

OSYNLIGA JOBBSKAPARE: EN TILLVÄXTPOTENTIAL FÖR SVENSK DETALJHANDEL?

Anders Bornhäll, Sven-Olov Daunfeldt, Oana Mihaescu och Niklas Rudholm

Den stora merparten av alla detaljhandelsföretag karakteriseras av ingen eller en marginell tillväxt av antalet anställda. Dessa företag betraktas ofta som en homogen grupp bestående av företag med inga tillväxtambitioner och som näringspolitiken inte bör inriktas gentemot. I denna rapport visar vi dock att de företag som inte växer i själva verket är mycket heterogena. Mer än tio procent av alla detaljhandelsföretag som inte växer under en treårsperiod kännetecknas av en relativt hög lönsamhet. Dessa företag kallar vi för de sovande gasellerna eftersom tidigare studier har visat att hög lönsamhet är en viktig faktor för en långsiktigt hållbar framtida tillväxt av antalet anställda. Andelen sovande gaseller inom detaljhandeln är cirka 1,5 till 2,35 procentenheter fler än i ekonomin som helhet. Hälften av dessa detaljhandelsföretag kommer inte heller att öka antalet anställda i kommande perioder, trots att de fortsätter att ha en hög lönsamhet eller en lönsamhet i paritet med det genomsnittliga företaget. Detta visar att det finns en dold tillväxtpotential inom detaljhandeln i Sverige som inte har realiserat. Resultaten från studien visar också att de sovande gasellerna inom detaljhandeln inte är slumpmässigt dragna ur företagspopulationen, utan att det framförallt är små företag som väljer att inte expandera verksamheten mellan två treårsperioder. De sovande gasellerna är inte heller slumpmässigt fördelade geografiskt i Sverige. De kommuner som har en hög andel sovande gaseller inom detaljhandeln under en tidsperiod tenderar att även ha det i kommande tidsperioder, vilket indikerar att det finns geografiska förklaringar till varför vissa företag inte växer trots att de har en god lönsamhet. Avsaknaden av tillväxt hos dessa företag kan antingen förklaras av att de inte har några tillväxtambitioner, oavsett villkoren för företagande; alternativt att de vill växa, men inte under rådande förutsättningar. Om den senare förklaringen är giltig kan reformer som minskar tillväxtbarriärer för detaljhandelsföretagen generera många nya arbetstillfällen.

OM FÖRFATTARNA

Denna rapport om detaljhandlars förutsättningar för tillväxt är författad av Fil. Lic Anders Bornhäll, professor Sven-Olov Daunfeldt och Fil. Dr Oana Mihaescu.

Anders Bornhäll är doktorand i nationalekonomi vid HUI Research och Örebro Universitet. Anders försvarade sin licentiatavhandling *Unseen Job Creators and Seniority Rules: Two essays on firm growth barriers* i mars 2014. Hans forskning är empiriskt inriktad mot företagstillväxt och identifikation av tillväxtbarriärer för små – och medelstora företag.

Sven-Olov Daunfeldt är forskningschef vid HUI Research och professor i nationalekonomi vid Högskolan Dalarna. Sven-Olov disputerade år 2001 vid Umeå universitet och är idag en av de ledande forskarna i Sverige när det gäller studier av handelns betydelse för samhällsekonomin. Han har bland annat studerat nystarter inom detaljhandeln, strukturomvandlingen inom dagligvaruhandeln, effekter av trängselskatter på detaljhandeln i Stockholms innerstad, jobbskapande inom handelsbranscherna, effekter av produktmärkningar inom dagligvaruhandeln, samt IKEAs betydelse för den regionala utvecklingen. Under senare tid har Sven-Olovs forskning framförallt varit inriktad mot studier av villkoren för företagande och bland annat berört effekterna av innovationsstöd till små och medelstora företag, de snabbväxande företagens betydelse över tid, samt deras bidrag för att bryta utanförskapet i ekonomin. Hans forskning är publicerad i över 35 vetenskapliga tidskrifter/böcker, såsom *Journal of Population Economics*, *Oxford Economic Papers*, *Small Business Economics* och *Industrial and Corporate Change*.

Oana Mihaescu är forskare vid HUI Research och adjungerad lektor vid Högskolan Dalarna. Oana disputerade år 2010 vid University of Cincinnati, USA, och är idag ansvarig för forskningsområdet "Handels betydelse för platsens attraktivitet" på HUI Research. Hon har forskat, bland annat, om hur nya IKEA etableringar påverkar omkringsliggande företag i Sverige, om hur förorenade områden påverkar stadens attraktivitet, om stöd till service i glesbygd, hållbara transporter och landsbygdsutveckling. Hon har publicerat sin forskning i internationella tidskrift såsom *Regional Studies*, *Journal of Regional Analysis and Policy*, and *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*.

Niklas Rudholm är forskare vid HUI Research och professor i nationalekonomi vid Högskolan Dalarna. Niklas disputerade år 2001 vid Umeå Universitet med en avhandling som behandlade hur nyetableringar och tillväxt i marknadsandelar av så kallade generikapreparat påverkade originalläkemedel. Niklas forskning är metodorienterad och han har framförallt arbetat med forskning inom områdena hälsoekonomi, industriell organisation och regional ekonomi. Han har publicerat sig i en stor mängd vetenskapliga tidskrifter, t ex *Journal of Health Economics*, *Journal of Industrial Economics* och *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*.

Rapporten och forskningen kring detaljhandelns osynliga jobbskapare har varit möjlig genom ett projektbidrag från Handels Utvecklingsråd.

1. INLEDNING

1.1 Problembakgrund

Frédéric Bastiat publicerade sitt berömda verk *Ce qu'on voit et ce qu'on ne voit pas* (Det man ser och det man inte ser) år 1848. I detta verk argumenterade Bastiat för att en god analys inte bara ska ta hänsyn till vad som syns, utan även det som inte syns (Bastiat, 1884/2010). Bastiat introducerade här ett av de mest centrala begreppen i nationalekonomisk teori, nämligen alternativkostnaden (det vill säga kostnaden för den bästa alternativa användningen av en viss resurs), nästan 70 år innan begreppet formellt introducerades av Friedrich von Wieser (von Wieser, 1914).

Denna insikt är även viktigt vid forskning om företagstillväxt, vilket nyligen uppmärksammades av Bornhäll med flera (2015). Skälet till detta är att allt fler politiker och forskare menar att näringslivspolitik bör riktas mot åtgärder för de snabbväxande innovationsbenägna företagen (Shane, 2009; Mason och Brown, 2013). I sina strategidokument anger exempelvis Europeiska Unionen att mer fokus ska riktas mot att stödja snabbväxande små – och medelstora bolag (European Commission, 2010). Näringslivspolitik fokuseras således mot det vi faktiskt ser, det vill säga företag med en snabb faktiskt tillväxt av antal anställda.

Denna nya inriktning beror på att ett flertal studier uppmärksammat att de flesta små företag inte växer alls, medan ett fåtal snabbväxande företag (ofta kallade för gaseller) står för merparten av sysselsättningstillväxten i ekonomin (Henrekson och Johansson, 2010; Coad med flera, 2014). Problemet är att de snabbväxande företagen kan ha uppnått en kraftig tillväxt trots att det existerar ett antal tillväxtbarriärer i ekonomin som förhindrar uppkomsten av nya arbetstillfällen. Ny forskning visar också att det är osannolikt att de snabbväxande företagen kommer att upprepa sina höga tillväxttal i kommande perioder (Hözl, 2014; Daunfeldt och Halvarsson, 2015).

Bornhäll med flera (2015) menar att fokus därför bör flyttas från analyser av den sysselsättningstillväxt som syns till den potentiella sysselsättningstillväxt som inte syns, det vill säga den ökning av antal anställda som skulle ha kunnat ske om de institutionella villkoren för företagande var annorlunda. Samtidigt som ett fåtal företag växer snabbt (men oftast inte uthålligt) växer nämligen de flesta företag inte alls. Bornhäll med flera (2015) uppmärksammade att många av dessa företag har de finansiella resurserna för att växa, men av någon anledning avstår. Under perioden 1997-2010 kännetecknades nästan 10 procent av de studerade företagen i Sverige av en god lönsamhet, men ingen förändring av antalet anställda. Ännu mer anmärkningsvärt var att nästan hälften av dessa företag inte heller växte under den kommande 3-års perioden, trots att de fortsatte att uppvisa en hög lönsamhet.

Bristen på tillväxtdynamik bland de lönsamma företagen är av betydelse eftersom tidigare forskning har visat att höga vinster är viktiga för den framtida sysselsättningstillväxten bland företagen (Davidsson med flera, 2009), vilket implicerar att den stora tillväxtpotentialen kan finnas bland de många företagen som inte växer.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna rapport är att studera hur många lönsamma företag inom detaljhandeln i Sverige som inte väljer att växa och vad det är som karakteriserar dessa företag.

Mer specifikt kommer följande frågeställningar att studeras inom projektet:

- (i) Hur stor andel av alla företag inom den svenska detaljhandeln växer inte trots god lönsamhet?
- (ii) Vad karakteriserar de detaljhandelsföretag som inte växer mellan två perioder trots att de har de finansiella resurserna att expandera sin verksamhet?

1.3 Betydelse och förväntade bidrag

En av de främsta utmaningarna för de politiska beslutsfattarna i Sverige är hur de ska reducera den höga arbetslösheten och bryta det utanförskap som den skapar. Den förda politiken har under senare år framförallt inriktats mot att öka incitamenten för de arbetslösa att acceptera erbjudna arbeten, samt att göra de arbetslösa mer anställningsbara genom olika utbildningssatsningar. Den bestående höga arbetslösheten och det omfattande utanförskapet indikerar dock att politiken varit otillräcklig och därför behöver kompletteras med ytterligare åtgärder. Utbudet av arbetskraft finns, men tillräcklig efterfrågan från företagen saknas för att möta utbudet.

I syfte att ändra detta har den nuvarande Regeringen aviserat att de ska bedriva en mer aktiv näringslivspolitik som i praktiken innebär mer riktade satsningar gentemot FoU-intensiva branscher branscherna (Daunfeldt m fl., 2015). Innovationer och sysselsättningstillväxt inom handeln är dock något som får lite uppmärksamhet, vilket är problematiskt eftersom detaljhandeln utgör en potentiell instegsbransch för många av de grupper av arbetstagare som idag har problem att etablera sig på arbetsmarknaden, till exempel ungdomar och utrikes födda (Skedinger, 2011). Detaljhandeln kan därför tänkas ha en viktig roll för att bryta det omfattande utanförskapet som idag existerar på den svenska arbetsmarknaden.

Studier av förutsättningar för tillväxt inom detaljhandeln är också av betydelse eftersom den stora merparten av alla vetenskapliga studier av företagstillväxt är inriktade på FoU-intensiva branscher, såsom tillverkningsindustrin (Coad, 2009). Denna rapport ska ses som ett första steg att vidga perspektiven genom att kartlägga företagstillväxten och tillväxtpotentialen inom den svenska detaljhandeln. Vi förväntar oss att rapporten ska bidra med:

- Kunskap om förekomsten av potentiella tillväxtföretag inom detaljhandeln i Sverige.
- Kunskap om vad det är som karakteriserar de detaljhandelsföretag som inte växer, trots god lönsamhet.
- Kunskap om huruvida utvecklingen inom detaljhandeln skiljer sig från utvecklingen inom andra branscher.
- Kunskap som gör det möjligt att i nästa steg fördjupa analysen och närmare studera vad det är som kan förklara varför vissa detaljhandelsföretag inte väljer att växa trots att de har de finansiella möjligheterna.

1.4 Avgränsningar

Denna rapport är explorativ i sin natur och försöker studera en stor grupp av företag som få tidigare studier berört. Rapporten gör inte anspråk på att identifiera kausala samband, utan fungerar som en problembeskrivning och ingång till vidare fördjupning i en rad frågor rörande företagstillväxt och jobbskapande. Det datamaterial som används är

begränsat till svenska aktiebolag. Detta innebär att man bör iaktta försiktighet gällande resultatens generaliserbarhet utanför den studerade gruppen av företag.

