

Öhrlings

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

113 97 Stockholm

Besöksadress: Torsgatan 21

Telefon 08-555 330 00

Telefax 08-555 330 01

[www.pwc.com/se](http://www.pwc.com/se)

## Småföretagens vardag

En rapport om problem och möjligheter bland svenska småföretag

September 2006

# Innehållsförteckning

<b>Sammanfattning</b>	<b>3</b>
<b>De viktigaste slutsatserna</b>	<b>4</b>
<b>Introduktion</b>	<b>5</b>
<b>Fakta om undersökningen</b>	<b>6</b>
<b>Resultat</b>	<b>7</b>
<i>Många småföretagares drivkraft är att tjäna pengar</i>	7
<i>Småföretag söker nytt kapital hos banken, särskilt jord- och skogsbruk</i>	8
<i>Styrelsens roll</i>	9
<i>Felrekryteringar är kostsamt</i>	10
<i>Svårt för småföretag att rekrytera rätt personal</i>	10
<i>Hälften vill sälja sitt företag</i>	12
<i>Många småföretag vill expandera lokalt på orten men man vill inte exportera</i>	13
<i>Hälften av alla småföretag ser inga möjligheter med internationaliseringen</i>	16
<i>Kina hotar inte småföretagets verksamhet men en del känner sig hotade av Baltikum</i>	18
<i>Var femte småföretagare oroar sig för affärer med utlandet</i>	20
<i>För lite tid för strategi</i>	20
<i>Privatekonomin hinns inte med</i>	22
<i>Småföretagare sover dåligt och hinner inte med sin hälsa</i>	23
<i>Större framtidstro för företaget än för Sverige</i>	26

## Sammanfattning

Sveriges näringsliv lever i förändringens tid men också i möjligheternas tid. Småföretagen förändras genom ökad produktivitet, ökad konkurrens, omstruktureringar och framförallt en ökad internationalisering. Dynamiken bland svenska företag är stor och i de flesta branscher finns en omfattande turbulens och omskapande av företag. Men det finns också ett gap mellan företagens vilja att utveckla företag och deras förmåga att utveckla sig. Små och medelstora företag utvecklas svagast i Sverige.

Undersökningen om småföretag har som syfte att svara på tre övergripande frågor:

- Hur ser småföretagens vardag ut?
- Vilka problem och möjligheter har småföretagen?
- Hur förhåller sig företagen till expansion och internationalisering?

### Behov av kapital

När småföretagare får svara på plånboksfrågor är inställningen till kapital enhällig. Tre av fyra småföretag söker kapitalet hos banken. När småföretag söker kapital är det få som ser statliga organ, börsnotering eller riskkapital som möjliga sätt att få in nytt kapital. Småföretagare inom jord- och skogsbruk är de som mest föredrar banken när de ska söka nytt kapital (91 procent).

### Styrelsens roll

Många småföretagare anser att deras styrelse inte har en aktiv roll. Bara sex av tio småföretagare har en aktiv styrelse, resten anser att styrelsen endast har en förvaltarroll eller fattar beslut om årsberättelsen. Många efterfrågar en aktivare styrelse. Sex av tio småföretagare anser också att styrelsen inte är den främsta rådgivaren i investeringsbeslut.

### Medarbetarna

Personalfrågor och rekrytering upptar en stor del av småföretagens vardag. Drygt hälften av företagen anser att deras största problem är att hitta och anställa rätt personal. En av tre vill helst inte ha personalansvar alls och lika många tycker att personalen tar för lite ansvar. Nära hälften av alla småföretag anser att de har gjort 1-3 felrekryteringar de senaste tre åren. Små företag med färre än 20 anställda är säkrare på att rekrytera rätt än de större bolagen. Småföretagen uppskattar själva att en felrekrytering kostar i genomsnitt 700 000 kronor. Det innebär att småföretagen tillsammans har lagt ut 18 miljarder kronor på felrekryteringar per år de senaste åren.

### Sälja sitt företag

Hälften av alla småföretagare skulle sälja företaget om de fick ett bra bud. De lite större småföretagen är minde villigare att sälja, det vill bara var tredje. Ju större företaget är desto mindre är alltså intresset för att sälja. En av fyra vill inte sälja alls när de är färre än 20 anställda. Fem procent av alla företag för diskussioner om att sälja. Småföretagare inom livsmedels- och textilbranschen är de som helst vill sälja sitt företag.

### Expansion

Många småföretag vill expandera men helst lokalt på orten och bara i begränsad omfattning. Sex av tio har expansionsplaner inom några år men endast tre procent kommer att expandera genom export. Bland småföretag med 20-49 anställda tänker en av fem etablera sig i annat land. Många avser att expandera på den egna orten (46%) eller på andra orter i landet (17%). Småföretagare som arbetar med företagservice är mer expansionsbenägna (87 procent) än landet som helhet.

### Internationalisering

Hälften av alla småföretagare ser inga möjligheter med internationaliseringen. Det visar sig dessutom genom att sex av tio inte har några ambitioner att börja arbeta internationellt. Var tredje företag anser å andra sidan att med ökad internationalisering ökar efterfrågan på företagets produkter. Bland företagen

med 50-99 anställda uppger två av fem att den ökande internationaliseringen gör det möjligt att anställa billig arbetskraft från något annat land.

Byggbranschen och företag inom hälsa/sjukvård ser minst möjligheter med en ökad internationalisering (70 procent) och har minst ambitioner att expandera. Åtta av tio anser att den ökande internationaliseringen *inte* utgör ett hot för verksamheten.

Fyra av fem anser att andra länder inte alls kan hota företagets verksamhet. Och bland de småföretag som ser ett hot anser många att hotet framöver kommer från Baltikum. Endast sju procent ser Kina som ett framtida hot. Branscher inom hälsa, sjukvård och utbildning känner sig helt ohotade av andra länder.

### **Hälsa och privatekonomi**

En tredjedel av småföretagarna hinner inte sköta sin privatekonomi och när bolagen blir större hinner närmare hälften av företagen inte med privatekonomin. De större småföretagen med 50-99 anställda har svårare för att hinna med sin privatekonomi jämfört med de mindre bolagen.

En fjärdedel av alla småföretagare sover dåligt för att de är stressade och över hälften av alla småföretagare vill arbeta mindre för att hinna med sin familj. En av tre företagare arbetar så mycket att de inte hinner sköta sin hälsa. Sämst sover de i rekreation/service branschen. De har också svårast att sköta sin hälsa.

### **Framtidstron för Sverige**

Småföretagare tror mer på sitt eget företag än på Sverige. 90 procent har framtidstro för det egna företaget och 61 procent har framtidstro för Sverige. Bland företag i branschen företagarservice finns den största framtidstron för det egna företaget och i elektronikbranschen finns minst framtidstro för Sverige.

## **De viktigaste slutsatserna**

- I många fall har styrelsen inte en aktiv roll
- Felrekryteringar är kostsamt
- Svårt att rekrytera rätt personal för småföretag
- Hälften vill sälja sitt företag
- Många småföretag vill expandera lokalt på orten men få vill exportera
- Hälften av alla småföretag ser inga möjligheter med internationaliseringen
- Kina hotar inte småföretagens verksamhet
- Privatekonomin hinns inte med
- Småföretagare sover dåligt och hinner inte med sin hälsa
- Småföretagare har större framtidstro för företaget än för Sverige

## Introduktion

Detta är den första undersökningen om småföretagens vardagsproblem av Öhrlings PricewaterhouseCoopers. Undersökningen har gjorts på 1 600 småföretag som har intervjuats runt om i landet. Företagen representerar företagande inom olika geografiska regioner, olika branscher, verksamhetsinriktningar och storlek på företag.

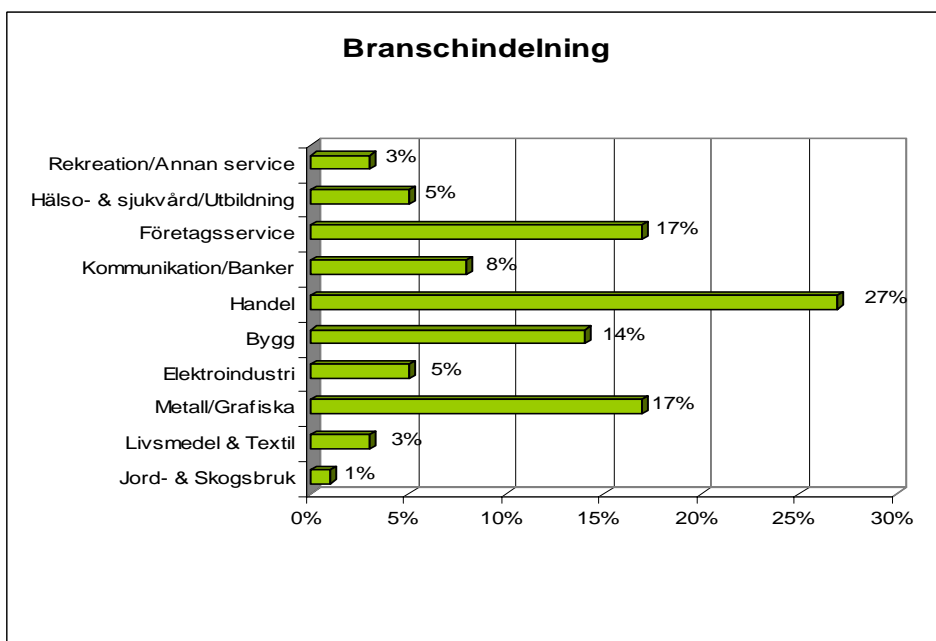
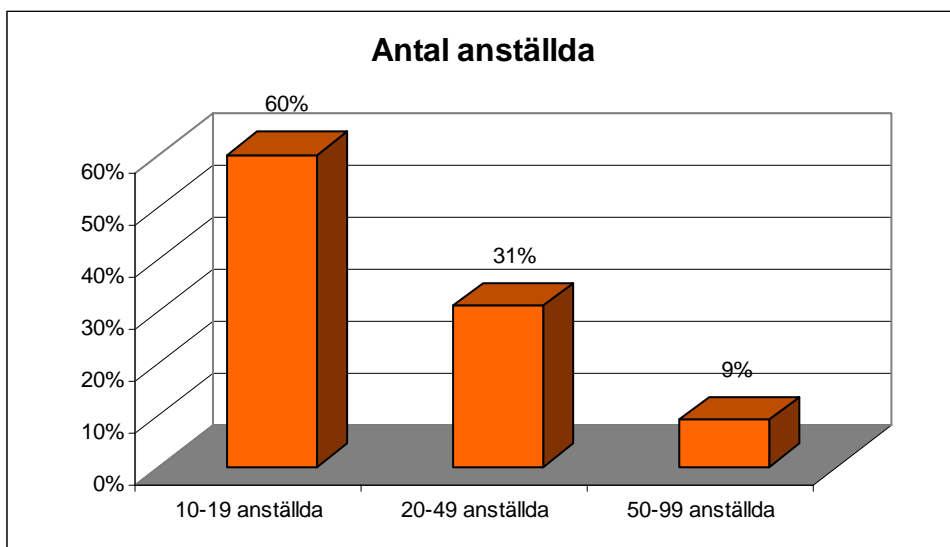
Den här första undersökningen om småföretagare handlar om tillståndet för småföretagare i Sverige idag. Det väsentliga i urvalet av företag har varit att få fram en representativ bild av småföretagarens vardag utifrån plånboksfrågor, personalfrågor, expansionsfrågor och hälsofrågor. Undersökningen ville belysa hur man löser problem, hur hanterar man riskerna i samband med expansion, i samband med anställning av personal och hur hittar man en samtalspartner i svåra frågor. Målet har varit att lyfta upp dessa problemställningar och skapa utrymme för en dialog kring hur Sveriges småföretagare mår och ser på sin roll som företagare i Sverige.

