

# Att överleva en pandemi

– Motståndskraft i detaljhandeln



Författare:  
Anders Bornhäll  
Niklas Elert  
Hans Seerar Westerberg

Forskningsrapport 2024:5

Forskningsrapport 2024:5  
*"Att överleva en pandemi  
– motståndskraft i detaljhandeln"*  
ingår i Handelsrådets rapportserie.  
Rapporten är finansierad av Handelsrådet,  
men forskarna är själva ansvariga  
för rapportens innehåll.  
Publiceringsår 2024.  
Grafisk produktion: Fotoskrift AB  
Tryck: Typografiska Ateljén AB  
[www.handelsradet.se](http://www.handelsradet.se)  
ISBN: 978-91-89922-00-6

# Förord

Covid-19 pandemin tvingade företagare att anpassa sig till en drastiskt förändrad verklighet, vilket ställde krav på en betydande motståndskraft. En grupp som i högsta grad påverkades av såväl pandemin som de offentliga åtgärder som vidtogs för att stävja smittan var entreprenörer i detaljhandeln.

I denna rapport erbjuder vi en första heltäckande översikt över hur svenska detaljhandelsföretag drabbades av covid-19 pandemin och hur de anpassade sig till denna oväntade händelse. Vi undersöker även vad företagens anpassning betytt för deras fortsatta utveckling och sannolikhet att överleva.

Rapporten understryker betydelsen av motståndskraft bland svenska detaljhandelsföretag. Vår förhoppning är att den kan inspirera till mer forskning om hur handeln anpassar sig under ekonomiskt turbulenta perioder.

Rapporten har författats som en del av projektet *Surviving the Covid-19 pandemic? Retailers' adaptation strategies* som finansierats av Handelsrådet. Vi är djupt tacksamma mot Handelsrådet för att de gjort det möjligt för oss att genomföra projektet.



Stockholm, september 2024

*Anders Bornhäll,  
Handelns Forskningsinstitut*

# Sammanfattning

Erfarenheterna från covidpandemin har tydliggjort värdet av att bygga upp mer motståndskraftiga ekonomier för att möta framtida kriser. Ett väl fungerande entreprenörskap är sannolikt avgörande för näringslivets omställningskraft i en alltmer komplex omvärld.

Detta projekt erbjuder en första heltäckande översikt över hur svenska detaljhandelsföretag drabbades av covid-19 pandemin och hur de anpassade sig. Vi undersöker även om det finns en koppling mellan företagets initiala anpassning till pandemin och deras utveckling längre fram, med fokus på deras tillväxt och överlevnadssannolikhet. Specifikt undersöker vi:

- i) hur företagen påverkades av chocken,
- ii) hur de anpassade sig, och
- iii) vilka konsekvenser den anpassningen fick.

Resultaten kastar ljus över företagets anpassningsstrategier efter en stor extern chock. Detta är av särskilt värde för detaljhandeln, då det kan bidra med information om hur man på bästa sätt hanterar en kris eller en chock. Det är också viktigt för Sverige i sin helhet och för politiker som vill veta hur man ger bäst förutsättningar för en av Sveriges stora instegsbranscher.



Sammanfattningsvis finner rapporten att:

- i) Det tycks ha gått bra för överlevande företag i detaljhandelssektorn. Samtidigt observerar vi oroande indikationer på att företagskompositionen i detaljhandelssektorn och ekonomin i stort ändrats så att vi ser mer nödvändighetsentreprenörskap än tidigare.
- ii) Det fanns en tydlig soliditetspremie i detaljhandelssektorn under pandemin: högsolida detaljhandelsföretag hade betydligt högre tillväxt än lågsolida handelsföretag. Medan mönstret går igen i resten av ekonomin är skillnaderna inte lika stora.
- iii) När vi undersöker effekten av anpassningsstrategier under pandemin finner vi att detaljhandelsföretag som fokuserade på internt genererade medel blev mer motståndskraftiga och klarade sig bättre.

# Innehåll

1. Inledning . . . . .	6
1.1 Problembakgrund . . . . .	6
1.2 Frågeställningar och metod . . . . .	9
1.3 Rapportens upplägg . . . . .	10
2. Tidigare litteratur . . . . .	11
2.1 Teoretiskt ramverk . . . . .	11
2.2 Relevant empiri . . . . .	12
3. Data . . . . .	15
4. Hur påverkades handeln av pandemin? . . . . .	16
4.1 Detaljhandeln: utträden, inträden och överlevnad . . . . .	16
4.2 Skillnader på tresiffrig SNI-nivå . . . . .	21
4.3 Sammanfattningsvis . . . . .	23
5. Hur hanterade handelsföretagen krisen? . . . . .	24
6. Avslutande diskussion . . . . .	29
Referenser . . . . .	31
Appendix . . . . .	35

# 1 Inledning

## 1.1 Problembakgrund

Covid-19 fick global spridning i början av 2020 och den 11 mars klassificerades utbrottet som en pandemi av världshälsoorganisationen WHO. Regeringar runt om i världen införde snabbt sociala distanseringsåtgärder i syfte att minska smitto- och dödsrisken. En betydande oro var att åtgärderna skulle få negativa ekonomiska effekter såsom konkurser, ökad arbetslöshet och potentiellt en global lågkonjunktur. Princeton-professorn Markus Brunnermeier (2021) menar att erfarenheterna från covidpandemin har tydliggjort värdet av att bygga upp mer motståndskraftiga ekonomier för att möta framtida kriser. Ett väl fungerande entreprenörskap kommer att vara avgörande för näringslivets motståndskraft och omställningskraft också i framtiden. Därför är det viktigt att dra rätt lärdomar av pandemin.

En grupp som i högsta grad påverkades av såväl pandemin som de offentliga åtgärder som vidtogs för att stävja smittan (i Sverige och andra länder) var entreprenörer i arbetsintensiva tjänsteföretag. Internationellt hör detaljhandeln till de sektorer som påverkats mest av pandemin (Beckers med flera, 2021). På kort tid måste de här företagen anpassa sig till en drastiskt förändrad verklighet (Roggeveen och Sethamaram, 2020), vilket ställde krav på en betydande *motståndskraft*. Motståndskraft kan beskrivas som ett företags eller en sektors förmåga att absorbera, anpassa sig till och återhämta sig från chocker (Perrings, 2006).

*Ett väl fungerande entreprenörskap kommer att vara avgörande för näringslivets motståndskraft och omställningskraft också i framtiden. Därför är det viktigt att dra rätt lärdomar av pandemin.*

Svenska beslutsfattare implementerade en annan pandemistrategi jämfört med de flesta andra länder. Här blev det aldrig någon total nedstängning. I stället införde man jämförelsevis lätta restriktioner och förlitade sig mer på offentliga rekommendationer. Medan allmänheten rekommenderades att stanna hemma så mycket som möjligt var det inte ett tvång (Ludvigsson, 2020; Wall Street Journal, 2020). Rädslan för covid-19 innebar dock att allmänheten i stor utsträckning följde rekommendationerna och så långt det var möjligt undvek att shoppa, resa och besöka restauranger (Woo och Pancevski, 2020).

Det är fortfarande en öppen fråga vilka hälsokonsekvenser den svenska, mindre restriktiva strategin fick. En tidig utvärdering av Born med flera (2021) bedömde att Sverige skulle ha sett betydligt färre dödsfall under första halvan av 2020 om vi genomfört en total nedstängning, medan de ekonomiska följderna bara skulle ha blivit

marginellt värre. I skarp kontrast till detta konstaterar Herby med flera (2022) i en metaanalys av 22 studier från olika länder att nedstängningarna våren 2020 hade små effekter på dödligheten: i stället var det just frivilliga förändringar i beteenden, såsom social distansering, som spelade roll för att mildra pandemins effekter. Herby med flera (2022) inkluderar uttryckligen inte Born med flera (2021) i metaanalysen eftersom de menar att deras metod med att konstruera en syntetisk kontrollgrupp är illa lämpad för att studera covid-19.

Flera arbetsintensiva branscher av den svenska ekonomin påverkades av pandemin, de offentliga åtgärderna och kundernas förändrade beteenden, även om de statliga stöden tycks ha inneburit att företagsutträdena under pandemin inte blev fler än normalt (Tillväxtanalys, 2023), något vi återkommer till. Angelov och Waldenström (2023) visar i beräkningar på momsdata att de ekonomiska effekterna skiljde sig åt mellan olika delar av ekonomin. Hårdast drabbade under pandemins första år var hotell- och restaurangbranschen samt kultursektorn, där nergången i både försäljning och sysselsättning var betydande. I jämförelse tycks effekterna på detalj- och partihandeln ha varit ganska modesta även om en viss nedgång var tydlig. Denna relativa *motståndskraft* mot pandemin var sannolikt betydelsefull också för Sveriges ekonomi i stort, med tanke på att detalj- och partihandelssektorn utgör en betydligt större del av den svenska tjänstesektorn än hotell- och restaurangbranschen och kultursektorn.

Detaljhandelssektorns storlek innebär dock att den rymmer mycket variation, och aggregerade siffror skymmer lätt olika strömningar under ytan. Medan vissa detaljhandelssektorer kan ha drabbats hårt av pandemin är det tänkbart att andra varit mer motståndskraftiga eller till och med sett en förbättrad utveckling. Därför krävs en mer ingående analys av sektorn som visar vilka anpassningsstrategier svenska detaljhandelsföretag använt sig av och hur framgångsrika de varit i detta arbete (Roggeveen och Sethamran, 2020).

Med tanke på att vi befinner oss i det som ibland kallas permakris (Sundström med flera, 2023) är analysen angelägen för att ta reda på vilka egenskaper detaljhandelsföretag har som kan göra dem motståndskraftiga inför framtida ekonomiska eller samhälleliga chocker. Det är värdefullt för både politiska beslutsfattare, branschföreträdare och enskilda företagare att på sektornivå kasta ljus på flaskhalsar, alltså faktorer som hämmat företags motståndskraft och förmåga att anpassa sig. En studie med fokus på likheter och skillnader i motståndskraft mellan olika detaljhandelsföretag vore även belysande för den framväxande forskningen om företags och entreprenörers motståndskraft mot kriser i synnerhet (Williams och Shepherd, 2016), och entreprenöriella företags strategiska anpassning i allmänhet (McKelvie med flera, 2018).