1.5 Disposition

I nästa avsnitt ges en teoretisk bakgrund till varför de snabbväxande företagen fått alltmer uppmärksamhet från forskare och politiker under senare tid, och den kritik som riktats mot denna inriktning redovisas också. Datamaterialet och hur vi identifierar de företag som vi är intresserade av att studera beskrivs i avsnitt 3. Deskriptiv statistik över vad som kännetecknar de detaljhandelsföretag som inte växer trots att de har en tillväxtpotential, de så kallade sovande gasellerna, presenteras i avsnitt 4. I syfte att närmare studera vad som karakteriserar dessa detaljhandelsföretag presenterar vi i avsnitt 5 resultaten från skattningen av en regressionsmodell och i avsnitt 6 studerar vi om dessa företag skiljer sig från motsvarande företag i andra branscher. Den geografiska fördelningen av de sovande gasellerna inom detaljhandeln analyseras sedan i avsnitt 7. Avslutningsvis diskuteras resultaten och förslag på fortsatt forskning ges.

2. Från kreativ förstörelse till sovande gaseller

Studier av företagsdynamik tar ofta sin utgångspunkt i de motsägande slutsatser som drogs av Joseph Schumpeter i unga, respektive gamla år. Schumpeter publicerade redan 1911 (1934/1911) en studie där han betonade entreprenören och nyföretagandets roll för att skapa ekonomisk tillväxt och välstånd. Entreprenören var den individ som introducerade nya idéer i ekonomin och då ofta i nya företag. Enligt den unge Schumpeter drevs ekonomisk utveckling således av unga företag, vilka också i allmänhet är små. Schumpeter menade att dessa små innovativa företag utmanade befintliga äldre företag med ny teknologi, varvid de senare så småningom konkurreras ut. Små nytänkande företag ersätter således etablerade företag som inte hänger med i den industriella utvecklingen – en process som Schumpeter kallade för "kreativ förstörelse". Gammal teknologi förstörs genom unga företags kreativitet, vilket skapar dynamik i näringslivet och driver den ekonomiska utvecklingen framåt.

Den äldre Schumpeter (1942) betonade istället stordriftsfördelarnas betydelse för såväl produktion som för forskning och utveckling. De första decennierna efter andra världskriget ansågs det självklart att det var de stora, och därmed de äldre företagen, som skapade jobb och tillväxt. Ekonomisk teori och ekonomisk politik betonade betydelsen av stordriftsfördelar i såväl produktion som i forskning och utveckling. Nya och små företag sågs som ineffektiva, och emellanåt som ett slöseri med resurser (Galbraith, 1956, 1967). För att tillvarata stordriftsfördelar och påskynda strukturomvandlingen utformades den ekonomiska politiken för att gynna stora industriföretag. Statistiken visade också att de större företagen stod för en större andel av den totala sysselsättningen jämfört med de mindre företagen. Analysen baserades på aggregerad statistik av sysselsättningen i företagen, det vill säga en jämförelse mellan den totala sysselsättningen i respektive storleksklass vid en given tidpunkt.

De stora företagens betydelse för den ekonomiska utvecklingen ifrågasattes dock i en mycket inflytelserik rapport skriven av David Birch (1979). Han analyserade enskilda företags utveckling över tiden och fann, i likhet med den då rådande uppfattningen, att de stora företagen vid en given tidpunkt svarade för huvuddelen av sysselsättningen. Men när företag följdes över tiden upptäckte han att företag som vid en tidpunkt var stora minskade sin sysselsättning och ersattes av företag som tidigare varit små, men som vuxit sig stora. Ur ett dynamiskt perspektiv skapade således de små företagen jobben, medan de större företagen minskade sin sysselsättning som grupp. Den viktiga insikten från rapporten var att den rådande uppfattningen om storföretagens betydelse för sysselsättningen baserades på ett statiskt perspektiv, medan en dynamisk analys behövdes för att kunna fastställa de små företagens betydelse för sysselsättningstillväxten.

Resultaten uppfattades som kontroversiella och de utsattes för hård kritik av till exempel Davis m fl. (1996), samt Haltiwanger och Krizan, (1999). I stort har dock Birch ursprungliga resultat bekräftats av senare forskning (Van Praag och Versloot, 2008), men med ett viktigt tillägg: de flesta små och nya företag växer inte. De nya jobben skapas istället av ett fåtal snabbväxande företag (Birch och Medoff, 1994). Birch kallade dessa företag för "gaseller" eftersom de rörde sig så snabbt framåt. Majoriteten av de små företagen utan tillväxtambitioner kallade han för "möss", och de stora företagen med många sysselsatta, men med svag tillväxt, kallade han för "elefanter".

Under senare tid har forskare och politiker riktat alltmer intresse gentemot dessa "gaseller", det vill säga de snabbväxande företagen. Denna nya inriktning kan förklaras av att ett stort antal studier har visat att de snabbväxande företagen skapar merparten av alla nya jobb i ekonomin. Storey (1994) fann exempelvis att de 4 procent snabbast växande företagen i Storbritannien stod för 50 procent av sysselsättningstillväxten. I en senare studie med titeln *The Vital 6 per cent* visade NESTA (2009) att det snarare var de 6 procent snabbast växande företagen som stod för hälften av alla nya arbeten som skapades i ekonomin. Liknande siffror finns även för andra länder. Daunfeldt m fl. (2011) visade exempelvis att de 6 procent snabbast växande företagen skapade cirka 42 procent av de nya arbetstillfällena i Sverige under perioden 2005-2008. De snabbväxande företagen verkar således vara av stor betydelse för sysselsättningstillväxten även i Sverige, även om det finns indikationer på att Sverige har färre snabbväxande företag än andra länder (Anyadike-Danes m fl., 2015).

De snabbväxande företagens betydelse för antal skapade arbetstillfällen har lett till förslag om att de politiska beslutsfattarna bör satsa mer resurser för att stödja dessa företag, istället för att satsa på nystartade företag som i regel varken har tillväxtambitioner eller överlever konkurrensen på marknaden (Shane, 2009; Mason och Brown, 2013). I sina strategidokument anger exempelvis Europeiska Unionen att mer fokus ska riktas mot att stödja snabbväxande små – och medelstora bolag (European Commission, 2010).

Inriktningen mot stöd av potentiellt snabbväxande företag har dock mött kritik under senare tid. I en nyligen publicerad översiktsartikel är Coad m fl. (2014) skeptiska till denna utveckling eftersom tillväxten för de snabbväxande företagen inte verkar vara persistent över tid (Daunfeldt och Halvarsson, 2015; Hölzl, 2014), och eftersom det verkar vara svårt att prediktera vilka företag som kommer att karakteriseras av hög tillväxt i framtiden (Storey, 1994; Hölzl, 2009). Coad m fl. (2014, s. 107) noterar därför att: "*Looking at the whole growth distribution is more complex, but likely also more rewarding than concentrating on HGFs alone*". Ytterligare ett problem med inriktningen gentemot snabbväxande företag är att den leder till att näringslivspolitikerna blir fokuserad gentemot FoU-intensiva branscher, medan andra branscher (såsom t.ex. detaljhandeln) inte prioriteras i samma utsträckning (Daunfeldt m fl., 2014a).

Den starkare fokuseringen gentemot FoU-intensiva branscher är problematisk av flera skäl. För det första finns det inga indikationer på att de snabbväxande företagen är mer vanliga inom dessa branscher (Hölzl, 2009; Henrekson och Johansson, 2010; Daunfeldt m fl., 2014a). Daunfeldt m fl. (2014a) presenterar exempelvis resultat som indikerar att de snabbväxande företagen är *mindre* vanliga i FoU-intensiva branscher och snarare överrepresenterade i de kunskapsintensiva tjänstenäringarna. För det andra visar en nyligen genomförd utvärdering av innovationsstöd till små och medelstora företag i Sverige (Daunfeldt m fl., 2014b) att de inte har någon effekt på antal anställda i de stödmottagande företagen. Resultaten ger således inget stöd för att selektiva innovationsstöd är effektiva för att öka sysselsättningen.

Det finns således ett behov av att analysera hela tillväxtfördelningen, vilket påtalas av Coad m fl. (2014), samt att närmare studera förutsättningarna för växande företag i andra branscher. Det senare är också av betydelse eftersom FoU-intensiva branscher i mindre utsträckning utgör en väg in i arbetsmarknaden för de grupper av individer som har problem med att etablera sig på arbetsmarknaden, exempelvis utrikes födda,

långtidsarbetslösa och ungdomar, i jämförelse med branscher såsom detaljhandeln och besöksnäringen.

Bornhäll m fl. (2015) menar att fokuseringen gentemot de snabbväxande företagen också kan vara problematisk eftersom dessa företag tenderar att växa, trots förekomsten av tillväxtbarriärer som begränsar tillväxten för företagare som är mindre riskbenägna. De hänvisar här till Frédéric Bastiats berömda verk *Ce qu'on voit et ce qu'on ne voit pas* (Det man ser och det man inte ser) som publicerades år 1848. I detta verk argumenterade Bastiat för att en god analys inte bara ska ta hänsyn till vad som syns, utan även det som inte syns (Bastiat, 1848/2010). Bornhäll m fl. (2015) menar i enlighet med detta resonemang att mindre fokus bör läggas på de snabbväxande företagen, det vill säga den tillväxt som syns. De menar att fokus istället bör riktas mot alla företag som inte växer, trots att de uppvisar en god lönsamhet. Dessa företag har nämligen förutsättningarna för att växa, men avstår av någon anledning. Detta är således den tillväxt som inte syns, men som skulle kunna realiseras om villkoren för företagande var annorlunda. De kallar dessa företag för sovande gaseller för att illustrera den dolda tillväxtpotentialen som kan finnas bland dessa företag.

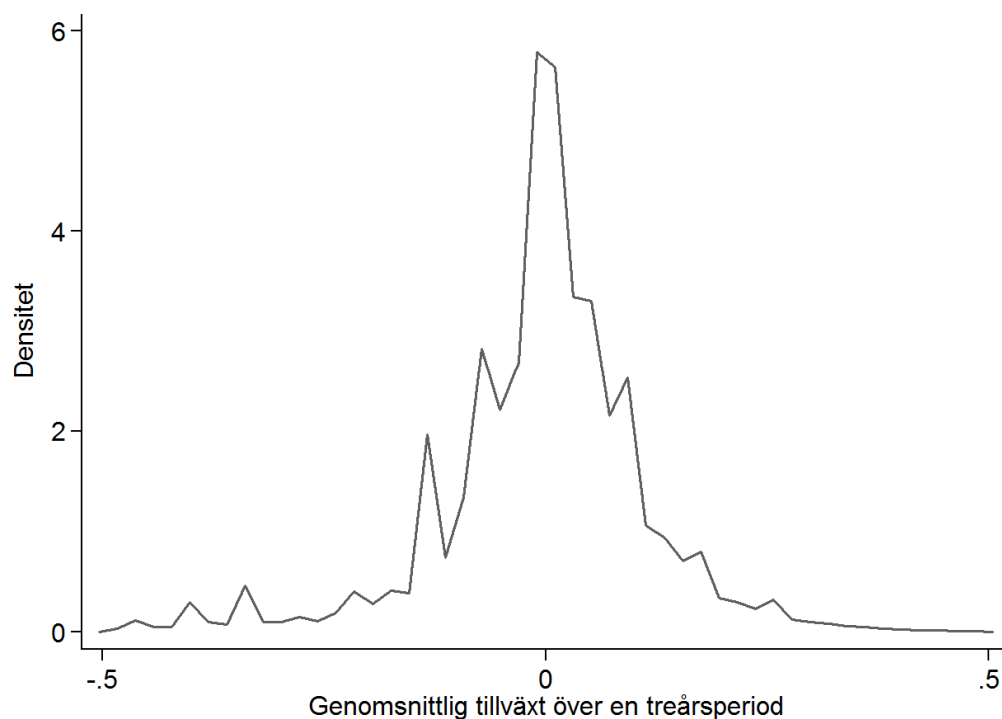
3. SOVANDE GASELLER INOM DETALJHANDELN

3.1 Data och tillväxtfördelning

I syfte att studera hur många lönsamma företag inom detaljhandeln i Sverige som inte väljer att växa och vad det är som karakteriserar dessa företag använder vi data från Bisnode-databasen. Denna databas innehåller företagsspecifik information om alla aktiebolag i Sverige under perioden 1998-2010 och är heltäckande eftersom aktiebolag enligt svensk lag måste skicka in sina resultaträkningar till patent och registreringsverket (PRV). Databasen är införskaffad från konsultföretaget Bisnode, som har samlat in denna data från PRV (samt även ytterligare material). Databasen innehåller all information som finns i företagens årsredovisningar, vilket innebär att vi har data på omsättning, antal anställda, vinster, soliditet, etc. Databasen innehåller också heltäckande information om företagens ålder, industritillhörighet, samt om företagen är del av en koncern. Vidare kan databasen kopplas till ett adressregister, vilket möjliggör detaljerade studier av företagens lokalisering.