Vi har valt att definiera småföretagen som företag som har mellan 10 – 100 anställda där intervjupersonen i företaget är antingen VD eller ägaren. VD är i denna storlek av företag i de flesta fall även ägare. Rapporten finns på [www.pwc.com/se/rapporter](http://www.pwc.com/se/rapporter).

## Fakta om undersökningen

Undersökningen har gjorts på 1 600 småföretag med mellan 10 och 99 anställda från varierande branscher. De intervjuade har främst varit ägare till företaget men också VD för företaget. Intervjuerna har genomförts på telefon under maj månad 2006. Undersökningen har gjorts i samarbete med PFM Research. Undersökningen baserar sig på ett slumpmässigt urval från PAR företagsregister.

Nedan visas följande två diagram om fördelningen:

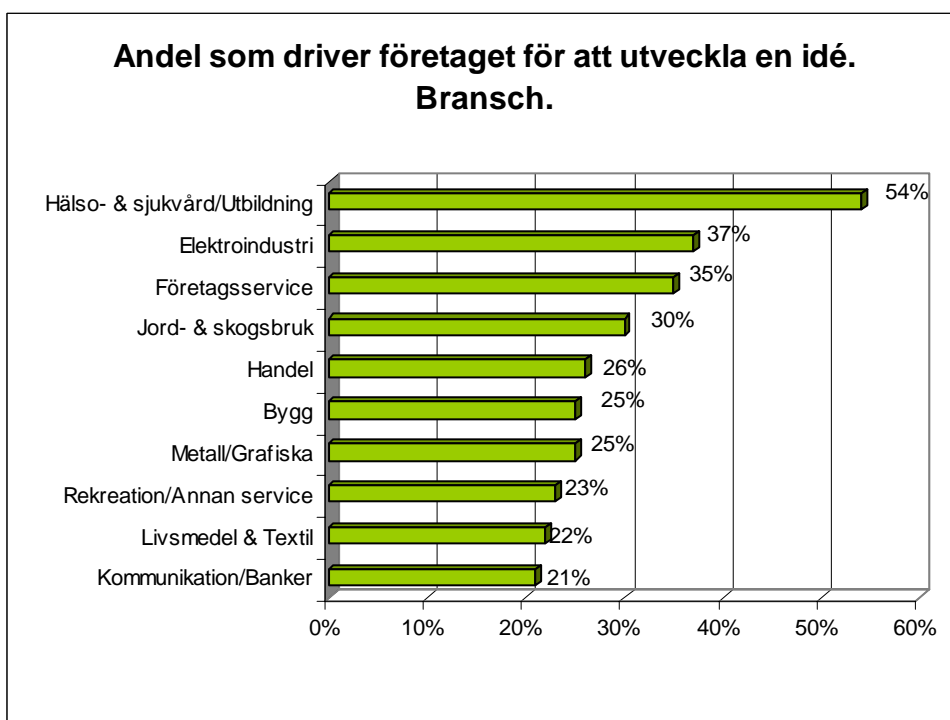
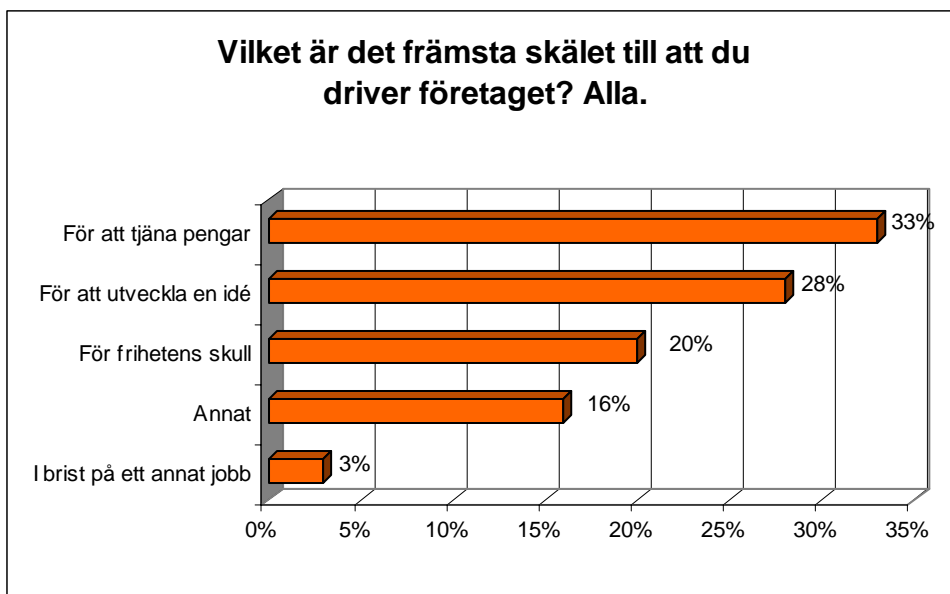


## Resultat

### **Många småföretagares drivkraft är att tjäna pengar**

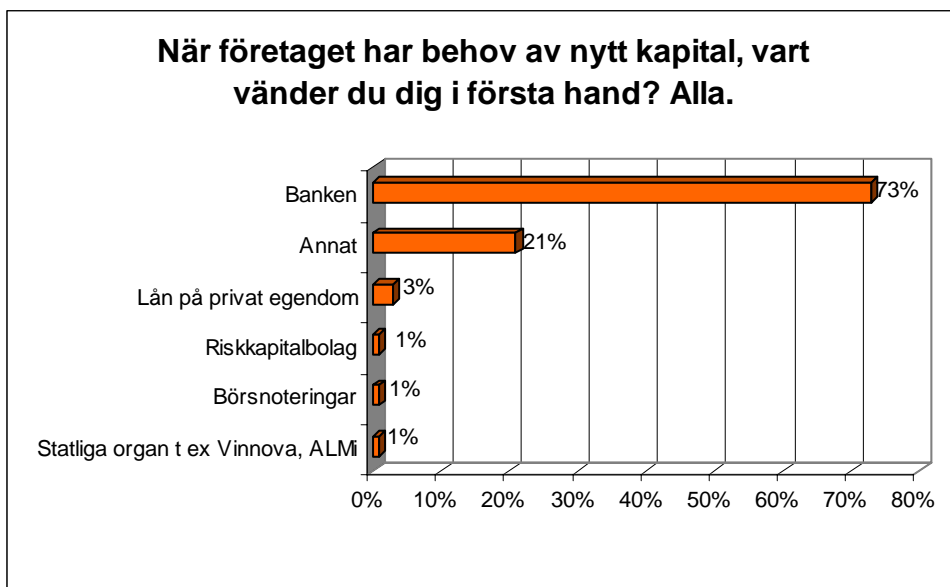
Småföretagare har tre starka skäl att driva sina företag. De är att tjäna pengar, utveckla en idé och för att det ger dem frihet. 33 procent driver sitt företag för pengarna, 28 procent för att utveckla en idé och 20 procent för frihetens skull.

Om man ser bara till servicebranschen är drivkrafterna oftast att utveckla en idé. Det anger 54 procent av de tillfrågade.



## Småföretag söker nytt kapital hos banken, särskilt jord- och skogsbruk

Få småföretag ser statliga organ, börsnotering eller riskkapital som möjliga sätt att få in nytt kapital. 73 procent går till banken för att söka nytt kapital. Inom jord- och skogsbruk samt i byggbranschen är man mest benägen att kontakta banken för att söka nytt kapital.

