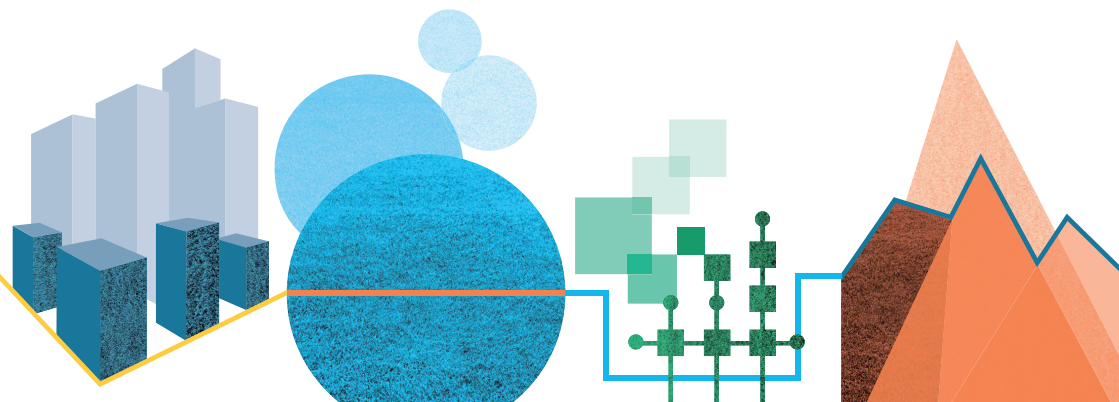


Mångfald i näringslivet

Företagens villkor och verklighet 2014



Mångfald i näringslivet

Företagens villkor och verklighet 2014

© Tillväxtverket
Produktion: Ordförandet
Stockholm, februari 2015
ISBN 978-91-87903-15-1
Info 0594

Har du frågor om denna publikation, kontakta:
Isaac Karlsson eller Jonnie Nordensky
Telefon 08-681 91 00

Har du frågor om undersökningen
***Företagens villkor och verklighet 2014*, kontakta:**
Jonnie Nordensky eller Jan Persson
Telefon: 08-681 91 00

Sammanfattning

En majoritet av småföretagen i Sverige drivs av män, varav de flesta är över 30 år och har svensk bakgrund. Resultaten från *Företagens villkor och verklighet 2014* visar dock att företag som leds av kvinnor, unga och personer med utländsk bakgrund har en stor potential. Dessa företagare har till exempel högre tillväxtvilja än vad andra företagare har.

Många av de hinder dessa företagargrupper upplever är av liknande karaktär. Bristande tillgång till kapital i olika skeden av företagandet är ett exempel på detta.

Samtidigt finns också skillnader mellan företag som drivs av kvinnor, personer med utländsk bakgrund och unga. Bland annat fokuserar företagargrupperna delvis på olika marknader. En annan skillnad är att kvinnor, personer med utländsk bakgrund och unga har olika syn på hur de vill att deras företag ska växa.

Ett viktigt perspektiv när man tittar på resultaten från undersökningen utifrån vem som är företagsledare, är att dessa påverkas av bakomliggande faktorer som företagets storlek och bransch. Därför bör man vara försiktig med att dra allt för långtgående slutsatser baserat på skillnaderna mellan företagsledarnas kön, bakgrund och ålder.

Vanligare att företag som leds av kvinnor vill växa genom att öka omsättningen

Resultaten visar att företag som leds av kvinnor har något högre tillväxtvilja än företag som leds av män. Framförallt är det en högre andel företag som leds av kvinnor som vill växa genom att endast öka omsättningen. Det är däremot endast små skillnader mellan kvinnor och män när det gäller andel som vill växa genom att öka antalet anställda. Kvinnor som är företagsledare tror i högre utsträckning än män på ökad omsättning och lönsamhet de kommande tre åren.

Företag som leds av kvinnor ser generellt sett inte brist på lån och krediter som ett större hinder för företagens tillväxt. Däremot upplever de just brist på finansiering som ett större hinder än vad män gör vid exempelvis utveckling av nya produkter.

Kvinnor driver oftare än män företag som i huvudsak agerar på den lokala marknaden. Andelen företag som bedriver export eller import är dessutom högre bland företag som drivs av män.

Svårare att låna pengar för företagare med utländsk bakgrund

Brist på finansiering och resurser är ett stort tillväxthinder för företagare med utländsk bakgrund. Denna företagargrupp får i högre utsträckning dessutom avslag på sina låne- och kreditansökningar än övriga företagargrupper.

Företagare med utländsk bakgrund vill i högre utsträckning än företagare med svensk bakgrund att deras företag ska växa. Framför allt är det fler i denna grupp som vill växa genom att anställa. Företagare med utländsk bakgrund tror även i högre utsträckning än företagare med svensk bakgrund på ökad omsättning, lönsamhet och antal anställda på tre års sikt. Störst är skillnaden när det gäller antal anställda.

Fler företag som leds av unga personer är innovativa

Företag som leds av unga har under de senaste tre åren utvecklat nya varor och tjänster i högre utsträckning än företag som leds av äldre personer. I huvudsak är det nya tjänster som utvecklats.

Tillväxtviljan är också högre i företag som leds av unga jämfört med företag som leds av äldre, särskilt när det gäller att växa genom att anställa. De unga företagarna tror dessutom i högre utsträckning på ökad omsättning, lönsamhet och antal anställda de kommande tre åren.

