



# Ungas Innovationskraft

## Tillväxtverket och VINNOVA

**Fokusgrupper och djupintervjuer med unga företagare**

December 2014

En studie genomförd av Oxford Research AB

## Oxford Research AB

Fokusgrupper och djupintervjuer med unga  
företagare 18-35 år

Uppdragsgivare:  
Tillväxtverket;  
Programmet Ungas Innovationskraft.  
Annika Järemo och Karin Silfversten

För frågor om rapporten:  
Ylva Grauers Berggren  
Oxford Research AB  
[ylva.grauers@oxfordresearch.se](mailto:ylva.grauers@oxfordresearch.se)

# Innehåll

FÖRORD	3
1. SAMMANFATTNING	4
2. GENOMFÖRANDE	5
2.1 Bakgrund och Syfte	5
2.2 Metod, urval och rekrytering	5
2.3 Rapportering	6
3. RESULTAT	8
3.1 Vad motiverar unga företagare?	8
3.1.1 Frihet driver företagare	8
3.1.2 Företagande är ett verktyg för självuppfyllelse	8
3.1.3 Pengar är viktigt, men inte avgörande	9
3.2 Vad är enkelt för företagare?	10
3.2.1 Lätt att starta, svårt att driva	10
3.2.2 Tillgång till startkapital...	10
3.2.3 Enkelt att hitta information	10
3.2.4 Få hjälp vid uppkomna problem	11
3.3 Vilka hinder upplever unga företagare?	12
3.3.1 Pappersarbete avskräcker företagare	12
3.3.2 Svårt att bygga upp nätverk	12
3.3.3 Myndighetskrav är inte anpassade för företag	13
3.3.4 Social trygghet är obefintlig	14
3.3.5 Svårigheter med olika bolagsformer	14
3.3.6 Svårt och dyrt att anställa	15
3.4 Vad behöver unga företagare?	16
3.4.1 Mindre pappersarbete	16
3.4.2 Förenklade förutsättningar för anställning	16
3.4.3 Minska skattetrycket på nyföretagare	16
3.4.4 Bredare stöd som riktas mot att driva	17
3.4.5 Mentorskap för unga företagare	18
3.4.6 Plattformar för nätverk	18
3.4.7 Förenklad och tydlig information	18
3.4.8 Socialt skyddsnet för företagare	19
4. DISKUSSION	20
4.1 Olika typer av hinder	20
4.2 Företags utveckling är inte en linjär process	20
4.3 skiljer sig unga företagares förutsättningar åt?	20
5. SLUTSATSER	23

Tillväxtverkets publikationsnummer: Info 0574. Den här publikationen finns att laddas ner som pdf på [tillvaxtverket.se/publikationer](http://tillvaxtverket.se/publikationer).

## Förord

Regeringen gav år 2010 Tillväxtverket och VINNOVA i uppdrag att genomföra ett treårigt program i syfte att främja ungas innovationskraft. Programmet ska stimulera innovationskraft hos unga (18-30 år) och bidra till att fler unga utvecklar och kommersialiserar sina idéer. Resultat blev programmet Ungas Innovationskraft. Programmet har förlängts till och med 2014. Som ett, av flera, underlag i detta program har Tillväxtverket under programmet Ungas Innovationskraft gett i uppdrag åt Oxford Research att genomföra en kvalitativ intervjustudie riktad mot målgruppen.

Oxford Research har enligt uppdraget genomfört fokusgrupper och djupintervjuer med unga företagare i syfte att undersöka de unga företagarnas syn på vilka hinder och behov som är kopplade till att fundera, starta, driva och utveckla företag. Djupintervjuer och fokusgrupperna har löpt parallellt och totalt har 94 unga företagare, representerandes både aktiebolag som enskilda firmor, fått dela med sig av sina erfarenheter. Respondenterna har hämtats från olika delar av landet, storstad som glesbygd, samt från olika branscher. Vi har också undersökt om företagarnas behov är avhängiga sociala, ekonomiska eller demografiska faktorer.

Våra resultat visar vad som motiverar unga företagare till att starta och driva företag, vad de upplever som enkelt, vilka hinder som finns och vilka behov de har i olika faser av sitt företagande. Respondenterna anser att det offentliga har kommit på god väg för att underlätta vid företagsstart, men att fokus måste vända mot att förenkla att driva och utveckla företagandet. Åtgärderna för att överkomma upplevda hinder och möta behoven är av både administrativ och strukturell natur. Denna rapport kan likaväl utgöra ett underlag för politiska beslutsfattare som de som arbetar rent praktiskt med att underlätta för företagare.

Ylva Grauers Berggren

VD

Oxford Research AB

Stockholm, december 2014

# 1. Sammanfattning

Oxford Research har på uppdrag av Tillväxtverket och programmet Ungas Innovationskraft genomfört en kvalitativ studie av unga företagare i åldersspannet 18-35 år. Tillväxtverket önskar genom studien få kunskap om unga företagares perspektiv gällande i vilka faser av företagandet det offentliga bör gå in och stötta med marknadskompletterande verktyg för att främja ungas företagande. Utöver att undersöka dessa perspektiv och behov önskar Tillväxtverket få reda på om behoven är avhängiga bransch, sociala, ekonomiska eller demografiska faktorer.

Studiens resultat bygger på fokusgrupps- och djupintervjuer med 94 unga företagare. Rekryteringen till grupperna har genomförts av Norstat. Valet av orter för genomförande av fokusgrupperna bestämdes i samråd med Tillväxtverket. Fokusgrupperna har modererats av Norstat och Oxford Research, och Oxford Research har genomfört djupintervjuerna. Direkt efter varje djupintervju har ett referat skrivits. Under fokusgrupperna togs ljudupptagningar som efter varje tillfälle transkriberats. Referat och transkriberingar samt interna uppföljnings- och analysmöten har utgjort grund för rapportarbetet.

Studiens viktigaste och övergripande slutsats är att det offentliga behöver fortsätta det pågående arbetet med att underlätta för företagare, framförallt när det gäller att driva företag. Respondenterna i studien har fått ge sin syn på vilka hinder och behov som är kopplade till att fundera, starta, driva och utveckla företag. Åtgärderna för att överkomma dessa hinder och möta behoven är av både administrativ och strukturell natur. Respondenterna upplever att det offentliga har kommit på god väg för att underlätta vid företagsstart, men att fokus måste vända mot att förenkla att driva och utveckla företagandet.

## 2. Genomförande

### 2.1 BAKGRUND OCH SYFTE

2010 gav regeringen Tillväxtverket och VINNOVA uppdraget att främja ungas innovationskraft. Resultatet blev det treåriga programmet Ungas Innovationskraft. Programmet förlängdes till och med 2014.

En del av arbetsmetoden i programmet Ungas Innovationskraft har varit att involvera målgruppen. Därför önskar Tillväxtverket att Oxford Research i denna studie utgår från unga företagare och deras perspektiv. Syftet är att få en djupare förståelse för attityder och behov hos unga kvinnor och unga män som har utvecklat och kommersialiserat affärsidéer.

