

Den nya generationens företagare

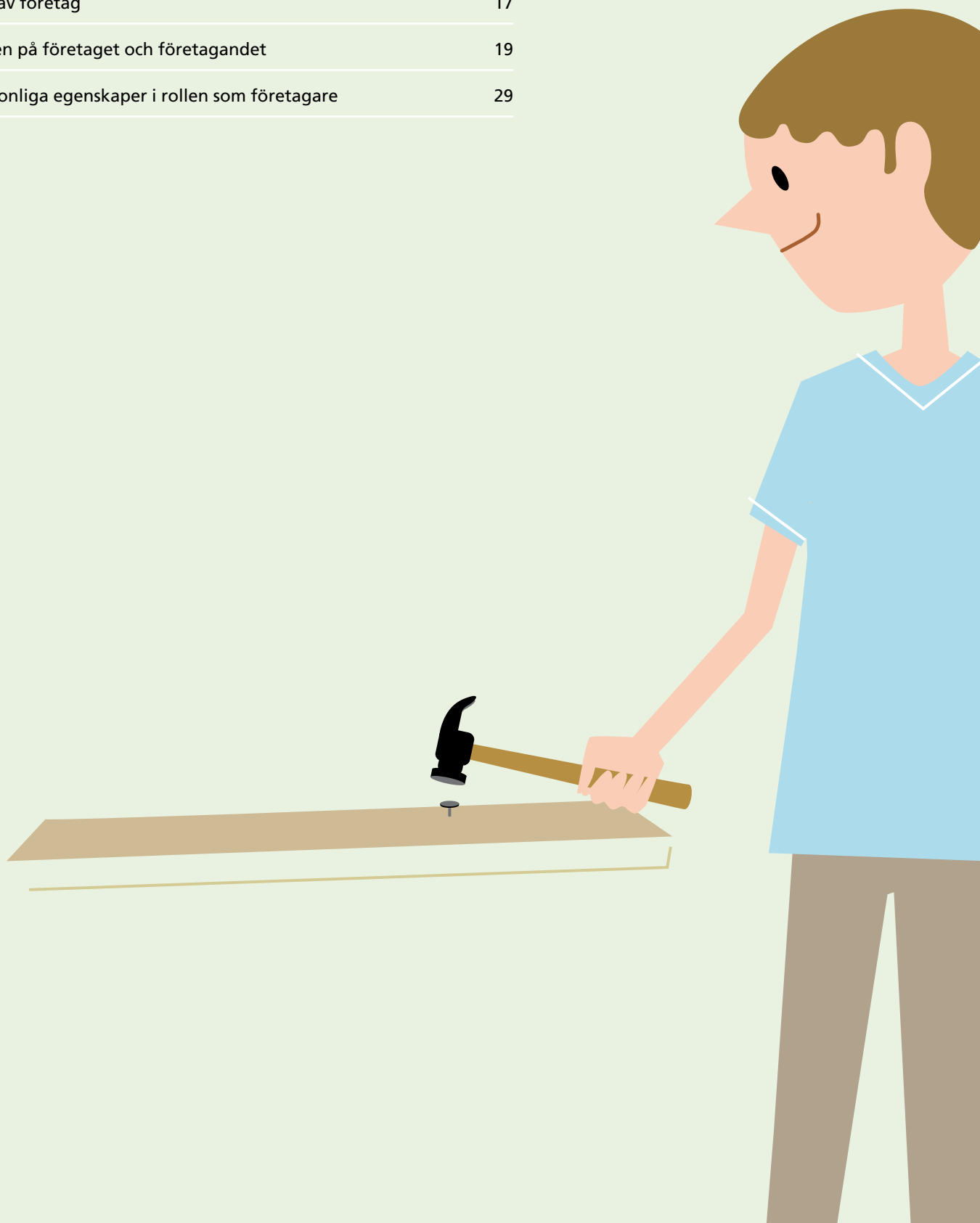
Livsviktiga arbetare



FöretagarFörbundet

Innehåll

Framtidens samhällsbyggare	3
Fakta om undersökningen	4
Fakta om de svarande	5
Arbete och övrigt liv	14
Typ av företag	17
Synen på företaget och företagandet	19
Personliga egenskaper i rollen som företagare	29



Framtidens samhällsbyggare

Den typiska svenska småföretagaren är i femtioårsåldern, men vad kommer sen? Hur ser den nya generationens småföretagare ut? Under hösten 2008 har vi på FöretagarFörbundet tittat närmare på Sveriges unga och nya småföretagare med mellan noll och nio anställda. Vi har frågat Sveriges småföretagare mellan 20 och 35 år om deras företag, vardag, drivkrafter och inte minst deras mål med sitt företagande.

Den typiska nya generationens småföretagare är inte ett snabbväxande mobilt medieföretag i Stockholms innerstad, utan passar tydligast in under kategorierna "Fixaren", "Arvtagaren" eller "Jobbaren¹". Främst handlar det om personer med praktisk utbildning som startar ett tjänsteföretag med stark lokal anknytning. Det kan röra sig om en frisör, grävmaskinist, åkare, kaféägare eller kanske städare. Det bör understrykas att undersökningen handlar om de som startar företag i unga år. Många akademiker som driver kunskapsföretag väljer ofta att starta företag lite senare i livet.

De nya småföretagarna jobbar nästan jämt. Fler än 70 procent jobbar mer än 40 timmar i veckan, och fler än var femte ung småföretagare arbetar mer än 60 timmar i veckan. Gränsen mellan arbete och fritid är närmast obefintlig. De drivs av innehållet i sin verksamhet, att ha nöjda kunder och att utvecklas som person. Företagsbyggande, önskan att arbeta internationellt och att vara chef är betydligt mindre viktigt.

I dag har nästan 40 procent av den nya generationens småföretagare anställda. Så mycket som två tredjedelar vill växa och utvecklas. Hela 90 procent skulle med den erfarenhet de har i dag gärna starta företag igen. De trivs helt enkelt med det de gör. Samtidigt kan också en hel del tänka sig att bli anställda igen.

Den nya generationens småföretagare är livsviktiga. Både i dag och i morgon. Både lokalt och för Sverige som helhet. De är Sveriges ryggrad och samhällsbyggare som varje dag får landet att fungera. För att de ska orka fortsätta, bli fler och starkare måste vi möta deras behov och här handlar det i första hand inte om frågor som internationalisering, forskning eller införande av euro.

Det handlar i stället om tre mycket tydliga behov:

1. Sänkta skatter som moms, arbetsgivaravgifter och källskatter
2. Minskad byråkrati och förenklade myndighetskontakter
3. Enklare regler för att anställa

Dessa behov är på intet sätt unika för just denna grupp småföretagare. Det är generella behov för Sveriges 909 000 småföretagare med upp till nio anställda. Men hindren upplevs kanske som ännu tuffare när man är ung och nystartad.

Utan att skryta vill jag påstå att vi är den enda organisationen i Sverige som verkligen ser denna annars ganska osynliga grupp. Hårt arbetande småföretagare som önskar att dygnet hade fler timmar och som ofta sliter i det tysta. FöretagarFörbundet vill ge alla dessa unga småföretagare en röst i debatten. För det är på denna nya generations småföretagare som mycket av Sveriges framtid vilar.

Camilla Littorin,
Förbundssekreterare

¹Fixaren, Jobbaren och Arvtagaren är tre av fem småföretagarkategorier som FöretagarFörbundet tillsammans med banken SEB identifierat utifrån en gemensam undersökning genomförd i oktober 2007.

Fakta om undersökningen

Bakgrund

FöretagarFörbundet har under flera års tid undersökt och analyserat Sveriges småföretagare. Medelåldern bland dessa är relativt hög, en bit över 50 år. Eftersom antalet unga småföretagare är relativt litet får just dessa personers tankar och idéer ett ganska blygsamt genomslag i breda undersökningar om landets småföretagare. Samtidigt är de unga företagarna extra intressanta att studera eftersom de representerar framtiden. Därför beslutade sig FöretagarFörbundet för att genomföra en specialundersökning som handlar just om de unga småföretagarna. Men undersökningsmålgruppen definierades inte enbart utifrån personens ålder utan också utifrån företagets startår. FöretagarFörbundet ville nämligen studera småföretagare som både var unga (max 35 år) och hade relativt nystartade företag (max fem år gamla). Dessa personer kallar vi i denna rapport för "den nya generationens småföretagare".

De drivkrafter, livsstilar och attityder som finns bland den nya generationens småföretagare har stor betydelse för samhället eftersom man kan anta att de växer till sig framöver. Egenskaper som i dag endast finns hos unga människor kommer att dominera samhället i framtiden.

Undersökningens genomförande

Undersökningen genomfördes med hjälp av telefonintervjuer. En genomsnittlig intervju tog cirka åtta minuter att genomföra. Intervjuerna innehöll huvudsakligen kvantitativa frågor, det vill säga frågor med fasta svarsalternativ som ger resultat i procent och medelvärden. Ett antal öppna frågor fanns också med i intervjuerna, och dessa redovisas i form av sammanfattande texter och citat.

Undersökningsmålgrupp

Som tidigare nämnts riktade vi in undersökningen mot småföretagare som dels är unga, dels har företag som är nystartade. Med "unga" avses personer som är max 35 år. Mer exakt sade vi att de skulle vara födda 1973 eller senare. Med nystartade företag menas sådana som startats under åren 2003-2007. De företag som startats 2008 finns alltså inte med i undersökningen. Skälet till det är att frågorna i undersökningen är mer relevanta när småföretagaren drivit sitt företag ett tag, det vill säga när han eller hon blivit lite "varm i kläderna".

För handelsbolag är det tyvärr inte möjligt att få fram registerdata som innehåller såväl företagarens ålder som företagets startdatum. Denna möjlighet finns emellertid för enskilda firmor och aktiebolag. Registerurval med enskilda firmor kunde vi köpa från Statistiska Centralbyrån, medan motsvarande urval för aktiebolag kommer från UC. Undersökningen omfattar således båda dessa bolagsformer, men inte handelsbolag.

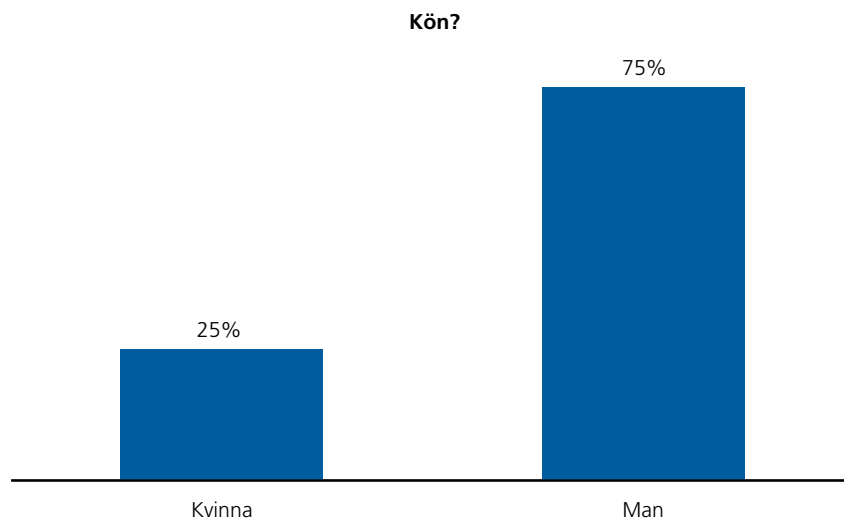
Utöver de urvalskriterier som nämnts ovan hade vi också följande avgränsningar av målgruppen:

- Eftersom undersökningen fokuserar på *småföretag* har vi endast tagit med företag med noll till nio anställda.
- För att inte få med alltför många passiva/vilande företag i undersökningen bestämde vi att den senast inrapporterade årsomsättningen (i de flesta fall 2007) skulle uppgå till minst 100 000 kronor.
- Vi ville också att undersökningen endast skulle omfatta privata företag. Därför fanns det inga offentliga organisationer eller offentligt ägda bolag med i urvalet.

Populationen innefattar, som nämnts, enskilda firmor och aktiebolag. Totalt i populationen finns det 18 368 enskilda firmor enligt de definitioner och avgränsningar vi gjort. På motsvarande sätt finns det 6 847 aktiebolag enligt målgruppsdefinitionen. Denna information om populationen vägledde oss när vi beslutade hur många intervjuer som skulle göras i respektive kategori. Därför består de svarande i undersökningen (de så kallade respondenterna) av 27 procent aktiebolag och 73 procent enskilda firmor.

Fakta om de svarande

För att ge en bild av de småföretagare som har besvarat frågorna i undersökningen redovisas nedan lite bakgrundsfakta om dessa personer.



Tre av fyra undersökningsdeltagare är män – en av fyra är kvinna. Att majoriteten av landets alla småföretagare är män är väl känt. Nu står det klart att männen är i kraftig majoritet även i denna grupp som vi kallar den nya generationens småföretagare.

Det finns intressanta skillnader mellan olika utbildningsnivåer när man studerar könsfördelningen: bland de småföretagare som har en akademisk utbildning är andelen kvinnor förhållandevis hög (35 procent). Bland dem som inte har studerat vidare efter grundskolan är endast 15 procent kvinnor.

Det är också intressant att andelen kvinnor är förhållandevis hög (30 procent) bland enmansföretagen, det vill säga bland dem som uppger att företaget inte har någon mer anställd än företagaren själv. I företag med flera anställda är andelen kvinnliga företagare betydligt lägre. Detta mönster ser man även tydligt när man studerar könsskillnaderna mellan olika omsättningsnivåer; bland företagen med lägst årsomsättning (max 250 000 kronor) drivs så många som 37 procent av kvinnor.