Unga företagare ser genomgående mindre hinder för internationalisering än äldre företagare. Däremot är det fortfarande en relativt låg andel bland företag som leds av unga är verksamma på marknader utanför Sverige.

Innehåll

Inledning	7
Undersökningen Företagens villkor och verklighet 2014	8
Resultat fördelade på kön, bakgrund och ålder	9
Företagens storlek och bransch	10
Företagandet bland kvinnor, personer med utländsk bakgrund och unga ökar	10
Kvinnor driver i högre utsträckning soloföretag.....	11
Stora branschskillnader när det gäller vem som leder företagen	11
Tillväxtvilja och framtidstro	13
Unga och personer med utländsk bakgrund vill anställa.....	13
Stark framtidstro bland unga företagsledare.....	14
Samma åtgärder ses som viktiga för att kunna växa.....	14
Innovation	16
Majoriteten av företagen utvecklar nya varor eller tjänster.....	16
Idéer till nya varor och tjänster genereras ofta inom företagen	17
Brist på finansiering och resurser största hindret för innovation	18
Företagens marknader	19
Få företag fokuserar på exportmarknader	19
Färre företag som drivs av kvinnor och unga bedriver internationell handel.....	20
Brist på resurser och kostnader största hindren för internationalisering	21
Hinder för tillväxt	23
Företagare med utländsk bakgrund upplever störst hinder	23
Konkurrens är företagets största tillväxthinder.....	24
Vart fjärde företag upplever tillgång till lämplig arbetskraft som ett stort hinder.....	24
Företagsledare med utländsk bakgrund upplever lagar och regler som ett större hinder.....	25
Företagare med utländsk bakgrund ser tillgång till lån och krediter som ett större hinder.....	26

Inledning

Regeringens nationella strategi för regional tillväxt och attraktionskraft slår fast att inkluderande tillväxt är en förutsättning för fortsatt stabil samhällsutveckling och hållbar tillväxt där hela befolkningens kompetens, entreprenörskap och erfarenheter tas till vara. Ur ett näringslivsperspektiv pekar strategin på behovet av att jobba brett för att involvera olika grupper¹ och typer av företag för att möjliggöra innovation och värdeskapande.

I den nationella strategin för ett företagsfrämjande på lika villkor, som Tillväxtverket tagit fram på regeringens uppdrag, betonas vikten av att företagarens kön, ålder och bakgrund inte ska spela någon roll för bemötande och bedömning i samband med rådgivning, finansiering med mera från statliga finansierade aktörer.

Majoriteten av småföretagen i Sverige leds av män varav de flesta är över 30 år och har svensk bakgrund. Det finns ett behov av att göra företagandet relevant som sysselsättning för bredare grupper av individer som kan bidra till att utveckla företag och branscher genom att förverkliga affärsidéer utifrån sina olika erfarenheter.

Tillväxtverket arbetar sedan en längre tid tillbaka med insatser som specifikt riktar sig till målgrupperna kvinnor, personer med utländsk bakgrund och unga. Det finns en mängd liknande utmaningar för att dessa grupper ska kunna starta och driva företag på lika villkor.

Många av de utmaningar som målgrupperna upplever är liknande. Bristande kunskap hos företagsfrämjande aktörer om dessa företagares förutsättningar är ett exempel på en sådan utmaning. Det finns därmed goda möjligheter att hitta synergier i arbetet för att främja företagande bland

¹ Strategin nämner explicit kön, ålder och utländsk bakgrund. Se: En nationell strategi för regional tillväxt och attraktionskraft 2014-2020 (N2014/2502/RT)

dessa grupper, och i förlängningen få ett företagande på lika villkor oavsett kön, bakgrund och ålder.

Undersökningen Företagens villkor och verklighet 2014

Tillväxtverket genomför regelbundet undersökningen *Företagens villkor och verklighet*, som riktar sig till svenska små och medelstora företag. Med 16 000 deltagande företag är det en av Sveriges största undersökningar av företag. Baserat på denna undersöknings resultat presenterade Tillväxtverket under hösten 2014 rapporten *Förutsättningar för konkurrenskraftiga företag*. Denna rapport utgår från följande fyra övergripande områden som är viktiga förutsättningar för ett konkurrenskraftigt näringsliv, både på kort och lång sikt:

- Företagens tillväxtvilja
- Innovation
- Företagens marknader
- Hinder för företagets tillväxt

En viktig slutsats från rapporten är att företagets storlek, bransch och regionala miljö till stor del påverkar företagets syn på de områden som rapporten belyser. Exempelvis ser vi att ju större företagen är desto större andel är det som vill växa. Likaså skiljer sig sättet på vilket företagen i olika storlek och bransch uppper att de vill växa. Även gällande innovation, företagets marknader och hinder för företagets

NÅGRA FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

- Drygt 31 000 små och medelstora företag har kontaktats.
- Cirka 16 000 företag har besvarat enkäten.
- Svarfrekvensen är 52 procent.
- Undersökningens resultat är representativa för cirka 350 000 företag.
- Enkätundersökningen genomfördes under perioden november 2013 till mars 2014.
- Urvalet är stratifierat på bland annat företagsstorlek, bransch och region.
- Undersökningen består av cirka 40 frågor med ett antal fördjupningar.
- Undersökningen Företagens villkor och verklighet har tidigare genomförts 2002, 2005, 2008 och 2011.

tillväxt finns stora skillnader mellan olika branscher och företagsstorlekar.