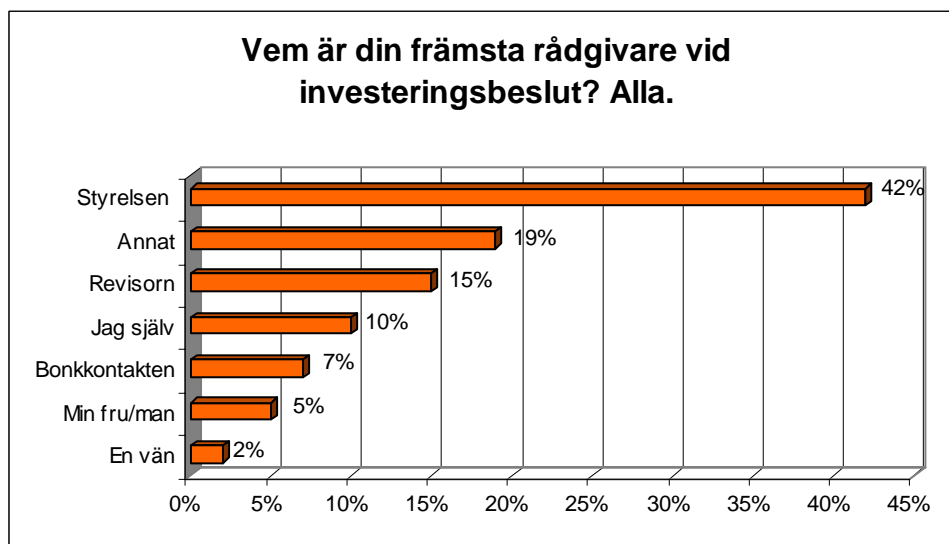
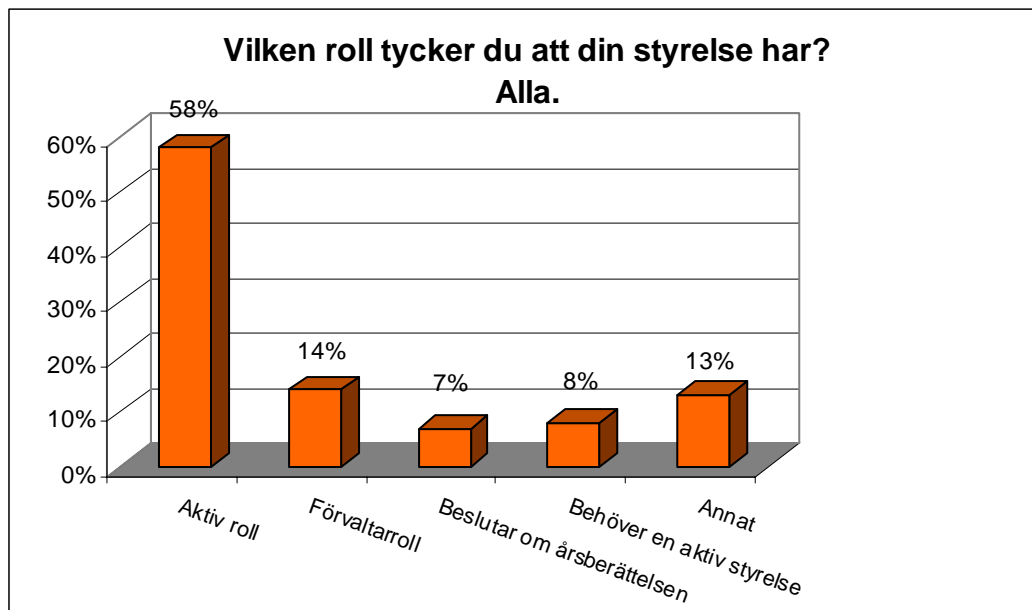




## Styrelsens roll

Nästan sex av tio småföretag anser att styrelsemedlemmarna är aktiva och viktiga för verksamheten. Å andra sidan anser 14 procent att de bara har en förvaltarroll, det vill säga de tittar bara i bokslut och godkänner budget. Många kan inte svara på vilken roll styrelsen har.

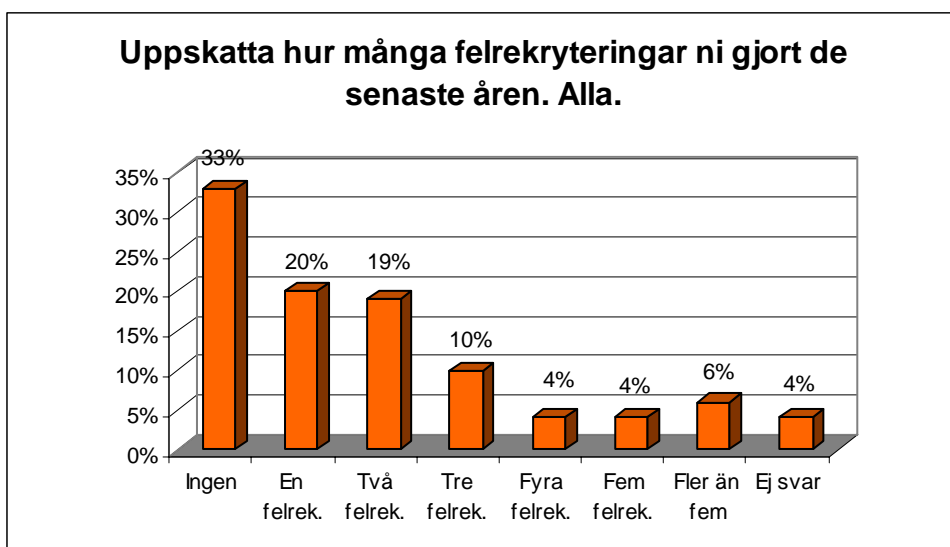
Rådgivaren i investeringsbeslut är främst den egna styrelsen (42 procent) men det är ändå sex av tio som inte ser styrelsen som den främsta rådgivaren i investeringsbeslut.



### **Felrekryteringar är kostsamt**

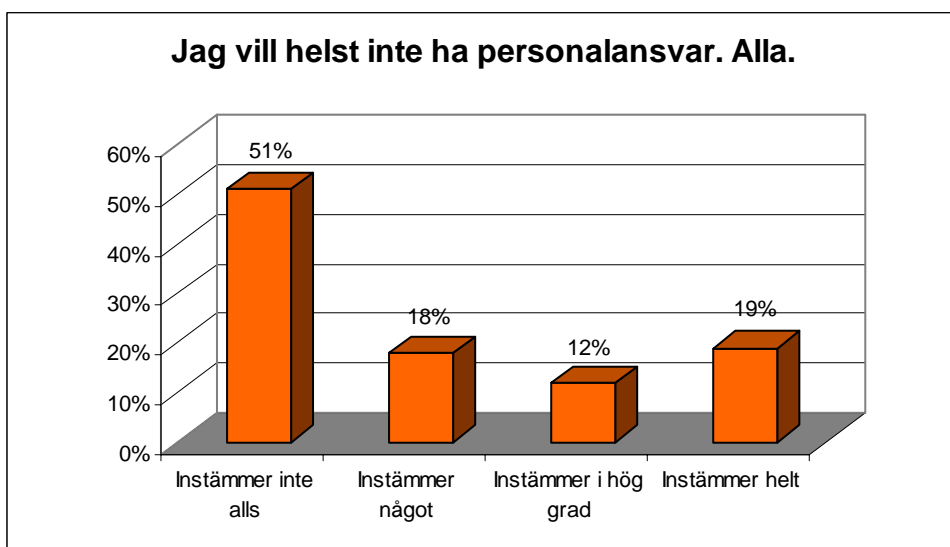
49 procent anser att de har gjort 1-3 felrekryteringar de senaste tre åren. Företag med färre än 20 anställda är säkrare på att rekrytera rätt än de större bolagen. 36 procent av de minsta företaget har inte gjort någon felrekrytering alls jämfört med 20 procent i de lite större bolagen.

Småföretagen gör i genomsnitt 2,4 felrekryteringar under en treårsperiod. Det finns 37 000 företag i Sverige med 10-100 anställda. En felrekrytering kostar i snitt 700 000 kr enligt företagarnas egna beräkningar. Felrekryteringar har kostat småföretag 53 miljarder kronor under den senaste treårsperioden. Småföretagen har lagt ut närmare 18 miljarder kronor per år på felrekryteringar.

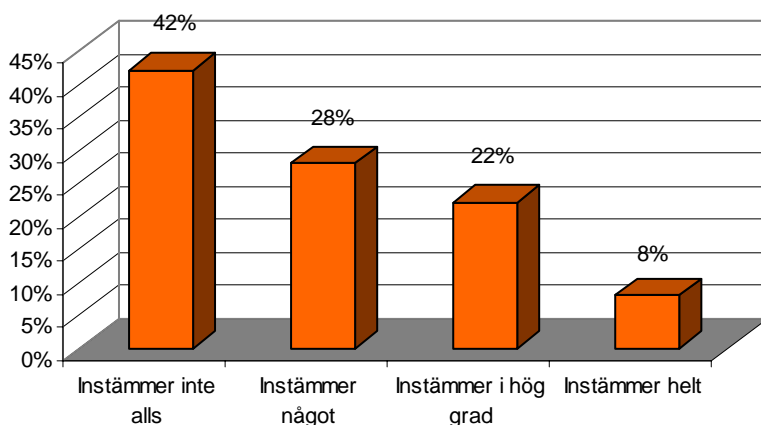


### **Svårt för småföretag att rekrytera rätt personal**

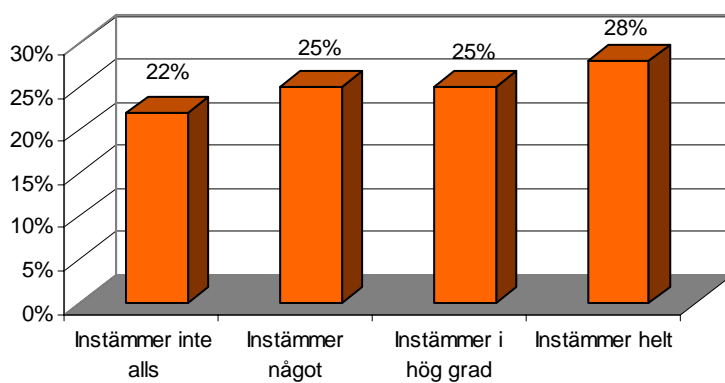
Drygt hälften av företagen anser att deras största problem är att hitta och anställa rätt personal. 31 procent vill helst inte ha personalansvar. En lika stor andel tycker att personalen tar för lite ansvar. 53 procent anser att det största problemet är att hitta rätt personal.