### 2.2 METOD, URVAL OCH REKRYTERING

Genomförandemodellen för studien baseras på de av Tillväxtverket efterfrågade datainsamlingsmetoderna fokusgrupps- och djupintervjuer. Uppdraget har bestått av två huvudmoment, att genom fokusgrupper och djupintervjuer undersöka behov och attityder samt att göra en analys med syfte att identifiera orsaker och förhållanden som kan bidra till lärdomar som kan användas hos Tillväxtverket.

Figur 1 Undersökningsprocessens delar



Kärnan i uppdraget är att ta reda på vilka behov och attityder unga har till sitt företagande och vilka barriärer och möjligheter (både mjuka och hårda faktorer) de anser finns för att driva och expandera sitt företag. Särskilt fokus ligger i genomförandet för att ta reda på vilka faktorer som bidrar till att färre unga kvinnor än män utvecklar och kommersialiserar sina idéer.

Inför fokusgrupper och djupintervjuer rekryterade Oxford Researchs underleverantör Norstat deltagare och respondenter. Norstat samarbetar med urvalsleverantörer och har tagit fram urval bestående av ägare av enskilda firmor, bolagsmän HB, VD på AB i åldern 18-35 år. På så sätt har Oxford Research fått tillgång till information om respektive företagares huvudnäring. Inför påbörjad rekrytering skapades ett rekryteringsformulär (screener) som innehöll alla de relevanta frågor som rekryteraren behöver ställa för att kunna avgöra om den presumtive respondenten uppfyller målgruppskriterierna. Samtliga respondenter rekryterades via telefon.

Kort efter rekryteringen skickade Norstat ett bekräftelsebrev till respondenten. En till två dagar innan fokusgrupp eller djupintervju påmindes respondenten per telefon. Under vägen gav Norstat kontinuerligt statusuppdatering på hur rekryteringen framskridit och diskuterat lösningar om problem uppstått i rekryteringen.

Totalt har 94 personer – 69 män och 25 kvinnor – ingått i studien. Fokusgrupper har genomförts i Göteborg, Jönköping, Malmö, Stockholm och Umeå. Telefonintervjuer har genomförts med företagare från hela Sverige. Den yngsta deltagaren har varit 21 år och den äldsta 35 år. Respondenterna har haft varierade socioekonomisk bakgrund. På så sätt har urvalet av respondenter god geografisk, demografisk och socioekonomisk spridning.

Respondenterna har representerat en mängd olika företag. Studien har bland annat inkluderat snickare, revisorer, IT-utvecklare, dockmakare, hantverkare, juvelerare, optiker, artister, mäklare, journalister, konsulter och så vidare. Företagens storlek har varierat. De minsta företagen varit ensamföretag och de största haft upp emot 200 anställda. Alla företag har fallit inom definitionen för små- eller medelstora företag (SMF). Företagens ålder har också varierat – medan det yngsta har varit precis nystartat vid intervjutillfället har andra företag varit aktiva i över 15 år. Studien har även innefattat respondenter med flerbolagsägande, erfarenhet av olika bolagsformer och en mix av heltidsföretagande och företagare med anställningar vid sidan av.

Framkomna resultat kan i förhållande till spridningen hos respondenterna med stor tillförlitlighet ses som generella för målgruppen unga entreprenörer.

### **2.2.1 Fokusgruppintervjuer**

Fokusgrupperna har modererats av Lena Hammers, Norstat och Ylva Grauers Berggren, Oxford Research. Varje fokusgrupp har haft en observatör som bisittare och kvalitetssäkrare (Henrik Twetman eller Emilia Johansson, Oxford Research). Samtliga fokusgrupper har spelats in och transkriberats. Deltagarna har garanterats anonymitet och i de fall citat förekommer har även citaten anonymiserats.

### **2.2.2 Djupintervjuer**

Djupintervjuerna har genomförts av Emilia Johansson och Ylva Grauers Berggren, Oxford Research. Oxford Research har lagt stor vikt på att intervjuarna ska ha ämnesspecifik erfarenhet och kunskap, samt kompetens inom områdena mångfald och jämställdhet i arbetslivet. Djupintervjun har stark fokus mot en enskild individ och skapar möjlighet att gå på djupet. Intervjuaren väcker ofta upp tankar och känslor hos respondenten och hjälper genom följdfrågor respondenten att lyfta fram sina uppfattningar och åsikter. Samtliga intervjuer har varit datorstödda och intervjuaren har direkt efter intervjun skrivit ut ett så detaljerat referat som möjligt.

## **2.3 RAPPORTERING**

I föreliggande rapport väljs att arbeta efter perspektiven fundera, starta, driva och utveckla. Perspektiven är tänkta att spegla företagets olika faser. Inom varje tillväxtfas har och upplever företagen olika behov, möjligheter, utmaningar, svårigheter, hot och hinder.

Denna rapport kommer dels att utgöra ett kunskapsunderlag för Tillväxtverkets interna arbete och dels vara ett underlag för ett lärande och kunskapsöverföring till departement, myndigheter och andra aktörer inom innovationssystemet som också arbetar för att förenkla för företagare att starta, driva och utveckla sina företag.

Rapporten består av fem delar och inleds med en sammanfattning varefter ett kapitel om genomförande tar vid. Därefter följer ett kapitel som sammanställer resultaten från fokusgrupps- och djupintervjuerna. Inga påtagliga skillnader har utkristalliserats mellan respondenternas svar genom de olika datainsamlingsmetoderna varför resultaten sammanfogats i samma kapitel. Resultaten är uppdelade efter framkomna teman för att ge en tydlig överblick av exempelvis motiv, förutsättningar och utmaningar för unga företagare i Sverige. I kapitel fyra följer en diskussion av resultaten där de kontextualiseras och återkopplas till uppdraget. Rapporten avslutas med kortfattade slutsatser i kapitel fem.



## 3. Resultat

Under fokusgrupperna och djupintervjuerna har Oxford Research använt semistrukturerade frågeguider med ett antal undersökningsfrågor för att få reda på mer om ungas perspektiv på sitt företagande. Nedan redogör vi för de svar som fokusgrupps- och djupintervjuerna gett inom ramen för studiens syfte.

### 3.1 VAD MOTIVERAR UNGA FÖRETAGARE?

#### 3.1.1 Frihet driver företagare

Frihet är ett återkommande tema när det gäller motivation till eget företagande. Med frihet avses både frihet genom att vara sin egen chef och att disponera sin egen tid, och frihet i form av att arbeta med sin passion och sitt intresse. Även om många respondenter belyser att företagare ofta jobbar fler timmar per vecka än anställda, det vill säga anser sig ha mindre fritid, innebär valet att göra detta en högre frihetsgrad. Frihetsgraden är mer kopplad till faserna fundera och starta än faserna driva och utveckla. I de två senare faserna begränsas frihetskänslan genom ett ökat ansvar. Ju fler anställda respondenterna har desto större ansvar anser sig företagarna få, vilket av många anses som frihetsbegränsande.

