

# **De svenska småföretagarna – olika som bär**

**Undersökning av Sveriges småföretagare  
september-oktober 2007**

# Fakta om undersökningen

## Bakgrund och syfte

Det råder en bred samsyn i samhället om att småföretagen och småföretagarna är mycket viktiga för Sveriges framtid. Landets internationella konkurrenskraft, tillgången på arbetstillfällen etc beror i stor utsträckning på om företagen vågar satsa och investera, d v s hur tillväxtorienterade de kommer att vara. Företagsklimatet är därför helt avgörande för landets framtid. Syftet med denna undersökning är att lära sig mer om hur landets småföretagare tänker och agerar – en viktig pusselbit i försöken att skapa bättre förutsättningar för dessa företagare.

Ett stort misstag som många gör när de talar om småföretag och företagare är dock att man klumpar ihop dem till en homogen grupp. Självfallet finns det en hel del gemensamma nämnare hos de personer som startar, driver och utvecklar ett eget företag, men olikheterna är också många. Landets företagare är en heterogen grupp med olika drivkrafter, hinder / möjligheter, egenskaper och syn på sitt företagande och liv.

I arbetet med denna undersökning har vi därför hela tiden haft två parallella perspektiv och arbetssätt; dels att identifiera sådant som förenar de personer som väljer att starta och driva eget företag i dagens Sverige, dels att skapa en tydlig bild av olika undergrupper av småföretagare.

## Metod

Undersökningen genomfördes med hjälp av telefonintervjuer. Frågeformuläret bestod nästan uteslutande av kvantitativa frågor med fasta svarsalternativ, men det fanns också med enstaka öppna frågor som undersökningsdeltagarna besvarade helt fritt, med egna ord. Dessa öppna svar har i efterhand kategoriserats och kvantifierats.

## Undersökningsmålgrupp & urval

Tidigt i projektet definierades och avgränsades undersökningsmålgruppen till att vara "Sverige småföretagare". Först definierade vi vilka typer av företag som var aktuella och relevanta att söka dessa småföretagare bland. Vi kom fram till följande avgränsningar:

- Endast privata företag (ej offentliga organisationer eller offentligt ägda bolag)
- Endast företag med 0-9 anställda
- Endast bolagsformerna AB, HB/KB och enskild firma
- Endast företag med en årsomsättning över 10 000:– (i syfte att undvika den stora mängden passiva företag som finns i landet)

Med hjälp av dessa avgränsningar beställdes ett slumpmässigt och riksrepresentativt urval från SCB:s företagsregister. Den population som definierades med hjälp av avgränsningarna ovan bestod vid urvalstillfället av 544 684 företag.

Undersökningens syfte var, som nämndes initialt, att lära sig mer om landets *småföretagare*. Eftersom det register som SCB drog urvalet från är ett företagsregister – inte ett företagarregister – var det nödvändigt att i inledningen av varje telefonsamtal söka sig fram till rätt person på företaget. Den person som eftersöktes var företagets *ägare*. I de fall företaget visade sig ha flera ägare sökte vi efter den person som var *huvudägare* och/eller *mest aktiv* i bolaget. En passiv ägare som visserligen har en hel del aktier, men som inte är särskilt aktiv i bolaget kändes inte relevant att intervjua – frågorna handlade ju om att vara företagare, inte bara ägare.

I så gott som samtliga fall var det självklart vilken person på företaget som kunde benämnas företagare och som därför skulle intervjuas. Många av företagen hade ingen anställd person mer än ägaren, och i dessa fall var det ju givet vem som skulle intervjuas. I enstaka fall behövde intervjuaren beskriva intervjun och frågorna lite mer ingående och därefter "resonera sig fram" för att komma i kontakt med rätt person.

## **Genomförande**

Telefonsamtalen inleddes, som redan nämnts, med att intervjuaren sökte sig fram till rätt person att intervjua, d v s företagaren. Intervjupersonen informerades sedan om vad intervjun gick ut på, vilka som var uppdragsgivare, hur lång tid intervjun skulle ta samt att deltagandet var konfidentiellt, d v s att inga svar skulle kopplas samman med honom/henne som enskild person. Intervjuaren påpekade också tydligt att det inte rörde sig om någon sorts telefonförsäljning.