### Företagets personal tar för lite ansvar. Alla.



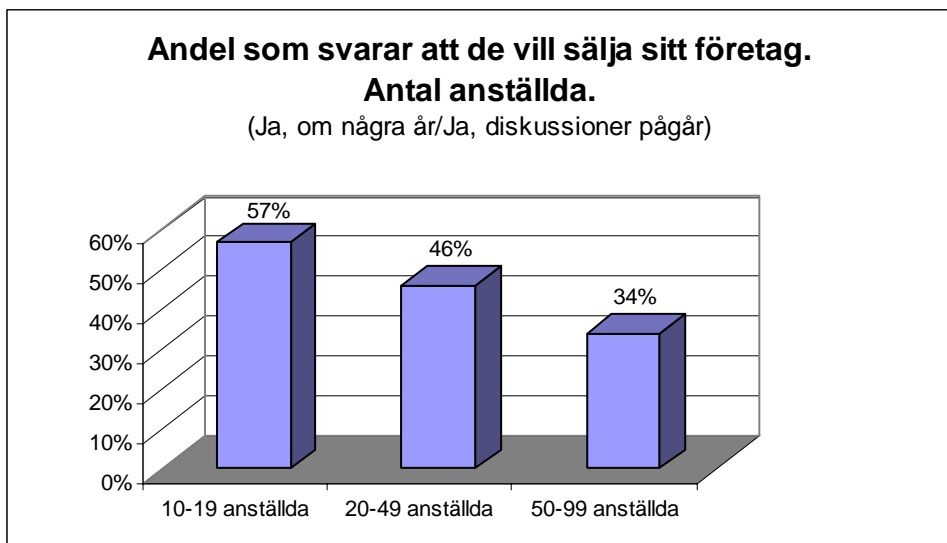
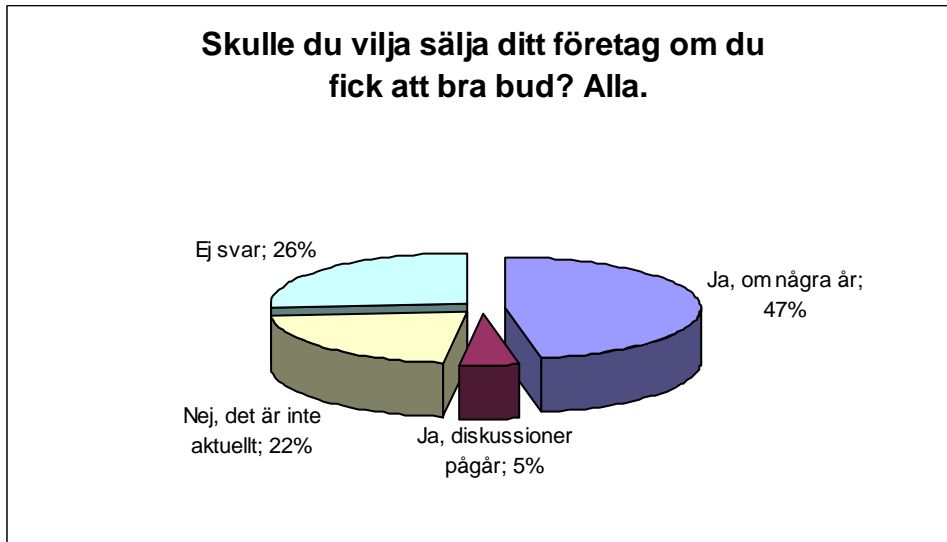
### Mitt största problem är att hitta och anställa rätt personal. Alla.

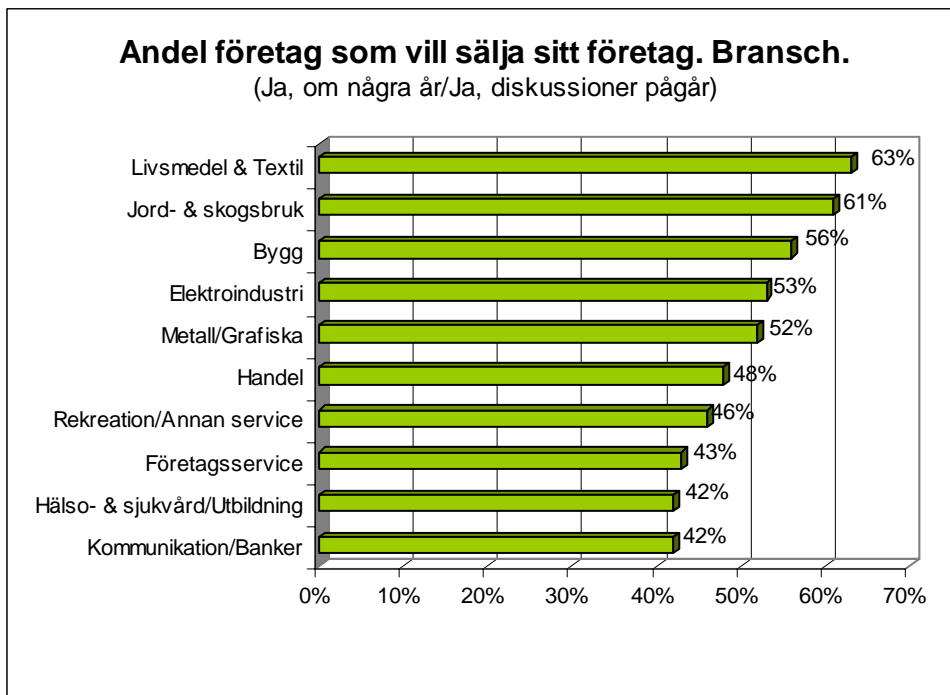


### **Hälften vill sälja sitt företag**

Hälften av alla småföretag skulle sälja företaget om de fick ett bra bud. 5 procent för diskussioner om att sälja och 22 procent anser att det inte är aktuellt.

Småföretagare inom livsmedels- och textilbranschen samt jord- och skogsbruk är de som helst vill sälja sitt företag.



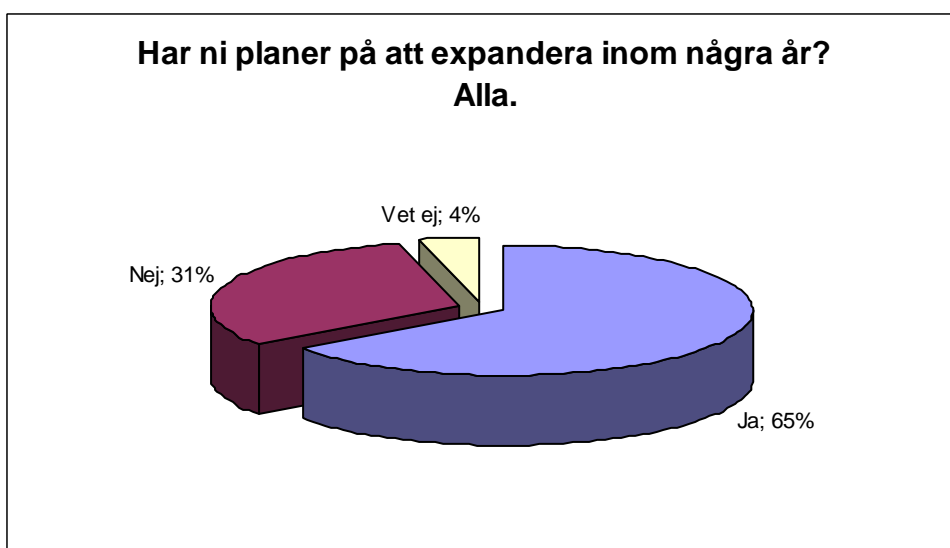


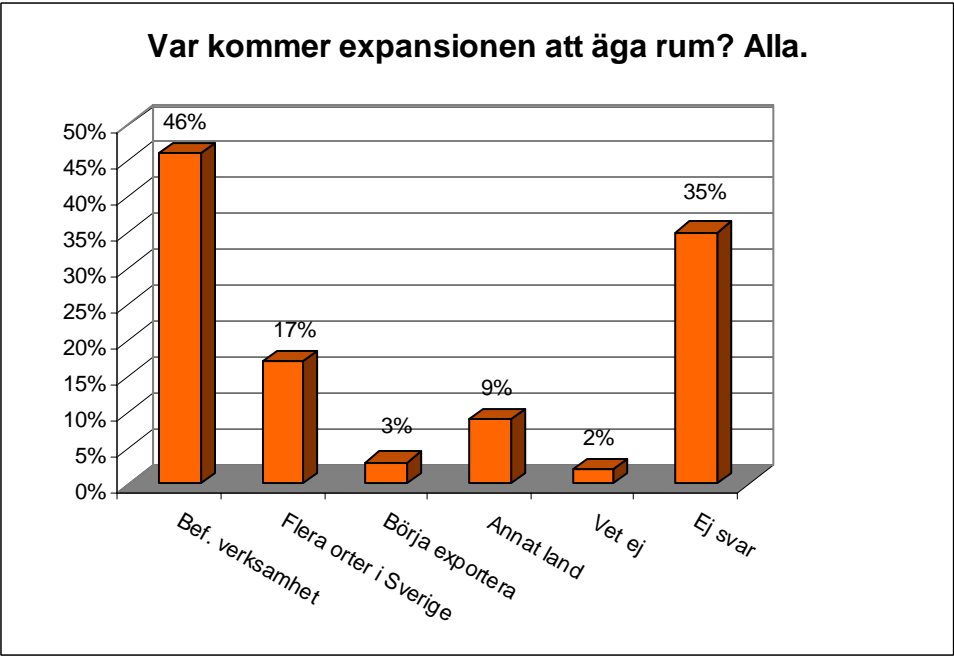
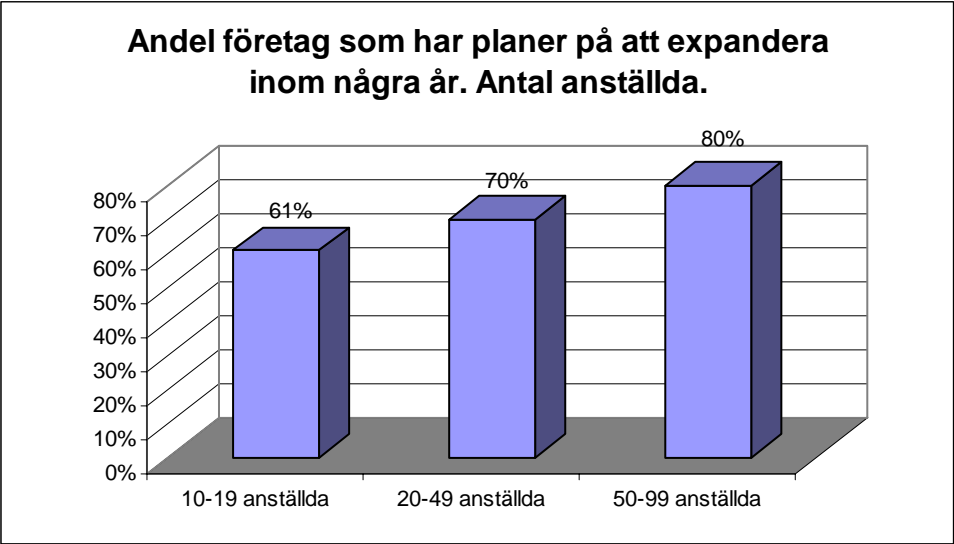
***Många småföretag vill expandera lokalt på orten men man få vill exportera***

