arbeta är vad som gör små företag flexibla och innovativa samt ofta lämpade att omsätta nydanande idéer i praktiken. Det vill säga, den informella och typiskt ganska ostrukturerade organisationen kan vara en fördel när det gäller att bibehålla och utveckla entreprenörskapet. I den informella organisationen ligger också en närhet mellan företagets ägare, dess ledare och dess anställda¹. Inte sällan är ägarna operativt verksamma i företaget vilket skapar snabba beslutsvägar, mindre byråkrati och en stark personlig och familjär prägel på företaget².

I takt med att små företag växer och utvecklas är det emellertid svårt att behålla ett sådant informellt, personligt och ofta mycket flexibelt förhållningssätt till företagets verksamhet. Det finns i regel också ett internt (t ex från anställda) såväl som externt tryck (t ex från en bank, kunder, eller regelverk) på företaget att formalisera vissa delar av verksamheten; eller 'professionalisera' företaget och speciellt dess ledarskap, som det ofta kallas.

I detta kapitel fokuserar vi på fyra områden som forskningen visat att små företag måste hantera i samband med en professionalisering av företaget. Dessa fyra områden är:

1 Flach (2004)

2 Melin & Nordqvist (2000)

- 1) Formalisering av organisationen
- 2) Rekrytering och kompetensförsörjning
- 3) Organisationskulturens utveckling
- 4) Bolagsstyrning och styrelsearbete

Vi bygger kapitlets resonemang på befintlig forskning inom företagsekonomi och entreprenörskap som visar professionaliseringsprocessens inverkan på företages förmåga att utvecklas och växa, det vill säga på dess entreprenörskap. Speciell vikt läggs på de specifika aspekter som råder för små företag i glesbygd. Syftet med detta kapitel är därmed att öka förståelsen för några centrala områden som företag som står i begrepp att professionalisera sin verksamhet bör hantera samt vilken roll dessa har för förmågan att bibehålla entreprenörskap i företaget. Det skall påpekas att den befintliga forskningen om professionalisering samt dess betydelse för näringslivets, samhällsekonomins och den regionala utvecklingens kritiska område fortfarande är sparsam. Denna brist på forskning är något vi återkommer till i slutet av kapitlet.

Formalisering av organisationen

Små företag, och i synnerhet familjeföretag, beskrivs ofta som informella organisationer där arbetsprocesser och relationer styrs av informella och odokumenterade regler samt tysta överenskommelser.³ Lyckad företagsutveckling och tillväxt förutsätter dock att en viss grad av struktur och planering införs i det dagliga arbetet.⁴ Studier med fokus på formalisering av små företag har främst fokuserat på faktorer kopplat till organisationsstrukturen samt ägarnas förmåga att delegera och leda sin personal. Dessa områden redogör vi för i följande stycken.

Rollen av organisationsstruktur

Nya medarbetare i småföretag vittnar ofta om att det initialt råder osäkerhet kring vilka förväntningar och krav som ställs på dem samt med vad och hur de bör arbeta. En viss grad av formalisering kan säkerställa att nyanställda snabbare socialiseras in i organisationen och därigenom kan bidra till företagets utveck-

³ Kitching & Marlow (2013)

⁴ Flamholtz & Randle, (2007)

ling och entreprenörskap. I en dansk studie visas att såväl decentralisering som formalisering av rutiner och processer leder till både högre sannolikhet att nya affärsmöjligheter identifieras och att dessa omvandlas i praktiken, dvs. att idéer realiseras.⁵ Samma studie visar på vikten av att lyckas införa decentralisering och formalisering för att behålla ett företags entreprenöriella förmåga i takt med att det utvecklas från ett litet till ett medelstort etablerat företag. Formalisering av organisationen innebär dock inte att små företag bör vara mindre kopior av stora företag. Det handlar istället om att finna en balans mellan det informella och formella. Att gradvis formalisera organisationen kan vara utmanande då det är stora kontraster mellan små och stora företags organisering. Följande citat fångar kärnan i dessa skillnader väl: "I stora företag innebär rättvisa att alla behandlas lika; i små företag, innebär det att alla behandlas olika".⁶ Detta citat visar att i stora företag finns tydlighet kring rutiner och riktlinjer som gäller alla medan små företag kan anpassa sig efter varje enskild individ och situation. Formalisering av verksamheten bör därför sträva efter att skapa struktur och transparens utan att för den skull bli byråkratisk. Intressant att notera i detta hänseende är att det främst är befintliga ledare (såsom mellanchefer) som motsätter sig denna utveckling då det i viss mån begränsar deras flexibilitet.

Förmåga att delegera, förvalta och leda

Som vi nämnt arbetar ägaren eller ägarna i små företag nära verksamheten och interagerar nästan dagligen med sina anställda. De är vana att ha kontroll och besluta över såväl övergripande som detaljerade aspekter i verksamheten. De tar även själva risk genom sitt ägande. Därför har ägare i praktiken svårt att delegera arbete till övriga anställda. Forskning har visat att ägare i små företag tenderar att ha svårt att släppa kontrollen fullt ut.⁷ Samtidigt har det visat sig att företag som lyckas vara innovativa och entreprenöriella även lyckas skapa en miljö där anställda är engagerade i företaget och känner sig delaktiga och ansvariga. Först när entreprenören lyckas delegera ansvar och skapa en känsla av emotionellt ägande bland sina anställda, skapas ett starkt engagemang hos de anställda.⁸

5 Foss m. fl. (2015)

6 Kitching & Marlow (2013, p. 33) – fritt översatt

7 Wapshott & Malett (2012)

8 Hess (2012)

Delegering är inte enbart viktigt för de anställdas välbefinnande, motivation, engagemang och lojalitet. Det är även en förutsättning för att fortsätta utveckla företaget. I en studie av svenska små snabbväxande tillverkningsföretag framkommer att företagsledningen framför allt fokuserar på operativa eller administrativa uppgifter vilket medför att företagets utveckling och tillväxt stagnerar.⁹ Lyckas företagsledaren däremot delegera arbetet till sina medarbetare frigörs tid och resurser som kan läggas på företagsutveckling och entreprenöriella initiativ. Små företag som lyckas väl med innovation har ofta en företagsledare som inspirerar sina medarbetare, är bra förhandlare och skapar organisationer där de anställda har förtroende för företagets kompetens och förmåga att prestera.¹⁰

Rekrytering och kompetensförsörjning

Enligt *Företagens villkor och verklighet 2017*¹¹ vill 7 av 10 företag växa sina verksamheter samtidigt som 28 procent menar att tillgång till arbetskraft utgör ett stort hinder för tillväxt. Oavsett bransch och region förefaller kompetensförsörjning vara en av de främsta utmaningarna som små företag med tillväxtpotential står inför. Brist på kompetens kan dessutom vara särskilt utmanande för glesbygdsföretag och för företag i orter långt från en större stad.¹² Denna utmaning brukar förklaras med att det är svårt att förmå personer som redan har rotat sig på en plats att flytta till en ort där det är svårt eller tar för lång tid att pendla. Forskning har dessutom visat att många unga människor tenderar att flytta från orter och kommuner på glesbygden för att söka sig till större städer¹³. Detta leder bland annat till att rekryteringsunderlaget på orten minskar.

Även inom kompetensförsörjning arbetar små företag på ett informellt sätt med rekrytering, lönesättning, utbildning, kommunikation, avsked m.m.¹⁴ Detta kan i sin tur leda till en mängd otydligheter och konflikter. Kompetensförsörjning i sig kan delas in i tre huvudområden bestående av rekrytering, utveckling och bibehållande av personal. Dessa områden beskrivs i separata stycken nedan.

9 Tell (2010)

10 Dunne m. fl. 2016

11 Tillväxtanalys (2017)

12 Lee & Kowling, 2014

13 Bjerke & Mellander (2017)

14 Kitching & Marlow (2013)

Rekrytering

Den absolut vanligaste rekryteringskanalen för svenska företag är informella kontakter och nätverk. Sextio procent av tillfrågade företag i Svenskt Näringslivs rekryteringsenkät uppger att de förlitat sig på sitt sociala nätverk. Det är även den kanal som företagare anser fungerat bäst.¹⁵ För små företag kan det vara extra kostsamt med felrekryteringar. Det finns belägg för att rekryteringsprocessen i växande små företag bör vara rigorös och väl genomtänkt.¹⁶ Samtidigt visar studier att små företag i hög grad förlitar sig på ostrukturerade intervjuer och icke-validerade rekryteringsmetoder.¹⁷ Anledningen till detta är att ansvariga för rekryteringen dels saknar erfarenhet och specialistkunskap relevant för rekrytering och dels har begränsat med tid och resurser för att göra ett gediget rekryteringsarbete. Samtidigt märks den ovan nämnda tendensen till en informell organisering i små företag på glesbygden även när det gäller rekrytering. Vi har i vårt arbete exempelvis träffat flera VD:ar som vittnat om att de inte ens visste om att de genomgått en anställningsintervju utan först i efterhand förstått att detta var syftet med det informella möte som de blivit kallade till¹⁸.

Som vi kommer att utveckla ytterligare nedan är organisationskulturen oerhört viktig för små entreprenöriella företag. Detta bör beaktas även i rekryteringsprocessen. De personer som rekryteras bör med andra ord passa väl in i organisationskulturen och de styrande värderingar som karakteriserar företaget¹⁹. Vid rekrytering värderas informella faktorer såsom attityd och ansvarstagande högre än formell utbildning och arbetslivserfarenhet.²⁰ Att professionalisera rekryteringsprocessen handlar därför om att skapa mer rigorösa och medvetna processer samtidigt som informella aspekter vägs in i utvärderingsprocessen.

Utveckling och belöningsystem

Efter att rekrytering skett är nästa steg att skapa möjligheter till utveckling för personalen. Detta kan ske genom utbildning av personalen, men det bör även finnas

15 Svenskt Näringsliv (2018)

16 Flamholtz & Randle (2007)

17 Se t.ex. Wyatt m. fl. (2010)

18 T ex: Internationella Handelshögskolan i Jönköping (2008).

19 Hess (2012), Hall & Nordqvist (2008)

20 Företagarna (2016)

möjlighet att befordras och utvecklas inom företaget²¹. Ägare och i vissa fall grundare behöver nu skifta fokus från sig själva och sin egen kompetens till att främja personalens utveckling och därigenom företagets entreprenörskap. Med andra ord är inte längre entreprenören i fokus utan hela organisationen. Ägare av små företag och deras anställdas humankapital och vidareutbildning är starkt relaterade till företagsutveckling och tillväxt på sikt.²² Detta samband är särskilt starkt när anställda besitter hög kompetens. Samtidigt är det många små företag som inte erbjuder sina anställda någon form av vidareutbildning.²³

Det finns framförallt två anledningar till att småföretag ofta brister i just vidareutbildning av sin personal. Dessa anledningar kopplas till marknaden och företagets ignorans eller okunskap. Marknadsorsaker berör både utbud och efterfrågan av utbildning. När det är svårt att värdera huruvida vinsterna av vidareutbildningen är större än dess faktiska kostnader samtidigt som företaget har begränsade finansiella resurser är det mindre sannolikt att vidareutbildning görs. När det gäller ignorans och okunskap har företag svårt att bedöma såväl behovet som nyttan av vidareutbildning och de saknar även kunskap om vilket utbud som finns på marknaden.²⁴

Benägenhet att erbjuda anställda utbildning förefaller skilja beroende på företagsstorlek och ägandestruktur. Större företag utbildar sina anställda i högre grad och familjeföretag är något mindre benägna att utbildar sin personal.²⁵ Att familjeföretag sticker ut i detta hänseende beror på att de vanligen har en lägre men stadig tillväxttakt kombinerat med bland annat en mer informell organisationsstruktur.

Just hur HR-funktionen utvecklas och används i små företag är ett relativt outforskat område även om det finns ett växande intresse kring dessa frågor. Intressant att notera är att det i glesbygdsregioner kan vara än viktigare att fokusera på vidareutbildning av personal då det är, som vi redan påpekat, svårare att rekrytera ny personal.²⁶ En viktig del av HR-funktionens arbete är att säkerställa att företaget bibehåller personal. En studie har visat att det i allmänhet är viktigt att utveckla ett transparent och rättvist belöningssystem²⁷. Intressant att notera är att de faktorer som försvårar rekrytering av personal i vissa regioner samtidigt leder till en lägre

21 Hess (2012)

22 Rausch m. fl. (2005)

23 Marlow, 1998

24 Westhead & Storey (1997)

25 Kotey & Folter (2007)

26 de Hoyos & Green, 2011

27 Hess (2012)

personalomsättning och större sannolikhet att företag kan behålla personalen när de väl rekryterats.²⁸ Ekonomiska incitament är långt ifrån tillräckligt för att skapa engagerad och lojal personal. För att lyckas bibehålla personal har kulturen på företaget visat sig vara högst central.³¹

Organisationskulturens utveckling

Organisationskulturen är en viktig aspekt för utvecklingen i såväl små som stora företag. Forskning har många gånger visat att ett företags grundare har stor roll för hur organisationskulturen utvecklas²⁹. De värderingar, prioriteringar och mål som grundaren för in i företaget vid dess start och tidiga utveckling skapar regler för och förväntningar på hur medarbetare ska utföra sitt arbete och förhålla sig till ägare, kollegor samt kunder och leverantörer och andra intressenter³⁰. I takt med att ett företag växer stärks organisationskulturen och nyckelpersoner från t e x ägarkretsen får stor betydelse inte bara reellt utan även symboliskt. Detta kan bli en starkt styrande faktor för företagets fortsatta utveckling³¹.

I små företag karakteriseras också organisationskulturen av nära personliga relationer mellan många av medarbetarna och en informell struktur och närhet till beslut vilket befäster företagets organisationskultur bland de anställda. Många små företag drivs som familjeföretag där flera personer från samma familj, och kanske från flera generationer av denna ägarfamilj, är verksamma på olika nivåer i företaget. I dessa företag påverkas ofta organisationskulturen av prioriteringar, värderingar och normer som ägarfamiljen tycker är viktiga. Forskning har visat att detta skapar en stabilitet, förutsägbarhet och inte sällan en stark lojalitet bland de anställda³². Samtidigt kan företagets koppling till en familj också skapa en organisationskultur där familjens medlemmar behandlas annorlunda än andra anställda vilket kan sprida missnöje och känsla av orättvisa bland övriga i företaget³³.

En viktig aspekt på organisationskulturen i små företag, och speciellt i glesbygdsföretag, är att såväl företagets ägare och ledare som anställda tenderar att stanna länge i organisationen. Detta skapar en kontinuitet som i vissa avseenden

28 *de Hoyos & Green (2010)*

29 *Tex Schein (1983)*

30 *Melin & Nordqvist (2000)*

31 *Kelly, Athanassiou, & Crittenden (2000)*

32 *Hall, Melin & Nordqvist (2001)*

33 *Barnett & Kellermanns (2006)*

är positiv för företagets utveckling, men som kan skapa en förändringströghet bland anställda som stannat länge. Organisationskulturen traderas också i större utsträckning över tiden i de företag där den yngre generationen i ägarfamiljen tar över ägandet och kanske också ledningen. En familj som dominerar både ägande och ledning utgör vid generationsskiften inte samma "hot" för den etablerade företagskulturen, som en ny, utifrån kommande VD eller en ny ägargruppering kan göra³⁴. Samtidigt kan alltså en stark organisationskultur i värsta fall hämma och förhindra att medarbetares kreativa förmåga används till att bidra till företagets långsiktiga konkurrenskraft. Då blir de starka värderingarna och normerna till en destruktiv kraft där företagets resurser och förmågor inte utnyttjas för att svara på de viktigaste omvärldsförändringar eller för att introducera nya produkter och tjänster.

När små företag växer och det ställs större krav på en professionalisering av verksamheten handlar detta till stor del om att kombinera en respekt för den rådande kulturen med en sunt ifrågasättande attityd för att identifiera områden där organisationskulturen kan komma att behöva förändras och utvecklas. Forskning om organisationskultur i små företag har exempelvis visat att det är viktigt att först tydliggöra och kommunicera vilka värderingar och normer som organisationskulturen är byggd på och sedan skapa ett öppet klimat i företaget där medarbetare från olika delar av organisationen är välkomna att bidra till företagets utveckling³⁵. Professionalisering innebär här att våga formalisera viktiga delar av en organisation där den informella verksamheten skapar osäkerhet och otydlighet t ex när det gäller var beslut fattas, vem som är ansvarig för en viss fråga eller visst område eller vad den övergripande långsiktiga strategin för företaget är.

Organisationskulturen är också en viktig faktor vid rekrytering. Det handlar här om att rekrytera personer med rätt bakgrund, inställning och värderingar. Det är framförallt en stor utmaning för företag med begränsade resurser att rekrytera nya personer till ledningen som man vet kommer att förstå och respektera den rådande organisationskulturen samtidigt som de har förmågan att föra in nya tankar och idéer som utvecklar företaget³⁶.

34 Melin & Nordqvist (2000)

35 Tex Minguzzi & Passaro, 2001; Hall m.fl. (2001)

36 Hall & Nordqvist (2008)

Bolagsstyrning och styrelsearbete

Att professionalisera företagets ledning genom att formalisera styrelsen med externa ledamöter och kanske en extern VD är ett stort steg för många små företag. Forskning visar dock att detta ofta är ett nödvändigt steg för att hantera tillväxt och skapa nya förutsättningar för utveckling. Hur företag styrs genom ägarna, styrelsen och ledningen brukar hanteras inom området bolagsstyrning. Forskning inom bolagsstyrning har i stor utsträckning fokuserat på de utmaningar som uppstår när det finns en tydlig uppdelning mellan ägande och ledning i stora börsföretag. Men bolagsstyrning är viktigt även i små företag³⁷ där forskningen framförallt fokuserat på styrelsens roll och s.k. ägardirektiv och ägarråd³⁸. Bolagsstyrningen tenderar att bli en viktig fråga när små företag växer, tar in nya ägare eller anställer en extern VD som inte tillhör ägargruppen. I stor uträkning handlar bolagsstyrningen då om att professionalisera och formalisera de relationer och den rollfördelning som råder mellan ägare, styrelse, ledning och andra nyckelintressenter i företaget. Många små företag kännetecknas annars av en stor överlappning av dessa roller.³⁹

Forskning om bolagsstyrning och tillväxt i små företag har fokuserat mycket på vem det är som fattar strategiska beslut, var och hur dessa beslut fattas, samt vems intresse som driver företagets långsiktiga utveckling. I forskning som vi har bedrivit om bolagsstyrning vid Internationella Handelshögskolan i Jönköping definieras bolagsstyrning som de strukturer och processer som bestämmer hur företaget styrs och leds samt hur ansvar för denna styrning och ledning utkrävs⁴⁰. Här lyfter vi speciellt fram två strukturer med stor betydelse för professionalisering av små företag: 1) styrelsen och 2) ägardirektivet/ägarrådet.

I Sverige måste alla aktiebolag oavsett storlek ha en styrelse. Det skiljer sig dock mycket mellan små företag i hur stor utsträckning denna styrelse är aktiv. I många små företag finns en s.k. "pappersstyrelse" som bara är aktiv en gång om året vid bolagsstämman och med endast ägare närvarande⁴¹. Ofta aktiveras och formaliseras styrelsen när företaget står inför ett stort strategiskt beslut och ägarna känner att de behöver ett bollplank som systematiskt kan ge råd och även kontrollera företagets utveckling. En annan vanlig orsak till att styrelsen aktiveras genom inval av externa ledamöter är

37 Huse (1994), Gabrielsson (2007)

38 Nordqvist (2008)

39 Hall (2003)

40 Tex Brunninge, Nordqvist & Wiklund (2007)

41 NUTEK (2004)

att en extern VD rekryteras till företaget och/eller att ett ägar- eller generationsskifte ska genomföras. I dessa fall är beslutet att aktivera styrelsen ett sätt att professionalisera både ledningen av företaget och ägarnas relation till företaget. Styrelsen blir då ett verktyg för att systematiskt och mer strukturerat styra företagets inriktning långsiktigt.

Ett annat viktigt verktyg när ett företags ägare vill professionalisera sin relation till företaget är ett ägardirektiv, som också ofta är kopplat till ett ägarråd (speciellt om företagets ägarkrets är större än ett par individer). De ägare av små företag som beslutar sig för att skriva ett ägardirektiv gör det för att formalisera och tydliggöra vilka mål och långsiktig vision som de har för företagets långsiktiga utveckling⁴². Ägardirektivet innehåller också vanligen vilka värderingar och principer som ska styra viktiga beslut och processer och är ett dokument som framförallt ska kommuniceras till styrelse och ledning. Syftet med ägardirektivet är att som en del i professionaliseringen av företaget konkret visa vilka förväntningar som finns på olika personer och roller när det gäller deras arbete i företaget⁴³.

I företag där det finns många ägare och där ägargruppen växer, som t ex kan vara fallet vid generationsskiften inom ägarfamiljen eller då externa investerare tar plats som ägare i företaget, är ägardirektivet ett viktigt instrument för att gemensamt diskutera fram en långsiktig plan för företaget. I dessa fall kan den gemensamma diskussionen äga rum i ägarrådet. Ägarrådet är en informell mötesplats som inte ersätter, utan kompletterar styrelsen⁴⁴. I tillväxtorienterade små företag väljer i allt större utsträckning ägarna att som del i professionaliseringen regelbundet träffas och diskutera större, strategiska frågor som påverkar företagets långsiktiga utveckling.

Vad betyder professionalisering och entreprenörskap i små företag?

I detta kapitel har vi fokuserat på professionalisering och hur denna är kopplad till entreprenörskap (i betydelsen tillväxt och utveckling) i små företag. Under de senaste tjugo åren har mycket forskning bedrivits på olika aspekter kring entreprenörskap och små- och medelstora företag. Detta framkommer även i andra kapitel i denna bok. Det finns en begränsad mängd studier om professionalisering av små företag. Detta gäller både nationellt i Sverige och internationellt. Dessutom genomfördes den största delen av den befintliga forskningen för ganska många år sedan.

42 Arteaga & Menéndez-Requejo (2017)

43 Nordqvist (2008)

44 Gnan, Montemerlo & Huse (2015)

Många av forskningsresultaten som vi har presenterat i detta kapitel är relevanta även idag, men det finns ett tydligt behov av ny forskning som tar hänsyn till dagens förutsättningar för små företag.

Vi valde att diskutera professionalisering i små företag ur fyra perspektiv: formalisering av organisationen, rekrytering och kompetensförsörjning, organisationskulturens utveckling och bolagsstyrning och styrelsearbete. Dessa perspektiv valde vi på grund av att det är fyra områden som företagsägare- och ledare vi har mött i vår forskning ofta lyft fram som särskilt viktiga när det gäller professionalisering och tillväxt.

Det finns också ett stort behov av forskning som fokuserar på vilka förutsättningar som råder för professionalisering och entreprenörskap i små företag på glesbygden. Många av de studier som finns har inkluderat små företag i glesbygdskommuner. Men det är sällan glesbygdsaspekten har varit i fokus eller en variabel av speciellt intresse för professionalisering och entreprenörskap.⁴⁵

Det är angeläget att mer forskning ägnas åt de förutsättningar som råder för tillväxt och entreprenörskap för företag i glesbygdskommuner. Som vi beskriver i detta kapitel måste alla företag förr eller senare professionalisera sin verksamhet för att kunna bibehålla och kanske även öka sin utvecklingstakt. Det är svårt att hantera tillväxt och skapa förutsättningar för ytterligare tillväxt om inte ett företags verksamhet professionaliseras. Speciellt i meningen att det finns strukturer och processer som effektiviserar och skapar en förutsägbarhet i hur viktiga frågor hanteras i organisationen. En viktig del i professionaliseringen är att skapa en arbetsplats som är attraktiv och flexibel för så många befintliga och potentiella anställda som möjligt. Ur ett entreprenörskapsperspektiv är det dock viktigt att betona att en "överprofessionalisering" kan leda till att för mycket formalisering och struktur hämmar kreativiteten, skapar konflikter och kan hindra förmågan att fatta snabba beslut om nya affärsmöjligheter⁴⁶. Att arbeta medvetet och reflekterande med professionaliseringen är därför oerhört viktigt. Till syvende och sist handlar det om att finna en balans mellan det informella och formella så att fördelarna med professionalisering kan realiseras samtidigt som entreprenörskapet bevaras.

För att förbättra förutsättningar kring företagande för en levande glesbygd bör det finnas en medvetenhet om att professionalisering av företag tar tid, är resurs-

45 Tunberg (2014)

46 Waldkirch, Nordqvist & Melin (2018)

krävande och ofta är en process som kan leda till spänningar mellan personer. Med utgångspunkt i den befintliga kunskap som vi har beskrivit i detta kapitel finns det goda möjligheter för forskning att skapa nya insikter om vad som krävs för att professionalisering ska bidra till att företag växer och blir konkurrenskraftiga. Forskning om framgångsrik professionalisering i småföretag är även en viktig grund för utbildnings- och utvecklingsinsatser speciellt inriktade på ägare och ledare verk-samma i små företag i glesbygden.

Referenser

- Arteaga, R., & Menéndez-Requejo, S. (2017). "Family constitution and business performance: Moderating factors". *Family Business Review*, Vol. 30 No. 4, s. 320-338.
- Barnett, T., & Kellermanns, F. W. (2006). "Are we family and are we treated as family? Nonfamily employees' perceptions of justice in the family firm". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 30 No. 6, s. 837-854.
- Bjerke, L., & Mellander, C. (2017). "Moving home again? Never! The locational choices of graduates in Sweden". *The Annals of Regional Science*, Vol. 59 No. 3, s. 707-729.
- Brunninge, O., Nordqvist, M. & Wiklund, J. (2007), "Corporate Governance and strategic change in SMEs: The effects of ownership, board structure and top management teams", *Small Business Economics*, Vol. 29 No. 3, s. 295-308.
- de Hoyos, M. & Green, A. (2011). "Recruitment and retention issues in rural labour markets". *Journal of Rural Studies*, Vol. 27, s. 171-180.
- Dunne, T.C., Aaron, J.R., McDowell, W., Urban, D.J. & Geho, P.R. (2016). "The impact of leadership on small business innovativeness". *Journal of Business Research*, Vol. 69, s. 4876-4881.
- Flach, B. (2004). *Motivationsfrämjande ledarskap i små företag/organisationer*, i Wolvén, L.-E. & Ekstedt, E. (red), "Företagande och gemenskap – små företags kultur, samverkan och konkurrens", s. 191-212.
- Flamholtz, E.G. & Randle, Y. (2007). *Growing Pains: transitioning from an entrepreneurship to a professionally managed firm*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Foss, N.J., Lyngsie, J. & Zahra, S.A. (2015). "Organizational design correlates of entrepreneurship: the roles of decentralization and formalization for opportunity discovery and realization". *Strategic Organization*, Vol. 13 No. 1, s. 32-60.
- Fuller-Love, N. (2006). "Management development in small firms". *International Journal of Management Reviews*, Vol. 8 No. 3, s. 175-190.

Företagarna (2016). *Det är attityden dumbom*. Företagarna, Stockholm.

Gabrielsson, J. (2007). "Correlates of board empowerment in small companies". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31 No. 5, s. 687-711.

Gnan, L., Montemerlo, D., & Huse, M. (2015). "Governance systems in family SMEs: The substitution effects between family councils and corporate governance mechanisms". *Journal of Small Business Management*, Vol. 53 No. 2, s. 355-381.

Hall, A. & Nordqvist, M. (2008), "Professional management in family businesses: Extending the current understanding", *Family Business Review*, Vol. 11 No. 1, s. 51-69.

Hall, A. (2003). *Strategising in the context of genuine relations: An interpretative study of strategic renewal through family interactions*, Doktorsavhandling, Internationella Handelshögskolan AB, Jönköping.

Hall, A., Melin L. & Nordqvist, M. (2001), "Entrepreneurship as radical change in the family business: The role of cultural patterns", *Family Business Review*, Vol. 14 No. 3, s. 193-208.

Hess, E. (2012). *Grow to greatness: smart growth for entrepreneurial businesses*. Stanford University Press, Stanford.

Huse, M. (1994). "Board-management relations in small firms: The paradox of simultaneous independence and interdependence". *Small Business Economics*, Vol. 6 No. 1, s. 55-72.

Internationella Handelshögskolan i Jönköping (2018) Hållbarhet och hallonlakrits: att förverkliga ägarvisioner med extern ledning och extern styrelseordförande i Bubs, Center for Family Enterprise and Ownership, Internationella Handelshögskolan i Jönköping, Seminarium 5 november.

Kelly, L. M., Athanassiou, N., & Crittenden, W. F. (2000). "Founder centrality and strategic behavior in the family-owned firm". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 25 No. 2, s. 27-42.

Kitching, J. & Marlow, S. (2013). *HR practice and small firm growth: balancing informality and formality*, in Saridakis, G. & Cooper, C.L. (red.), "How can HR drive growth?" Edward Elgar Publishing Ltd.