Tillväxtfördelningen för perioden 1998-2010 illustreras i Figur 3.1 nedan.

Figur 3.1. Fördelning av genomsnittlig företagstillväxt mätt som den logaritmerade förändringen av antal anställda under en treårsperiod, Kernel-densitet, 1998-2010.



I enlighet med tidigare studier kan vi se att fördelningen inte är normalfördelad, utan snarare är "tältformad" (Bottazzi m fl., 2011; Coad m fl., 2014). De flesta företag växer således inte under en treårsperiod, medan ett fåtal snabbväxande företag står för merparten av all sysselsättningstillväxt.

Forskningen har under senare tid alltmer fokuserats den högra svansen av tillväxtfördelningen i Figur 3.1, det vill säga de snabbväxande företagen (Coad m fl,

2014). Ett stort antal studier har studerat om dessa företag tenderar att vara unga (Delmar med flera, 2003; Haltiwanger med flera, 2013), små (Delmar med flera, 2003; Shepherd och Wiklund, 2009), ingår i en koncern (Delmar med flera, 2003), familjeägda (Bjuggren med flera, 2013), aktiva inom en viss industri (Acs med flera, 2008; Daunfeldt med flera, 2015), lokaliserad i en viss region (Stam, 2005; Acs och Mueller, 2008) eller land (Schreyer, 2000; Bravo-Biosca, 2010; Teruel och de Wit, 2011).

Skälet till att de snabbväxande företagen har fått en allt större uppmärksamhet under senare tid är att de står för merparten av all sysselsättningstillväxt under en specifik period. Men studier har på senare tid ifrågasatt fokuseringen gentemot dessa snabbväxande företag eftersom deras tillväxt inte är persistent över tid och eftersom politiker inte verkar kunna prognosticera vilka företag som kommer att vara snabbväxande i framtiden (Coad m fl., 2014). Bornhäll m fl (2015) menar att mer fokus istället bör läggas på massan i mitten av tillväxtfördelningen, det vill säga de företag som inte växer eller som växer mycket marginellt. Skälet är att denna grupp inte är homogen, utan även består av företag som har de finansiella förutsättningarna för att växa men ändå avstår. Dessa företag kallar Bornhäll m fl (2015) för de sovande gasellerna.

3.2 Identifikation av sovande gaseller

I syfte att identifiera de sovande gasellerna inom detaljhandeln delar vi, i enlighet med Bornhäll m fl. (2015), in företagen i en 3x3 matris på basis av deras sysselsättningstillväxt och lönsamhet (Figur 3.2). Skälet till att de sovande gasellerna identifieras utifrån deras lönsamhet är att forskningen visat att företag som uppvisar en god lönsamhet har bättre förutsättningar för att uppnå en hållbar framtida tillväxt jämfört med företag som växer före dem är lönsamma (Davidsson m fl., 2009). Mer specifikt delas alla företag in i någon av de nio grupperna nedan:

- 1 = Företag med låg lönsamhet och minskning av antalet anställda.
- 2 = Företag med en genomsnittlig lönsamhet och minskning av antalet anställda.
- 3 = Företag med hög lönsamhet och en minskning av antalet anställda.
- 4 = Företag med låg lönsamhet och oförändrat antal anställda.
- 5 = Företag med en genomsnittlig lönsamhet och oförändrat antal anställda.
- 6 = Företag med hög lönsamhet och oförändrat antal anställda (sovande gaseller).
- 7 = Företag med låg lönsamhet och en ökning av antalet anställda.
- 8 = Företag med en genomsnittlig lönsamhet och en ökning av antalet anställda.
- 9 = Företag med hög lönsamhet och en ökning av antalet anställda.

Figur 3.2. Klassificeringen av detaljhandelsföretag utifrån deras kombination av tillväxt i antal anställda och avkastning på totalt kapital.

		Avkastning på totalt kapital (ROA)		
		Låg	Medel	Hög
Förändring antal anställda	-	1	2	3
	0	4	5	6
	+	7	8	9

I enlighet med Bornhäll m fl. (2015) använder vi oss av avkastningen på totalt kapital (ROA) som vårt vinstmått. Detta mått mäter hur mycket företaget tjänade för varje investerad krona och är det bredaste lönsamhetsmåttet (Libby m fl., 2009). En stor fördel är att detta mått är oberoende av finansieringskällan (skuld kontra eget kapital), och även om flera lönsamhetsmått har använts i litteraturen (Richard m fl., 2009) så är avkastningen på totalt kapital det som använts flitigast (Davidsson m fl., 2009; Steffens m fl., 2009).

Grupperna med låg ROA (vänstra kolumnen) har under perioden en genomsnittlig ROA på -8,0 procent, mittengrupperna (mittenkolumnen) en genomsnittlig ROA på 6,1 procent och grupperna med hög lönsamhet (högra kolumnen) hade ett genomsnitt på 21,8 procent. Speciellt fokus riktas mot grupp 6 (fetmarkerad i Figur 3.2) som är de sovande gasellerna, det vill säga de företag som inte växer trots god lönsamhet. Vi är också intresserade av grupp 5 eftersom den delvis består av företag som inte förändrar antalet anställda över tid, men som skulle göra detta om villkoren för företagande var annorlunda. Notera även att grupp 9 är av speciellt intresse att studera eftersom den gruppen innehåller de företag som växer med bibehållen hög lönsamhet mellan två treårsperioder.

3.3 Förekomsten av sovande gaseller i detaljhandeln

Deskriptiv statistisk avseende förändringen av antal anställda (Tillväxt), avkastningen på total kapital (ROA), företagens storlek i termer av antal anställda och företagens ålder för de nio olika grupperna i Figur 3.1 presenteras nedan i Tabell 3.1.

Vi kan från Tabell 3.1 se att grupp 6, det vill säga de sovande gasellerna, i genomsnitt har cirka fem anställda och har funnits på marknaden i mer än tjugo år. Detta kan jämföras mot grupp 9, det vill säga de detaljhandelsföretag som både har en hög lönsamhet och en hög sysselsättningstillväxt. Detaljhandelsföretag i denna grupp är i genomsnitt mer än tre gånger större (cirka 18 anställda), men marginellt yngre. Notera också att de företag som inte växer, men som har låga vinster alternativt genomsnittliga vinster (grupp 5), också är relativt små. Detta utgör en indikation på att det framförallt är små företag som väljer att inte expandera verksamheten mellan två treårsperioder, vilket talar för att det är dessa företag som möter flest tillväxtbarriärer.

Tabell 3.1. Deskriptiv statistik för de olika tillväxt-vinst grupperna i Figur 3.2, 1998-2009.

Grupp 1				Grupp 2				Grupp 3			
Variabel	Obs	Medel	S.a.	Variabel	Obs	Medel	S.a.	Variabel	Obs	Medel	S.a.
Tillväxt	3 069	-1,06	4,11	Tillväxt	6 641	-1,17	4,7	Tillväxt	1 837	-1,09	4,23
ROA	3 154	-17,14	72,88	ROA	6 784	5,3	81,7	ROA	1 876	21,9	31,24
Storlek	3 154	6,81	30,65	Storlek	6 866	5,82	13,61	Storlek	1 876	10,42	17,01
Ålder	3 154	21,98	16,28	Ålder	6 866	20,61	14,81	Ålder	1 876	22,15	15,54
Grupp 4				Grupp 5				Grupp 6			
Variabel	Obs	Medel	S.a.	Variabel	Obs	Medel	S.a.	Variabel	Obs	Medel	S.a.
Tillväxt	4 715	-0,01	0,36	Tillväxt	10 679	-0,01	0,83	Tillväxt	4 383	-0,05	2,4
ROA	4 926	-6,57	40,28	ROA	11 107	5,6	48,66	ROA	4 534	18,69	22,86
Storlek	4 926	3,21	3,73	Storlek	11 242	3,66	3,53	Storlek	4 534	4,91	5,54
Ålder	4 926	21,08	14,78	Ålder	11 242	20,29	14,36	Ålder	4 534	20,54	14,38
Grupp 7				Grupp 8				Grupp 9			
Variabel	Obs	Medel	S.a.	Variabel	Obs	Medel	S.a.	Variabel	Obs	Medel	S.a.
Tillväxt	1 704	1,69	9,28	Tillväxt	5 619	1,25	4,99	Tillväxt	3 885	1,53	6,2
ROA	1 762	-7,69	35,31	ROA	5 810	6,28	43,81	ROA	3 995	19,98	19,17
Storlek	1 762	12,06	39,3	Storlek	5 848	10,75	35,33	Storlek	3 995	18,02	66,25
Ålder	1 762	18,81	14,48	Ålder	5 848	17,84	13,93	Ålder	3 995	18,97	13,99

Vi kan från Tabell 3.1 också observera att de sovande gasellerna är relativt vanliga inom detaljhandeln. Under den studerade tidsperioden är fler observationer inom den gruppen jämfört med de företag som växer med hög lönsamhet. Vi kan också konstatera att en stor grupp består av de företag som inte växer och har en lönsamhet i paritet med det genomsnittliga företaget i ekonomin.

I syfte att tydligare illustrera hur många sovande gaseller det finns inom detaljhandeln summeras dess andel under tre stycken treårsperioder i Tabell 3.2. Resultaten visar att andelen sovande gaseller uppgår till mellan 10,75 till 12,04 procent av alla detaljhandelsföretag under den studerade tidsperioden, vilket indikerar att det finns en stor tillväxtpotential inom detaljhandeln i Sverige som inte har realiserats. Vi kan också se att detaljhandeln har mellan 1,50 till 2,35 procentenheter fler sovande gaseller i jämförelse med andelen sovande gaseller i hela ekonomin. Detta utgör en indikation på att lönsamma detaljhandelsföretag är mindre benägna att expandera sin verksamhet jämfört med ett genomsnitt av alla andra branscher. Detta kan antingen förklaras av att fler handelsföretag inte har några tillväxtambitioner, alternativt att de möter fler tillväxtbarriärer än det genomsnittliga företaget i ekonomin.

Notera också det stora antalet företag som befinner sig i grupp 5, det vill säga de företag som inte växer men har en lönsamhet i paritet med genomsnittsföretaget i ekonomin. Andelen företagen i denna grupp uppgår till mellan 24,90 och 31,67 procent av alla detaljhandelsföretag, det vill säga ungefär vart fjärde företag inom detaljhandeln tillhör denna grupp. Det är mellan 2,34 och 4,62 procentenheter fler än vad som gäller för ekonomin som helhet. De sovande gasellerna har en mycket god lönsamhet, vilket talar för att det troligen inte är brist på interna resurser som hindrar dem från att växa. Det är mer troligt att detta utgör ett problem för företag i grupp 5, som är en betydligt större grupp av företag än de sovande gasellerna.

Tabell 3.2. Antal och andel sovande gaseller (grupp 6), samt företag som inte växer men har genomsnittlig lönsamhet (grupp 5) inom detaljhandeln och hela ekonomin, 1998-2010.

Period	Antal gr. 5	Andel gr. 5, detaljhandeln	Andel gr. 5, hela ekonomin	Antal gr. 6	Andel gr. 6, detaljhandeln	Andel gr. 6, hela ekonomin ^a
1998-2001	23 333	31,67%	27,05%	8 356	12,04%	9,69%
2001-2004	21 099	26,99%	23,47%	8306	10,82%	9,24%
2004-2007	19 389	27,05%	23,62%	7 588	10,75%	9,25%
2007-2010	16 682	24,90%	22,56%	7 087	11,19%	9,59%

^a Denna andel bygger på statistik som presenteras i Bornhäll m fl (2015).

Det behöver dock inte vara något problem med att företag under en kortare period inte väljer att anställa fastän deras lönsamhet är relativt god. En tydligare indikation på brist på tillväxtambitioner eller förekomsten av tillväxtbarriärer är om företagen fortsätter att vara lönsamma, men inte växa i kommande tidsperioder. Bornhäll m fl. (2015) har tidigare visat att detta är fallet när vi studerar alla företag i ekonomin, det vill säga att de sovande gasellerna har en hög sannolikhet att vara sovande gaseller även i kommande perioder. Enligt deras resultat var sannolikheten att en sovande gasell i tidsperiod t också var en sovande gasell i tidsperiod $t+3$ så hög som 0,25. Sannolikheten att dessa företag hade lika många anställda i den kommande treårsperioden, men en genomsnittlig lönsamhet, var också mycket hög (0,24). Detta visar att nästan hälften av de sovande gasellerna inte växer i nästkommande treårsperiod, trots att de fortsätter att ha höga eller medelhöga vinster.