Intervjuerna följde det i förväg framtagna frågeformuläret och genomfördes med hjälp av ett så kallat CATI-system (CATI = Computer Aided Telephone Interviews). Ett sådant system underlättar intervjuarbetet och databearbetningen samt möjliggör smidiga lösningar för villkorade frågor (frågor som endast vissa ska besvara – beroende på vad de svarat på en tidigare fråga).

En genomsnittlig intervju tog nästan 20 minuter att genomföra. Intervjuerna var således långa, men eftersom frågorna kändes mycket intressanta och engagerande för intervjupersonerna så var det endast vid ett fåtal tillfällen som respondenter avbröt intervjuerna innan de var slutförda.

## **Databearbetning och analys**

När intervjuerna var slutförda tog vi fram korstabeller för samtliga resultat. Med hjälp av dessa tabeller kunde vi studera hur de svenska småföretagarna svarade på frågorna samt specialgranska hur olika undergrupper av svarande skiljer sig åt – t ex vad gäller kön, ålder, utbildning, familjebakgrund och företagsstorlek.

Därefter gjorde vi en omfattande statistisk analys av datamaterialet – så kallad faktor- och klusteranalys – för att identifiera olika typiska kategorier (kluster) av småföretagare.

Databearbetningen och analyserna gav oss en tydlig bild av sådant som förenar landets småföretagare, men också vilka skillnader som finns mellan olika företagarkategorier.

I denna rapport kommer vi därför att presentera:

- Ett urval intressanta resultat som är gemensamma för landets småföretagare, d v s totalresultaten för alla undersökningsdeltagare.
- En beskrivning av fem olika kategorier /kluster av småföretagare.

## **Antal svarande**

801 småföretagare deltog i undersökningen.

## **Bakgrundsfakta om de svarande**

Könsfördelning:	77% män 23% kvinnor
Genomsnittsålder:	48,8 år
Utbildningsnivå:	35% med universitets- /högskoleutbildning
Antal anställda:	46% med 0 anställda 42% med 1-4 anställda 12% med 5-9 anställda
Utländsk bakgrund:	17%

## **Genomförandeperiod**

10 september – 2 oktober 2007.

## **Datainsamling/telefonintervjuer**

Hermelin Group

## **Huvudansvariga för genomförandet av undersökningen**

Argument AB  
[www.argument.nu](http://www.argument.nu)