Marlow, S. (1998). "So much opportunity – so little take up: the use of training in smaller firms". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 5 No. 1, s. 38-48.

Melin, L. & Nordqvist, M. (2000), "Ägande och strategisk ledning i familjeföretag" I Gandemo, B. (red.). *Familjeföretag och familjeföretagande*. FSF 2000:6, Örebro.

Nordqvist, M. (2008), "Bolagsstyrning och strategiska processer, speciellt i familjeföretag", i Melander, A. & Nordqvist, M. (red.) *Att förstå strategi: process och kontext*, Studentlitteratur, Lund, pp. 112-131.

Nutek (2004). *Ägarskiften och ledarskiften i företag: en fördjupad analys*. Bjuggren P.O, Ericsson, A, Haag, K., Hall, A., Melin, L. & Nordqvist, M. NUTEK B2004:6.

Rausch, A., Frese, M. & Utsch, A. (2005). "Effects of human capital and long-term human resources development and utilization on employment growth of small-scale businesses: a causal analysis". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 29 No. 6, s. 681-698.

Schein, E. H. (1983). "The role of the founder in creating organizational culture". *Organizational dynamics*, Vol. 12 No. 1, s. 13-28.

Svenskt Näringsliv (2018). *Rekryteringsenkäten 2018: Jobbskaparna larmar! Kompetensbristen ökar*. Svenskt Näringsliv, Stockholm.

Tell, J. (2012). "Managerial strategies in small, fast-growing manufacturing firms". *Journal of Management Development*, Vol. 31 No. 7, s. 700-710.

Tunberg, M. (2017). *Rethinking small firm growth... while absorbing the processual*. Avhandling. Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala, 2017:64.

Waldkirch, M., Melin, L & Nordqvist, M. (2018), "Tonic or toxic? The adoption of professional practices in family firms", *Arbetspapper*, Center for Family Enterprise and Ownership, Internationella Handelshögskolan i Jönköping.

Wapshott, R. & Malett, O. (2012). "The unspoken side of mutual adjustment: understanding intersubjective negotiation in small professional service firms". *International Small Business Journal*, Vo. 31 No. 8, s. 978-996.

Westhead, P. & Storey, D.J. (1997). "Financial constraints on the growth of high technology small firms in the United Kingdom". *Applied Financial Economics*, Vol. 7 No. 2, s. 197-201.





Socialt entreprenörskap och utveckling av landsbygder

Malin Tillmar

Malin Tillmar, Linneuniversitetet.

För att förstå och stimulera hållbart socialt entreprenörskap i relation till utveckling av landsbygder dras slutsatserna att det är särskilt viktigt med mer kunskap om:

- Det sociala entreprenörskapet inte bara i sociala- eller arbetsintegrerande företag och ideella föreningar, utan även över sektorsgränser eller inom ramen för offentlig sektor och traditionella småföretag.
- Lokalsamhällen på landsbygden som spirar och utvecklar alternativa visioner, och som till och med har en inflyttning på grund av detta: Vad utmärker de fysiska, sociala och ekonomiska miljöerna i dessa samhällen?
- Dynamiken mellan inflyttade till landsbygder, och de som har sin bakgrund på orten. Vilken roll spelar den här dynamiken för tillväxts- och anpassningsprocesserna? Vilken roll spelar frågor om genus och etnicitet?
- Entreprenörskapets betydelse inte bara för tillväxt i glesbygden, utan också för anpassning till krympande kommuner. Vad är det som skapar attraktiva livsmiljöer på landsbygden? Vilken är det sociala entreprenörskapets roll för detta?

Socialt entreprenörskap och utveckling av landsbygder

Både socialt entreprenörskap och utveckling av landsbygder är beroende av den välfärdsmodell och det samhällskontrakt som råder. Därför är erfarenhet från länder med andra samhällskontrakt bara av begränsat värde för vår förståelse av entreprenörskap på svenska landsbygder. I det här kapitlet argumenterar jag för att vi behöver mer kunskap om det sociala entreprenörskap som praktiseras i den svenska vardagen, i såväl landsbygder nära en större stad som mer avlägset belägna landsbygder.

Såväl i media, i policydokument såsom i forskning kan innebörden i de tre nyckelorden ovan, dvs. socialt, entreprenörskap och landsbygd, skifta. Därför vill jag inledningsvis klargöra vad som menas med dem i det här kapitlet.

Både begreppen entreprenörskap och landsbygd diskuteras i fler kapitel i boken, och det har nog framkommit att olika forskare lägger olika innebörder i begreppen. Med *entreprenörskap* menas i det här kapitlet en process där en eller flera personer inte bara utvecklar en ny idé eller använder en idé i ett nytt sammanhang, utan också – och kanske framförallt – den handlings- och organiseringsprocess som äger rum när personerna ska genomföra sin idé¹. Det här genomförandet *kan* alltså ske genom att ett företag startas, eller vidareutvecklas. Men det kan också hända att idén genomförs inom ramen för en ny eller befintlig organisation i civilsamhället² eller i offentlig sektor. Alternativt – vilket vi kommer att diskutera närmare – så förverkligas idén genom en sektorsöverskridande samverkan³.

Den *sociala* dimensionen i socialt entreprenörskap avser här att entreprenörskapets ändamål är socialt snarare än ekonomiskt⁴. Som vi ska återkomma till är det sål-lan antingen eller. När det internationella konsortiet Global Entrepreneurship Monitor (GEM) försöker mäta socialt entreprenörskap, vill de att ändamålet ska vara mer än två tredjedelar socialt orienterat för att ett initiativ ska kallas socialt entreprenörskap⁵.

1 Schumpeter (1934), Steyaert och Katz (2004).

2 Sveriges Regering ser civilsamhället som "en arena, skild från staten, marknaden och det enskilda hushållet, där människor organiserar sig och agerar tillsammans i gemensamma intressen." (www.regeringen.se, 2018-08-09). Civilsamhällets organisationer syftar inte till att skapa vinst, även om de kan bedriva ekonomisk verksamhet (Regeringens proposition; 2009/10:55). De vanligaste associationsformerna i civilsamhället är ideella föreningar, trossamfund och stiftelser. Ekonomiska föreningar ses som en del av civilsamhället om de inte har ett allmännyttigt syfte och inte ett vinstsyfte. Det samma gäller samfällighetsföreningar och aktiebolag med särskild vinstutdelningsbegränsning.

3 Cras (2017), Tillmar m.fl. (2018).

4 Gawell, Johannisson och Lundqvist, (2009).

5 Bosma m.fl. (2016).

Vad *landsbygd* innebär är en debattfråga inom landsbygdsforskningen. För Halfacree⁶ handlar det t.ex. inte bara om var en ort är lokaliserad, utan också om hur synen på landsbygdsorter uttrycks genom politik, forskning och kapitalintressen samt hur vardagslivet upplevs av befolkningen. I det här kapitlet gör vi det lite lättare för oss, genom att fokusera på platsen, det vill säga lokaliteten i termer av distans till tätort. Vi håller oss därmed till det sätt att se på landsbygd som Jordbruksverket och andra statliga myndigheter använder. För Jordbruksverket är landsbygd (något förenklat) kommuner där befolkningen är mindre än 30 000 invånare och som inte heller gränsar till en kommun med mer än 30 000 invånare eller en tätort med minst 25 000 invånare⁷. Om befolkningstätheten är mindre än fem invånare per kvadratkilometer är det gles landsbygd. Tillväxtanalys⁸ gör en indelning i tre kategorier av landsbygdskommuner; kommuner nära en större stad⁹, avlägset belägna kommuner¹⁰ och mycket avlägset belägna kommuner¹¹. I Sverige finns det 15 mycket avlägset belägna kommuner, 45 avlägset belägna och 70 landsbygdskommuner nära en större stad. När jag skriver om landsbygder i det här kapitlet är det alltså de här tre olika typerna av platser som avses.

Det är inte heller självklart vad *utveckling* av landsbygden innebär. Ofta förknippas ordet utveckling – inte minst när vi talar om samhällen, regioner, eller länder – med ekonomisk tillväxt. Tillväxtnormen är väldigt stark i samhället i stort¹² och kanske ännu starkare i entreprenörskapsfältets huvudfåra. Men utveckling kan också betyda till exempel lärande, kvalitetsförbättringar och förbättrad hållbarhet (i sociala, ekonomiska eller ekologiska termer). Utveckling behöver alltså inte nödvändigtvis vara detsamma som ekonomisk tillväxt.

Några spaningar från pågående forskning

Det gångna året har jag haft anledning att besöka ett stort antal entreprenörer på den småländska landsbygden, inom ramen för de pågående forskningsprojekten

6 Halfacree (2007).

7 www.jordbruksverket.se – allt om landet – så här definierar vi landsbygd, 2018-10-30

8 Tillväxtanalys (2014).

9 Minst 50 procent av befolkningen bor i landsbygdsområden, och i genomsnitt har minst 50 procent av befolkningen kortare restid än 45 minuters till en tätort med minst 50 000 invånare.

10 Minst 50 procent av befolkningen bor i landsbygdsområden, och i genomsnitt har mindre än 50 procent av befolkningen kortare restid än 45 minuters till en tätort med minst 50 000 invånare.

11 Hela befolkningen bor i landsbygdsområden, och de har i genomsnitt minst 90 minuters restid till en tätort med minst 50 000 invånare.

12 Syssner (2018).

Sektorsöverskridande organisering¹³, Grön omsorg¹⁴ och Kvinnors företagande för en levande landsbygd¹⁵. De entreprenörer jag mött i de här forskningsprojekten har förverkligat sina idéer i olika organisationsformer, och flera entreprenörer har samtidigt drivit flera olika projekt, ibland inom ramen för olika organisationer, och ibland inom ramen för en och samma juridiska och organisatoriska enhet (t.ex. kopplat till jordbruksfastighet). Utan att föregå de systematiska analyserna inom projekten är mitt intryck att ett ändamål med de verksamheter jag besökt ofta varit socialt. Det har handlat om ett engagemang för särskilda målgrupper eller för platsen (gården, byn eller bygden). Många av entreprenörerna har både drivit företag och samtidigt på olika sätt varit engagerade för bygden. Några visar detta genom att företaget sponsrar idrottsföreningar, eller fattar strategiska beslut på basis av vad som gynnar orten. Andra driver bygdebolag, hembygdsföreningar eller byaråd vid sidan av sitt företagande. Påfallande ofta involverar initiativen flera av samhällets sektorer i innovativa kombinationer. Det förefaller också vara så att dynamiken mellan de inflyttade till orten och de som har sina rötter på orten är en central fråga för vilket utrymme det sociala entreprenörskapet får.

Oavsett entreprenörskapets ändamål tar många av dem upp frågan om tillgänglighet, i termer av bredband, kollektivtrafik och andra transporter. Ett annat tema är den samhällsservice som behövs för att entreprenörerna, och deras anställda, ska kunna bo på orten. Exempel på det som nämns är skola, barnomsorg, äldreomsorg, bensinmackar och livsmedelsbutiker. När jag hört beskrivningarna av livet på landet har jag ofta tänkt att det är typexempel på (socialt) vardagsentreprenörskap¹⁶ och att man (och kvinna) nog måste vara – eller bli – entreprenöriell för att bo på avlägset belägna platser. Och ortsborna måste samarbeta. En person jag intervjuat menar till och med att det är själva vitsen med att bo på landsbygden – att det finns en anledning att lära känna sina grannar.

För att de här landsbygdsorterna ska fungera i Sverige idag är det i praktiken nödvändigt med det kollektiva sociala entreprenörskapet. Rimligheten i det kan

13 Projektet leds av mig och här samarbetar jag med Maria Gustavsson, Lena Högberg, Erik Rosell och Louise Svensson. Projektet finansieras av Helix Competence Centre och Linnéuniversitetet.

14 Projektet leds av Katarina Pettersson vid Sveriges Lantbruksuniversitet. Projektet finansieras av Forskningsrådet för Arbetsliv och samhällsvetenskap.

15 Projektet leds av Helene Ahl vid Jönköping University och inkluderar även Karin Berglund, Katarina Pettersson och Birgitta Sköld. Projektet finansieras av Kampradstiftelsen och Helix Competence Centre.

16 Jfr Steyaert och Katz (2004).

man ha olika åsikter om. Min spaning från fältet är hur som helst att det redan varit en realitet under en tid, och att behovet förefaller öka. Mitt i rapporter om ohjälpligt krympande orter och ökande utanförskap på landsbygden ser vi, liksom andra forskare också positiva exempel på orter där alternativa visioner realiseras genom kollektivt socialt entreprenörskap, och även sådana som – i och med just de alternativa visionerna – har haft en ökande inflyttning. Mina kollegor och jag följer i skrivande stund några sådana exempel.

Vad säger entreprenörskapsforskningen?

I det internationella forskningsfältet kring entreprenörskap finns relativt få publicerade artiklar att tillgå om just socialt entreprenörskap på landsbygder. Många av de studier som publicerats handlar om utveckling i länder som exempelvis China¹⁷, Kambodja¹⁸ eller Litauen¹⁹. För att få mer substantiell hjälp av den internationella forskningen att förstå det sociala entreprenörskapet på de nordiska landsbygderna behöver vi söka bredare. Vi kan läsa om fenomenet i tidskrifter med fokus på offentlig organisering²⁰, i forskningsantologier²¹, i nyare doktorsavhandlingar²² och i tidskrifter med fokus på landsbygdsutveckling²³ eller civilsamhället²⁴. Nedan diskuterar jag entreprenörskapsforskningen, först med inriktning mot landsbygden och sedan med inriktning mot socialt entreprenörskap.

Entreprenörskap på landsbygder

Vikten av entreprenörskapsforskning på fler typer av platser än de urbana lyftes fram av flera forskare under millenniets första år²⁵. Entreprenörskapsforskningen har dock även därefter visat svalt intresse för landsbygden²⁶. Av den forskning som publicerats inom fältet handlar merparten om utveckling i termer av ekonomisk

17 Wu m.fl. (2017).

18 Lyne m.fl. (2018).

19 Greblikaitė m.fl. (2017).

20 T.ex. Gawell, Pierre och von Friedrichs (2014).

21 T.ex. Andersen, Gawell och Spear (2016).

22 T.ex. Pierre (2017), Cras (2017).

23 Zografos (2007)

24 Barinaga (2018).

25 Se t.ex. Jack och Andersson (2002), Strathopoulou m.fl. (2004), Steyaert och Katz (2004).

26 De större entreprenörskapstidskrifterna (*Entrepreneurship and Regional Development*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Journal of Business Venturing* and *The Journal of Small Business Management*) har sedan Steyaert och Katz (2004) artikel inte publicerat mer än dryga 20 artiklar om entreprenörskap på landsbygden.

tillväxt, och entreprenörskap i termer av företagande. De flesta studier är kvantitativa och har genomförts i europeiska länder. Sedan länge är betydelsen av olika slags nätverk ett tema för diskussion i entreprenörskapsforskningen²⁷. Det gäller även forskningen om entreprenörskap på landsbygden²⁸. Flera forskare lägger särskilt vikt vid de inflyttade till orten. De inflyttade är viktiga för företaget, arbetstillfällen och ortens integration med den globala och lokala ekonomin²⁹. I likhet med i våra pågående studier har andra forskare observerat att dynamiken mellan inflyttade personer och de som har sin bakgrund på orten är viktiga, så också för att få synergieffekter mellan globala och lokala nätverk och resurser³⁰.

Några av de vetenskapliga artiklarna tar sin utgångspunkt i låginkomstländer³¹ och transitionsländer³². Det som blir tydligt i de här artiklarna, liksom av studier från Katalonien³³ och de italienska alperna³⁴ är den enorma vikt inte bara de formella institutionerna (regelverken) har för entreprenörskapet, utan även de normer och praktiker som ibland kallas informella institutioner. Inte bara den fysiska miljön utan även den sociala och ekonomiska miljön på landsbygder påverkar hela den entreprenöriella processen³⁵. Det gäller även i våra nordiska länder. I en lek med ord skriver Gaddefors & Andersson³⁶ om "entrepreneursheep". Den etnografiska studien involverar får, och forskarna menar att sammanhanget kan göra vem som helst, även får, entreprenöriella. En poäng med resonemanget är att visar att det inte alltid är meningsfullt att fokusera på entreprenören när vi ska förstå (eller stimulera) en kollektiv entreprenöriell process i ett visst sammanhang. För att fullt ut förstå dynamiken på en plats menar jag och många andra forskare att det behövs ingående fallstudier. Men det är inte många fallstudier från landsbygden som publicerats i entreprenörskapstidskrifter på senare år³⁷. Med fler studier där forskare, med hjälp av deltagande observation och andra etnografiska metoder, beskriver och tolkar det som sker, skulle den samlade forskningen kunna erbjuda djupare

27 Johannisson (1987).

28 Jack och Andersson (2002), Ring m.fl. (2010).

29 Kalantaridis och Bika (2006).

30 Korsgaard m.fl. (2015).

31 Tillmar (2006), Brünjes och Revilla Diez (2013).

32 Welter och Smallbourne (2013).

33 Vaillant och Lafuente (2007).

34 Meccheri och Pelloni (2007).

35 Stathopoulou m.fl. (2004).

36 Gaddefors & Andersson (2017)

37 se Korsgaard m.fl. (2015) samt Gaddefors och Andersson (2016) för några intressanta undantag.

kunskap om det sociala entreprenörskapets praktik och landsbygdssammanhanget betydelse. Sådan kunskap skulle utgöra viktigt beslutsunderlag för politiker, tjänstemän och rådgivare vid utformning av policy och stödinsatser på både nationell, regional och lokal nivå.

För att förstå hur landsbygdssammanhanget påverkar och påverkas av entreprenörskapet kan vi vända blicken mot landsbygdsforskningen. I tidskrifter som *Sociologica Ruralis* och *Journal of Rural Studies* finns en del kunskap att hämta³⁸. Lantbruket och dess kringverksamheter är här ett återkommande tema, men också den lokala inbäddningen³⁹, nätverk, dynamiken kring de inflyttade samt genusfrågor⁴⁰. Socialt entreprenörskap är dock inte något dominerande tema i landsbygds-tidskrifterna heller, även om det finns undantag. Zografos⁴¹ diskuterar t.ex. de sociala företagens roll för utvecklingen av den skotska landsbygden och konstaterar att intressenterna föredrar att företagen/organisationerna driver sina egna frågor, istället för att utföra tjänster som t ex offentliga organisationer borde tillhandahålla. Den här frågan är central för en stor del av det sociala entreprenörskapet på landsbygden, och vi ska återkomma till den nedan.

Socialt entreprenörskap

Entreprenörskap med sociala ändamål, som det definieras här, är naturligtvis lika gammalt som det mänskliga samhället. En av de nutida entreprenörskapsforskare som tidigt skrev om fenomenet i de här termerna var Bengt Johannisson. Då användes begreppet 'community entrepreneurship'⁴². Begreppet socialt entreprenörskap gjorde sedan inträde i forskningen på allvar med början under 90-talet⁴³. I Sverige gick en väg till både begreppets och fenomenets popularitet via EU och Bryssel. Vid 00-talets slut gjordes en satsning på både forskning och praktik genom Kunskaps- och Kompetensutvecklingsstiftelsen (KK-stiftelsen). Då användes ordet samhällsentreprenörskap⁴⁴. Jag skiljde vid den här tiden på socialt entreprenörskap,

38 Pato & Teixeira (2013), Pettersson och Gaddefors (2017).

39 T.ex. de sociala entreprenörernas hela livssituation, som delar av ett lokalsamhälle, med allt vad det innebär.

40 Se t.ex. www.emblaresearch.org, för aktuell forskning om genusfrågor kring entreprenörskap på landsbygden.

41 Zografos (2007)

42 Johannisson och Nilsson (1989).

43 Nicholls (2008).

44 Gawell m.fl. (2009).

som syftar till att åtgärda ett problem 'här och nu', och samhälls-entreprenörskap, med ändamålet att mer långsiktigt förändra något som anses fel i samhällsbygget⁴⁵. Allt fler forskare har kommit att reservera begreppet för sådana förändringar i ett lokalsamhälle. Ordet samhälls-entreprenörskap har dock inte fått något starkt fäste i forskningen, och ofta används begreppet socialt entreprenörskap för samtliga dessa fenomen. Den begreppsförvirringen får vi leva med.

Det sociala entreprenörskapets roll i de nordiska länderna skiljer sig på ett avgörande sätt från de anglo-saxiska och kontinentaleuropeiska länderna eftersom välfärdsstaterna finansierar vård- och omsorg och samhällsservice i en betydligt högre omfattning⁴⁶. Av en bred och inkluderande syn på entreprenörskap följer också att socialt entreprenörskap är långt mer än sociala företag. Det är också långt mer än insatser av enskilda individuella hjältar (jmf Steyaert & Dey, 2018). Det genomförs många entreprenöriella initiativ inom ramen för civilsamhällets organisationer⁴⁷. Antologiförfattarna Andersen, Gawell och Spear⁴⁸ identifierar fyra typer av socialt entreprenörskap i Sverige; (1) det som bygger på kooperativa principer inspirerade av de europeiska sociala kooperativen och den sociala ekonomin⁴⁹, (2) de som bygger på folkrörelsetraditionen och ideella organisationer, (3) de som är grundade i lokal samhällsutveckling och ofta refereras till som samhälls-entreprenörskap, samt slutligen (4) traditionellt företagande med vissa sociala motiv. Indelning visar tydligt på mångfalden i det sociala entreprenörskapet. Även om den tredje typen, samhälls-entreprenörskapet, kanske har tydligast koppling till landsbygdsutveckling så kan naturligtvis samtliga former, såväl som blandformer, finnas på alla typer av platser. De intervjuer jag nyligen genomfört på den småländska landsbygden visar inte minst att även småföretag som drivs i aktiebolagsform eller som enskilda firmor eller handelsbolag visar omsorg om bygden genom att t ex anställa ungdomar från orten och sponsra lokala idrottsföreningar. Omsorgsmotiv i småföretag har i tidigare studier kallats för 'det dolda samhälls-entrepren-

45 Tillmar (2009).

46 Anderson m.fl. (2016).

47 Se t.ex. Anheier m.fl. (2018).

48 Anderson, Gawell and Spear (2016)

49 Hit hör det som i den engelskspråkiga litteraturen kallas WISE (Work Integrating Social Enterprise), och på svenska ibland ASF (Arbetsintegrerande sociala företag) och ibland arbetsk kooperativ – beroende på ideologisk inriktning. På senare tid har särskilda satsningar gjorts på dessa organisationer. Organisationsformerna är ibland ekonomiska föreningar, ibland andra former som handelsbolag, aktiebolag eller aktiebolag med begränsad vinstutdelning. Organisationen Coompanion får statsanslag för att stödja ekonomiska föreningar.

nörskapet⁵⁰. Minst lika dolt är kanske det sociala entreprenörskap som kommer till uttryck inom offentliga organisationer⁵¹, men som också torde vara viktigt på landsbygder.

Relationen mellan det offentliga och civilsamhället är särskilt intressanta i våra nordiska länder, eftersom t ex folkrörelserna och folkhemstanken var central för att bygga upp välfärdssamhället, medan en annan typ av socialt entreprenörskap nu av somliga ses som centralt för att banta ned just välfärden⁵². För att förstå det sociala entreprenörskapets roll för Sveriges landsbygd idag behöver vi emellertid förstå mer om de pågående förändringarna av det svenska samhällskontraktet.

Socialt entreprenörskap och ett föränderligt samhällskontrakt

Ett samhällskontrakt är den uppdelning av ansvarsområden och uppgifter mellan samhällets olika sektorer (t ex privat sektor, offentlig sektor och civilsamhället) som råder i ett samhälle⁵³. I de nordiska länderna har vi länge haft en modell där välfärdstjänster tillhandahållits av det offentliga, snarare än av familj och civilsamhälle eller genom marknaden⁵⁴. Med förändrad demografi, minskande resurser och politiska omprioriteringar utmanas den modellen.

Det svenska samhällskontraktet i förändring

I Sverige började det så kallade samhällskontraktet att omförhandlas under 90-talet⁵⁵. Det svenska välfärdssamhället har lett till vad Berggren och Trädgårdh⁵⁶ kallar 'stats-individualism', det vill säga att beroendet av familj, släkt, grannar och medmänniskor minskar när staten tar ansvar. Det som nu sker är emellertid att blickarna återigen vänds mot civilsamhället och de sociala företagen i sökandet efter lösningar inte bara för landets vård, omsorg och välfärd⁵⁷, utan även för landsbygdsutvecklingen i stort⁵⁸. Vissa forskare lyfter fram riskerna med att civilsamhällets organisationer blir en serviceleverantör istället för en stark oberoende röst för

50 Sundin (2009).

51 Sundin (2004), Sundin och Tillmar (2010), Mazzucato (2013).

52 Gawell (2016).

53 Wijkström (2012).

54 Esping-Andersen (1990).

55 Wijkström (2012).

56 Berggren och Trädgårdh (2015).

57 Gawell m.fl. (2016), Tillmar m.fl. (2018).

58 von Friedrichs och Lundström (2016), Cras (2018), Syssner (2018a).

sina medlemmars intressen⁵⁹, medan andra menar att samproduktion av service mellan det offentliga, det privata och civilsamhället kan förbättra medborgarnas delaktighet⁶⁰, och därmed demokratin⁶¹.

Att det offentliga backar från samhällsservice på landsbygden riskerar att skapa ett utanförskap och en alienation, som föder antidemokratiska och främlingsfientliga strömningar hos dem som söker enkla lösningar på komplexa problem menar debattören Po Tidholm⁶². Bara den risken gör frågan om klyftan mellan stad och land samt landsbygdens utveckling viktig⁶³. Vi har ett kommunalt skatteutjämningsystem i Sverige som ska kompensera för skillnader i utgifter och inkomster mellan regioner, men vissa saker är svåra att kompensera för⁶⁴. I många (men inte alla) landsbygdskommuner flyttar de unga ut, de kvarvarande når i allt högre utsträckning pensionsåldern⁶⁵ och kompetensförsörjningen blir ett problem⁶⁶.

Antropologen Patrik Cras tecknar en något ljusare bild i doktorsavhandlingen "Landsbygdssamhällets medborgarskap". Han menar att det som händer när t ex en bygdeförening organiserar bredbandsutbyggnad eller en lokal bensinmack i det offentliga stället är att ett annat slags medborgarskap (kallat pragmatiskt komunitärt medborgarskap) aktiveras. Även personer som egentligen anser att service borde tillhandahållas av de offentliga deltar i arbetet. Istället för ett närmast automatiskt tillväxtfokus krävs realistiska anpassningsstrategier, och en sådan är just samverkan med civilsamhället, skriver kommunforskaren Joseфина Syssner⁶⁷. Det samhälleliga entreprenörskapet spelar en viktig roll som en motkraft till de nedåtgående trenderna, hävdar von Friedrichs och Lundström⁶⁸. Jag menar att det sociala, eller samhälleliga, entreprenörskapet på landsbygden kan vara en viktig del inte bara som motkraft, eller för tillväxt, utan också för mobilisering och organiseringen av realistisk anpassning och alternativ visionär utveckling.

59 *Wijkström (2012), Barinaga (2018).*

60 *Tanken på ökad medborgardelaktighet finns också hos det internationella forskarnätverket EMES, som vid sidan av sociala och ekonomiska dimensioner också inkluderar just deltagarstyrning, eller ekonomisk demokrati, i sin definition av 'social enterprise'.*

61 *Pestoff (2016).*

62 *Po Tidholm (2018).*

63 *Se även Mellander och Bjerke (2018).*

64 *Syssner (2018a).*

65 *Mellander (2018)*

66 *Syssner (2018a).*

67 *Syssner (2018a).*

68 *Von Friedrichs och Lundström (2016).*

Socialt entreprenörskap över sektorsgränser

Socialt entreprenörskap i Sverige är mycket ofta sektorsöverskridande, bland annat beroende på vår välfärdsmodell⁶⁹. Tidigare forskning har visat att detta är extra tydligt just på landsbygden – där alla känner alla och samma personer ibland sitter på flera stolar⁷⁰. Sektorerna sammanvävs både genom organisationer och individer. En utmaning är att representanter från de olika sektorerna agerar med utgångspunkt i olika tankesätt och logiker⁷¹ och därför inte alltid förstår och litat på varandra⁷² eller har svårt att 'takta' sina verksamheter⁷³.

I det praktiska genomförandet på organisationsnivån ställs stora krav på just entreprenöriell praktik, för att samverkan över sektorsgränser ska fungera⁷⁴. En flerfallsstudie av ett projekt, ett kooperativ och ett partnerskap visar betydelsen av att i alla fall någon eller några förstår de olika logikerna inom de olika samhällssektorerna, och kan översätta och medla däremellan⁷⁵. Det handlar om en förmåga att korsa gränserna och mobilisera socialt entreprenörskap i flera sektorer.