I syfte att studera om detta även är fallet för företag inom detaljhandeln skattar vi motsvarande transitionsmatriser för de företag som är aktiva inom denna bransch. Resultaten presenteras i Tabell 3.3 och visar på en likartad bild för detaljhandelsföretagen. Det är alltså mycket sannolikt att de detaljhandelsföretag som har en hög lönsamhet, men ingen tillväxt i antalet anställda, kommer att fortsätta att ha detta under den kommande treårsperioden. Detta ger en indikation på att sysselsättningen i Sverige skulle kunna öka betydligt om dessa företag valde att använda sina vinster för att nyanställa och utveckla sin affärsverksamhet.

Resultaten i Tabell 3.3 indikerar också att de företag som inte anställer, men som har en lönsamhet i paritet med genomsnittsföretaget, har en än högre grad av persistens. I förväntan kommer 35 procent av dessa företag tillhöra samma grupp (5) i nästkommande tidsperiod. Dessa företag kanske inte har tillräckligt hög lönsamhet för att expandera verksamheten, men skulle kunna få det om lönsamheten förbättrades genom förändringar av de institutionella villkoren för företagande.

Tabell 3.3. Transitionsmatris för olika kombinationer av tillväxt och vinster mellan period t och t+3, detaljhandelsföretag.

		Tidsperiod t+3									
		Grupp	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Tidsperiod t	1	0,14	0,17	0,02	0,22	0,22	0,03	0,06	0,12	0,03	
	2	0,08	0,16	0,04	0,13	0,26	0,08	0,04	0,15	0,06	
	3	0,06	0,14	0,08	0,05	0,18	0,16	0,03	0,12	0,18	
	4	0,11	0,18	0,02	0,24	0,27	0,04	0,04	0,07	0,01	
	5	0,07	0,15	0,03	0,13	0,35	0,10	0,03	0,10	0,05	
	6	0,03	0,11	0,06	0,05	0,25	0,24	0,01	0,12	0,14	
	7	0,19	0,27	0,03	0,09	0,16	0,03	0,07	0,11	0,04	
	8	0,08	0,22	0,07	0,07	0,18	0,07	0,04	0,16	0,11	
	9	0,03	0,14	0,11	0,02	0,12	0,15	0,02	0,15	0,27	

En hypotes är att den observerade höga graden av tillväxtpersistens för de sovande gasellerna, samt de företag med nolltillväxt som har en genomsnittlig lönsamhetsnivå, inte gäller om vi studerar framtida treårsperioder. Vi har dock studerat detta och resultaten visar att persistensen även är väldigt hög om vi studerar kombinationen tillväxt och lönsamhet under den nästkommande treårsperioden, det vill säga 4-6 år efter det av vi först har kunnat klassificera ett företag i grupp 5 eller 6. Resultaten rapporteras i Tabell 3.4 och bekräftar bilden som ges av Tabell 3.3 ovan. Nästan hälften av de företag som har hög lönsamhet utan tillväxt i antalet anställda fortsätter att ha hög eller medelhög lönsamhet utan tillväxt efter 4-6 år. En tredjedel av företagen i grupp 5 befinner sig i samma grupp 4-6 år senare.

Tabell 3.4. Transitionsmatris för olika kombinationer av tillväxt och vinster mellan period t och t+6, detaljhandelsföretag.

		Tidsperiod t+6									
		Grupp	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Tidsperiod t	1	0,11	0,15	0,03	0,20	0,24	0,06	0,06	0,10	0,05	
	2	0,07	0,39	0,03	0,15	0,27	0,10	0,04	0,11	0,07	
	3	0,06	0,10	0,11	0,08	0,20	0,16	0,03	0,10	0,11	
	4	0,09	0,32	0,03	0,19	0,30	0,07	0,03	0,08	0,03	
	5	0,07	0,75	0,04	0,13	0,32	0,10	0,03	0,10	0,06	
	6	0,05	0,26	0,06	0,08	0,26	0,20	0,02	0,10	0,10	
	7	0,14	0,18	0,04	0,11	0,17	0,06	0,07	0,13	0,05	
	8	0,09	0,58	0,06	0,07	0,20	0,08	0,04	0,15	0,12	

4. Vad kännetecknar de sovande gasellerna inom detaljhandeln?

I syfte att närmare studera om de sovande gasellerna inom detaljhandeln signifikant skiljer sig från de företag som använder sin goda lönsamhet för att öka antalet anställda skattar vi i nästa steg följande linjära probabilitetsmodell:

$$D_{it} = \alpha_0 + \gamma'_k X_{i,t-1} + \beta'_s Z_{j,m,t-1} + \delta'_v Y_{m,t} + \eta'_v I_j + \lambda'_l R_m + \theta'_h T_t + \epsilon_t, \quad (1)$$

där D_{it} är en dikotom variabel som antar värdet ett om företag i tillhör den studerade gruppen under treårsperioden t , och värdet noll om företaget klassificeras in i en annan grupp. Företagsspecifika faktorer fångas upp av vektorn $X_{i,t-1}$; $Z_{j,m,t-1}$ är en vektor av industrispecifika förklaringsfaktorer; $Y_{m,t}$ är en vektor av regionala faktorer; I_j och R_m är industri samt regionspecifika fixa effekter. De senare fångar upp alla industri - och regionspecifika faktorer som inte varierar över tid, men som påverkar sannolikheten att ett detaljhandelsföretag är en sovande gasell. T_t är slutligen en vektor av tidspecifika fixa effekter som fångar upp de tidsvarianta förklaringsfaktorerna, till exempel konjunkturen, som påverkar sannolikheten att ett företag kan klassificeras som en sovande gasell under en studerad treårsperiod. Vissa av de oberoende variablerna är laggade en period för att undvika problem med omvänd kausalitet.

De företagsspecifika variablerna inkluderar företagsstorlek, mätt som det genomsnittliga antalet anställda under den föregående treårsperioden. Denna variabel inkluderas eftersom ett stort antal studier har visat att små företag tenderar att växa snabbare än större företag (Hall 1987; Evans 1987; Dunne m fl., 1989; Audretsch m fl., 1999; Calvo, 2006). Vektorn $X_{i,t-1}$ inkluderar också företagets ålder, vilket är definierat som observationsdatumet minus det registrerade startåret. Den senare informationen finns tillgängligt för alla företagsstorlekar och det tidigaste registreringsdatumet är från 1897. Denna variabel har under senare tid fått allt större uppmärksamhet eftersom det har visat sig att företagets ålder kan vara viktigare än storleken för att förklara företagstillväxt och där yngre företag ofta har visat sig växa snabbare än äldre företag (Coad, 2009; Haltiwanger m fl., 2013). Vi kontrollerar också för ägandeform genom att inkludera en indikatorvariabel som antar värdet ett om företaget tillhör en företagsgrupp och noll annars, samt företagets finansiella styrka. Den senare förklaringsfaktorn approximeras med storleken på det egna kapitalet i förhållande till de totala skulderna under den föregående tidsperioden. Detaljhandelsföretagen som tillhör en företagsgrupp, samt de som är finansiellt starkare, antas vara mindre sannolika att tillhöra gruppen av företag som inte växer trots hög lönsamhet.

I vektorn av industrispecifika variabler, $Z_{j,m-1}$, ingår avkastningen på totalt kapital för det genomsnittliga företaget för varje industri och kommun under föregående period. Denna variabel inkluderas för att fånga vinstmöjligheter för potentiella nystartade företag. Vinstosäkerheten skattas som den betingade variationen i ovanstående variabel. En industrivariabel som fått stor uppmärksamhet är den så kallade "minimum efficient scale" (MES), vilket är ett mått på hur snabbt ett nystartat företag måste växa för att uppnå någon sorts optimal storleksnivå. Tanken är att företag som finns i branscher med en hög MES måste växa snabbare, vilket innebär att sannolikheten för att observera sovande gaseller skulle vara lägre i dessa branscher. Vi approximerar MES med omsättningen hos medianföretaget i respektive bransch under föregående period. Sannolikheten att observera sovande gaseller kan också påverkas av konkurrensen på marknaden, där en hög marknadskoncentration (det vill säga få dominerande företag),

kan leda till att färre lönsamma företag väljer att expandera sin verksamhet. Marknadskoncentration mäts genom ett så kallat Herfindahl-index, vilket beräknas som summan av företagens marknadsandelar kvadrerat. Om samtliga företag hade lika stora inkomster skulle vårt mått för marknadskoncentration anta värdet $1/k$, där k är antalet företag inom kommunen och branschen. Om istället hela marknaden skulle kontrolleras av ett företag skulle värdet bli lika med 1. Vi kontrollerar i ekvation (1) också för antalet företag i varje industri och kommun under föregående period.

Vektorn av regionsspecifika faktorer, Y_{mt} , inkluderar bland annat antalet invånare i kommunen och befolkningstätheten. Vi förväntar oss att sovande gaseller är mer vanliga i regioner som är mer glesbefolkade eftersom den lokala marknaden då är mer begränsad och kanske inte tillåter en expansion av verksamheten. Vi kontrollerar också för den lokala tillgången på högre utbildning genom att inkludera en indikatorvariabel som antar värdet ett om det finns ett universitet eller en högskola i kommunen, annars antar den värdet noll. Vi mäter också utbildningsnivån i kommunen som andelen personer i åldern 16-74 år som har minst tre års eftergymnasial utbildning. Slutligen kan också förekomsten av sovande gaseller påverkas av lokala politiska faktorer. Vi kontrollerar här för politiska preferenser genom en indikatorvariabel som antar värdet ett för de kommuner där allianspartier är i majoritet. Tanken är att dessa partier oftast för en mer företagsvänlig politik, vilket kan minska sannolikheten att observera sovande gaseller i kommunen. Det kan dock tänkas att företag uppskattar stabila spelregler mer än vilket parti som faktiskt styr i kommunen. Vi kontrollerar därför också för politisk stabilitet genom att inkludera ytterligare ett Herfindahl-index som mäter summan av partiernas kvadrerade röstandelar i det senaste kommunvalet. Ett lägre värde på denna variabel indikerar att makten är utspridd på fler partier och att den politiska situationen i kommunen är mer instabil.

Resultaten från skattningen av ekvation (1) presenteras i tabell 4.1, medan deskriptiv statistisk för alla inkluderade variabler presenteras i tabell A1 i appendixet. När vi jämför de sovande gasellerna inom detaljhandeln med de detaljhandelsföretag som växer med en god lönsamhet (grupp 6 vs grupp 9) kan vi observera ett flertal intressanta skillnader. De sovande gasellerna är exempelvis signifikant mindre, äldre och mindre benägna att tillhöra en företagsgrupp. Vi kan också observera att ett antal industrispecifika faktorer kan förklara uppkomsten av sovande gaseller inom detaljhandeln. De är exempelvis mindre vanliga i industrier som har en hög MES, samt mer vanliga i industrier där ett fåtal företag dominerar marknaden. Analysen ger stöd för att konkurrens från ett fåtal dominerande aktörer är negativt för företagstillväxten.

De regionala faktorerna verkar inte vara speciellt viktiga för att förklara uppkomsten av sovande gaseller. Den enda regionala faktorn som blir statistiskt signifikant är förekomsten av universitet eller högskola. Förekomsten av universitet eller högskola verkar vara förknippat med en lägre andel sovande gaseller i den aktuella regionen. Detta skulle kunna tolkas som att kompetensförsörjningen underlättas av att ett universitet/en högskola etableras i närheten, vilket är positivt för företagstillväxten och leder till att antalet sovande gaseller minskar.

Tabell 4.1. Resultat avseende sannolikheten att klassificeras som en sovande gasell inom detaljhandeln, jämfört med urval av andra grupper, 1998-2010. Beroende variabeln antar värdet 1 för företag i den/de första gruppen/grupperna i kolumnrubrikerna och 0 för den/de andra gruppen/grupperna.