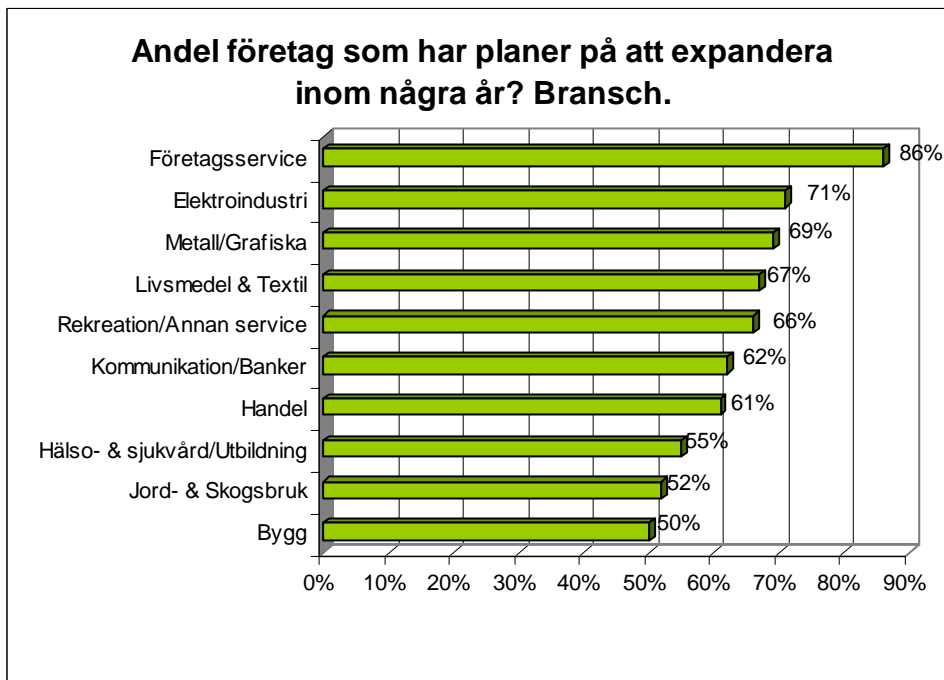
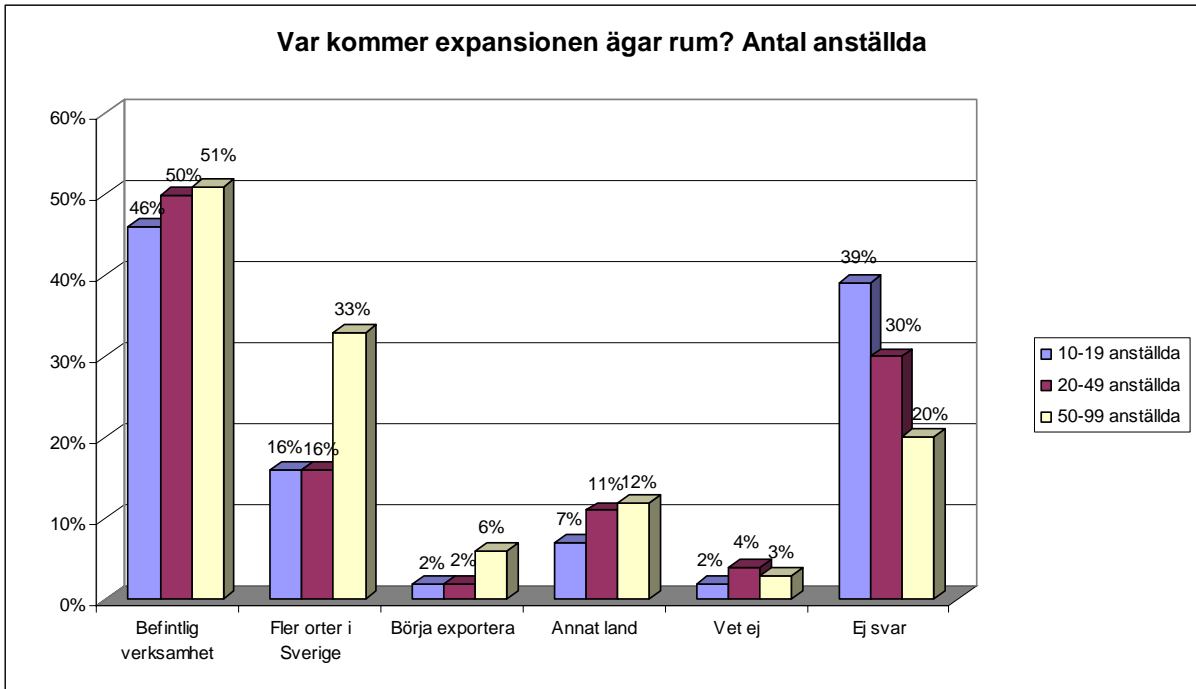
65 procent har planer på att expandera inom några år och 31 procent har inga expansionsplaner alls. Bland småföretag med mer än 50 anställda har 80 procent expansionsplaner.

Endast tre procent kommer att expandera genom export och bland småföretag med 20-49 anställda tänker 11 procent etablera sig i annat land. Många anser att expansionen kommer att ske på den egna orten (46 %) eller på andra orter i landet (17 %).

Företag som arbetar med Företagsservice är mer expansionsbenägna (86 procent) än landet som helhet.





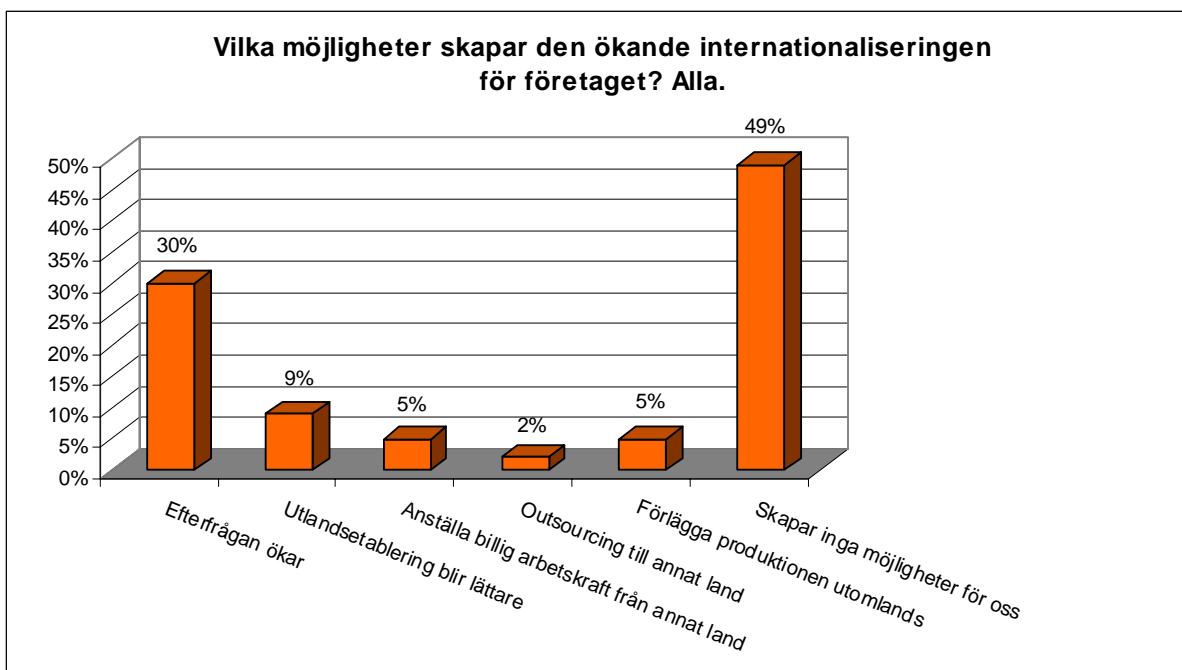
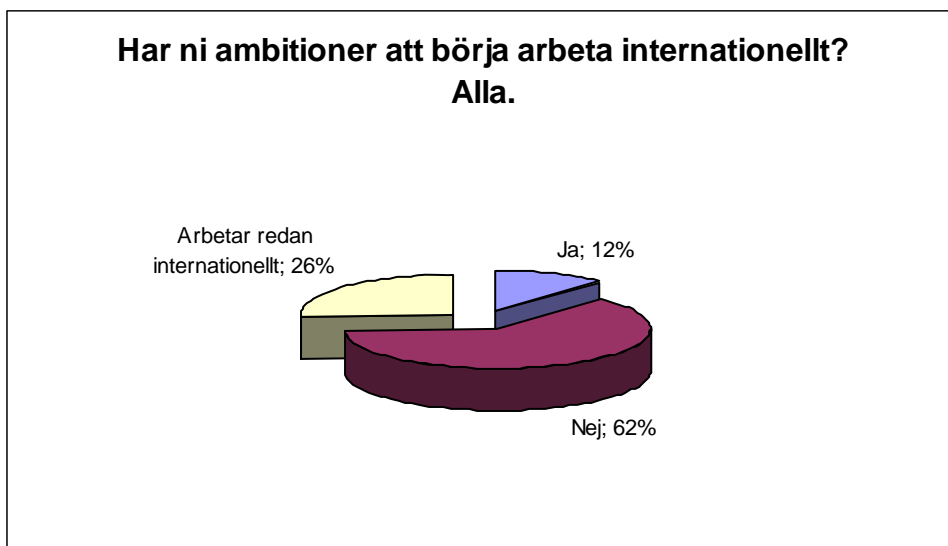


## Hälften av alla småföretag ser inga möjligheter med internationaliseringen

62 procent har inga ambitioner att börja arbeta internationellt. 12 procent har ambitioner att arbeta internationellt. En av fyra företag i undersökningen arbetar redan internationellt.