Resultat fördelade på kön, bakgrund och ålder

Den här publikationen är en fördjupning av rapporten *Förutsättningar för konkurrenskraftiga företag* och fokuserar på samma fyra områden men tar istället sin utgångspunkt i vem som leder företaget. Av praktiska skäl håller vi oss till att undersöka kön, bakgrund och ålder var för sig, men självklart överlappar dessa indelningar varandra vilket är viktigt att tänka på när man tolkar resultaten. Samtliga resultat i denna publikation baseras på småföretag med 0–49 anställda.

VEM RÄKNAS SOM UNG?

Personer som är upp till och med 30 år gamla räknas till gruppen unga i undersökningen.

VEM RÄKNAS TILL GRUPPEN MED UTLÄNSK BAKGRUND?

Personer som är födda utomlands eller som är födda i Sverige med båda föräldrar födda utomlands räknas till gruppen personer med utländsk bakgrund.²

Denna publikation är en del i arbetet att sprida kunskap om de utmaningar och den potential som företagare från dessa grupper upplever. Publikationen riktar sig i huvudsak till personer inom det offentliga och privata främjandesystemet men förhoppningen är att innehållet ska vara enkelt att ta till sig för alla som är intresserade av småföretagande.

² I denna publikation använder vi oss av Statistiska centralbyråns definition av personer med utländsk bakgrund.

Företagens storlek och bransch

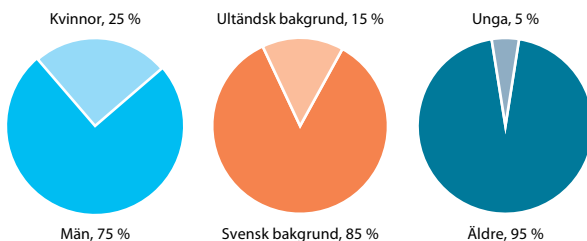
I detta avsnitt redovisas hur företagsledningarnas kön, bakgrund och ålder varierar mellan olika företagsstorlekar och branscher. Företagens storlek och bransch är många gånger en viktig förklaring till hur företagen ser på sina villkor och möjlighet att växa.

Företagandet bland kvinnor, personer med utländsk bakgrund och unga ökar

En fjärdedel av företagen har en företagsledare som är kvinna (se figur 1). Ungefär 15 procent av företagen med 0–49 anställda leds av personer med utländsk bakgrund, och cirka fem procent av unga personer.

Trots att resultaten visar att de allra flesta företagen leds av män, personer med svensk bakgrund och äldre, har det jämfört med tidigare undersökningar blivit vanligare att företag drivs av kvinnor, personer med utländsk bakgrund och unga. Sedan motsvarande undersökning gjordes år 2011, har dessa gruppers andel av företagen ökat med några procentenheter.

FIGUR 1 Andel företag, uppdelat på kön, bakgrund och ålder



Kvinnor driver i högre utsträckning soloföretag

I tabell 1 ser vi utifrån olika storleksgrupper fördelningen på de olika grupperna av företagsledare. Andelen kvinnor sjunker ju större företagen blir. Bland de övriga grupperna är andelarna relativt jämnt fördelade. Det är dock ett par procentenheter färre som driver företag i storleksgruppen 10–49 anställda bland personer med utländsk bakgrund och unga företagare.

TABELL 1 Företag i olika storlek, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund, och ålder

Företagsstorlek	Kvinnor	Män	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Unga	Äldre
0 anställda	30 %	70 %	14 %	86 %	5 %	95 %
1–9 anställda	22 %	78 %	15 %	85 %	4 %	96 %
10–49 anställda	17 %	83 %	13 %	87 %	3 %	98 %

Stora branschskillnader när det gäller vem som leder företagen

Inom samtliga branscher finns företag som drivs av personer med olika kön, bakgrund och ålder, däremot skiljer sig andelarna väsentligt åt.

Generellt sett är ungefär två tredjedelar av samtliga småföretag verksamma inom tjänsteproducerande näringar och en tredjedel inom varuproducerande. Andelen tjänsteföretag är något högre bland företag som leds av kvinnor, personer med utländsk bakgrund samt personer upp till och med 30 år.

I tabell 2 ser vi bland annat att majoriteten av företagen inom *Kultur, nöje och fritid*; *Annan serviceverksamhet* samt *Vård och omsorg* drivs av kvinnor. I övriga branscher är andelen företag som drivs av män högre. De branscher där skillnaderna mellan kvinnor och män är störst är *Byggverksamhet* och *Transport och magasinering*, där 95 procent respektive 92 procent av företagen har en man som företagsledare.

TABELL 2 Branscher uppdelat på företagsledarnas kön, bakgrund och ålder

Bransch	Kvinnor	Män	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Unga	Äldre
Tillverkning	13 %	87 %	9 %	91 %	2 %	98 %
Försörjning av el, gas, värme och kyla	15 %	85 %	8 %	92 %	3 %	97 %
Byggsamhet	5 %	95 %	9 %	91 %	5 %	95 %
Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	25 %	75 %	16 %	84 %	4 %	96 %
Transport och magasinering	8 %	92 %	21 %	79 %	7 %	93 %
Hotell- och restaurangverksamhet	33 %	67 %	46 %	54 %	8 %	92 %
Informations- och kommunikationsverksamhet	12 %	88 %	8 %	92 %	5 %	95 %
Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	30 %	71 %	10 %	90 %	3 %	97 %
Uthyrning, fastighetservice, resetjänster och andra stödtjänster	29 %	71 %	29 %	71 %	6 %	94 %
Utbildning	43 %	57 %	10 %	90 %	1 %	99 %
Vård och omsorg	55 %	45 %	21 %	79 %	1 %	99 %
Kultur, nöje och fritid; Annan serviceverksamhet	59 %	41 %	13 %	88 %	9 %	91 %
Totalt	25 %	75 %	15 %	85 %	5 %	95 %

Inte i någon bransch drivs mer än hälften av företagen av personer med utländsk bakgrund. Inom *Hotell och restaurang* har dock 46 procent av företagen en företagsledare med utländsk bakgrund. *Uthyrning, fastighetservice, resetjänster och andra stödtjänster* (29 procent), *Transport och magasinering* (21 procent), samt *Vård och omsorg* (21 procent) är andra branscher där en relativt hög andel av företagen drivs av personer med utländsk bakgrund.