Variabler	5 vs 9	6 vs 5	6 vs 9	5&6 vs 8&9
Storlek	-0,00174*** (0,000418)	0,0141*** (0,00130)	-0,00119*** (0,000270)	-0,00159*** (0,000333)
Ålder	0,00167*** (0,000311)	-0,000528 (0,000334)	0,00192*** (0,000485)	0,00206*** (0,000272)
Företagsgrupp (D)	-0,230*** (0,0101)	0,0940*** (0,0105)	-0,150*** (0,0136)	-0,176*** (0,00814)
Finansiell styrka	0,00154*** (0,000521)	-0,00106*** (0,000322)	0,00179 (0,00278)	0,00164*** (0,000553)
Vinstmöjligheter	-0,00176*** (0,000316)	0,000790 (0,000532)	-0,000445** (0,000218)	-0,000350** (0,000176)
Vinstosäkerhet	-1,71e-07 (4,33e-07)	4,43e-07 (4,58e-07)	2,36e-08 (4,61e-07)	1,56e-07 (2,86e-07)
MES	-0,00446*** (0,00135)	0,00208 (0,00129)	-0,00160* (0,000891)	-0,00325** (0,00126)
Konkurrens	0,181*** (0,0494)	-0,0715 (0,0526)	0,160** (0,0793)	0,135*** (0,0427)
Antal företag	1,49e-05 (0,000281)	0,000133 (0,000288)	0,000342 (0,000392)	-0,000104 (0,000230)
Befolkning	1,69e-09 (6,13e-08)	5,63e-08 (6,71e-08)	7,46e-08 (1,02e-07)	2,62e-08 (5,50e-08)
Befolkningstäthet	8,26e-06 (1,14e-05)	-9,16e-06 (1,24e-05)	-4,34e-06 (1,93e-05)	1,29e-05 (1,02e-05)
Universitet (D)	-0,0409*** (0,0154)	-0,0139 (0,0163)	-0,0617*** (0,0235)	-0,0483*** (0,0134)
Utbildningsnivå	0,0226 (0,110)	0,135 (0,117)	0,0502 (0,177)	-0,0928 (0,0983)
Politiska preferenser	0,0157 (0,0126)	-0,000836 (0,0135)	0,0148 (0,0201)	0,0191* (0,0112)
Politisk styrka	0,405*** (0,119)	-0,159 (0,130)	0,342* (0,203)	0,313*** (0,111)
Konstant	0,786*** (0,104)	0,141 (0,148)	0,617*** (0,209)	0,672*** (0,115)
Observationer	9 307	9 659	5 338	15 552
R-squared	0,126	0,039	0,083	0,077
Time FE	YES	YES	YES	YES
Regional FE	YES	YES	YES	YES
Industry FE	YES	YES	YES	YES
Sleeping gazelles	---	38.5%	48.4%	55.8%

Not: Robusta standardfel i parenteserna; (D) = dummyvariabel.

*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1

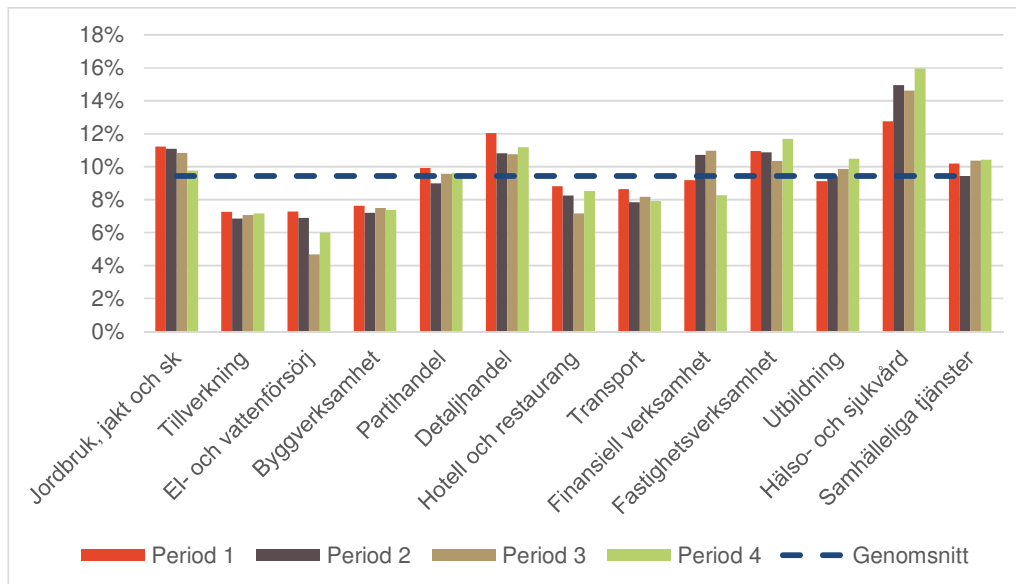
Liknande resultaten fås när vi istället jämför den stora gruppen av företag som inte växer, men som har en genomsnittlig lönsamhet, gentemot de företag som växer med lönsamhet (grupp 5 vs grupp 9). I detta fall ser vi också att grupp 5 har en bättre finansiell styrka än grupp 9, vilket kan bero på att den senare gruppen lånefinansierar sin expansion. Resultaten från den ovanstående analysen visar att de företag som inte växer, men har en genomsnittlig eller hög lönsamhet, inte är slumpmässigt fördelade bland populationen av detaljhandelsföretag; utan att de signifikant skiljer sig från de lönsamma företag som väljer att växa. Vi ser också att båda dessa grupper är mer sannolika att vara små, vilket innebär att en näringslivspolitik för fler växande företag behöver fokuseras gentemot de små företagens förutsättningar för tillväxt.

5. Är detaljhandelns sovande gaseller annorlunda jämfört med andra branscher?

I de föregående avsnitten har vi kunnat observera att de sovande gasellerna inom detaljhandeln är relativt många och att de inte utgör ett slumpmässigt urval av företag inom detaljhandeln. I detta kapitel gör vi en närmare analys av vad som särskiljer detaljhandelns sovande gaseller från deras jämlingar i andra branscher.

Inledningsvis undersöker vi hur vanligt det är med lönsamma men icke-växande företag i olika branscher. Av samtliga företag inom detaljhandeln är cirka 11-12 procent klassificerade som sovande gaseller beroende på vilken tidsperiod som studeras, detta kan ses i Figur 5.1 nedan. Detaljhandeln har under samtliga studerade perioder haft en högre andel än ekonomin som helhet (streckad linje). Hälso- och sjukvårdsbranschen sticker ut med en betydligt högre andel sovande gaseller än övriga sektorer.

Figur 5.1. Andelen sovande gaseller inom olika industrier. Den streckade linjen indikerar det totala genomsnittet.



Not: Följande fyra branscher har exkluderats ur denna del då de har för få aktiva sovande gaseller för att göra analysen tillförlitlig: fiske, utvinning av mineral, offentlig förvaltning och försvar, hushållens verksamhet.

För att närmare studera vad som särskiljer de sovande gaseller som är verksamma inom detaljhandeln estimerar vi följande linjära probabilitetsmodell.

$$SG_{it} = \alpha_0 + \gamma'_k \mathbf{X}_{i,t-1} + \beta'_s \mathbf{Z}_{j,m,t-1} + \delta'_v \mathbf{Y}_{m,t} + \lambda'_l \mathbf{R}_m + \theta'_h \mathbf{T}_t + \epsilon_t, \quad (2)$$

Ekvation (2) bygger på de beräkningar som gjordes föregående kapitel med tre betydande justeringar. För det första baseras beräkningarna nu endast på företag som är klassificerade som sovande gaseller i en specifik bransch. Det betyder att vi kan analysera vad som utmärker sovande gaseller i en bransch jämfört med sovande gaseller i andra branscher. För det andra har beroende variabeln, $SG_{i,t}$, omdefinierats. I denna ekvation antar den värdet 1 endast om företag i är klassificerat som en sovande gasell i detaljhandeln, 0 för sovande gaseller i övriga branscher. Detta innebär att

koefficienterna beskriver hur detaljhandelns sovande gaseller skiljer sig från de sovande gasellerna i andra branscher. Den tredje och sista skillnaden är att vi inte längre inkluderar fixa effekter på bransch-nivå. Detta beror på att den beroende variabel är definierad utifrån just branschtillhörighet och att inkludering av bransch-specifika fixa effekter därmed skulle introducera multikollinearitet.

Resultatet från estimeringen av ekvation (2) rapporteras i Tabell 5.1. Resultaten visar att de sovande gasellerna i detaljhandeln är både mindre och äldre än sovande gaseller i andra branscher. Resultaten visar också att sovande gaseller som är verksamma inom detaljhandeln har en lägre finansiell styrka och ställs inför en högre grad av vinstosäkerhet än sovande gaseller i andra branscher. I jämförelse med sovande gaseller i andra branscher är de sovande gasellerna inom detaljhandeln också mer sannolika att befinna sig på marknader med färre företag och en lägre grad av marknadskoncentration.

Tabell 5.1. Vad skiljer detaljhandelns sovande gaseller från sovande gaseller i andra branscher? Estimeringen är skattad för sovande gaseller i alla branscher. Beroende variabeln antar värdet 1 för sovande gaseller i detaljhandeln, annars 0.

VARIABLER	SG _{i,t}	SG _{i,t}
Storlek (L)	-0,000376** (0,000184)	-0,000374** (0,000183)
Ålder	0,00204*** (0,000225)	0,00215*** (0,000228)
Företagsgrupp	-0,00289 (0,00499)	-0,00303 (0,00500)
Finansiell styrka (L)	-0,000635** (0,000307)	-0,000614** (0,000296)
Vinstmöjlighet (L)	-0,000211 (0,000224)	-0,000221 (0,000229)
Vinstosäkerhet (L)	1,33e-06*** (4,21e-07)	1,42e-06*** (4,37e-07)
MES (L)	-1,13e-08 (1,80e-07)	-7,01e-09 (1,80e-07)
Marknadskoncentration (L)	-0,111*** (0,0143)	-0,108*** (0,0144)
Antal företag (L)	-0,000344*** (1,66e-05)	-0,000351*** (1,67e-05)
Befolkning	7,15e-08*** (2,74e-08)	9,93e-08*** (3,20e-08)
Befolkningstäthet	-6,58e-06 (4,61e-06)	2,31e-06 (6,01e-06)
Universitet	0,0118 (0,00747)	-0,0162* (0,00840)
Utbildningsnivå	-0,321*** (0,0410)	-0,129*** (0,0492)
Borgerligt styre	-0,00681 (0,00568)	0,00358 (0,00671)
Politisk stabilitet	0,0870 (0,0629)	-0,0710 (0,0690)
Konstant	0,149*** (0,0169)	0,104*** (0,0205)
Observationer	20,060	20,060
R ²	0,026	0,032
Tid FE	NO	YES
Region FE	NO	YES

Robusta standardfel inom paranteser

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

6. DEN GEOGRAFISKA FÖRDELNINGEN AV SOVANDE GASELLER

I detta avsnitt studerar vi den geografiska fördelningen av sovande gaseller. Syftet är att undersöka om det finns regionala mönster för hur dessa företag är lokaliserade. För att analysera de geografiska aspekterna använder vi variationen i den procentuella andelen sovande gaseller mellan Sveriges kommuner.

När vi delar in kommunerna utefter deras andel av sovande gaseller ser vi att det finns en tydlig geografisk skillnad (Figur 6.1. (a)). Kommuner med en mörkare färgkod har en högre andel sovande gaseller. I figuren visas den genomsnittliga andelen för hela den studerade perioden (1998-2010).