## **Uppdragsgivare och kontaktpersoner**

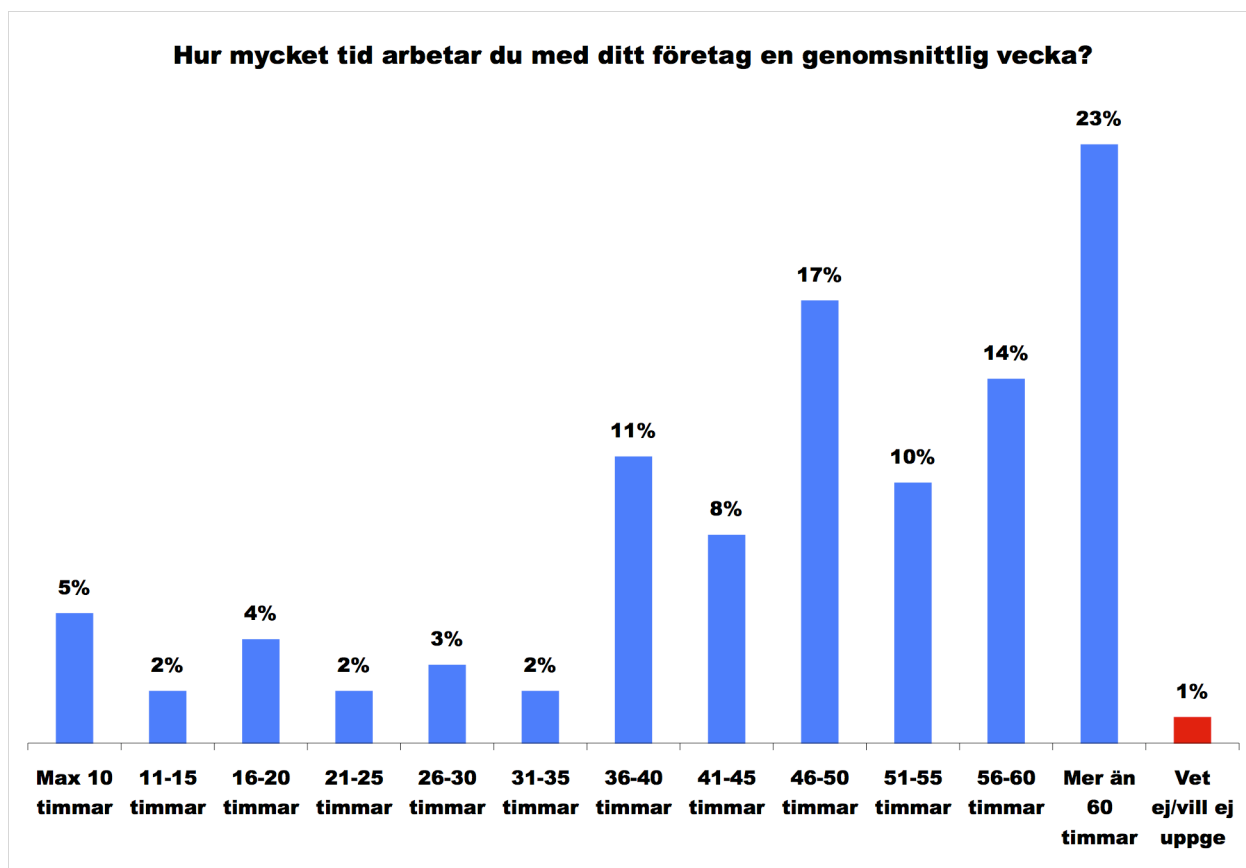
Ingela Hemming, SEB och Camilla Littorin, FöretagarFörbundet

## Gemensamt för landets småföretagare

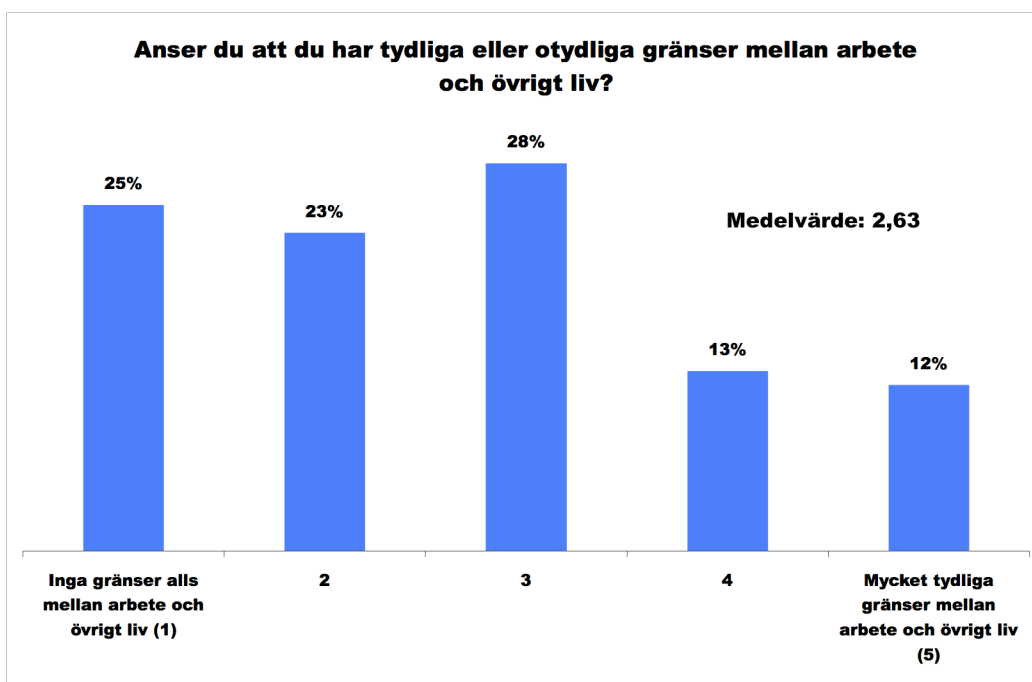
För att bättre se och förstå skillnader mellan olika kategorier/kluster av småföretagare så är det viktigt att först ha en god uppfattning om hur småföretagarna som kollektiv tänker och agerar. Det vill säga: Vad är gemensamt för landets småföretagare? Vad är de överens om och på vilket sätt påminner de om varandra?