De unga företagsledarna är som helhet mycket färre än de äldre företagsledarna. Den bransch där störst andel företag drivs av unga är *Kultur, nöje och fritid; Annan serviceverksamhet*, där ungefär 9 procent av samtliga företag drivs av en person upp till och med 30 år. Även branscherna *Hotell- och restaurangverksamhet* (8 procent) samt *Transport och magasinering* (7 procent) har relativt hög andel unga företagsledare.

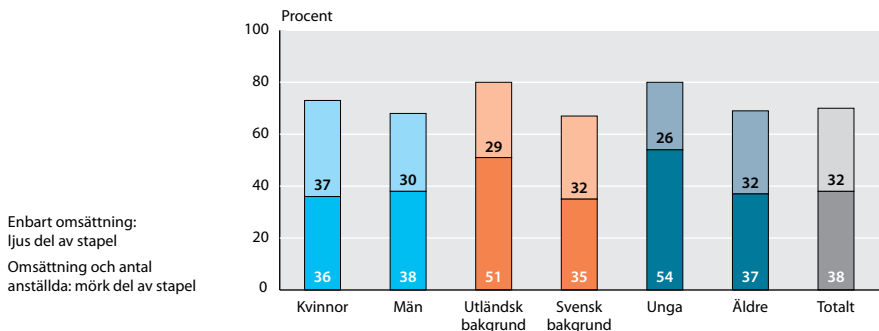
Tillväxtvilja och framtidstro

I detta avsnitt redogörs för företagens tillväxtvilja och hur de bedömer att deras verksamheter kommer att utvecklas de närmaste åren, samt vilka faktorer som företagen anger som betydelsefulla för att kunna växa.

Unga och personer med utländsk bakgrund vill anställa

Ungefär 70 procent av småföretagen vill växa antingen genom att öka både sin omsättning och antalet anställda eller genom att enbart öka omsättningen. Bland unga företagare och företagare med utländsk bakgrund är denna andel högre. Framförallt är det fler som svarar att de vill att deras företag ska växa genom att anställa. Det är även en större andel av företagen som drivs av kvinnor som vill växa. Bland kvinnor gäller detta framför allt andelen som vill växa när det gäller omsättning. (se figur 2)

FIGUR 2 Andel företag som vill växa genom att anställa eller genom ökad omsättning uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



Stark framtidstro bland unga företagsledare

Det är även en högre andel unga företagare och företagare med utländsk bakgrund som tror att företagets omsättning, antalet anställda och lönsamhet kommer att öka de närmaste tre åren. Den största skillnaden ser vi mellan unga och äldre företagare. När det gäller kvinnor och män är bilden mer splittrad. Det är en högre andel bland männen som tror på ökat antal anställda, medan det bland kvinnorna är fler som tror på ökad omsättning och ökad lönsamhet. Skillnaderna mellan kvinnor och män är dock relativt små.

TABELL 3 Andel företag som tror på ökad omsättning, antal anställda och lönsamhet, på tre års sikt, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder.

	Kvinnor	Män	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Unga	Äldre	Totalt
Ökad omsättning	46 %	42 %	47 %	42 %	66 %	42 %	43 %
Ökat antal anställda	19 %	23 %	31 %	21 %	33 %	22 %	22 %
Ökad lönsamhet	44 %	39 %	44 %	40 %	62 %	39 %	40 %

Samma åtgärder ses som viktiga för att kunna växa

De viktigaste åtgärderna för att kunna växa rangordnas på liknande sätt oavsett kön, bakgrund eller ålder. Enda undantaget är att unga företagare i högre utsträckning än andra företagare ser investeringar i ny utrustning och lokaler som en viktig åtgärd för tillväxt. Bland de unga företagarna svarar 45 procent att detta är en mycket viktig åtgärd jämfört med genomsnittet för samtliga företag som är 28 procent. När det gäller kvinnor och män ser vi även relativt stor skillnad inom intern kompetensutveckling. Bland kvinnor upplever 48 procent detta som en mycket viktig åtgärd samtidigt som motsvarande andel bland männen är 38 procent.