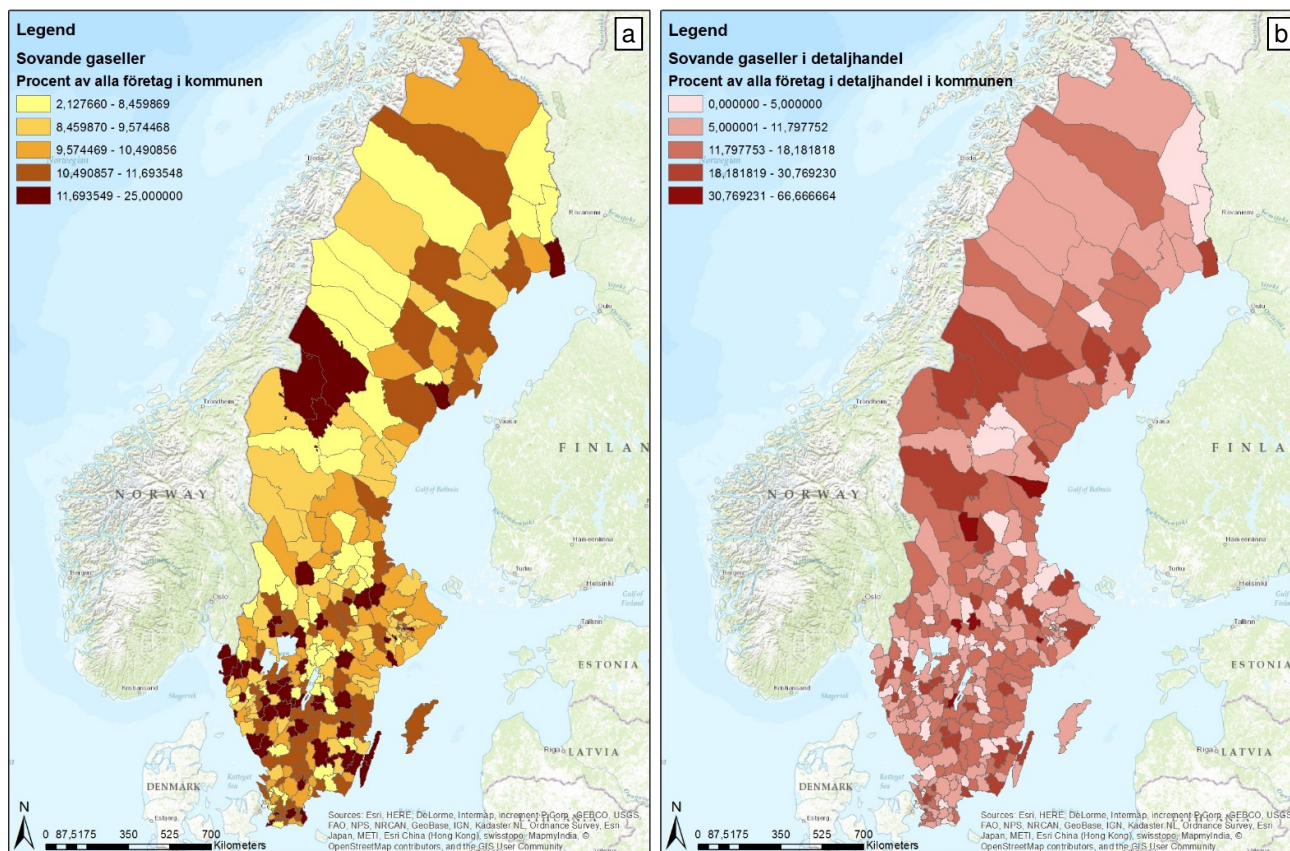
Enligt resultaten som presenteras i Figur 6.1(a) finns det en hög grad av geografisk heterogenitet avseende andelen sovande gaseller i kommunen. De till ytan små kommunerna i södra Sverige verkar generellt ha en hög andelar sovande gaseller, men även bland dem finns kommuner med en låg andel sovande gaseller.

I Figur 6.1. (b) gör vi samma analys för företag i detaljhandeln. Analysen görs på samma sätt som i Figur 6.1. (a), men denna gång endast för de företag som är aktiva inom detaljhandeln. Ett liknande mönster kan ses bland sovande gaseller i detaljhandeln, som också uppvisar hög geografisk heterogenitet. När de två figurerna jämförs framgår att vissa kommuner där den totala andelen sovande gaseller är låg har en hög andel sovande gaseller inom detaljhandeln (och tvärtom). Som nämnts ovan är Figur 6.1. baserad på genomsnittliga andelar över hela den studerade perioden. För att undersöka om vissa kommuner har en relativt hög andel sovande gaseller över tid bryter vi ner analysen i fyra treårsperioder. Resultaten återfinns i Figur 6.2.

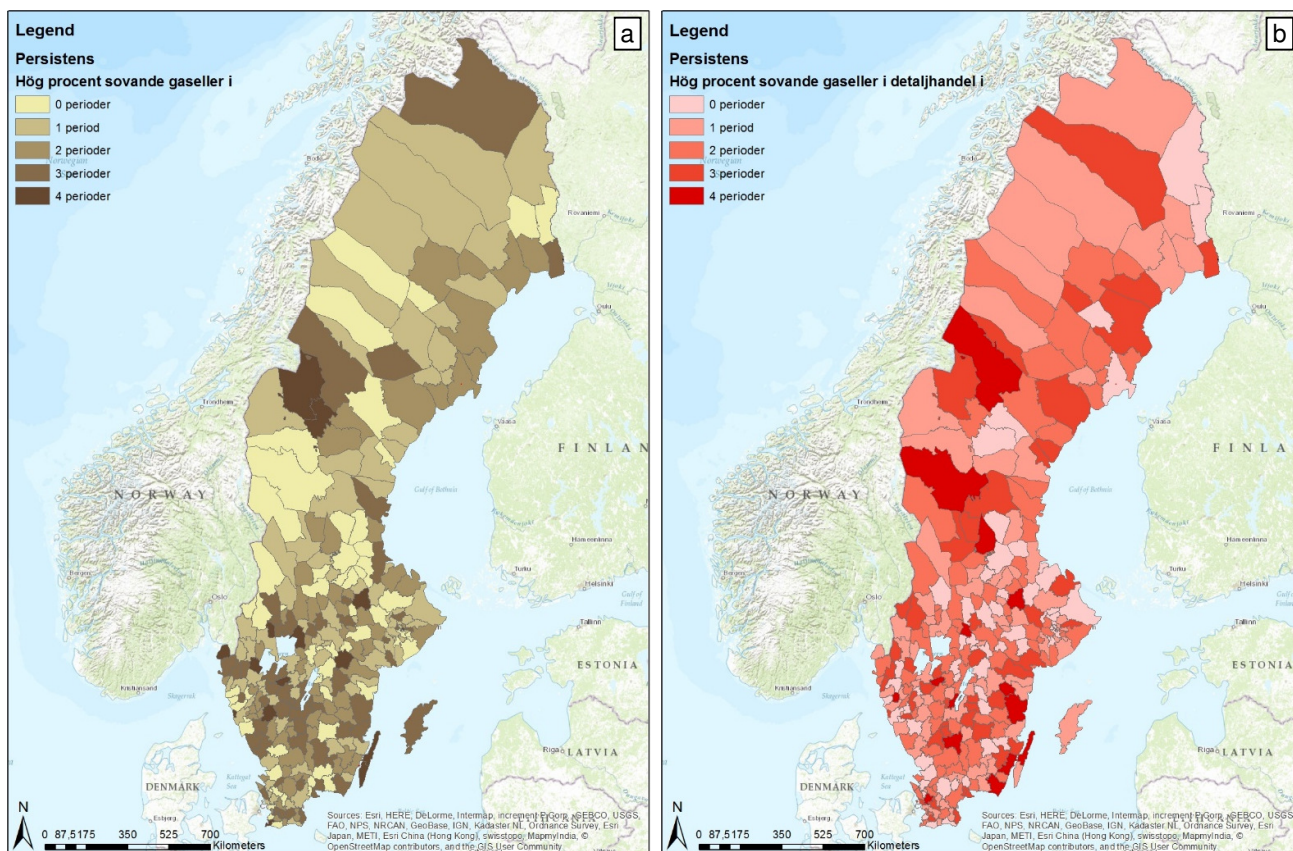
För att undersöka om en kommun med hög/låg andel sovande gaseller fortsätter att ha hög/låg andel sovande gaseller under längre tidsperioder gör vi en persistensanalys. Utefter kommunernas andel av sovande gaseller delar vi in dem i fem grupper (kvantiler) per treårsperiod. Därefter kontrollerar vi hur många perioder respektive kommun befinner sig i kvantil 4 eller 5, det vill säga i de två grupper med högst andel sovande gaseller. Då vi studerar fyra treårsperioder blir det maximala värdet på vårt persistensmått fyra, vilket innebär att en kommun tillhört någon av de två toppkvantilerna under samtliga fyra tidsperioder.

I likhet med Figur 6.1 visar Figur 6.2(a) persistensen av sovande gaseller i samtliga branscher medan Figur 6.2(b) endast är skattad för företag inom detaljhandeln. Båda figurerna visar en hög grad av geografisk heterogenitet, vilket innebär att andelen sovande gaseller inte är slumpmässigt geografiskt fördelad över tid i Sverige. Kommuner som har en hög andel sovande gaseller under en tidsperiod tenderar att även ha det i kommande tidsperioder. Detta indikerar att det finns geografiska förklaringar till varför vissa företag inte växer, trots att de har en god lönsamhet. Persistensen hos detaljhandelsföretagen skiljer sig inte heller speciellt mycket jämfört med persistensen hos övriga företag i ekonomin.

Figur 6.1. Procent sovande gaseller av alla företag i kommunen (a) och procent sovande gaseller i detaljhandel av alla företag i detaljhandel i kommunen (b), 1998-2009.



Figur 6.2. Persistens: antal perioder en kommun har högre andel sovande gaseller än snittet vad gäller alla industrier (a) och detaljhandel (b)



Vi tittar också på de kommunerna med låg andel sovande gaseller och beräknar hur många av de fyra tidsperioderna som de befinner sig i kvantil 1 eller 2, det vill säga att de har lägre andel sovande gaseller än mediankommunen. Resultatet kan ses i Figur 6.3. Som tidigare visar den vänstra figuren resultatet för sovande gaseller i hela ekonomin medan den högra figuren endast inkluderar detaljhandelsföretag. Återigen visar figurerna en tydlig geografisk heterogenitet, med en tendens för de stora kommunerna i norra Sverige att ha en persistent låg andel sovande gaseller.

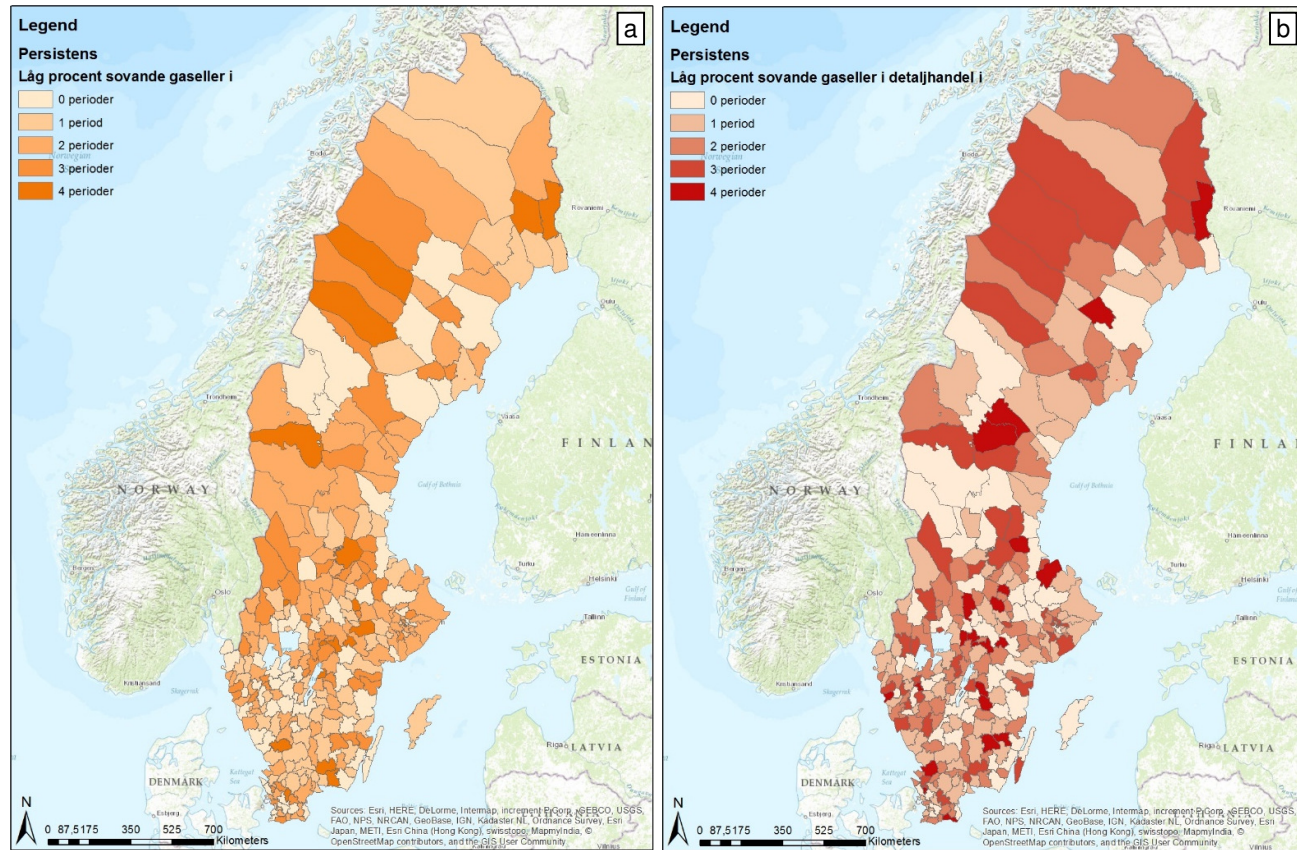
Vi kan också notera från Figur 6.1 att vissa kommuner med liknande andel sovande gaseller tenderar att samlokalisera (vissa grannkommuner har samma färg). En så kallad "hot spot"-analys hjälper oss bestämma om sådana samlokaliseringar är statistiskt signifikanta eller inte. För att utföra en hot spot analys beräknar vi Getis-Ord G_i^* -värdet (ESRI 2015b). Vi kör Getis-Ord G_i^* på den variabeln som visar procenten sovande gaseller i varje kommun. Nollhypotesen för Getis-Ord G_i^* testet är att dessa värden (procenten sovande gaseller i varje kommun) är slumpmässigt fördelade bland de 290 svenska kommunerna. Verktyn analyserar varje kommun i relation till sina grannar. Enligt analysen får varje kommun sitt eget Z-score som gör det möjligt att bestämma om kommunen avviker från det hypotetiska slumpmässiga mönstret eller inte. Om den gör det har vi en "cold spot" eller en "hot spot", det vill säga ett kluster av låga eller höga värden. Resultaten från vår hot spot analys visas i Figur 6.4.