Medan allt fler kvalitativa studier av begränsade populationer har dykt upp och bidragit till att delvis fylla kunskapsgapet (Hultman och Egan-Wyer, 2022; Pilawa med flera, 2022; Wulff, 2023; Sundström med flera, 2023) lyser kvantitativ forskning som tar ett helhetsgrepp på detaljhandelsbranschen fortfarande med sin frånvaro. Medan kvalitativa

studier tvivelsutan kan ge värdefulla insikter är det svårt att dra generella slutsatser av ett begränsat antal fall. Forskning med fokus på hela sektorn behövs för att få en heltäckande bild av detaljhandelsföretagens motståndskraft: hur de påverkats av pandemin, vilka åtgärder de vidtagit för att överleva och frodas, samt hur pass framgångsrika de varit i detta avseende.

I rapporten betraktar vi utbrottet av covid-19 som en så kallad negativ exogen chock för svenska detaljhandelsföretag: en händelse som de inte hade kunnat förutse och därför behövde anpassa sig till efter att den inträffat. Det betyder att vi kan behandla utbrottet av covid-19 som ett naturligt experiment och undersöka sambanden mellan företagens egenskaper och kännetecken innan pandemin, deras anpassning under utbrottet av covid-19, samt deras utveckling efteråt.

Den här sortens naturliga experiment är idealiska för att undersöka kausala effekter (Angrist och Pischke 2009). I linje med Giones och samförfattares (2020) studie om entreprenöriellt agerande i en tid av covid-19 kan vi således studera en mycket relevant grupp företag verksamma i en bransch som direkt och unikt påverkades av pandemin. Två studier från den Internationella valutafonden (IMF) undersöker motståndskraft gentemot covid-19 med en liknande ansats: båda studierna undersöker om mer digitaliserade företag varit mer ekonomiskt motståndskraftiga under pandemin, och finner att svaret är ja (Abidi med flera, 2022 och Nose och Honda, 2023).

- Vi finner att även om den övergripande nivån av nya etableringar och nedläggningar inom detaljhandelssektorn förblev relativt oförändrad under pandemin, var mindre detaljhandelsföretag mer benägna att lägga ner sin verksamhet jämfört med åren före pandemin. Detta stöder hypotesen att regeringens coronastöd var effektivt, men främst för större företag med fler anställda.
- Detaljhandelsföretag som startades under det första pandemiåret 2020 är också generellt sett mindre än företag som startades 2019, både sett till omsättning, anställda och löner. Ur ett motståndskraftsperspektiv kan detta vara en indikation på att detaljhandelsentreprenörer såg storleken som en belastning snarare än en styrka under pandemin, i större utsträckning än entreprenörer inom andra sektorer. Detta indikerar också att dessa detaljhandelsentreprenörer skiljer sig åt kvalitetsmässigt från tidigare kohorter på ett sätt som antyder större försiktighet och medvetenhet om vikten av motståndskraft i turbulenta tider.
- Tillväxt efter pandemiutbrottet tycks hänga ihop med företags motståndskraft, så till vida att högsolida företag växte betydligt snabbare än lågsolida företag. Mönstret gäller för ekonomin i stort men verkar tydligare i handelssektorn. Pandemin tycks också ha fått detaljhandelsföretag att prioritera interna genererade medel mer än tidigare. Detta är tydligt då företag avstod från att växa sett till antalet anställda men lyckades förbättra sina vinst- och motståndskraftsmått.



## 1.2 Frågeställningar och metod

I syfte att få en helhetsbild av motståndskraften mot pandemin i den svenska detaljhandeln besvarar vi tre forskningsfrågor, som handlar om

- i) hur företagen påverkades av chocken,
- ii) hur de anpassade sig, och
- iii) vilka konsekvenser den anpassningen fick.

Vår tredelade forskningsansats hjälper till att övervinna den grundläggande nackdelen med det slags forskning kring anpassning och motståndskraft till covid-19 som enbart är beskrivande. Svaret på forskningsfrågorna möjliggör teoretisering och bidrar till svar på hur Sverige kan möta framtida chocker och kriser.

### *Fråga 1: Hur påverkade utbrottet av covid-19 detaljhandelsföretagen i Sverige?*

I detta inledande, i huvudsak deskriptiva steg ligger fokus på det första pandemiåret 2020. Vi strukturerar analysen genom att titta på tre viktiga grupper av detaljhandelsföretag: de som gjorde utträde under pandemins första år, de som överlevde pandemins första år, samt de som gjorde inträde på marknaden under pandemins första år. Jämförelsen med andra delar av ekonomin såväl som med åren innan pandemin gör det möjligt att teckna en heltäckande bild som beaktar viktiga variabler som företagets storlek, vinstmått och soliditet. Med detaljerade företagsdata studerar vi exempelvis pandemins inverkan på olika sorters detaljhandlares löneutbetalningar, intäkter, vinster, utträden, samt sysselsättning i termer både av anställda. Vi beaktar även hur olika delsektorer påverkades.

### *Fråga 2: Hur anpassade sig detaljhandelsföretagen till pandemin, givet deras specifika förutsättningar innan utbrottet av covid-19?*

I detta andra steg undersöker vi hur detaljhandlarnas skilda förutsättningar innan pandemin, alltså 2019, påverkade deras efterföljande utveckling 2021–2022. Med hjälp av så kallade händelsestudier utforskar vi hur variabler såsom företagets ålder, storlek, vinstutveckling och soliditet påverkade företagets kortsiktiga anpassning, mätt som tillväxt (i nettoomsättning och sysselsättning) och överlevnad 2020–2021. Expansion, kontraktion och (i värsta fall) nedläggning är trots allt de svar som står till buds för befintliga företag när omvärlden förändras.

### *Fråga 3: Påverkade detaljhandelsföretagens anpassning till pandemin deras framtida tillväxt och sannolikhet att överleva krisen?*

Forskningsfråga 3 undersöker huruvida detaljhandelsföretagens anpassningsstrategier var framgångsrika. Vi frågar oss därför i vilken utsträckning de kortsiktiga anpassningsstrategier som företagen använde sig av 2020–2021 påverkade deras långsiktiga tillväxt och överlevnadschanser under perioden 2021–2022? Vi kopplar alltså resultaten kring hur detaljhandlare anpassade sig till pandemin (erhållen i steg 2) med deras tillväxt och överlevnad under pandemins avslutande fas.

## 1.3 Rapportens upplägg

Rapporten är disponerad som följer. Sektion 2 går igenom teori och tidigare studier kring motståndskraft mot ekonomiska chocker, samt existerande studier om hur företag anpassat sig till covid-19 och åtgärderna i pandemins kölvatten. I sektion 3 presenterar vi data. Sektion 4 besvarar den första forskningsfrågan, alltså hur handelsföretag påverkades av pandemin. Sektion 5 besvarar den andra och tredje forskningsfrågan, alltså hur handelsföretag anpassade sig till pandemin och hur handelsföretagens anpassning påverkade deras fortsatta utveckling. I sektion 6 diskuterar vi de lärdomar vi dragit.

# Tidigare litteratur

## 2.1 Teoretiskt ramverk

Ett teoretiskt perspektiv som betonar motståndskraft är värdefullt för att förstå hur företag, samhällen och individer påverkas av och anpassar sig till en massiv ekonomisk chock som coronapandemin. Motståndskraft kan beskrivas som ett företags eller en sektors förmåga att absorbera, anpassa sig till och återhämta sig från chocker (Perrings, 2006).

En framväxande litteratur belyser entreprenöriella företags strategiska anpassning i allmänhet (McDonald och Gao, 2019; McKelvie med flera, 2018) och företags och entreprenörers motståndskraft mot kriser i synnerhet (Kuckertz med flera, 2020; Lai med flera, 2016; Williams och Shepherd, 2016). Till exempel visar tidigare forskning att små och unga företag påverkas negativt och oproportionerligt mycket under svåra kriser i förhållande till större och äldre företag (Latham, 2009; Smallbone med flera, 2012). Unga och små företag anses också sakna de överskott av resurser eller överflödigt kapital som krävs för att överleva verkligt akuta omständigheter (Bradley med flera, 2011), och de kan sakna maktpositioner i förhållande till kunder, leverantörer eller finansierare (Brown och Butler, 1995).

Å andra sidan visar forskning att unga och små företag generellt inte är lika trögrörliga som deras större konkurrenter, vilket borde göra det lättare för dem att anpassa sig till nya förhållanden (Katila och Shane, 2005; Baker och Nelson, 2005; Mosakowski, 2002). En ådra av motståndskraftslitteraturen (se Korber och McNaughton, 2018 för en litteraturöversikt) argumenterar för att entreprenörskap, utöver att bidra till ekonomisk tillväxt också är centralt för motståndskraften hos städer (Williams med flera, 2013), regioner (Glaeser med flera, 2014), branscher (Hatch, 2013) och ekonomin i stort (van de Klundert, 1986). Enligt Williams och Vorley (2014, s. 258) är entreprenörskap viktigt för motståndskraft på makronivå på tre vis:

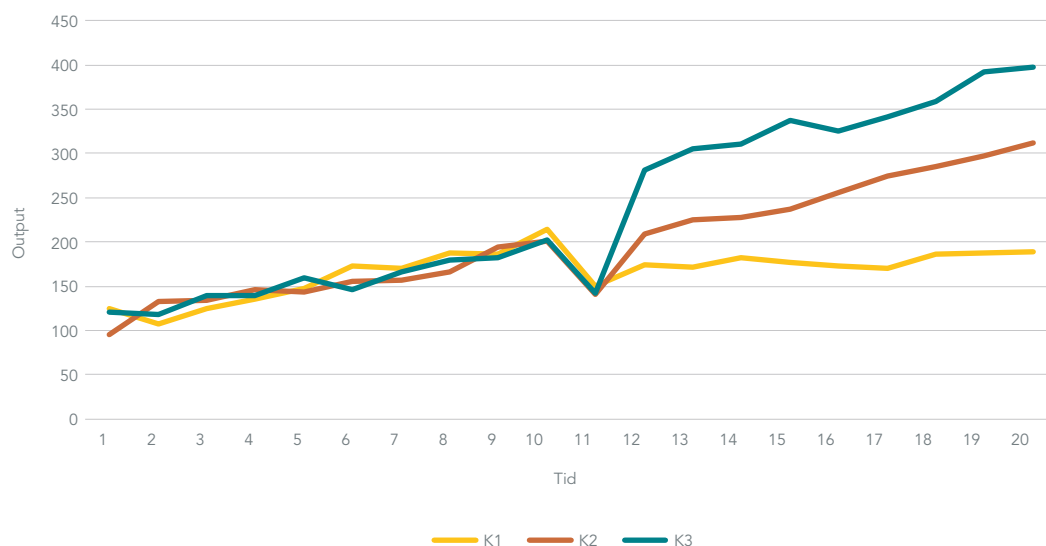
- i) små företag är flexibla och kan därför svara på externa chocker,
- ii) de är anpassningsbara eftersom de kan inkorporera de förändringar som chockerna resulterar i, och
- iii) de kan innovera för att möta de nya omständigheterna.