TABELL 4 Andel företag som ser olika åtgärder som mycket viktiga för att företaget ska kunna växa, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder

Åtgärder	Kvinnor	Män	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Unga	Äldre	Totalt
Nya försäljningskanaler	63 %	58 %	58 %	60 %	59 %	60 %	59 %
Öka marknadsföring	59 %	49 %	59 %	50 %	49 %	52 %	52 %
Utveckla nya varor/tjänster	51 %	51 %	56 %	50 %	48 %	51 %	51 %
Intern kompetensutveckling	48 %	38 %	40 %	41 %	45 %	41 %	41 %
Anställa personal	30 %	33 %	33 %	32 %	32 %	32 %	32 %
Investera i ny utrustning/lokaler	27 %	28 %	29 %	28 %	45 %	27 %	28 %
Expandera internationellt	12 %	14 %	16 %	13 %	11 %	13 %	13 %
Satsningar på FoU	9 %	10 %	14 %	9 %	7 %	10 %	10 %

Innovation

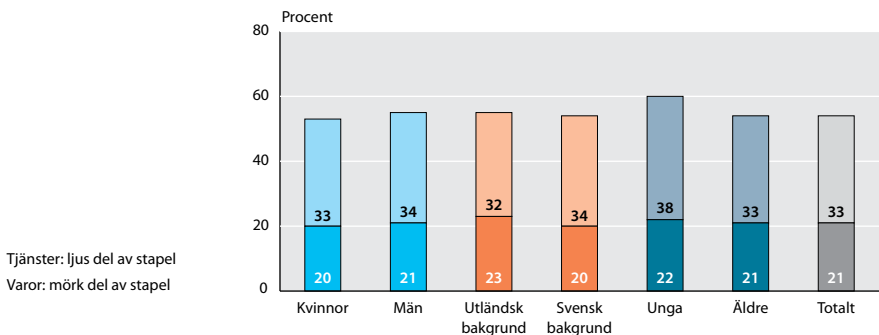
Innovationsförmågan hos ett företag är en viktig faktor för att de ska kunna bibehålla och öka sin konkurrenskraft. Detta avsnitt beskriver hur vanligt det är att företagen har tagit fram och sålt nya eller väsentligt förbättrade varor eller tjänster, vilket är ett sätt att mäta företagets innovationsförmåga.

Majoriteten av företagen utvecklar nya varor eller tjänster

Inom samtliga företagargrupper svarar en majoritet att dess företag utvecklat och sålt nya varor eller tjänster under de tre senaste åren (se figur 3). Inom samtliga grupper är det vanligast att utveckla nya tjänster.

Den grupp som utmärker sig mest är de unga företagarna. Ungefär 60 procent av dessa svarar att de antingen utvecklat nya varor eller tjänster, och det är framför allt inom nya tjänster som dess företag utmärker sig.

FIGUR 3 Andel företag som utvecklat och sålt nya eller väsentligt förbättrade produkter, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



Idéer till nya varor och tjänster genereras ofta inom företagen

Av de företag som utvecklat och sålt nya eller väsentligt förbättrade produkter uppger 96 procent av företagen att idéerna, åtminstone till viss del, kommer från egna uppslag. Sannolikt är det i flertalet fall en kombination av olika källor som leder till att innovationer utvecklats.

Rangordningen mellan de viktigaste källorna för idéer till nya varor och tjänster är i stort sett den samma i de olika företagargrupperna. Den grupp som utmärker sig mest är även i detta fall de unga företagen som i högre utsträckning svarar att de får idéer till nya varor och tjänster från konkurrenter. Gällande samarbete med andra företag ser vi även relativt stor skillnad mellan kvinnor och män. Företag som leds av män får i högre utsträckning än kvinnor idéer från samarbete med andra företag.

TABELL 5 Andel företag som angett olika alternativ som källor till idéer till nya varor eller tjänster, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder.

	Kvinnor	Män	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Unga	Äldre	Totalt
Egna uppslag och idéer inom företaget	96 %	96 %	95 %	97 %	94 %	96 %	96 %
Från kunder	82 %	81 %	81 %	81 %	79 %	81 %	81 %
Samarbeten med andra företag	53 %	63 %	55 %	61 %	61 %	60 %	60 %
Från konkurrenter	54 %	53 %	52 %	53 %	73 %	52 %	53 %
Samarbeten med universitet & högskola	16 %	15 %	13 %	15 %	15 %	15 %	15 %
Annat	39 %	31 %	31 %	33 %	39 %	33 %	33 %

Anmärkning: Avser endast företag som har tagit fram varor eller tjänster de tre senaste åren. Andelarna avser både svarsalternativen till stor del och till viss del.

Brist på finansiering och resurser största hindret för innovation

Även hindren för att ta fram nya varor och tjänster rangordnas på liknande sätt bland de olika grupperna av företagsledare. En skillnad är dock att kvinnor, personer med utländsk bakgrund och de yngre företagsledarna i högre utsträckning ser brist på finansiering och resurser som ett stort hinder. Ett liknande mönster finns även när det gäller höga krav på kortsiktig lönsamhet, dock med mindre skillnader och på en lägre nivå.

TABELL 6 Andel företag som angett olika alternativ som stora hinder för utveckling av nya varor eller tjänster, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder

	Kvinnor	Män	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Unga	Äldre	Totalt
Brist på finansiering/resurser	29 %	21 %	31 %	21 %	32 %	22 %	23 %
Höga krav på kortsiktig lönsamhet	21 %	16 %	21 %	17 %	20 %	17 %	17 %
Lagar och myndighetsregler	16 %	17 %	19 %	16 %	19 %	16 %	16 %
Brist på kompetens inom företaget	7 %	8 %	10 %	7 %	5 %	6 %	8 %
Bristande kreativitet och påhittighet	7 %	6 %	8 %	6 %	5 %	8 %	6 %

Företagens marknader

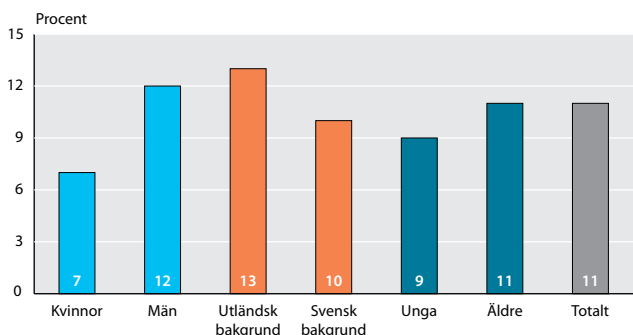
I det här avsnittet redovisas hur stor del av företagen som bedriver internationell handel samt hur de ser på olika hinder för internationalisering. Internationalisering kan utgöra en källa till tillväxt och konkurrenskraft genom att det skapas större marknader och möjligheter till lärande och innovation.