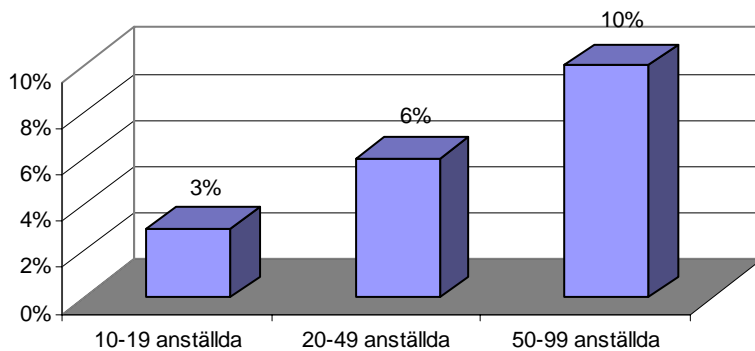
Nära hälften (49 procent) av alla småföretag anser att den ökade internationaliseringen inte skapar några nya möjligheter för företaget och var tredje (30 procent) företag anser att efterfrågan på företagets produkter ökar. Bland företagen med 50-99 anställda uppger 10 procent att den ökande internationaliseringen gör det möjligt att anställa billig arbetskraft från något annat land.

64 procent av småföretagen anser att inte att den ökade internationaliseringen utgör ett hot.

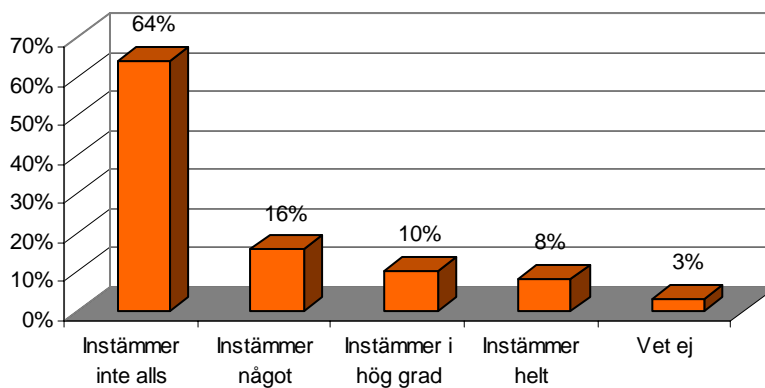




**Internationaliseringen gör det möjligt att anställa billig arbetskraft från ett annat land.  
Antal anställda.**

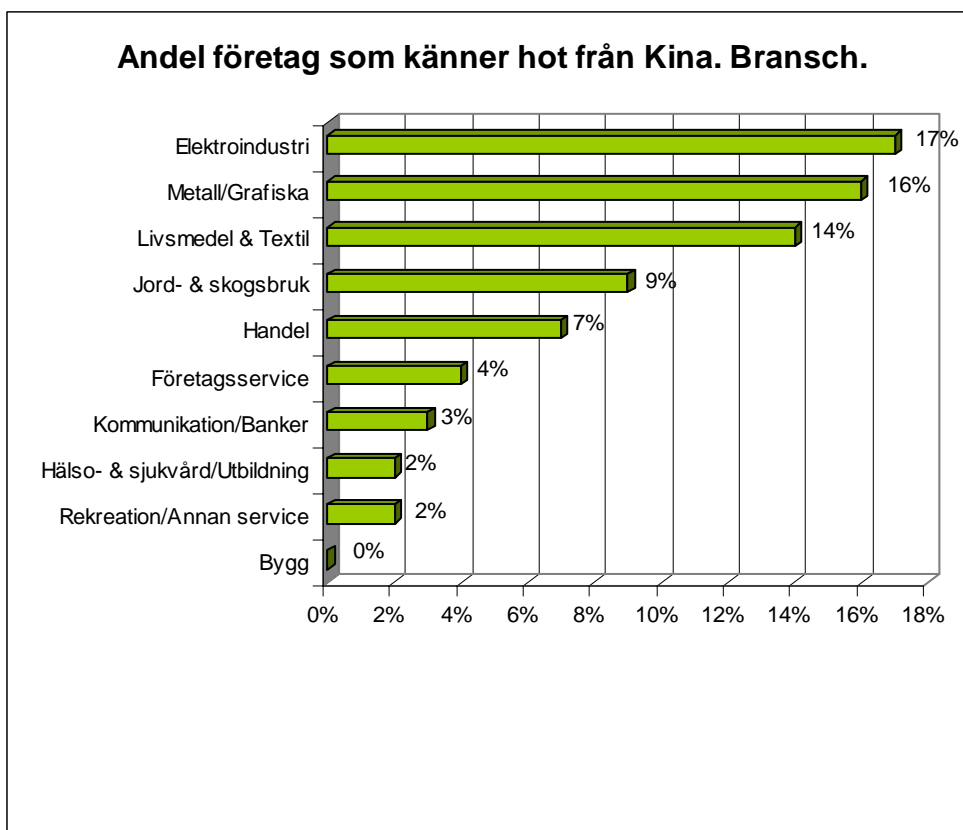
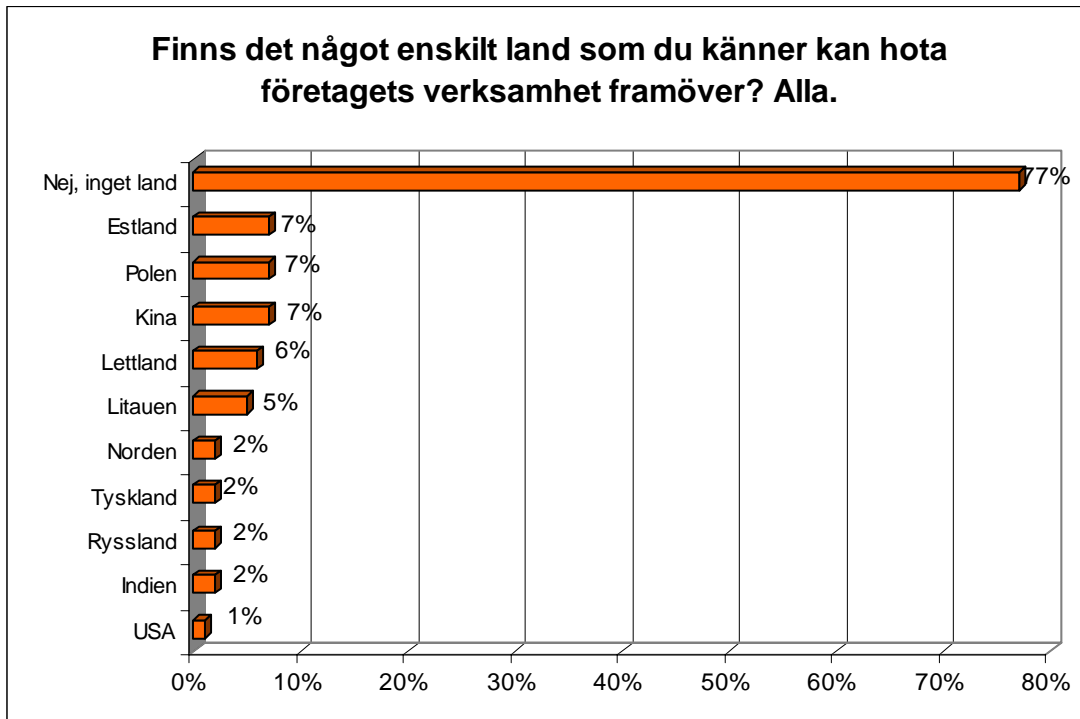


**Den ökande internationaliseringen utgör ett hot för oss? Alla.**

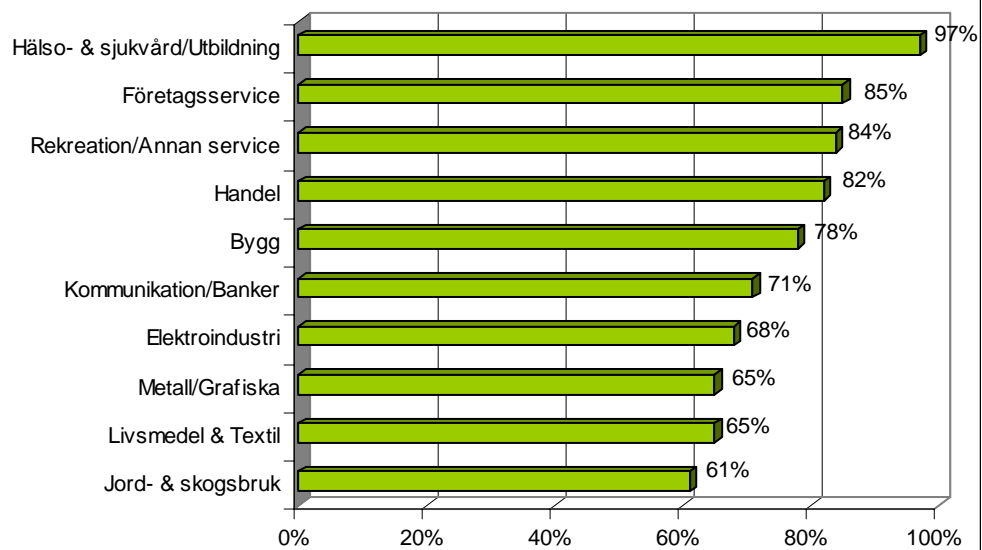


## **Kina hotar inte småföretagets verksamhet men en del känner sig hotade av Baltikum**

77 procent anser att andra länder inte alls kan hota företagets verksamhet. Däremot nämner många Baltikum som hot för deras verksamhet framöver. 7 procent ser Kina som ett framtida hot. Småföretag inom branscher som hälsa, sjukvård och utbildning känner sig helt ohotade av andra länder.