Det slags entreprenöriella kulturer och attityder som finns i vissa regioner tycks möjliggöra mer motståndskraft gentemot kriser (Bishop och Silcof, 2017, s. 215; Obschonka med flera, 2016).

Det finns all anledning att förvänta sig olika effekter av ett covid-19 beroende på företagets eller branschens förutsättningar och utvecklingstrend. Exempelvis får

en negativ ekonomisk chock sannolikt en annan effekt på en sektor med sjunkande ekonomisk aktivitet, än vad den har på en växande, dynamisk sektor (Neumark med flera, 2008). Figur 1 illustrerar relevansen i dessa frågor genom att visa de möjliga konsekvenserna när de tre fiktiva sektorerna K1, K2, och K3 drabbas av en extern chock av samma magnitud. Innan chocken har de tre haft en snarlik ekonomisk utveckling (i fråga om exempelvis sysselsättning eller försäljning). Efter chocken slår de in på olika utvecklingsbanor. K1 drabbas värst, och hamnar på en permanent lägre tillväxtbana. Efter den initiala chocken återhämtar sig K2 till sin gamla tillväxtbana, medan K3 inte bara återhämtar sig utan ser en stärkt utveckling, med en permanent höjd tillväxtbana. Alla tre utfallen är möjliga efter en ekonomisk chock (Martin och Gardiner, 2019), och kan så klart inträffa på såväl företagsnivå som på aggregerad nivå, exempelvis för en bransch eller en region.

Figur 1. Möjliga scenarier efter en ekonomisk chock.



## 2.2 Relevant empiri

Två nyutkomna studier från IMF undersöker specifikt företags motståndskraft gentemot covid-19: båda undersöker om mer digitaliserade företag varit mer ekonomiskt motståndskraftiga under pandemin, och finner att svaret är ja (Abidi med flera, 2022 och Nose och Honda, 2023). Andra tänkbara egenskaper med potential att göra företag mer motståndskraftiga är företags soliditet respektive likviditet, alltså deras långsiktiga respektive kortsiktiga betalningsförmåga.

Det finns lite forskning om hur arbetsintensiva satsningar har påverkats av utbrottet av covid-19 pandemin. Studier hittills har exempelvis undersökt effekten av pandemin på företags elanvändning i Kina (Gu med flera, 2020), på aktiemarknadspriserna (Liu med flera, 2021; Song med flera, 2021), och om åtgärder som vidtagits internationellt för att

skydda små och medelstora företag och nystartade företag haft effekt (Kuckertz med flera, 2020). En annan del av litteraturen har förlitat sig på enkätundersökningar för att analysera effekten av covid-19 (Bartik med flera, 2020; Bloom med flera, 2021). Medan enkätbaserade studier ger värdefulla insikter om hur företag har påverkats av pandemin tenderar de att ha låga svarsfrekvenser och är ofta föremål för allvarlig urvalsbias. Enkät svar kan vara överdrivna och återspegla tidens subjektiva höga känsloladdningar, och ger därför inte en korrekt objektiv representation av hur företag påverkades av pandemin.

När det kommer till effekterna av covid-19 på den svenska detaljhandeln är forskningen ännu i sin linda. I en multipel fallstudie undersöker Hultman och Egan-Wyer (2022) anpassningsstrategier hos stora detaljhandelsföretag som Ica och Ikea. De observerar i huvudsak tre slags förändringar:

- i) anpassningar i den fysiska affärsmiljön,
- ii) nya tjänster kopplade till den fysiska affären, samt
- iii) minskningar i tjänster kopplade till den fysiska affären.

Vidare finner de att anpassningarna ofta var reaktiva och ”bottom-up”, snarare än proaktiva och ”top-down” till sin natur. I en annan studie undersöker Wulff (2023) hur den svenska modeindustrin svarade på pandemin, och finner att företagen i denna detaljhandelssektor initierade tre huvudsakliga förändringar:

- i) en ökad digitalisering,
- ii) en tillbakagång i fråga om upplevelsedesign och
- iii) en omdefiniering av begreppet hållbarhet.

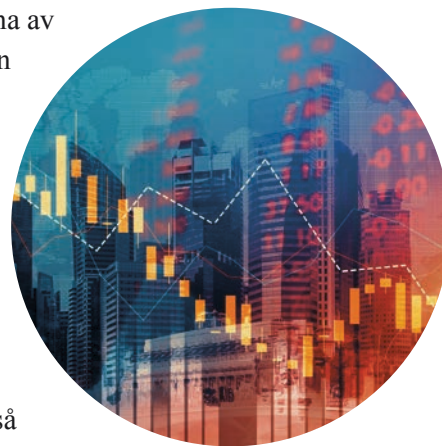
En mer omfattande studie görs av Pilawa med flera (2022), en enkätstudie riktad till 6 000 konsumenter hos 28 svenska detaljhandelsföretag. Resultaten tyder på att handlare med en hög fokus på tjänsteinnovationer var bättre på att hantera följderna av covid-19 och restriktionerna. Författarna spekulerar i att detta slags anpassningsstrategier kan vara den avgörande skillnaden mellan framgångsrika detaljhandlare och sådana som går i konkurs i pandemin.

Sundström med flera (2023) använder kaosteori som teoretisk inramning och genomför intervjuer med tolv ledare hos svenska sällanvarukedjor om hur de hanterat det författarna kallar permakris, den permanenta kris som inleddes med covid-19 och fortsatte med Ukrainakrig och kostnadskris. De konstaterar bland annat att butikskedjorna blir mer riskbenägna i samband med kriser, och att återhämtningsprocesserna är både dynamiska och kaotiska.

Angelov och Waldenström (2023) visar i beräkningar på omsättningsdata från momsregistret att de ekonomiska pandemieffekterna skiljde sig åt mellan olika delar av ekonomin. Hårdast drabbade under pandemins första år var hotell- och

restaurangbranschen samt kultursektorn, där nergången i både försäljning och sysselsättning var betydande. I jämförelse tycks effekterna på detalj- och partihandeln ha varit ganska modesta även om en viss nedgång var tydlig. Denna relativa motståndskraft mot pandemin var sannolikt betydelsefull också för Sveriges ekonomi i stort, med tanke på att detalj- och partihandelssektorn utgör en betydligt större del av den svenska tjänstesektorn än hotell- och restaurangbranschen och kultursektorn.

Tillväxtanalys (2023) konstaterar i en rapport om effekterna av de så kallade coronastöden i en deskriptiv analys att stöden varit framgångsrika i att bevara företag, så till vida att få företag gick i konkurs. Baserat på omsättningsdata från momsregistret finner de inte heller något stöd för att andelen (tidigare aktiva) företag som avslutats utan att formellt gå i konkurs skulle ha ökat 2020 eller 2021 (se även Ekholm med flera, 2022; SOU 2022:30). Tillväxtanalys visar också, till stöd för tolkningen att det var stöden som gjorde att konkurserna kunde undvikas, att små företag utan anställda gick mot strömmen och alltså i högre grad avslutades än stora företag med anställda – som alltså drog större nytta av företagsstöden.



Evidensen till dags dato (inte minst Angelov och Waldenström, 2023) tyder som sagt på att den svenska detaljhandeln klarat krisen förhållandevis väl, och kanske bäst kan klassas som K2 i figur 1. Men figuren kan även beskriva delsektorer eller till och med företag; detaljhandelssektorn är synnerligen heterogen varför det är viktigt att undersöka egenskaperna och anpassningsstrategierna hos företag som klarade krisen mer eller mindre väl. Analysen är också relevant för att förstå vilka faktorer – exempelvis inträden, och utträden, expansion och kontraktion – som hjälpte företag att ta sig igenom krisens initiala och senare fas.

# Data

## 3

Det huvudsakliga datamaterialet som ligger till grund för den empiriska analysen består av företagsdata sammanställd av konsultföretaget Dun och Bradstreet som samlat in data från Bolagsverket. Datamaterialet består av ett antal olika databaser som täcker samtliga aktiebolag som är registrerade i Sverige. Bland annat finns information om företagens ålder och geografiska lokalisering, deras vinster, antal anställda, omsättning, och branschtillhörighet. Alla registrerade aktiebolag i Sverige inkluderas i databasen, vilket är en fördel jämfört med databaser från andra länder där unga och små företag oftast är underrepresenterade (Coad med flera, 2018).

För den empiriska analysen fokuserar vi på tidsperioden 2017–2022. Under denna period omfattar datamaterialet 539 001 företag varav 27 322 är aktiva inom detaljhandeln. Longitudinella registerdata på företagsnivå behövs för att göra djupgående och systematiska undersökningar av pandemins inverkan på företagens prestationer. Sådana datamängder distribueras dock med tidsfördröjningar. Detta förklarar bristen på studier om hur arbetsintensiva företag har påverkats av pandemin.

## 4

# Hur påverkades handeln av pandemin?

## 4.1 Detaljhandeln: Utträden, inträden och överlevnad

Sektionen syftar till att ge en klar bild av hur pandemin påverkade den svenska detaljhandeln. Vi gör det genom att fokusera på tre olika slags företag: de som gjorde utträde ur marknaden, de som överlevde och de som gjorde inträde på marknaden. För att bäst kunna tolka statistiken bör man veta att turbulens är normaltillståndet i en marknadsekonomisk sektor (Brown med flera, 2008), och att tusentals företag föds och dör varje år i Sverige. Det är en ofrånkomlig del i den process som kallas kreativ förstörelse, där lågproduktiva företag ersätts av mer högproduktiva nykomlingar, vilket driver den långsiktiga tillväxten i produktivitet och ekonomins omvandling mot högre levnadsstandard (Cefis, 2021).