Få företag fokuserar på exportmarknader

Närmare hälften av företagen anger att den lokala marknaden är deras huvudsakliga marknad. Inkluderas även de regionala och nationella marknaderna är det nästan 90 procent av företagen som i huvudsak agerar på den inhemska marknaden. Endast ett av tio företag anger att deras huvudsakliga marknad finns i utlandet.

Kvinnor, personer med utländsk bakgrund och unga är i större utsträckning verksamma på den lokala marknaden. Företagare med utländsk bakgrund har även i högre utsträckning än övriga sin huvudsakliga marknad utanför Sverige (se figur 4).

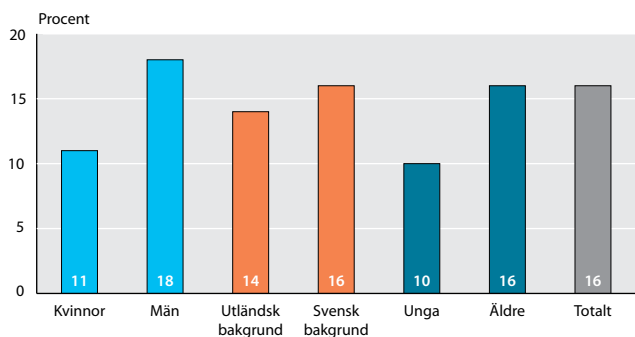
FIGUR 4 Andel företag som angett sin huvudsakliga marknad som internationell, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



Färre företag som drivs av kvinnor och unga bedriver internationell handel

Företag som drivs av kvinnor och unga är de som i minst utsträckning exporterar. De allra flesta företagen som exporterar gör det endast i begränsad utsträckning. Exempelvis uppskattar ungefär hälften av dessa företag att exportens andel av företagets omsättning uppgår till mindre än fem procent.

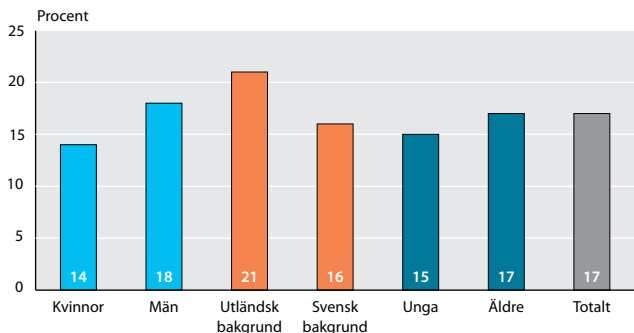
FIGUR 5 Andel företag som exporterat det senaste året, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



Av företag som drivs av kvinnor och unga är det jämförelsevis få företag där en stor andel av omsättningen kommer från export. Företag som drivs av personer med utländsk bakgrund utmärker sig däremot med en relativt stor andel (21 procent) som uppger att exporten uppgår till över 75 procent av dess omsättning.

I princip samma bild som när det gäller export, ser vi när vi tittar på andelen som importerar. Generellt sett så är det en något högre andel av företagen som importerar än som exporterar. De företag som drivs av kvinnor eller unga är de som i minst utsträckning importerar. Andelen företag som leds av en person med utländsk bakgrund som importe-

FIGUR 6 Andel företag som importerat det senaste året, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



rar är något högre än bland de som leds av personer med svensk bakgrund. Ungefär en femtedel av företagen som drivs av personer med utländsk bakgrund importerar varor eller tjänster från utlandet.

Brist på resurser och kostnader största hindren för internationalisering

Internationalisering kan också vara förknippat med svårigheter och hinder, inte minst för mindre företag som har begränsade resurser. Brist på resurser anges som ett stort hinder för internationalisering av drygt 30 procent av företagen. Kostnader förknippade med internationalisering respektive brist på kontakter eller nätverk anges av en nästan lika stor andel av företagen.

Företag som drivs av kvinnor och företag som drivs av personer med utländsk bakgrund utmärker sig båda genom att de i högre utsträckning ser tillgången till finansiering som ett stort hinder. Kvinnor som driver företag ser genomgående större hinder för internationalisering. De unga företagarna utmärker sig istället genom att genomgående se mindre hinder för internationalisering (se tabell 7).

TABELL 7 Andel företag som angett olika alternativ som stora hinder för internationalisering, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder.

	Kvinnor	Män	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Unga	Äldre	Totalt
Brist på resurser i företaget	36 %	29 %	30 %	31 %	17 %	31 %	31 %
Kostnader för internationalisering	32 %	26 %	33 %	26 %	24 %	27 %	27 %
Brist på kontakter/nätverk	32 %	25 %	26 %	27 %	22 %	27 %	27 %
Tillgång till finansiering	29 %	22 %	30 %	22 %	23 %	24 %	24 %
Lagar och regler	25 %	23 %	22 %	24 %	13 %	24 %	23 %
Brist på kunskap om affärsmöjligheter	21 %	17 %	18 %	18 %	14 %	18 %	18 %
Språkliga och kulturella hinder	14 %	12 %	11 %	12 %	9 %	12 %	12 %

Anmärkning: Endast företag som ansett att internationalisering skulle kunna vara aktuellt för företaget.