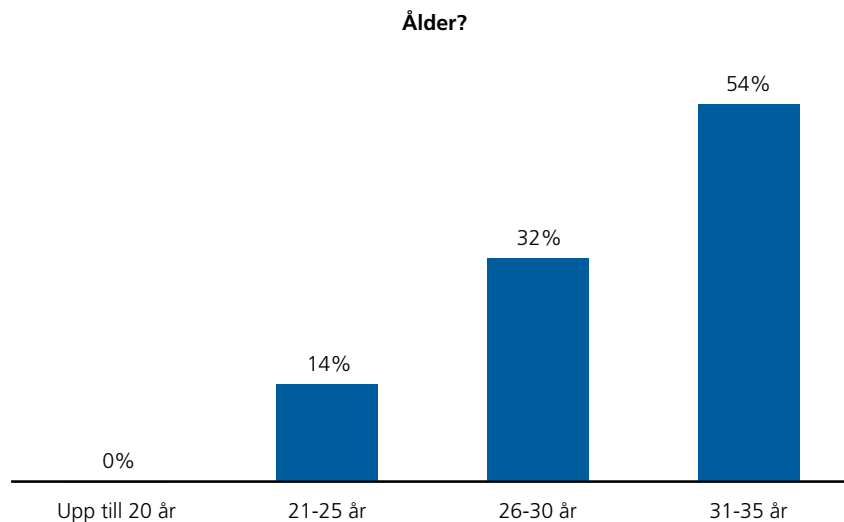
Lägst andel kvinnor (19 procent) finner vi bland dem som växt upp i företagarhus eller jordbrukarhus, medan andelen kvinnor är högre hos dem som växt upp i tjänstemanna- eller akademikerhus.

Man ser också tydligt att det finns betydligt fler män bland dem som lägger extremt mycket tid på sitt företag (mer än 60 timmar i veckan). Inom den grupp av småföretagare som arbetar betydligt mindre är i stället kvinnorna förhållandevis många.

På de minsta orterna i landet är snedfördelningen mellan könen som störst – 80 procent av den nya generationens småföretagare är män och endast 20 procent är kvinnor.

Extra många killar har i dag aktiebolag medan tjejerna i större utsträckning har enskilda firmor.

När man studerar könsfördelningen i olika delar av landet ser man att andelen kvinnor är störst i Norrland (37 procent) och lägst i Götaland (21 procent).



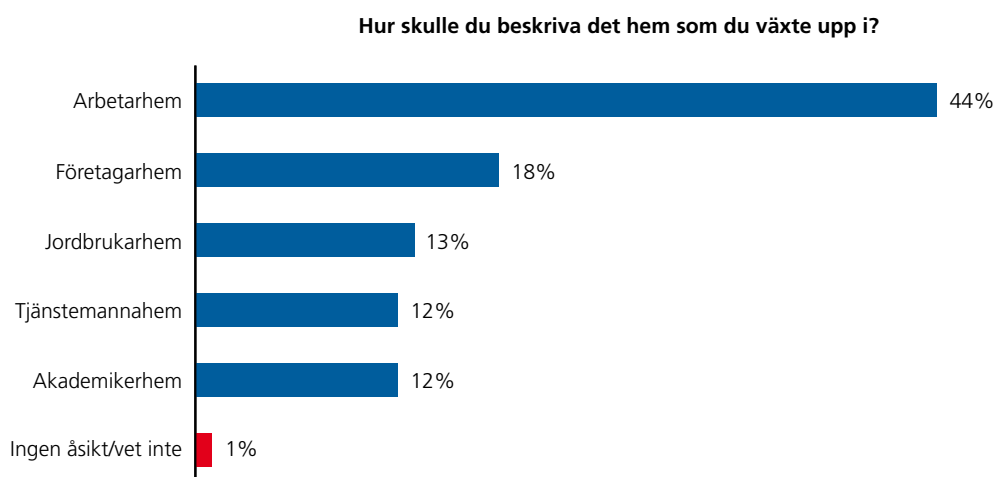
Observera att undersökningsmålgruppen endast bestod av småföretagare födda 1973 eller senare, varför det inte finns några personer över 35 år med i undersökningen.

Resultatet visar tydligt att det är ovanligt med småföretagare yngre än 25 år. I undersökningen var inte en enda person 20 år eller yngre. Mer än hälften av respondenterna (54 procent) är mellan 31 och 35 år. Uppenbarligen väntar många med att starta eget företag tills de blivit lite äldre och skaffat sig erfarenheter från andra håll.

De yngsta småföretagarna finner vi på de minsta orterna och bland dem som själva växt upp i företagareller jordbrukarhem, medan medelåldern är klart högre bland dem som växt upp i tjänstemannahem samt bland de småföretagare som har läst på högskola/universitet.

Det finns ett tydligt samband mellan ålder och omsättning: Ju högre ålder, desto större omsättning.

Medelåldern är också klart högre bland dem som har aktiebolag och lägre bland småföretagare med enskild firma.



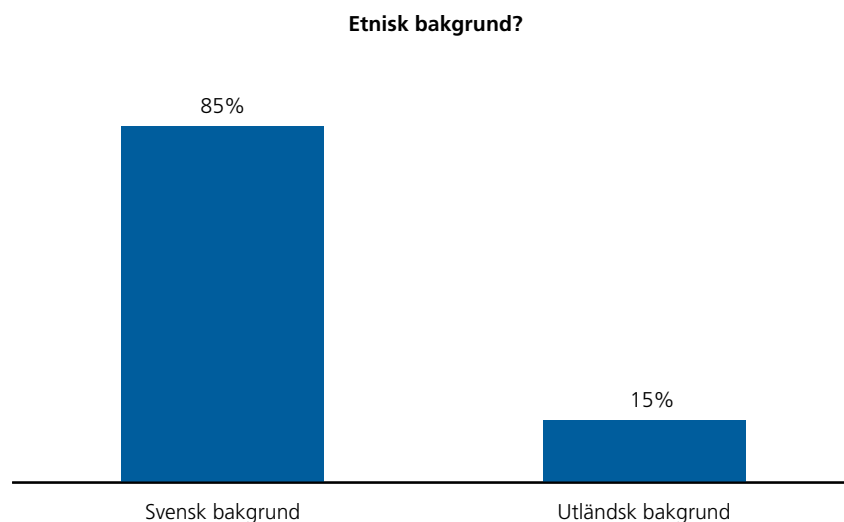
En bakgrundsfråga i undersökningen handlade om respondenternas uppväxtmiljö: I vilken typ av hem har de växt upp? Observera att svaren ska ses som subjektiva bedömningar eftersom det inte finns några objektiva eller exakta definitioner av de olika familjebakgrunderna.

Som vi ser i diagrammet på föregående sida är det nästan hälften (44 procent) av de svarande som uppger att de växt upp i ett arbetarhem. Nästan var tredje respondent (31 procent) har växt upp i en företagare- eller jordbrukarfamilj och endast en av fyra (24 procent) har växt upp i ett tjänstemanna- eller akademikerhem.

Helt naturligt finns det ett samband mellan familjebakgrund och ortstorlek på så sätt att småföretagare som växt upp i jordbrukarhem i signifikant större utsträckning bor på mindre orter i dag, medan de som växt upp i akademikerhem påfallande ofta bor i någon av de tre svenska storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö.

Man ser också tydligt att de småföretagare som växt upp i tjänstemanna- eller akademikerhem i större utsträckning själva valt att läsa på högskola/universitet. Småföretagare från jordbrukarhem har i signifikant större utsträckning gått en praktisk gymnasieutbildning medan extra många av dem som växt upp i ett företagarehem har läst en teoretisk gymnasieutbildning (men inte fortsatt till högskola/universitet).

Det är betydligt vanligare att de som växt upp i ett företagarehem driver aktiebolag medan småföretagare med annan familjebakgrund i mycket stor utsträckning driver enskilda firmor.



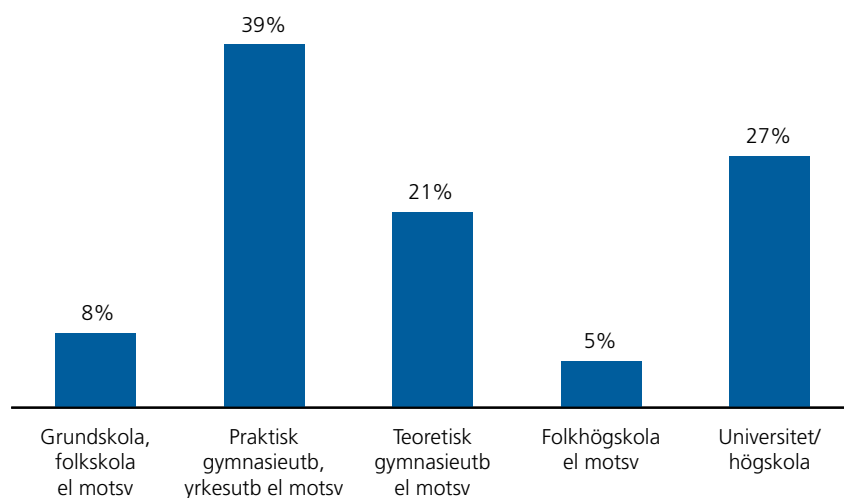
15 procent av den nya generationens småföretagare har utländsk bakgrund. Bland landets småföretagare i stort är denna andel något lägre, men om vi ser till hela den svenska befolkningen är det cirka 17 procent som har utländsk bakgrund.

Andelen småföretagare med utländsk bakgrund är störst (23 procent) i de tre svenska storstäderna och minst på mindre orter (nio procent på orter med max 50 000 invånare).

Störst andel personer med utländsk bakgrund finner vi bland de småföretagare som växt upp i ett akademikerhem.

Andelen med utländsk bakgrund är stor (20 procent) bland de småföretagare som arbetar extremt mycket (mer än 60 timmar i veckan).

Högsta avslutade utbildningsnivå?



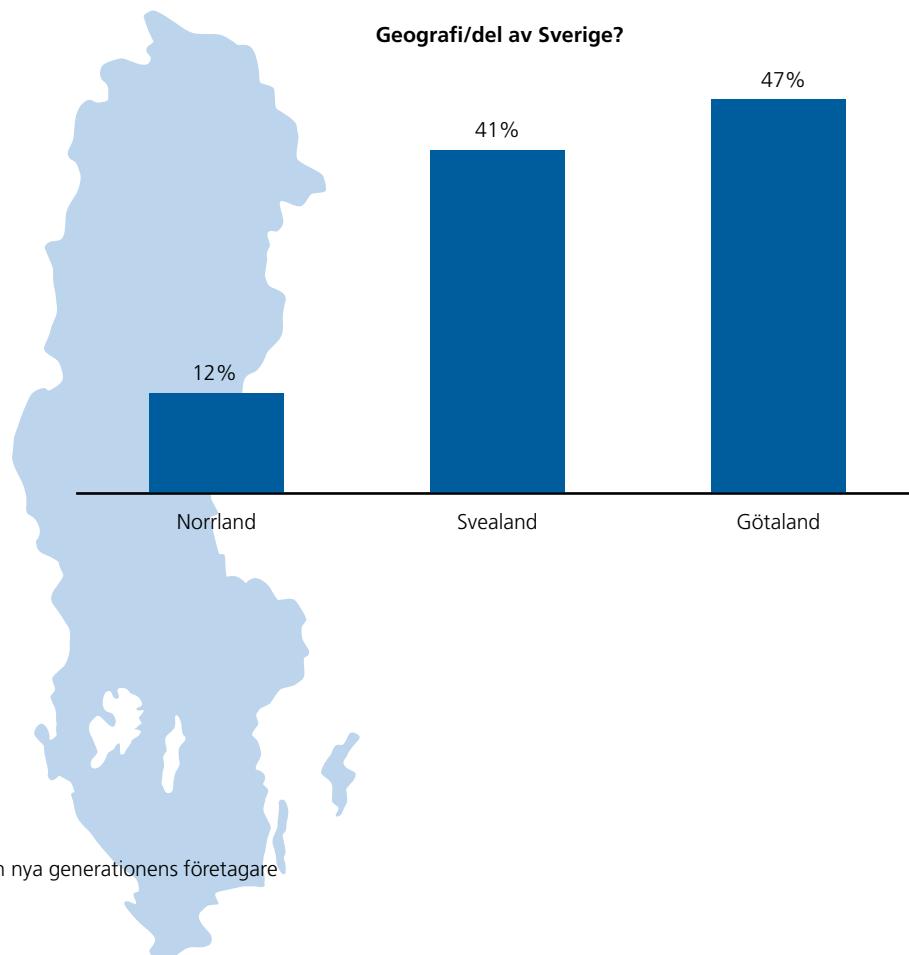
Nästan två av fem undersökningsdeltagare har gått en praktisk gymnasieutbildning och drygt en av fem har läst en teoretisk gymnasieutbildning. Endast 27 procent av de vi benämner som den nya generationens småföretagare har en akademisk utbildning.

Det finns tydliga könsskillnader när det gäller utbildningsnivån: 38 procent av tjejerna men endast 23 procent av killarna i undersökningen har en akademisk utbildning. Som redan nämnts finns det också ett samband mellan utbildningsnivå och ortstorlek på så sätt att utbildningsnivån generellt ökar i takt med ortstorleken. Lägst utbildningsnivå finner vi på de minsta orterna och högst i storstäderna.

Som redan konstaterats så ser vi också att föräldrarnas utbildningsnivå ofta går i arv till barnen. Lågutbildade barn har ofta lågutbildade föräldrar, medan barn till akademiker ofta läser vidare på universitet/högskola.

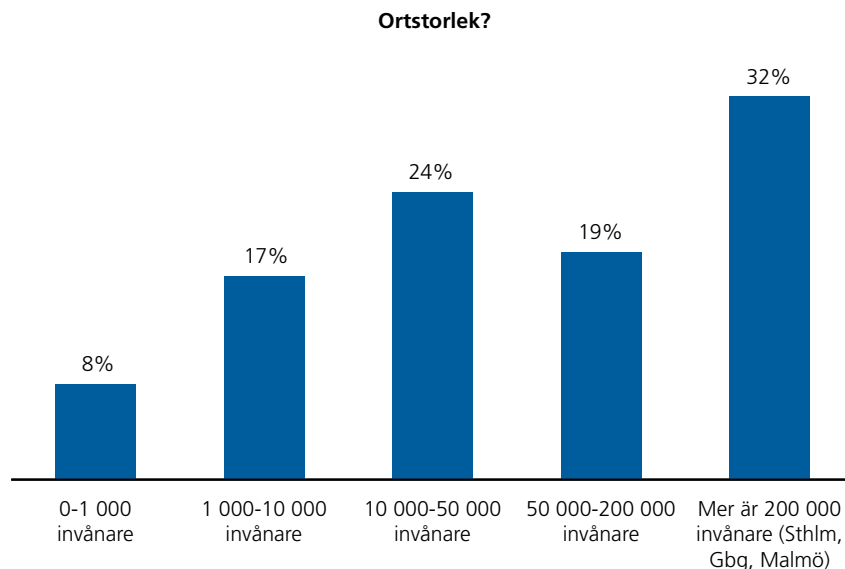
Andelen småföretagare som läst på universitet/högskola är störst i Svealand och minst i Norrland.