Socialt entreprenörskap på landsbygder

Ibland ser man i debatten att "landsbygden" betraktas som något homogent. Men landsbygder ser naturligtvis mycket olika ut, inte bara beroende av sin befolkningstäthet eller sin relativa närhet till en större stad. På vissa orter är befolkningen krympande och/eller åldrande, på andra inte. I von Friedrichs och Lundströms⁷⁶ studier var näringslivsstrukturen och traditioner en avgörande skillnad. Medan Jämtland är känt för att ha en god samarbetsanda mellan sektorerna och, likt Småland, en tradition av entreprenörskap präglade många samhällen i Västernorrland av större industriföretag och en mer patriarkal struktur. Författarna menar att samarbetslösningar för lokal utveckling präglade båda regionerna, även om lösningarna skiljde sig åt. Samhällsentreprenörskapet tog ofta sin utgångspunkt i det dagliga livet på landsbygden. Samarbete över sektorsgränserna för att lösa

69 Pestoff (2016).

70 Tillmar (2012).

71 jfr Lindberg (2014).

72 Tillmar (2009).

73 Mörndal (2018), Tillmar m.fl. (2018).

74 cf. Barinaga (2017).

75 Tillmar m.fl. (2018).

76 von Friedrichs och Lundström (2016).

livssituationen på landsbygden är långt vanligare än vad som uppmärksammas av nationella beslutsfattare, menar von Friedrichs och Lundström⁷⁷.

Slutsatser: Om mångfalden av landsbygder och av socialt entreprenörskap

Socialt entreprenörskap är alltså inte ett fenomen, utan flera. Detsamma gäller landsbygder. Vissa landsbygder är präglade av jordbruksverksamheter eller småföretagande. Somliga landsbygder är mer kopplade till en större stad genom arbetspendling. I andra landsbygdsorter cirkulerar livet kring ett eller flera industriföretag. I en del landsbygder krymper befolkningen, i andra gör den inte det. Vi behöver lära oss mer om hur landsbygdernas olika förutsättningar påverkar hur det sociala entreprenörskapet tar sig uttryck, mobiliseras och blir hållbart. För det behöver vi som entreprenörskapsforskare finnas på plats i landsbygderna samt använda oss av flera olika kunskapsområden, som exempelvis statsvetenskap, civilsamhällsforskning, geografi och antropologi.

Det sociala entreprenörskapet runt om i våra landsbygder tar sig olika uttryck, och genomförs i olika organisationsformer. Traditionella företag tar ansvar för bygden genom t ex sin rekrytering och genom sponsring av föreningar. Arbetskooperativ jobbar för integration av exempelvis nyanlända eller funktionsvarierade. Föräldrakooperativ och personalkooperativ bildas för att upprätthålla barnomsorg, äldreomsorg och skola. Hembygdsföreningar, bygdebolag, byaråd och liknande bildas och utvecklas för att möjliggöra utbyggnad av fibernätet eller för att driva lanthandlar och bensinmackar. Allt det här är centralt för en fungerande och tillräckligt attraktiv livsmiljö i våra landsbygder. Det finns spirande landsbygdssamhällen därute, där alternativa visioner lever. Vad är det som utmärker det fysiska, sociala och ekonomiska sammanhanget och det sociala entreprenörskapet på dessa platser?

Dynamiken mellan inflyttade personer och de som är födda och uppväxta på orten har lyfts fram både i tidigare landsbygdsforskning och av mina intervjuerpersoner. Hur den dynamiken påverkar och påverkas av olika former av socialt entreprenörskap på olika landsbygder, är en viktig fråga att ta reda på.

Visst kan entreprenörskap i termer av företagande bidra med viktig ekonomisk tillväxt. Och visst är det sociala entreprenörskapet en motkraft till 'krympande'

⁷⁷ von Friedrichs och Lundström (2016).

trender. Jag menar att det sociala entreprenörskapet, brett definierat, har potential att vara mer än så. Det kan också, om det ges tillräckligt utrymme och förutsättningar, bli en kraft för att utveckla och organisera realistiska anpassningspraktiker, i en verklighet där invånarantalet trots allt krymper på många platser. Även i det kommunala arbetet med tillväxts- och anpassningsstrategier torde det sociala entreprenörskapet bland kommunala politiker och tjänstemän vara av betydelse. Kanske kan hållbarhet i både sociala, ekonomiska och ekologiska termer var delar av en sådan vision som landsbygdskommuner kan realisera⁷⁸, genom kollektivt samhällsentreprenörskap över sektorsgränser. Frågan är dock politiskt komplex, och här finns en tydlig ambivalens – både i forskning, praktik och politik – som har att göra med det förändrade samhällskontraktet och statens ansvar.

78 Jfr Syssner (2018b), Olsson och Galaz (2012), Cras (2017).

Referenser

- Ahl, H., Berglund, K., Pettersson, K. & Tillmar, M. (2015). Projekt nr 20160060 "Kvinnors entreprenörskap – för en levande landsbygd?" Familjen Kamprads stiftelse, Forskning/Utbildning 2015 (Utlysning av anslag inom entreprenörskap, särskilt för en levande landsbygd).
- Andersen, L. L., Gawell, M., & Spear, R. (Eds.) (2016). *Social entrepreneurship and social enterprises: Nordic perspectives*. Routledge.
- Anderson, A. R., & Gaddefors, J. (2016). "Entrepreneurship as a community phenomenon: reconnecting meanings and place". *International Journal Entrepreneurship and Small Business*. 28 (4), 504-518.
- Anheier, H., Krlev, G., & Mildemberger, G. (2018). *Social Innovation* [Open Access]: Comparative Perspectives. Routledge.
- Barinaga, E. (2017). "Tinkering with Space: The Organizational Practices of a Nascent Social Venture", *Organization Studies*. Vol. 38 No. 7, s. 937-958.
- Barinaga, E. (2018). "Coopted! Mission Drift in a Social Venture Engaged in a Cross-Sectoral Partnership". *Voluntas*, s. 1-13.
- Berggren, H., & Trägårdh, L. (2015). *Är svensken människa?: gemenskap och oberoende i det moderna Sverige*. Norstedts.
- Berglund, K., Gaddefors, J., & Lindgren, M. (2016). "Provoking identities: entrepreneurship and emerging identity positions in rural development". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 28 No. 1-2, s. 76-96.
- Bosma, N., Schött, T., Terjesen, S. A., & Kew, P. (2016). Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016: *Special Topic Report on Social Entrepreneurship*.
- Brünjes, J., & Diez, J. R. (2013). "'Recession push'and 'prosperity pull'entrepreneurship in a rural developing context". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 25 No. 3-4, s. 251-271.
- Cras, P. (2017). *Landsbygdssamhällets medborgarskap* (Doctoral dissertation). Institutionen för stad och land. Sveriges Lantbruksuniversitet.

Esping-Andersen, G. (1990). *The three worlds of welfare capitalism*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

von Freidrichs, Y. & Lundström A. (2016) Social Entrepreneurship as Collaborative Process in Rural Sweden, I L. Andersen, M. Gawell & R. Spear (red.), *Social entrepreneurship and social enterprises in the Nordic countries*. New York & London: Routledge.

Gaddefors, J., & Anderson, A. R. (2017). "Entrepreneurs and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs". *International journal of entrepreneurial behavior & research*. Vol. 23 No. 2, s. 267-278.

Gawell, M., Johannisson, B., & Lundqvist, M. (2009). *Samhällets entreprenörer-en forskarantologi om samhällsentreprenörskap*. KK-stiftelsen.

Gawell, M. (2016). Social entrepreneurship and social enterprises: Chameleons through times and values. I: Andersen, L. L., Gawell, M., & Spear, R. (Eds.). (2016). *Social entrepreneurship and social enterprises: Nordic perspectives*. Routledge.

Gawell, M., Pierre, A., & von Friedrichs, Y. (2014). Societal entrepreneurship—A cross-boundary force for regional and local development cherished for multiple reasons. *Scandinavian Journal of Public Administration*. Vol. 18 No. 4, s. 109-130.

Gawell, M., Sundin, E. & Tillmar, M. (2016). Entrepreneurship invited into the (social) welfare arena. I L. Andersen, M. Gawell & R. Spear (red.), *Social entrepreneurship and social enterprises in the Nordic countries*. New York & London: Routledge.

Greblikaitė, J., Rakstys, R. & Caruso, D. (2017). "Social Entrepreneurship in Rural Development of Lithuania", *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. Vol. 39 No. 2, s. 157-165.

Halfacree, K. (2007). "Trial by space for a 'radical rural': Introducing alternative localities, representations and lives". *Journal of rural studies*. Vol. 23 No 2, s. 125-141.

Jack, S. L., & Anderson, A. R. (2002). "The effects of embeddedness on the entrepreneurial process". *Journal of Business Venturing*. Vol. 17 No. 5, s. 467-487.

Johannisson, B. (1987). "Anarchists and organizers: Entrepreneurs in a network perspective". *International Studies of Management & Organization*. Vol. 17 No. 1, s. 49-63.

- Johannisson, B., & Nilsson, A. (1989). "Community entrepreneurs: networking for local development". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 1 No. 1, s. 3-19.
- Kalantaridis, C., & Bika, Z. (2006). "In-migrant entrepreneurship in rural England: beyond local embeddedness". *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 18 No. 2, s. 109-131.
- Korsgaard, S., Ferguson, R., & Gaddefors, J. (2015). "The best of both worlds: how rural entrepreneurs use placial embeddedness and strategic networks to create opportunities". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 27 No. 9-10, s. 574-598.
- Lindberg, K. (2014). "Performing multiple logics in practice". *Scandinavian Journal of Management*. Vol. 30 No. 4, s. 485-497.
- Lyne, I, Ngin C, Santoyo-Rio, E, (2018) "Understanding social enterprise, social entrepreneurship and the social economy in rural Cambodia", *Journal of Enterprising Communities*. Vol. 12 No. 3, s.278-298
- Mazzucato, M. (2013). *The entrepreneurial state: Debunking public vs. private sector myths* (Vol. 1). Anthem Press.
- Meccheri, N., & Pelloni, G. (2006). "Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 18 No. 5, s. 371-392
- Mellander, C. (2018). Hur gammal är din kommun? Vertikals, Hämtad från <http://vertikals.se/charlotta/2018/01/31/hur-gammal-ar-din-kommun/2018-11-27>
- Mellander, C., & Bjerke, L. (2018). *Därför är klyftan mellan stad och land valets viktigaste fråga*, Vertikalas, Hämtad från <http://vertikals.se/charlotta/2018/09/04/darfor-ar-klyftan-stad-land-valets-viktigaste-fraga/2018-11-27>.
- Mörndal, M. (2018). "*Vi måste takta!*": En studie av organisering för samverkan, Malardalen University. Doctoral Dissertation 259, Mälardalen University, Sweden.
- Nicholls, A. (Ed.). (2008). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. OUP Oxford.

Olsson, P., & V. Galaz (2012). Social-ecological innovation and transformation. I: Nicholls, A. and A. Murdoch (Editors). *Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets*. Palgrave MacMillanDavidsson P., Lindmark L., & Olofsson C. (1996). *Näringslivsdynamik under 90-talet*. Stockholm: Nutek.

Pato, M. L., & Teixeira, A. A. (2013). *Twenty years of rural entrepreneurship: a bibliometric survey*. Universidade do Porto. Faculdade de Economia do Porto.

Pestoff, V. (2016) Democratic Innovations: Exploring Synergies Between Three Key Post-New Public Management Concepts in Public Sector Reforms. I Andersen, L. L., Gawell, M., & Spear, R. (Eds.). (2016). *Social entrepreneurship and social enterprises: Nordic perspectives*. Routledge.

Pettersson, K & Gaddefors, J (2017) Unverstanding Rural? *Inside the Satial 'Black-box' in Entrepreneurship Research, Paper presented at the Institute for Small Business and Entrepreneurship, 7-8 November 2017, Belfast.*

Pierre, A. (2017). *The influence of wicked problems on community-based entrepreneurship in rural Sweden* (Doctoral dissertation, Mid Sweden University).

Regeringens Proposition 2009/10:55. Politik för det civila samhället. Integrations- och jämställdhetsdepartementet.

Ring, J. K., Peredo, A. M. & Chrisman, J.J. (2010) "Business Networks and Economic Development in Rural Communities in the United States", *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 34 No. 1, s. 171-195.

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

Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., & Skuras, D. (2004). "Rural entrepreneurship in Europe: a research framework and agenda". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 10 No. 6, s. 404-425.

Steyaert, C. & Dey, P. (2018). The books on social entrepreneurship we edit, critique and imagine. *Social Entrepreneurship: An Affirmative Critique*, Edvard Elgar

- Steyaert, C., & Katz, J. (2004). "Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 16 No. 3, s. 179-196.
- Sundin, E. (2004). *Den offentliga sektorns entreprenörer: en porträttbok*. Kommentus Förlag.
- Sundin, E. (2009). Det dolda samhällsentreprenörskapet – omsorgsmotiv i småföretag. Gawell, M., Johannisson, B., & Lundqvist, M. *Samhällets entreprenörer-en forskarantologi om samhällsentreprenörskap*. KK-stiftelsen.
- Sundin, E., & Tillmar, M. (2010). "Masculinisation of the public sector: Local-level studies of public sector outsourcing in elder care". *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. Vol. 2 No. 1, s. 49-67.
- Syssner, J. (2018a). *Mindre många: Om anpassning och utveckling i krympande kommuner*. Dokument Press
- Syssner, J. (2018b) (ed) *Nya visioner för landsbygden*, Linneförs förlag. Tidholm, P. (2017). *Läget i Landet: 89 tankar om periferi, politik och varför landsbygdsfrågan är viktigare än du tror*, Teg Publishing
- Tillmar, M. (2006). "Swedish tribalism and Tanzanian entrepreneurship: preconditions for trust formation". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 18 No. 2: s. 91-107(17).
- Tillmar, M. (2009), "No longer so strange? (Dis)trust in municipality. Small Business Relationships", *Economic and Industrial Development*. Vol. 30 No. 3, s. 1–28.
- Tillmar, M. (2012). Sectoral intertwining at the grass root level. I: K. Berglund, B. Johannisson & B. Schwartz (red.), *Social Entrepreneurship: Positioning, Penetrating, Promoting*. CheltenhamUK: Edward Elgar
- Tillmar, M., Gustavsson, M., Andersson Högberg, L., Rosell, E., & Svensson, L. (2018). *Sektorsöverskridande samverkan: En studie av organisering för välfärd mellan olika samhällssektorer*. Helix Working Paper Series, Report 002.
- Tillväxtanalys (2014). *Bättre statistik för bättre regional- och landsbygds politik*. Rapport 2014:4. Östersund: Tillväxtanalys.

Vaillant, Y., & Lafuente, E. (2007). "Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity?". *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 19 No. 4, s. 313-337.

Welter, F., & Smallbone, D. (2011). "Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments". *Journal of Small Business Management*. Vol. 49 No. 1, s. 107-125.


Wijkström, F. (2012). *Civilsamhället i samhällskontraktet. En antologi om vad som står på spel*. European Civil Society Press.

Wu J., Zhuo S, Wu Z, (2017). "National innovation system, social entrepreneurship, and rural economic growth in China", *Technological Forecasting & Social Change* Vol. 121, s. 238–250.

Zografos, C. (2007). "Rurality discourses and the role of the social enterprise in regenerating rural Scotland". *Journal of Rural Studies*. Vol. 23 No. 1, s. 38-51.



THE BUZZ



Kommersialisering av universitets- forskning

Martin W. Wallin
Johan Frishammar

*Martin W. Wallin, Teknikens ekonomi och organisation,
Chalmers tekniska högskola.
Johan Frishammar, Entreprenörskap & Innovation,
Luleå tekniska universitet.*

Kommersialisering av universitetsforskning

Efterkrigstiden har inneburit en formidabel omdaning av det svenska universitets- och högskolesystemet. En av de största förändringarna är det utökade ansvaret för entreprenörskap, innovation och kommersialisering av forskningsresultat, som tillkommit utöver de traditionella uppgifterna utbildning och forskning. Kommersialisering av universitetsforskning kan ske på ett flertal sätt, till exempel genom att universitetet licensierar ut ny teknologi eller genom att forskare uppmuntras till att starta avknopningsföretag (spin-offs) för att omsätta sina rön i praktiken. Ett av många exempel är e-maintenance³⁶⁵, ett avknopningsföretag från Luleå tekniska universitet som bygger på över tio års forskning och tillhandahåller avancerade tjänster för järnvägsunderhåll. Frågan om kommersialisering och nyttiggörande är relevant och har aktualiserats i de senaste årens forskningspropositioner: Vad får exempelvis skattebetalarna och samhället tillbaka på de resurser som satsas på högre utbildning och forskning?

En annan stor förändring är att universitet och högskolor nu finns spridda över stora delar av Sverige, inte bara i storstäderna. Idag finns i Sverige hela 16 universitet och 31 högskolor. Dessa befinner sig dock i miljöer med vitt skilda möjligheter och utmaningar. En del finner vi i dynamiska och snabbväxande storstadsområden med god tillgång till arbetskraft. Andra i medelstora städer utanför storstadsregionerna, och en del i områden med stora utmaningar i form av avstånd till spetskompetens inom många områden, marknader och kapital. Det finns inte längre *en* typ av universitets- och högskoleort och inte *en* typ av högskola eller universitet. Det finns dock en politisk förväntansbild att lärosätena ska fungera som "motorer" och kompetenshubbar och aktivt jobba med kommersialisering. En genomgång av litteraturen på området ger dock vid handen att de allra flesta policyrekommendationer bygger på studier av stora universitet i tillväxtregioner, såsom Stanford University och Silicon Valley. Är detta rimligt?

Förändringarna i Sverige är helt i linje med vad som har hänt i våra grannländer, inom EU och i USA. Det verkar finnas en global enighet kring värdet av att främja kommersialisering av universitetsforskning¹. I Sverige återspeglas detta i ett flertal policydokument som stipulerar att universitet och högskolor skall jobba med

1 Grimaldi, Kenney, Siegel och Wright (2011)

”nyttiggörande”. Högskolelagen uttrycker att universitet och högskolor ska ”verka för att forskningsresultat tillkomna vid högskolan kommer till nytta”.² Många myndigheter försöker också uppmuntra och i vissa fall styra högskolorna för att de ska bli bättre på kommersialisering. Den senaste forskningspropositionen pekar till exempel ut fem samhällsutmaningar (klimat och miljö, hälsa, ökad digitalisering, ett säkert, inkluderande och hållbart samhälle samt förbättrade kunskapsresultat i skolsystemet) som högskolor och statliga finansiärer bör prioritera.³ Ett parallellt exempel är Vinnovas satsning på *utmaningsdriven innovation* som innebär breda samverkansprojekt som syftar till praktisk förändring genom kommersialisering.⁴ Vinnova har även satsat på innovationskontor för förbättrad kommersialisering vid ett flertal lärosäten.⁵

Men hur går kommersialisering till i praktiken? Vilka är de centrala frågorna, och vad vet vi (och vad vet vi inte) om ämnet? I detta korta kapitel summerar vi tidigare litteratur för att ge inspiration till hur beslutsfattare kan resonera kring kommersialisering av universitetsforskning vid mindre lärosäten i Sverige. Vi fokuserar på tre viktiga delar av kommersialiseringsarbetet: 1. Den enskilde individens/forskarens förutsättningar och incitament; 2. Universiteten/högskolorna; och 3. Policyutformning. Kapitlet avslutas med en diskussion och sammanfattande slutsatser gällande kommersialisering av universitetsforskning samt några förslag till områden som kräver vidare forskning. Vårt kapitel behandlar dock inte nyttiggörande i andra bemärkelser.

Den enskilda forskarens incitament och förutsättningar

En individ kan välja ett flertal olika kanaler för att kommersialisera idéer och kunskap: starta företag, patentering/licensiering, konsultuppdrag mot externa aktörer, informella möten, kontrakt för uppdragsforskning, delta i program för personutbyte, eller att helt enkelt byta arbetsgivare och börja jobba för exempelvis ett privat företag. Forskning har dock visat att formella licenser och patent spelar en ganska

2 Högskolelag (1992:1434), https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/hogskolelag-19921434_sfs-1992-1434

3 Prop. 2016/17:50, <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/proposition/2016/11/prop.-20161750/>

4 Vinnova 2018, <https://www.vinnova.se/m/utmaningsdriven-innovation/>

5 <https://www.vinnova.se/m/universitet-och-hogskolors-strategiska-samverkan/medel-till-innovationskontor/>

liten roll⁶, vilket understryker individers informella agerande i olika typer av kanaler som "motor" för kommersialisering. Det finns dock ett antal solskenshistorier kring lyckosam kommersialisering via licenser och patent. Ett är Stanley Cohen (Stanford) samt Herbert Boyer (MIT) som tillsammans med kollegor var pionjärer inom kommersialisering av teknologi för att föra samman DNA från olika källor. Ett annat är Tom Leighton (MIT) som utvecklade algoritmer för intelligent routing och replikering av data i nätverk av distribuerade servrar. Liknande exempel finns självklart också på mindre/regionala högskolor. Vi vet dock alldeles för lite om betydelsen av dessa individer, vad de gör och inte gör, hur de agerar, och vad utfallen blir.

Till att börja med, vad har enskilda individer egentligen för incitament att engagera sig i kommersialisering av sin universitetsforskning? Till att börja med finns betydande skillnader mellan olika discipliner. Teknik- eller naturvetenskapliga forskningsfält där en ny teknologi kan bedömas som "proof of concept" är möjligen lättare att kommersialisera, men inom många områden – inte minst de samhällsvetenskapliga och humanistiska – saknas denna möjlighet. Det är också så att kommersialisering inte har något stort meritvärde i en traditionell akademisk karriär. Det som mäts vid tjänstetillsättningar är framförallt akademisk publicering och citeringar. De flesta universitet har dock policys för den så kallade "tredje uppgiften" som redogör för hur viktig kunskapsspridningen är, men detta har normalt inte något stort genomslag på individnivå. Det är mycket ovanligt att forskare har tid avsatt för att jobba med dessa frågor och den tredje uppgiften kommer därför ofta i tredje hand, efter forskning och utbildning. Om tid skulle avsättas kan man också fråga sig vem som skulle finansiera denna tid? I praktiken verkar det vara något som forskare intresserade av kommersialisering gör på sin fritid.

Det finns i själva verket ett stort antal studier som påvisar avsaknaden av incitament för individer att engagera sig i kommersialisering.⁷ De enskilda ekonomiska vinningarna för individen är ofta små, och kommersialiseringen missgynnar lätt forskningen och undervisningen (av rena alternativkostnadskäl då en "tidsenhet" kommersialisering innebär en utebliven tidsenhet av något annat). Man kan också fråga sig om inte de flesta forskare och lärare valt sin karriär av helt andra skäl än att engagera sig i kommersialisering. Många forskare och lärare vid universitet och

6 Agrawal (2001)

7 Sandström, Wennberg, Wallin och Zherlygina (2018), Rasmussen och Borch (2010)

högskolor har också begränsningar i vad de kan om kommersialisering. Konsultuppdrag, personalutbyte, och att tänka i termer av ekonomiskt värdeskapande för exempelvis företag är inte vad akademiker tränas i. Under en forskarutbildning tränas man normalt i att skapa kunskap och inte i att kommersialisera denna (bortom rent avhandlings- eller artikelskrivande). Detta är en andra faktor som komplicerar kommersialisering. Ett flertal universitet och högskolor erbjuder nu kurser eller motsvarande i ett försök att adressera denna problematik, men regelverk för exempelvis bisysslor tenderar att motverka initiativ till kommersialisering.

Bortom incitament och kompetens tycks personliga kontakter och nätverk spela en avgörande roll. En förutsättning för lyckad kommersialisering är starka personliga kontakter mellan enskilda forskare och partners i industrin.⁸ Ett flertal universitet har skapat centrala enheter för innovation eller affärsutveckling genom vilket kommersialisering är tänkt att gå. Dessa enheter är tänkta att besitta sådana kontakter men ofta utgör universitetsenheter för innovation eller affärsutveckling en specifik utmaning i sig och adderar ytterligare ett lager av komplexitet och administration mellan den enskilde forskaren och mottagaren av den teknologi och kompetens som individen besitter. Styrkan på kontakter kan också påverkas av den sociala struktur och den regionala ekonomi där ett universitet finns. Detta kan vara intressant att beakta då lärosäten som exempelvis Chalmers eller KTH ligger på platser med relativt stor befolkning och diversifierat näringsliv, vilket inte är fallet för många av de regionala högskolorna. Det kan därför vara svårare för individer på ett mindre lärosäte att lyckas med kommersialisering. Men bilden är inte svart eller vit. Det finns många forskare vid mindre lärosäten som arbetar med företag i storstadsregionerna, och i en allt mer digitaliserad värld kanske det lokala och regionala sammanhanget mister en del av sin betydelse? Vid Science Park Skövde, en innovationsmiljö som ligger i anslutning till Högskolan i Skövde, finns exempelvis ett flertal företag som utvecklar datorspel. I andra fall anpassar man sig till regionens traditionella styrkor. Företaget Sustainalube, som grundades som ett avknoppningsföretag från Luleå tekniska universitet, har tagit fram ett miljövänligt smörjmedel för sågkedjor i skogsmaskiner.

Framgångsrik kommersialisering tvingar också individen att bryta den traditionella akademiska rollen och ta en annan roll, vilket är ytterligare ett skäl som

8 Casper (2013)

försvårar kommersialisering. Forskning visar till och med att individer framgångsrika på kommersialisering ofta tar en "hybridrollsidentitet" som kombinerar en identitet som akademiker med en mer kommersiell identitet.⁹ Output för akademiker är normalt vetenskapliga skrifter, medan en entreprenör eftersträvar produkter, tjänster och vinst. Den akademiska processen centrerar kring experiment och är långsiktig, medan den entreprenöriella är mer fokuserad och kortsiktig. Dessa skillnader belyser hur schizofrent det kan vara att göra både och. Långt ifrån alla individer klarar detta. Universitet och högskolor kan dock uppmuntra till detta genom aktiviteter som involverar både externa aktörer och forskare.¹⁰

Det finns också ett antal saker att beakta i sammanhanget med speciell bäring på de mindre högskolorna. En litteraturöversikt ger till exempel vid handen att enskilda forskare ofta saknar tillräckliga och lämpliga incitament att engagera sig i det akademiska entreprenörskapet, att det finns betydande målkonflikter mellan olika aktörer (till exempel mellan offentlig förvaltning, universitet, enskilda forskare och investerare) och att det finns risk för undanträngningseffekter som snedvrider konkurrensen.¹¹

Vad gör universiteten och högskolorna?

Vi beskrev i inledningen hur universitet och högskolor förväntas ta ett betydligt större ansvar för att kommersialisera den forskning som bedrivs på respektive lärosäte, och att kommersialisering kan ske på olika sätt. I Sverige har universiteten likväl haft ett ganska ensidigt fokus på att skapa nya företag genom så kallat 'akademiskt entreprenörskap'¹². Men låt oss börja med att försöka förklara varför universitet och högskolor överhuvudtaget arbetar med dessa frågor och sedan mer i detalj redogöra för vad universitet och högskolor faktiskt gör för att stimulera kommersialisering.

Litteraturen erbjuder två delvis överlappande förklaringsmodeller till att staten uppmuntrar, uppmanar eller uppdrar till universiteten att stärka det akademiska entreprenörskapet. Den första orsaken är pragmatisk och grundas i en önskan att

9 Jain, George och Maltarich (2009)

10 Karlsson och Wigren (2012)

11 Sandström m.fl. (2018), <http://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/tillvaxtfakta/tillvaxtfakta/2017-03-29-perspektiv-pa-kapitalforsorjning---en-antologi-om-foretagens-finansiering-och-sta-tens-roll.html>

12 Grimaldi m.fl. (2011)

universiteten kan och bör spela en större roll för att stärka den nationella konkurrenskraften. Bakgrunden är att avancerade ekonomier konkurrerar med varandra och med mindre avancerade ekonomier genom att vara först med de senaste teknologierna, vilka ofta (men inte alltid) utvecklas på landets universitet. Denna första orsak för stöd till akademiskt entreprenörskap är alltså grundat i ett tydligt ekonomiskt resonemang.¹³ Huvudorsaken i resonemanget är förekomsten av det ekonomer kallar för marknadsmisslyckanden för kunskapsproduktion. Det finns mängder av exempel på att kunskap, speciellt generell kunskap som är svår eller till och med omöjlig att patentera, inte tillhandahålls i optimal omfattning av en fri marknad. Resonemanget är tämligen enkelt att följa när det gäller just investeringar i grundforskning, men svårare att argumentera för när steget skall tas till att stödja även det akademiska entreprenörskapet och startande av företag knutna till universiteten och dess personal.