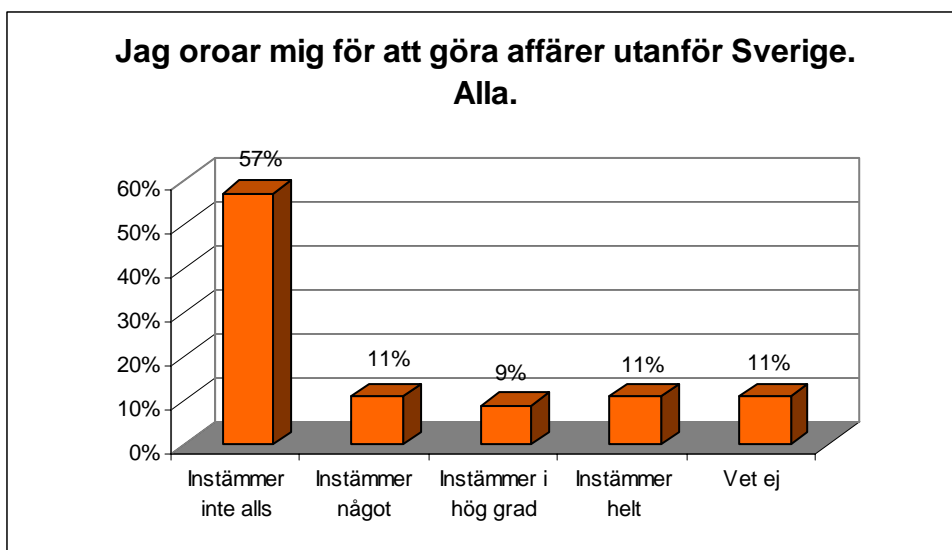


### Nej, inget land kan hota företaget. Bransch.



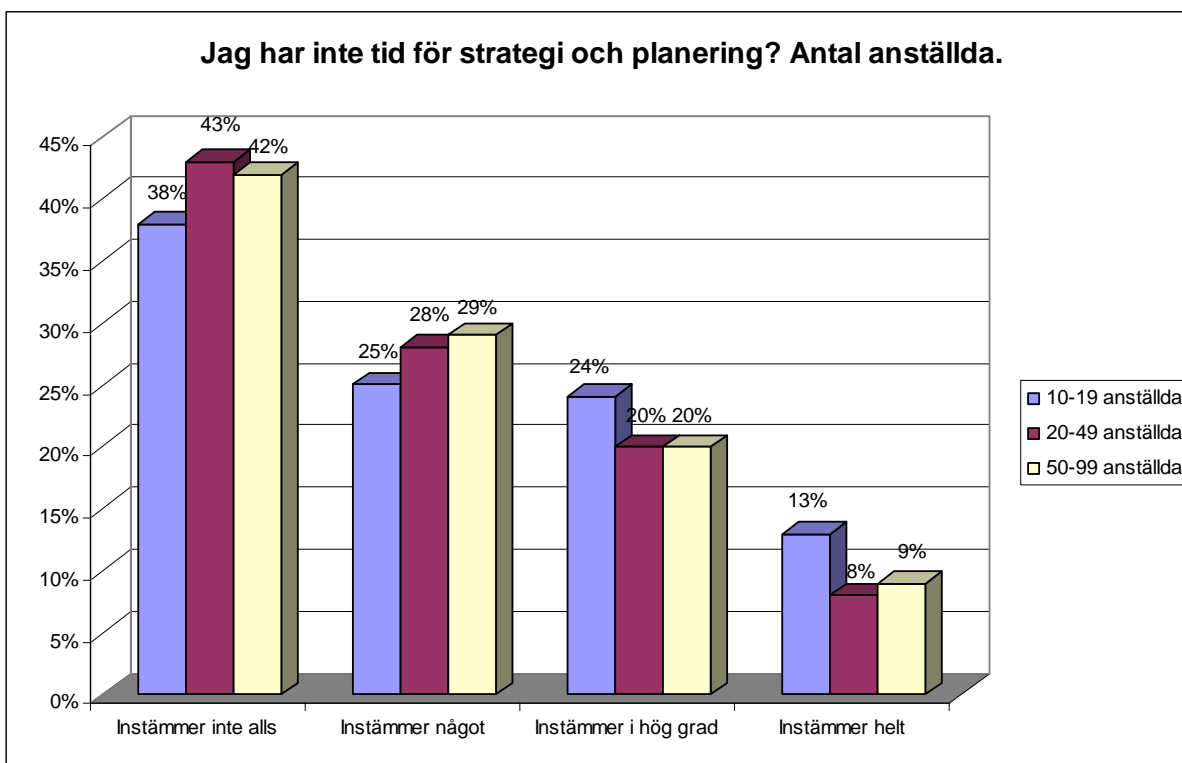
### Var femte småföretagare oroar sig för affärer med utlandet

20 procent av småföretagarna oroar sig för att göra affärer utanför Sverige, 57 procent av småföretag oroar sig *inte* för riskerna med att göra affärer utanför Sverige.

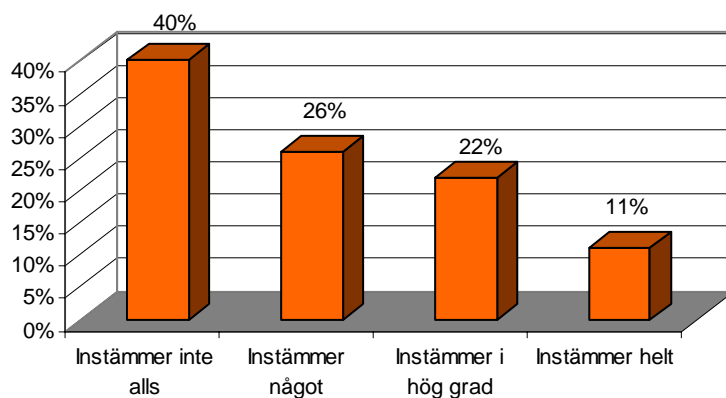


### För lite tid för strategi

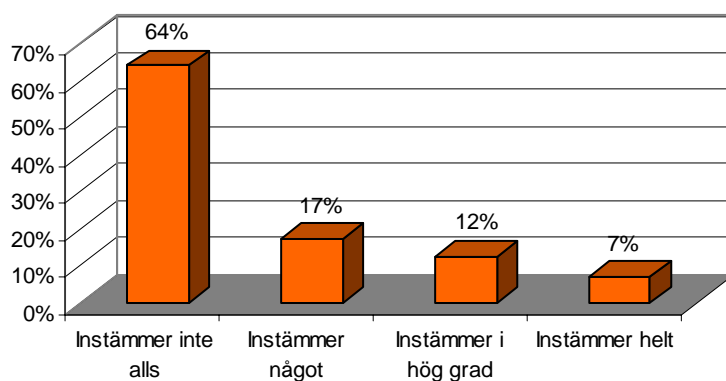
33 procent har inte tid för strategiskt arbete och planering av sin verksamhet. Nästan var femte, 19 procent har inte heller någon att diskutera övergripande företagsfrågor med.



**Jag har inte tid för strategi och planering.  
Alla.**

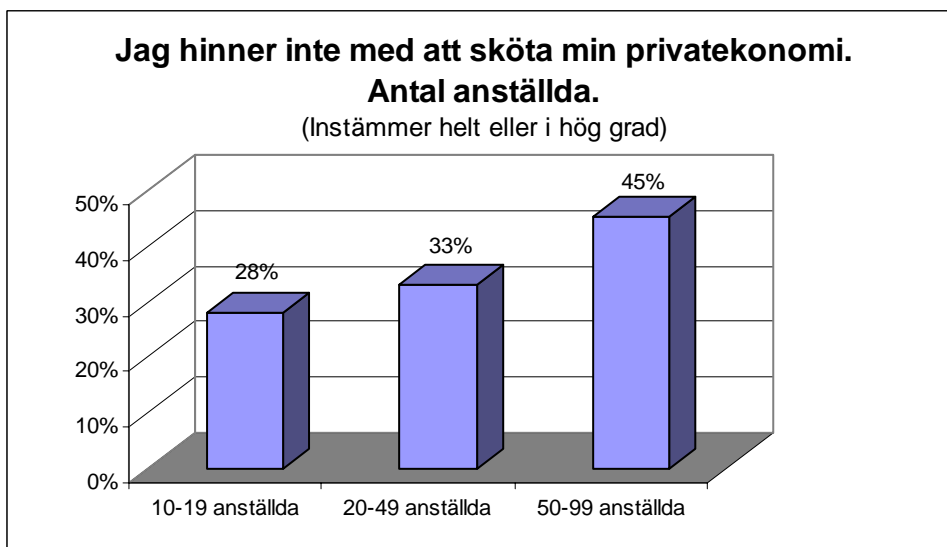
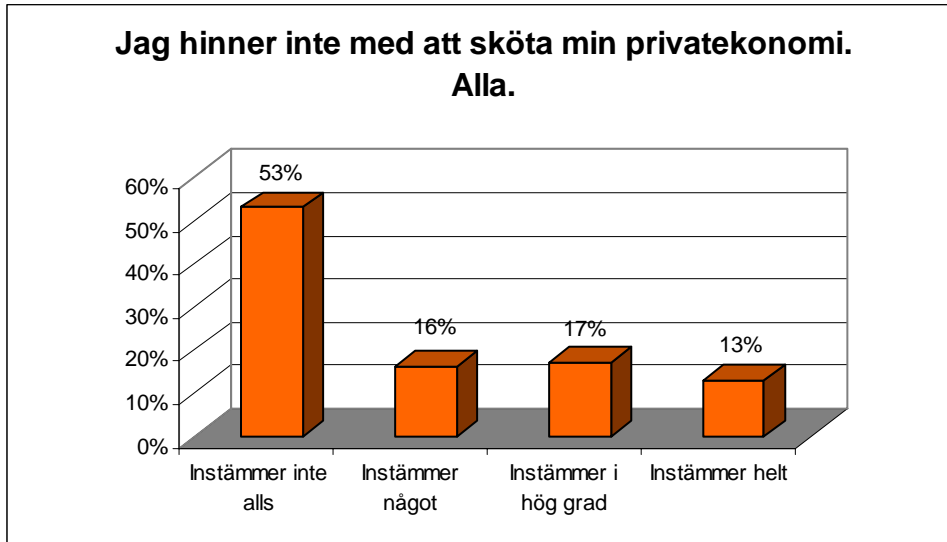