---

*”Jag gör inte det här bara för att ha ett jobb. För mig handlar det om frihet [...] Även om jag måste jobba mer än 100 % så är det jag som har valt det!”*

---

#### 3.1.2 Företagande är ett verktyg för självuppfyllelse

Många respondenter beskriver personlig utveckling och självuppfyllelse som den primära motivationen bakom deras företagande. Möjligheten att förverkliga sina idéer är framförallt det som tilltalar; ”Det är något jag gör själv för att jag vill och för att det är en dröm jag har. Jag är min egen lyckas smed på gott och ont”, säger en företagare. Medan många drivs av själva företagandet är det vissa som anser att företagandet är ett nödvändigt ont för att kunna arbeta med det de brinner för. Till den senare gruppen hör framförallt företagare inom de kulturella och kreativa näringarna. Företeelsen förekommer även inom vissa konsultbranscher, som till exempel reklam och PR.

De flesta respondenter upplever att känslan av att vara sin egen chef och att inte lyda under någon annan är en viktig faktor till varför de startade eget. Vissa skämtar om auktoritetsproblem och menar att företagare ofta har svårt att underkasta sig andra. Ett mål relaterat till självuppfyllelse är att lämna något efter sig, vilket driver många. Som företagare skapar personen något mer än bara siffror på kontot och det finns också en chans att göra något gott för andra, genom att skapa anställningar och bra produkter.

Självuppfyllelsen är liksom frihetskänslan väldigt tydligt kopplad till de tidiga tillväxtfaserna för företagaren. Självuppfyllelsen är inte bara av godo. Vissa menar på att självuppfyllelsen eller självkänslan även kan ha en negativ inverkan på företagandet genom att entreprenören lockas till att spendera alltför mycket tid på tidskrävande ansökningar, pitchtävlingar och aktivitetsträffar som anordnas av företagsfrämjande aktörer, istället för att fokusera på kunden och dra in affärer till företaget. Här menar flera respondenter att de företagsfrämjande aktörerna måste se till att företagare inte fastnar i aktiviteter eller ansökningar när hen funderar på, eller ska, starta ett företag.

I ett företags senare faser tenderar självuppfyllelsen att växla mot ett grupp beteende och gruppkänsla. Antingen i form av att företagaren anställts eller att hen agerar i nätverk eller klusterliknande bildningar där gruppens betydelse är viktig för företagets framgång.

### 3.1.3 Pengar är viktigt, men inte avgörande

Den monetära motivationen är inte primär men det framhålls relativt ofta att möjligheten att tjäna pengar är en drivkraft. Av vissa ses monetär vinning som ett självändamål där företagets vinst blir måttstocken mot vilken framgång mäts, medan andra ser pengarna som ett medel för att kunna leva ett gott liv och skapa trygghet för sina familjer.

Den monetära motivationen går för vissa hand i hand med frihet, då ekonomisk säkerhet är en bidragande faktor till att leva ett fritt liv på lång sikt. Många vittnar dock om att pengar som enda drivkraft gör det svårt att komma igenom uppstartsfasen då det kan ta många år innan nystartade bolag börjar gå med vinst. De företagare som befinner sig i senare tillväxtfaser lyfter vikten av att skapa en stabil plattform för anställda och familj framför målet att tjäna mycket pengar som företagsägare. Det är dock ingen företagare som befinner sig i de senare faserna som uttryckt att de driver företaget med det explicita målet att möjliggöra en exit genom industriell försäljning eller genom att sälja aktieposter till någon riskkapitalaktör.

#### Motivationsfaktorer:

- Frihet att välja och styra över sin egen vardag är viktigt i fundera- och startfaserna. Friheten begränsas vid drift och utveckling av företagen.
- Den individuella självuppfyllelsen är en motivationsfaktor i tidiga faser som det övergår till en positiv gruppkänsla eller tillhörighet.
- En viss monetär ambition finns hos företagarna men är inte en avgörande faktor för att starta företag.

## 3.2 VAD ÄR ENKELT FÖR FÖRETAGARE?

### 3.2.1 Lätt att starta, svårt att driva

Många framhåller att själva uppstarten av företaget är relativt problemfri och menar att det är lätt att gå från idé till verksamhet. Respondenterna framhåller snarare att det är nästa fas, det vill säga när man ska börja driva företaget, som är svårt när man är ung och ny, och en företagare menar att ”starta var inte så svårt – det svåra är att få lön”. De som drivit företag länge vittnar om att det blivit lättare att starta företag än vad det var innan. Verksamt.se framhålls som en ”best-practise” för att starta företaget. Att all information finns samlad på ett ställe gör det mycket enkelt. Ett annat sätt att snabbt komma igång med sitt företag är att köpa ett bolag genom en av de aktörer som verkar på Internet. Dessa säljer samt ordnar med all formalia och praktikaliteter för att sätta upp färdiga standardlösningar för olika bolagsformer. Framförallt är det respondenter som startat flera företag som nyttjar denna sorts tjänst.

### 3.2.2 Tillgång till startkapital genom anställning eller familj och vänner

Enligt de flesta som ingått i studien som driver aktiebolag eller funderar på att ombilda sin enskilda firma till ett aktiebolag utgör startkapital för verksamheten inte något större problem (se 3.3.5). Problemen kopplas snarare till det ansvar och den risk med hänförliga kostnader som uppstår dels för att ta ut marknadsmässig lön och dels i senare faser då anställningar kan vara den naturliga vägen för tillväxt. Intressant att notera är att majoriteten av respondenterna har företagare inom sina familjer, inte minst bland sina föräldrar. Familj och vänner utgör enligt dessa respondenter både en finansiell och en social trygghet i form av att bistå med kapital och husrum efter företagarens behov; ”jag vet att jag alltid kan flytta hem” som en respondent uttryckte sig.

Flera respondenter har startat sina företag parallellt med en anställning. Många är även noga med att inte bedriva konkurrerande verksamhet till anställningen. En anställning möjliggör enligt respondenterna två saker. Dels har hen möjlighet att spara pengar för företagsstart och dels kan hen starta sin verksamhet samtidigt som tryggheten i en anställning finns kvar tills det att företagaren är övertygad om att företaget kan flyga.

### 3.2.3 Enkelt att hitta information

De flesta företagare menar att det är enkelt att hitta information om att starta företag. Det mesta finns tillgängligt via sökmotorer som Google, och då företagare anser sig som drivna upplever de det inte som svårt att söka efter information själva. Detta förutsätter dock att man vet vad man letar efter, vilket inte alla unga företagare kan förväntas känna till.

---

*”Om man ska vara företagare överhuvudtaget måste man lära sig att googla. Kan man inte googla ska man inte vara företagare.”*

---

Många respondenter har startat sina företag via verksamt.se. De tycker att hemsidan är ett bra hjälpmedel för nya företagare som sammanfattar den mest nödvändiga informationen på ett enkelt och tillgängligt sätt. Det har underlättat mycket för företagare att starta eftersom startprocessen är så mycket kortare. Dock skulle verksamt.se kunna förbättras ännu mer. Vissa efterlyser bredare information, checklistor och möjlighet att komma vidare till detaljerad information på andra hemsidor. En respondent menar att ”det var bara praktisk information om hur man startar, men

är man helt clueless finns där ingen fördjupning”. Verksam.se anses ha möjlighet bli den naturliga plattformen för alla typer av företagsärenden enligt respondenterna.