Litteraturen erbjuder dock en andra alternativ förklaringsmodell till marknadsmisslyckanden, så kallade systemmisslyckanden.¹⁴ Systemmisslyckanden uppträder då ett system – till exempel ett land eller en region – inte utvecklas i den takt eller riktning som är önskvärd på grund av strukturella svagheter i systemet. Exempelvis kan detta ge upphov till infrastrukturella misslyckanden, institutionella misslyckanden, interaktionsmisslyckanden och kunskapsmisslyckanden.¹⁵ Ofta kan universitetens insatser hänföras till sådana strukturella misslyckanden. Det har resulterat i att många universitet idag hjälper forskare att licensiera ut uppfinningar, erbjuder inkubatormiljöer där det finns stöd och kunskap kring hur man startar och driver ett företag, eller program för att effektivt samarbeta med externa partners, till exempel juridisk hjälp för samarbetskontrakt med stora företag. Även många program kring regional utveckling finansierade av EU eller inhemska finansärer tar sitt avstamp i denna andra förklaringsmodell.

En ofta glömd och förbisedd roll för universiteten är att erbjuda studenter möjligheter att prova på entreprenörskap i en trygg miljö. Hjälpen kan ta väldigt olika former, allt från att som i fallet Stanford University erbjuda ett nystartat Google tillgång till sin datorinfrastruktur och att använda domänen google.stanford.edu till fallet Chalmers tekniska högskola som erbjuder studenter tillgång till en entrepre-

¹³ Djokovic och Souitaris (2008)

¹⁴ Bergek, Jacobsson, Carlsson, Lindmark och Rickne (2008)

¹⁵ Woolthuis, Lankhuizen, och Gilsing (2005)

nörskola, en inkubatormiljö och eget riskkapital. I Sverige finns idag också tolv så kallade innovationskontor knutna till universiteten som har till uppgift att öka nytiggörande av forskning genom ”kvalificerad rådgivning inom bland annat patentering, licensiering och kontraktsforskning.”¹⁶

Sammanfattningsvis kan man säga att högskolesektorn i Sverige idag har omfattande aktiviteter för att stödja kommersialisering. Huruvida man är framgångsrika eller om insatserna är effektiva är däremot inte helt enkelt att utvärdera. Universiteten och högskolorna kan i viss mån ses som statliga byråkratier med uttalad förvaltarmentalitet. I den bemärkelsen är de olämpliga att jobba med kommersialisering i traditionell mening. Samtidigt är denna förvaltarmentalitet en förutsättning för den forskning och utbildning i vilket kommersialisering tar sin utgångspunkt. Slutligen befinner sig varje universitet och högskola i en specifik regional och nationell ekonomisk kontext med tillgång till endast vissa resurser. Även universitetens egna förmågor skiljer sig åt.¹⁷ Silicon Valley och Sundsvall är helt enkelt inte samma sak, och initiativ att främja akademiskt entreprenörskap är därför känsliga för även små avvikelser.

Den övergripande policynivån

Den specifika policymixen, det vill säga kombinationen av olika policyinitiativ för att stödja kommersialisering, ser olika ut i olika länder och en uttömmande diskussion om skillnader och utfall mellan länder är omöjligt i detta korta kapitel. Även institutionella förutsättningar och praxis kring kommersialisering skiljer mellan länder. Statens styrmedel gentemot och önskan kring universitetens roll har dock förändrats stort i de flesta länder under de senaste 30 åren. Kunskapsöverföring, som tidigare var mer ad-hoc, har nu blivit en strategisk frågeställning i de flesta länder, och transferering av kunskap från universitet och högskolor har blivit ett politiskt verktyg för att uppnå ekonomiska mål.¹⁸

Då fler och fler regeringar förstått det potentiella värdet av kommersialiseringssaktiviteter har synen ofta skiftat från en policy kring ”begränsade marknadsmisslyckanden” där innovation skapas primärt av privata aktörer och där stat och universitet spelar en liten roll, över till en mycket mer aktiv och samverkansinriktad

¹⁶ *Pressmeddelande Utbildningsdepartementet 12 november 2009*

¹⁷ *Sengupta och Ray (2017)*

¹⁸ *Geuna och Muscio (2009)*

modell där universitet och statliga forskningsinstitut tros spela en nyckelroll i att utveckla teknologi och innovation.¹⁹ Många stater har alltså tagit en mer aktiv och proaktiv inställning till kommersialisering över tid.

Ett konkret exempel på ovanstående är att många stater styr universiteten till att skapa centrala enheter för att kommersialisera kunskap. I Sverige är de redan nämnda innovationskontoren ett exempel. Idén är helt enkelt att skapa bättre förutsättningar för nya företag och avknoppningar. Forskningen visar att sådana initiativ kan ha en positiv påverkan, men att kvantitet i kommersialisering ofta kommer på bekostnad av kvalitet. En del forskare menar att denna typ av initiativ ofta är mer symboliska än substantiella.²⁰ Det är alltså långt ifrån lätt att orkestrera fram mer och bättre kommersialisering "från ovan", även om tron på sådana policyinitiativ ibland är stor. Ett ytterligare exempel är försöken i många länder att skapa så kallade "kvadruppel-helixstrukturer", det vill säga systematiska samarbeten mellan akademi, industri, regionala/statliga aktörer och användare på samhällsnivå. Dessa initiativ lider ofta av brist på kunskap kring praktisk implementering.²¹ Vissa forskare menar dock att svenska universitet och högskolor presterar relativt bra avseende kommersialisering, och att vårt institutionella regelverk är tämligen väl utformat för våra behov.²² Den så kallade svenska paradoxen – att Sverige satsar rätt mycket på grundläggande FoU och ändå "underpresterar" på teknikbaserad innovation – är kanske därför mer myt än sanning?

Säkert är dock att träffsäker policyutformning för att stimulera fram bättre kommersialisering av forskning är mycket svårt. Det faktum att det finns marknads- eller systemmisslyckande innebär inte med nödvändighet att staten kommer att göra ett bättre jobb, och ofta blir resultatet "policymisslyckanden" eller olika typer av oavsiktliga konsekvenser. Stöd till akademiskt entreprenörskap kan exempelvis vara negativt för andra små företag i en region. Stöd till patent kan leda till att forskare "håller sin kunskap hemlig" till dess att patenten är godkända, och universitetsinkubatorer kan leda till att företagen stannar i inkubatorn.²³ Man kan också tänka sig att en policyåtgärd som fungerar utmärkt i en region blir tandlös eller kontraproduktiv i en annan region. Jämförelser med många andra länder i

19 Djokovic och Souitaris (2008)

20 Fini, Fu, Mathisen, Rasmussen och Wright (2017)

21 Miller, McAdam och McAdam (2018)

22 Jacobsson, Lindholm-Dahlstrand och Elg (2013)

23 Sandström m.fl. (2018)

Europa försvåras exempelvis av lärarundantaget där resultat av offentligt finansierad forskning tillfaller forskaren istället för universitetet, en modell som finns kvar i Sverige men som många andra europeiska länder övergett.²⁴

Diskussion

Vi har ovan försökt att redogöra för en del av problematiken kring kommersialisering av universitetsforskning och även belyst situationen för mindre högskolor, ofta belägna i områden som kan karaktäriseras medelstora städer med angränsande glesbygd. Nedan kommer vi dels att diskutera några av de mest centrala slutsatserna samt även resa ett antal frågor som behöver belysas i framtida forskning.

Vi börjar med att konstatera att universitet och högskolor i Sverige gör relativt mycket för att underlätta kommersialisering, men att satsningarna inte alltid är effektiva. Att fullständigt replikera satsningar som gjorts vid större internationella universitet är dock förmodligen inte den bästa vägen att gå för mindre högskolor utanför storstadsregionerna. Även om det finns många lyckade exempel på kommersialisering av universitetsforskning hämmas universitetet av en "förvaltarmentalitet" och är organisatoriskt bättre lämpade för att skapa ny forskning än att kommersialisera densamma. I många fall är också drivkrafterna för enskilda forskare att kommersialisera sin forskning inte särskilt stark. I vissa fall står ambitionen att kommersialisera också i direkt konflikt med regler för bisyssla. Och i nästan alla fall har kommersialisering lågt akademiskt meritvärde. Dessutom saknar många doktorander och seniora forskare kunskap om och träning i kommersialisering.

Man kan därför fråga sig om inte lyckosam kommersialisering ofta görs trots – och inte tack vare – universitetet? En mer positiv tolkning är att det är den individuella forskaren och forskargruppen som har bäst möjlighet att avgöra hur och på vilket sätt kommersialisering kan ske. I ett tidigt skede är kanske konsultuppdrag mot framtida kunder ett alldeles utmärkt sätt att lära sig om marknaden. En forskare som befinner sig i en lokal miljö med starka internationella företag kanske bäst utvecklar sin idé genom att licensiera teknologi till dessa företag som ofta besitter viktiga komplementära resurser, såsom tillverkningskunnande och marknadsföringskanaler. I andra fall är säkerligen ett fristående avknopningsföretag den bästa lösningen. Men det är inte alltid så och det vore enligt oss farligt att tvinga in alla lärosätets forskare i

24 Geuna och Rossi (2011)

en och samma kommersialiseringsprocess. Istället kan universiteten möjligen bistå med att måla upp en palett av kommersialiseringsmöjligheter.

Vi tror inte heller att universiteten ska avkräva att alla forskare engagerar sig i kommersialiseringsverksamhet. För det första är forskningskommersialisering, i alla fall mer formell sådan genom exempelvis patent, främst möjlig inom teknisk-, naturvetenskaplig- och medicinsk forskning. För det andra är inte alla forskare lämpade eller ens intresserade av att kommersialisera sin forskning. I många fall är det kanske inte ens möjligt, då fokus kan ligga på grundforskning långt ifrån kommersiella applikationer. Vi riskerar då att skapa negativa undanträngningseffekter som resulterar i mindre forskningsoutput och misslyckad kommersialisering – ett totalt slöseri med resurser.

Ovan konstaterade vi att Sundsvall och Silicon Valley inte är samma sak (i ärlighetens namn är Stockholm och Silicon Valley inte heller samma sak). Även om det är uppenbart att ett universitet (Stanford) med över 200 miljarder kronor i förmögenhet, i en region med närmare tio miljoner människor och en entreprenöriell historia som sträcker sig mer än femtio år och som resulterat i ledande företag som Apple och Google, skiljer sig från en högskola i Norrland (eller i Stockholm) så har vi en tendens att glömma detta när vi designar system för kommersialisering av forskning. Kommersialisering vid mindre universitet kan antas vara mer "resursknappa", lida av perifert geografiskt läge, etc. Allt annat lika torde det vara svårare att lyckas. Men det finns också klara undantag där högt specialiserade miljöer lyckas serva ett nischat näringsliv med värdefull kommersiell kunskap, exempelvis den gruvrelaterade forskningen vid Luleå tekniska universitet. Så länge man fokuserar på att lösa ett relevant problem borde man ha goda förutsättningar att lyckas. Detta betyder också att olika högskolor borde landa i olika lösningar och prioriteringar gällande kommersialisering – speciellt då enskilda länder, regioner, universitet och högskolor kan ha diametralt skilda institutionella förutsättningar i form av styrning, medelstildelning, kultur, incitament, etc.

Men även om vi skulle kunna ta hänsyn till all denna variation är världen komplex med många okända systemberoenden – och därför mycket svår att förstå och i det närmaste omöjlig att "orkestrera" genom social ingenjörskonst. Här påminns vi om Friedrich Hayeks diskussion av hur kunskap är utspridd, ofullständig och motsägelsefull vilket leder till svårigheter att detaljplanera, till exempel kring hur ett

optimalt kommersialiseringssystem kan utformas. Vår slutsats är att universiteten istället borde arbeta med att förstå och förbättra förutsättningarna och drivkrafterna för enskilda individer att engagera sig i kommersialisering – i linje med att lösningar och system kan växa fram som ett resultat av mänskliga handlingar på en lägre nivå men utan detaljerade och designade ingrepp på en högre nivå. Enklare uttryckt skulle vi önska en större ödmjukhet inför designade lösningar och mer fokus på den kreativitet och de tusentals ögon och öron som finns i forskargrupper spridda över Sverige. Avslutningsvis vill vi lyfta tre områden som vi anser att framtida forskning bör adressera:

- Kartläggning av incitament och barriärer för kommersialisering vid mindre lärosäten

I linje med diskussionen ovan om att förutsättningarna kan skilja sig mycket åt mellan olika lärosäten föreslår vi att framtida forskning undersöker hur olika incitament och barriärer för kommersialisering inverkar på, å ena sidan, forskares intresse och möjlighet att kommersialisera sin forskning och, å andra sidan, andra aktörers intresse och möjlighet att samarbeta med universitetsforskare som försöker kommersialisera sin forskning. Vi tror att det är viktigt att ta hänsyn till rollen som såväl lärare som forskare och i vilken mån rollerna kompletterar varandra. Vi tror också att det är centralt att inte ensidigt fokusera på universitetsforskaren – vilket den tidigare forskningen huvudsakligen gjort – och istället lyfta in andra aktörer som är centrala för att lyckas med kommersialisering, exempelvis det lokala näringslivet. Dessa studier skulle i ett första skede fokusera på att skapa större variation i det empiriska underlaget – idag lider fältet av att många rekommendationer grundas i studier utförda i helt andra miljöer och ofta i länder vars institutionella förutsättningar skiljer sig från Sveriges.

- Analys av hur studenter kan engageras i kommersialiseringsarbetet

Studenter är en typ av "intressent" som särskiljer universitet och högskolor från andra kunskapsorganisationer. Å ena sidan skulle studenter kunna vara en resurs i kommersialiseringsarbetet i form av kvalificerad arbetskraft som annars kan vara

svår att nå i glesbygden. Å andra sidan är utbildning kanske den viktigaste mekanismen för nyttiggörande – även om den ofta inte ses som en integrerad del av den tredje uppgiften. Vi tror att systematiska studier och jämförelser hur studenter vid olika lärosäten engagerar sig i kommersialiseringsarbete (märk: vi föreslår inte att studera hur olika lärosäten engagerar studenter) kan bidra till en bättre förståelse av konkurrensfördelar (och nackdelar) för mindre lärosäten. Exempelvis skulle dessa mindre lärosäten kunna inspireras av Chalmers Entreprenörskola och försöka utveckla varianter av detta initiativ.

- Undersökning hur ”värdet” av kommersialisering kan förstås

Vi vill också kort lyfta frågan hur ”värde” av kommersialisering ska förstås. Ibland uttalat, ibland outtalat, ligger en önskan om ett ökat värdeskapande från universitet och högskolor. Men vad menar vi med värde? Menar vi ett direkt värde för företag och myndigheter? Menar vi indirekt värde i form av bättre grundutbildning? Eller menar vi saker som enkelt går att mäta som fler avknopningsföretag och antal patent? Kan vi fånga upp processförbättringar? Vad är värdet av att hjälpa en lokal förskola att minska sina koldioxidutsläpp? Är det minskningarna i kilogram koldioxid per år eller är det att barn lär sig andra beteenden? Är det forskningen eller forskaren som kommersialiseras, det vill säga, vad är produkten när en nydisputerad forskare börjar jobba på ett företag? Både forskare och beslutsfattare behöver diskutera vad värde är eller kanske snarare vad som värdesätts när vi diskuterar, mäter och uppmuntrar till värdeskapande och kommersialisering. Kanske är det så att värdena ser annorlunda ut på mindre högskolor på landsbygden.

Referenser

- Agrawal, A. K. (2001). "University-to-industry knowledge transfer: Literature review and unanswered questions". *International Journal of management reviews*. Vol. 3 No. 4, s. 285-302.
- Bergek, A., Jacobsson, S., Carlsson, B., Lindmark, S., & Rickne, A. (2008). "Analyzing the functional dynamics of technological innovation systems: A scheme of analysis". *Research policy*. Vol. 37 No. 3, s. 407-429.
- Casper, S. (2013). "The spill-over theory reversed: The impact of regional economies on the commercialization of university science". *Research Policy*. Vol. 42 No. 8, s. 1313-1324.
- Djokovic, D., & Souitaris, V. (2008). "Spinouts from academic institutions: a literature review with suggestions for further research". *Journal of Technology Transfer*. Vol. 33 No. 3, s. 225-247.
- Fini, R., Fu, K., Mathisen, M. T., Rasmussen, E., & Wright, M. (2017). "Institutional determinants of university spin-off quantity and quality: a longitudinal, multilevel, cross-country study". *Small Business Economics*. Vol. 48 No. 2, s. 361-391.
- Geuna, A., & Muscio, A. (2009). "The governance of university knowledge transfer: A critical review of the literature". *Minerva*. Vol. 47 No. 1, s. 93-114.
- Geuna, A., & Rossi, F. (2011). "Changes to university IPR regulations in Europe and the impact on academic patenting". *Research Policy*, Vol. 40 No. 8, s. 1068-1076.
- Grimaldi, R., Kenney, M., Siegel, D. S., & Wright, M. (2011). "30 years after Bayh-Dole: Reassessing academic entrepreneurship". *Research Policy*. Vol. 40 No. 8, s. 1045-1057.
- Jacobsson, S., Lindholm-Dahlstrand, Å., & Elg, L. (2013). "Is the commercialization of European academic R&D weak?—A critical assessment of a dominant belief and associated policy responses". *Research Policy*. Vol. 4 No. 4, s. 874-885.
- Jain, S., George, G., & Maltarich, M. (2009). "Academics or entrepreneurs? Investigating role identity modification of university scientists involved in commercialization activity". *Research policy*. Vol. 38 No. 6, s. 922-935.

Karlsson, T., & Wigren, C. (2012). "Start-ups among university employees: the influence of legitimacy, human capital and social capital". *Journal of Technology Transfer*. Vol. 37 No. 3, s. 297-312.

Miller, K., McAdam, R., & McAdam, M. (2018). "A systematic literature review of university technology transfer from a quadruple helix perspective: toward a research agenda". *R&D Management*. Vol. 48 No. 1, s. 7-24.


Rasmussen, E., & Borch, O. J. (2010). "University capabilities in facilitating entrepreneurship: A longitudinal study of spin-off ventures at mid-range universities". *Research Policy*. Vol. 39 No.5, s. 602-612.

Sandström, C., Wennberg, K., Wallin, M.W., & Zherlygina, Y. (2018). "Public policy for academic entrepreneurship initiatives: a review and critical discussion". *Journal of Technology Transfer*. Vol. 43 No. 5, s.1232-1256.

Sengupta, A. & Ray, A. (2017). "University research and knowledge transfer: A dynamic view of ambidexterity in british universities". *Research Policy*. Vol. 46, s. 881-897.

Woolthuis, R. K., Lankhuizen, M., & Gilsing, V. (2005). "A system failure framework for innovation policy design". *Technovation*. Vol. 25 No. 6, s. 609-619.





Stöd och ut- veckling av små och nya företag i landsbygds- regioner

Magnus Klofsten
Charlotte Norrman

*Magnus Klofsten, Linköpings universitet.
Charlotte Norrman, Linköpings universitet.*

Stöd och utveckling av små och nya företag i landsbygdsregioner

Att småföretagen är viktiga för både sysselsättning och samhällsutveckling har varit ett faktum allt sedan 1970-talet¹. Emellertid bör man vara medveten om att småföretagen är en heterogen grupp². De skiljer sig åt med avseende mognadsgrad, verksamhetsinriktning, innovationshöjd och tillväxtambitioner.³ Dessutom skiljer sig småföretagen från de medelstora och stora företagen, inte minst med avseende på resurser och förutsättningar på marknaden. Denna obalans har lett fram till en rad policyinitiativ med den gemensamma målsättningen att främja start och utveckling av småföretag i syfte att skapa framtida tillväxtföretag.⁴ Även om småföretagen mycket väl kan ha en tillväxtpotential⁵ är det dock inte alls säkert att alla har ambitionen att växa. Deras bidrag kan också vara att skapa dynamik i det regionala näringslivet genom tillförsel av lokala arbetstillfällen, ökat utbud av närproducerade varor och tjänster och inte minst att vara förebild för andra som kan tänka sig att starta och driva företag på landsbygden. I det här kapitlet fokuserar vi på företagandet utanför storstadsregionerna – det vill säga det vi kallar för landsbygdsföretagandet. Just landsbygdsföretagen har också andra förutsättningar än företagen i storstadsregionerna, inte minst eftersom de regionala innovationssystemen⁶ på landsbygden oftast är mindre utvecklade. På landsbygden finns i regel färre kompletterande aktörer, vilket kan få till följd att viktiga kompetenser kan saknas. Därtill är det längre mellan kontaktpunkterna, eller om man så vill; moderna, både geografiskt och mentalt,⁷ varför likasinnade kan ha svårare att hitta varandra eller träffas. I ett sådant sammanhang blir närvaron och bidraget från varje enskild aktör viktigt och ibland kan det vara så att en kritisk massa av entreprenörer, företag, stödaktörer, kunder och andra samhällsresurser saknas, vilket försvårar utvecklingen.⁸

1 Birch (1979)

2 Ramström (1975)

3 Klofsten (1992); Norrman (2008); Bergek och Norrman (2014); Storey (1994)

4 Lundström och Stevenson (2005)

5 Brown, Mawson och Mason (2017)

6 Ett innovationssystem beskrivs ofta som det system av aktörer/organisationer och sättet på vilket dessa interagerar med varandra i innovatinsprocessen (Edquist och Johnson 1997). Ibland talar man om dem som den institutionella omgivning, eller den entreprenöriella miljö som det regionala näringslivet utgör (van de Ven 1993). Se också Bengtsson och Eriksson i denna bok.

7 North och Smallbone (2006)

8 Klofsten m.fl. (2015)

Vi anser därmed inte att det är rimligt att förvänta sig att det på landsbygden ska kunna skapas ett stort antal innovativa tillväxtföretag. Med detta vill vi dock inte påstå att innovation inte kan uppstå i denna kontext. Speciellt inte om man med innovation menar en utveckling av principiellt nya, originella affärsidéer med potential att förändra världen.⁹ Enligt samma resonemang kan man precis som McKelvey och Zaring¹⁰ argumentera för att entreprenörskap – i meningen att exponera sig för stora risker – inte är det mest kraftfulla verktyget för att skapa utveckling på landsbygden. I stället tror vi att det handlar om att underlätta för nya och befintliga småföretag att ta till sig de kunskaper som redan finns.¹¹ Därmed blir kompetensutveckling och tekniköverföring viktiga redskap för att stärka landsbygdsföretagen. Det kan handla om att förstå och ta vara på fördelarna med digitalisering, tjänstefiering, automatisering och de möjligheter som ligger i globaliseringen. Många gånger kan det handla om att utveckla nya marknader och sätt att göra affärer (nya affärsmodeller) snarare än om att utveckla nya innovativa produkter eller snabbväxande företag.

I det här kapitlet kommer vi att fokusera på småföretagandet på landsbygden och dess speciella förutsättningar och behov. Vårt syfte är att lyfta fram exempel och förslag på hur man kan arbeta för att få fler att våga starta företag, bibehålla befintliga företag och kanske till och med få några av dem att utvecklas och växa.

Metod och val av fall

I detta kapitel har vi använt oss av tre illustrativa fall som är utvalda utifrån följande kriterier:

- De belyser på ett förtjänstfullt sätt de utmaningar som stödsystemet ställs inför vid tillskapande av aktiviteter för att främja entreprenörskap på landsbygd
- De tar upp olika olika stödformer som kan tillämpas i en landsbygdskontext
- De diskuterar vilka förväntningar som man kan och bör ha på den här typen av program och stödaktiviteter.

⁹ Frankelius, Norrman och Johansen (2017)

¹⁰ McKelvey och Zaring (2016)

¹¹ OECD/Eurostat (2005); Gault (2013)

Fallen som beskriver den hållbarhetsorienterade landsbygdsinkubatorn (*Hållbarhetsinkubatorn*) och Entreprenörskapsprogrammet för de gröna näringarna (*ENP Gröna näringar*) kommer från ett tidigare projekt¹². Det tredje fallet, *Innovativ tillväxt*, baserar sig på ett följeforskningsuppdrag som genomfördes som en del i ett projekt finansierat av Tillväxtverket/EU:s Socialfond under åren 2016–2018, vilket även varit föremål för en OECD-studie¹³. I samtliga fallbeskrivningar har data insamlats genom intervjuer med- och enkäter till medverkande aktörer och deltagare i de beskrivna aktiviteterna. Förutom detta har en rad olika dokument, såsom verksamhetsbeskrivningar, utvärderingar, ansökningar, avrapporteringar och andra dokument kopplade till fallen använts.

Det första fallet, *ENP-Gröna näringar*, vilket är ett av de få programmen av sitt slag som vänder sig till små och hållbarhetsinriktade företag i gröna näringar, är ett exempel på hur man praktiskt kan stödja entreprenörer inom de gröna näringarna att ta steget till ett mer professionellt företagande. Programmet genomfördes framgångsrikt under en sexårsperiod och resulterade i en rad olika typer av företag, varav en del idag utgör mycket spännande verksamheter, om än i småskalig form. Det andra fallet, *den gröna inkubatorn*, beskriver en av de få svenska inkubatorer som haft ambitionen att utveckla entreprenörer och idéer med en ekologisk, ekonomisk och social inriktning. Det kan diskuteras huruvida inkubatorn varit framgångsrik i jämförelse med inkubatorer i större städer eftersom den efter en tid tvingades skifta verksamhet till att bli en mer generellt inriktad inkubator med något nedbantade ambitioner. Det tredje fallet, *Innovativ tillväxt*, handlar om de regionala stödaktörernas roller och samarbete i den gemensamma agendan med att skapa ett fungerande regionalt innovationssystem.

I samtliga fall så finns stödet till de enskilda entreprenörerna med som en viktig del i upplägget, dock på lite olika sätt och nivåer och målgrupper. Vi har valt fallen därför att de kompletterar varandra och belyser dynamiken beträffande näringslivsutveckling på landsbygden. Entreprenörskapsprogrammet (ENP – gröna näringar) skulle kunna användas som försteg till den hållbarhetsorienterade inkubatorn och på så sätt bidra till ett ökat inflöde och den kritiska massa som krävs för

12 Data är hämtat från Eco-Innova /formas finansierat forskningsprojekt kallat SHIFT (SHIFTing the Support of Entrepreneurship in Eco-Innovation) som genomfördes tillsammans med Aalto University (Finland) och det tyska Borderstep Institute (Berlin), under en treårsperiod med avslut 2017.

13 Norrman (2018)

att driva en inkubator. Det tredje fallet studerar hur aktörer med olika roller kan arbeta för att skapa bäst nytta för sin målgrupp.

Casebeskrivningar

ENP gröna näringar

Entreprenörskapsprogrammet för de gröna näringarna startades 2008 med syfte att stödja entreprenörer med idéer inom de gröna näringarna, exempelvis energi, fiske, husdjur, jakt, jordbruk, mat, miljö, trädgårdsodling och upplevelseindustrin i regionen. För att få delta i ENP Gröna näringar behövde deltagarna både ha en egen idé och visa en stark drivkraft för att starta en ny verksamhet eller en ny del inom en befintlig verksamhet. ENP Gröna näringar var nämligen också öppet för personer som redan drev företag, till exempel lantbruk, men som kanske hittat ytterligare någon nisch som kunde komplettera och stärka den befintliga verksamheten. Rekryteringen till ENP Gröna näringar skedde genom en skriftlig ansökan och personliga intervjuer med de sökande och det lades en större vikt vid personens drivkrafter och engagemang än på kvalitén hos själva idén.

Huvudintressenterna bakom ENP Gröna näringar var det regionala universitetet som ansvarade för själva genomförandet och en intressentorganisation inom lantbruk och gröna näringar vars uppgift var att förankra och marknadsföra programmet. Länsstyrelsen hade en viktig roll som finansiär och kravställare i att ENP Gröna näringar uppfyllde sina uppsatta mål. En informell koppling fanns även till ett lokalt nätverk (bestående av ett 100-tal entreprenörer) som tillsammans med universitetet hade lång erfarenhet av att bedriva utbildning, coaching och mentorskap inom teknik- och kunskapsintensivt entreprenörskap.¹⁴

Under perioden 2008–2013 genomfördes totalt sex omgångar av ENP Gröna näringar. Totalt deltog ett 80-tal personer (25–60 år, varav över hälften var kvinnor) med över 70 projekt som sedan till sist resulterade 50-tal nya företag eller andra verksamheter. I varje program deltog ungefär 10–20 personer med lika många idéer. De flesta deltagare var enskilda entreprenörer, men i några fall deltog även team. Programmet var kostnadsfritt men deltagarna fick stå för sina egna rese- och uppehållskostnader. Länsstyrelsen i det aktuella länet bidrog med 400 tkr per program.