I detta kapitel redovisas ett urval av gemensamma resultat från undersökningen. Resultaten ger en övergripande bild av drivkrafter, hinder etc hos landets alla småföretagare. Det är således totalresultaten för ett antal frågor som vi redovisar – inte några resultat nedbrutna på olika undergrupper av svarande.

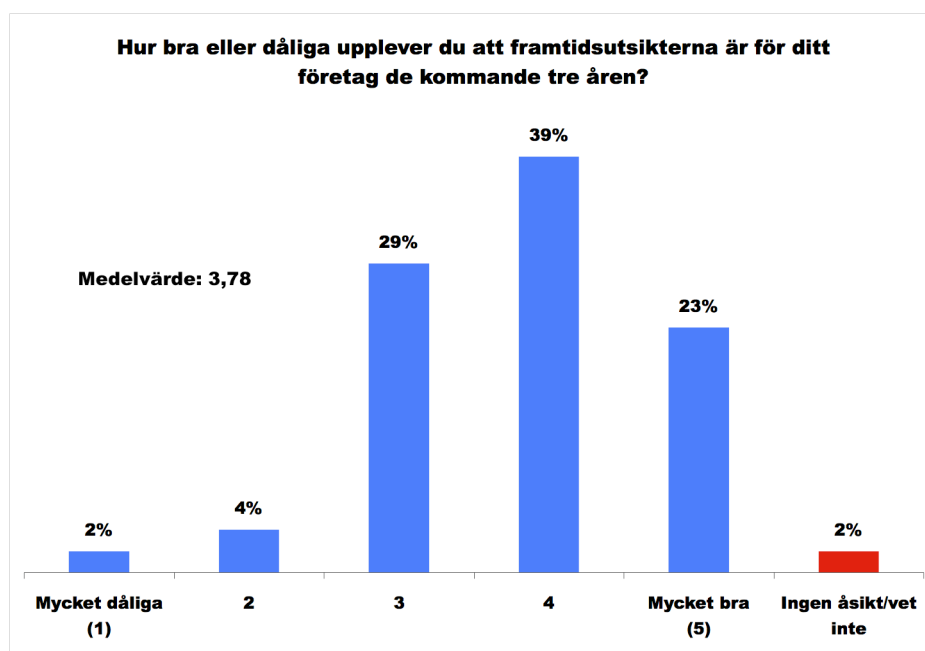
OBS! När man avrundar exakta procenttal till heltal kan en effekt bli att summan av staplarnas värde i ett diagram inte summerar till exakt 100%. När så sker så är det alltså inte något fel i diagrammen, utan endast en effekt av avrundningsreglerna.