Geografi/del av Sverige?



Fördelningen mellan olika geografiska delar av Sverige stämmer väl överens med den svenska befolkningen i stort. 13 procent av svenskarna – totalt sett – kommer från Norrland, 39 procent från Svealand och 48 procent från Götaland.

I Svealand finns det extra många småföretagare som växt upp i tjänstemanna- eller akademikerhem. I Norrland är andelen småföretagare med utländsk bakgrund lägre än i andra delar av landet.

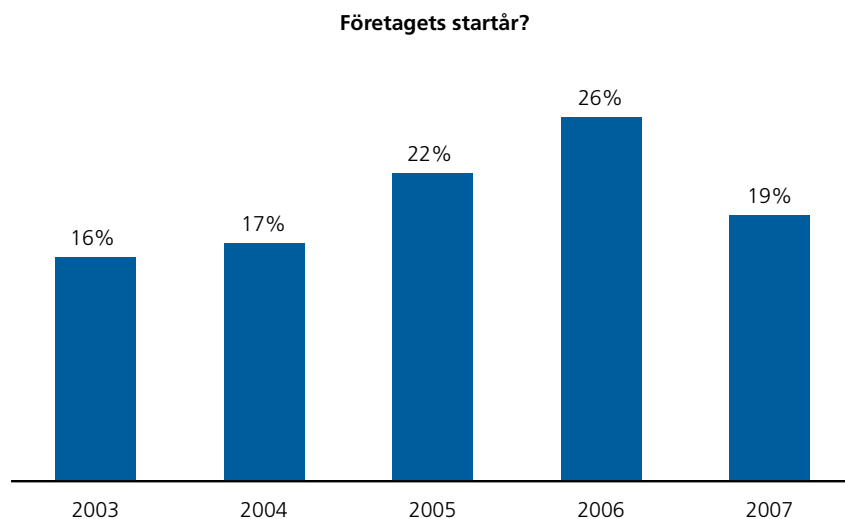


Var tredje undersökningsslagare kommer från någon av de tre storstäderna Stockholm, Göteborg eller Malmö. Var femte kommer från orter med max 10 000 invånare.

Det finns något fler manliga småföretagare på mindre orter och något fler kvinnliga småföretagare i de tre storstäderna. Skillnaderna är emellertid inte signifikanta. Resultaten visar också att utbildningsnivån bland den nya generationens småföretagare ökar med ortstorleken.

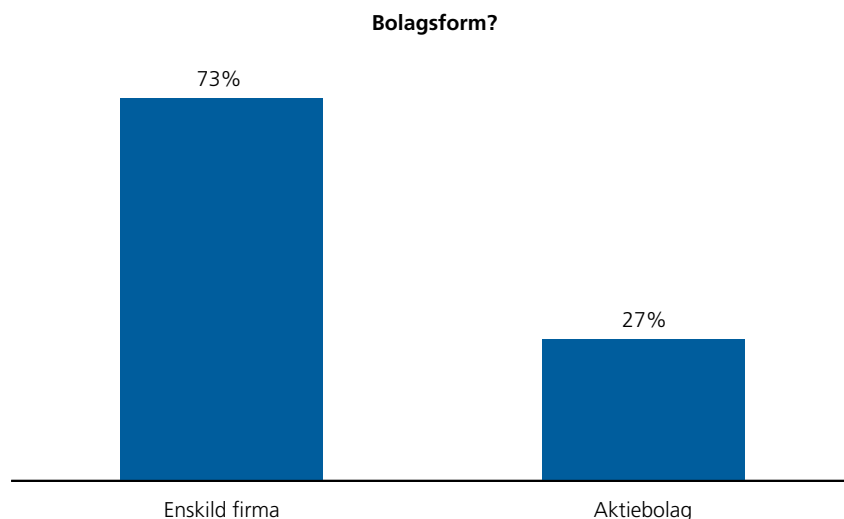
Som redan konstaterats finns det ett samband mellan ortstorlek och familjebakgrund: i de största städerna är andelen småföretagare med tjänstemanna- eller akademikerbakgrund extra hög medan andelen med jordbrukarbakgrund är extra hög hos dem som i dag bor på små orter.

Nästan hälften (47 procent) av alla respondenter med utländsk bakgrund bor i någon av de tre storstäderna.



Som vi ser i diagrammet är det i undersökningen en relativt jämn fördelning mellan olika startår. Merparten av företagen har startats under den senare delen av den definierade femårsperioden. 45 procent av småföretagarna startade sitt företag 2006 eller 2007 medan endast ett av tre företag startades 2003-2004.

Det finns en svag tendens att de bolag som startades i början av femårsperioden i dag har fler anställda än de som är riktigt nystartade. Detta samband mellan startår och antal anställda känns logiskt men skillnaderna är ändå inte särskilt stora. Med andra ord kan man skönja en viss tillväxt under de år som företagen existerat, men många av de företag som startades 2003 och 2004 har fortfarande ingen anställd utöver ägaren.



Som vi ser i diagrammet driver nästan tre av fyra småföretagare – så som vi definierat undersökningsmålgruppen – enskilda firmor medan en av fyra har ett aktiebolag. Som nämnades redan i inledningen av denna rapport finns det totalt i den definierade populationen 18 368 enskilda firmor och 6 847 aktiebolag. Denna information om populationen vägledde oss när vi beslutade hur många intervjuer som skulle göras i respektive kategori. Vi var tvungna att styra antalet svarande från respektive kategori eftersom de härstammar från två separata registerurval (SCB respektive UC). Vi kunde således inte förlita oss på att slumpen skulle ordna en korrekt fördelning mellan de båda bolagsformerna så som hade varit fallet om vi endast hade dragit ett urval från en och samma källa.

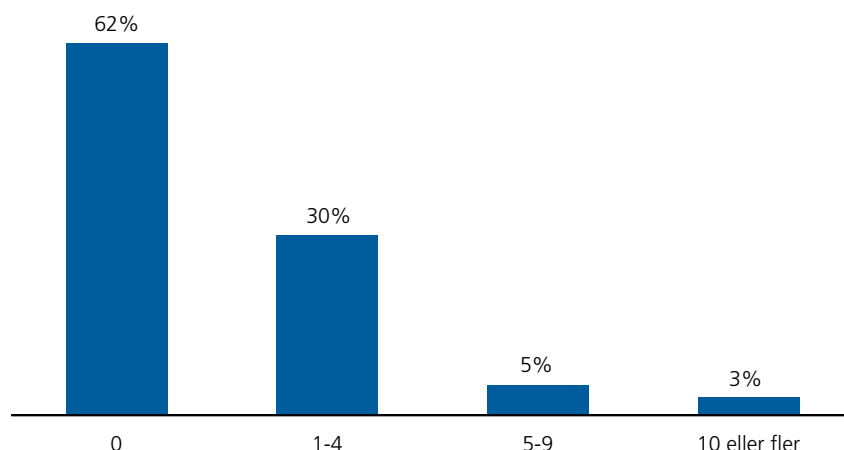
86 procent av kvinnorna i undersökningen driver enskilda firmor. Bland männen är denna andel betydligt lägre (68 procent).

Sambandet mellan bolagsform och antal anställda är mycket tydligt bland dem vi intervjuat. Bland företag med noll anställda (utöver företagaren själv) är 90 procent enskilda firmor. Bland företag med minst fem anställda är i stället aktiebolagen i klar majoritet. På motsvarande sätt finns det ett tydligt samband mellan bolagsform och årsomsättning: ju högre omsättning, desto större andel aktiebolag.

Bland de undersökningsdeltagare som har utländsk bakgrund är det 81 procent som driver enskild firma. Bland dem som har svensk bakgrund är denna andel endast 71 procent.

Andelen aktiebolag ökar också med företagarens ålder. Ju äldre företagare, desto större andel aktiebolag. Man ser också ett tydligt samband mellan bolagsform och genomsnittlig arbetstid. Ju mer tid en företagare lägger ner på sitt arbete/företag, desto mer sannolikt är det att han/hon driver ett aktiebolag.

Antal anställda? (borträknat företagaren själv)



I inledningen av denna rapport beskrevs hur undersökningsmålgruppen definierades och hur urvalet togs fram. Bland annat definierade vi undersökningsmålgruppen som företag med noll till nio anställda. När telefonintervjuerna sedan genomfördes visade det sig emellertid att tre procent av respondenterna på en rak fråga uppgav att de har mer än nio anställda.

Det finns flera tänkbara anledningar till denna dissonans mellan registerdata och respondenternas egna svar:

1. Företagarna är dåliga på att revidera och rapportera in antalet anställda, vilket i vissa fall ger en försämrad tillförlitlighet i registren.
2. Företag kan ha förändrat antalet anställda under tiden mellan det datum som registret skapades och det datum då telefonintervjun genomfördes.
3. En företagare kan ha uppgivit det totala antalet anställda i hans/hennes *olika* bolag (till exempel en företagsgrupp), medan registret bygger på antalet anställda i *ett specifikt* företag (jämför skillnaden företag – företagare).

Hur som helst är dissonansen mellan registerdata och det småföretagarna själva uppgav i intervjuerna mycket liten vad gäller antalet anställda. Den absoluta merparten (62 procent) av de intervjuade personerna driver företag utan någon annan anställd än de själva. Tre av tio respondenter har en till fyra anställda och endast åtta procent har fem anställda eller fler. Vi kan alltså konstatera att det verkligen rör sig om småföretag.

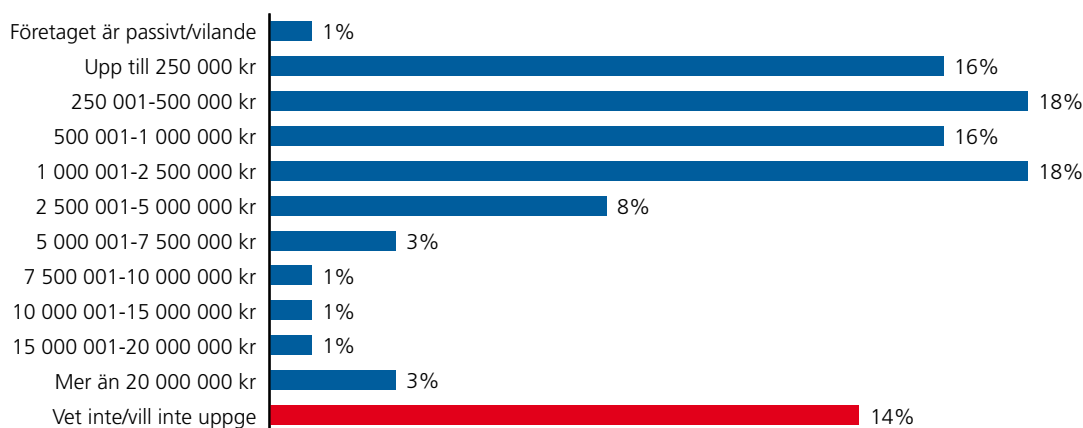
Bland de kvinnliga respondenterna är denna tendens ännu tydligare. 75 procent av dem har noll anställda. Bland männen är andelen 58 procent.

Helt logiskt finns det också ett tydligt samband mellan antal anställda och omsättning; ju fler anställda desto högre omsättning.

Respondenter med utländsk bakgrund har i signifikant mindre utsträckning noll anställda och i signifikant större utsträckning en till fyra anställda. Bland undersökningsdeltagare med svensk bakgrund är det i stället noll anställda som dominerar.

Generellt gäller att ju större företag (antal anställda), desto mer arbetstid lägger företagaren ner på arbetet/företaget. Antalet anställda ökar också med företagarens ålder, och som tidigare konstaterats finns det ett tydligt samband mellan antal anställda och bolagsform: ju fler anställda desto vanligare med aktiebolag.

Ungefär vilken omsättning hade ditt företag 2007?



Som diagrammet visar varierar omsättningen en hel del mellan de olika företagen. Två av tre företag hade en omsättning på max 2,5 miljoner kronor och endast ett fåtal företag, nio procent, hade mer än fem miljoner kronor i omsättning under 2007. 14 procent svarar att de inte känner till omsättningssiffran eller inte vill uppge den.

Att spridningen vad gäller omsättning är stor känns helt naturligt, dels eftersom företagen har helt olika verksamheter, dels eftersom de är olika stora, till exempel vad gäller antal anställda. Man ska också betänka att omsättningen inte säger oss något om bolagets lönsamhet.

Signifikant för tjejerna i undersökningen är att extra många uppger att de har en omsättning på max 250 000 kronor, samt att extra många svarar "vet inte/vill inte uppge". Männerna har över lag något högre omsättning i sina bolag.

Att det finns ett tydligt samband mellan omsättningen och antalet anställda har vi redan konstaterat. Ju fler anställda desto högre omsättning och vice versa.

Det finns också ett tydligt och logiskt samband mellan omsättning och nedlagd arbetstid. Ju mer tid småföretagaren lägger ner på arbetet/företaget, desto högre omsättning har hans/hennes företag.

Omsättningen är högre bland de lite äldre företagarna än bland de yngre. Man ser också tydligt att omsättningen över lag är lägre i enskilda firmor än i aktiebolag.

Branscher

I intervjuerna ställde vi en öppen fråga om vilken bransch företagarna verkar inom. Observera alltså att respondenterna fick svara fritt på denna fråga, varför det inte går att göra någon exakt/kvantitativ indelning av svaren.