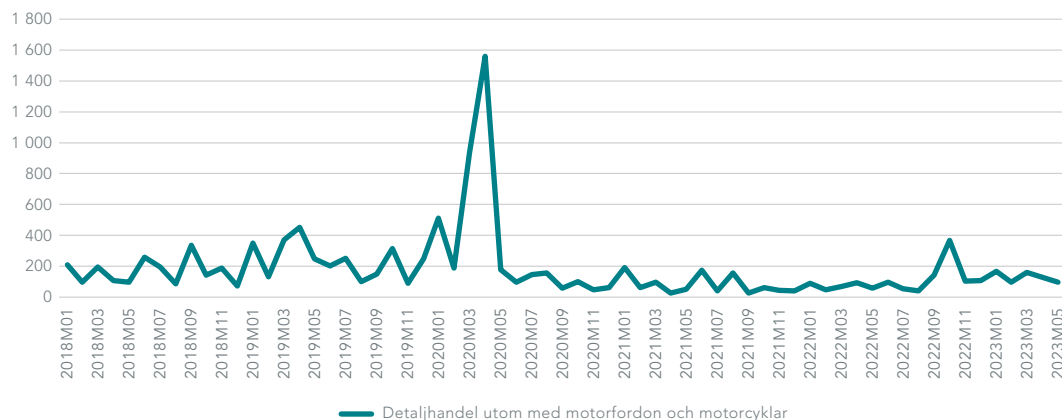
De flesta företag upphör inom några år (Delmar och Wennberg, 2010). Ett företagsutträde bör därför i normala fall inte betraktas som ett misslyckande så mycket som ett värdefullt test av en ekonomisk hypotes: just den här företagsidén lyckades inte, men att det skulle bli så gick inte att veta på förhand (Jovanovic, 1981). Med det sagt satte pandemin unik press på svenska företag, inklusive företag i detaljhandelssektorn, vilket som vi ska se syns i den aggregerade statistiken.

*Med det sagt satte pandemin unik press på svenska företag, inklusive företag i detaljhandelssektorn, vilket som vi ska se syns i den aggregerade statistiken.*

Figur 2 visar hur många människor som drabbades av konkurser inom detaljhandeln. Antalet personer drabbade har en tydlig topp i april 2020 för att sedan återgå till en nivå som till och med var lägre än den innan pandemin. En tolkning är som sagt att de svenska företagsstöden när de väl kom på plats minskade trycket både i detaljhandelssektorn och ekonomin i stort. I handelssektorn i sin helhet (detalj och parti) kan situationen sammanfattas som att antalet företag ökade netto med 8,5 procent mellan 2019 och 2021, samtidigt som sysselsättningen ökade med omkring 4,3 procent och nettoomsättningen ökade med omkring 12,4 procent under samma period (se tabell 4 och tabell 5 för mer information).



Figur 2. Antal drabbade av konkurser inom detaljhandeln.



I tabell 1 ser vi deskriptiv statistik avseende nyckeltal för detaljhandelsföretag som lämnade marknaden 2018, 2019, 2020 respektive 2021. För att statistiken ska vara jämförbar och tillförlitlig avspeglar den det sista året innan nedläggning. Det är alltså inte möjligt att studera de företag som lades ner 2022 då detta är det senaste året i vårt datamaterial och används för att säkerställa en korrekt identifiering av nedlagda företag. En första observation från tabellen är att antalet utträden ökar något under det första pandemiåret jämfört med de två föregående åren men ligger kvar i närheten av 1 000 utträden per år. Även i ekonomin som helhet ökade antalet utträden 2020 jämfört med åren innan (se tabell A1 i appendix).

Tabell 1. Detaljhandelsföretag som dog 2018–2021, tusentals kronor.

År för nedläggning	2018	2019	2020	2021
<b>Storleksmått året innan nedläggning</b>				
Ålder $t_{-1}$	10,8	10,6	11,8	11,2
Nettoomsättning $t_{-1}$	3113,1	2627,2	2498	2915,3
Personalkostnader $t_{-1}$	386,4	444,9	441,6	452,5
Antal anställda $t_{-1}$	2,0	1,9	1,7	1,9
Löner $t_{-1}$	579,5	475,4	774,9	791,3
<b>Lönsamhetsmått året innan nedläggning</b>				
Avkastning på totalt kapital $t_{-1}$	-20,2	-26,7	-23,9	-15,6
Rörelsemarginal $t_{-1}$	-10,2	-10,8	-9,3	-18
Vinst $t_{-1}$	-5,7	-6,6	-1,6	-7,6
<b>Motståndskraftmått året innan nedläggning</b>				
Eget kapital $t_{-1}$	744,3	1 103,8	1 061,6	1 258,5
Soliditet $t_{-1}$	28,2	30,5	29	30,3
Kassalikviditet $t_{-1}$	236,7	225,9	249,8	258,7
Skuldgrad $t_{-1}$	3,2	4,1	3	4
Kassalikviditet $t_{-1}$				
<b>Antal företag</b>	<b>968</b>	<b>930</b>	<b>1 033</b>	<b>976</b>

Dessa resultat stämmer väl överens med den bild som tidigare förmedlats avseende pandemins effekter på företagsutträden, alltså att stöden gjorde att antalet konkurser inte blev avsevärt högre än normalt (Tillväxtanalys 2023; se även Ekholm med flera, 2022b; SOU 2022:30). Tillväxtanalys visar också, till stöd för tolkningen att det var stöden som gjorde att konkurserna kunde undvikas, att små företag utan anställda gick mot strömmen och alltså i högre grad avslutades än stora företag med anställda – som alltså drog större nytta av företagsstöden.

Vi ser tecken på att de företag som upphörde 2020, i detaljhandeln och i hela ekonomin, var mindre året innan nedläggning än tidigare dödskohorter både i termer av omsättning och sysselsättning (se tabell 1). Av samtliga dödskohorter i denna studie var de detaljhandelsföretag som upphörde 2020 äldst, men också minst sett till både omsättning och antal anställda. När det kommer till vinstmått och motståndskraftmått är det svårt att se några tydliga skillnader mellan de olika kohorterna, vare sig för detaljhandelssektorn eller ekonomin i stort.

I tabell 2 finner vi samma deskriptiva statistik för företag som funnits sedan 2017 men som överlevde åtminstone fram till 2022. Syftet med att begränsa sig till denna grupp företag är att få bort de allra mest nystartade företagen för att tydligare se hur mer etablerade företag påverkades under pandemin.

Tabell 2. "Mogna" överlevare i detaljhandeln.

<b>Företag som överlevde 2020 och funnits sedan åtminstone 2017. Statistik 2019–2022.</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Storleksmått</b>				
Ålder	13,6	14,6	15,7	16,4
Nettoomsättning	36 044,6	39 789,8	43 481,4	48 454,7
Personalkostnader	3 417,8	3 549,5	3 838,0	4 495,9
Antal anställda	11,0	11,2	11,9	12,8
Löner	25 549,4	29 050,7	33 510,5	40 668,3
<b>Lönsamhetsmått</b>				
Avkastning på totalt kapital	3,6	7,0	7,8	5,3
Rörelsemarginal	-0,8	0,2	0,6	-1,1
Vinst	1,2	2,6	4,0	1,7
<b>Motståndskraftmått</b>				
Eget kapital	4 341,4	5 058,2	5 502,9	5 319,7
Soliditet	33,3	36,6	39,3	42,9
Kassalikviditet	144,4	164,6	168,8	173,4
Skuldgrad	5,9	5,3	4,5	4,6
<b>Antal företag</b>	<b>13 518</b>	<b>12 958</b>	<b>12 443</b>	<b>8 759</b>

Vidare kan vi i tabell 2 se att den ”mogna” genomsnittsoverlevaren i detaljhandeln växte under pandemin. Överlevarna såg en positiv utveckling i fråga om storleksmått

under det första pandemiåret 2020, och gjorde bra ifrån sig i fråga om vinst- och motståndskraftsmått redan då. Under det nästföljande året upplevde överlevarna en betydande positiv utveckling i fråga om praktiskt taget alla nyckeltal, både avseende storlek, vinster och soliditet. Mönstret är tydligare för detaljhandelssektorn än för ekonomin i stort (se tabell A2 i appendix).

Hur påverkades då inträden i detaljhandelssektorn av pandemin? I panel A av tabell 3 jämför vi nyckeltal för detaljhandelsföretag som startade under pandemiåret 2020 med företag som startade året innan. Det kanske allra mest anmärkningsvärda är hur stor kohorten är: 1 619 detaljhandelsföretag startades 2020, vilket är fler än året innan. Inträdessiffrorna för ekonomin i stort 2020 är också betydligt högre än siffrorna året innan (se tabell A3 i appendix). Att pandemin inte avskräckte nyföretagande mer, vare sig i detaljhandeln eller ekonomin i stort, får betraktas som anmärkningsvärt.

Tabell 3. Inträde detaljhandelsföretag.

	A: Inträde alla företag i detaljhandeln				B: Inträde arbetsgivare i detaljhandeln			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
<b>Storleksmått</b>								
Ålder	0,5	0,4	0,5	0,7	0,6	0,5	0,6	0,7
Nettoomsättning	4 528,0	3 376,3	3 234,0	3 315,3	6 814,1	5 338,3	5 190,9	5 067,6
Personalkostnader	739,2	570,6	447,9	442,1	1 180,9	995,7	837,9	778,7
Antal anställda	2,7	2,4	2,3	2,3	3,2	3,0	2,8	2,7
Löner	800,7	990,5	991,8	969,7	2 247,2	2 531,9	2 195,0	1 993,3
<b>Lönsamhetsmått</b>								
Avkastning på totalt kapital	-7,5	-5,4	-3,3	-2,5	-4,2	-0,2	-1,0	4,3
Rörelsemarginal	-15,5	-16,5	-8,7	-7,7	-8,6	-10,2	-6,1	-5,8
Vinst	-14,7	-16,0	-7,4	-7,3	-8,3	-9,7	-5,3	-5,6
<b>Motståndskraftsmått</b>								
Eget kapital	426,8	256,2	289,6	218,1	568,1	334,9	450,4	336,9
Soliditet	20,2	21,4	22,2	19,4	15,7	18,7	20,2	22,2
Kassalikviditet	136,5	140,7	156,3	142,2	114,1	120,2	137,5	130,8
Skuldgrad	11,2	10,7	10,8	13,5	12,9	12,2	11,9	15,1
Antal företag	1 563	1 619	1 925	1 162	949	902	1 000	627

Med detta sagt finner vi att detaljhandelsföretag som startades 2020 och framåt generellt är mindre än företag som startade 2019, både i omsättning och sysselsättning. För ekonomin i stort är skillnaden mellan 2019- och 2020-inträdeskohorterna mindre och sett till omsättning är de nystartade till och med något större än de som startades innan pandemin (tabell A3 i appendix). En tolkning är att detaljhandels nyföretagare betraktat storlek som en belastning snarare än som en styrka under pandemin, i större utsträckning än nyföretagare i andra sektorer. Andra tänkbara förklaringar är att fler individer tvingades ut i företagande (så kallat nödvändighetsentreprenörskap), kanske på

grund av att de förlorat sina jobb (en push-faktor), eller att fler lockades till företagande av företagsstöden (en pull-faktor). Detta skulle även kunna förklara att det startades så många nya företag under pandemin.