### 3.2.4 Få hjälp vid uppkomna problem

Respondenterna vittnar också om att det är relativt lätt att få hjälp som företagare vad gäller uppkomna problem, så länge man vet var man ska vända sig och vad man ska fråga efter. Många respondenter har fått stöd av både myndigheter och företagsfrämjande aktörer när hen har stött på problem. Särskilt Skatteverket framhålls som en hjälpsam myndighet som är ett bra verktyg för unga företagare. Skatteverket är välinformerade och serviceinriktade tycker många. Även Bolagsverket och Patent och Registreringsverket omnämns i positiva ordalag. Arbetsförmedlingens anses snarast som en problemskapare framför en problemlösare, vilket diskuteras närmare nedan under stycket hinder.

---

*”Mentorsprogram kan funka om man kopplar ihop olika entreprenörer. Men mentorerna kan inte vara anställda på myndigheterna. [Personer] som sitter på myndigheter är inte entreprenörer”*

---

Bland de företagsfrämjande aktörerna är det främst Nyföretagarcentrum och Almi som lyfts fram i de fall företagaren har stött på problem och behövt söka hjälp för att komma vidare i sitt företagande. Bland de företag som är mer inriktade på innovation upplevs inkubatorerna som stort stöd när företagaren behöver problemlösning. En majoritet av företagarna har mött både bra och dåliga rådgivare, mentorer och coacher från de olika aktörerna. Respondenterna anser att de får bäst hjälp från de personer som har bakgrund som företagare: ”det är bra att lära sig av andra företagare som har varit med om ens resa” menar en respondent.

Även om det är många som upplever det som relativt enkelt att få hjälp när det uppstår ett problem under företagandet är det intressant att de respondenter som drivit företag under en längre tid och de som startat flertalet företag lyfter att företagare i startskedet ofta är godtrogna och litar på att det är rätt hjälp som erbjuds. Flera respondenter beskriver det som en djungel och att hjälp och stöd från rådgivare, nätverk och konsulter i efterhand visat sig rent felaktiga.

#### Detta upplevs som relativt enkelt:

- Att starta företag. Företagarna med erfarenhet av flera företagsstarter vittnar om att det blivit mycket enklare genom till exempel verksamt.se.
- Att hitta information. Internet och de olika sökmotorerna används flitigt.
- Att ordna med kapital för att starta eller ombilda till aktiebolag.
- Att få hjälp, men utan att kunna bedöma om hjälpen är den korrekta.

### 3.3 VILKA HINDER UPPLIVER UNGA FÖRETAGARE?

#### 3.3.1 Pappersarbete avskräcker företagare

Det pappersarbete som är associerat med att starta och driva företag upplevs av många som onödigt och hindrande. Det är svårt att veta hur man ska genomföra all administration när man är ny och det finns en överhängande risk att det blir fel. Många upplever att det inte finns marginal att göra fel, utan att minsta lilla misstag leder till en utredning eller straffavgift. Detta skapar stress för företagarna och vårlar mycket oro. Många menar att kraven på unga och små företagare måste dimensioneras till företagets kapacitet och att det inte är rimlig att små företag har samma krav på sig som stora. Många efterlyser också att nya företag behöver subventionerad hjälp att hantera administration och bokföring i början, så att de kan lägga pengar och energi på att få igång företaget istället för att behöva lära sig all administration.

---

*”När det blev för mycket papper [...] så blev det till slut så att jag bara skickade tillbaka papperna tills de ringde och frågade mig vad det var som hände. Jag förklarade att jag inte förstod vad det var jag skulle skicka in, och till slut fick jag hjälp att fylla i dem. Annars kan man lägga hela dagarna på det”*

---

Det visar sig under fokusgrupperna och djupintervjuerna att pappersarbete och administration är ett problem för alla i alla företagsfaser. De respondenter som kan jämföra hur det är att starta företag idag, för fem år respektive 10 år sedan, menar visserligen att det har blivit lättare i start-fasen i och med verksamt.se men lyfter samtidigt att det blir extra tungt om företaget har eller haft anställda. Intressant att notera är att majoriteten av respondenterna har lagt ut bokföringen. De som har större företag har även lagt ut juridiska tjänster.

#### 3.3.2 Svårt att bygga upp nätverk

Personliga och professionella nätverk framhålls av majoriteten som en av de viktigaste framgångsfaktorerna för unga och nya företagare då nätverken bidrar med information och stöd. Bristen på nätverk framhålls som ett hinder för unga som vill starta företag. Åsikterna går isär gällandes hur man kan skapa bättre nätverk. Vissa tycker att de nätverksmöjligheter som redan finns genom Arbetsförmedlingen, kommuner, företagsorganisationer och i privata nätverk räcker för de som behöver utveckla nya nätverk, medan andra menar att det behövs större och tydligare plattformar för unga. En intressant infallsvinkel är att de flesta nätverksplattformar riktar sig mot specifika målgrupper – de är ofta organiserade kring speciella branscher eller kring univer-

sitet, inkubatorer och liknande organisationer. Detta leder till att vissa typer av företagare har bättre tillgång till nätverksmöjligheter än andra. Bäst nätverksmöjligheter finns inom de branscher som är verksamma inom universitets- och högskolemiljöerna medan andra branscher inte har lika tydliga plattformar för nätverk.

Nätverk är viktigt i alla faser men brisen på dem är mest påtaglig i uppstartsfasen när man behöver dem som mest. Nätverk utökas naturligt efter hand som företaget utvecklas men i början står man utan och har svårt att komma in i de befintliga nätverken.

### 3.3.3 Myndighetskrav är inte anpassade för företag

#### 3.3.3.1 Myndigheternas granskande roll är skrämmande

Myndigheter beskrivs ofta som ett problem även om åsikterna varierar gällande olika myndigheter. Ofta utpekas myndigheternas granskande funktion som problematisk för unga företagare. Det är svårt för små företagare att hitta all information om vad olika myndigheter kräver och eftersom myndigheterna i sig har en granskande roll vågar man inte söka stöd hos myndigheterna själva, med rädsla för att misstag skall exponeras. Ett annat problem identifieras i kommunikationsflödet mellan företagare och myndigheter, där det ofta ligger på företagarens bord att söka information för att undvika straff. Respondenterna efterlyser aktiv information från myndigheterna till företagarna med tydliga direktiv. När det gäller myndigheternas bemötande är det många som tycker det är jobbigt att man alltid får en ny handläggare varje gång man tar kontakt istället för att ha en kontaktperson som har inblick i företagets verksamhet och situation. En respondent beskrev det som en dåligt fungerande kundtjänst. Beslutsrätt för handläggare tycker respondenterna är bra, men det är fortfarande så att många handläggare inte har förståelse för företagarnas situation eller inte sitter på rätt information. Återkommande är även att företagare ofta känner sig förföljda av myndigheterna och att det inte finns rimliga marginaler för misstag.