Svaren varierar mycket och det är inga enskilda branscher som sticker ut. Däremot går det att utläsa vissa mönster. De flesta verkar inom en bransch som innehåller många små företag, ofta inom service- eller tjänsektorn, som har en stark koppling till "det lokala samhället" – ofta på mindre orter. De verksamheter och branscher som dessa respondenter nämner har det gemensamt att de hjälper människor i deras vardag. Företagen i dessa branscher utgör tillsammans en sorts infrastruktur på orten – de se ser till att samhället fungerar. I merparten av branscherna handlar det om att sälja sina tjänster (i vissa fall produkter) till privatpersoner. Småföretagarna är ofta lågutbildade eller har en praktisk utbildning inom sitt eget yrke. Exempel på sådana branscher och verksamheter är:

- Frisörer
- Bilverkstäder
- Bygg och hantverk
- Bensinmackar
- Viss handel/butik
- Restauranger och pizzerior
- Vissa typer av transporter

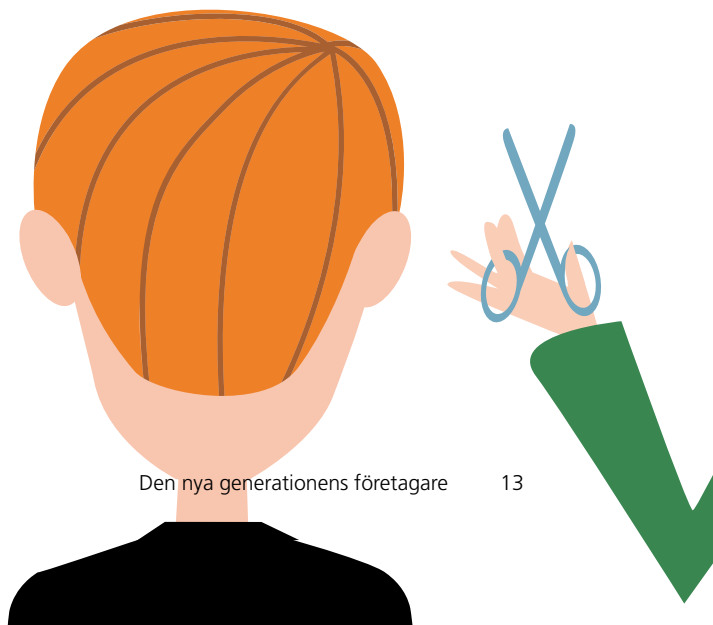
Andra vanliga svar på mindre orter är jordbruk och skog.

En annan kategori av branscher är de som innehåller så kallade kunskapsföretag. Dessa branscher och företag finner man främst i de tre svenska storstäderna. Företagarna i dessa branscher och verksamheter har ofta en högre teoretisk utbildning. Det vanligaste är att det rör sig om business-to-business-företag (B2B). Exempel på denna typ av branscher är:

- IT-konsulter
- Redovisning/revision
- Reklambyråer
- Media
- Affärskonsulter
- Arkitekter
- Översättning
- Eventbyråer

Ytterligare en kategori av branscher är de som omfattar kreativa, konstnärliga yrken. Inom dessa branscher finns det sällan några egentliga arbetsgivare att söka jobb hos. Yrkesutövarna "tvingas" därför starta eget företag. Därmed inte sagt att de driver eget mot sin vilja – bara att deras identitet är betydligt starkare kopplad till yrket och verksamheten än till själva företagandet. De personer som arbetar inom dessa branscher och verksamheter har ofta ett genuint intresse och en skicklighet med sig "sedan barnsben". I vissa fall har de gått någon kreativ/praktisk utbildning inom yrket. Exempel på branscher och verksamheter inom kategorin är:

- Fotografer
- Musiker
- Illustratörer
- Formgivare
- Journalister
- Konsthantverkare
- Kulturarbetare

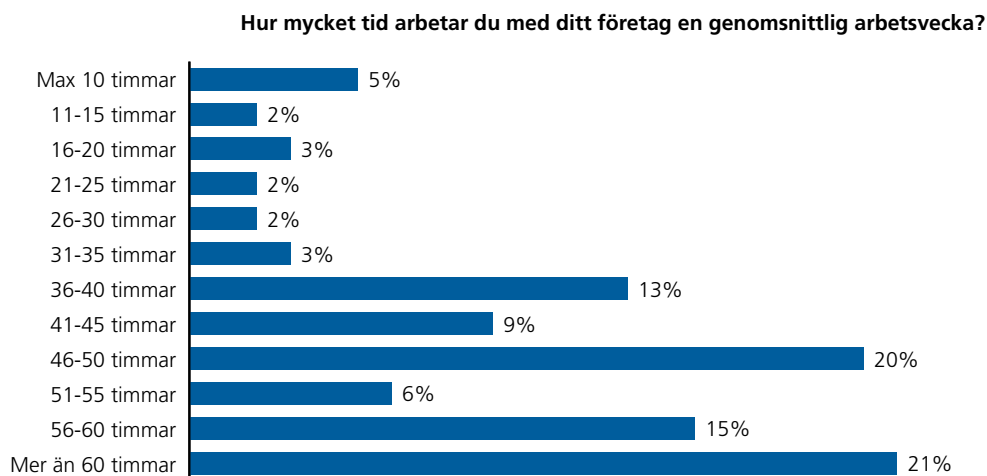


Arbete och övrigt liv

Hur mycket arbetar den nya generationens småföretagare? Har de något annat jobb vid sidan av företaget? Har de tydliga gränser mellan arbete och privatliv? I intervjuerna hade vi med några frågor som syftade till att besvara just dessa frågor.

Arbetsveckans längd

Den första frågan handlade om arbetsmängd, det vill säga hur många timmar respondenterna arbetar en vanlig vecka. Vi var förberedda på att frågan inte skulle vara helt lätt att besvara eftersom många småföretagare inte räknar timmar – arbete och fritid flyter ofta ihop. Vi bad ändå respondenterna att besvara frågan så gott de kunde.



De småföretagare som vi intervjuade arbetar väldigt mycket. I Sverige är det en vedertagen uppfattning att 40 timmars arbete i veckan är normalt för den som arbetar heltid. Med denna definition så arbetar 71 procent av de intervjuade småföretagarna mer än normalt. Hela 21 procent uppger att de arbetar mer än 60 timmar en genomsnittlig vecka.

När man analyserar resultatet ska man betänka att det är en hel del respondenter (26 procent) som har ett annat arbete vid sidan om och som därför inte lägger så mycket tid på det egna företaget (se mer om detta i nästa avsnitt/diagram). Om man räknar bort dessa personer så inser man direkt att det normala bland unga småföretagare är att de jobbar enormt mycket i det egna företaget. De intervjuade småföretagarna arbetar i snitt 46,5 timmar i veckan, och i det värdet ingår alltså även de som har annat jobb vid sidan av det egna företaget.

Männen arbetar i snitt betydligt mer än vad kvinnorna gör. Snittvärdet för männen ligger på 48,4 timmar i veckan och för kvinnorna på 40,9 timmar.

Allra mest (i snitt 50,4 timmars arbetsvecka) arbetar de lågutbildade undersökningsdeltagarna, det vill säga de som inte studerat vidare efter grundskolan. Sedan sjunker den genomsnittliga arbetstiden successivt med ökad utbildningsnivå. De respondenter som själva studerat på högskola/universitet arbetar i genomsnitt "endast" 43,3 timmar i veckan.

Enmansföretagarna arbetar något mindre än de som har anställda. En genomsnittlig arbetsvecka är 42,7 timmar lång för dem som har noll anställda. De har alltså en betydligt kortare arbetsvecka än övriga respondenter.

De undersökningsdeltagare som har en årsomsättning i sitt företag på max 250 000 kronor arbetar i snitt något mindre än heltid (37,5 timmar i veckan). De som har en omsättning på mellan 250 000 och en miljon kronor arbetar i snitt 44,9 timmar i veckan, medan de som har en omsättning på över en miljon kronor i snitt arbetar mer än 50 timmar i veckan.

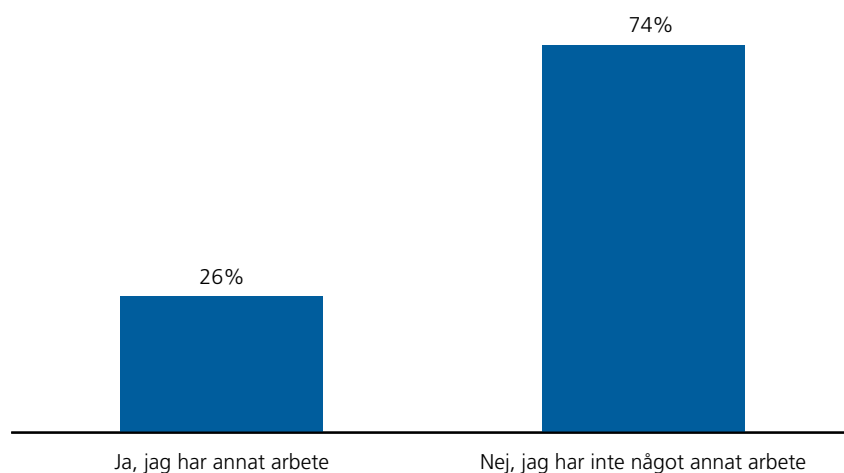
Det finns inga nämnvärda skillnader i arbetstid mellan småföretagare med olika familjebakgrund. Däremot ser man tydligt att de småföretagare som har utländsk bakgrund arbetar mer än de som har svensk bakgrund. I snitt arbetar respondenter med utländsk bakgrund 51,0 timmar i veckan – att jämföra med ett snittvärde på 45,7 timmar för de undersökningsdeltagare som har svensk bakgrund.

Det finns inga stora skillnader i arbetstid mellan olika åldrar eller mellan olika delar av landet. Däremot ser man tydligt att de som har aktiebolag arbetar betydligt mer än vad de som har enskild firma gör (för aktiebolag är den genomsnittliga arbetsveckan 52,8 timmar och för enskilda firmor 44,2 timmar).

Annat arbete parallellt med företaget

Vi frågade också om undersökningsdeltagarna har något annat arbete vid sidan av sitt företag. Vi förklarade i intervjuerna tydligt att vi med "annat arbete" menar anställning eller sysselsättning som ger pengar, inte ideellt föreningsengagemang, hobbyaktiviteter eller liknande.

Har du, vid sidan av ditt företag, något arbete som du lägger tid på?



En av fyra undersökningsdeltagare (26 procent) har annat arbete vid sidan av sitt företag. Det är i sig remarkabelt med tanke på hur långa arbetsveckor de unga småföretagarna har – må vara att de som har annat arbete vid sidan av företaget kanske inte arbetar fullt lika mycket i det egna bolaget som övriga gör. Om man analyserar de båda senast redovisade diagrammen tillsammans så inser man snabbt att dagens unga företagare arbetar oerhört mycket. Inte nog med att de har mycket långa arbetsveckor – många av dem har även ett annat arbete vid sidan av företaget.

Kvinnorna har i något större utsträckning än männen arbete vid sidan av företaget, men skillnaderna är inte signifikanta.

Störst andel svarande med arbete vid sidan av företaget finner vi på de minsta orterna med noll till 10 000 invånare, bland småföretagare som växt upp i ett akademikerhem och bland dem som inte har några anställda.

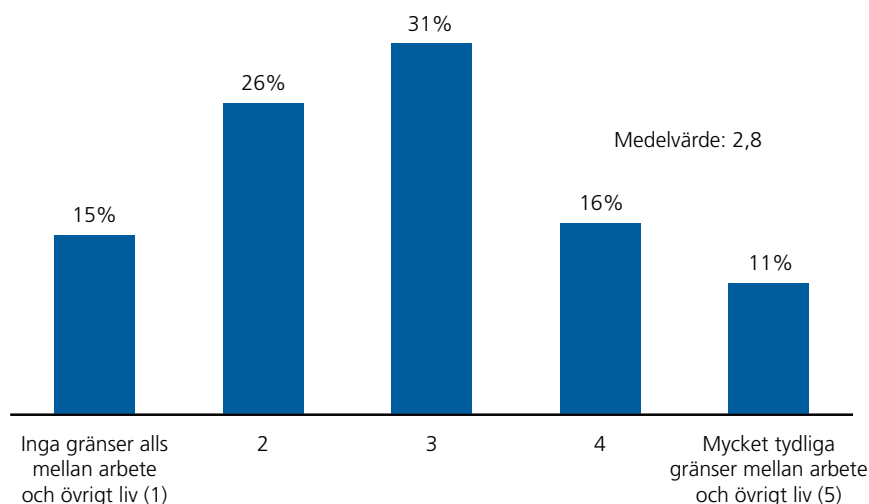
Om man granskar resultatet finner man också att de svarande med svensk bakgrund i större utsträckning har annat arbete parallellt med företagandet. Endast 18 procent av de respondenter som har utländsk bakgrund uppger att de har annat arbete vid sidan av sitt företag.

Bland de småföretagare som driver enskild firma är det 31 procent som har annat arbete vid sidan av företaget. Bland dem som har aktiebolag är denna siffra endast 13 procent, vilket innebär att skillnaden mellan de olika bolagsformerna är signifikant när det gäller just frågan om annat arbete parallellt med företagandet.

Gränser mellan arbete och övrigt liv

Svaren på nedanstående fråga varierar kraftigt. Ganska många småföretagare upplever att de inte har några gränser alls mellan arbete och övrigt liv, men det är också en hel del som upplever att gränserna är mycket tydliga. Om vi ändå ska försöka att sammanfatta resultatet så är det fler som upplever att gränserna mellan arbete och övrigt liv är otydliga eller obefintliga än de som anser det motsatta (41 procent markerar värdet ett eller två på den femgradiga skalan och endast 27 procent markerar värdet fyra eller fem). Medelvärdet hamnar därför helt logiskt under tre på den femgradiga skalan (2,8).

Anser du att du har tydliga eller otydliga gränser mellan arbete och övrigt liv?



Kvinnorna anser sig ha tydligare gränser mellan arbete och övrigt liv än männen. Vad det beror på kan man bara spekulera i. Männen arbetar, som vi såg i en tidigare fråga, betydligt mer än vad kvinnorna gör. Kanske arbetar männen så mycket att de nästan för jämnans har arbetet i tankarna, pratar i mobiltelefon även på ledig tid etcetera? Eller beror könsskillnaderna på att kvinnorna har andra sysslor som får eller "tvingar" dem att inte tänka på sitt arbete/företag? Om kvinnorna frivilligt väljer att göra andra saker i livet än att bara arbeta eller om sysslorna i någon mån är ofrivilliga, till exempel för att de tar ett stort ansvar för familj och hushåll, går inte att utläsa ur resultaten.

Helt klart är i alla fall att det finns ett samband mellan arbetsmängd och gränsdragning mellan arbete och övrigt liv. Vi ser nämligen tydligt att de som lägger ner minst tid på sitt företag (max tio timmar i veckan) upplever att gränserna är tydliga (medelvärde 3,2 på den femgradiga skalan), medan de som arbetar allra mest (mer än 60 timmar i veckan) upplever att gränserna är otydliga (medelvärde 2,3).