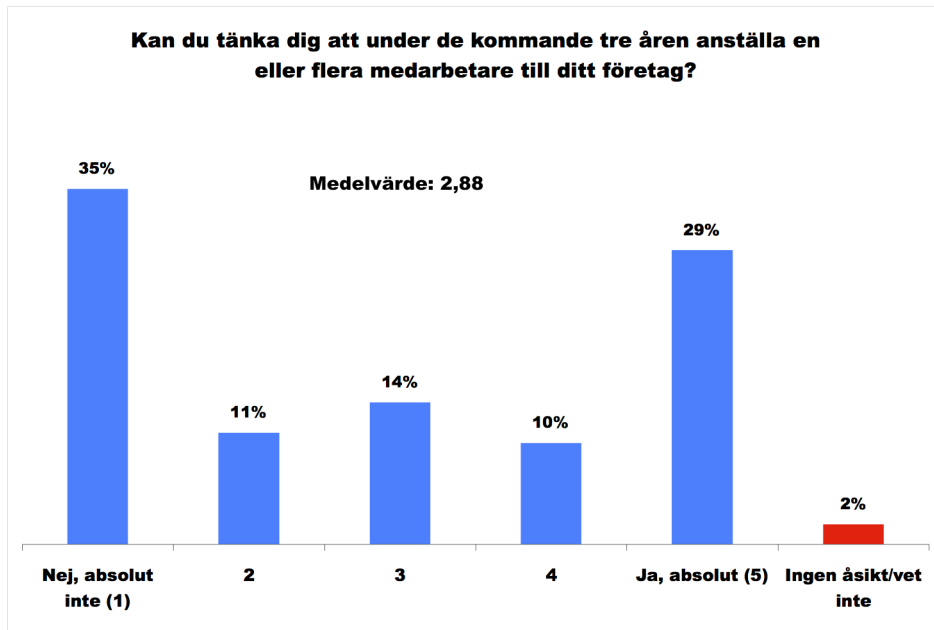
Som vi ser i diagrammet så har landets småföretagare mycket långa och intensiva arbetsveckor. 72% uppger att de arbetar mer än 40 timmar, d v s mer än vad som brukar anses vara en normal arbetsvecka. Nästan hälften av alla småföretagare (47%) svarar att de arbetar mer än 50 timmar en genomsnittlig arbetsvecka.



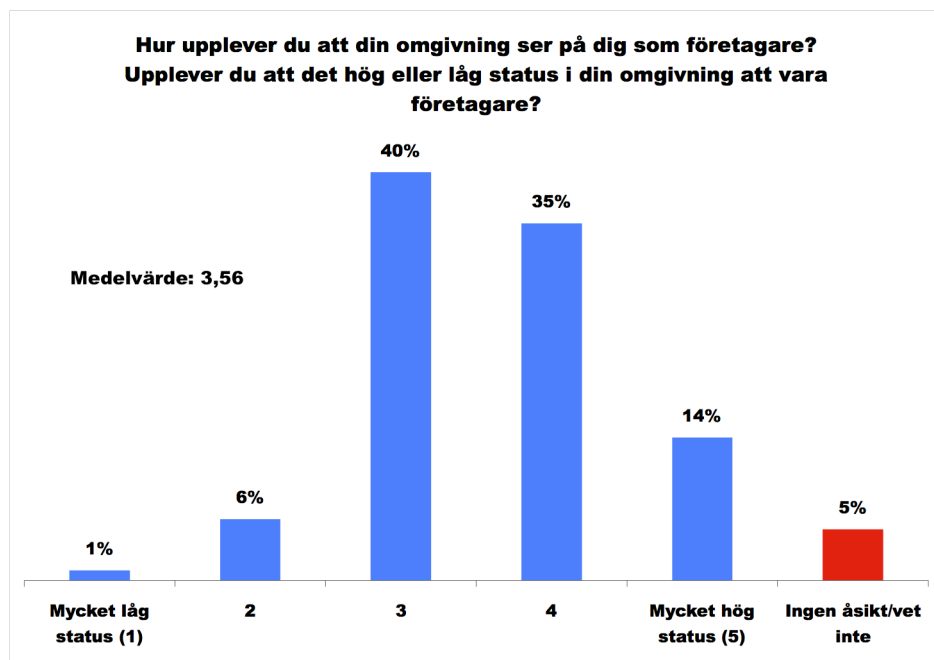
Nästan hälften av landets småföretagare (48%) upplever att de har otydliga eller obefintliga gränser mellan arbete och övrigt liv, d v s svarar 1 eller 2 på den femgradiga skalan. Endast var fjärde småföretagare anser sig ha tydliga eller mycket tydliga gränser mellan arbete och övrigt liv. Medelvärdet på den femgradiga skalan blir så lågt som 2,63.