Hinder för tillväxt

I följande avsnitt beskrivs vilka hinder som företagen upplever när det gäller deras utveckling och tillväxt. Senare i detta avsnitt tittar vi närmare på de tillväxthinder som för de olika grupperna upplevs som störst. Även företagets tillgång till lån och krediter studeras eftersom det här finns stora skillnader mellan olika företagargrupper.

Företagare med utländsk bakgrund upplever störst hinder

Företag som drivs av personer med utländsk bakgrund upplever generellt sett större tillväxthinder. I detta sammanhang är det viktigt att tänka på att hinder för tillväxt är en sådan fråga där resultaten varierar kraftigt mellan olika branscher och företagsstorlekar.

Konkurrens från andra företag upplevs som det största tillväxthindret (se tabell 8). Totalt ser 29 procent av företagen detta som ett stort tillväxthinder. Utöver konkurrens från andra företag, är tillgång till lämplig arbetskraft samt lagar

TABELL 8 Andel företag som angett olika alternativ som stora hinder för företagets utveckling och tillväxt, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder

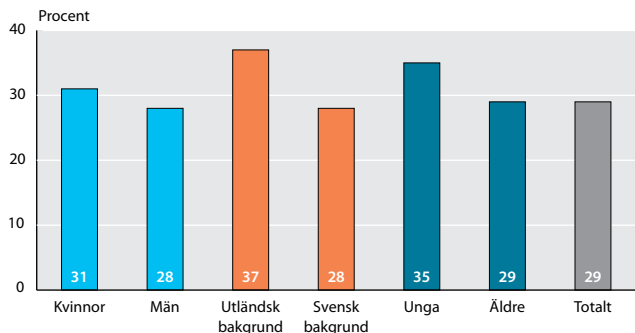
	Kvinnor	Män	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Unga	Äldre	Totalt
Konkurrens från andra företag	31 %	28 %	37 %	28 %	35 %	29 %	29 %
Tillgång till lämplig arbetskraft	18 %	24 %	23 %	23 %	21 %	23 %	23 %
Lagar & myndighetsregler	19 %	23 %	26 %	21 %	19 %	22 %	22 %
Brist på egen tid	20 %	17 %	21 %	17 %	14 %	18 %	18 %
Företagets lönsamhet	21 %	17 %	23 %	17 %	16 %	18 %	18 %
Tillgång till lån & krediter	10 %	14 %	22 %	11 %	17 %	13 %	13 %
Bristande efterfråga	11 %	12 %	16 %	11 %	10 %	12 %	11 %
Kapacitet i lokaler/utrustning	11 %	9 %	12 %	9 %	11 %	10 %	10 %
Tillgång till extern ägarkapital	9 %	9 %	13 %	8 %	7 %	9 %	9 %
Tillgång till infrastruktur	6 %	6 %	6 %	6 %	5 %	6 %	6 %

och myndighetsregler de faktorer som störst andel företag upplever som stora hinder.

Konkurrens är företagets största tillväxthinder

Den faktor som störst andel företag upplever som ett stort tillväxthinder är konkurrens från andra företag. Tittar vi närmare på hur olika företagargrupper ser på konkurrensen som ett hinder ser vi att det i huvudsak är företagarna med utländsk bakgrund samt de unga företagarna som utmärker sig. Ungefär 37 procent av företagarna med utländsk bakgrund och 35 procent av de unga företagarna ser konkurrens från andra företag som ett stort hinder, vilket kan jämföras med ett genomsnitt på 29 procent.

FIGUR 7 Andel företag som upplever konkurrens från andra företag som ett stort hinder för företagets tillväxt, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder

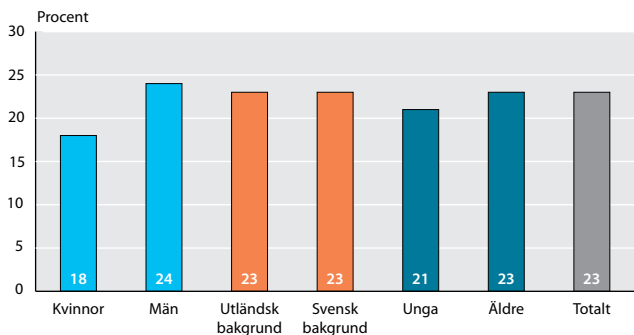


Vart fjärde företag upplever tillgång till lämplig arbetskraft som ett stort hinder

Nästan en fjärdedel av företagarna upplever tillgång till lämplig arbetskraft som ett stort tillväxthinder. Det är i huvudsak inga stora skillnader mellan olika grupper av företagare med undantag för skillnaden mellan kvinnor och män. Bland företag som drivs av män upplever 24 procent tillgång till lämplig arbetskraft som ett stort hinder, jämfört

med 18 procent bland företag som drivs av kvinnor (se figur 8).