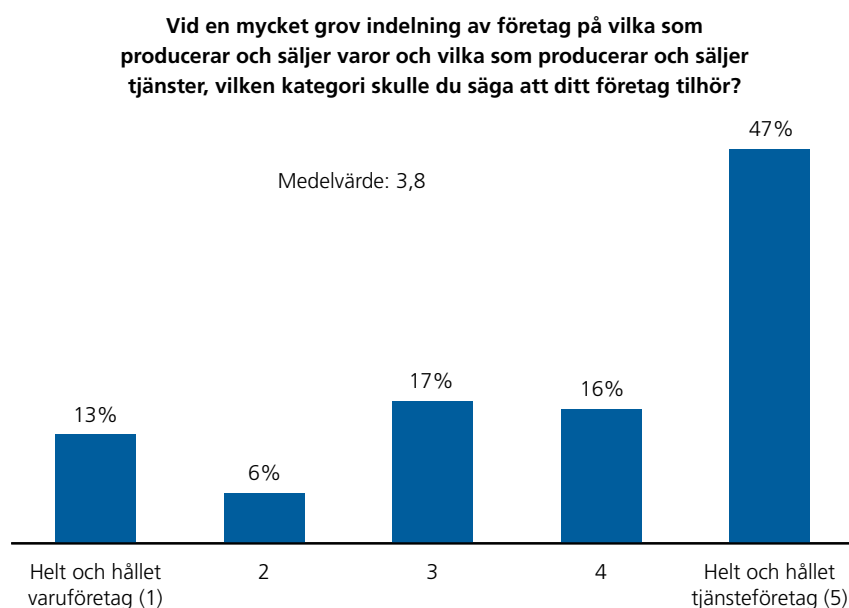
I denna fråga finns det inga signifikanta resultatskillnader mellan olika åldrar eller mellan olika geografiska delar av landet, och man kan inte heller utläsa att gränsdragningen skiljer nämnvärt mellan de som driver enskild firma respektive aktiebolag.

Typ av företag

Två intervjufrågor syftade till att kartlägga vilken typ av företag som den nya generationens småföretagare driver. Vi frågade dels om deras företag är varu- eller tjänsteproducerande, dels om deras företag har en fysiskt krävande eller icke fysiskt krävande verksamhet.

Varuföretag eller tjänsteföretag?

Den första av dessa frågor handlade om huruvida företagen i undersökningen är varu- eller tjänsteföretag. Det är betydligt vanligare att den nya generationens småföretagare driver företag som producerar och säljer tjänster än varor. Nästan hälften av alla svarande (47 procent) markerar värdet fem på den femgradiga skalan, det vill säga uppger att deras företag är ett renodlat tjänsteföretag. Endast 13 procent driver ett företag som helt och hållet producerar och säljer varor. Medelvärdet är så högt som 3,8 på den femgradiga skalan.



I denna fråga finns det tydliga resultatskillnader mellan kvinnor och män. Männerna driver mer utpräglade tjänsteföretag medan varuföretagen är betydligt vanligare bland kvinnorna. Medelvärdet på den femgradiga skalan ligger på 3,9 för männen och 3,5 för kvinnorna.

Flest renodlade tjänsteföretag hittar vi i de tre storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö. En annan intressant iakttagelse är att varuföretagen ofta har betydligt högre årsomsättning än vad tjänsteföretagen har.

Riktigt stora resultatskillnader finner vi när vi studerar etnisk härkomst. Respondenter med utländsk bakgrund driver i betydligt större utsträckning varuföretag medan de som har svensk bakgrund har mer renodlade tjänsteföretag.

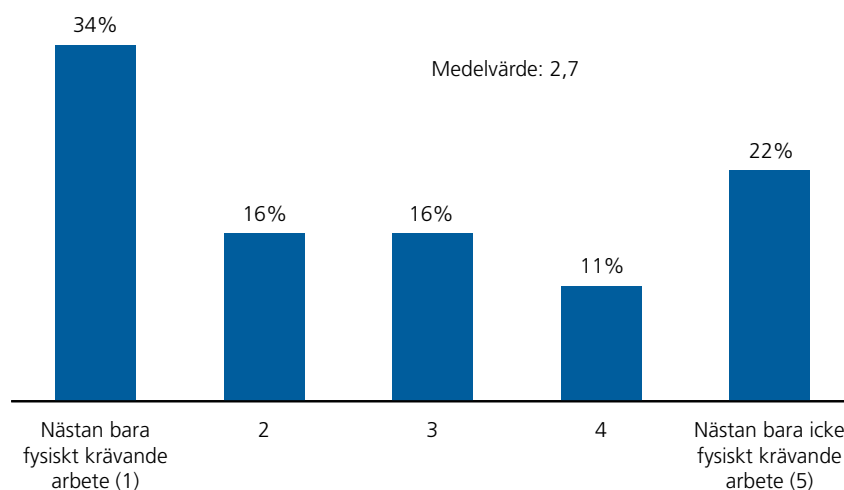
Svealand och Norrland har en tydlig inriktning mot tjänsteföretag medan det bland respondenterna i Götaland finns fler varuföretag.

När man studerar resultaten på denna fråga inser man att det finns en stor bredd bland det vi kallar tjänsteföretag – allt ifrån "bygg- och hantverkstjänster" till "skrivbordskonsulter". På engelska talar man ofta om skillnaden mellan blue och white collar companies. En del av dessa skillnader ser man tydligt i nästa fråga.

Fysiskt krävande verksamhet?

Ett annat sätt att kategorisera företag är att utgå från hur fysiskt krävande verksamheten är. Därför ställde vi en fråga om just detta. Vi definierade fysiskt krävande verksamhet på följande sätt: "Fysiskt krävande verksamheter är till exempel industri, jordbruk, hantverksjobb, bygg och anläggning. Exempel på det vi kallar icke fysiskt krävande arbete är till exempel ekonomi, juridik, arbete på dator, konsultjobb och andra typer av pappersarbete."

En annan grov indelning av företag bygger på att vissa har en fysisk krävande verksamhet, som utförs av människor eller maskiner, medan andra företag har en icke fysiskt krävande verksamhet. Vilken kategori skulle du säga att ditt företag tillhör?



Som vi ser i diagrammet ovan finns det många företag (34 procent) som nästan bara har fysiskt krävande verksamhet. Samtidigt finns det ganska många företag (22 procent) som inte har någon fysiskt krävande verksamhet alls. Förhållandevis få företag uppger att de ligger mitt emellan fysiskt krävande och icke fysiskt krävande verksamhet, det vill säga markerar två, tre eller fyra på den femgradiga skalan. Medelvärdet hamnar på 2,7, alltså något åt det fysiskt krävande hållet.

Om vi också beaktar resultatet på föregående fråga, kan vi konstatera att det finns ganska många företag i undersökningsmålgruppen som producerar och säljer tjänster samtidigt som de har en fysiskt krävande verksamhet.

Inte helt oväntat har männen mer fysiskt krävande verksamheter än kvinnorna. Skillnaderna är dock inte så stora – medelvärdet för männen ligger på 2,6 och för kvinnorna på 2,9.

Däremot är skillnaderna mycket stora när man granskar olika ortstorlekar. På de minsta orterna (max 10 000 invånare) finner man nästan uteslutande fysiskt krävande verksamheter (medelvärde 2,0), medan småföretag i Stockholm, Göteborg och Malmö har betydligt mer av icke fysiskt krävande verksamheter (medelvärde 3,5).

Resultatet skiljer sig också kraftigt mellan olika utbildningsnivåer. De som endast har gått grundskola samt de som gått en praktisk gymnasieutbildning driver nästan uteslutande företag med fysiskt krävande verksamheter (medelvärde 2,2). Respondenter som själva läst på högskola/universitet driver däremot företag utan någon fysiskt krävande verksamhet (medelvärde 3,8).

Samma mönster ser man när man granskar hur resultatet varierar mellan olika familjebakgrund. De som växt upp i arbetar-, företagare- och jordbrukarhem driver i stor utsträckning fysiskt krävande verksamheter. De som i stället växt upp i tjänstemanna- eller akademikerhem har i dag företag utan särskilt fysiskt krävande verksamheter.

De som lägger allra mest tid på sitt företag (respondenter som uppger att de i snitt arbetar mer än 60 timmar i veckan med sitt företag) har också i betydligt större utsträckning fysiskt krävande verksamheter.

Andelen som driver företag med icke fysiskt krävande verksamheter ökar med åldern. Med andra ord driver de yngsta respondenterna i större utsträckning fysiskt krävande verksamheter medan de lite äldre småföretagarna driver företag som inte är lika fysiskt krävande.

Flest fysiskt krävande verksamheter finner man i Norrland. Minst vanliga är denna typ av verksamheter i Svealand.

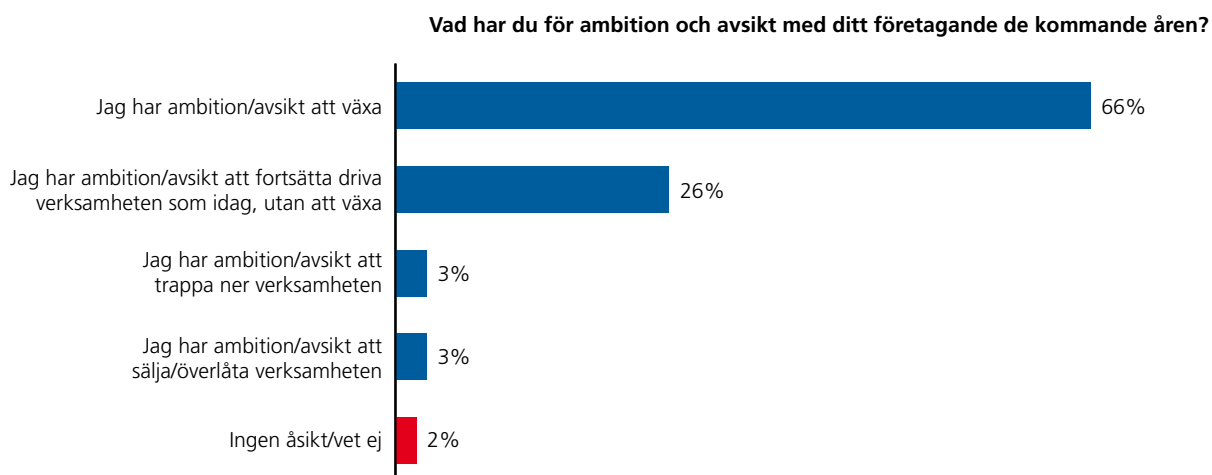
Det finns också tydliga resultat skillnader när man granskar olika bolagsformer: undersökningsdeltagare med enskild firma driver i större utsträckning företag med fysiskt krävande verksamheter medan aktiebolagen är mer inriktade mot icke fysiskt krävande verksamheter.

Synen på företaget och företagandet

Ett antal intervjufrågor handlade om småföretagarnas syn på sitt företag och företagande. Vad har de för ambitioner med sitt företag de kommande åren? Är de företagare i själen eller kan de tänka sig att bli "vanliga anställda" någon gång framöver? Är det företagets verksamhet eller att bygga bolag som engagerar dem mest? Hur ser de generellt på sitt företag och sitt företagande i dag? Oroar de sig över hur det ska gå? Kanske de till och med ångrar att de startade eget företag? Och hur ser deras omgivning på dem – ger det hög eller låg status att vara ung småföretagare?

Tillväxtambitioner

Två av tre undersökningsdeltagare har ambitionen att växa med sitt företag. Det måste tolkas som något mycket positivt. Visserligen är de som svarat på intervjufrågorna relativt unga och fortfarande i början av sitt arbetsliv och sin karriär. Att de har tillväxtambitioner när de blickar framåt känns logiskt med tanke på att



det är personer som valt att bli egenföretagare i unga år. Samtidigt är det väldigt slitsamt att vara ung företagare i dag, och de lägger oerhört mycket tid på sitt arbete och sitt företag. Dessutom har den senaste tidens krisstämning i samhället självfallet påverkat de unga företagarna negativt. Merparten av respondenterna har inte några tidigare erfarenheter av företagande under lågkonjunktur, och de har svårt att se vad det får för konsekvenser för deras företag. Att så många som 66 procent av den nya generationens småföretagare i denna situation ändå har ambitionen att växa är mycket intressant och lovar gott inför framtiden.

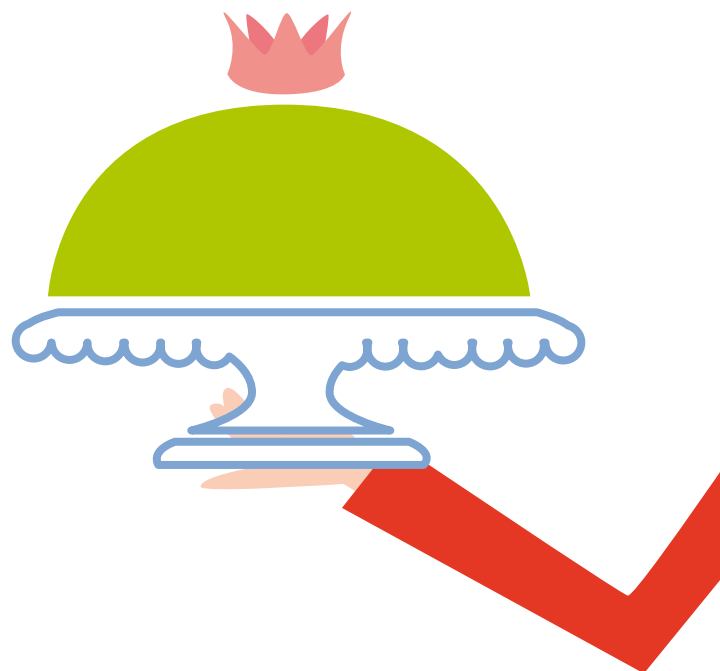
Observera även att var fjärde respondent svarar att de har för avsikt att fortsätta att driva företaget som i dag, alltså utan att växa. Det innebär att endast sex procent har för avsikt att trappa ner verksamheten eller göra sig av med sitt företag helt.

Resultatet visar att de unga kvinnorna är aningen mer tillväxtorienterade än männen, men könsskillnaderna är inte statistiskt säkerställda så resultatet bör inte övertolkas.

Däremot ser vi mycket tydliga resultatskillnader när vi granskar olika utbildningsnivåer. De småföretagare som har en akademisk utbildning eller en teoretisk gymnasieutbildning är betydligt mer tillväxtorienterade än de som har en praktisk gymnasieutbildning eller endast gått ut grundskolan. Är det ett resultat som bekräftar experternas syn på den generella samhällsutvecklingen, nämligen att tillväxten främst förväntas ske i kunskapsföretag? Eller är det snarare ett tecken på att småföretagare med praktisk utbildning har en annan personlighet och en annan syn på sitt företag och sitt liv än personer med långa teoretiska utbildningar?