¹⁴ Klofsten och Lundmark (2016)

Nedan ges några exempel på företag och verksamheter som startades i ENP Gröna näringar:

- Webbutiken (butik för känslomässiga upplevelser)
- Stora Lantbruket (produktion av biodiesel)
- Naturcentrum (utomhuspedagogik)
- Gröna Restaurangen (närodlat och ekologisk mat och dryck)
- Häst och fritid (ridning, ridlektioner och turism)
- Gårdsslakteriet (småskalig, stressfri slakt)
- Surdegsgabet (hembakat bröd, café och catering)
- Grävkonsult (entreprenadföretag)
- Nätdörrar (import av myggnätsdörrar)
- Industriresurs (underleverantör i CNC-teknik)
- Ved (vedklyvning och förädling)

En intressant iakttagelse som blev tydligare allt eftersom programmen framskred var att de företag som startades inte uppvisade någon större tillväxt mätt i antalet anställda och omsättning. I de bästa fallen, t ex i Gröna Restaurangen och Gårdsslakteriet handlade det om en handfull personer och några få miljoner i omsättning. Detta stod i kontrast till tidigare entreprenörskapsprogram, som drevs i större städer och inom mer teknikorienterade branscher och där en betydligt högre andel företag med relativt kraftig tidig tillväxt hade skapats.

ENP Gröna näringar hade en tydlig praktisk inriktning. Samtliga resurspersoner i programmet, allt från workshopledare till coacher och mentorer hade samtliga en gedigen erfarenhet av att starta och driva företag, men inte nödvändigtvis från de gröna näringarna. Dessa hämtades framförallt från det lokala nätverket och samtliga hade tidigare erfarenhet av medverkan i andra entreprenörskapsprogram med liknande upplägg, men hade en annan målgrupp. Mycket av programmets framgång stod att finna i möjligheten att utnyttja entreprenörer med just sådana erfarenheter, dvs både från ett eget företagande och från sina lärdomar av att utbilda och träna andra entreprenörer i en sådan här form. Programmets bestod av följande tre aktivitetstyper:

- Workshops med fokus på affärsplanering, marknadsföring, försäljning, mjuka faktorer i entreprenörskapet, finansiering, presentationsteknik och retorik, praktisk användning av Internet, varumärkesskydd och allmänna ledarskapsfrågor
- Individuella coachingpass där deltagarna fick träffa en erfaren entreprenör som gav råd och vägledning inom ramen för programmets innehåll
- Mentorskap där deltagarna gruppvis hade tillgång till en erfaren entreprenör, men där upplägget inte var särskilt styrt av programmets struktur och process, utan mer fritt så att deltagarna själva kunde styra agendan

Efter varje genomfört delprogram genomfördes utvärderingar vilka samstämmigt visade på att programmen tillfört deltagarna en rad lärdomar som kommit dem till nytta i deras respektive entreprenörskapsprocesser. Några av dessa har återgivits i citaten nedan:

"Jag hade ingen aning om hur jag skulle ta mig vidare med min idé. Programmet gav mig ett jättekliv framåt."

"Min idé blev ifrågasatt på ett vänligt och konstruktivt sätt."

"Programmet gav mig inspiration och en knuff framåt till nästa steg i utvecklingen."

"Den struktur jag fick för att utveckla min idé var mycket värdefull."

Citaten visar att programmen gav deltagarna ökad kunskap om affärsprocesser, men även inspiration till att gå vidare i sitt entreprenörskap, vilket både kunde innebära utveckling av idén och avveckling eller byte av densamma. Vad som också värdesattes mycket under programmet var det nätverkande som skedde, t ex under luncher och kafferaster, där deltagarna kunde diskutera med varandra på ett informellt sätt. Som ny entreprenör, med en ny och kanske annorlunda idé och speciellt på landsbygden där näringslivsaktörerna inte är lika många som i städerna, kän-

ner man sig ofta ensam. Värdet av att möta andra personer som befinner sig i en liknande situation blir därför extra stort.¹⁵ Programmet kom alltså även att bli en viktig mötesplats för utbyten, lärande och relationsskapande.

Hållbarhetsinkubatorn

Den hållbarhetsorienterade landsbygdsinkubatorn startades för drygt 10 år sedan med ambitionen att få fram ekonomiskt bärkraftiga idéer med en hållbar inriktning, såväl ekologiskt som socialt. Målgruppen var entreprenörer i nya och etablerade företag och organisationer. Man ville skapa en plattform för utveckling av affärsmöjligheter inom jord- och skogsbruk, och på sikt bli ett centrum – en kreativ mötesplats – för utveckling av de gröna näringarna. Hållbarhetsinkubatorn var, med den inriktningen, en av de första av sitt slag i Sverige.

Den tongivande aktören bakom inkubatorn var kommunen, som stod för merparten av investeringskostnaderna och driften. Andra centrala intressenter som medverkade i satsningen var Regionförbundet och det närliggande universitetet. Dessa tog plats i inkubatorns styrelse och blev viktiga för dess strategiska utveckling. Hållbarhetsinkubatorn bemannades med en verksamhetsledare, en styrelse och ett flertal informellt kopplade resurspersoner med kunskaper inom såväl affärsutveckling som inom de gröna näringarna. Verksamheten kom igång snabbt och det fanns snart en handfull företag i Hållbarhetsinkubatorn. En rad seminarier och workshops arrangerades inom exempelvis affärsutveckling, innovation och effektivt resursutnyttjande och dessa lockade till en början ett flertal deltagare. Framtiden för inkubatorn såg åtminstone till en början mycket ljus ut! Men, efter drygt två år började flera problem kopplade till dess verksamhet dyka upp. Dessa kan beskrivas enligt följande:

- Det var svårt att upprätthålla ett positivt inflöde av entreprenörer med hållbara idéer och inkubatorn fick därför allt svårare att hålla sig till sin ursprungliga verksamhetsidé.
- Intressenternas krav att inkubatorn skulle skapa hållbara framväxande företag kunde inte uppfyllas, vilket visade sig genom att det inte hände särskilt mycket i företagen, de utvecklades något men växte inte.

15 *Klofsten (2000)*

- Seminarier och andra aktiviteter besöktes med tiden av allt färre deltagare och de som deltog var mestadels desamma som tidigare, vilket i sin tur minskade inflödet av nya tankar och idéer.

Trots att Hållbarhetsinkubatorn, åtminstone i teorin, var lokaliserad i närheten av ett mindre campus till ett etablerat universitet och i en region med relativt stor koncentration av lantbruk så hade man stora svårigheter att nå ut till- och etablera en kritisk massa av potentiella entreprenörer och idéägare. Inkubatorn hade helt enkelt svårt att rekrytera inom den målgrupp de inledningsvis definierat. Följden blev att intressenterna ansåg sig tvungna att agera. De beslöt att stöpa om verksamheten till och göra den till en kombination av inkubator och företagshotell med ett 30-tal betalande hyresgäster. Idag erbjuder verksamheten en rad olika typer av service, inte bara till de som finns i inkubatorn utan även andra, som har ett intresse av att få tillgång till kompetens och nätverk inom områden som exempelvis jordbruk, äggproduktion, livsmedelseffektivitet och bioenergi, kan få stöd.

Den från början tilltänkta Hållbarhetsinkubatorn tvingades således att bredda sitt fokus och acceptera andra typer av företag för att bibehålla sitt inflöde och sin beläggning. I dag anses inkubatorn ha en blygsam profilering mot hållbart nyföretagande.

Innovativ tillväxt

Den studerade regionen utgörs av ett mindre kustlän, där turism och jordbruk utgör viktiga näringsgrenar – i vissa delar av regionen är dessa näringsgrenar helt dominerande. I regionen finns ett par större industriföretag på en av centralorterna och i residensstaden finns ett universitetscampus. Regionen saknar den kritiska massa och dynamik som återfinns i landets storstadsregioner, dock finns en hel del små och medelstora företag, såväl inom turism som inom andra områden som man velat värna om och stödja. Regionens landsbygdskaraktär innebär att avstånden och de ibland något sämre vägarna gör att man får svårt att fysiskt mötas och samarbeta mellan orterna, men även inom de respektive orterna har samarbetet varit begränsat. Detta faktum har inneburit att regionen haft svårt att skapa ett välfungerande och sammanhållet innovationsstödjande system. För att råda bot på detta startades ett projekt "Innovativ tillväxt" som skulle skapa ett bättre sammanhållet och fungerande regionalt innovationsstödjande system.

Projektet "Innovativ tillväxt" drevs mellan åren 2015 och 2018, finansierades av Tillväxtverket genom medel från EUs Regionalfond och hade en total budget på drygt 7 miljoner. Projektets övergripande syfte var, enligt ansökan, att skapa ett bestående regionalt innovationssystem bland aktörer i regionen för att öka den innovativa hållbara tillväxten i befintliga små och medelstora företag. Projektet, som leddes av Almi Företagspartner hade i huvudsak två målgrupper; Den primära målgruppen var små- och medelstora företag med intresse för innovation och tillväxt och som har idéer och utvecklingsprojekt som kan behöva stöd från det regionala stödsystemet. Den andra målgruppen var de stödaktörer, inte minst de på den kommunala nivån, som tillsammans utgör det regionala stödsystemet.

Som nämnts ovan, var skälet till att projektet skapades att de sökande ansåg att regionen inte hade ett fungerande innovationsstödsystem. Vid ansökningsdatumet fanns nästan inget samarbete, åtminstone inte på bred nivå, bland de stödjande aktörerna i regionen. Stödaktörer fanns, men de arbetade inte effektivt och samordnat, utan ofta med stor överlappning. Hos vissa av aktörerna finns en generell kompetens och ibland även specialistkompetenser, men dessa utnyttjades inte på ett gränsöverskridande sätt utan fanns för idéägaren/företagaren endast att tillgå om denna råkade hamna hos "rätt" aktör. Det fanns även kompetensluckor avseende vissa områden, t ex medicinsk teknik och hälsa. Man beskrev systemet som silos utan kommunikation sinsemellan. Av ansökan framgår också att såväl småföretagen som enskilda med utvecklingsidéer såg systemet som byråkratiskt och svårnavigerat. Under projektets gång lyckades de regionala stödaktörerna emellertid skapa ett "innovationsråd" som bestod av representanter från de stödaktörer som ingick i projektet. Tanken med rådet var att det skulle ge små och medelstora företag och idéägare möjlighet att presentera sina idéer till alla stödaktörer vid ett och samma tillfälle. Efter presentationen gavs återkoppling och en hänvisning till den aktör som var mest lämpad att hantera ärendet. För att testa systemet genomfördes 22 så kallade "testpiloter" (främst mindre små och medelstora företag). Alla testpiloterna fick möjlighet att presentera sina idéer för rådet och cirka 17 av dem gavs stöd. Stödet bestod av skraddarsydd rådgivning och mindre finansiering, upp till 50 000 kronor. Förutom innovationsrådsverksamheten genomfördes även ett seminarieprogram för att utbilda småföretagen och idéägarna. Dessa seminarier besöktes av drygt hälften av "testpiloterna" och

arrangerades kring teman som marknadsföring och försäljning, produktutveckling och immateriella rättigheter. Testpiloterna fick också möjlighet att delta i mässor och att göra studiebesök. Parterna har varit nöjda med vad som uppnåtts och man arbetar nu med att göra verksamheten permanent. Förmodligen kommer innovationsrådet i framtiden att drivas av Regionförbundet.

Avslutningsvis kan vi konstatera att projektet Innovativ tillväxt i vårt fall ser ut att ha skapat nytta, dels genom att det adresserade ett uppmärksammat problem – det fragmenterade och illa fungerande innovationsstödjande systemet – och dels genom att det lyckades arbeta fram, testa och implementera en lösning på det identifierade problemet. I materialet som ligger till grund för fallbeskrivningen gjordes även uppföljningar med innovationspiloterna och dessa tydde på att även målgruppen av företag såg en förbättring. Genom projektet lyckades man länka samman aktörerna och man tvingade dem att förhålla sig till varandra på ett tydligare sätt, vilket resulterade i att aktörernas rollbeskrivningar gentemot målgruppen förtydligades. Det som är avgörande för om programmet ska anses framgångsrikt är vad som händer i framtiden – än har vi inte sett de långsiktiga effekterna. Vi vet även att förändringsarbete är svårt och att det kräver förändringsledning för att bli varaktigt.

Analys och diskussion

För att driva en entreprenörskapsfrämjande verksamhet måste det finnas ett tillräckligt stort antal idéägare, entreprenörer och företag i den region man har verksamheten i. Finns inte det så finns det inte en tillräcklig kritisk massa för den aktivitet man avser driva. Hållbarhetsinkubatorn är det fall som illustrerar fenomenet tydligast. Här fanns stora ambitioner beträffande inkubatorns förmåga att attrahera nystartade företag av tillräcklig kvalitet. Man hade även stora ambitioner beträffande inkubatorns inriktning och inkubatorprocessens omfattning. Fallet visar att det initialt fanns ett uppdämt behov som gjorde att man relativt lätt kunde rekrytera en första grupp av företag som passade den valda profilen. Snart nog visade det sig dock att det blev svårare att hitta de rätta företagen för att verksamheten skulle kunna rulla på enligt den ursprungliga planen. I fallet Hållbarhetsinkubatorn löste man problemet genom att frångå sin ursprungsidé och bredda verksamheten så att den idag är att betrakta som helt generell och utan tydlig inriktning. Strategin löste de akuta rekryteringsproblemen men spet-

sen gick förlorad. Därav finns en risk att man går miste om de verkligt hållbara företagen med potential att förändra regionen.

En liknande problematik uppstod i ENP Gröna näringar, men där löstes det med en annan strategi – man utökade upptagningsområdet. Det blev till sist tämligen stort och vissa av deltagarna fick relativt långa restider till mötena. Ett vidgat upptagningsområde kräver en god infrastruktur i form av både vägar och informationskanaler. Den kritiska massan har också att göra med utbytet mellan de inblandade parterna – tillkommer inte nytt blod stagnerar både idéflödet och kunskapsutbytet och därmed även den upplevda nyttan av att delta i aktiviteterna. I det tredje fallet, Innovativ tillväxt, kan problematiken med den kritiska massan appliceras på stödaktörernas kompetens. Genom att antalet ideägare/företag som varje stödaktör hanterar är relativt få, jämfört med storstadsregionerna, blir det svårare att utveckla djup specialistkunskap inom specifika områden. Det innebär att man inte alltid kan ge ett adekvat stöd till enskilda idéer inom smala sektorer. Följden av detta kan i värsta fall bli att man riskerar att dessa entreprenörer och företag väljer att etablera sig i andra regioner där det finns ett starkare innovationssystem.

I landsbygdsregioner är det viktigt att man justerar förväntningarna och inte jämför sig med storstadsregionerna. På landsbygden finns, som påpekats ovan, ett begränsat inflöde av såväl idéer som entreprenörer och vidare är i regel de regionala innovationssystemen mindre utvecklade. En stor del av företagen på landsbygden tillhör vad som av OECD¹⁶ benämns som "the long tail of low productivity performance" – dvs företag som inte ligger i utvecklingens framkant utan i allmänhet saknar den innovativa eller marknadsmässiga spets som krävs för att bygga snabb tillväxt i en expanderande nisch. För dessa företag handlar det om att överleva och i bästa fall skapa en viss utveckling och därmed bör stödåtgärderna snarast fokusera på kunskapsöverföring i stället för på innovation.

Det bör även finnas en insikt om att alla nya företag inte kan eller vill bli tillväxtföretag. Åtgärderna kan då istället fokuseras mot att få igång nya småföretag som vill förbli små. ENP gröna näringar skapade ett flertal små företag som har överlevt och försörjer sina ägare och kanske någon eller några till. De bidrar till regional mångfald, ett ökat utbud av spännande produkter eller upplevelser för regionens invånare och den extra försörjningskälla som krävs för att en familj ska kunna bo kvar på landet.

16 OECD-BEIS (2018), s 12

Fallet "Innovativ tillväxt" visade på hur man i den aktuella regionen uppmärksammat en "stuprörsproblematik" i meningen att regionens stödaktörer erbjöd delvis överlappande kompetenser, samtidigt som det i vissa delar av systemet fanns kompetensluckor. Genom att synliggöra problematiken och försöka skapa lösningar på de uppmärksammade problemen har man börjat arbeta mot ett mer sammanhållet stödssystem där idéägare och företagare direkt hänvisas till rätt aktör. Det faktum att den nya lösningen, "Innovationsrådet", testades på ett relativt stort antal testpiloter innebar att den nya modellen verifierades både i stödssystemet och i dess målgrupp. Genom innovationsrådet fann man ett resurseffektivt sätt att både identifiera och utnyttja den regionala kompetensen, dess pluralism, så att den kom de stödsökande, och deras verkliga behov, till del. Genom upplägget undveks skapandet av så kallade "one stop shops", där aktörerna konkurrerar om de stödsökande och genom sitt slutna agerande både blir dörr in och dörr ut i stödprocessen.

Rekommendationer för stöd och utveckling av små och nya företag på landsbygden

Våra slutsatser är kopplade till en rad områden där samtliga punkter är viktiga för att effektivt kunna stödja småföretagandet på landsbygden. Här handlar det om att uppnå en kritisk massa i antalet aktiviteter, en mångfald och variation i tillgängliga resurser, ha realistiska förväntningar på det som görs samt en förmåga att tillvarata uppkommande möjligheter på ett gränsöverskridande inkluderande sätt. Mot bakgrund av detta vill vi ge tre konkreta rekommendationer:

- *Skapa en kritisk massa i regionen för att effektivt kunna genomföra önskade åtgärder.* Kritisk massa kan uppnås genom att ändra åtgärdens inriktning, innehåll och omfattning. Det gäller dock att skapa attraktionskraft! Kritisk massa kan även uppnås genom att upptagningsområdet vidgas – något som kräver en god infrastruktur – både i form av fysiska kommunikationsvägar och digitala kanaler. En mångfald av aktörer är centralt för att skapa dynamik och utbyte mellan dem som ingår i en åtgärd – såväl bland arrangörer som deltagare. Rådet är att stödaktörerna samordnar sina insatser i syfte att skapa attraktionskraft för sina aktiviteter.

- *Ha realistiska förväntningar avseende företagens tillväxtmöjligheter och inriktning.* Framgång är inte alltid synonymt med antal nya arbetstillfällen och inte heller med radikalt nya idéer, utan det kan finnas en rad mjuka värden. Vi talar här om ett starkt och rikt lokalt näringsliv där ortens invånare kan få ta del av ett utbud av produkter och tjänster samt en variation av olika alternativa försörjningskällor. I tidiga utvecklingsskeden är det därför ofta rätt att stödja brett i meningen att anta en öppen hållning gentemot de idéägare och företag som vill delta. Det handlar också om att tillvarata och/eller överföra befintlig kunskap genom vilken småföretagen "kan hänga med" i utvecklingen och hålla sig konkurrenskraftiga. I fallet Innovativ tillväxt arbetade man även med etablerade företag och man ska inte glömma att även dessa företag kan växa och utvecklas om rätt förutsättningar skapas.
- *Etablera ett prestigelöst gränsöverskridande arbetssätt och undvik tanke- och verksamhetsmässiga silos.* Detta är en förutsättning för att kunna utveckla den kompetens som krävs för att attrahera den aktuella målgruppen av företag och entreprenörer. I annat fall finns det en stor risk att de inblandade upplever en svåröverblickbar djungel av aktörer med smala erbjudanden där risken att hamna fel är stor.

Referenser

- Bergek, A., och Norrman, C. (2014). "Integrating the supply and demand sides of public support to new technology-based firms". *Science and Public Policy*, Vol. 42 No. 4, s. 514-529.
- Birch, D. (1979). *The Job Generation Process*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Brown, R., Mawson, S. och Mason, C. (2017). "Myth-busting and entrepreneurship policy: the case of high growth firms", *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 29 No. 5-6, s. 414-443.
- Edquist, C., och Johnson, B. (1997). "Institutions and Organizations in Systems of Innovation". I C. Edquist (red.). *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*, (41-63). London: Pinter Publishers.
- Frankelius, P., Norrman, C., och Johansen, K. (2017). "Agricultural Innovation and the Role of Institutions: Lessons from the Game of Drones", *Journal of Agriculture and Environmental Ethics*, under utgivning..
- Gault, F. (2013). *Handbook of innovation indicators and measurement*, Edward Elgar: Cheltham, UK – Northampton, MA, USA.
- Klofsten, M. (1992). *Tidiga utvecklingsprocesser i teknikbaserade företag*. Linköping studies in Science and Technology, Doktorsavhandling, Linköpings universitet.
- Klofsten, M. (2000). "Training entrepreneurship at universities: a Swedish case". *Journal of European Industrial Training*, Vol. 24 No. 6, s. 337-344.
- Klofsten, M., Bienkowska, D., Laur, I., och Sölvell, I. (2015). "Success factors in cluster initiative management: Mapping out the 'big five'". *Industry and Higher Education*, Vol. 29 No. 1, s. 65-77.
- Klofsten, M., och Lundmark, E. (2016). "Supporting new spin-off ventures—experiences from a university start-up program". I S. de Cleyn och G. Festel (red.), 93-107, *Academic spin-offs and technology transfer in Europe: Best practices and breakthrough models*, Cheltenham, Edward Elgar, 2016.

Lundström, A., och Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship policy: Theory and Practice*. New York: Springer.

McKelvey, M. och Zaring, O. (2016). "Hur ett Schumpeterianskt perspektiv kan leda till bättre innovationspolitik", i McKelvey, M. och Zaring, O. (red.), 338-345, *Sveriges entreprenöriella ekosystem – företag, akademi, politik*, (Stockholm: Esbri).

Norrman, C. (2008). *Entrepreneurship policy: Public support for technology-based ventures*, Linköping studies in Science and Technology, Doktorsavhandling (nr 1175), Linköpings universitet.

Norman, C. (2018) Segmenting the business development services market – the experience of Sweden, in OECD (2018) *Leveraging Business Development Services for SME Productivity Growth: International Experience and Implications for United Kingdom Policy*, OECD, Paris.

North, D., och Smallbone, D. (2006). "Developing entrepreneurship and enterprise in Europe's peripheral rural areas: Some issues facing policy-makers". *European Planning Studies*, Vol. 14 No. 1, s. 41-60.

OECD/Eurostat (2005) *Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data*, third ed.

OECD-BEIS workshop on "International Experience in Leveraging Business Development Services for SME Productivity Growth – Implications for UK Policy", London 26 – 27 April, 2018.

Ramström, D. (1975). *Små företag-stora problem*. Norstedt i samarbete med Sv. civilekonomföreningen.

Storey, D. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge

Van de Ven, H. (1993). "The development of an infrastructure for entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, Vol. 8 No.3, s. 211-230.





Att främja lokal utveckling inom besöksnäringen

Josefina Syssner
Albin Olausson

*Josefina Syssner, Linköpings Universitet.
Albin Olausson, Linköpings Universitet.*

- Besöksnäringen lyfts fram som allt viktigare för utveckling och tillväxt på den svenska landsbygden. Besöksnäringen har ett antal särskilda karaktärsdrag som är viktiga att känna till om branschen ska kunna nå den potential den ofta tillskrivs.
- Besöksnäringen är platsspecifik och måste därför utvecklas i relation till platsens natur, kultur och sociala karaktärsdrag.
- En destination utgörs ofta av ett stort antal, små och stora, kommersiella och icke-kommersiella aktörer, vilket skapar utmaningar när det kommer till styrning av besöksnäringens utveckling.
- Besöksnäringens utveckling kantas av att olika intressen möts och ibland hamnar i konflikt med varandra. För att besöksnäringens utveckling ändå ska kunna styras krävs ett aktivt ledarskap och forum för strategisk styrning.

Att främja lokal utveckling inom besöksnäringen

Landsbygden har genomgått flera viktiga förändringsprocesser – i Sverige och i andra delar av Europa. Urbaniseringen har inneburit att befolkningen minskar på delar av landsbygden, samtidigt som medelåldern ökar. En omfattande strukturalisering har gjort att arbetstillfällena inom jord- och skogsbruk, fiske och gruvnäring har minskat. Globalisering och internationell konkurrens har medfört att många industrijobb idag försvunnit från den svenska landsbygden.

Parallellt med dessa förändringar har den nationella och europeiska politik som riktar sig mot landsbygden och mot glesbygdsregioner genomgått stora förändringar. Längre utgick den regionalpolitiska diskussionen ifrån idén om att staten både kunde och skulle utjämna skillnader i välstånd mellan rika och fattiga områden. Till exempel kunde företag som etablerade sig i områden med en svag arbetsmarknad få omfattande lokaliseringstöd från staten.¹ Under 1980-talets slut och 1990-talets början ändrade emellertid den regionalpolitiska diskussionen karaktär. Diskussionen handlade inte längre om hur staten kunde stödja struktursvaga regioner, eller öka viljan att investera i dessa. Istället riktades fokus mot sådana policyinterventioner som kunde bidra till tillväxt och "livskraft" underifrån, i varje region.²

I den här kontexten av strukturell och politisk förändring ökade intresset för verksamheter och utvecklingsprocesser som kommuner och regioner uppfattade att de själva kunde främja och påverka. Turismen passade väl ihop med idén om att utveckling skulle genereras inifrån regionen och med hjälp av lokala resurser. Besöksnäringen ansågs också erbjuda möjlighet till tillväxt och utveckling på perifert belägna platser, som saknar möjlighet till andra konkurrensfördelar. På senare år har argumentet förts fram att besöksnäringen erbjuder en bred arbetsmarknad även för de som saknar en högre utbildning.³

Besöksnäringens betydelse har lyfts fram i politiska sammanhang även under senare tid. Den parlamentariska landsbygdskommittén framhöll besöksnäringens betydelse i sitt slutbetänkande. I den efterföljande landsbygdspropositionen aviserade regeringen en satsning för att främja besöksnäringen och dess möjligheter att bidra till lokal ekonomisk utveckling på landsbygden. Utredningen "Ett land att

1 SFS (1982: 677)

2 Syssner (2006, 2009)

3 Se Åberg (2017)

besöka” pekade på besöksnäringens betydelse för landsbygden. Även den Europeiska unionen har på olika sätt fört fram turism och besöksnäring som en viktig och växande näring för landsbygden.

I vilken mån turism och besöksnäring verkligen blir en resurs för morgondagens landsbygd beror på många omständigheter. Besöksnäringen är som få andra näringar en integrerad del lokalsamhället. När den turistiska platsen förändras, förändras också vardagslivet för lokalbefolkningen på denna plats. Omvänt kan en lång rad beslut – hos individer, företag och offentliga aktörer – påverka besöksnäringens förutsättningar, även om detta inte är avsikten. Den nära relationen mellan besöksnäringen och lokalsamhället har väckt en diskussion om hur det offentliga kan stödja en hållbar utveckling inom näringen. Offentliga beslut som rör fysisk planering, miljöskydd, infrastruktur och liknande, som inte fattas primärt med besöksnäringen i åtanke, kan vara av stor betydelse för hur en destination utvecklas.⁴ Enskilda entreprenörer och företrädare för näringslivet är också betydelsefulla. Deras förutsättningar för företagande, men också deras förmåga till uthållighet och innovation påverkar utvecklingen i flera avseenden. Civilsamhället och den enskilda människans beslut är också betydelsefulla. Vilka upplevelser kommer vi att vara beredda att betala för? Vilken betydelse kommer klimat- och miljöhänsyn att ha för våra resmönster?

I det här kapitlet kommer vi emellertid att fokusera på det offentligas betydelse för lokal utveckling inom besöksnäringen. Vi kommer att lyfta fram studier som handlar om de insatser som offentliga aktörer på framförallt lokal och regional nivå gör för att främja besöksnäringens utveckling på landsbygden. Vi kommer att beskriva vad vi uppfattar som tre olika forskningsperspektiv på de insatser som offentliga aktörer gör för att främja lokal utveckling inom besöksnäringen.

Det första perspektivet kallar vi för *platsperspektivet*. Här beskriver vi studier som satt den turistiska platsen i fokus. Därefter lyfter vi fram studier som närmat sig besöksnäringen och den lokala utvecklingspolitiken utifrån ett *styrningsperspektiv*. I detta perspektiv riktas forskarnas intresse mot hur den lokala utvecklingen styrs i olika avseenden. Vi beskriver begrepp som flernivåstyrning och nätverksstyrning och visar hur dessa teoretiska begrepp använts i studier av besöksnäringen. Det tredje perspektivet kallar vi *aktörsperspektivet*. Dessa studier har framförallt bidra-

4 Hjerpe och Syssner (2015); Cooper (2015: 107)

git till att öka kunskapen om hur enskilda aktörer – däribland näringslivsstrateger, destinationsutvecklare, entreprenörer, eldsjälur och liknande – är betydelsefulla för lokala utveckling inom besöksnäringen.

De begrepp och teorier vi hänvisar till har utvecklats av forskare från många länder och discipliner. De studier vi hänvisar till har i huvudsak genomförts i en nordisk kontext. Många av dem – men inte alla – har ett landsbygdsperspektiv på lokal utveckling och besöksnäring.

