

An aerial photograph of a lush green agricultural landscape. The image shows a winding road or path that curves through the fields. There are several clusters of trees, some appearing as small, dense green patches. The overall scene is a vibrant, textured green, representing a healthy and active rural environment.

Entreprenörskap för en levande landsbygd

15 texter om landsbygdsutveckling
och entreprenörskap i Norrland

Redaktör Karl Wennberg

Familjen Kamprads stiftelse

The Kamprad Family Foundation for Entrepreneurship, Research & Charity

Växjö 2019

En kunskapsinsamling på uppdrag av Familjen Kamprads stiftelse.

Adress: Västra Esplanaden 3, 352 30 VÄXJÖ

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

Formgivning: Bläck & Co Reklambyrå

ISBN 978-91-519-1977-5

Innehåll

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





Entreprenörskapets envisa geografi

Martin Andersson
Johan P. Larsson

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

Entreprenörskapets envisa geografi

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2 Fritsch och Wyrwich (2014)

3 Saxenian (1996)

4 Saxenian (1996, s. 63)

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

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

Kulturers uppgång och fall

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

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

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

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

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

5 Falck, Heblich och Leudemann (2012)

6 Nanda och Sørensen (2010)

7 Williamson (2000 s. 597)

8 Minniti (2005)

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

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

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

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

9 Set ex Glaeser m fl (2015)

10 Chinitz (1961)

11 Chinitz (1961, s. 285)

12 Johnson (2008)

13 Johnson (2008)

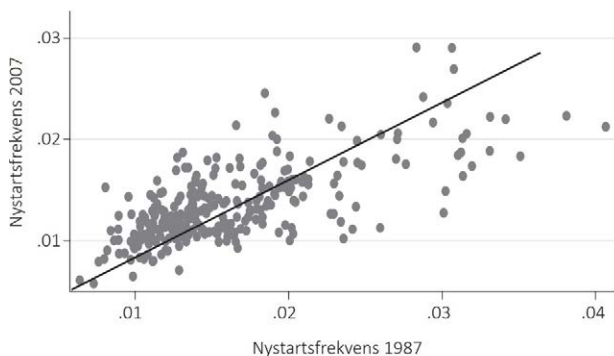
(1913) men även i detaljhandeln genom metallvarukedjan Järnia grundad 1963¹⁴.

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

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

Entreprenörskulturer i svenska regioner

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



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

Källa: Andersson (2012)

¹⁴ Johnson, (2008, s. 316–321)

¹⁵ North (1990)

¹⁶ Andersson och Koster (2011)

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

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

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

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

Från lokala kulturer till entreprenörskap – vilka är mekanismerna?

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

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

18 Giannetti och Simonov (2009)

19 Westlund, Larsson och Olsson (2014)

20 Larsson (2016)

21 Larsson, Wennberg, Wiklund och Wright (2017)

22 Andersson och Larsson (2016)

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

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

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

Slutsatser och vägar framåt

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

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

23 Bertrand, Luttmer och Mullainathan (2000)

24 Lindbeck, Palme och Persson (2008)

25 Topa (2001)

26 Glaeser, Sacerdote och Scheinkman (1996)

27 Andersson och Henrekson (2015)

28 Sorenson och Audia (2000)

29 Se t. ex. Casson (1995)

30 Guiso och Schivardi (2011)

31 Minniti (2005)

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

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

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

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

³² Johnson (2008, s. 113)

³³ Henrekson och Jakobsson (2001).

Referenser

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

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

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