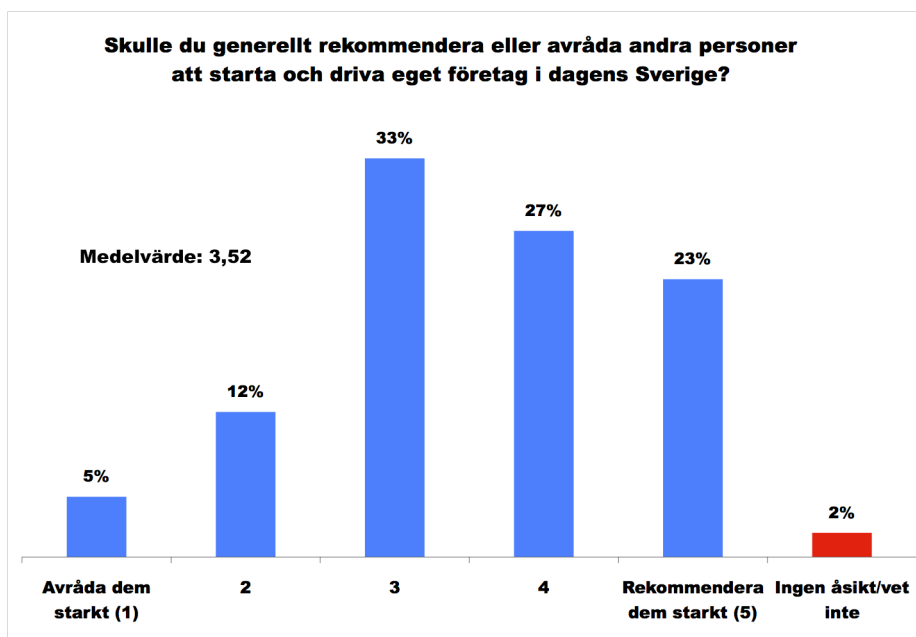
Landets företagare är optimister när man ber dem bedöma företagets framtidsutsikter. Endast 6% upplever att framtidsutsikterna är dåliga eller mycket dåliga, medan 62% svarar 4 eller 5 på den femgradiga skalan. Medelvärdet ligger på 3,78, vilket får anses vara mycket bra. Som jämförelse kan nämnas att de svarande upplever att den *nuvarande lönsamheten* är 3,27 på den femgradiga skalan. Framtidsutsikterna är således ännu bättre än den nuvarande lönsamheten.



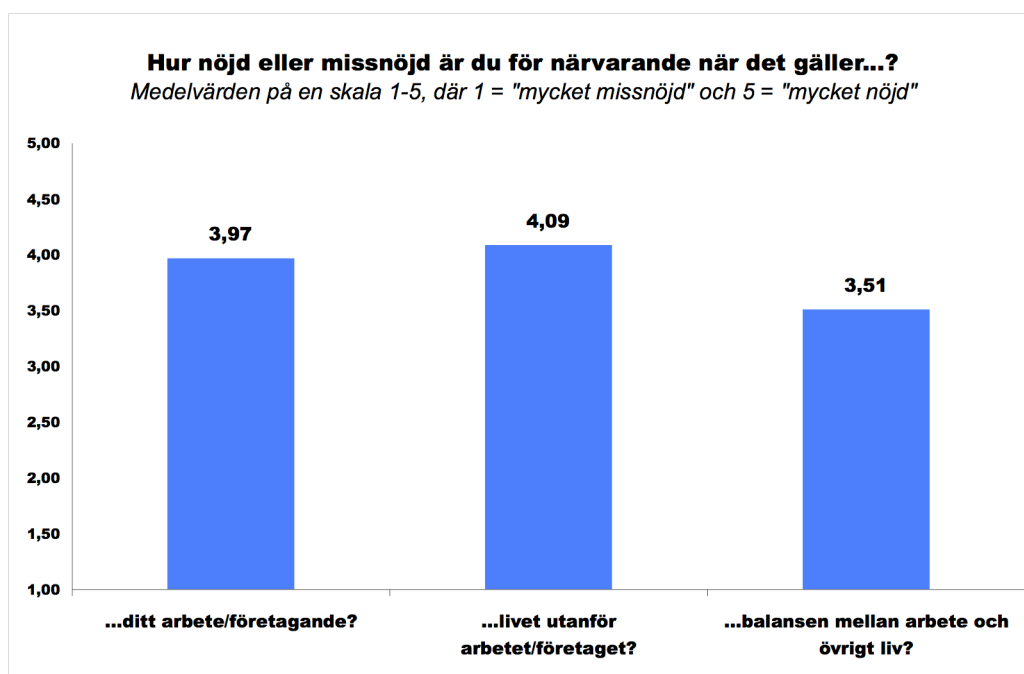
Diagrammet visar att det finns stora grupper av småföretagare som inte kan tänka sig att anställa någon eller några medarbetare de kommande tre åren. I debatten talas det ofta om att stimulera företagen att anställa medarbetare, och visst kan förändringar av lagar, regler och företagsklimat påverka denna anställningsvilja en hel del. Man ska dock inte glömma bort att det också finns en grupp företagare som inte påverkas så mycket av externa omständigheter eftersom de inte har för avsikt att växa genom anställningar.