Platsperspektivet

Ett centralt perspektiv inom forskningen om turism och besöksnäring är det vi kallar platsperspektivet. En grundläggande utgångspunkt här är att platser står under ständig omvandling. Platser skapas och förändras kontinuerligt – genom människors sätt att använda dem, och genom människors sätt att tolka, förstå och beskriva dem.⁵

Ett begrepp som fått en allt mer framskjuten position inom turismforskningen är *destination*. En destination kan förstås som ett funktionellt, geografiskt avgränsat område, där ett system av offentliga aktörer, privata aktörer och civilsamhället erbjuder produkter och service till besökare inom det området.⁶ Olika destinationer kan ha väldigt olika karaktär och förutsättningar. En destination kan ha olika stor räckvidd och omfatta en plats, en ort, en region, ett land, en ö, eller en hel världsdelen.⁷ De kan utgöras av tusentals små företag, eller av ett fåtal stora; av en eller flera kommuner och regionala och nationella aktörer. De kan vara vidsträckta och glesa eller små och täta. Vidare kan organisationen, ledningen och styrningen av detta system se mycket olika ut på olika destinationer.

Destinationen kan alltså förstås som en turistisk plats, men den kan också undersökas ur andra perspektiv. Ett vanligt konstaterande är att turismforskningen länge uppehöll sig vid frågor som rörde *marknadsföringen* av resmål och turistiska platser.⁸ Ur ett marknadsföringsperspektiv är destinationen att likna vid en upplevelseprodukt som kan kommuniceras på olika sätt av de många olika aktörer som är en del av den. Hur denna marknadsföring går till, vem som har ansvar för den och vilket genomslag den har är exempel på frågor som rests i studier av detta slaget.

5 Se Syssner (2012)

6 Laws (1991); Framke (2002); Tillväxtanalys (2012)

7 Touhino och Kuno (2014: 202)

8 Henriksen och Halkier (2009); Halkier (2014)

Under senare år har forskningen om destinationer emellertid kompletterats med ytterligare perspektiv. Henriksen och Halkier⁹ beskriver hur intresset bland såväl forskare som bland praktiker skiftat – från ett lokalt marknadsföringsfokus, till ett fokus på produkt- och destinationsutveckling på regional nivå. Flera studier visar att en destination också kan studeras ur ett organisatoriskt perspektiv – där frågor om styrning och ledarskap hamnar i förgrunden.¹⁰ En destination kan också ses som ett innovationssystem, där offentliga och privata aktörer samarbetar för att utveckla upplevelseprodukter som får avsättning på en marknad.¹¹ Frågan om hur man utvecklar hållbara destinationer har också behandlats i en rad studier.¹² Flera av dessa perspektiv återkommer vi till nedan.

Styrningsperspektivet

Flera av de forskare som har intresserat sig för besöksnäringens betydelse för landsbygdens utveckling, har gjort det utifrån vad vi kallar ett styrningsperspektiv. En vanlig uppfattning är att styrningen av samhället genomgått ett generellt och omfattande skifte. Skiftet beskrivs som en rörelse från "government" till "governance". Det innebär att hierarkiska och traditionella styrformer ersatts eller åtminstone kompletterats med mer interaktiva och nätverksbaserade former av samhällsstyrning.¹³ Nätverksstyrning beskrivs ofta som en styrning där privata och offentliga aktörer samarbetar med varandra på olika sätt för att hantera problem som upplevs som gemensamma.¹⁴ En specifik form av nätverksstyrning sker genom så kallade offentlig-privata partnerskap. Dessa är vanliga på besöksnäringens område och har definierats som frivilliga samarbeten där aktörer från två eller fler sektorer ingår i ett icke-hierarkiskt samarbete, i syfte att nå gemensamma mål.¹⁵

Inom den lokala utvecklingspolitikens område blev just nätverk och offentlig-privata partnerskap ett tydligt organisatoriskt ideal under 1990-talets senare hälft. Skiftet från traditionella och hierarkiska styrformer och till mer nätverksbaserade sådana är emellertid inte absolut. Flera forskare har påpekat att traditio-

9 Henriksen och Halkier (2009)

10 Halkier (2014: 1660).

11 Björk (2014); Pikkemaat och Weiermair (2007).

12 Se Henriksen och Halkier (2009: 1446); Syssner och Hjerpe (2017)

13 Kooiman (2003); Sorensen och Torfing (2006); Montin och Hedlund (2009)

14 Nyhlén (2013); Aarsaether och Ringholm (2011); Hertting (2003: 51)

15 Se Bjärstig och Sandström (2017)

nella och hierarkiska styrstrukturer lever kvar sida vid sida med den nätverksbaserade och interaktiva samhällsstyrningen.¹⁶

Fördelarna med partnerskap och nätverksbaserade samarbeten har lyfts fram i många sammanhang. De antas bidra till att kunskap och expertis kan samlas och formeras, och till att resurser kan användas och genereras mer effektivt.¹⁷ Dessa styr- och samarbetsformer anses ibland också bidra till ett ökat förtroende mellan de inblandade aktörerna och till en ökad insyn och delaktighet bland medborgarna.¹⁸ En studie från Jylland i Danmark lyfter fram delaktighet från berörda besöksnäringens aktörer som en viktig förutsättning för besöksnäringens utveckling. Blichfeldt och Halkier beskriver där hur själva processen – att flera aktörer arbetar gemensamt mot vissa policymål – bidrar till att stärka den lokala identiteten, vilket i sin tur beskrivs som positivt för den lokala besöksnäringen.¹⁹

Samtidigt har flera forskare problematiserat och kritiserat partnerskapen mellan privata och offentliga aktörer och den nätverksbaserade styrningen. En studie av den danska besöksnäringen lyfter fram förekomsten av kortsiktiga, sektorsbetonade och snävt lokalt orienterade intressen och lokala policynätverk som en av anledningarna till att den danska besöksnäringen inte lyckats behålla sina marknadsandelar.²⁰ Besöksnäringens befintliga aktörer är enligt studien starkt involverade i de lokala policynätverk där beslut fattas, samtidigt som målen för den danska besöksnäringens politik förefaller vara ganska så vaga. Sammantaget leder detta, enligt studien, till en sämre innovationskapacitet.

Ett vanligt argument är att policies som saknar legitimitet bland nyckelaktörer sällan går att genomföra effektivt, utan istället präglas av implementeringsproblem.²¹ Det har talat för att de som berörs av beslut i hög grad ska involveras när beslut fattas. Å andra sidan har studier påvisat att den samförståndskultur som ofta präglar dessa samverkansprocesser kan ha negativa konsekvenser för effektiviteten.²² Strävan efter konsensus kan lätt bli handlingsförlamande och omöjliggöra tydliga beslut.

Det vanligaste kritiken mot den nätverksbaserade styrningen handlar dock om samarbetenas informella karaktär och bristen på transparens och representativ-

16 Pierre (2009); Sundström och Pierre (2009)

17 Bjärstig och Sandström (2017)

18 För en översikt se Syssner (2006; 2012).

19 Blichfeldt och Halkier (2014).

20 Halkier (2014: 1659).

21 Wallner 2008).

22 Pierre (2011).

tet. Dessa förhållanden beskrivs då som ett demokratiproblem.²³ Kritiker menar att de samverkansformer som dominerar i besöksnäringen i praktiken innebär inflytande för vissa perspektiv, medan andra perspektiv systematiskt utesluts.²⁴ Dessutom har den nätverksbaserade styrningen implikationer för möjligheten att utkräva ansvar. Om antalet aktörer som deltar i beslutsfattandet är stort, och om besluten fattas i flera olika samverkansformer, så kan detta påverka medborgarnas möjligheter att utkräva ansvar negativt. Då blir det otydligt vem – om någon – som kan ställas till svars för oönskade utfall.²⁵

Ett annat begrepp som kan bidra till att öka förståelsen för hur samhällsstyrning går till är *flernivådemokrati* eller *flernivåstyrning*. Studier av flernivåstyrning intresserar sig för hur samspelet mellan kommuner, regioner, stat och EU ser ut. De intresserar sig också för de strategier som utvecklas på respektive nivå för att hantera detta samspel, och för mönster av både konflikt och samförstånd inom och mellan dessa nivåer.²⁶ När det gäller frågor om turism och besöksnäring är det uppenbart att begreppet flernivåstyrning är användbart. Turismrelevant politik bedrivs på många olika nivåer, av många olika aktörer, och mellan dessa aktörer bildas flernivåsamarbeten. På EU-nivå uttrycker den Europeiska regionala utvecklingsfonden att de vill "främjar turismens konkurrenskraft, hållbarhet och kvalitet på regional och lokal nivå".²⁷ Samtidigt finns det, som Halkier påpekar, flera näraliggande politikområden såsom konkurrenspolitik och regionalpolitik, där EU:s inflytande är större än på det turismpolitiska området.²⁸ Dessa politikområden kan ha omfattande sidoeffekter på turismområdet och på turismaktörer på regional och lokal nivå. En av de frågor som rests i flernivåstudier av besöksnäringen har handlat om i vilken mån politiska beslutsfattare på olika nivåer har identifierat att de har ett ansvar för destinationsutveckling och planering.²⁹ En annan fråga handlar om i vilken mån policyer och insatser på olika nivåer är sammanlänkade eller sker disparat från varandra. Björk³⁰ understryker i en studie av insatser för turismutveckling i Finland vikten av att länka samman nationella och regionala turismpolitiska strategier – särskilt i perifera, småskaliga och säsongsberoende destinationer.

23 Hudson och Rönnblom (2003); Syssner (2006); Qvist (2012).

24 Se t.ex. Müller (2006).

25 Se t.ex. Müller (2006); Elander (1999)

26 Se Hooghe och Marks (2001); Bache och Flinders (2004)

27 Europeiska Unionen (2018), webbsida

28 Halkier (2010).

29 Ruhanen (2013)

30 Björk (2014)

Aktörsperspektivet

Flera studier av besöksnäringens utveckling har haft vad vi kallar ett aktörsperspektiv. Dessa studier har intresserat sig för så kallade nyckelaktörer och deras agerande inom de styrnings- och policyprocesser som beskrivits ovan. Fokus har då riktats mot bland annat eldsjälar, ledarskap, samt politiskt, samhälleligt eller institutionellt entreprenörskap. Aktören i en aktörorienterad studie måste inte vara en individ utan kan lika gärna vara ett företag, en organisation eller en myndighet. Touhino och Kuno³¹ visar att ansvaret för utvecklingsfrågor kan se olika ut på olika destinationer. Vem som tar ledarskapet är kontextberoende – på en plats kan det vara en lokal marknadsföringsorganisation, på en annan ett enskilt men centralt företag.

Att fokus sätts på de enskilda aktörerna betyder inte att litteraturen inom detta teoretiska fält enkom menar att politisk, samhällelig och institutionell förändring drivs av enskilda aktörer. Med Kingdons ord kan förändring istället beskrivas som ett samspel mellan strukturella förändringar och aktörers agerande.³² Strukturella förändringar skapar emellanåt så kallade möjlighetsfönster. Genom att agera på rätt sätt, vid rätt tidpunkt, kan aktörer utnyttja möjlighetsfönster för att genomdriva betydande politisk eller institutionell förändring. Ett sådant agerande kan bestå av att lobba för en viss åtgärd när ett problem har aktualiserats och skapat ett möjlighetsfönster för förändring.

Ett begrepp som använts för att beskriva hur enskilda personer agerar för politisk, samhällelig och institutionell förändring är *politiskt entreprenörskap*. Politiska entreprenörer finner vi i första hand i den offentliga förvaltningen och i civilsamhället. De har gemensamt att de drivs av politiska och samhälleliga intressen, snarare än privatekonomiska. På vilket sätt dessa eldsjälar och politiska entreprenörer kan ha betydelse för besöksnäringens utveckling har undersökts i flera studier.

Komppula argumenterar i en artikel som baserar sig på en studie av den finska skidorten Ruka, att enskilda individer, entreprenörer och andra intressenter kan ha stor betydelse för hur en destination utvecklas under en livscykel. En av Komppulas slutsatser är att lokal förankring hos ledare är viktigt.³³ Dvs det är viktigt att de som står för ledarskapet på en destination har en lokal förankring – till exempel genom att ha bott och verkat där under en längre tid.

31 Touhino och Kuno (2014)

32 Kingdon (1995)

33 Komppula (2016: 73)

I en studie av insatser för turismutveckling på regional nivå i Finland studerar Björk och Virtanen³⁴ så kallade "tourism project managers". De menar att dessa turismprojektledare ofta har som främsta uppgift är att samordna aktörer, aktiviteter och resurser som rör sig i olika sektorer, och på olika nivåer i flernivåsystemet. Björk och Virtanen argumenterar för att det finns en rad faktorer (facilitators) som påverkar projektledarnas möjligheter att skapa samverkan.³⁵ Bland dessa faktorer nämns sådant som ömsesidigt beroende, personkemi mellan personer på strategiska positioner, målkompabilitet, rollfördelning, förmåga till öppen kommunikation och konfliktlösning, projektets upplevda nytta samt en väl fungerande organisation och finansiering. I en senare studie argumenterar Björk för att det är svårt att utveckla besöksnäringen om det inte finns ett koordinerande organ.³⁶ Björk argumenterar för att det krävs ett "utvecklingsteam", som har i uppgift att ge röst åt besöksnäringen. Utvecklingsteamet, skriver Björk, behöver bedriva lobbying på både nationell och internationell nivå, men också hämta in och sprida kunskap inom regionen.³⁷ Flera forskare har pekat på att *ledarskapet* i utvecklingen av en destination är helt centralt.³⁸ Maktrelationer, ledarskapstraditioner, förmågan till anpassning till nya förhållanden spelar enligt Pechlaner m.fl en stor roll för ledarskapet.³⁹ Behoven av en aktör som tar ledarskap kan kopplas till den tidigare beskrivningen av diffus styrning genom partnerskap och nätverk. Nätverk och forum för styrning och koordinering uppstår inte av sig självt. Eftersom besöksnäringen på en given destination ofta har vuxit fram fragmentariskt och består av många enskilda aktörer är behovet av en gemensam strategi stort.⁴⁰ Ledarskap innebär i detta sammanhang inte att någon enskild aktör ska styra och leda andra med bestämd hand. Med ledarskap avses här istället att skapa forum, nätverk eller andra sammanhang genom vilka koordinering, strategiarbete och samverkansstyrning kan ske. Studier har visat att ledarskap för att skapa dylika forum kan se väldigt olika ut och att vad som är framgångsrikt ledarskap är någonting väldigt platsspecifikt.⁴¹ I ett svenskt sammanhang är det inte ovanligt att det är kommunen som är den aktör som för-

34 Björk och Virtanen (2005)

35 Ibid

36 Björk (2014: 277)

37 Björk (2014: 278)

38 Pechlaner m.fl (2014: 1); McGehee m.fl (2015); Haven-Tang och Jones (2012)

39 Pechlaner m.fl (2014: 1)

40 Haven-Tang och Jones (2012)

41 McGehee m.fl (2015)

söker utöva detta ledarskap genom att skapa privat-offentliga forum för destinationsutveckling. För att detta ledarskap ska bli framgångsrikt krävs helt enkelt en stor känslighet inför redan befintliga relationer, konflikter och samarbetsstrukturer inom den lokala besöksnäringen.

Platsen, styrningen och aktörerna – ett avslutningsord

I det här kapitlet har vi lyft fram tre perspektiv som vi uppfattar som centrala i forskningen om det offentliga betydelse för lokal utveckling inom besöksnäringen. Vi har valt att kalla dessa perspektiv för platsperspektiv, styrningsperspektiv och aktörsperspektiv. I praktiken är de tre perspektiven svåra att skilja från varandra. Det förekommer styrning på alla platser, och i all styrning och på alla platser finner vi aktörer som påverkar både platsen och styrningen. Likväl tror vi att denna uppställning kan hjälpa till att bringa ordning i ett allt större och allt mer diversifierat forskningsfält.

Fler perspektiv hade kunnat läggas till listan ovan. Vi hade kunnat lyfta fram processororienterade studier som beskriver mer i detalj hur lokala strategier och policyer för lokal utveckling och besöksnäring blir till och genomförs genom kollaborativt policyskapande. Vi hade kunnat lyfta fram policyanalytiska studier, och de många studier som undersöker kommuners och regioners hållbarhetsarbete på turismområdet. Vi hade också kunnat kasta ljus på de studier som analyserar *projektifieringen* av olika former av lokal utvecklingspolitik.⁴² Likväl tror vi att de tre perspektiven – platsperspektiv, styrningsperspektiv och aktörsperspektiv – kan fungera som en rimlig utgångspunkt för den som själv vill gå vidare och fördjupa sig i detta forskningsfält.

Platsperspektivet skapar förståelse för att besöksnäringen är platsspecifik och därmed måste utvecklas i relation till platsens natur, kultur och sociala karaktärsdrag. Styrningsperspektivet visar på de komplicerade förutsättningarna som råder för styrning av destinationsutveckling, till följd av att offentliga aktörer har relativt låg grad av rådighet och att många ofta små aktörer har inflytande över destinationens helhet. Därför menar många att det krävs en form av samverkansstyrning mellan jämlika parter som alla är beroende av varandra. Aktörsperspektivet förklarar att forum för sådan samverkansstyrning inte uppkommer av sig självt. Någon aktör måste aktivt och med stort mått av känslighet skapa dessa forum genom utövande av ledarskap.

42 Andersson (2009)

Referenser

Aarsaether, N., & Ringholm, T. (2011). "The Rural Municipality as Developer Entrepreneurial and Planning Modes in Community Development". *Lex Localis-Journal of Local Self-Government*, Vol. 9 No. 4, s. 373–387.

Andersson, K. (2009). "Orchestrating Regional Development Through Projects: The 'Innovation Paradox' in Rural Finland". *Journal of Environmental Policy & Planning*, Vol. 11, No. 3, s. 187–201.

Bache, I. & Flinders, M. (2004). *Multi-Level Governance*. Oxford: Oxford University Press.

Bjärstig, T., & Sandström, C. (2017). "Public-private partnerships in a Swedish rural context – A policy tool for the authorities to achieve sustainable rural development?". *Journal of Rural Studies*, Vol. 49, s. 58–68.

Björk, P. (2014). "Tourism Development in Finland: Destination Management and Policy". in E Fayos-solà, MD Alvarez & C Cooper (red.). *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study. Bridging Tourism Theory and Practice*, vol. 5, Emerald Group Publishing, Bingley, s. 265–280.

Björk, P., & Virtanen, H. (2005). "What tourism project managers need to know about co-operation facilitators". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 5, No.3, s. 212–230.

Blichfeldt, B. S., & Halkier, H. (2014). "Mussels, tourism and community development: A case study of place branding through food festivals in rural north jutland, Denmark". *European Planning Studies*, Vol. 22, No. 8, s. 1587–1603.

Cooper, C. (2015). "Managing tourism knowledge". *Tourism Recreation Research*, Vol. 40. No. 1., s. 107–119.

Elander, I. (1999). "Partnerskap och demokrati. Omaka par i nätverkspolitikens tid?". I *Globalisering* SOU 1999:83 Stockholm: Fritzes

Europeiska Unionen (2018): *Turism*. Hämtad 2018-10-29 http://ec.europa.eu/regional_policy/sv/policy/themes/tourism/,

- Framke, W. (2002). "The destination as a concept: A discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 2, No. 2, s. 92–108.
- Halkier, H. (2010). "EU and Tourism Development: Bark or Bite?". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 10, nr. 2, s. 92–106.
- Halkier, H. (2014). "Innovation and destination governance in Denmark: Tourism, policy networks and spatial development". *European Planning Studies*, Vol 22, No. 8, s. 1659–1670.
- Tang-Haven, C., & Jones, E. (2012). "Local leadership for rural tourism development: A case study of Adventa, Monmouthshire, UK". *Tourism Management Perspectives*, Vol. 4, s. 28–35
- Henriksen, P. F., & Halkier, H. (2009). "From local promotion towards regional tourism policies: Knowledge processes and actor networks in north Jutland, Denmark". *European Planning Studies*, Vol. 17, No. 10, s. 1445–1462.
- Hertting, N. (2003). *Samverkan på spel. Rationalitet och frustration i nätverks- styrning och svensk stadsdelsförnyelse*. Stockholm: Egalité
- Hjerpe, M. & Syssner, J. (2015) *Utveckling av hållbara turistdestinationer. Om problem, processer & planering*. Rapport 0184. Stockholm: Tillväxtverket.
- Hooghe, L. & Marks, G. (2001) *Multi-level Governance and European Integration*, Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Hudson, C & Rönnblom, M. (2003). "Uteslutande partnerskap?" I H. Brynielsson (Eds.) *På jakt efter en ny regional samhällsordning*. Stockholm: Svenska kommunförbundet.
- Kingdon, J. W. (1995), *Agendas, Alternatives and Public Policies*, New York: HarperCollins College Publishers.
- Kooiman, J. (2003). *Governing as governance*. London: Sage.
- Komppula, R. (2016). "The role of different stakeholders in destination development". *Tourism Review*, Vol 71, No. 1, s. 67–76.

- Laws, E. (1991). *Tourism Marketing: Service and Quality Management Perspectives*, Cheltenham: Stanley Thornes Ltd.
- McGehee, N. G., Knollenbert, W. & Komorowski, A. (2015). "The central role of leadership in rural tourism development: a theoretical framework and case studies". *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 23, s. 1277–1297
- Montin, S. & Hedlund, G. (2009) "Governance som interaktiv samhällsstyrning – gammalt eller nytt i forskning och politik" i G. Hedlund och S. Montin (red.) *Governance på svenska*. Stockholm: Santérus förlag.
- Müller, D. K. (2006). "Unplanned development of literary tourism in two municipalities in rural Sweden". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 6, No. 3), s. 214–228.
- Nyhlen, S. (2013), *Regionalpolitik i förändring: en fallstudie av regionalpolitikens aktörer och former i Åre kommun*, Diss, Sundsvall: Mittuniversitetet
- Pechlaner, H., Kozak, M., & Volgger, M. (2014). "Destination leadership: A new paradigm for tourist destinations?". *Tourism Review*, Vol 69, No. 1, s. 1–9.
- Pikkemaat, B., & Weiermair, K. (2007). Innovation through cooperation in destinations: first results of an empirical study in Austria. *Anatolia*, Vol. 18 No. 1, s. 67–83.
- Pierre, J (2009). "Tre myter om governance", i G. Hedlund och S. Montin (red.) *Governance på svenska*. Stockholm: Santérus förlag.
- Pierre, J (2011). "Cost-efficiency and public interest in inter-local partnerships". *Urban research and practice*, Vol. 4, No. 1, s. 13–22.
- Ruhanen, L. (2013). "Local government: facilitator or inhibitor of sustainable tourism development?". *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 21, No. 1, s. 80–98.
- SFS (1982: 677) *Förordning om regionalpolitiskt stöd*.
- Sorensen, E. & Torfing, J. (2006). *Theories of Network Governance*. London: Palgrave McMillan.

- Sundström, G. & Pierre, J. (2009). "Samhällsstyrning i förändring" i J. Pierre och G. Sundström (red.) *Samhällsstyrning i förändring*. Malmö: Liber.
- Syssner, J. (2006). *What kind of regionalism? – Regionalism and region building in northern European peripheries*. Frankfurt am Main: Peter Lang Publ.
- Syssner, J. (2009) 'Conceptualisations of Culture and Identity in Regional Development Policy', in *Journal of Regional and Federal Studies*. Vol. 19, No. 3, s. 437–458.
- Syssner, J. (2012). *Världens bästa plats? Platsmarknadsföring, makt och medborgarskap*. Lund: Nordic Academic Press
- Syssner, J., & Hjerpe, M. (2017). "Swedish destination management professionals' expectations of local governments". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 18, No. 1. s. 1–18.
- Tillväxtanalys (2012). Turismens betydelse. *Litteraturoversikt över forskning kring destinationsutveckling*. Dnr 2012/010
- Touhino, A., & Konu, H. (2014). "Local stakeholders' views about destination management: Who are leading tourism development?". *Tourism Review*, Vol. 69, No. 3, s. 202–215.
- Qvist, M. (2012). *Styrning genom institutionella normer: Arbetslinjepolitik och lokala integrationsprogram inom svenskt flyktningmottagande*, Diss. Linköping : Linköpings universitet.
- Wallner, J. (2008). "Legitimacy and public policy: Seeing beyond effectiveness, efficiency and performance". *The policy studies journal*, Vol. 36, No. 3, s. 421–443.
- Åberg, K. (2017). *"Anyone could do that"*. Nordic perspectives on competence in Tourism. Diss: Umeå University.





Vad har vi lärt oss och vad återstår? Kunskapskart- läggning kring entreprenörskap

Kristina Alsér
Johan Carlstedt
Michel Laufer
Angeli Sjöström Hederberg
Karl Wennberg

*Kristina Alsér, Mercatus Engineering, styrelseledamot,
Familjen Kamprads stiftelse.
Johan Carlstedt, Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA).
Michel Laufer, Handelshögskolan i Stockholm.
Angeli Sjöström Hederberg, Processrum.
Karl Wennberg, Linköpings Universitet.*

Entreprenörskapet har stor betydelse för samhället. Entreprenörskap handlar såväl om att bygga nya kunskapsintensiva och konkurrenskraftiga företag som att bidra till att utveckla och stärka de företag som redan finns, samt att uppmuntra innovation och utveckling i icke vinstdrivande organisationer. Denna antologi har finansierats av familjen Kamprads stiftelse som ett kunskapsunderlag för stiftelsens arbete med att gynna *Entreprenörskap för en levande landsbygd*. Antologin består av 15 kapitel författade av ledande svenska forskare på ämnet, samt detta avslutningskapitel. För innehållet i respektive kapitel ansvarar författarna själva.

Detta avslutande kapitel sammanfattar den kunskapskartläggning av initiativ för att gynna entreprenörskap på landsbygden som vi parallellt genomfört under hösten 2018. Vid rapporteringen av kunskapskartlägningsresultat i detta kapitel kommer vi även att knyta an till myndigheternas näringslivspolitik såsom den sammanfattats i nyligen utkomna SOU:er, liksom de *ämnesspecifika* kapitel som ingår i antologin. Detta redovisats i avsnittet *"Myndigheters roll för entreprenörskap: Landsbygdsutredningen och Besöksutredningen"* nedan. Ett första steg i kunskapskartläggningen var en workshop med ämnesexperter (forskare, beslutsfattare, företagare och myndighetsrepresentanter) som under en dag diskuterade kunskapsläget kring entreprenörskap på landsbygden i Sverige, med ett specifikt fokus på situationen i Norrland. Resultaten från denna workshop sammanfattas i avsnittet *"Resultat från workshop: hur främja entreprenörskap för en levande landsbygd?"* nedan. Resultaten från workshopen låg även till grund för en kortfattad enkät som gick ut till intressegrupper i Sverige – framförallt i norra Sverige – med syfte att kartlägga (i) vilken kunskap som finns kring olika initiativ för att uppmuntra entreprenörskap samt (ii) vilka huvudsakliga utmaningar kvarstår.¹ Resultaten från enkätundersökningen redovisas i kapitlets sista avsnitt: *"Kartläggning av intressegruppers syn på hur entreprenörskap för en levande landsbygd kan främjas"*.

Antologins 15 kapitel såväl som den kunskapskartläggning som här rapporteras har utgångspunkten att även om entreprenörskap ofta likställs med "start-ups" så är fenomenet betydligt bredare. Entreprenörskapet finns bland alla samhällsgrupper, åldersgrupper och i företag i olika mognadsstadier. *Omvärldsfaktorer som digitalisering, hållbarhet och globalisering erbjuder både utmaningar och möjligheter för etablerade företag att förnya sig samt för nya företag att startas och växa.*

1 Vi är tacksamma till stiftelsen ESBRI vars VD Magnus Aronsson hjälpte oss sprida enkäten till en bred grupp entreprenörskapskunniga aktörer.

Det finns i Sverige ett fragmenterat rådgivnings- och stödssystem kring entreprenörskap i allmänhet och kommersialisering av affärsmöjligheter i synnerhet². Detta diskuteras b.l.a. i Martin Wallins och Johan Frishammars kapitel "Kommersialisering av universitetsforskning" men berörs även i flertalet andra kapitel i antologin. Olika intressegruppers syn på detta rådgivnings- och stödssystem, dess styrkor och svagheter framkommer också i kartläggningen som presenteras i detta kapitel. Trots ett utbyggt stödssystem samt ett stort antal professurer och forskargrupper inom entreprenörskap och innovation i Sverige verkar många av dessa jobba utan större kontakt med andra stödverksamheter eller forskargrupper. Samlande knypunkter och stärkta kontaktytor i Sverige behövs för att bygga globala nätverk och stärka kunskapsutvecklingen för att stödja entreprenörskapets utveckling. Ett första steg för att utveckla ett rådgivnings- och stödssystem som är effektivt och tillgodoser reella behov är att förstå och kartlägga nuläget. Utöver sektorsspecifika utredningar kring t.ex. offentligt riskkapital, inkubatorer och acceleratorer, och olika klusterinitiativ saknas bredare kartläggningar kring stödssystem för entreprenörskap i Sverige. Den workshop och enkätundersökning som presenteras i detta avslutande kapitel syftar till att erbjuda en första sådan kartläggning ur ett intressegruppsperspektiv.