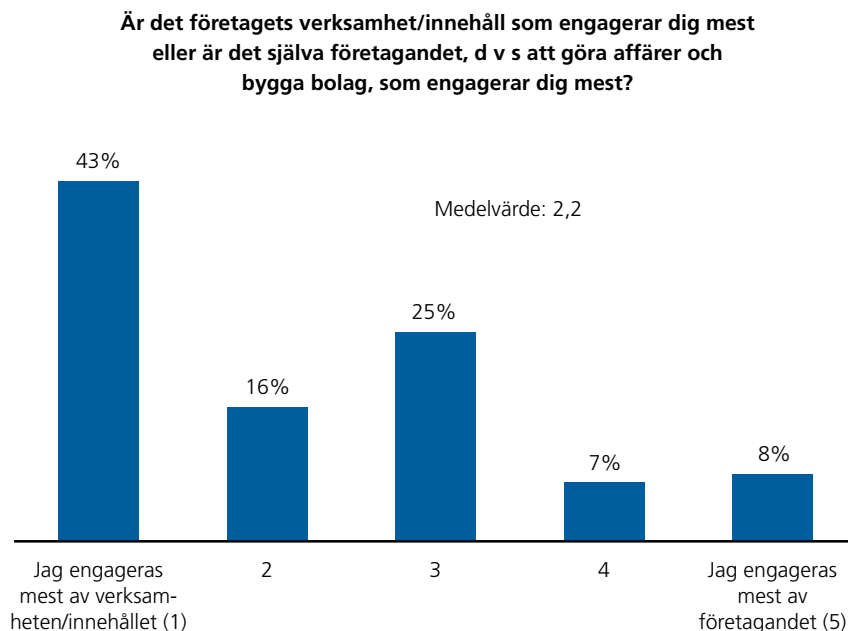
Stora resultatskillnader syns också när man granskar olika företagsstorlekar (räknat i antal anställda). Det visar sig nämligen att det är de företag som redan i dag har anställda som är mest tillväxtorienterade medan enmansföretagarna är mer defensiva i sin syn på tillväxt. Det är också tydligt att de småföretagare som i dag lägger mest tid på sitt företag är mest tillväxtorienterade. Generellt kan man säga att ambitionen att växa ökar med arbetstiden; ju mer tid man lägger på sitt företag, desto högre tillväxtambitioner har man.

Högst tillväxtambitioner finner man i Svealand och Götaland samt hos de företagare som har aktiebolag. De som bor i Norrland och de som har enskilda firmor är betydligt mindre tillväxtorienterade.



Verksamheten eller företaget – vad engagerar mest?

I tidigare studier har FöretagarFörbundet sett att landets småföretagare har mycket varierande syn på sitt eget företag vad gäller drivkrafter och engagemang. Vi ställde därför en fråga i undersökningen om vad det är som engagerar den nya tidens småföretagare mest – företagets verksamhet och innehåll eller själva företaget, det vill säga att göra affärer och bygga bolag?



Resultatet pekar tydligt på att det är själva verksamheten/innehållet som engagerar flest unga småföretagare. 43 procent markerar en etta på den femgradiga skalan. Endast åtta procent är i särklass mest intresserade av företaget. Medelvärdet är så lågt som 2,2.

Av det kan man dra slutsatsen att många startar och driver företag för att de gillar företagets verksamhet, de produkter och tjänster som företaget producerar och säljer. Dessa personer är ofta starkt knutna till en viss bransch eller typ av verksamhet och kan sällan tänka sig att byta yrkesinriktning helt. Dessa småföretagare har sannolikt en identitet som är kopplad till yrket/verksamheten snarare än att de primärt ser sig själva som företagare.

En betydligt mindre grupp respondenter har en stark identitet som företagare, affärsman/-kvinna, entreprenör, bolagsbyggare eller liknande – i viss mån oberoende av vilken bransch eller verksamhet som företaget är verksamt inom. Dessa personer lockas av att göra affärer men kan ofta tänka sig att hoppa mellan olika branscher och verksamheter. Det handlar om att finna och utveckla affärsidéer även i sådana branscher och verksamheter som man inte själv brinner för.

Det finns mycket tydliga könsskillnader. Kvinnorna är nästan uteslutande engagerade i företagets verksamhet och innehåll (medelvärde 1,7 på den femgradiga skalan), medan relativt många män lockas av själva företaget (medelvärde 2,4).

Det finns ett samband mellan företagets storlek och småföretagarens svar på denna fråga. De som driver de minsta företagen (enmansföretag eller enstaka anställd samt liten omsättning) engageras nästan helt av företagets verksamhet och innehåll medan de företagare som redan i dag har en hel del anställda och en hög omsättning i sina företag lockas av att göra affärer och bygga bolag.

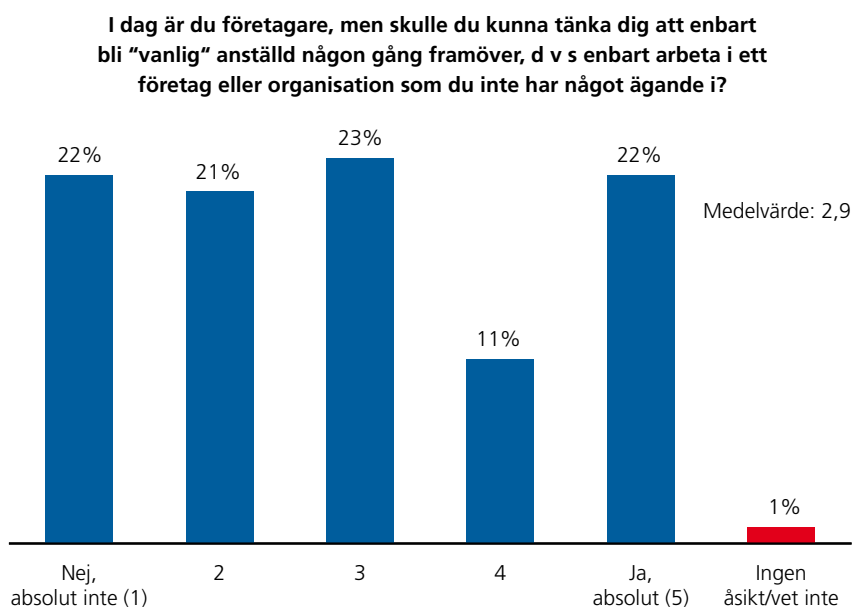
Det finns således många olika kategorier av unga småföretagare, men en sak är viktig att betänka: Långt ifrån alla unga småföretagare är entreprenörer och bolagsbyggare. Även om de allra flesta har ambitionen att växa är det inte primärt det som engagerar dem i deras liv som företagare – det är företagets verksamhet och innehåll som lockar.

Skillnaden är tydlig när man granskar unga småföretagare med olika etnisk bakgrund. De respondenter som har utländsk bakgrund är betydligt mer engagerade av själva företagandet (medelvärde 2,5) än vad de med svensk bakgrund är. De sistnämnda lockas i stället primärt av företagets verksamhet och innehåll (medelvärde 2,1).

Man finner också stora resultatskillnader i denna fråga när man ställer enskilda firmor mot aktiebolag. De förstnämnda lockas primärt av företagets verksamhet och innehåll (medelvärde 2,0) medan de som driver aktiebolag lockas mycket av själva företagandet (medelvärde 2,7).

Inställningen till att bli "vanlig" anställd framöver

Ibland talas det om att företagare inte kan tänka sig att vara anställda – "en gång företagare alltid företagare". Men hur är det egentligen med den nya generationens småföretagare, är de företagare djupt in i själen eller kan de tänka sig att bli "vanliga anställda" någon gång framöver?



Resultatet visar att det finns en stor spridning bland svaren på denna fråga. 22 procent svarar att de absolut inte kan tänka sig att bli vanliga anställda någon gång framöver och exakt lika många svarar att de absolut kan tänka sig det. Sammantaget lutar det något mer åt nej-hållet. Medelvärdet ligger på strax under 3,0 på den femgradiga skalan.

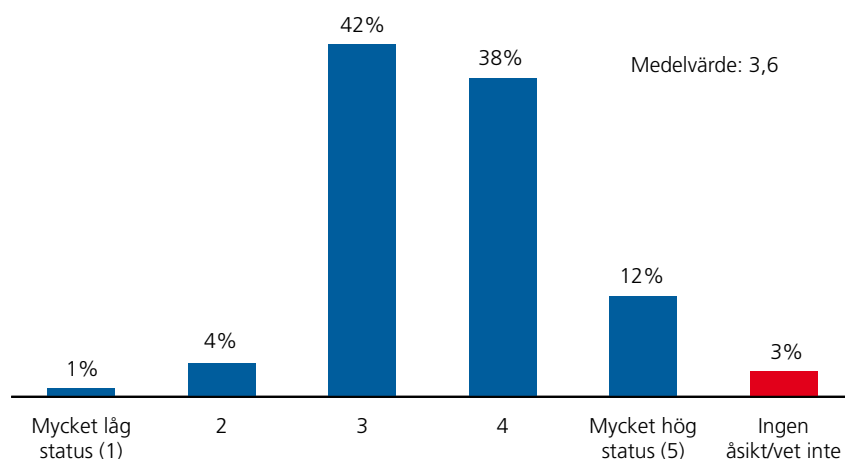
Det går alltså inte att ge något entydigt svar på frågan om hur mycket företagare de unga småföretagarna är i själen. Vissa är det, vissa är det inte. Kvinnorna är mer öppna för att bli anställda någon gång i framtiden medan männen är mer av "företagare på livstid".

När man studerar hur svarsresultatet varierar mellan olika företagsstorlekar (omsättning och antal anställda) ser man tydligt att de respondenter som driver förhållandevis stora företag inte kan tänka sig att bli vanliga anställda medan de som driver riktigt små företag är mer öppna för att ta en anställning framöver.

Omgivningens syn på företagare

I den offentliga debatten talar man ibland om att höja småföretagarnas status – att skapa en positiv bild i samhället av företagare och företagande. Hur ser det ut i dag i de unga småföretagarnas värld? Ger det hög eller låg status att vara företagare?

**Hur upplever du att din omgivning ser på dig som företagare?
Upplever du att det ger hög eller låg status i din omgivning att vara företagare?**



Resultatet är huvudsakligen positivt vad gäller synen på företagare och företagande. Endast fem procent upplever att det i deras omgivning ger låg eller mycket låg status att vara företagare (markerar värde ett eller två på den femgradiga skalan). Varannan respondent upplever att det i deras omgivning ger hög eller mycket hög status att vara företagare. Medelvärdet på den femgradiga skalan är relativt högt: 3,6.

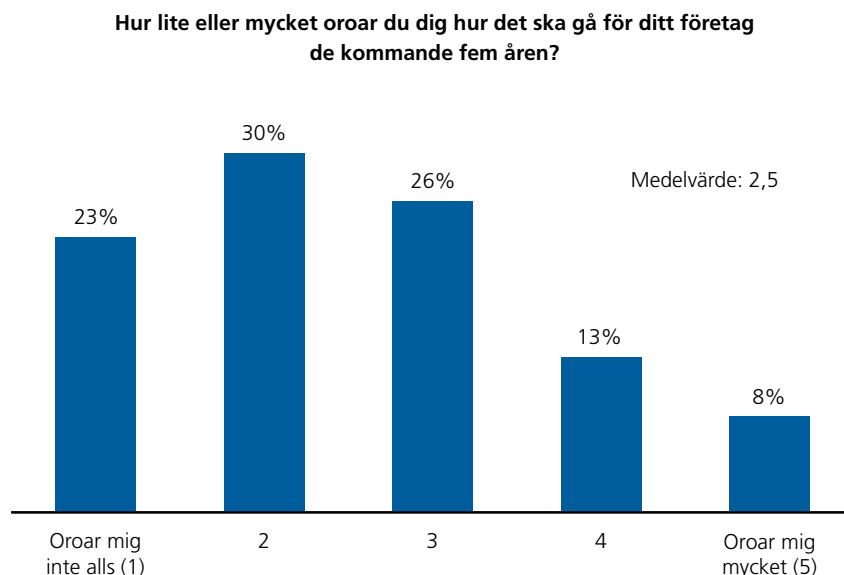
Självfallet kan man tycka att det borde ge ännu högre status att vara egenföretagare – endast tolv procent markerar värdet fem på skalan. Samtidigt får man se det positiva i att så få upplever att det ger låg status.

Kvinnorna upplever i något högre utsträckning än männen att det ger hög status att vara företagare. Medelvärdet bland kvinnorna är 3,7 och bland männen 3,5.

Det finns också intressanta resultatskillnader mellan olika utbildningsnivåer; de undersökningsdeltagare som har akademisk utbildning eller teoretisk gymnasieutbildning upplever – i högre utsträckning än de lågutbildade respondenterna – att det ger hög status att vara småföretagare.

Oro för företagets framtid?

De personer som vi intervjuade i denna undersökning är unga – i alla fall jämfört med landets småföretagare i stort, där sittåldern ligger på strax över 50 år. Dessutom driver de relativt nystartade företag (startade mellan 2003 och 2007). Många av intervjupersonerna har därför begränsade erfarenheter av att driva eget företag. Den trygghet som kan infinna sig då man drivit eget företag en längre tid finns ännu inte hos de svarande. Det gör det extra intressant att ta reda på hur de ser på företagets framtid. Oroar de sig för hur det ska gå?



En majoritet av de intervjuade småföretagarna (53 procent) oroar sig lite eller inte alls för hur det ska gå för deras företag de kommande åren. 21 procent oroar sig för hur det ska gå, varav åtta procent uppger att de oroar sig mycket. När man analyserar resultatet ska man betänka att undersökningen genomfördes under en period präglad av finanskris och annalkande lågkonjunktur. Därför är resultatet huvudsakligen uppmuntrande, även om var femte respondent uppger att de oroar sig för hur det ska gå för deras företag de kommande åren. Med tanke på att medierna fylls av negativa konjunkturprognoser skulle man gott och väl ha kunnat förvänta sig ett betydligt sämre resultat, alltså betydligt fler oroade småföretagare.

Kvinnorna oroar sig betydligt mer än männen och oron ökar också med ortstorleken. På mindre orter och på landsbygden är man minst oroad medan de småföretagare som bor i någon av de tre storstäderna oroar sig mest. Det sistnämnda kan bero på att konjunktursvängningarna oftast är störst i storstäderna och att lågkonjunkturen förväntas drabba dessa städer hårdast, i alla fall initialt.