#### 3.3.3.2 Byråkratiska krav är överväldigande för små företag

Det är en stor byråkratisk process att starta företag och många respondenter upplever att de byråkratiska kraven på små och nya företag inte är rimliga. Två exempel är arbetsmiljöregler och brandskyddsföreskrifter vilka vissa respondenter menar är orimliga för småföretagare att ta hänsyn till på samma sätt som större företag. Samtidigt upplevs byråkratin i stort som ett luftslott. Det är en bunt papper som ska fyllas i rätt men respondenterna tycker inte att det finns någon uppföljning – det enda som kontrolleras är formalia och inte hur den efterlevs. Att ta sig igenom byråkratin kostar både tid och pengar för företag, vilket leder till en relativ förlust för företaget.

Byråkratin kring uppstartsprocessen är ett hinder för att starta bolag menar vissa, särskilt om det krävs olika typer av licenser eller tillstånd. Detta hinder var speciellt tydligt för respondenter i branscher som restaurang, livsmedelproduktion, musik, konstruktion och tillverkning. I ansökningsprocessen för lån eller stöd ligger mer fokus på byråkratin än på bärkraften av den faktiska idén enligt flera. Detta gäller både privata och statliga aktörer.

I driva och utvecklingsfaserna ökar de byråkratiska kraven oproportionerligt i förhållande till storleken på verksamheten. Respondenterna menar på att alla krav som rör olika licenser, intyg, garantier och tillstånd är utformade efter de stora företagen. Med kraven kommer ofta stora kostnader som mindre företag inte kan bära.

### 3.3.3 Tjänstemän är inte företagare

Många företagare upplever tjänstemän på myndigheter och företagsfrämjande aktörer som hindrande. Tjänstemän sitter ofta på nyckelfunktioner, som rådgivare eller som administratörer för lån, bidrag eller annat stöd, men många saknar egentlig kunskap om företagande och förståelse för företagares situation för att kunna utföra sitt jobb på ett gynnsamt sätt för företagarna. Vissa belyser att det ofta handlar om tjänstemännens mandat snarare än kapacitet. Företagarna efterlyser större förståelse för deras situation i mötet med tjänstemän.

### 3.3.4 Social trygghet är obefintlig

Att företagare inte omfattas av samma sociala skyddsnät som anställda är ett hinder för många. Det innebär en ökad risk som många tror kan ha en avskräckande effekt. Detta har särskilt framhållits av de som driver företag vid sidan om en anställning. Den sociala säkerhet som finns tillgänglig för företagare är svårtillgänglig eftersom det ofta kräver att man har personligt kapital, att man har gått igenom en lång byråkratiskt och administrativ process eller att man lägger ner sitt företag för att få tillgång till stöd. Avsaknaden av social trygghet är problematisk i alla faser men speciellt i startfasen när man redan är ekonomiskt utsatt i och med att man sannolikt har låg inkomst.

### 3.3.5 Svårigheter med olika bolagsformer

De flesta av respondenterna anser att aktiebolag är en bättre bolagsform som ger mer och bättre skydd för företagaren som individ. Det är tryggt att ha företaget skilt från privatpersonen. Vissa menar också att det finns ett högre marknadsföringsvärde i aktiebolagsformen när du arbetar mot kunder. En nackdel med aktiebolagsformen, vilket lyfts under intervjuerna, är det bristande skyddet eller omöjligheten att få sjukpenning-grundande inkomst (SGI) med ett nystartat aktiebolag då bedömningsgrunderna inte är de samma som för de med enskild firma. Medan SGI för en företagare i ett aktiebolag baseras på aktuell lön så är SGI för företagare med enskild firma baserad på den taxerade medelinkomsten från inkomst av tjänst de senaste tre åren. Detta leder till en släpeffekt där SGI för företagare med enskilda firmor baseras på en inaktuell inkomstnivå vilket i sin tur leder till ersättning från Försäkringskassan som inte är proportionell i förhållande till realinkomst.

De företagare som inte har familj och vänner runt sig vid företagsstart menar att de har haft svårt att klara uppstartkostnaderna i början och anser att de 50 000 kronor som krävs för att starta aktiebolag är hämmande och att de offentliga skulle stimulera fler till att starta företag om man sänkte kostnaden.

Kostnaden för att starta och driva bolag varierar med vilken typ av bolag det är och inom vilken bransch bolaget verkar. Bolag med relativt låga initiala kostnader upplever inte utgiften som ett problem utan snarare att det tar så långt tid innan det är möjligt att plocka ut en marknadsmässig lön, medan bolag med stor startkostnad har svårt att få finansiering för att ens starta.

### 3.3.6 Svårt och dyrt att anställa

Många respondenter ger uttryck för att det är svårt och dyrt att anställa personal i Sverige. Detta framhålls både av unga företagare som har anställda och unga företagare som vill anställa i framtiden. Den upplevda problematiken kring anställning är avskräckande och ett stort hinder för företagens utveckling och tillväxt uppger respondenter från alla branscher. Framförallt tycker respondenterna att det är för dyrt att anställa personal. Arbetsgivaravgiften upplevs som ett betydande hinder för expansion, det är svårt att uppnå de ekonomiska marginaler som krävs för att anställa trots att företagets behov av mer personal är påtagligt. Samtidigt är anställning förknippat med tung administration och ett ökat ansvar för företagaren, vilket får en avskräckande effekt. Att anställa innebär en stor risk för företagarna, speciellt då unga företagare inte är vana vid rekrytering också löper betydande risk att rekrytera fel. Ett sådant misstag kan bli ödestiget eftersom anställningsskyddet är starkt. Det är vanligt att företagen istället tar in personal som underkonsulter som ett alternativ till anställning eftersom detta innebär mindre administration, mindre ansvar, lägre kostnad och större flexibilitet.

De unga företagarna efterlyser förenklade regler kring anställning samt att det måste bli billigare för små och nya företag att anställa. En stor majoritet av respondenterna är negativt inställda till arbetsgivaravgiften som de anser vara en dubbel taxering på en transaktion, då den anställda fortfarande betalar inkomstskatt. Många tycker också att lagen om anställningsskydd är för rigid. Överlag anser respondenterna att regler och lagar som rör anställning till fullo är anpassade efter arbetstagaren och inte arbetsgivaren.

#### Hinder för unga företagare:

- Administration utgör ett hinder för unga företagare att driva företag. Respondenterna anser att nya företagare måste förstå att bördorna med administration, bokföring, regelefterlevnad är ett hot mot ett företags möjlighet till fortlevnad.
- De företag som tar sig vidare trots de administrativa hindren året efter start anser att de administrativa bördorna ökar oproportionellt mycket i förhållande till tillväxtpöjligheter genom att anställa.
- Oavsett fas upplever företagarna det som orimligt att små behöver leva efter samma regelverk som stora företag.
- Regler för sjukersättning upplevs som hinder för att anställa
- Arbetsgivaravgifterna stimulerar inte företag att växa.