Figur 6.4(a) visar att det finns några signifikanta cold spots och hot spots i Sverige när det gäller andelen sovande gaseller. Signifikanta cold spots visas i olika nyanser av blått, där nyanserna illustrerar signifikansnivåerna. Dessa cold spots ger en indikation till var i Sverige det finns ett kluster av kommuner med låg andel sovande gaseller. Hot spots indikerar å andra sidan kluster av kommuner med en hög andel sovande gaseller.

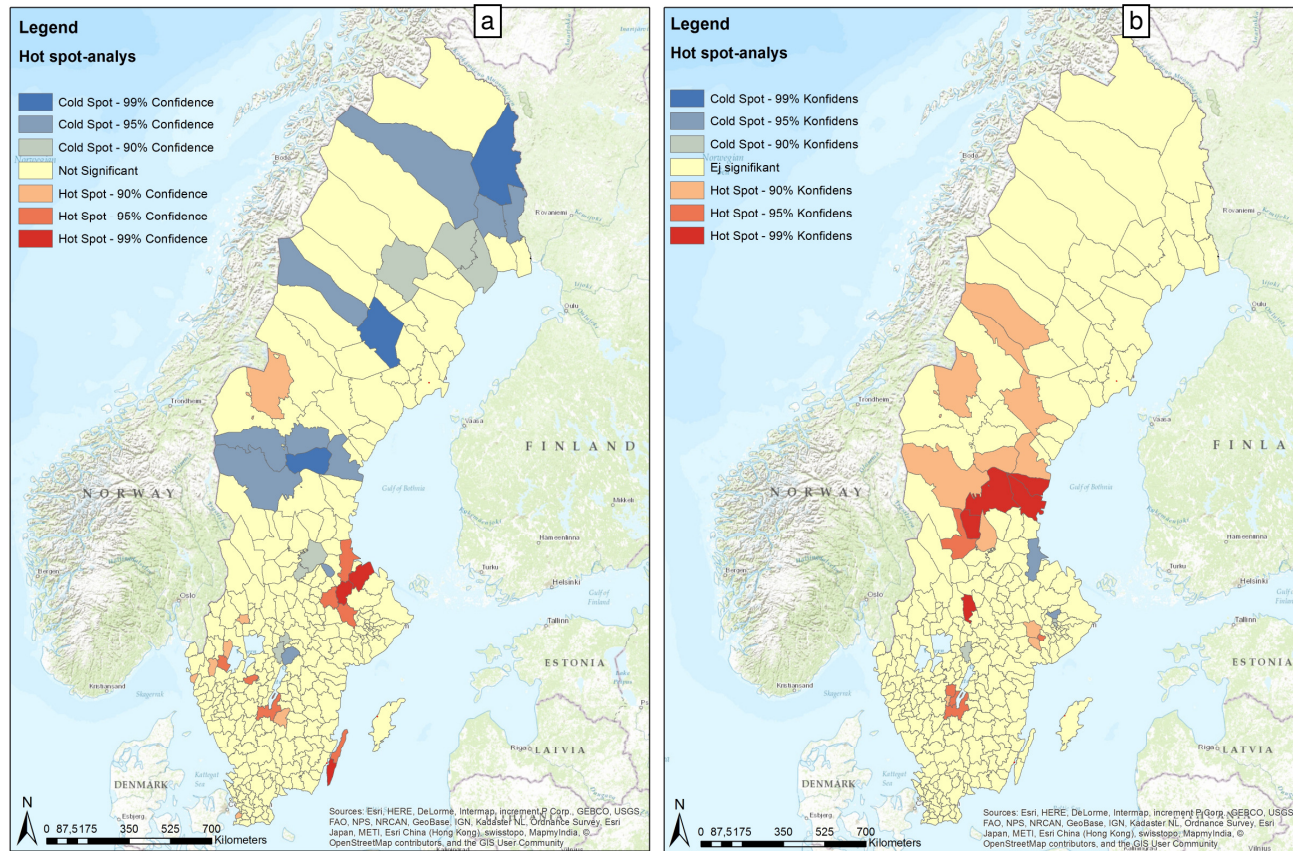
Enligt resultaten verkar dessa vara mer koncentrerade i norra Sverige, där det är glesare vad gäller både befolkning och företag. Den största cold spot inkluderar Pajala, Övertorneå, Överkalix, Gällivare, Luleå, och Boden. Andra cold spots finns i Lycksele-Storuman och Ånge-Sundsvall-Bräcke-Berg-Härjedalen, och även mindre cold sport i Hofors-Falun-Borlänge och Askersund-Laxå-Hederberg i södra delen av Sverige. Den största hot spot-regionen inkluderar Tierp, Heby, Gävle, Sala, och Enköping. Det finns flera mindre kluster av kommuner med hög andel sovande gaseller, till exempel, i Jönköping-Nässjö eller Färgelanda-Mellerud-Åmål. Hot spots finns generellt sett inte i norra delen av Sverige. med undantag av Krokom.

Bilden ser annorlunda ut för detaljhandeln. Det finns några kluster av kommuner med hög andel sovande gaseller. Ett stort kluster inkluderar Orsa, Ljusdal, Hudiksvall, Nordanstig, Rättvik, Mora, Härjedalen, Mora, Sundsvall, Sollefteå, Dorotea, och Vilhelmina, och några andra även i södra Sverige, till exempel i Jönköping-Habo-Tidaholm-Mullsjö. Gula regioner saknar signifikanta kluster av kommuner vad gäller andelen sovande gaseller i varje kommun.

Figur 6.3. Persistens: antal perioder en kommun har lägre andel sovande gaseller än snittet vad gäller alla industrier (a) och detaljhandel (b).



Figur 6.4. Hot spot-analys på procent sovande gaseller (a) och procent sovande gaseller i detaljhandel (b).



7. AVSLUTANDE DISKUSSION

Syftet med denna rapport har varit att studera förekomsten av detaljhandelsföretag som upplever hög lönsamhet, men inte växer i termer av antal anställda. I enlighet med Bornhäll m fl (2015) kallas vi denna grupp av företag för sovande gaseller eftersom de har en tillväxtpotential som de inte väljer att realisera. Frågan är om de sovande gaseller som är aktiva inom detaljhandeln skiljer sig från de sovande gasellerna i andra branscher? Rapporten baseras på den vetenskapliga litteraturen kring företagstillväxt och kompletteras med statistik över företagsdynamiken för svenska detaljhandelsföretag under perioden 1998-2010.

Vi har valt att fokusera analysen gentemot detaljhandeln eftersom det är en bransch som ofta hamnar i skymundan i den ekonomisk-politiska debatten, trots att den växer i betydelse. Detaljhandeln i Sverige sysselsätter cirka 270 000 personer (Statistiska Centralbyrån, 2015) och några av de mest snabbväxande företagen under senare tid är verksamma inom denna bransch (till exempel H&M och IKEA). Det finns till och med indikationer på att produktivitetsskillnader mellan Europa och USA efter 1995 till stor del kan förklaras av handelssektorns utveckling (Gordon, 2004).

Även inom den vetenskapliga litteraturen har få studier intresserat sig för företagstillväxten inom detaljhandeln. Merparten av de tidigare studierna är istället fokuserade gentemot FoU-intensiva branscher, såsom tillverkningsindustrin (Coad, 2009). Förslag på policyåtgärder riktas inte heller gentemot företag verksamma inom denna bransch, utan fokuseras istället gentemot FoU-intensiva branscher. I Sverige kan vi exempelvis observera att näringslivspolitikerna alltmer riktas mot att ge aktiva stödinsatser till företag verksamma inom FoU-intensiva branscher. Även EU-kommissionen har i sina strategidokument påtalat att insatser bör riktas mot innovativa snabbväxande företag. Ett viktigt bidrag med denna rapport är således att den studerar en bransch som oftast negligeras – trots dess samhällsekonomiska betydelse och trots att den tenderar att ge arbete till de grupper av individer som har svårt att etablera sig på arbetsmarknaden.

Resultaten som vi har presenterat i denna rapport indikerar att merparten av alla detaljhandelsföretag inte växer under en treårsperiod, och att många av dessa företag inte heller kommer att växa i nästkommande treårsperiod. Detta är inte unikt för detaljhandeln, utan är något som gäller även för andra branscher och länder (se till exempel Coad m fl., 2014). Ofta har dock de företag som inte växer betraktats som en homogen grupp av företag som inte har tillväxtambitioner, och som politiken därför inte bör fokusera gentemot. Vi visar i denna rapport att detta inte stämmer, utan att gruppen i själva verket är mycket heterogen.

Detaljhandeln kännetecknades exempelvis av att cirka 10 procent av alla detaljhandelsföretag under den studerade tidsperioden inte växte, trots en relativt god lönsamhet. Detta är mellan 1,33 till 2,24 procent mer än andelen i ekonomin som helhet, vilket visar att förekomsten av lönsamma företag med ingen tillväxt av antal anställda i genomsnitt är vanligare inom detaljhandeln än i andra branscher. Vår analys visade också att dessa företag i hög utsträckning fortsätter att vara relativt lönsamma i framtida perioder, utan att expandera sin verksamhet. Denna observation är av betydelse från ett näringspolitiskt perspektiv eftersom det framförallt är de lönsamma företagen som tenderar att ha en långsiktigt hållbar sysselsättningsstillväxt. Resultaten indikerar således

att det finns en dold tillväxtpotential inom detaljhandeln i Sverige som inte har realiserats.

Resultaten i rapporten indikerar också att de sovande gasellerna inom detaljhandeln inte utgör ett slumpmässigt urval av företag, utan att de skiljer sig från de lönsamma företagen som väljer att växa. Enligt analysen är detaljhandelns sovande gaseller ofta mindre, men också äldre. De tenderar också att vara lokaliserade på lokala marknader som kännetecknas av en högre grad av vinstosäkerhet. Andelen sovande gaseller inom detaljhandeln är inte heller slumpmässigt geografiskt fördelad över tid i Sverige. Kommuner som har en hög andel sovande gaseller under en tidsperiod tenderar att även ha det i kommande tidsperioder. Detta indikerar att det finns geografiska förklaringar till varför vissa företag inte växer, trots att de har en god lönsamhet.

Vad kan då förklara att så många detaljhandelsföretag inte väljer att växa, trots att de verkar ha de finansiella förutsättningarna? De två huvudsakliga förklaringar till att många detaljhandelsföretag inte väljer att expandera sin verksamhet trots relativt god lönsamhet är att de antingen inte har några tillväxtambitioner, oavsett villkoren för företagande; alternativt att de vill växa, men inte under rådande förutsättningar. Den första förklaringen är svår att påverka genom en annorlunda förd politik, medan den observerade företagstillväxten i det andra fallet kan påverkas direkt genom inriktningen på den bedrivna näringslivspolitik.