Frågan sätter kvaliteten på nyföretagandet i fokus. Det kan därför vara lämpligt att begränsa sig till att enbart studera detaljhandlare som har anställda – dessa arbetsgivare är rimligen att betrakta som mer ”produktiva” entreprenörer som mer sannolikhet motiveras av möjligheter än av nödvändighet (Gandelman och Robano, 2014; Castellani och Lora, 2014; Sorgner med flera, 2017; Kim, 2021). För denna grupp företag ser mönstret något annorlunda ut, vilket framgår av panel B i tabell 3. Arbetsgivar-detaljhandlare som gör inträde 2020 är förvisso mindre än tidigare kohorter, men de uppvisar bättre soliditetsmått under sitt första år jämfört med tidigare årgångar. Detta kan tolkas som att arbetsgivar-nyföretagare i detaljhandeln skiljer sig kvalitetsmässigt gentemot tidigare kohorter på ett sätt som tyder på en större försiktighet och medvetenhet om att motståndskraft är viktigt i oroliga tider.

*En tolkning är att detaljhandelns nyföretagare betraktat storlek som en belastning snarare än som en styrka under pandemin, i större utsträckning än nyföretagare i andra sektorer.*

Mönstret med förbättrade vinstsiffror gäller även för företag som etablerade sig i andra sektorer under 2020. Däremot verkar dessa företag inte i lika hög grad som detaljhandelsföretagen överträffa 2019-kohorten när det gäller motståndskraft (tabell A3). Samtidigt visar inträdesföretag inom detaljhandeln sämre resultat än genomsnittsföretaget i ekonomin som helhet, både vad gäller vinst och motståndskraft.

Det är också intressant att notera att när detaljhandelns inträdeskohorter delas upp i arbetsgivarföretagare och företagare utan anställda, ser vi en minskning med fem procent bland arbetsgivarföretagarna jämfört med året innan, men en ökning med fyra procent bland företagare utan anställda. I ekonomin som helhet ökar båda grupperna, men i lägre omfattning: arbetsgivarföretagarna ökar med två procent, medan företagare utan anställda ökar med fyra procent.

Det är särskilt anmärkningsvärt att medan 61 procent av nyföretagen inom detaljhandeln hade anställda 2019, hade endast 52–56 procent det under pandemiåren. Detta tyder på att denna inträdeskohort i högre grad präglas av nödvändighetsdrivet entreprenörskap jämfört med tidigare årgångar. I den bredare ekonomin förblir andelen arbetsgivarföretagare nästan konstant under hela perioden.

## 4.2 Skillnader på tresiffrig SNI-nivå

Tabell 4 och 5 visar att handelssektorn totalt mellan 2019 och 2021 ökade med 4,3 procent i sysselsättning och drygt 12,4 procent i nettoomsättning. Skillnaderna var dock stora mellan respektive underbransch. De enda 3-ställiga branscherna som minskade markant både i termer av nettoomsättning och sysselsättning mellan 2019 och 2021 är *Specialiserad detaljhandel med drivmedel* (473). Samma bransch var även den som såg den största minskningen av personalstyrkan, följd av *Övrig specialiserad butikshandel med hushållsvaror* (477). De sektorer som ökade mest sett till omsättning var, i ordning, *Detaljhandel ej i butik, på torg eller marknad* (479), *Specialiserad butikshandel med heminredningsartiklar och husgeråd* (475), *Specialiserad butikshandel med informations- och kommunikationsutrustning* (474), och *Specialiserad butikshandel med livsmedel, drycker och tobak* (472).

En bransch som sticker ut även vad gäller sysselsättningsstillväxt är *Detaljhandel ej i butik, på torg eller marknad* (479) som ökade betydligt mer än andra branscher. Den följdes av *Specialiserad butikshandel med livsmedel, drycker och tobak* (472), *Detaljhandel med brett sortiment* (471), och *Torg- och marknadshandel* (478). Den sistnämnda branschen är mycket liten relativt de andra branscherna och resultaten för denna bransch drivs av endast 13 nyanställningar, netto.

Tabell 4. Total omsättning inom detaljhandeln, årsvis 2019–2021.

SNI	Benämning	2019	2020	2021	Förändring
471	Detaljhandel med brett sortiment	189 108 432	195 772 176	201 932 624	0,064
472	Specialiserad butikshandel med livsmedel, drycker och tobak	45 877 112	52 550 808	54 995 796	0,166
473	Specialiserad detaljhandel med drivmedel	9 263 301	7 647 983	8 271 311	-0,120
474	Specialiserad butikshandel med informations- och kommunikationsutrustning	35 020 392	39 279 600	42 158 168	0,169
475	Specialiserad butikshandel med heminredningsartiklar och husgeråd	59 805 688	68 158 176	74 346 248	0,196
476	Specialiserad butikshandel med kultur- och fritidsartiklar	23 608 604	24 795 636	26 932 798	0,123
477	Övrig specialiserad butikshandel med hushållsvaror	85 722 640	83 624 344	89 040 384	0,037
478	Torg- och marknadshandel	753 189	871 860	901 555	0,165
479	Detaljhandel ej i butik, på torg eller marknad	49 316 664	60 999 860	70 748 888	0,303
	<b>Totalt</b>	<b>498 476 022</b>	<b>533 700 443</b>	<b>569 327 772</b>	<b>0,124</b>

Tabell 5. Totalt antal anställda inom detaljhandeln, årsvis 2019–2021.

SNI	Benämning	2019	2020	2021	Förändring
471	Detaljhandel med brett sortiment	47 794	48 108	50 256	0,049
472	Specialiserad butikshandel med livsmedel, drycker och tobak	8 921	9 655	9 877	0,097
473	Specialiserad detaljhandel med drivmedel	2 051	1 864	1 910	-0,074
474	Specialiserad butikshandel med informations- och kommunikationsutrustning	6 017	5 956	6 012	-0,001
475	Specialiserad butikshandel med heminredningsartiklar och husgeråd	18 077	18 323	18 976	0,047
476	Specialiserad butikshandel med kultur- och fritidsartiklar	8 410	8 233	8 778	0,042
477	Övrig specialiserad butikshandel med hushållsvaror	31 102	29 036	29 498	-0,054
478	Torg- och marknadshandel	250	240	263	0,049
479	Detaljhandel ej i butik, på torg eller marknad	12 182	13 701	15 336	0,206
	<b>Totalt</b>	<b>134 804</b>	<b>135 116</b>	<b>140 906</b>	<b>0,043</b>

Att *Detaljhandel ej i butik, på torg eller marknad* gick framåt ligger i linje med den internationella litteraturens betoning på digitaliseringens betydelse för motståndskraft mot covid-19 (Abidi med flera, 2022; Nose och Honda, 2023). Sektorn innefattar nämligen den fyrställiga underkategorin *Postorderhandel och detaljhandel på internet* (4791). Befolkningen följde i stort rekommendationerna från folkhälsomyndigheten och undvek fysiska butiker till förmån för e-handel i en högre utsträckning än tidigare. Det går på liknande sätt att förklara ökningen i de andra växande sektorerna: Eftersom fler människor arbetade från sitt hem faller det sig naturligt att konsumtionen av artiklar för heminredning och bygg ökade. Att *Specialiserad butikshandel med informations- och kommunikationsutrustning* ökade är en tydlig indikation på att behovet av hemmakontor också ökade. När lunchen tillagades hemma i stället för på lunchrestaurangen så fick det följden att omsättningen ökade även för butikshandel med livsmedel, drycker och tobak.

*Eftersom fler människor arbetade från sitt hem faller det sig naturligt att konsumtionen av artiklar för heminredning och bygg ökade.*

### 4.3 Sammanfattningsvis

Att utträden inte ökade i någon betydande grad är en indikation på att coronastöden haft avsedd effekt även i detaljhandelssektorn. Det tycks ha gått bra för överlevarna. Samtidigt observerar vi förvånansvärt höga inträdessiffror, men oroande indikationer på att företagskompositionen i detaljhandelssektorn och ekonomin i stort ändrats, med följden att vi ser mer nödvändighets-entreprenörskap än tidigare. Indikationer tyder också på att digitalisering innebar en motståndskraft mot pandemin i det initiala skedet, om inte för det enskilda företaget så åtminstone för den mest digitaliserade detaljhandelssektorn (sektor 479) i sin helhet.

## 5

## Hur hanterade handelsföretagen krisen?

I denna sektion besvarar vi den andra och tredje forskningsfrågan, alltså hur handelsföretag anpassade sig till pandemin och hur den anpassningen påverkade deras fortsatta utveckling.

Hur företagen anpassade sig under inledningsfasen under pandemin påverkade sannolikt deras fortsatta tillväxt. För att studera detta undersöker vi inledningsvis sambandet mellan vad som kännetecknade företagen året innan pandemin (2019) och den efterföljande omsättningstillväxten (tabell 6). För detta ändamål sorterar vi företagen efter deras tillväxt under perioden 2021–2022 och delar in dem i fem lika stora grupper (så kallade kvintiler). Tillväxtgrupp 1 består därmed av de 20 procent av företag som hade lägst omsättningstillväxt under 2021–2022, medan de översta 20 procenten hamnar i tillväxtgrupp 5. Vi jämför sedan dessa grupper initiala förutsättningar före pandemin.

Förvånande nog finner vi att företag som hade högst omsättningstillväxt, tillväxtgrupp 5, på många sätt liknade företagen i den lägsta tillväxtgruppen (tabell 6). Båda grupperna hade färre anställda, lägre avkastning på totalt kapital (ROA), och lägre rörelsemarginal än mittengrupperna året innan pandemin. Vi ser dock betydande skillnader gällande företagens tillgångar. Grupp 5 hade betydligt mer eget kapital, materiella anläggningstillgångar, och lager. De hade även högre nivå på kundfordringar, högre förädlingsgrad per anställd, samt högre löner jämfört med de företag som fick lägst tillväxt under pandemin. De högre lönerna förklaras dock till största del genom att tillväxtgrupp 5 i genomsnitt har fler anställda.

Tabell 6. Företagens initiala förutsättningar, 2019, uppdelat efter deras omsättningsutveckling 2021–2022.