Resultatet visar också att de småföretagare som har lägst utbildning (endast grundskola) oroar sig mest för hur det ska gå för deras företag de kommande åren.

Den mest uppseendeväckande skillnaden finner man när man granskar etnisk bakgrund. Det visar sig nämligen att de småföretagare som har utländsk bakgrund oroar sig mycket mer än de som har svensk bakgrund. Medelvärdet på den femgradiga skalan är 3,3 för respondenter med utländsk bakgrund och 2,4 för de med svensk bakgrund. Är det ett generellt fenomen eller har resultatet påverkats mycket av den senaste tidens krisstämning i samhället? Kan man förvänta sig att småföretagare med utländsk bakgrund drabbas hårdare än de med svensk bakgrund av en lågkonjunktur?

Oron för hur det ska gå för företaget ökar med arbetstiden. Med andra ord: de som lägger mest tid på sitt företag är också mest oroade inför framtiden. Resultatet är logiskt eftersom de som inte arbetar så mycket med sitt företag kanske har andra sysselsättningar och inkomstkällor parallellt.

Allra minst oroar man sig i Norrland, medan resultatet för Svealand och Götaland är i princip identiskt.

Politiska åtgärder

En fråga i intervjuerna handlade om vilken typ av åtgärder – politiska åtgärder och beslut eller något annat – som verkligen skulle kunna påverka småföretagarnas företag positivt. Frågan var öppen och respondenterna fick svara med sina egna ord.

Tre typer av svar dominerade. Det vanligaste svaret handlade om sänkta skatter och arbetsgivaravgifter. Även sänkt moms nämndes av många undersökningsdeltagare. En vanlig uppfattning är att skatterna äter upp så stor del av intäkterna/vinsten att det gör att företaget egentligen inte är särskilt lönsamt – i alla fall inte om man beaktar de enormt långa och intensiva arbetsveckor som de unga småföretagarna har. När det gäller arbetsgivaravgifterna är det många som uppger att de hindrar dem från att anställa medarbetare. Sänkt arbetsgivaravgift skulle, enligt många svarande, leda till att de började rekrytera personal.

“Det kan bli bättre. Lägre arbetsgivaravgifter till exempel. I dag är det jättedyrt att anställa.”

“Arbetsgivaravgifterna är höga. Om de hade varit lägre hade jag kunnat anställa fler personer och ha ett privatliv.”

“Skatterna, arbetsgivaravgifterna och momsen är för höga.”

“Att kunna anställa skulle vara avlastande. Resurser behövs. Mycket skatter och moms i dag som försvårar att anställa. Arbetsgivaravgifterna skrämmer mig.”

“Billigare att anställa. Om skatten hade varit lägre hade jag kunnat anställa ännu fler.”

“Hemskt mycket skatt! En lättnad för småföretagare vore klockrent.”

“Jag jobbar inom konstvärlden. Skattelättnader skulle vara bra, vi har svårt att överleva. T ex att inte behöva betala skatt förrän man tjänat in en viss summa.”

“Det pratas om att sänka momsen för att få bort svartjobben. Det vore bra.”

“Framför allt borde det bli billigare att anställa. Som företagare tar man ju stora risker. Det är svårt för oss att få det att gå ihop.”

Den näst vanligaste typen av svar handlar om minskad byråkrati och mindre pappersarbete. Många unga småföretagare upplever att företagandet för med sig alldeles för mycket pappersarbete, för många regler och för mycket myndighetskontakter. All form av minskad byråkrati, förenklade regler etcetera välkomnas varmt av landets unga småföretagare.

“De borde förenkla det här med papper och byråkrati.”

“Jag efterlyser enklare och tydligare regler för eget företagande och vad man får göra.”

“Skatteläget är väldigt ansträngt. Enklare skatteregler och enklare regler för att sköta företag skulle underlätta. När man har kommit in i det spelar det väl inte så stor roll, men för dem som vill starta företag borde det vara enklare.”

“Mindre krav från miljökontoret och Skatteverket.”

“Lite mindre pappersgöra. Det är väldigt mycket pappersutskick fram och tillbaka.”

“Rent allmänt borde man underlätta för företagare när det gäller bokföring och deklaration.”

“Det är mycket byråkrati som krånglar till allt. För mycket pappersarbete och intyg som ska lämnas in.”

“Försäkringskassan motarbetar snarare än hjälper oss småföretagare.”

“Vi drunknar i papper!”

Den tredje kategorin öppna svar har ett tydligt släktskap med de två tidigare kategorierna och handlar om enklare regler för att anställa personal – särskilt de första anställningarna i företaget. Många upplever att det är krångligt med regler och pappersexercis. Med andra ord har de unga småföretagarna ett mycket stort motstånd mot att anställa även om man räknar bort de höga arbetsgivaravgifterna.

“Vi vill ha enklare regler för att anställa. Man drar sig för att anställa för att reglerna är så krångliga.”

“Det borde vara administrativt enklare att anställa en eller flera personer.”

“Underlätta pappersarbete om man anställer. Det kräver mer arbete att anställa än vad det är värt.”

“Ändra reglerna kring anställning. Man vill ju inte anställa fel folk.”

“Ge stöd vid nyanställning under uppstartsperioden.”

Utöver dessa tre svarkategorier var det några andra åtgärder som också nämndes i intervjuerna, som de svarande upplevde skulle underlätta företagandet. Det handlade om att sänka dieselskatten, återinföra ROT-avdrag, anpassa trygghetssystemen efter småföretagares behov, se över sjuklönefrågan och möjliggöra avdrag för friskvård/företagshälsovård i enskilda firmor. En person sade spontant att 3:12-reglerna måste reformeras och en annan att Sverige borde införa euro.

“Det vore tacksamt om de sänkte dieselskatten.”

“Dieselskatten är dyr. För dyr!”

“Som enskild företagare vore det bra att få göra avdrag för friskvård på samma sätt som andra kan göra.”

“Det skulle vara mer fördelaktigt när man har enskild firma att dra av för företagshälsovård.”

“Trygghetsfrågorna och sociala skyddsnet. Känner man sig tryggare kan man engagera sig mer i företaget. Alla företagare känner sig utlämnade jämfört med de på fasta anställningar.”

“Ökad trygghet! Liknande den man har vid en anställning.”

“Sjuklönereglerna. För små bolag är det ganska svårt att ha anställda när man har så stort ansvar för sjuklönebiten.”

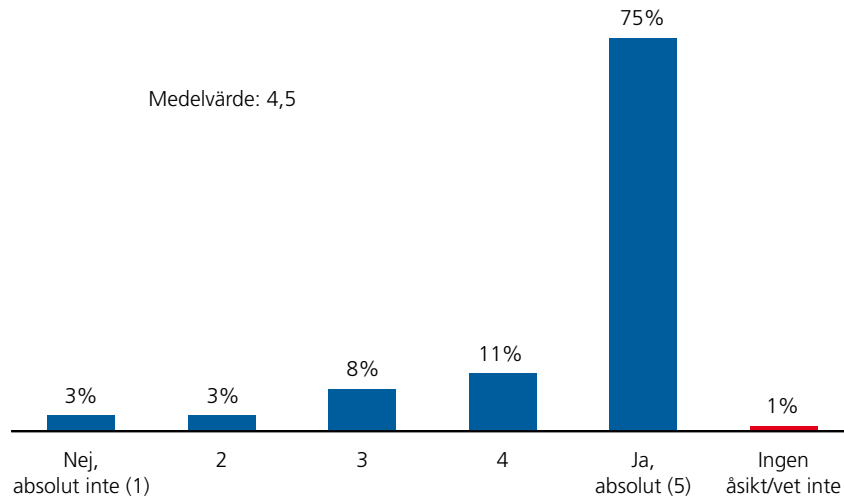
“Kronan borde gå över till euron.”

“Avdrag som hushållsnära tjänster borde gälla även i byggbranschen. Typ ROT-avdrag.”

Ångrar de att de startade eget företag?

I en tidigare fråga bad vi intervjupersonerna att blicka framåt och svara på om de oroar sig för hur det ska gå de kommande åren. I en annan fråga bad vi dem att tänka bakåt – var det rätt att starta företag eller ångrar de att de gjorde det?

Med den kunskap som du har i dag om att starta och driva företag, hade du gjort samma sak i dag, d v s startat ditt företag?



Resultatet är mycket tydligt. Tre av fyra markerar värdet fem på den femgradiga skalan och svarar därmed "ja, absolut" på frågan om de skulle ha gjort om samma sak i dag. Endast tre procent svarar "nej, absolut inte" och lika många svarar "nej, troligtvis inte". Medelvärdet blir så högt som 4,5.

Man kan alltså konstatera att de allra flesta inte tvekar en sekund på att de skulle ha gjort om samma sak i dag, alltså startat sitt företag, om de fått möjlighet att vrida tillbaka klockan. Med tanke på all den tid och energi som de unga småföretagarna lägger ner på sina företag – i många fall med en hög risk och utan att det lönar sig ekonomiskt i motsvarande grad – hade det inte varit helt förvånande om många ångrat beslutet att starta eget. Så är inte fallet. Merparten av intervjupersonerna verkar vara hyfsat nöjda med sina första år som småföretagare.

De mest välutbildade småföretagarna är extra nöjda med beslutet att starta eget. Bland undersökningsslagare med akademisk utbildning är det endast två procent som ångrar sitt beslut. Medelvärdet ligger så högt som på 4,8. Bland dem som endast har gått ut grundskolan är det betydligt fler som ångrar sitt beslut (tolv procent) och medelvärdet är så "lågt" som 4,1. Samma sak gäller för dem som växt upp i ett arbetarhem – de ångrar också i högre utsträckning än övriga intervjupersoner att de blev egenföretagare.

Även när man jämför respondenter med svensk respektive utländsk bakgrund ser man en viss skillnad i resultat: 13 procent av de unga småföretagarna med utländsk bakgrund ångrar att de startade eget företag – bland respondenter med svensk bakgrund är denna andel endast fyra procent.

Övertygelsen att de gjorde rätt när de startade eget företag är störst bland dem som lägger hyfsat lite tid på sitt företag, medan tvivlen ökar något ju längre arbetsveckorna är. Bland dem som arbetar mer än 60 timmar i veckan är det så många som elva procent som inte skulle ha startat sitt företag i dag – med den kunskap de har om vad det innebär att starta och driva ett företag. För dessa respondenter blev det kanske lite väl mycket jobb jämfört med vad de hade förväntat sig.

De sex procent som svarade att de *inte* skulle ha gjort om samma sak i dag (markerade värde ett eller två på den femgradiga skalan) fick besvara en följdfråga som löd:

“Varför hade du inte gjort om samma sak i dag, det vill säga varför hade du inte startat ditt företag i dag?”

De flesta som svarade på denna fråga (endast sex procent av alla undersökningsdeltagare) uppgav att det inte lönar sig att vara företagare med all den tid de måste lägga ner på arbetet. Andra framhöll att det är allt pappersarbete som avskräckt dem och fått dem att ångra att de blev egenföretagare. En tredje typ av svar handlade om den kommande lågkonjunkturen, som en del unga småföretagare känner oro inför.

“Utfallet av alla timmars hårt arbete blir alldeles för lågt på grund av skatterna.”

“Det är lättare att vara anställd. Då slipper man allt pappersarbete och ansvar för att administrationen blir rätt och att pengar kommer in.”

“Det är för krångligt och kostsamt. Kräver mycket arbete. Och det är tufft med nya regelverk och krångel.”

“Man måste vara lite korkad för att starta företag i Sverige.”

“Det finns orättvisor mellan att vara löntagare kontra företagare – det är inte lätt att jobba 100 timmar i veckan.”

“Det tär på familjen.”

“På grund av konjunkturen. Det stramas åt från alla håll och kanter. Folk håller hårt i sina pengar.”



Personliga egenskaper i rollen som företagare

Drivkrafter vid start av företag

En öppen fråga i undersökningen handlade om *varför* de svarande blev företagare – vilka drivkrafter de hade när de valde att bli företagare. Var det en tillfällighet eller något som de planerat noga?

Det vanligaste svaret är att de är verksamma i en bransch som mer eller mindre kräver att man är egenföretagare. Det handlar om allt ifrån hantverkare på mindre orter till personer som sysslar med någon konstnärlig/kreativ verksamhet där det finns få tänkbara arbetsgivare. Exempel på det sistnämnda är fotografer, vissa kulturarbetare och journalister/frilansskribenter.

”Branschen kräver att man är egen företagare.”

”Det var alltid folk som frågade efter hjälp. Jag blev tvungen att starta firma så att det inte skulle bli svartjobb.”

”Jag jobbar inom en frilansande bransch.”

”Det finns inte så många tjänster som konsthantverkare, så man är tvungen att bli egen företagare.”

”Hade inget val. På den ort där jag bor finns det inte så många jobb.”

Det näst vanligaste svaret var att de längtade efter mer frihet i sina liv – hade en strävan efter att få bestämma mer över sig själva, att välja sina egna tider och slippa ha en chef.

”Jag ville bestämma över mig själv.”

”Jag kände att jag ville göra något eget. Se om jag skulle klara det. En utmaning.”

”Det var för att få bestämma över sig själv och sitt engagemang.”

”Friheten!”

”Jag ville göra något för mig själv för jag är så pass kreativ. Jag ville vara min egen chef och utvecklas som person.”

”Självständighet, att pröva sina vingar. Jag var nyfiken.”

Sedan finns det också en hel del undersökningssvare som uppger att de alltid velat bli egenföretagare och att valet att starta företag var något noga planerat.

”Jag har ganska många kompisar som har eget företag. Det verkade vara trivsamt. Så det var planerat att starta företag.”

”Jag har alltid drömt om att ha ett eget företag och är uppvuxen i en företagarfamilj.”

En del respondenter har växt upp i jordbrukar- eller företagarhus och ärvde företaget/verksamheten från förälder/föräldrar.

”Jag har växt upp med det här. Tog över företaget efter min far när han slutade.”

Ytterligare en grupp respondenter uppgav att det var en ren tillfällighet att de blev egenföretagare. Det dök plötsligt och oväntat upp en möjlighet i deras liv att starta och driva ett företag. I några fall hade deras arbetsgivare frågat dem om de ville starta eget företag i stället för att vara anställd och gå över till att fakturera i stället för att få lön.

”Det var en tillfällighet. Jag fick ett uppdrag som ledde till det. Det byggde på en önskan från kunderna.”