## 3.4 VAD BEHÖVER UNGA FÖRETAGARE?

### 3.4.1 Mindre pappersarbete

Då administration utpekade som ett stort hinder efterfrågas hjälp för små och nya företag att kunna ta sig igenom den administrativa djungeln. Detta kan vara i form av konsultcheckar eller i form av rådgivning. Många tror att det hade underlättat för unga att starta företag om man fått hjälp av det offentliga med att fylla i all dokumentation under ett personligt möte där man kan ställa frågor löpande.

Ett konkret anspråk från de respondenter som varit i kontakt med företagsfrämjande aktörer är att ge samtliga nya företag konsultcheckar som företaget disponerar efter lämpliga behov. Till skillnad från direkt stöd ger detta företagen möjlighet att själva definiera sina mest akuta behov samtidigt som det stimulerar marknaden genom att företagen tar in den hjälp de anser passa bäst. Det som talar emot att företagen ska disponera detta själva är att de respondenter som kommit en bit på väg och skaffat sig erfarenhet anser att nya företag inte har tillräcklig kunskap om vad de behöver. Att minska på myndighetskraven och att göra undantag i regelverket för små och nya företag lyfts fram som en lämplig åtgärd för att underlätta för företagare.

### 3.4.2 Förenklade förutsättningar för anställning

Många företagare tycker att perioden då man anställer sin första person är den svåraste perioden för ett företag. Då är företaget ofta i ett läge där det har tillräckligt mycket arbete för att kräva två men fortfarande en låg ekonomisk bärkraft. Respondenterna upplever att balansgången mellan intäkter och utgifter är svår när man ökar personalstyrkan i och med att utgifterna i vissa fall dubblas under en längre tid innan kassaflödet stabiliseras. Extra stöd och lättnader under den första eller de första anställningarna efterfrågas. Majoriteten av respondenterna anser att risken är för hög och att det behöver bli billigare och mindre tidskrävande att anställa. Flera anser även att möjligheten att säga upp personal måste göras lättare. Det offentliga bör även arbeta för att förändra sjuklönesystemet.

---

*”Man ökar ju sin kostnad med mer än 100% när man anställer sin första. Självtar man bara ut precis så det räcker till hyran men då ska man dela ut en full lön som de kan leva på.”*

---

I vissa branscher, till exempel kultur och hantverk, har det blivit praxis att hyra in behövda tjänster genom underkonsulter istället för att anställa eftersom anställning anses för riskfyllt. En respondent i filmbranschen berättar att hen råder medarbetare att starta enskild firmor istället för att anställa dem, trots att behovet finns, eftersom en anställnings skulle innebära en så stor risk för företaget.

### 3.4.3 Minska skattetrycket på nyföretagare

Då små och nya företag fungerar annorlunda än stora företag bör de inte lyda under samma strikta skatteregler, anser många. Arbetsgivaravgifterna bör tas bort för företag som anställer under de första åren. Respondenterna menar att små och nya företag bör mötas av skattelättnader under en begränsad tidsperiod, framförallt under det första verksamhetsåret då det upplevs som väldigt lätt att hamna i skatteskuld eftersom utgifterna är så stora i början i förhållande till intäkterna. Momsregler anses krångliga, särskilt för de som behöver ta

hänsyn till olika moms-satser. Här sticker företagare som är kulturskapare eller arbetar med kunder inom de kulturella och kreativa näringarna ut med särskilt krångliga momsregler.

### 3.4.4 Bredare stöd som riktas mot att driva och utveckla

De flesta företagare vittnar om att det är enkelt att starta ett bolag men svårt att driva det och hålla det flytande. De former av företagsstöd som finns idag är i stor utsträckning inriktat på uppstartsfasen men respondenterna efterlyser bredare stöd som är mer inriktat på driva fasen, där de flesta problem uppstår. En förutsättning för stöd i startskedet borde också vara att det sträcker sig över en längre tidsperiod, då sex månader är väldigt lite tid för att kunna börja ta ut vinst ur ett bolag. Respondenterna anser att företagarna bör stimuleras till att driva genom olika typer av subventioner samt premieras för god framdrift av företaget. ”Tänk om du kunde vinna ett pris för att du drivit ditt företag i två år” var önskan hos en respondent.

Vissa respondenter har fått starta-eget-bidrag när de har startat sina bolag. Nästan alla respondenter håller med om att man behöver ekonomiskt stöd i uppstartsfasen eftersom det i princip är omöjligt att ta ut lön direkt i ett nytt företag. Däremot tycker de flesta att starta-eget-bidraget så som det är uppbyggt idag är dåligt. Detta är framförallt för att man, enligt företagarna, måste vara arbetslös för att kunna få hjälp att starta eget, vilket sänder fel signaler till företagare att starta eget skulle vara en sista utväg och att entreprenörskap är en arbetsmarknadspolitisk åtgärd. Dessutom är bidraget för kort, sex månader räcker inte för att få igång ett företag. Detta ställer till med problem när bidragsperioden är över då man antingen måste välja att gå tillbaka till

---

*”Bra investerare investerar i personerna och inte i idén. Där har det varit ett problem i innovationssystemen där man ska hitta en unik idé. Det är inte alltid det som genererar affärer.”*

---

a-kassa och lägga ner bolaget eller fortsätta med bolaget och då förlora sin enda inkomst. För det tredje motsätter sig vissa att man under bidragsperioden räknas som arbetslös och får fler arbetslöshetsdagar. Många framhåller också att alla som vill starta eget möter samma hinder och att de är fel att de som är arbetslösa får mer hjälp med företagsetablering än andra. ”Att ta steget från en fast anställning till att köra sitt eget race är stort för att man fortfarande sitter på ränta, hyra och andra kostnader. Man kan inte bara hoppas av. Man behöver dessutom kunna komma ut och börja träffa kunder och så vidare. Alla borde bli behandlade på samma sätt, man ska inte främja vissa speciella grupper.” anser en respondent.

Många respondenter som bedriver verksamhet utanför de universitets- och högskolenära miljöerna, till exempel inom handel, anser att det finns ett stort behov av finansiellt stöd och att det i många fall är komplicerat att komma åt det begränsade stöd som finns tillgängligt idag då det ofta är kopplat till innovation. Ett konkret förslag är att när ett nystartat företag kan visa upp att de fått ett kontrakt med en kund så ska det offentliga gå in med motsvarande belopp i bidrag eller stöd för att få igång produktion och stimulera till anställning.

### **3.4.5 Mentorskap för unga företagare**

Då många hinder är kopplade till kunskapsbrist föreslår respondenter att ett institutionaliserat mentorskap med en erfaren företagare skulle gynna unga företagare. Denna mentor skall vara behjälplig som rådgivare och vägvisare. Många har redan hittat egna mentorer men efterlyser en organisation som skapar möjlighet att hitta mentorer. Det framhålls ofta att mentorerna måste bedriva eller ha bedrivit verksamhet själva samt helst inom samma bransch som den mentorsökande för att kunna sätta sig in i och förstå företagarens vardag. En lämplig mentor ska alltså ha gjort "samma resa" i sitt företagande som den som unga företagare genomgår.