Tillväxtgrupp 2021–2022	1	2	3	4	5
Antal anställda	4,2	7,5	22,5	14,5	6,2
Avkastning totalt kapital	5,1	8,5	11,7	10,4	4,9
Rörelsemarginal	-6,7	0,5	3,3	3,9	-7,0
Soliditet	42,2	42,1	43,3	40,3	40,8
Eget kapital	4 313,7	7 761,5	31 790,7	18 720,8	11 698,6
Materiella anläggningstillgångar	574,3	1 453,8	3 514,4	2 988,4	4 026,8
Lager	1 570,6	5 291,8	21 873,5	9 041,5	6 314,6
Kundfordringar	1 853,8	4 901,0	12 862,6	9 198,0	6 930,6
Förädlingsgrad per anställd	974,1	1 002,6	1 571,1	1 310,0	1 378,5
Löner	6 607,4	11 189,9	41 714,4	23 152,7	9 733,6



Som ett nästa steg i att avgöra vilka initiala faktorer som på allvar spelade roll för detaljhandlarnas anpassning genomför vi så kallade händelsestudier (event studies), en statistisk metod för att bedöma effekten av en händelse. Centralt här är att vi delar upp vår företagspopulation utifrån nyckeltal som vi redan bekantat oss med, i syfte att kunna se mönster i datat: till exempel klassificerar vi företag med en soliditet högre än genomsnittet i branschen som högsolida, medan alla andra företag räknas som lågsolida. Uppdelningen är grov men gör det enklare att se och vidareutforska mönster.

Redan i sektion 4 kunde vi konstatera att överlevare i detaljhandeln tycks ha sett en god utveckling efter det första pandemiåret (tabell 2), men denna utveckling döljer sannolikt en betydande variation. Forskare som studerar företagstillväxt beräknar vanligtvis tillväxten i antingen antal anställda eller i omsättning. I denna studie fokuserar vi främst på omsättningsmått som ett mått på hur det går för dem. Även om handeln är en arbetskraftsintensiv bransch så präglas denna period av en digitalisering och det vore märkligt att kategorisera ett företag som icke-växande för att det inte har expanderat sin arbetskraft.



För att undersöka effekten av olika bakgrundsvariabler på företagets tillväxt efter det första pandemiåret beaktar vi därför hur företagets omsättning påverkades av två olika förklaringsvariabler: soliditet och eget kapital. Omsättningen logaritmeras i analysen för att förenkla tolkningen av resultaten. Vi använder de initiala värdena 2018 för förklaringsfaktorerna, soliditet och eget kapital, för att se hur de påverkade den efterföljande omsättningstillväxten. Vi jämför de företag som initialt hade en soliditet respektive eget kapital över genomsnittet för branschen och året med de som låg under genomsnittet.

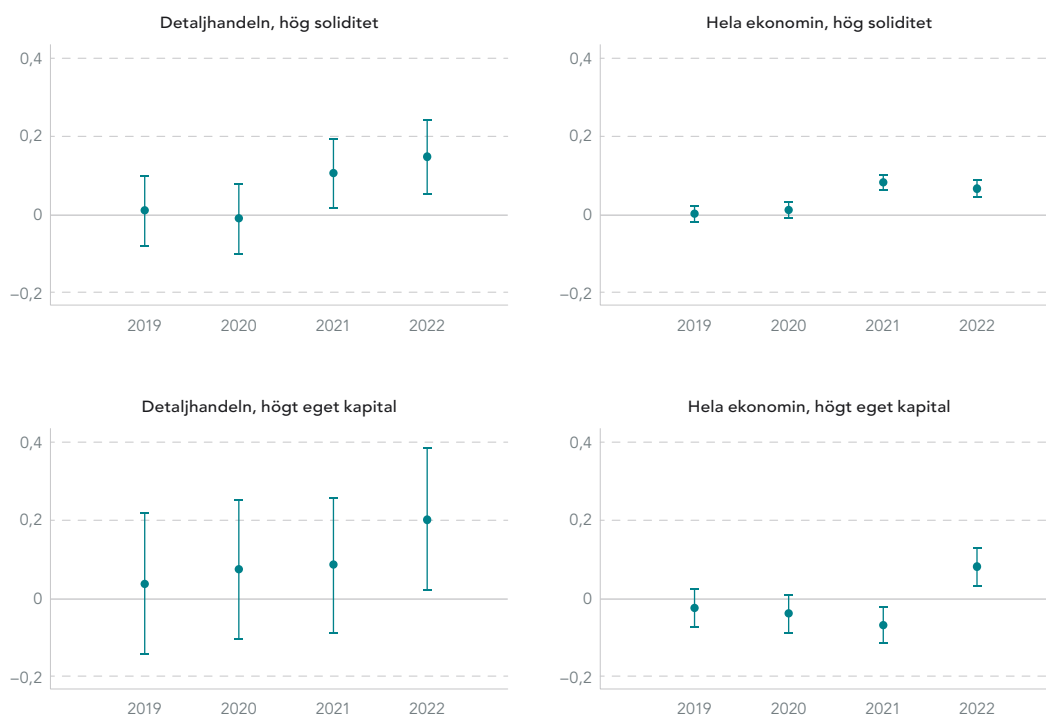
Det tydligaste resultatet är att motståndskraftmått tycks ha spelat stor roll för företagets tillväxt under pandemin: figur 3 visar att företagets soliditet innan pandemin tog sin början tycks ha haft stor betydelse för deras tillväxt. Företag som klassades som högsolida relativt sin sektor såg alltså en signifikant bättre utveckling 2021 och 2022 än innan pandemin.

Soliditetseffekten är dessutom starkare i detaljhandelssektorn än i ekonomin i övrigt: de detaljhandelsföretag som klassas som högsolida året innan har i snitt 11 procent bättre utveckling 2021 och 15 procent bättre utveckling 2022 än de lågsolida. I ekonomin i stort är skillnaderna mellan hög- och lågsolida mindre med åtta respektive sex procent.

I nedre delen av figur 3 undersöker vi det initiala egna kapitalets påverkan på framtida tillväxt under pandemiåren. När vi endast ser till detaljhandelsföretag är det tydligt att konfidensintervallen växer betydligt, då antalet observationer minskar. Detta gör det

något svårare att göra uttalanden om statistisk signifikans. Vad som dock är tydligt är att magnituden på estimaten är avsevärt högre inom detaljhandeln än i ekonomin som helhet. Mer eget kapital än genomsnittet innan pandemin är förknippat med 21 procent högre omsättningstillväxt under 2022. Motsvarande siffra för företag i den övriga ekonomin är åtta procent 2022, medan den är negativ 2021.

Figur 3. Händelsestudie företagstillväxt under covid-19, betydelsen av soliditet.



I mer utbyggda regressioner utforskar vi soliditetens effekt mer i detalj, i modeller där vi interagerar motståndskraftsmåtten med covid-perioden och successivt lägger till andra förklarande variabler. Vi kan då se att medan den direkta effekten av soliditet på företagstillväxten är negativ så är interaktionen mellan soliditet och pandemiåren positiv, och dessutom av betydande storlek. Alltså: medan det innan pandemin fanns en motsättning mellan soliditet och tillväxt, tycks soliditet i stället ha blivit en tillväxtkälla under pandemin.

I den mest utbyggda modellen hade högsolida företag 3,5 procent högre tillväxt jämfört med lågsolida företag (se tabell A4 i appendix). I detaljhandelssektorn är mönstret ännu

*I denna sektion besvarar vi den andra och tredje forskningsfrågan, alltså hur handelsföretag anpassade sig till pandemin och hur den anpassningen påverkade deras fortsatta utveckling.*

starkare, som synes i tabell 7: högsolida handelsföretag hade 6,6 procent högre tillväxt än lågsolida handelsföretag. Vi har i separata regressioner låtit övriga nyckeltal interageras med pandemin, och finner då positiva resultat även från avkastning på totalt kapital (tabell A5 i appendix). I övrigt finner vi inga liknande effekter.

Tabell 7. Tillväxtregressioner i handelssektorn.

	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4	Modell 5
Hög soliditet $t_{-1}$	-0,549*** (0,0163)	-0,650*** (0,0158)	-0,643*** (0,0138)	-0,555*** (0,0137)	-0,280*** (0,0136)
Pandemi	-0,0255 (0,0147)	0,0147 (0,0142)	0,104*** (0,0122)	0,0869*** (0,0118)	0,0896*** (0,0116)
Hög soliditet $t_{-1}$ *Pandemi	0,114*** (0,0212)	0,100*** (0,0204)	0,0467** (0,0178)	0,0604*** (0,0171)	0,0657*** (0,0167)
Litet företag		1,327*** (0,0173)	0,0428 (0,0264)	-0,151*** (0,0267)	-0,207*** (0,0262)
Ungt företag		-0,705*** (0,0107)	-0,316*** (0,0102)	-0,349*** (0,0101)	-0,374*** (0,00986)
Antal anställda $t_{-1}$			2,988*** (0,0110)	2,832*** (0,0108)	2,686*** (0,0107)
Avkastning på totalt kapital $t_{-1}$			0,935*** (0,00975)	0,452*** (0,0107)	0,447*** (0,0119)
Rörelsemarginal $t_{-1}$				1,240*** (0,0164)	1,057*** (0,0196)
Vinst $t_{-1}$					0,0940*** (0,0179)
Kassalikviditet $t_{-1}$					-0,997*** (0,0123)
Observationer	74 076	74 076	63 691	62 642	62 238

Det är också intressant att studera hur företagen anpassade sig till pandemin och om detta kan förklara de divergerande tillväxtkurvorna mellan grupperna. Som visades i tabell 6, så var företagen som hamnade i tillväxtgrupp 1 och 5 relativt lika varandra under perioden innan pandemin. Kan företagens anpassning förklara att de hade så olika utfall efter pandemin?

För att bedöma detta behåller vi samma indelning i tillväxtgrupper som i tabell 6, men i stället för att titta på de initiala förutsättningarna 2019, så använder vi i tabell 8 den genomsnittliga procentuella förändringen av nyckelfaktorer för de olika grupperna under åren 2019–2020, alltså hur de anpassade sig under pandemins inledande fas.

Vi ser då att det som utmärker de företag som hamnade i den högsta tillväxtgruppen 2021–2022 var att de lyckades öka sin rörelsemarginal och det egna kapitalet mer än någon annan grupp 2019–2020. De ökade också förädlingsgraden per anställd betydligt mer än övriga tillväxtgrupper. Detta indikerar att företag som fokuserade på internt genererade medel och stärkte det egna kapitalet blev mer motståndskraftiga mot den ekonomiska turbulensen som följde i pandemins spår.