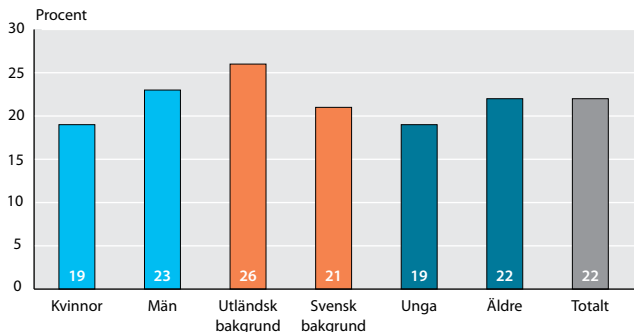
FIGUR 8 Andel företag som upplever tillgång till lämplig arbetskraft som ett stort hinder för företagets tillväxt, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



Företagsledare med utländsk bakgrund upplever lagar och regler som ett större hinder

Företagsledare med utländsk bakgrund upplever generellt sett större tillväxthinder och det gäller även lagar och myn-

FIGUR 9 Andel företag som upplever lagar och myndighetsregler som ett stort hinder för företagets tillväxt, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder

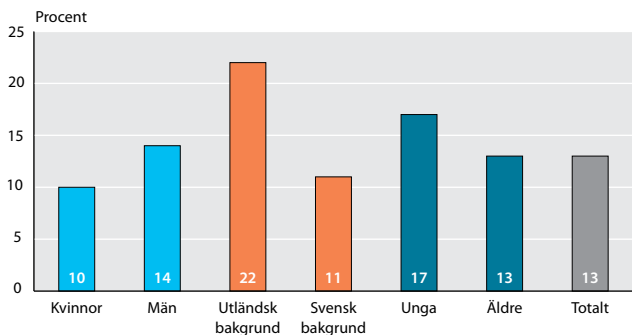


dighetsregler. Bland dessa företag är det 26 procent som ser detta som ett stort hinder jämfört med 21 procent bland företagare med svensk bakgrund.

Företagare med utländsk bakgrund ser tillgång till lån och krediter som ett större hinder

Totalt sett uppger 13 procent av företagen att tillgången till lån och krediter är ett stort tillväxthinder. Figur 10 visar dock att tillgång till lån och krediter bland företagare med utländsk bakgrund och unga företagsledare upplevs som ett större tillväxthinder än bland företagare i allmänhet. Dubbelt så hög andel av företagen som drivs av personer med utländsk bakgrund upplever detta som ett stort tillväxthinder jämfört med företagare med svensk bakgrund.

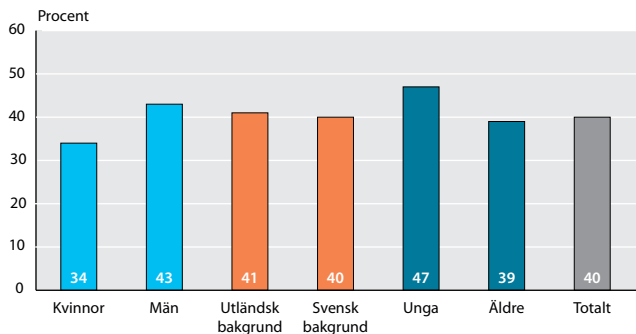
FIGUR 10 Andel företag som upplever tillgång till lån och krediter som ett stort hinder för företagets tillväxt, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



I figur 11 ser vi att 40 procent av företagen har ansökt om lån och krediter. Andelen företag som ansökt om lån och krediter varierar dock mellan 34 procent bland företag som drivs av kvinnor och 47 procent bland företag som drivs av unga.

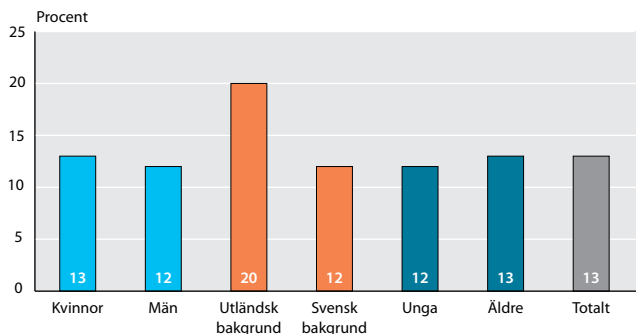
Tittar vi istället till andelarna av företagarna som inte beviljats lån och krediter ser vi större skillnader. Generellt sett så svarar de allra flesta företag som ansökt om lån och krediter

FIGUR 11 Andel företag som ansökt om lån eller krediter de senaste tre åren, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



att deras ansökningar beviljats. Lägst andel beviljade lån hittar vi bland företagarna med utländsk bakgrund, där 20 procent fick avslag på sina ansökningar.

FIGUR 12 Andel företag som fått avslag på sina ansökningar om lån eller krediter de senaste tre åren, uppdelat på företagsledarens kön, bakgrund och ålder



Tillväxtverket arbetar för att stärka företagens konkurrenskraft.

Mångfald i näringslivet

Majoriteten av småföretagen i Sverige leds av män, varav de flesta är över 30 år och har svensk bakgrund. Det finns ett behov av att göra företagandet relevant som sysselsättning för bredare grupper som kan bidra till att utveckla företag och branscher genom att förverkliga affärsidéer utifrån sina olika erfarenheter.

Resultaten från undersökningen *Företagens villkor och verklighet 2014* visar att företag som leds av kvinnor, unga och personer med utländsk bakgrund har stor potential att växa och utvecklas. Många av de hinder dessa företagargrupper upplever är av liknande karaktär. Bristande tillgång till finansiering är ett exempel på detta. Men det finns även skillnader mellan dessa grupper. Bland annat har de olika syn på hur de vill att deras företag ska växa.