### **3.4.6 Plattformer för nätverk**

Nästan samtliga grupper beskriver välutvecklade nätverk som en förutsättning för eget företagande och många framhåller att det saknas offentliga plattformar för nätverkande. I den privata sfären finns detta men är ofta kostsamt. Exempelvis omnämns affärsnätverk, som till exempel BNI (Business Network International), av flera respondenter som mycket dyrt. Samtidigt framhåller vissa att man måste bygga sina nätverk själv och att de inte skulle vara intresserade i att delta i offentliga nätverk då företagarna upplever att det inte går att vara öppen i dessa nätverk på grund av rädsla för att granskas. Fler plattformar för nätverkande efterfrågas av företagare som verkar inom det som anses som traditionella branscher och som har företagandet som ett reellt alternativ till anställning för att tjäna sitt uppehälle. Till denna grupp hör exempelvis hantverkare.

### **3.4.7 Förenklad och tydlig information**

Det måste vara lättare för unga och små företagare att hitta och komma åt information om regler, finansieringsmöjligheter och företagande i stort. Även om mentorskap och nätverk berör kategorin information efterlyser många respondenter bättre direktinformation till företagare via webplattformar, personlig kontakt och besökskontor. Framförallt efterfrågar respondenterna samlad information från relevanta aktörer istället för specifik information från en mängd olika aktörer. Som nämnts beskrivs verksam.se som en bra informationskälla men många efterlyser väldigt enkla checklistor för nya företag som gör processen lätt och överskådlig. Vissa menar att det hade behövts en fysisk plats där alla myndigheter som har med företagande att göra finns representerade så att man kan gå dit och få tillgång till all information samtidigt.

### 3.4.8 Socialt skyddsnät för företagare

Många respondenter belyser att man som egen företagare inte har samma sociala skyddsnät som anställda. Samhället är uppbyggt för att vara anställd, menar många. Detta är speciellt sant vid sjukdom eller frånvaro från jobbet. Som företagare är det en enorm pappersexercis att få stöd från Försäkringskassan. Samtidigt är företagarna ansvariga för att se till att deras anställda har de skyddsnät som behövs. Vissa föräldrar belyser problemen kring föräldraledighet och föräldrapenning vilket är komplicerat då företagare ofta inte tar ut en marknadsmässig lön utan behåller pengarna i bolaget. Detta är framförallt något som framhävs av föräldrar som driver aktiebolag. Företagarna efterlyser förbättrade sociala skyddsnät för företagare så att de kan ha frånvaro på samma villkor som anställda och inte behöver göra avkall på företaget för att ha råd att vara sjuka. En respondent menar att man borde ”skapa en miljö där man inte behöver sätta sig i ett självvalt utanförskap när man blir företagare, [...] en trygg plattform för att kunna driva och förvalta ett företag”.

#### Detta behöver unga företagare:

- Förenklad administration och mindre pappersarbete.
- Förenklade förutsättningar för anställning.
- Stöd under driva-fasen snarare än starta-fasen.
- Plattformer för nätverk.
- Enkel och direkt information.
- Ett socialt skyddsnät som möjliggör det risktagande som företagande innebär.
- Mentorser som är välinsatta i företagande och kan ge konkreta tips.

## 4. Diskussion

### 4.1 OLIKA TYPER AV HINDER

I ljuset av studiens resultat går det tydligt utskilja två olika typer av hinder som företagare möter. Unga företagare ställs inför konkreta hinder såsom administrativa bördor, krånglig byråkrati och ogynnsamma lagar och regler. Dessa hinder är gripbara och påtagliga i företagares vardag, och kan mätas i den kostnad de innebär för företagare i tid och pengar. Därtill ställs unga företagare även inför strukturella hinder och utmaningar som inte är kvantifierbara eller mätbara på samma sätt. Dessa hinder är inte lika uppenbara men är likväl problematiska. Ett strukturellt hinder som unga företagare upplever är, till exempel, den negativa syn av företagare som finns hos vissa myndigheter och allmänheten i stort eller den bristande sociala trygghet många respondenter vittnar om. Även om strukturella hinder ofta går hand i hand med konkreta utmaningar – bristande social trygghet är till exempel intimt förknippat med reglerna hos Försäkringskassan – antyder de att det finns djupgående utmaningar att ta sig an som kräver en översyn av lagar och regelverk, förenklingsarbete samt ett långsiktigt arbete inriktat på attityd- och kulturförändringar gentemot företagare.

### 4.2 FÖRETAGS UTVECKLING ÄR INTE EN LINJÄR PROCESS

I denna studie används de olika faserna fundera-, starta-, driva- och utveckla, och i intervjuerna har diskussionen delvis styrts av uppdelningen mellan dessa faser. Studiens resultat präglas givetvis av denna uppdelning.

I företagarnas verklighet är företagandet en organisk process som inte går att dela upp i olika faser. Studiens respondenter bekräftar att endast vissa behov och hinder går att tillskrivas en specifik fas. Istället uppkommer hinder och behov dynamiskt i relation till företagets individuella utveckling och är oftast bestående i företagets vardag men i varierande grad. Administration är exempelvis mest uttalat som ett problem i start-fasen



Figur 2 Behovstrappa för unga företagare

men är ett faktiskt hinder som genomsyrar alla företagandets faser och upplevs som störst av de företagare som prövat att växa genom att anställa personal.

Även om resultaten presenterats och diskuterats utifrån denna fas-baserade uppdelning har resultaten belyst att företagsprocessen inte är linjär vilket är viktigt att ha i åtanke i vidare diskussioner om hur det offentliga kan stötta företag.

### 4.3 SKILJER SIG UNGA FÖRETAGARES FÖRUTSÄTTNINGAR ÅT?

Unga företagare kan precis som befolkningen i övrigt antas vara en heterogen grupp med olika föreställningar och upplevelser. Oxford Research har sökt fånga unga företagare med så bred bakgrund som möjligt, men kan med det kring hundralet respondenter inte förväntas nå den kritiska massa av företagare som skulle krävas för total representativitet. Analysen av intervjumaterialet pekar mot få och relativt begränsade skillna-

der i svarsmonster beroende på faktorer som ålder, kön eller i vilken del av landet företagaren bedriver sin verksamhet. Likaledes överensstämmer de behov, hinder och framgångsfaktorer som identifieras av unga företagare till stor del med äldre företagarers.

#### 4.3.1 Små skillnader beroende på bransch, kön och regional hemvist

Fokusgrupperna har genomförts i de fem städerna Göteborg, Jönköping, Malmö, Stockholm samt Umeå, och djupintervjuerna har haft motsvarande spridning. Majoriteten av respondenterna har varit inflyttade till den ort där de idag bedriver sin verksamhet. Även om diskussionerna i fokusgrupperna naturligtvis sett olika ut har de behov och hinder som presenterats i föregående kapitel nämnts av respondenter i samtliga städer, vilket tyder på att det inte finns några större geografiska skillnader i företagarers uppfattningar.