Tabell 8. Förhållandet mellan företagens anpassning mellan 2019–2020 och deras utfall under 2021–2022, procentuella förändringar.

Tillväxtgrupp 2021–2022	1	2	3	4	5
Antal anställda	-3,7	1,0	2,4	3,4	2,4
Avkastning totalt kapital	-28,0	1,0	27,0	7,5	-16,6
Rörelsemarginal	-61,8	-5,7	14,8	9,1	62,0
Soliditet	28,0	24,5	20,3	27,6	22,0
Eget kapital	115,2	75,5	14,3	51,9	418,8
Materiella anläggningstillgångar	136,6	71,9	35,4	57,4	71,8
Lager	25,8	14,5	15,5	37,6	41,1
Kundfordringar	569,5	57,1	44,6	80,0	256,7
Förädlingsgrad per anställd	-5,6	2,7	-9,0	26,8	264,1
Löner	4,0	2,9	2,4	6,8	12,7

# Avslutande diskussion

6

Projektet erbjuder en första heltäckande översikt över hur svenska detaljhandelsföretag drabbades av covid-19 pandemin och hur de anpassade sig till denna oväntade händelse. Vi undersöker även om företagets anpassning är relaterad till deras framtida utveckling och sannolikhet att överleva.

Resultaten erbjuder värdefull och unik information om företagets anpassningsstrategier efter en stor extern chock. Detta är av särskilt värde för detaljhandeln, då det kan bidra med information om hur man på bästa sätt hanterar en kris eller en chock, samt ge input till offentlig politik för att stödja detaljhandelsföretag. De huvudsakliga resultaten lyder som följer:

- Det tycks ha gått bra för överlevande företag i detaljhandelssektorn. Samtidigt observerar vi oroande indikationer på att företagskompositionen i detaljhandelssektorn och ekonomin i stort ändrats så att vi ser mer nödvändighets-entreprenörskap än tidigare (se sektion 4).
- Vi finner en tydlig soliditetspremie i detaljhandelssektorn under pandemin: högsolida detaljhandelsföretag hade betydligt högre tillväxt än lågsolida handelsföretag, och medan mönstret går igen i resten av ekonomin är det inte lika tydligt där (se sektion 5).
- När vi undersöker effekten av anpassningsstrategier under pandemin finner vi att detaljhandelsföretag som fokuserade på internt genererade medel blev mer motståndskraftiga och klarade sig bättre (se sektion 5).



Resultaten är i linje med Princeton-professorn Markus Brunnermeiers (2021) observation att erfarenheterna från covidpandemin har tydliggjort värdet av att bygga upp mer motståndskraftiga ekonomier för att möta framtida kriser.

Ett väl fungerande entreprenörskap i detaljhandelssektorn kommer att vara avgörande för näringslivets motståndskraft och omställningskraft också i framtiden. Därför är det viktigt att dra rätt lärdomar av pandemin.

Likt alla studier har även dessa begränsningar. Vissa kortvariga pandemieffekter kan missas när man som i denna rapport använder årsdata. Mer högfrekvent datamaterial så som exempelvis månadsdata kan behövas för att studera sådana kortsiktiga effekter.

I skrivande stund är det heller inte möjligt att undersöka pandemins totala effekter. Följdeflekterna från pandemin kommer fortsätta att påverka svensk ekonomi även om smittspridningen ebbat ut.

Avslutningsvis finns det vissa frågor som faller utanför denna rapport men som är värda att uppmärksamma framgent. Även om svenska detaljhandelsföretag av det mesta att döma klarade sig relativt bra under pandemins, finns det fortfarande mörka moln vid horisonten. En av regeringens stödåtgärder var att erbjuda företag skatteanstånd. En tredjedel av de företag som fick anstånd har fortfarande kvar dessa, och Skatteverket befarar att en stor del av dessa anstånd inte kommer att återbetalas (Skatteverket, 2024).

Nästan 4 000 detaljhandelsföretag har kvarvarande anstånd med förväntade svårigheter att återbetala. Detta är det högsta antalet bland alla branscher, vilket är oroväckande med tanke på denna studies resultat om betydelsen av internt genererade medel och soliditet för motståndskraft både i detaljhandelsbranschen och ekonomin i stort. Samtidigt indikerar det att pandemins efterverkningar ännu inte är över. Med tanke på att världen sägs befinna sig i en permanent kris och osäkerheten i den ekonomiska utvecklingen förblir betydande är det centralt att framtida forskning tar frågor om motståndskraft bland såväl detaljhandlare som andra företag på allvar.

# Referenser

- Abidi, N., El Herradi, M. och Sakha, S. (2022), Digitalization and resilience: firm-level evidence during the Covid-19 pandemic. *International Monetary Fund*.
- Angelov, N. och Waldenström, D. (2023), Pandemin och pengarna – en ESO-rapport om inkomster, skatter, fördelning och stödåtgärder under covid-19.
- Angrist, J. D. och Pischke, J-S. (2009), Mostly harmless econometrics: An empiricist's companion. Princeton University Press: Princeton.
- Baker, T. och Nelson, R. E. (2005), Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366.
- Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M. och Stanton, C. T. (2020), How are small businesses adjusting to Covid-19? Early evidence from a survey (No. w26989). *National Bureau of Economic Research*.
- Beckers, J., Weekx, S., Beutels, P. och Verhetsel, A. (2021), Covid-19 and retail: The catalyst for e-commerce in Belgium? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102645.
- Bishop, P. och Shilcof, D. (2017), The spatial dynamics of new firm births during an economic crisis: the case of Great Britain, 2004–2012. *Entrepreneurship and Regional Development*, 29(3/4), 215–237.
- Bloom, N., Fletcher, R. S. och Yeh, E. (2021), The impact of Covid-19 on US firms (No. w28314). *National Bureau of Economic Research*.
- Born, B., Dietrich, A. M. och Müller, G. J. (2021), The lockdown effect: A counterfactual for Sweden. *Plos one*, 16(4), e0249732.
- Bradley, S. W., Shepherd, D. A. och Wiklund, J. (2011), The importance of slack for new organizations facing 'tough' environments. *Journal of Management Studies*, 48(5), 1071–1097.
- Brown, B. och Butler, J. E. (1995), Competitors as allies: a study of entrepreneurial networks in the US wine industry. *Journal of Small Business Management*, 33(3), 57.
- Brown, C., Haltiwanger, J. och Lane, J. (2008), Economic turbulence: Is a volatile economy good for America? University of Chicago Press.
- Brunnermeier, M. (2021). *The Resilient Society*.
- Cefis, E., Malerba, F., Marsili, O. och Orsenigo, L. (2021), Time to exit: "revolving door effect" or "Schumpeterian gale of creative destruction"? *Journal of Evolutionary Economics*, 31(5), 1465–1494.

- Ekholm K., Nordström Skans O., Persson T. och Åkerman A. (2022), Företagsstöden under pandemin. Underlagsrapport till SOU 2022:10 Sverige under pandemin.
- Giones, F., Brem, A., Pollack, J. M., Michaelis, T. L., Klyver, K. och Brinckmann, J. (2020), Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the Covid-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00186.
- Glaeser, E. L., Ponzetto, G. A. och Tobio, K. (2014), Cities, skills and regional change. *Regional Studies*, 48(1), 7–43.
- Gu, X., Ying, S., Zhang, W. och Tao, Y. (2020), How do firms respond to Covid-19? First evidence from Suzhou, China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2181–2197.
- Hatch, C. J. (2013), Competitiveness by design: an institutionalist perspective on the resurgence of a ‘mature’ industry in a high-wage economy. *Economic Geography*, 89(3), 261–284.
- Herby, J., Jonung, L. och Hanke, S. (2023), A literature review and meta-analysis of the effects of lockdowns on covid-19 mortality-II. medRxiv, 2023-08.
- Hultman, J. och Egan-Wyer, C. (2022), Physical retailing vs. physical distancing – an empirical study of Swedish retail adaptations in the wake of Covid-19. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 32(2), 201–220.
- Katila, R. och Shane, S. (2005), When does lack of resources make new firms innovative? *Academy of Management Journal*, 48(5), 814–829.
- Korber, S. och McNaughton, R. (2018), Resilience and entrepreneurship: a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(7), 1129–1154.
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C. A. M., Prochotta, A., Steinbrink, K. M. och Berger, E. S. (2020), Startups in times of crisis – A rapid response to the Covid-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, e00169.
- Lai, Y., Saridakis, G., Blackburn, R. och Johnstone, S. (2016), Are the HR responses of small firms different from large firms in times of recession? *Journal of Business Venturing*, 31(1), 113–131.
- Latham, S. (2009), Contrasting strategic response to economic recession in startup versus established software firms. *Journal of Small Business Management*, 47(2), 180–201.
- Liu, H., Yi, X. och Yin, L. (2021), The impact of operating flexibility on firms’ performance during the Covid-19 outbreak: Evidence from China. *Finance research letters*, 38, 101808.
- Ludvigsson, J. F. (2020), The first eight months of Sweden’s Covid-19 strategy and the key actions and actors that were involved. *Acta Paediatrica*. Forthcoming.
- Martin, R. och Gardiner, B. (2019), The resilience of cities to economic shocks: A tale of four recessions (and the challenge of Brexit). *Papers in Regional Science*, 98(4), 1801–1832.