Myndigheters roll för entreprenörskap: Landsbygdsutredningen och Besöksutredningen

Vi redogör här kort för myndigheternas näringslivspolitik såsom den sammanfattats i nyligen utkomna SOU:er.³ Den svenska näringslivspolitik handlar om att "skapa förutsättningar för jobb och växande företag".⁴ I området ingår bland annat villkor för företagande och entreprenörskap, innovationspolitik och konkurrenslagstiftning. Området omfattar även riktade insatser till olika sektorer inom näringslivet samt geologi- och mineralfrågor. Vi har valt att titta närmare på två av de senaste årens utredningar om den svenska näringslivspolitik av vikt för företagande för en levande landsbygd: Landsbygdsutredningen och Besöksutredningen.

2 IVA (2014)

3 SOU (2017:1, "Landsbygdsutredningen"), SOU (2017:95, "Besöksutredningen"). För den intresserade läsaren finns ytterligare läsning om detta i b.l.a. Braunerhjelm, Eklund och Henrekson (2012)

4 <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/naringspolitik/>

Landsbygdsutredningen fokuserar framförallt på vad staten och regeringen kan göra för att främja landsbygden och lyfter fram vikten av att:

- Det ska finnas likvärdiga förutsättningar för medborgare som valt att arbeta, bo och leva på landsbygden
- Öka landsbygdernas förmåga att ta tillvara förutsättningarna för företagsamhet och sysselsättning på ett långsiktigt hållbart sätt.
- Öka landsbygdernas möjlighet att bidra till en positiv utveckling av samhälls-ekonomi

Några av förslagen i slutbetänkandet handlar om att skapa ett "näringslivspaket" till kommuner med störst utmaningar, som går ut på att:

- Ny modell för och mer medel för utbyggnad av bredband före 2025.
- Samverkan mellan högskolor och kommuner för att höja kompetensnivån.
- Fler bostäder genom s.k. "landsbygdslån".
- Säkerställ finansieringen av kommunala välfärdstjänster.
- En ökad statlig närvaro genom t.ex. en samlad serviceorganisation för myndigheter såsom Försäkringskassan, Skatteverket och Pensionsmyndigheten.
- Omlokalisering av 10,000 statliga jobb från Stockholmsområdet.
- Underlätta för det civila samhället att utveckla landsbygderna.

Enligt Landsbygdsutredningen är de största hindren för tillväxt på landsbygden:

- Kompetensförsörjning
- Tillgång till företagsfinansiering
- Höga arbetskraftskostnader
- Regelkrångel och långa handläggningstider hos myndigheter
- Tillgång till service
- Bristande infrastruktur

Landsbygdsutredningen konstaterar att för småföretagare i glesa strukturer är det avgörande hur de utvecklar sina samarbeten, relationer och nätverk på distans, att de bör ha god förmåga att ta till sig nya influenser och kunskaper samt vilja att samskola lokalt med olika aktörer. Vidare att digital kommunikation är lika viktigt som ett fungerande transportsystem för att underlätta boende i landsbygderna.

Tillgång till kompetent arbetskraft är en av de viktigaste frågorna för tillväxt oavsett om företaget befinner sig i storstadsområde eller på landsbygd. Tillgång till högre utbildning i närområdet underlättar och utredningen lyfter fram ”utbildningscentra för högre utbildning” där lärosäte och kommun samarbetar för att erbjuda lokal utbildning⁵, samt möjligheten att öka antalet distansutbildningar.⁶ Även samhällsplanering i Sverige diskuteras, där attraktiva livsmiljöer och attraktiva boenden kan vara avgörande för att locka efterfrågad arbetskraft att bosätta sig i landsbygderna. Bostadsförsörjning är lika viktig på landsbygden som i storstadsområden. För att möta ett svagt intresse från marknaden och svårigheter att finansiera nybyggnationer föreslår utredningen tillkomsten av ett landsbygdslån. Landsbygdsutredningen diskuterar även civilsamhällets vikt för hållbar utveckling i samhället, en fråga som behandlas i antologins kapitel ”Socialt entreprenörskap och utveckling av landsbygder” av Malin Tillmar. Tillmar poängterar att när myndigheter backar från samhällsservice på landsbygden är det i praktiken nödvändigt med ett kollektivt socialt ansvar bland de boende. Bland företagare på landsbygden är det också vanligt med ett aktivt engagemang för bygdens utveckling parallellt med företagandet. Till detta kommer den avfolkning som sker från stora delar av den svenska landsbygden, vilket diskuteras i antologins kapitel ”Demografins roll för företagande i Norrland” av Carin Holmquist och Leif Lindmark. Holmquist och Lindmark framhåller att medan entreprenörskap i större regioner i betydande utsträckning syftar till att ta tillvara nya affärsmöjligheter så är entreprenörskap i regioner med en sämre arbetsmarknad oftare av nödvändighetskaraktär. Resurssvaga landsbygdskommuner behöver därför andra modeller för entreprenörskap än starka storstadsregioner. Den snabba befolkningsminskningen i många delar av Sverige har lett till en social norm att ”unga vill flytta” vilket riskerar skapa en exkludering av unga uppvuxna på landsbygden. Även motsatsen – att de som stannar upplevs som eller upplever sig själva som ”förlorare, passiva och initiativlösa” – behöver brytas och vändas.⁷ Frågan är bara hur?

Besöksutredningen poängterar att besöksnäringen består av flera olika branscher där turism definieras som ”människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer

5 *SOU 2017:1, s 17*

6 *SOU 2017:1, s 119*

7 *SOU 2017:1, s 212–213*

eller andra syften” där turismkonsumtion är då den konsumtion som görs i samband med dessa aktiviteter. Den totala omsättningen inom besöksnäringen låg 2016 på omkring 300 miljarder kronor och sysselsatte ca 170 000 personer. 40 procent av omsättningen kommer från utländska besökare vilket skapar ett exportvärde när de handlar i Sverige. 2016 uppgick denna andel av besöksnäringen till 120 miljarder kronor, drygt 6 procent av den totala exporten i Sverige.⁸ Antologins kapitel ”Att främja lokal utveckling inom besöksnäringen” av Josefina Syssner och Albin Olausson Algotsson diskuterar den svenska besöksnäringen. Författarna framhåller att den nära relationen mellan besöksnäringen, lokalsamhället och det offentliga kan vara av stor betydelse för hur lokalsamhället utvecklas ekonomiskt, där beslut som rör fysisk planering, miljöskydd och infrastruktur kan stödja en långsiktigt hållbar utveckling inom besöksnäringen.

I alla län förutom Stockholm finns en regional turismutvecklingsfunktion. Ofta arbetar dessa med destinations-, affärs- och kompetensutveckling samt med marknadsföring. Andra viktiga aktörer för besöksnäringen i svenska län är Länsstyrelsen, Almi, Coompanion och regionala Exportcentra. Visit Sweden marknadsför Sverige internationellt, men har inget ansvar eller uppdrag för den nationella utvecklingen.⁹ En utmaning som framhålls av besöksutredningen är att besöksnäringen är en regeltyngd bransch och omfattas av över 370 uppgiftskrav från över 25 olika offentliga aktörer.¹⁰ Johan Eklunds kapitel ”Regleringar och entreprenörskap: En levande landsbygd genom entreprenörskap och minskad regelbörda” poängterar att ramverket som kringgärdar tillkomst och utformning av nya regler är av central betydelse för företagande, speciellt på landsbygden. Regler har en tendens att växa organiskt i omfång och komplexitet och utan ett ramverk som ’reglerar regeltilkomsten’ från lokala, regionala och nationella myndigheter. Besöksutredningen framhåller att regelförenklingar är en avgörande faktor för tillväxt – digitaliserade tillståndsansökningar, förkortade handläggningstider och ”hjälp för företag att göra rätt” är exempel som hålls fram.¹¹ För att besöksnäringen skall fortsätta att utvecklas runt om i Sverige behöver såväl politiker och offentliga organ ökad kun-

8 *SOU 2017:95, s 44–45*

9 *SOU 2017:95, s 73. Visit Sweden finansierades år 2017 med 140 miljoner av stat och näringsliv, plus att regioner bidrog med ytterligare 125 miljoner inom ramen för olika projekt och som medfinansiering.*

10 *SOU 2017:95, s 76–77*

11 *SOU 2017:95 s 386*

skap om näringsens behov och utmaningar inom t.ex. tillsyn, tillstånd och hur långa handläggningstider påverkar tillväxten i sektorn. Till detta poängterar besöksutredningen att både befintlig personal och nyanställda behöver rätt kompetens för att näringsen ska kunna utvecklas långsiktigt.

Besöksutredningen håller också fram att företagen inom besöksnäringen oftast är små, med ingen eller låg tillgång till forskning och utveckling och har inte heller samma möjlighet att ta tillvara ny kunskap. De behöver få tillgång till och inkluderas i de innovationsmiljöer som idag finns för framförallt produktionsföretag. Utredningen lyfter därför fram behovet att främja och utveckla samarbetet mellan akademi och näringsliv. I utredningen finns det ett förslag att skapa regionala noder och att det bör finnas ett lärosäte med utbildning och forskning samt näringsliv och organisationer som stödjer profilen.¹²

Resultat från workshop: hur främja entreprenörskap för en levande landsbygd?

Sådan kartläggning bjöd vi in till en interaktiv workshop med ett 40-tal aktörer som representerade en rad perspektiv på "entreprenörskap för en levande landsbygd"; forskare, myndigheter, näringslivet och representanter från civilsamhället. Workshopen hade fokus på att kartlägga vad som gjorts (inte hur det gjorts eller vad som saknas) för att stödja entreprenörskap de senaste tre åren i Sverige och bestod av tre delar:

- Information om stiftelsen och bakgrund till kartläggningen
- Kartläggning av entreprenörsstödjande insatser de senaste åren
- Fördjupning i särskilda utmaningar som möter företagare på landsbygden

Workshopen fokuserade på insatser som gjorts i Sverige för att stödja entreprenörskap de senaste åren på fyra olika områden:

- 1) Förskola och grundskola
- 2) Högskola och forskning
- 3) Entreprenörer med en idé
- 4) Etablerade små och medelstora företag

¹² SOU2017:95 s 102

Metodikerna utgick från RIKA-processen, en process utvecklad vid Stanford och använd av IVA sedan många år. RIKA står för "Research, Idé, Koncept och Action". Med metoden jobbar deltagarna såväl enskilt som gemensamt i rummet där korta inspel varvas med gemensamma diskussioner. Vi samlade sedan deltagarnas synpunkter och idéer genom ett digitalt verktyg där deltagarna svarade på en rad frågor som redovisas nedan. Slutligen diskuterades vilka perspektiv i rummet som saknades (främst aktörer från civilsamhället samt fler aktörer verksamma i Norrland) varpå deltagarna fick i uppgift att bidra med ytterligare kontakter inför det breda enkätutskick som följde. Detta avsnitt redovisar de områden som workshopdeltagarna diskuterat. Tabell 1 visar en sammanställning av workshopdeltagarnas prioriterade områden lämpliga för att gynna "entreprenörskap för en levande landsbygd", med exemplifierande citat.

Tabell 1. Experternas främsta teman för att gynna "entreprenörskap för en levande landsbygd"¹³

Område	Andel (%)	Exemplifierande citat
Förståelse bland politiker/myndigheter för entreprenörskap	18.0 %	"Engagemang från politiker, närvaro o tillgänglighet till beslutsfattare på myndigheter som förstår företagets villkor"
Attityd/kultur kring entreprenörskap	16.7 %	"En generell ökad medvetenhet och förståelse att småföretag är viktiga och driver landet och kommunerna framåt."
Finansiering	14.0 %	"Att få lån trots att man inte finns i centralorterna är en mycket viktig fråga"
Samverkan	12.0 %	"Bygga broar t ex föra samman olika industrier, high-tech och low-tech, studenter/forskare och företag."
Satsa på unga/entreprenörskap i skolan	11.3 %	"Börja med entreprenörskap i tidig ålder redan på grundskola med Ung Företagsamhet."
Infrastruktur (fysiskt/digitalt)	10.7 %	"Skapa infrastruktur för att våra OLIKA landsbygder (pluralis) ska kunna utvecklas utifrån de förutsättningar och de funktionella arbetsmarknadsregioner som finns runt dessa."
Nätverk	8.0 %	"... att få till affärsnätverk och en attityd kring samarbete typ Gnosjöanda."
Förebilder	6.7 %	"...att skapa en positiv bild av företagande genom att lyfta lokala förebilder/entreprenörer."

Antal svar: 150

13 Övriga områden som nämns – mindre frekvent – är "Bostäder" (5.3 %), "Mötesplatser" (4.0 %), "Inkubatorer" (4.0 %) och "Skattelättnader" (4.0 %).

De vanligaste teman identifierade av workshopdeltagarna var "Förståelse bland politiker/myndigheter för entreprenörskap", "Attityd/kultur kring entreprenörskap", "Finansiering", "Samverkan", "Satsa på unga/entreprenörskap i skolan", "Infrastruktur", "Nätverk" och "Förebilder". Dessa diskuteras mer ingående nedan.

Förståelse bland politiker/myndigheter för entreprenörskap

Det vanligaste temat som diskuterades av workshopdeltagarna var "Förståelse bland politiker/myndigheter för entreprenörskap" där 18 % av svaren vid workshopen nämnt något relaterat till detta tema. Deltagarna anser att det är viktigt att politiker är engagerade och att det finns en närvaro och tillgänglighet till beslutsfattare på myndigheter som förstår företagandets villkor. Några exempel som nämns är att politiker och tjänstemän förstår vilken betydelse näringslivet har för tillväxten, att det finns bra ledarskap och tydlig politisk ledning i kommun och region, och en generell ökad medvetenhet och förståelse att småföretag är viktiga och driver landet och kommunerna framåt. En person skriver: *"När det finns drivkraft i ett område då bör även myndigheter och övriga företagsfrämjande organisationer gå in med full kraft och stötta de initiativen så fort som möjligt. Det utvecklar den bygden men blir också en förebild och kraft till andra att våga driva vidare idéer."*

Detta område diskuteras även av antologi-kapitlet "Regleringar och entreprenörskap: En levande landsbygd genom entreprenörskap och minskad regelbörda" av Johan Eklund. Kapitlet beskriver att även om många i Sverige rapporterar intresse för entreprenörskap är det relativt få som tar detta till aktiv handling. Enligt den svenska GEM-undersökningen 2015–2017 uttrycker även många företagare tillväxtambitioner men få försöker växa sina företag. Brist på erforderlig kunskap om företagande samt en rädsla för att misslyckas är stora upplevda hinder bland potentiella entreprenörer. Dessa individuella attityder skiljer sig även åt mellan svenska regioner, vilket Eklund diskuterar. Det saknas fortfarande kunskap om olika reglers ekonomiska konsekvenser, inklusive hur regelverken påverkar förutsättningarna för entreprenörskapet på lokal och regionalnivå. Det finns ett behov av ytterligare forskning kring de indirekta ekonomiska effekterna av regelbördan och de underliggande mekanismerna. En positiv attitydförändring krävs för att skapa ett samhällsklimat som stimulerar och stärker entreprenörskap i hela Sverige.

Även antologi-kapitlet "Entreprenörskapets envisa geografi" av Andersson och Larsson poängterar att det finns mycket att vinna av att få fart på det lokala entre-

prenörskapet och att regionala entreprenörskulturer innebär möjligheter för politiker. Andersson och Larsson beskriver i sitt kapitel att när en entreprenör startar ett företag skapas en feedback-effekt på miljön i form av att det skapas ytterligare en lokal förebild och företag som kan generera lokal kunskap om företagande. Ju fler entreprenörer som verkar lokalt, desto fler förebilder och tillgång till kunskap osv. Det gör sådana processer extra intressanta för beslutsfattare då till synes små skillnader kan ge stora ringar på vattnet över tid. Lyckade förändringar har två effekter: dels en direkt effekt (t.ex. att ett antal motiverade individer vågar starta företag som växer och fortlever), dels en indirekt effekt (de människor som via sociala nätverk, medier och så vidare påverkas av de nya entreprenörerna).

Attityd/kultur kring entreprenörskap

Det näst vanligaste temat är "Attityd/kultur kring entreprenörskap" där 16.7% av svaren vid workshopen nämnt sådana punkter som det viktigaste för att gynna entreprenörskap för en levande landsbygd. Workshopdeltagarnas diskussion fokuserade på vikten av att det såväl bland allmänheten såsom hos myndigheter finns en förståelse att småföretag är viktiga och driver landet och kommunerna framåt. Några exempel som nämns är skapandet av en tillåtande kultur där entreprenörskap ses som något gott och positivt, och att det finns en kultur på orten för samarbete, öppenhet och företagsfrämjande. Enligt några av deltagarna behövs en mer positiv attityd till entreprenörskap runt om i Sverige. En respondent skriver att det är viktigt *"att skapa en kultur där alla inser att företagen betalar allas lön, även inom skattefinansierad verksamhet"* medan en annan skriver *"Jag tror att sociala normer påverkar mycket. Att se t.ex. livsmedelsproducenter som företagare och inte bara bönder"*. Till exempel diskuterar Per Frankelius kapitel "Innovationer i den gröna näringen: En möjlighet för landsbygden" att det finns affärs- och tillväxtpöjligheter för lantbruksföretag och att lantbruket är kopplad till lösningen på flera globala utmaningar.

Finansiering

Det tredje vanligaste temat är "Finansiering", som utgör 14% av svaren vid workshopen för att gynna entreprenörskap för en levande landsbygd. Några av deltagarna nämner att det är svårt att få banklån och riskkapital och att det borde finnas vettigare lånevillkor för investeringar på landsbygden och förståelse för ägarskiften och tillväxtkapital.

En deltagare skriver: *"Tyvärr så är det alldeles för mycket fokus på stöd och bidrag. Här är Almi m.fl. bland företagens vänner skyldiga. Troligen så är det ekonomiska utfallet av alla stödformer ganska litet"*. Detta område berörs i Mikaela Backmans och Anders Gustafssons kapitel "Statens roll i näringslivets kapitalbindning" som summerar den forskning som visar att företag på landsbygden har en lägre tillgänglighet på externt kapital än företag i större städer, främst på grund av lokaliseringen av riskkapital och nedläggningen av lokala bankkontor. Detta drabbar såväl landsbygdsföretagens möjlighet till lånekapital för att finansiera sin löpande verksamhet såsom chansen att få krediter till att finansiera större investeringar. Backman och Gustafsson summerar de studier som visar att trots omfattande statliga insatser för att förbättra kreditillgången för företag är det oklart ifall dessa åtgärder är kostnadseffektiva på lång sikt, likt citatet ovan från en workshopdeltagare. Långsiktiga åtgärder för att förbättra företagets kreditillgång genom att stimulera lokala affärsängelnätverk och riskkapitalinvesteringar har föreslagits som ett alternativ eller komplement till de statliga och regionala fonder som har svårt att nå framgång i sin verksamhet.¹⁴

Samverkan

Samverkan mellan olika typer av aktörer, framförallt skola och näringsliv, anses vara viktigt bland workshopdeltagarna för att gynna entreprenörskap för en levande landsbygd. 12 % av svaren hamnar inom denna kategori och berör bl.a. att integrera gymnasieskolan i näringslivet och satsningar för att främja entreprenörskap i samarbete med etablerade aktörer. Flera av deltagarna framhåller att det är viktigt att det finns goda kontakter mellan universitet/högskolor och företag och att etablera kontakter mellan forskare och entreprenörer på landsbygden. I Josefine Syssters och Albin Olausson Algotssons kapitel "Att främja lokal utveckling inom besöksnäringen" skriver författarna att fördelarna med partnerskap och nätverksbaserade samarbeten har lyfts fram i många sammanhang. De antas bidra till att kunskap och expertis kan samlas och till att resurser kan användas och genereras mer effektivt. Författarna diskuterar bl.a. nätverksstyrning där privata och offentliga aktörer samarbetar med varandra på olika sätt för att hantera problem som upplevs som gemensamma. T.ex. sker en specifik form av nätverksstyrning genom offentlig-privata partnerskap som är vanliga på besöksnäringens område.

14 Tillväxtanalys (2016)

Satsa på unga/entreprenörskap i skolan

11 % av svaren vid workshopen kretsar kring att "satsa på unga/entreprenörskap i skolan". Deltagarna uttrycker att det är viktigt att stötta, motivera och inspirera unga redan från tidig ålder och att få de att tro på sin egen förmåga. Utbildning är en av de viktigaste samhällsinstitutionerna och deltagarna anser att det måste vara prioriterat att skapa hopp och framtidstro bland unga, att lära ut entreprenörskap från tidig ålder, och tidigt knyta ihop studenter med arbetslivet. En enkättagare skriver: *"Att så ett frö av entreprenörskap så tidigt som möjligt är oerhört viktigt. Entreprenörskap ska genomsyra skolan och all undervisning!"* Detta knyter an till Niklas Elerts och Rasmus Rahms kapitel "Utmaning och Utvärdering av Entreprenörskapsutbildningar" som påpekar att även om det i Sverige bedrivs utbildning inom entreprenörskap på skolans samtliga nivåer så brottas många kommuner och skolor med hur de ska *få in entreprenörskap i utbildningen på ett lämpligt sätt*. Elert och Rahm påpekar att kunskapsbristerna fortfarande är stora kring hur entreprenörskapsutbildningar bör vara utformade, vad som är de förväntade effekterna av olika typer av utbildningar, samt att entreprenörskapsutbildningar ibland tycks 'fungera' och ibland inte. Även om entreprenörskapsutbildningar *kan* spela en viktig roll i främjandet av entreprenörskap argumenterar Elert och Rahm för att resurser måste satsas på projekt där det kan ta tid att se resultat och att mer forskning krävs för att utvärdera olika typer av entreprenörskapsutbildningar.

Infrastruktur (fysiskt/digitalt)

10.7 % av workshopdeltagarnas svar nämner infrastruktur som ett viktigt område för att gynna entreprenörskap för en levande landsbygd. Flera deltagares svar nämner vikten av god digital infrastruktur och ökad tillgänglighet genom t.ex. tågförbindelser. Infrastrukturens roll för att gynna entreprenörskap behandlas ingående i kapitel av Lars Hultkrantz, som specifikt diskuterar tillgången till flyglinjer som en avgörande fråga för det lokala näringslivet runt om i Sverige. Hultkrantz diskuterar hur företag utanför storstadsregionerna på kort sikt kommer få försvårad situation genom de åtgärder som genomförs som en del i samhällets klimatomställning (t.ex. flygskatt och kilometerskatt för lastbilar), och att på några decenniers sikt kommer teknikutvecklingen att ha en avgörande betydelse för utvecklingen av logistiklösningar för Sveriges företag utanför storstadsregionerna.

Nätverk

Workshopdeltagarna nämner även att nätverk är viktigt för att göra affärer och för erfarenhetsutbyte (8% av svaren berör detta), och påpekar bland annat vikten av att snabbt få nya företag på landsbygden att delta i lokala och nationella nätverk. Nätverkens roll för att gynna entreprenörskap för en levande landsbygd diskuteras i Maria Bengtssons och Jessica Erikssons kapitel "Innovationssystem och företagskluster för regional utveckling i perifera regioner" som framhåller risken att perifera regioner stängs ute från viktiga nätverk eftersom många av dessa är fokuserade på städer. Bengtsson och Eriksson påpekar även att insatser kan behövas för att entreprenörer i perifera regioner skall lyckas etablera nationella och globala kontakter. I Daniel Tolstoy's kapitel "Hur kan små och mellanstora företag belägna på landsbygden internationalisera sig?" diskuteras bl.a. hur företagets nätverk på hemmamarknaden kan öppna upp vägar till utländska marknader. Mindre företag på glesbygd saknar ofta tillgång till nätverk som kan bidra med de resurser som är nödvändiga för produktion och affärsutveckling. Nätverkens sammansättning och utveckling har stor betydelse för att påverka företags benägenhet att upptäcka och ta tillvara på entreprenöriella möjligheter. Enligt Tolstoy bör framtida studier undersöka under vilka förutsättningar redan existerande nätverk kan ge upphov till nya affärsmöjligheter och hur nya nätverk kan utvecklas i syfte att skapa nya affärer på utländska marknader.

Förebilder/inspiratörer

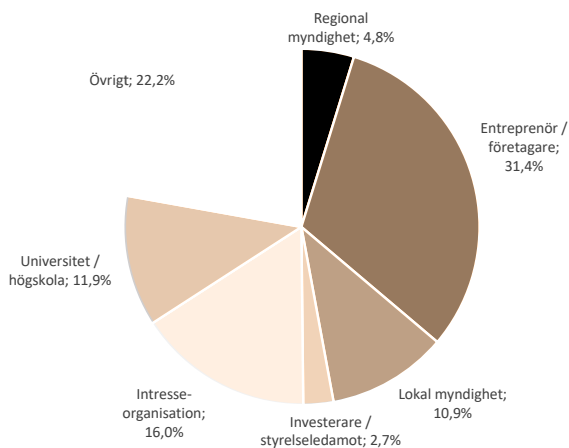
Slutligen nämner workshopdeltagarna att det är viktigt med förebilder (6.7% av svaren berör detta) för att gynna entreprenörskap för en levande landsbygd. Genom att lyfta lokala förebilder kan man skapa en positiv bild av företagande.¹⁵ Detta poängterar vikten av att lyfta fram förebilder som har lyckats bedriva framgångsrik verksamhet på landsbygden och visa goda exempel på företag av olika storlek och i olika branscher. Anderson och Larsson (denna antologi) beskriver hur förekomsten av många lokala entreprenörer kan motivera och ge självförtroende åt nya entreprenörer: "om de kan, kan jag också!" och även sprida kunskap och information om hur entreprenörskap bäst kan utövas

15 Elert m.fl. (2017)

Kartläggning av intressegruppers syn på hur entreprenörskap för en levande landsbygd kan främjas

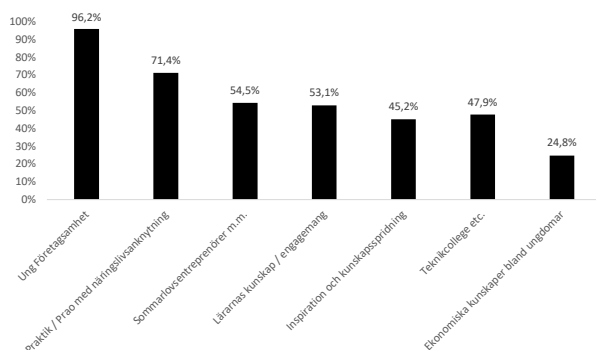
De områden som genererade resultaten från workshopen vilka sammanfattades i föregående stycke låg alltså till grunden för en kortfattad enkät som gick ut till intressegrupper i Sverige – framförallt i norra Sverige – med syfte att kartlägga (i) vilken kunskap som finns kring olika initiativ för att uppmuntra entreprenörskap samt (ii) vilka huvudsakliga utmaningar kvarstår. Urvalet av respondenter kan beskrivas som ett snöbollsurval där vi först via workshopdeltagarna samt de större stödorganisationerna – offentliga organisationer såväl som intresseorganisationer – skickade ut enkäten, och även bad respondenterna att skicka enkäten vidare till personer i Sverige de själva bedömde har kunskap om och intresse för entreprenörskap och entreprenörskapets villkor – framförallt i norra Sverige. Totalt svarade 293 personer på enkäten. Vi redovisar först typen av aktörer som besvarat enkäten nedan, följt av deras specifika svar på de olika frågorna.

Figur 1. Huvudsaklig sysselsättning bland enkätrespondenterna



Som vi kan se i figur 1 är det en stor variation mellan typ av respondenter på enkätutskicket. En relativt stor andel (31 %) är entreprenörer/företagare. Även många företrädare för intresseorganisationer, lokala myndigheter och universitet/högskolor har besvarat enkäten. Vi presenterar härnäst svaren på de fyra frågorna kring (a) insatser för att stötta entreprenörskap som respondenterna känner till, samt (b) vilka typer av insatser de anser som viktigast. Frågorna bygger på de övergripande kategorier som uppkom i gruppdiskussionerna med experterna i den föregående workshopen, men vi kommer även redovisa vissa öppna svar som kompletterar de övergripande svaren. Inga detaljerade nedbrytningar på t.ex. skillnader i åsikter mellan företagare och myndighets- eller civilsamhällesrepresententer kommer att göras.