”Jag började som konsult för ett företag som inte kunde erbjuda full sysselsättning för mig.”

”Tillfälligheter avgjorde. Jag fick möjlighet att köpa affären som jag arbetade i.”

Enstaka intervjupersoner uppgav att de startat ett hobbyföretag vid sidan av annan sysselsättning som gått så bra att de ”växlat upp” till verksamhet på heltid.

”Först var det bara en hobby, men sedan blev det riktig efterfrågan på mina kläder.”

Avslutningsvis fanns det också en grupp svarande som sade att de hade blivit företagare på grund av något negativt. Det rörde sig bland annat om några som blivit uppsagda från sina arbeten och inte kunde få ett nytt jobb. Då testade de helt enkelt att starta eget företag. Några andra hade hamnat i konflikt med sin arbetsgivare/chef och valt att säga upp sig.

”Jag blev uppsagd och hade kompisar som var egenföretagare. De hade så mycket att göra att jag bestämde mig för att hjälpa dem. Och då blev jag också företagare.”

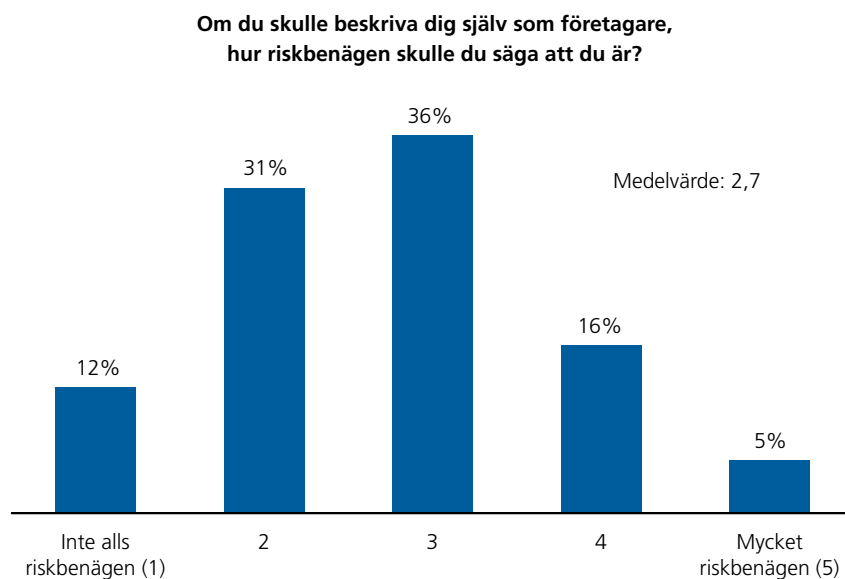
”Lågkonjunkturen efter IT-kraschen innebar att jag fick sparken.”

”Jag blev trött på mina chefer.”

Oberoende av vad det var som fick de unga småföretagarna att ta steget och starta eget, var det många som uppgav att de länge drömt om att vara sin egen.

Unga småföretagares riskbenägenhet

För att förstå resultaten i denna undersökning lite bättre ställde vi en fråga om de unga småföretagarnas riskbenägenhet. Anser de att de är riskbenägna? Observera att frågan gäller hur intervjupersonerna är i sina roller som företagare – inte hur riskbenägna de är i andra situationer i livet.



Dubbelt så många personer ser sig själva som icke riskbenägna (43 procent markerar svarsalternativ ett eller två på den femgradiga skalan) jämfört med dem som ser sig som riskbenägna (21 procent markerar svarsalternativ fyra eller fem). Trots att undersökningsdeltagarna tar ganska stora risker bara genom att starta och driva eget företag i unga år, är det alltså inte så många som ser på sig själva som riskbenägna. Medelvärdet ligger på 2,7.

Männen ser sig själva som något mer riskbenägna (medelvärde 2,8) än vad kvinnorna gör (medelvärde 2,5). Riskbenägenheten ökar också något med ortstorleken på så sätt att de som bor i de tre storstäderna är klart mer riskbenägna än de som bor på mindre orter och landsbygden.

Riskbenägenheten verkar också öka något med antalet anställda. De företag/företagare som har flest anställda visar nämligen upp en större riskvillighet. Riskbenägenheten är också störst bland dem som har högst årsomsättning (mer än tio miljoner kronor).

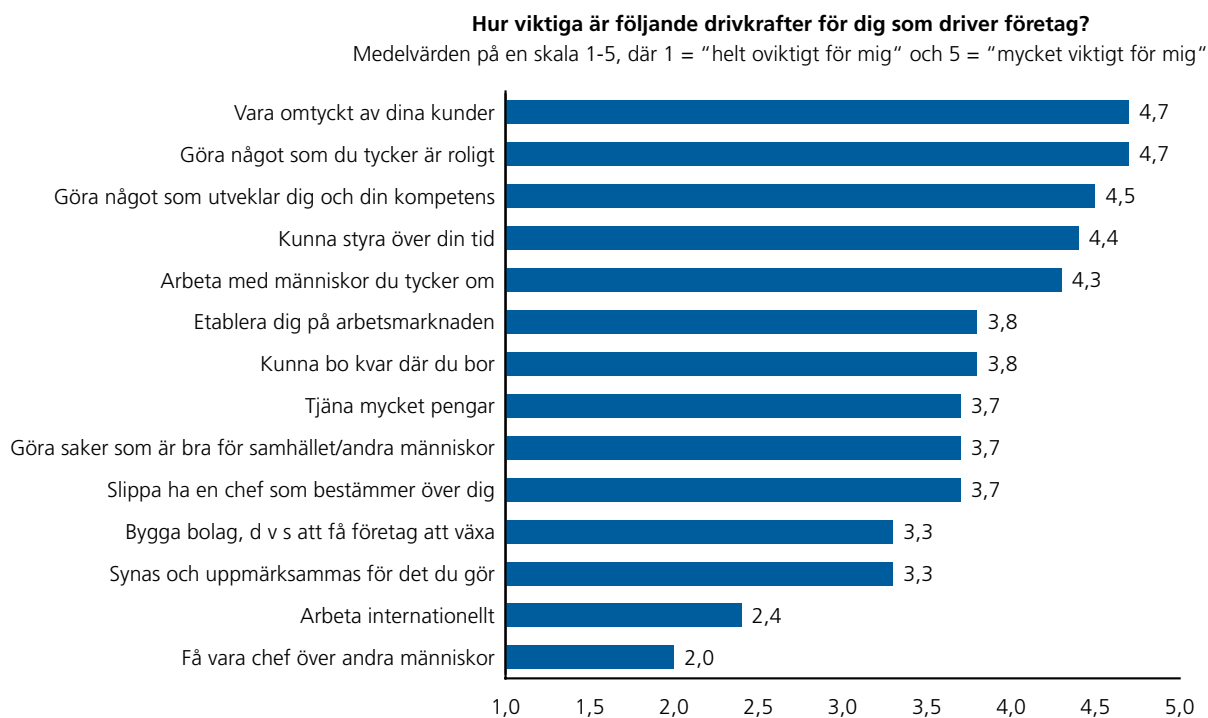
De respondenter som har utländsk bakgrund ser på sig själva som förhållandevis riskbenägna. De har ett medelvärde på 2,9 på den femgradiga skalan medan de som har svensk bakgrund stannar på 2,7.

Riskbenägenheten är större bland dem som har aktiebolag jämfört med dem som har enskilda firmor. Riskvilligheten verkar också öka med arbetstiden; de som lägger mest tid på sitt företag är också de mest riskbenägna.

Drivkrafter hos den nya generationens småföretagare

Avslutningsfrågan i intervjuerna handlade om olika drivkrafter hos den nya generationens företagare. Vad är viktigt för dem när de driver företag? Vad är mindre viktigt? Och hur skiljer sig olika kategorier av företagare från varandra det gäller drivkrafter?

Vi räknade upp 14 olika drivkrafter som ofta nämns av småföretagare. För var och en av dessa fick respondenterna svara på hur viktig eller oviktig drivkraft det är för dem.



Två drivkrafter hamnar i topp, nämligen att vara omtyckt av sina kunder och att göra något lustfullt – något man tycker är roligt. Att göra något som utvecklar dem och deras kompetenser, att kunna styra över sin egen tid samt att arbeta med människor som de tycker om anses också som mycket viktigt. Minst viktigt är att kunna arbeta internationellt och att få vara chef över andra människor.

Intressant är att de unga småföretagarna drivs betydligt mer av att slippa ha en chef som bestämmer över dem än av att själva få vara chef över andra.

Att arbeta internationellt lockar inte heller särskilt mycket. Om man dessutom betänker att drivkraften "att kunna bo kvar på hemorten" anses förhållandevis viktig så inser man att merparten av de undersökta småföretagarna har lokalt fokus i sina liv.

Att etablera sig på arbetsmarknaden samt att tjäna mycket pengar är också relativt viktigt för de unga småföretagarna, men ändå långt ifrån de starkaste drivkrafterna. Lika viktigt är det att företaget gör saker som är bra för samhället och för andra människor.

Som tidigare konstaterats är betydligt fler unga småföretagare engagerade i företagets verksamhet och innehåll än i själva företagandet, det vill säga att göra affärer och bygga bolag. Denna inställning framträder också ganska tydligt i diagrammet ovan. Att bygga bolag är inte oviktigt på något sätt, men långt ifrån det viktigaste för den nya generationens småföretagare.

I en tidigare fråga såg vi att en kraftig majoritet av de unga småföretagarna har ambitionen att växa med sina företag de kommande åren. Tillväxt är således något positivt som många strävar efter, men det är långt viktigare att arbeta med någonting man tycker är roligt.

När man granskar de olika nedbrytningarna, skillnader mellan olika undergrupper av svarade, ser man bland annat följande:

- Kvinnor lägger större vikt vid att deras arbete och företag är bra för samhället och andra människor, att de syns och uppmärksammas för det de gör, att de gör något de tycker är roligt, att de etablerar sig på arbetsmarknaden, att de kan bo kvar där de bor i dag, att de får en möjlighet att arbeta internationellt samt att deras arbete är utvecklande för dem själva och deras kompetenser. Männerna i sin tur tycker att det är extra viktigt att tjäna mycket pengar, att få företaget att växa samt att få vara chef över andra människor.
- De som bor i någon av de tre storstäderna Stockholm, Göteborg eller Malmö drivs mer än övriga unga småföretagare av att tjäna pengar, arbeta internationellt och utveckla sig själv och sin kompetens.
- De som bor på mindre orter/landsbygden tycker att det är extra viktigt att kunna bo kvar på orten.
- Ju större företag en person driver (räknat i antal anställda), desto större är drivkraften att tjäna mycket pengar, få företaget att växa och få vara chef över andra människor. Däremot minskar drivkraften att göra något bra för samhället och andra människor ju större företag man driver. Samma sak gäller för drivkrafterna "att synas och uppmärksammas för det man gör", "att göra något man tycker är roligt" och "att etablera sig på arbetsmarknaden".
- Det finns inga stora skillnader i drivkrafter mellan företagare med olika utbildningsnivå. Att etablera sig på arbetsmarknaden och att bo kvar på hemorten är inte lika viktiga drivkrafter för de mest välutbildade småföretagarna (högskole- eller universitetsutbildning). Däremot drivs många akademiskt utbildade småföretagare av att arbeta internationellt.
- Med ökad omsättning får också drivkrafterna "att tjäna mycket pengar" och "att bygga bolag" ökad betydelse. Däremot minskar drivkraften "att synas och uppmärksammas för det man gör" i takt med ökad omsättning.
- Att kunna bo kvar på orten är en betydligt viktigare drivkraft för dem som växt upp i arbetar-, företagar- eller jordbrukarhem, medan de som växt upp i tjänstemanna- eller akademikerhem inte alls påverkas så mycket av det när de driver företag.
- Det finns tydliga skillnader mellan svensk och utländsk bakgrund när det gäller drivkrafter. Generellt kan man konstatera att de småföretagare som har utländsk bakgrund har starkare drivkrafter än vad de med svensk bakgrund har (de markerar högre värden på merparten av de nämnda drivkrafterna). De mest framträdande undantagen är drivkrafterna "att kunna bo kvar där man bor" och "att slippa ha en chef som bestämmer över mig", som är starkare för dem med svensk bakgrund.

- Drivkrafterna "att göra något man tycker är roligt" samt "att etablera sig på arbetsmarknaden" minskar något med åldern. Däremot ökar drivkraften "att kunna bo kvar på orten" ju äldre småföretagaren blir.
- Drivkrafterna "att synas och uppmärksammas för det man gör" samt "att kunna arbeta internationellt" är betydligt svagare i Norrland än i övriga delar av landet. Däremot drivs extra många norrländska småföretagare av att kunna bo kvar på orten.
- De respondenter som driver aktiebolag lägger betydligt större vikt vid att få sitt företag att växa än vad de med enskilda firmor gör. De som har enskilda firmor tycker – jämfört med dem som har aktiebolag – att det är viktigt att de syns och uppmärksammas för det de gör samt att de kan bo kvar där de bor.

Undersökningsperiod

Telefonintervjuerna genomfördes under perioden
30 oktober – 17 november 2008.

Antal svarande

500 småföretagare (enligt tidigare nämnda definition).

Huvudansvarig för projektet

Fredrik Erfelt, Argument AB
www.argument.nu
08-663 30 70

Genomförande av telefonintervjuer

Hermelin Research
www.hermelin.se

Uppdragsgivare

FöretagarFörbundet
genom förbundssekreterare Camilla Littorin
www.ff.se
camilla.littorin@ff.se
0705-53 66 70

FöretagarFörbundet

FöretagarFörbundet arbetar med att förbättra villkoren för att starta, äga, driva och utveckla företag – med fokus på småföretag med färre än tio anställda. Vårt mål är ett okomplicerat, produktivt och konkurrenskraftigt företagsklimat. Att skapa opinion om och ökad förståelse för entreprenörskapets roll i samhällsutvecklingen har varit kärnan i vår verksamhet allt sedan starten 1951. FöretagarFörbundet är en politiskt obunden och växande intresseförening med över 32 500 medlemmar.

Kontakt

Camilla Littorin,
Förbundssekreterare
FöretagarFörbundet
Mobil: 0705-53 66 70
camilla.littorin@ff.se

Kansli Stockholm

Vasagatan 46
111 20 Stockholm
Tel: 08-280 620

Kansli Ängelholm

Box 1132
262 22 Ängelholm
Tel: 020-760 761

info@ff.se
www.ff.se



FöretagarFörbundet