- McDonald, R. och Gao, C. (2019), Pivoting isn't enough? Managing strategic reorientation in new ventures. *Organization Science*, 30(6), 1289–1318.
- McKelvie, A., Wiklund, J. och Brattström, A. (2018), Externally acquired or internally generated? Knowledge development and perceived environmental dynamism in new venture innovation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(1), 24–46.
- Michaelis, T. L., Carr, J. C., Scheaf, D. J. och Pollack, J. M. (2020), The frugal entrepreneur: A self-regulatory perspective of resourceful entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105969.
- Mosakowski, E. (2002), Overcoming resource disadvantages in entrepreneurial firms: when less is more. I *Strategic Entrepreneurship: Creating an Integrated Mindset*, Hitt M., Ireland D., Sexton D., Camp M. (eds). Blackwell: Oxford, U.K., 106–126.
- Neumark, D., Zhang, J. och Ciccarella, S. (2008), The effects of Wal-Mart on local labor markets. *Journal of Urban Economics*, 63(2), 405–430.
- Nose, M. och Honda, J. (2023), Firm-level Digitalization and Resilience to Shocks: Role of Fiscal Policy.
- Obschonka, M., Stuetzer, M., Audretsch, D. B., Rentfrow, P. J., Potter, J. och Gosling, S. D. (2016), Macropsychological factors predict regional economic resilience during a major economic crisis. *Social Psychological and Personality Science*, 7(2), 95–104.
- Perrings, C. (2006), Resilience and sustainable development. *Environment and Development Economics*, 4, 417–427.
- Pilawa, J., Witell, L., Valtakoski, A. och Kristensson, P. (2022), Service innovativeness in retailing: Increasing the relative attractiveness during the Covid-19 pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102962.
- Roggeveen, A. L. och Sethuraman, R. (2020), How the Covid-19 pandemic may change the world of retailing. *Journal of retailing*, 96(2), 169.
- Skatteverket (2024), Tillfälliga anstånd med skattebetalning. Rapportnummer: 2024:1.
- Smallbone, D., Deakins, D., Battisti, M. och Kitching, J. (2012), Small business responses to a major economic downturn: Empirical perspectives from New Zealand and the United Kingdom. *International Small Business Journal*, 30(7), 754–777.
- Song, H. J., Yeon, J. och Lee, S. (2021), Impact of the Covid-19 pandemic: Evidence from the US restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102702.
- SOU 2022:30, Korttidsarbete under pandemin – en utvärdering av stödets betydelse. Delbetänkande av Kommittén om stöd vid korttidsarbete.
- Statistics Sweden (2021), Svensk ekonomi – statistiskt perspektiv, 3, 17–21.
- Sundström, M., Lundberg, C., Ziakas, V. (2023), Strukturförändringar orsakade av kris: Hur permakris förändrar landskapet för sällanköpsvaruhandelns kedjor och stadskärnor. Handelsrådet Forskningsrapport 2023:7.

- Tillväxtanalys (2023), Företagsstöd under pandemin – lärdomar inför framtida kriser. Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser.
- van de Klundert, T. (1986), Economic resilience: a two-country analysis. *De Economist*, 134(1), 25–41.
- Wall Street Journal (2020), The Swedish Economic Model. *Wall Street Journal*, August 5.
- Wennberg, K., Delmar, F. och McKelvie, A. (2016), Variable risk preferences in new firm growth and survival. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 408–427.
- Williams, T. A. och Shepherd, D. A. (2016), Building resilience or providing sustenance: Different paths of emergent ventures in the aftermath of the Haiti earthquake. *Academy of Management Journal*, 59(6), 2069–2102.
- Williams, N. och Vorley, T. (2014), Economic resilience and entrepreneurship: lessons from the Sheffield city region. *Entrepreneurship and Regional Development*, 26(3/4), 257–281.
- Williams, N., Vorley, T. och Ketikidis, P. H. (2013), Economic resilience and entrepreneurship: a case study of the Thessaloniki city region. *Local Economy*, 28(4), 399–415.
- Woo, S. och Pancevski, B. (2020), Sweden has avoided a coronavirus lockdown: Its economy is hurting anyway. *Wall Street Journal*, May 7.
- Wulff, G. (2023), Changes in market organisation due to exogenous shocks – the case of the transformation of the Swedish fashion industry caused by the Covid-19 pandemic. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 33(3), 276–299.

# Appendix

Tabell A1. Utträden alla företag i ekonomin.

År för nedläggning	2018	2019	2020	2021
<b>Storleksmått året innan nedläggning</b>				
Ålder <sub>t-1</sub>	8,63	8,46	8,45	8,46
Nettoomsättning <sub>t-1</sub>	2 371,70	2 161,17	1 723,99	1 599,68
Personalkostnader <sub>t-1</sub>	532,61	432,35	365,61	404,3
Antal anställda <sub>t-1</sub>	1,66	1,52	1,29	1,41
Löner <sub>t-1</sub>	1 008,16	917,77	712,12	1 053,92
<b>Lönsamhetsmått året innan nedläggning</b>				
Avkastning på totalt kapital <sub>t-1</sub>	6,89	5,74	7,6	7,7
Rörelsemarginal <sub>t-1</sub>	4,12	5,1	4,66	2,49
Vinst <sub>t-1</sub>	24,57	24,3	23,82	22,94
<b>Motståndskraftmått året innan nedläggning</b>				
Eget kapital <sub>t-1</sub>	7 681,61	8 232,18	6 141,73	8 472,58
Soliditet <sub>t-1</sub>	49	51,23	52,34	52,73
Kassalikviditet <sub>t-1</sub>	286,78	294,64	301,67	298,78
Skuldgrad <sub>t-1</sub>	4,71	4,35	4,34	4,55
Antal företag	19 020	21 202	25 972	24 153

Tabell A2. Mogna utträden vs överlevare i hela ekonomin.

Företag som överlevde 2020 och funnits sedan åtminstone 2017. Statistik 2019–2022.	2019	2020	2021	2022
<b>Storleksmått året innan nedläggning</b>				
Ålder	9,48	10,41	11,36	12,18
Nettoomsättning	29 581,87	28 928,43	32 555,43	42 487,84
Personalkostnader	4 212,83	4 212,86	4 551,13	5 348,31
Antal anställda	9,96	9,85	10,22	11,71
Löner	19 608,02	20 876,40	23 942,22	28 474,17
<b>Lönsamhetsmått året innan nedläggning</b>				
Avkastning på totalt kapital	11,05	10,76	11,32	10,54
Rörelsemarginal	7,17	7,33	6,54	5,04
Vinst	14,74	15,80	16,97	15,64
<b>Motståndskraftmått året innan nedläggning</b>				
Eget kapital	21 116,22	23 700,29	27 440,31	33 676,03
Soliditet	44,07	46,10	47,80	49,65
Kassalikviditet	222,51	234,46	239,15	240,32
Skuldgrad	7,05	6,34	5,89	5,92
Antal företag	324 565	317 934	312 445	232 266

Tabell A3. Inträde företag, hela ekonomin.

	A: Inträde alla företag				B: Inträde arbetsgivare			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
<b>Storleksmått</b>								
Ålder	0,5	0,4	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5	0,6
Nettoomsättning	2 165,5	2 211,3	2 241,1	2 463,8	2 966,8	3 073,2	2 683,2	3 033,8
Personalkostnader	554,6	480,9	479,5	566,2	905,1	800,7	771,7	822,0
Antal anställda	2,0	1,7	1,7	1,8	2,4	2,1	2,0	2,0
Löner	732,4	886,3	966,3	11 298,5	2 531,6	3 031,8	2 937,8	28 526,3
<b>Lönsamhetsmått</b>								
Avkastning på totalt kapital	24,4	27,1	29,0	36,9	26,8	28,9	30,7	37,4
Rörelsemarginal	14,4	16,1	17,3	22,3	13,9	14,5	15,6	18,6
Vinst	17,9	19,5	20,2	25,6	16,3	17,3	17,8	21,4
<b>Motståndskraftmått</b>								
Eget kapital	5 293,4	2 936,3	8 245,5	12 839,7	3 533,2	1 908,7	3 897,6	6 112,6
Soliditet	39,6	38,5	38,0	41,0	40,0	39,1	38,5	41,5
Kassalikviditet	223,9	219,3	216,1	226,9	222,1	218,3	213,5	221,8
Skuldgrad	12,8	13,9	14,2	11,4	5,7	6,2	6,6	6,1
Antal företag	30 431	31 622	33 507	24 509	17 647	18 065	19 847	15 791

Tabell A4. Tillväxtregressioner i handelssektorn.

	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4	Modell 5
Hög soliditet <sub>t-1</sub>	-0,744*** (0,005)	-0,786*** (0,005)	-0,655*** (0,005)	-0,630*** (0,005)	-0,384*** (0,005)
Pandemi	-0,025*** (0,005)	0,005 (0,005)	0,041*** (0,004)	0,046*** (0,004)	0,046*** (0,004)
Hög soliditet <sub>t-1</sub> *Pandemi	0,058*** (0,007)	0,053*** (0,007)	0,029*** (0,006)	0,028*** (0,006)	0,035*** (0,006)
Litet företag		0,922*** (0,005)	-0,097*** (0,009)	-0,163*** (0,009)	-0,204*** (0,009)
Ungt företag		-0,456*** (0,003)	-0,226*** (0,003)	-0,232*** (0,003)	-0,265*** (0,003)
Antal anställda <sub>t-1</sub>			2,585*** (0,004)	2,562*** (0,004)	2,453*** (0,004)
Avkastning på totalt kapital <sub>t-1</sub>			0,618*** (0,003)	0,274*** (0,004)	0,320*** (0,004)
Rörelsemarginal <sub>t-1</sub>				0,506*** (0,005)	0,541*** (0,005)
Vinst <sub>t-1</sub>					-0,127*** (0,004)
Kassalikviditet <sub>t-1</sub>					-0,646*** (0,004)
Observationer		1 333 451	1 333 451	1 089 982	1 060 484

Tabell A5. Tillväxtregressioner i handelssektorn.

	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4	Modell 5
Avkastning på totalt kapital <sub>t-1</sub>	0,953*** (0,0258)	0,871*** (0,0252)	0,858*** (0,0233)	0,205*** (0,0226)	0,216*** (0,0230)
Pandemi	-0,0271 (0,0282)	0,00536 (0,0273)	0,0926*** (0,0259)	0,00781 (0,0237)	0,0211 (0,0233)
Interaktion	0,116*** (0,0332)	0,0886** (0,0322)	0,0826** (0,0300)	0,157*** (0,0280)	0,143*** (0,0273)
Litet företag		1,327*** (0,0173)	0,126** (0,0433)	-0,0141 (0,0424)	-0,0748 (0,0417)
Ungt företag		-0,705*** (0,0107)	-0,276*** (0,0146)	-0,251*** (0,0141)	-0,263*** (0,0137)
Antal anställda <sub>t-1</sub>			2,842*** (0,0193)	2,761*** (0,0186)	2,620*** (0,0183)
Hög soliditet <sub>t-1</sub>			-0,530*** (0,0139)	-0,485*** (0,0133)	-0,217*** (0,0132)
Rörelsemarginal <sub>t-1</sub>				1,307*** (0,0247)	1,032*** (0,0346)
Vinst <sub>t-1</sub>					0,182*** (0,0321)
Kassalikviditet <sub>t-1</sub>					-1,073*** (0,0195)
Observationer	74 146	74 146	63 691	62 642	62 238





” Forskning för att stärka handelns konkurrenskraft och skapa goda villkor för branschens medarbetare.



**Handelsrådet** | 103 29 Stockholm  
Besöksadress: Regeringsgatan 60  
Telefon växel 010-471 85 80  
[www.handelsradet.se](http://www.handelsradet.se)