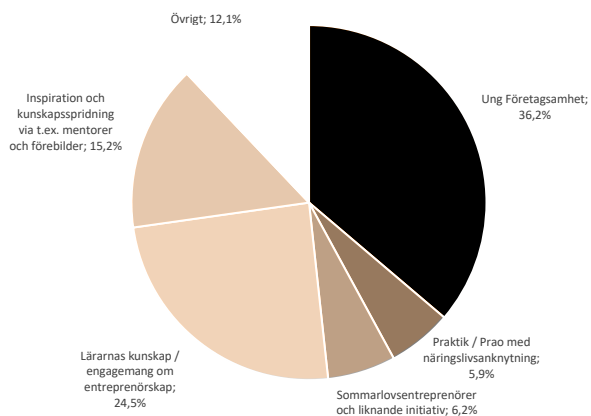
Figur 2. "Vilka insatser på grundskole- och gymnasienivå för att stötta entreprenörskap känner du till?"



Stapeldiagrammet i figur 2 redovisar de insatser på grundskole- och gymnasienivå för att stötta entreprenörskap som respondenterna känner till. Den insatsen som de flesta känner till är Ung Företagsamhet (96 %), följt av praktik/prao med näringslivsanknytning (74 %). Bland flera av de andra insatserna i enkäten så är det omkring hälften av deltagarna som uppger att de känner till insatserna. En fjärdedel av de svarande anger insatser relaterade till ekonomiska kunskaper bland ungdomar. Det torde vara relevant att undersöka utbildningsinsatser inom privat ekonomi på grundskole- och gymnasienivå då sådana kunskaper har visats vara relevanta för att framgångsrikt starta och driva företag. Det finns flera studier som

undersöker s.k. "financial literacy" och finner att många ungdomar har brist på finansiell kunskap som krävs för att sköta sina privatekonomier och som skulle vara nödvändiga för att starta företag.¹⁶

Figur 3. Vilken insats på grundskole- och gymnasienivå är viktigast för att stötta entreprenörskap

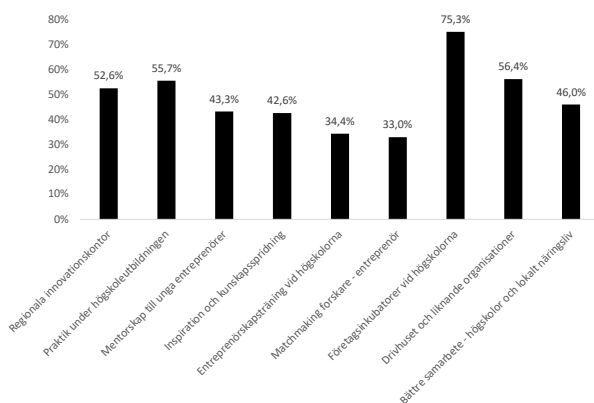


Cirkeldiagrammet i figur 3 visar de insatser på grundskole- och gymnasienivå som respondenterna anser vara viktigast för att stötta entreprenörskap. Här ser vi en del skillnader jämfört med det tidigare stapeldiagrammet i figur 2 som beskrev de insatser de känner till. De tre insatserna som anses vara viktigast är (1) Ung Företagsamhet, (2) Lärarnas kunskap/engagemang om entreprenörskap, samt (3) Inspiration och kunskapsspridning via t.ex. mentorer och förebilder. En respondent skriver: *"Ung Företagsamhet är bryggan, länken mellan unga företagare och mer erfarna företagare/arbetsliv"*. Vi ser också i figur 3 att lärarnas kunskap/engagemang om entreprenörskap anses som nästan lika viktigt trots att färre respondenter nämnde denna faktor som svar på figur 2, vilket är en viktig signal om skolans roll. Flera respondenter beskriver i öppna svar att lärarna har en oerhört viktig roll för att redan i tidig ålder engagera och motivera elever att våga satsa på entreprenörskap, samt i förekommande fall att lärare som själva besitter kunskap och erfaren-

16 Xu och Zia (2012)

heter av entreprenörskap delar med sig av detta, till exempel att det ska vara okej att misslyckas om man startar eget. En enkätmedtagare skriver: *"Att så ett frö av entreprenörskap så tidigt som möjligt är oerhört viktigt. Entreprenörskap ska genomsyra skolan och all undervisning"*. Den tredje viktigaste faktorn som listas av respondenterna till enkäten gäller entreprenöriella inspiratörer och förebilder i skolan. Ett exempel som nämns är att lyfta fram framgångsrika företagare från landsbygden som kan utgöra inspiration för framtida generationer av unga personer som vill starta eget.

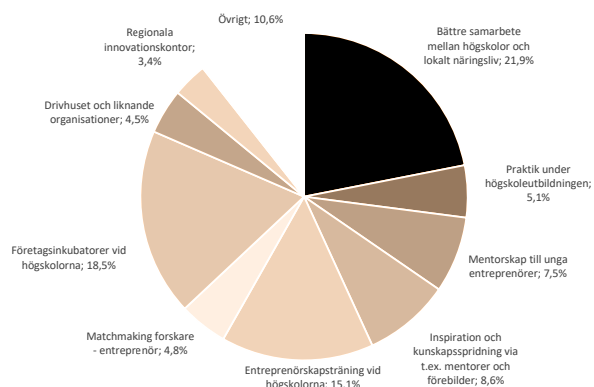
Figur 4. "Vilka insatser på högskolor och universitet för att gynna entreprenörskap och forskningskommersialisering känner du till?"



Stapeltdiagrammet i figur 4 redovisar de insatser på högskolor och universitet för att stötta entreprenörskap som respondenterna känner till. En större bredd av initiativ och faktorer nämns här jämfört med initiativ på grundskole- och gymnasienivå. På högskola/universitetsnivå känner den största andelen till inkubatorer (75 %), följt av Drivhuset och liknande organisationer (56 %) samt praktik under högskoleutbildningen (56 %). En generell reflektion kan göras kring att organisationerna Ung Företagsamhet på gymnasienivå och Drivhuset på högskolenivå har så hög grad av kännedom. Några respondenter reflekterar kring vad är det som gjort dessa initiativ så spridda och välkända – finns lärdomar för andra initiativ? En respondent ifrågasätter vad dessa två organisationers framgång innebär för andra initiativ med liknande eller annorlunda målsättning och struktur – kan de rida på Ung Företag-

samhets och Drivhusets starka varumärke i det generella arbetet att uppmuntra entreprenörskap, eller riskerar andra initiativ att osynliggöras? Går offentliga och privata medel enbart till etablerade organisationer endast eller har nya initiativ en chans att komma in i främjandesystemet?

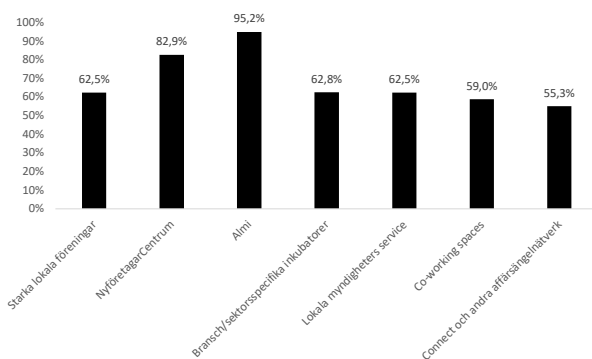
Figur 5. Vilken insats på högskolor och universitet är viktigast för att gynna entreprenörskap och forskningskommersialisering?



Cirkeldiagrammet i figur 5 visar de insatser på grundskole- och gymnasienivå som respondenterna anser vara viktigast för att stötta entreprenörskap. Här ser vi en del skillnader jämfört med det tidigare stapeldiagrammet i figur 4. De insatser som anses vara viktigast på högskola/universitet har gemensamt att de är inriktade på att integrera skolan med näringslivet snarare än att lära ut entreprenörskap som ett teoretiskt ämne. Framförallt förordar ett relativt stort antal av respondenterna bättre samarbete mellan högskolor och lokalt näringsliv (22%). Nästan lika många (19%) anser att företagsinkubatorerna vid högskolorna är viktigast, medan 15% att entreprenörskapsträning vid högskolorna är viktigast. Intressant att notera är att det finns en relativt stor kännedom om företagsinkubatorer och att flera anser att de är viktiga men att de är en relativt liten andel som nämner företagsinkubatorer i de öppna svarsalternativen. Desto fler är det som kommenterar samverkan mellan skola och näringsliv, speciellt på mindre högskolor. En respondent skriver: *"Viktigt att etablera kontakter mellan kunskaps-*

bärare/forskare och entreprenörer på landsbygden”. Martin Wallins och Johan Frishammars antologi-kapitel ”Kommersialisering av universitetsforskning” konstaterar att universitet och högskolor i Sverige gör relativt mycket för att underlätta kommersialisering, men att satsningarna inte alltid är effektiva. Författarna drar slutsatsen att universiteten borde arbeta med att förstå och förbättra förutsättningarna och drivkrafterna för enskilda individer att engagera sig i kommersialisering.

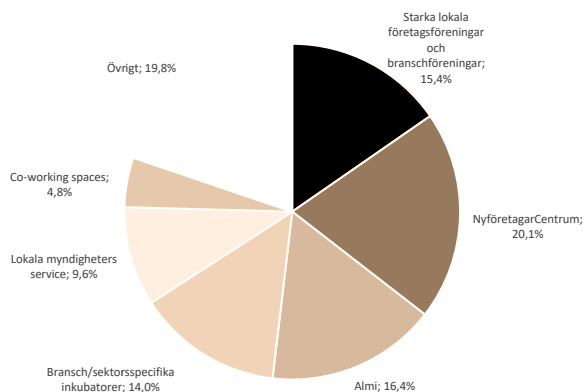
Figur 6. ”Vilka insatser för att stötta de som försöker starta företag känner du till?”



Stapeldiagrammet i figur 6 redovisar de generella insatser som respondenterna känner till för att stötta de som söker starta företag i Sverige. De flesta deltagarna känner till Almi (95 %) och NyföretagarCentrum (83 %) vilka är etablerade aktörer. Lite mer än hälften av deltagarna känner även till Connect och andra affärsängelnätverk. Intressant är att tämligen nya fenomen som gemensamma arbetsplatser i olika form (”co-working spaces”) nämns av många (59 %). En av respondenterna påpekar också att en av de större stödorganisationerna – IFS (Internationella Företagare i Sverige) lyser med sin frånvaro då denna inte nämndes av deltagare vid den initiala workshopen, trots medverkan av flera företagare och myndighetsrepresentanter med utländsk bakgrund. Med bakgrund att företagande i Sverige är vanligare bland utlandsfödda medborgare kan detta tjäna som illustration att det är lätt att återfalla i arketyper och föregivna antaganden hur företagandet ser ut i Sverige om man utgår från individers perception och idéer snarare än tillgänglig statistik. Det är också värt att poängtera att de faktorer och organisationer som listas i figur

6 liksom flera av de andra figurerna i enkäten representerar de i allmänhet välkända faktorer och organisationer men inte alls nödvändigtvis de som (flertalet?) entreprenörer faktiskt begagnat sig av. Till exempel så är det förvånansvärt få av de senaste årens framgångsrika företag som kommit att börsnoterats eller köpts upp i uppmärksammade affärer som kommer från inkubatormiljöer eller nyttjat stödorganisationer såsom Almi eller Nyföretagarcentrum. Kanske är det så att de allra bästa entreprenörerna nyttjar sig sällan av olika stöd. Samtidigt får man inte glömma bort att det finns gott om lokala och regionala nätverk som de facto innebär mycket stöd i former av affärskontakter, arbetskraftsförmedling, informella investeringar etc.¹⁷ Här bör nämnas religiösa samfund och olika frivilligorganisationer, liksom helt informella nätverk.

Figur 7. Vilken insats för att stötta de som försöker starta företag är viktigast?



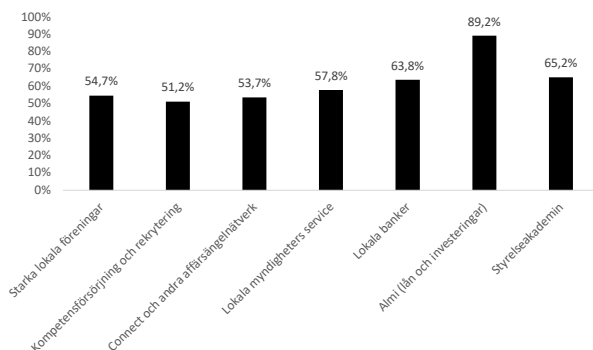
Cirkeldiagrammet i figur 7 visar de insatser som respondenterna anser vara viktigast för att stötta de som försöker starta företag. De insatser som anses vara viktigast är NyföretagarCentrum (20 %), följt av Almi (16 %) och starka lokala företagsföreningar och branschföreningar (15 %). Från detta kan man möjligen dra slutsatsen att rådgivning verkar spela en viktig roll för respondenterna då NyföretagarCentrum och Almi erbjuder rådgivning kring företagande. Det framgår dock inte i diagrammet ovan hur stor andel av de som valt Almi som anser att deras rådgivning är viktig och hur stor

17 T.ex. Jack och Anderson (2002)

andel som anser att finansiering är viktigt, t.ex. lån och statligt riskkapital. En respondent påpekar att rådgivande aktörer kan bli ännu bättre på att faktiskt sätta sig in i verksamheterna som diskuteras: *"Viktigt att sådana aktörer som Almi eller universitetets företagsnära tjänster har tid och budget att åka ut till företag, besöka dem på plats och prata affärsutveckling samt ordna träffar ute hos dem"*. En annan respondent påpekar att offentliga långgivare och finansiärer behöver agera marknadskompletterande och inte resonera likadant som bankerna: *"Det behövs finansiering som inte tar hänsyn till säkerheter i fasta tillgångar (fastigheter mm) då dessa har mycket lågt andrahandsvärde"*.

En relativt stor andel av respondenterna, 14 %, nämner bransch/sectorspecifika inkubatorer, ett område som diskuteras av Magnus Klofsten och Charlotte Norrman i kapitlet "Stöd och utveckling av små och nya företag i glesbygd". Enligt författarna behöver det finnas ett tillräckligt stort antal idéägare, entreprenörer och företag i den region man har verksamheten i för att driva en entreprenörskapsfrämjande verksamhet vilket de illustrerar med exemplet Hållbarhetsinkubatorn. Även i större regioner med tekniska högskolor och universitet i Sverige kämpar inkubatorer idag med en generell brist på att få tillräckligt många entreprenörer med högkvalitativa affärsprojekt att söka sig till inkubatorn.¹⁸

Figur 8. "Vilka insatser för att stötta etablerade små- och medelstora företag som söker växa/skala upp sin verksamhet känner du till?"



18 Brattström m.fl. (2018)

Stapeldiagrammet i figur 8 visar de insatser som respondenterna anser vara viktigast för att stötta etablerade små- och medelstora företag som söker växa/skala upp sin verksamhet. De flesta känner till lån och investeringar från Almi (89 %), följt av Styrelseakademin (65 %) och lokala banker (64 %). Vikten för småföretag av externa resurser och råd från dessa aktörer har poängterats i många sammanhang. Karin Hellerstedts och Mattias Nordqvists kapitel "Professionalisering och entreprenörskap i små företag" diskuterar professionalisering i små företag med ett fokus på bolagsstyrning och styrelsearbete. Hellerstedt och Nordqvist argumenterar att det kan vara ett stort steg för många små företag att professionalisera företagets ledning genom att formalisera styrelsen med externa ledamöter, och kanske en extern VD, men att forskning visar att detta ofta är ett nödvändigt steg för att hantera tillväxt och skapa nya förutsättningar för utveckling.

Men vad gör man om det inte finns någon lokal bank längre att tillgå? Mikaela Backmans och Anders Gustafssons kapitel "Statens roll i näringslivets kapitalbindning" diskuterar att antalet lokala bankkontor har minskat kraftigt de senaste decennierna, vilket innebär svårigheter för många mindre företag på landsbygden att få tillgång till kapital. Alternativa finansieringsformer som crowdfunding kan komma att spela en viktigare roll i framtiden eftersom entreprenörer kan söka finansiering från geografiskt utspridda privatpersoner.¹⁹ De digitala crowdfunding-plattformarna behöver dock mer tid för att skapa legitimitet bland både entreprenörer och potentiella långivare för att kunna växa från nischaktörer till etablerade aktörer på finansmarknaden.

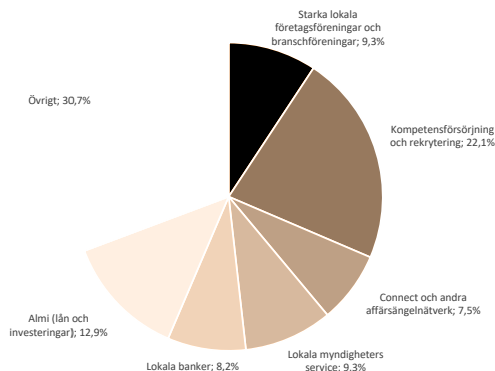
51.2 % av workshopdeltagarna nämner kompetensförsörjning och rekrytering som viktiga faktorer för små- och medelstora företag som söker växa/skala upp sin verksamhet. Kompetensbrist har diskuterats som stor utmaning för samtliga företag och beslutsfattare i Sverige, speciellt utanför storstads- och universitetsstäderna. Carin Holmquist och Leif Lindmark efterlyser i sitt antologikapitel goda exempel från landsbygden där man lyckats rekrytera tillbaka personer efter att de flyttat eller på att man i större omfattning lyckats rekrytera från andra regioner för att klara kompetensförsörjningen, samt från företag som använder ny teknik för sin kompetensförsörjning genom att anställda arbetar på distans. Kompetensförsörjning på landsbygden kan handla lika mycket om att bättre tillvarata och utveckla

¹⁹ Sorenson m.fl. (2016)

den kompetens som redan finns, som att attrahera ny kompetens. Långt ifrån alla eller ens flertalet nya växande företag startas av högutbildade män i storstäderna. En ökad medvetenhet om myndigheters och andra aktörers förväntningar på och föreställningar om hur en företagare bör se ut och bete sig är viktigt för att undvika att de företagare som inte följer förgivettagna normer diskrimineras eller avstår från att starta och växa företag.

Utöver detta har civilsamhället en indirekt men potentiellt viktig roll i den lokala kompetensförsörjningen såsom exemplifieras i Malin Tillmars kapitel med att *”Traditionella företag tar ansvar för bygden genom t.ex. sin rekrytering och genom sin sponsring av föreningar. Arbetskooperativ jobbar för integration av exempelvis nyanlända eller funktionsvarierade. Föräldrakooperativ och personalkooperativ bildas för att upprätthålla barnomsorg, äldreomsorg och skola.”*

Figur 9. Vilken insats är viktigast för att stötta etablerade små- och medelstora företag som söker växa/skala upp sin verksamhet?

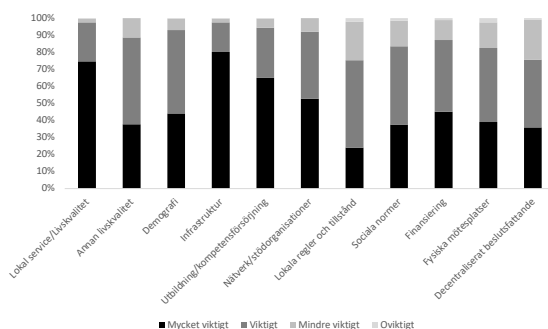


Cirkeldiagrammet i figur 9 visar de insatser som respondenterna anser vara viktigast för att stötta etablerade små- och medelstora företag som söker växa/skala upp sin verksamhet. Den dominerande faktorn för att stötta etablerade SMEs som vill expandera är kompetensförsörjning och rekrytering (22%). Därefter kommer lån och investeringar från Almi (13%), starka lokala företagsföreningar och branschföreningar (9%) och lokala myndigheters service (9%). En expansionsväg för många företag på Sveriges landsbygd är regional och internationell export. I antologi-kapitlet ”Innova-

tionssystem och företagskluster för regional utveckling i perifera regioner” framhåller Maria Bengtsson och Jessica Eriksson att det behövs åtgärder i syfte att 'förtäta' de nätverk och kluster av företag som återfinns i perifera regioner. I ett annat antologi-kapitel skriver Daniel Tolstoy att små företag på landsbygden ofta upplever hinder för internationalisering, men att flera faktorer faktiskt kan skapa nya affärsmöjligheter. För att mindre företag ska kunna ha goda möjligheter till regional och internationell export krävs dock en god infrastruktur, både vad gäller tillgång till flyglinjer och bredband.²⁰ På frågan om kompetensförsörjning och rekrytering nämns bl.a. att det är viktigt med integration av nyanlända oavsett härkomst, att få ung talang att stanna kvar på landsbygden och att det finns lokala resurser för företagsspecifik kompetensutveckling.

Om man jämför figurerna 8 och 9 så förefaller det finnas en relativt stor diskrepans mellan andelen som känner till Almi (89%) och lokala banker (64%) i figur 8 och andelen som tycker att de är viktigast. För etablerade SMEs förefaller kompetensförsörjning vara viktigare än tillgång till extern finansiering. Här kan myndigheter och beslutsfattare möjligen söka lägga större fokus på reformer som underlättar för SMEs att anställa ny personal och minska riskerna förknippade med anställningar och "felrekryteringar", liksom att utveckla och stärka lokala utbildningsinstitutioner såsom teknikcollege och regionala högskolor.²¹

Figur 10. Hur viktiga är följande faktorer för att främja entreprenörskap för en levande landsbygd?



²⁰ Se Hultkrantz kapitel "Företagande långt från storstäderna"

²¹ Karlson m.fl. (2018)

Slutligen så rapporterar vi i figur 10 enkätrespondenternas bedömning av den relativa vikten av ett antal faktorer – identifierade av workshopdeltagarna – för att främja entreprenörskap för en levande landsbygd. De flesta enkätrespondenterna anser att samtliga faktorer i figuren ovan antingen är "Viktiga" eller "Mycket viktiga" men det finns en relativt stor skillnad mellan faktorerna i hur viktiga de anses vara. De faktorer som har en högst andel svar "Mycket viktigt" är Infrastruktur (80%), Lokal service/livskvalitet (75%), och Utbildning/ kompetensförsörjning (65%).

Enligt 92% av workshopdeltagarna är nätverk/stödorganisationer viktigt eller mycket viktigt. Exempelvis skriver en respondent att det är viktigt med *"samarbete/samverkan mellan näringsliv, föreningsliv och kommuner där gemensamma mål för bygdens formuleras."* 75.2% anser att lokala regler och tillstånd antingen är viktigt eller mycket viktigt, vilket stödjer argumenten i Johan Eklunds antologikapitel att lokala regelverk och byråkratisk effektivitet i regelsystemet är av största vikt för att uppmuntra företagande. En av enkättagarna skriver att det är viktigt *"att det finns en flexibilitet och lyhördhet för vad företagaren behöver och i den ordning som företagaren önskar"*. En annan deltagare föreslår att det bör finnas ett starkt näringslivskontor ledd av personer med näringslivsbakgrund. Demografi anses vara viktigt eller mycket viktigt bland 88.9% av respondenterna. Som tidigare diskuterats i detta kapitel liksom i Carin Holmquists och Leif Lindmarks kapitel kvarstår en av utmaningarna att få unga personer med rätt kompetenser att vilja bosätta sig på landsbygden. En respondent på enkäten skriver att lokala beslutsfattare behöver tänka mer kreativt för att söka få specifika individer med nyckelkompetens att flytta till regionen: *"Inflytning av person med driv och kompetens/färdigheter. Hur får man dessa att vilja bosätta sig på landsbygden?"*.

Slutligen så kan nämnas att några av respondenterna skriver att det kan förekomma fördomar som är hämmande för entreprenörskap. Vad gäller sociala normer skriver en enkättagare att *"tyvärr kan bymentalitet och bruksanda vara mycket hämmande för tillväxt och entreprenörskap"*. Ett annat exempel är ett citat inom decentraliserat beslutsfattande: *"Att projekt och företag bedöms med samma mall som i en storstad fast de har sitt ursprung i landsbygd. Speciellt märkbart vid högteknologiska lösningar. Spotify t.ex. skulle aldrig kunnat starta i Ljusdal t.ex. inte pga. av kompetensbrist utan pga. fördomar."*

Avslutande diskussion

Av de faktorer som nämns av experter vid vår workshop står det tydligt att det i Sverige finns ett starkt fokus på "system" och formella organisationer för att uppmuntra och stödja entreprenörskap. Samtidigt nämner enkätdeltagarna att många av de hinder de upplever i sin verksamhet ofta handlar om indirekta faktorer såsom demografi, infrastruktur, regelverk, myndigheters förståelse för företagande, samt befolkningens attityder och sociala normer. Dessa indirekta faktorer återkommer i antologins kapitel som fundamentala ingredienser för att uppmuntra entreprenörskap för en levande landsbygd.

Det är sannolikt alltså på sin plats att poängtera att stora delar av det officiella 'främjarsystem' som existerar i Sverige i form av formella organisationer för att uppmuntra och stödja entreprenörskap har ett oklart samband med entreprenörskap rent generellt. De faktorer som antologiförfattarna identifierar som fundamentala ingredienser för entreprenörskap (lokala banker, sociala normer som är positiva till företagande, god infrastruktur, hög utbildningsnivå, kompetensförsörjning via grund-, gymnasie-, yrkes- och högskolor i regionen m.m.) är således minst lika viktiga för beslutsfattare att beakta, utöver de rent ekonomiska förutsättningar såsom demografi, köpkraft och konjunktur vilka mer svårigen kan påverkas. En läsning av den kartläggning som här presenterats med utgångspunkt i de tidigare antologikapitlen indikerar en risk att beslutsfattare i Sverige möjligen stirrar sig blinda på olika organisationer och strukturer med syfte att gynna entreprenörskap, men att de glömmer de fundamentala faktorer som forskningsevidensen indikerar som en grund för entreprenörskap för en levande landsbygd. Sådana fundamentala faktorer är ofta av de slag att beslutsfattare inte lätt 'kan trycka på knappen' för att förbättra på kort sikt, men ändå högst relevanta och viktiga.

Antologin indikerar också att det fortfarande saknas viktig kunskap och forskning inom flera av de områden som antologikapitlen diskuterar och det finns mycket kvar att göra för att främja entreprenörskap för en levande landsbygd. Några kunskapsluckor som kapitlen i denna antologi diskuterat berör de indirekta ekonomiska effekterna av regelbördan, hur bankernas utlåning har ändrats över tid och vilka regionala skillnader det finns, hur entreprenörskapsutbildningar bör vara utformade och utvärderas på lång sikt, professionalisering av småföretag, kompetensförsörjning på glesbygden (t.ex. unga och nyanlända)

och de sociala nätverkens roll i att skapa nya affärsmöjligheter på utländska marknader för SMEs. Sammantaget kan mer forskning inom dessa områden ge ett bättre kunskapsunderlag och ökad förståelse för entreprenörskap för en levande landsbygd.

Referenser

- Berglund, K., & Johansson, A. W. (2007). "Entrepreneurship, discourses and conscientization in processes of regional development". *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 19 No. 6, s. 499–525.
- Brattström, A., Delmar, F., Johnson, A., Karlsson, T., Laufer, M., Lu, R., Novell, P., Persson, R., Yttermyr, & Wennberg, K. (2018). "Entrepreneurial teams: A comparative study of start-up teams in incubators". Rapport, Lunds Universitet.
- Braunerhjelm, P., Eklund, C. & Henrekson, M. (2012). "Ett ramverk för innovationspolitiken: Hur göra Sverige mer entreprenöriellt?" Stockholm: Samhällsförlaget.
- Elert, N., Andersson, F. & Wennberg, K. (2015). "The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance". *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 111: 209–223.
- Jack, S.L. & Andersson, A.R. (2002). "The effects of embeddedness on the entrepreneurial process". *Journal of Business Venturing*. Vol. 17 No. 5, 467–487.
- Karlson, N., Sandström, C. & Wennberg, K. (2018). "Innovationspolitik för tillväxt". Stockholm: Ratio.
- Malmström, M., Johansson, J., & Wincent, J. (2017). Gender Stereotypes and Venture Support Decisions: How Governmental Venture Capitalists Socially Construct Entrepreneurs' Potential. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 41 No. 5, s. 833–860.
- Ring, J.K., Peredo, A.M. & Chrisman, J.J. (2010). "Business networks and economic development in rural communities in the United States". *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 34 No. 1, 171–195.
- Sorenson, O., Assenova, V., Li, G-C., Boada, J. & Fleming, L. (2016). "Expand innovation finance", *Science*. Vol. 354 No. 6319, 1526–1528.
- Tillväxtanalys (2018). "Finansiell exit – perspektiv, aktörer, vägar och konsekvenser". Stockholm: Tillväxtanalys, Dnr: 2017/027.
- Xu, L. & Zia, B. (2012). "Financial literacy around the world: an overview of the evidence with practical suggestions for the way forward", Världsbanken.