Det finns ett antal möjliga tillväxtbarriärer i den svenska ekonomin som kan förklara varför så många detaljhandelsföretag inte förändrar antalet anställda trots en god lönsamhet. Tidigare forskning har exempelvis indikerat att höga ingångslöner, strikt anställningsskydd, många krångliga regler, brist på extern finansiering, höga skatter på företagande, konkurrens från kommunala bolag och problem att hitta kompetent personal kan förklara varför företag inte väljer att växa. Det finns idag ingen information om hur många av de sovande gasellerna inom detaljhandeln som skulle vilja växa, men som avstår på grund utav att de möter olika typer av tillväxtbarriärer. Detta utgör således en viktig fråga för fortsatta studier av förutsättningarna för tillväxt inom detaljhandeln.

En möjlighet för framtida studier är att genomföra enkätstudier och sedan matcha ihop svaren med företagsspecifik information och information om de anställda. Detta kan ge oss en indikation på om bristen på tillväxt beror på reala tillväxthinder eller om många företag inte vill växa trots att de har möjligheten att göra detta (Wiklund m fl., 2003). Urvalet för en sådan analys kan med fördel utgå från den identifikation av sovande gaseller som har tagits fram i detta projekt. Ett sådant angreppssätt skulle också innebära att vi kan korrigera för eventuella bortfall i enkätaterialet och dra generella slutsatser trots bortfallet.

En begränsning med analysen i denna rapport är att vi inte särskiljer mellan organisk tillväxt och tillväxt som sker genom uppköp och sammanslagning. Det finns idag en växande forskningslitteratur om *hur* företag växer (se till exempel Delmar m fl., 2003; Coad och Broekel, 2012). Vi menar att detta utgör en intressant fråga för framtida studier eftersom tillväxt genom uppköp eller sammanslagningar inte bidrar till fler jobbtillfällen netto, men däremot kan vara av betydelse för detaljhandelsföretagens framtida utveckling. Även detaljhandelsföretagens internationaliseringsarbete är av intresse att studera närmare eftersom det har visat sig att snabbväxande företag är mer vanligt förekommande bland de företag som verkar på internationella marknader (Mohr m fl., 2014).

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att det verkar finnas en outnyttjad tillväxtpotential inom detaljhandeln som inte har realiserats. Tyvärr fokuseras näringslivspolitikerna i allt högre utsträckning gentemot FoU-intensiva branscherna, medan villkoren för företagen som är verksamma inom detaljhandeln sällan diskuteras. Detta är anmärkningsvärt eftersom detaljhandeln kan vara en instegsbransch för många av de grupper, till exempel unga och utrikes födda, som idag har problem med att etablera sig på arbetsmarknaden. Detta visar att det finns ett behov av mer forskning om detaljhandels betydelse i samhällsekonomin.

Referenser

- Acs, Z. J., & Mueller, P. (2008). Employment effects of business dynamics: mice, gazelles and elephants. *Small Business Economics*, 30(1), 85-100.
- Acs, Z. J., W. Parsons, & S. Tracy (2008). High impact firms: gazelles revisited. Working Paper, Office of Advocacy, U.S. *Small Business Administration*.
- Anyadike-Danes, M., Bjuggren, C. M., Gottschalk, S., Hölzl, W., Johansson, D., Maliranta, M., & Myrann, A. (2015). An international cohort comparison of size effects on job growth. *Small Business Economics*, 44(4), 821-844.
- Audretsch, D. B., Santarelli, E., & Vivarelli, M. (1999). Start-up size and industrial dynamics: Some evidence from Italian manufacturing. *International Journal of Industrial Organization*, 17(7), 965–983.
- Bastiat, F. (1848/2010). That which is seen, and that which is not seen. Dodo Press.
- Birch, D. L. (1979). The Job Generation Process. *MIT Program on Neighborhood and Regional Change*. Massachusetts Institute of Technology: Cambridge, MA.
- Birch, D. L., & Medoff, J. (1994). Gazelles, in: L. C. Solmon & A. R. Levenson (Eds), *Labor Markets, Employment Policy and Job Creation*, 159-167, Boulder, CO: Westview.
- Bjuggren, C. M., Daunfeldt, S. O., & Johansson, D. (2013). High-growth firms and family ownership. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 26(4), 365-385.
- Bornhäll, A., Daunfeldt, S-O., & Rudholm, N. (2015). Sleeping gazelles: The unseen job creators?”, forthcoming in the 17th Volume of the *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*.
- Bottazzi, G., Coad, A., Jacoby, N., & Secchi, A. (2011). Corporate growth and industrial dynamics: Evidence from French manufacturing. *Applied Economics*, 43, 103-116.
- Bravo Biosca, A. (2010). Growth dynamics: Exploring business growth and contraction in Europe and the US. NESTA, London.
- Calvo, J. L. (2006). Testing Gibrat’s law for young, small and innovative firms. *Small Business Economics*, 26(2), 117–123.
- Coad, A. (2009). The Growth of Firms: A Survey of Theories and Empirical Evidence. Edward Elgar, Cheltenham: Storbritannien.
- Coad, A., & Broekel, T. (2012). Firm growth and productivity growth: evidence from a panel VAR. *Applied Economics*, 44(10), 1251-1269.
- Coad, A., Daunfeldt, S-O., Hölzl, W., Johansson, D., & Nightingale, P. (2014). High-growth firms: Introduction to the special issue. *Industrial and Corporate Change*, 23(1), 91-112.
- Daunfeldt, S-O., Halvarsson, D., & Johansson, D. (2011). Snabbväxande företag: En fördjupad analys av mått och definitioner, Working paper 2011:27, Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, Östersund.

- Daunfeldt, S-O., Elert, N., & Johansson, D. (2015). Are high-growth firms overrepresented in high-tech industries?, forthcoming *Industrial and Corporate Change*.
- Daunfeldt, S-O., Gustavsson Tingvall, P., & Halvarsson, D. (2014), "Företagsstöd till innovativa små och medelstora företag: En kontrafaktisk effektutvärdering", Rapport 2014:16, Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, Östersund.
- Daunfeldt, S-O., & Halvarsson, D. (2015). Are High-Growth Firms One-Hit Wonders? Evidence from Sweden. *Small Business Economics*, 44, 361-383.
- Davidsson, P., Steffens., P., & Fitzsimmons, J. (2009). Growing profitable or growing from profits? Putting the horse in front of the cart? *Journal of Business Venturing*, 24, 388-406.
- Davis, S. J., Haltiwanger, J., & Schuh S. (1996). Small business and job creation: dissecting the myth and reassessing the facts. *Small Business Economics*, 8(4), 297-315.
- Delmar, F., Davidsson., P., & Gartner, W.B. (2003). Arriving at the high-growth firm. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 189–216.
- Dunne, T., Roberts, M., & Samuelson, L. (1989). The growth and failure of US manufacturing plants. *Quarterly Journal of Economics*, 104(4), 671–698.
- ESRI. (2015). How Hot Spot Analysis: Getis-Ord G_i^* (Spatial Statistics) works. Online, lästes 25de juni 2015 på http://resources.esri.com/help/9.3/arcgisengine/java/gp_toolref/spatial_statistics_tools/how_hot_spot_analysis_colon_getis_ord_gi_star_spatial_statistics_works.htm.
- European Commission (2010). Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth: Communication from the Commission. Research report
- Evans, D. S. (1987). Tests of alternative theories of firm growth. *The journal of political economy*, 657-674.
- Galbraith, J.K. (1956). *American capitalism: The theory of countervailing power*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Galbraith, J.K. (1967). *The new industrial state*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Gordon, R. J. (2004). Why was Europe left at the station when America's productivity locomotive departed? (No. w10661). National Bureau of Economic Research.
- Gottschalk, P., & Solli-Sæther, H. (2005). Critical Success Factors from IT Outsourcing Theories: An Empirical Study. *Industrial Management and Data Systems*. 105(6), 685-702.
- Hall, B.H. (1987). The relationship between firm size and firm growth in the U.S. manufacturing sector. *Journal of Industrial Economics*, 35(4), 583–600.
- Haltiwanger, J., & Krizan, C. J. (1999). Small business and job creation in the United States: The role of new and young businesses. In *Are small firms important? Their role and impact* (s. 79-97). Springer US.

- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., & Miranda, J. (2013). Who creates jobs? Small versus large versus young. *Review of Economics and Statistics*, 95(2), 347-361.
- Henrekson M., & Johansson, D. (2010). Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence. *Small Business Economics*. 35(2), 227-244.
- Hölzl, W. (2009). Is the R&D behaviour of fast-growing SMEs different? Evidence from CIS III data for 16 countries. *Small Business Economics*, 33(1), 59-75.
- Hölzl, W. (2014). Persistence, survival, and growth: a closer look at 20 years of fast-growing firms in Austria. *Industrial and Corporate Change*, 23(1), 199-231.
- Libby, R., Libby, P., & Short, D.G. (2009). *Financial Accounting*, 7 ed, McGraw-Hill/Irwin.
- Mason, C., & Brown, R. (2013). Creating good public policy to support high-growth firms. *Small Business Economics*, 40(2), 211-225.
- Mohr V., Garnsey, E. and Theyel, G. (2014). The role of alliances in the early development of high-growth firms. *Industrial and Corporate Change*, 23(1).
- NESTA (2009), The Vital 6 Per Cent. NESTA: London, UK.
- Richard, P.J., Devinney, T.T., Yip, G., & Johnson, G. (2009). Measuring organizational performance: Towards best methodological practice. *Journal of Management*, 34(3), 718-804.
- Schreyer, P. (2000). High-growth firms and employment. Research report 72, *Science, Technology and Industry Working Papers*, OECD.
- Schumpeter, J. (1911/1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge.
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper, New York.
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141-149.
- Shepherd, D., & Wiklund, J. (2009). Are we comparing apples with apples or apples with oranges? Appropriateness of knowledge accumulation across growth studies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 105-123
- Skedinger, P. (2011). Effects of Increasing Minimum Wages on Employment and Hours: Evidence from Sweden's Retail Sector. *IFN Working Paper*, Nr. 869.
- Stam, E. (2005). The geography of gazelles in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96(1), 121-127.
- Statistiska Centralbyrån (2015), Arbetskraftsundersökningarna (AKU): <http://www.scb.se/sv/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Arbetsmarknad/Arbetskraftsundersokningar/Arbetskraftsundersokningarna-AKU/#c li AM0401U>
- Steffens, P., Davidsson, P., & Fitzsimmons, J. (2009). Performance configuration over time: Implications for growth—and profit-oriented strategies. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 33(1), 125-148.

- Storey, D. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. Routledge, London.
- Svensk Handel (2011). *Handelns kompetensbehov*. Svensk Handel: Stockholm.
- Teruel, M., & De Wit, G. (2011). Determinants of high-growth firms: why have some countries more high-growth firms than others?. *EIM Research Reports H*, 201107.
- Van Praag, M., & Versloot, P. (2008). The economic benefits and costs of entrepreneurship: A review of the research. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 4(2), 65-154.
- Wieser, F. V. (1914). *Theorie der gesellschaftlichen Wirtschaft. Grundriss der Sozialökonomik*, 1.
- Wiklund, J., Davidsson, P., & Delmar, F. (2003). What Do They Think and Feel about Growth? An Expectancy-Value Approach to Small Business Managers' Attitudes Towards Growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(3), 247-270.

Appendix

Tabell A1. Deskriptiv statistik för företag inom detaljhandeln, 1998-2010.

Variabel	Obs	Medel	S.a.	Min	Max
Storlek	44 203	7,157474	27,54357	0	577,667
Ålder	44 203	20,15291	14,64211	0	111
Företagsgrupp (D)	44 203	0,39805	0,489501	0	1
Finansiell styrka	44 118	3,213458	160,2182	-14109,6	853,99
ROA	43 948	5,467642	52,27616	-2158,33	1936
Vinstmöjligheter	44 190	5,370922	26,87951	-1293,75	1 580
Vinstosäkerhet	43 964	3 259,814	809,62	0	310,5
MES	44 203	6 218,919	8 052,63	0	836 423
Konkurrens	44 203	0,056518	0,108661	0,002139	1
Antal företag	44 203	10,87569	24,0677	0	184
Befolkning	40 942	185 055,1	255 704,4	2 521,388	811 600,7
Befolkningstäthet	43 231	751,8283	1 355,492	0,2	4 315,647
Universitet (D)	44 203	0,471461	0,499191	0	1
Utbildningsnivå	43 067	0,18502	0,078865	0,0631	0,4319
Politiska preferenser	44 203	0,276814	0,447429	0	1
Politisk styrka	43 067	0,225155	0,038602	0,091669	0,49068