De behov och hinder som presenterats i föregående kapitel gäller också för företagare inom samtliga branscher. Samtidigt skiljer några branscher sig när det gäller vissa specifika hinder. Unga företagare inom mer kapitalintensiva branscher med stort beroende av maskiner eller teknikutveckling upplever tillgången till kapital och finansiellt stöd som mer begränsande än unga företagare inom kreativa branscher. Företagarna i kulturella och kreativa branscher upplever administrationen och komplicerade momsregler för kulturverksamhet som ett större hinder. Därtill betonar de företagare som driver sina företag som deltidssysselsättning att social säkerhet är ett större hinder mot företagande än administrativa eller monetära behov.

Inom ingendera av dessa grupper kan några skillnader mellan kvinnor och män skönjas. När det gäller fördelningen mellan kvinnor och män i studien ligger den relativt nära fördelningen mellan kvinnor och män mellan hos unga företagare – 27 procent kvinnor och 73 procent män i studien jämfört med 33 procent kvinnor och 67 procent män<sup>1</sup> bland unga företagare som helhet. En anledning till att skillnaderna i svar är så små mellan kvinnor och män skulle kunna vara att företagarna tillfrågats om sina egna erfarenheter och upplevelser. Eftersom upplevelserna av förutsättningar och bemötande är beroende av förväntningar kan det inte uteslutas att kvinnor och män som driver företag står inför olika förutsättningar och bemötanden även om så inte framkommer i intervjuerna. Kvinnor och män upplever sig stå inför samma hinder och behov eftersom de inte kan relatera till hur det motsatta könet bemöts. Studiens resultat ligger i linje med aktuell forskning på området, då t.ex. Cecilia Dahlborg vid Mittuniversitetet konstaterar att det inte finns några skillnader mellan kvinnors och mäns passion eller självförtroende när det gäller företagande men att företagande kvinnor inte uppfattas som potentiella tillväxtföretag och därför endast mottar en bråkdel av det totala företagsstödet.<sup>2</sup>

#### 4.3.2 Få men tydliga skillnader mellan unga och (lite) äldre företagare

En majoritet av de företagare som har rekryterats till fokusgrupperna har befunnit sig i den äldre delen av åldersgruppen unga företagare. Flera av företagarna i fokusgrupperna har kommenterat åldersfördelningen i grupperna med att de tror att åldersfördelningen stämmer överens med fördelningen bland unga företagare.

<sup>1</sup> Tillväxtverket (2012) Unga företagare: Företagarers villkor och verklighet.

<sup>2</sup> Dahlborg, Cecilia (2014) Gamla villfarelser och nya verkligheter?: En studie om föreställningar och förutsättningar för entreprenörskap. Doktorsavhandling, Mittuniversitetet.

#### 4.3.2.1 Skillnader mellan yngre och äldre deltagare i fokusgrupperna

Inriktningen på svaren, det vill säga de upplevelser som återges, skiljer sig inte nämnvärt mellan de olika åldersgrupperna. Bland de företagare som har deltagit i studien har en klar majoritet startat sitt nuvarande eller första företag i åldern 20-25 år. Även de äldre företagarna i sammanhanget har därmed drivit företag sedan de var relativt unga.

Det finns en viss skillnad i svar mellan de (lite) äldre och de yngre företagarna. De yngre företagarna har klart svårare att identifiera och jämföra behov och hinder än de äldre företagarna, vilket vi uppfattar beror på att de något äldre företagarna har tillräcklig kunskap och erfarenhet av företagande och kontakt med myndigheter att de kunnat identifiera problem. De yngre företagarna, under 25 år, kan exempelvis sällan besvara frågor om att driva företag under längre tid eller att utveckla företag, eftersom de ännu inte hunnit driva sitt företag länge nog. De yngre företagarna har i högre grad än de äldre företagarna responderat på eller bekräftat kommentarer från äldre deltagare.

#### 4.3.2.2 Identifierade skillnader mellan unga och äldre företagare

Överlag uppfattar de unga företagare som deltagit i fokusgrupperna att de har samma behov och möter samma hinder som företagare i Sverige som helhet, exempelvis hinder kopplade till bokföring, skatter, tung pappersexercis, bemötande av myndigheter, kostnader för anställningar och socialt skyddsnät. Däremot påpekar flera av deltagarna att det finns framförallt en stor skillnad mellan unga och äldre företagare, nämligen tillgången till personliga nätverk. Medan äldre företagare kan förväntas ha byggt upp relevanta nätverk, antingen genom sitt företagande eller som anställd, har de unga företagarna inte hunnit bygga upp något nätverk. De tror att de nätverk som kommer naturligt för äldre företagare kan hjälpa till med såväl affärsmässiga kund- och konkurrentkontakter som med att dämpa och minska administrativa hinder.

## 5. Slutsatser

Tillväxtverkets övergripande fråga handlar om vad det offentliga kan göra för att stötta unga företagare i de olika tillväxtfaserna. Oxford Research anser att de slutsatser som kan dras är av två olika karaktärer. Administrativa samt strukturella. Tillväxtverket kan således ta med sig vissa slutsatser i sitt interna arbete och fundera över vilka delar eller stöd som Tillväxtverket själva kan påverka och utforma. Andra slutsatser kan förslagsvis omvandlas till en handling som kan spridas till de beslutsfattare som i kraft av sin position kan förändra eller påverka de strukturella problemen som lyfts i denna rapport.

Studiens viktigaste och övergripande slutsats är att det offentliga måste fortsätta det pågående arbetet med att underlätta för företagare. Framför allt underlätta att driva företag. De unga företagarna uppvisar få skillnader beträffande hinder och behov vid jämförelser med studier av företagare i andra åldersgrupper. Inte heller finns några påtagliga skillnader relaterat till kön eller geografisk tillhörighet. De flesta hinder och behov spänner över alla branscher. Det som utmärker unga företagare tydligast är deras behov av nätverk.

Respondenterna i studien har fått ge sin syn på vilka hinder och behov som är kopplade till att fundera, starta, driva och utveckla företag. Åtgärderna för att överkomma dessa hinder och möta behoven är av både administrativ och strukturell natur. Utifrån studien kan slutsatsen dras att det offentliga har kommit på god väg för att underlätta vid företagsstart, men att fokus bör vändas mot att förenkla att driva och utveckla företagandet.



## Om programmet Ungas innovationskraft

Ungas Innovationskraft är ett delat uppdrag mellan de två myndigheterna Tillväxtverket och Verket för innovationssystem (VINNOVA). Syftet med Ungas Innovationskraft är att möjliggöra att fler unga förverkligar sina idéer samt tillvarata ungas perspektiv för ökad innovationskraft i Sverige.

2010 gav regeringen Tillväxtverket och VINNOVA i uppdrag att genomföra ett treårigt program för att främja ungas innovationskraft. Programmet ska stimulera innovationskraften hos unga (18-30 år) och bidra till att fler unga utvecklar och kommersialiserar sina idéer. Resultatet blev programmet Ungas Innovationskraft.

2013 valde regeringen att förlänga programmet i ytterligare två år. Programmet lämnar slutrapporten till regeringen i mars 2015.