**Jag saknar någon att diskutera övergripande  
företagsfrågor med. Alla.**



### **Privatekonomin hinns inte med**

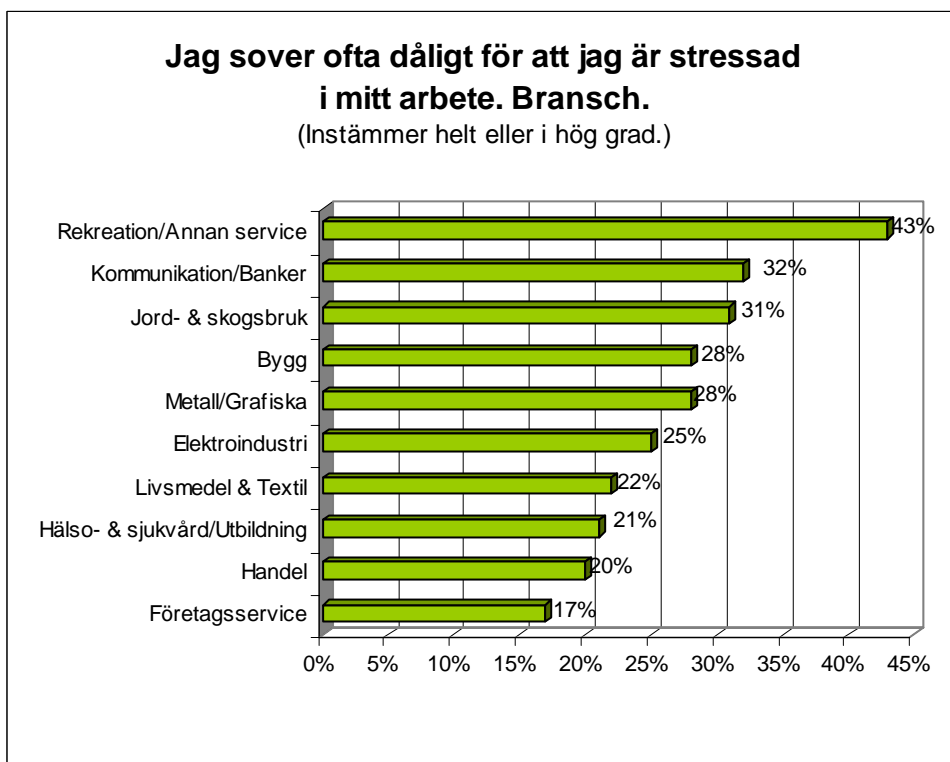
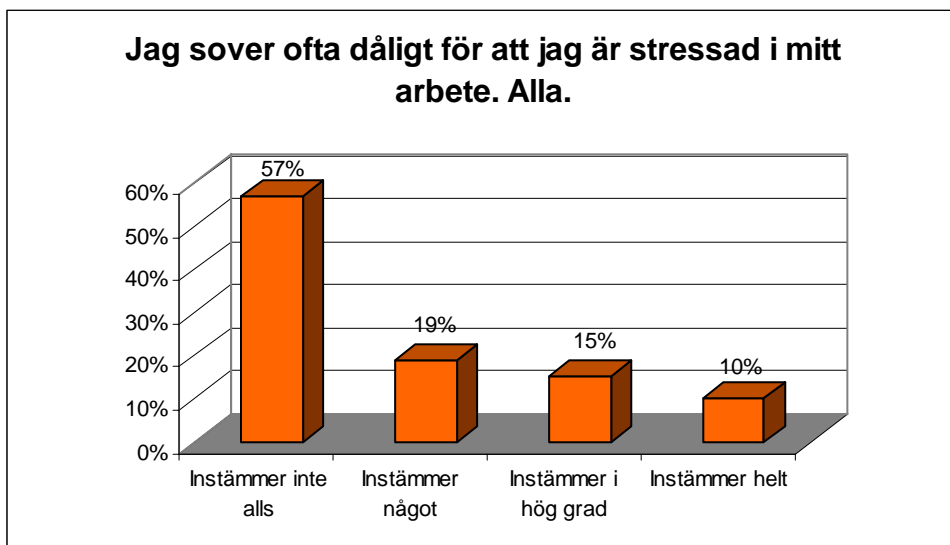
30 procent av småföretagen hinner inte sköta sin privatekonomi och när bolagen blir större hinner närmare hälften (45 procent) av företagen inte med privatekonomin. De större småföretagarna med 50-99 anställda har svårare för att hinna med sin privatekonomi (45 procent) jämfört med de mindre bolagen, 10 – 19 anställda (28 procent).



## Småföretagare sover dåligt och hinner inte med sin hälsa

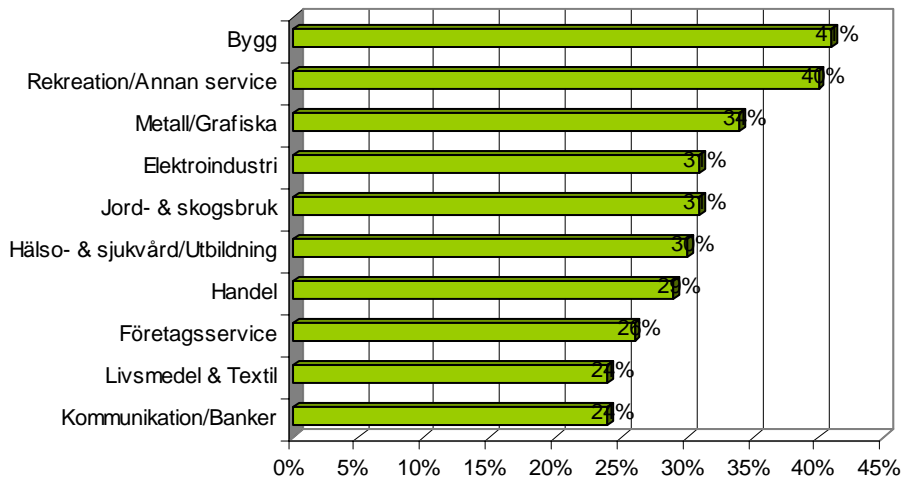
25 procent av alla småföretagare sover dåligt för att de är stressade. Över hälften av alla småföretag vill arbeta mindre för att hinna med familj. 32 procent av alla företagare arbetar så mycket att de inte hinner sköta sin hälsa.

Sämst (43 procent) sover rekreation/servicebranschen. De har också svårt att sköta sin hälsa tillsammans med byggsektorn.



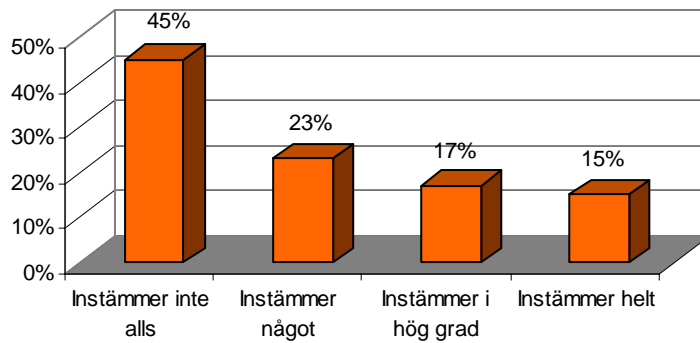
### Jag arbetar så mycket att jag inte hinner sköta min hälsa. Bransch.

(Instämmer helt eller i hög grad)



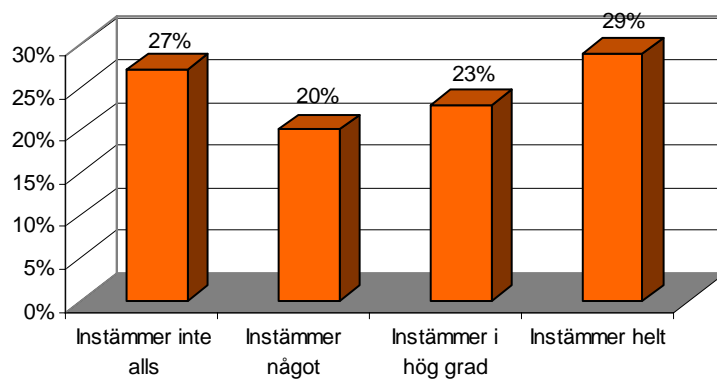
### Jag arbetar så mycket att jag inte hinner sköta min hälsa. Alla.

(Instämmer helt eller i hög grad)





**Jag skulle vilja arbeta mindre för att hinna med min familj. Hela landet.**



## Större framtidstro för företaget än för Sverige

90 procent har framtidstro för företaget och 61 procent har framtidstro för Sverige. Bland företag i branschen Företagarservice finns den största framtidstron för företaget och i elektronikbranschen finns minst framtidstro för Sverige