Över lag är det relativt hög status att vara företagare i dagens Sverige – i alla fall om vi får tro företagarna själva. Endast 7% svarar att det är låg eller mycket låg status i deras omgivning att vara sin egen. Hälften av alla respondenter upplever att egenföretagande har hög eller mycket hög status i deras omgivning. Fyra av tio svarar att det varken är hög eller låg status (svarsalternativ 3 på den femgradiga skalan).

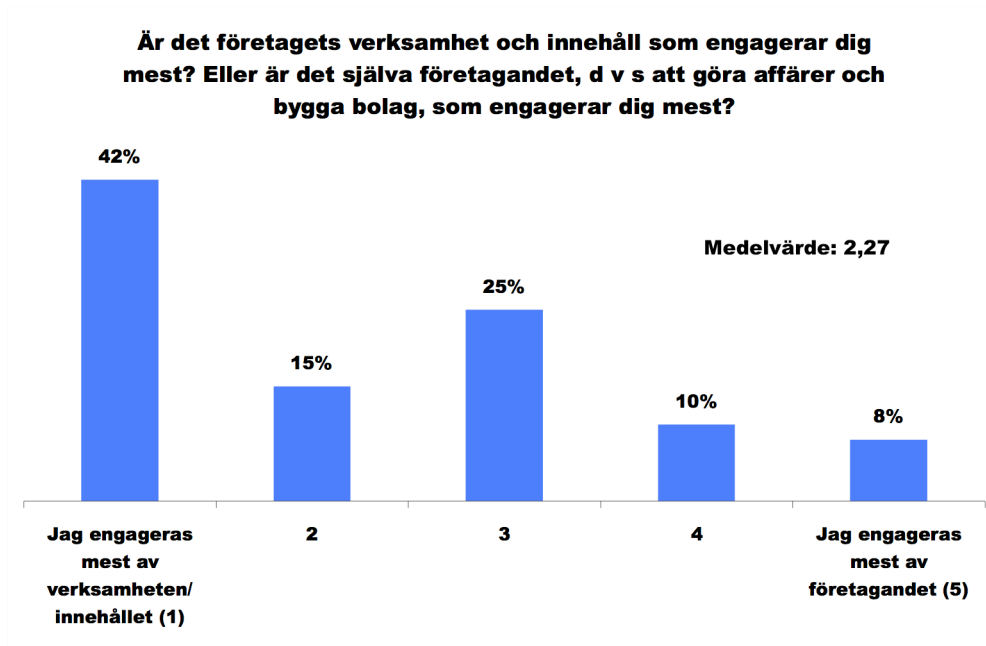


Trots kritiken mot det svenska företagsklimatet svarar hälften av landets småföretagare att de skulle rekommendera andra att starta företag i dagens Sverige. 17% svarar att de skulle avråda andra att bli egenföretagare. När man analyserar detta resultat bör man fundera på hur stor del av svaret som har att göra med livet som egenföretagare generellt och hur stor del som specifikt kopplar till företagsklimatet i dagens Sverige.

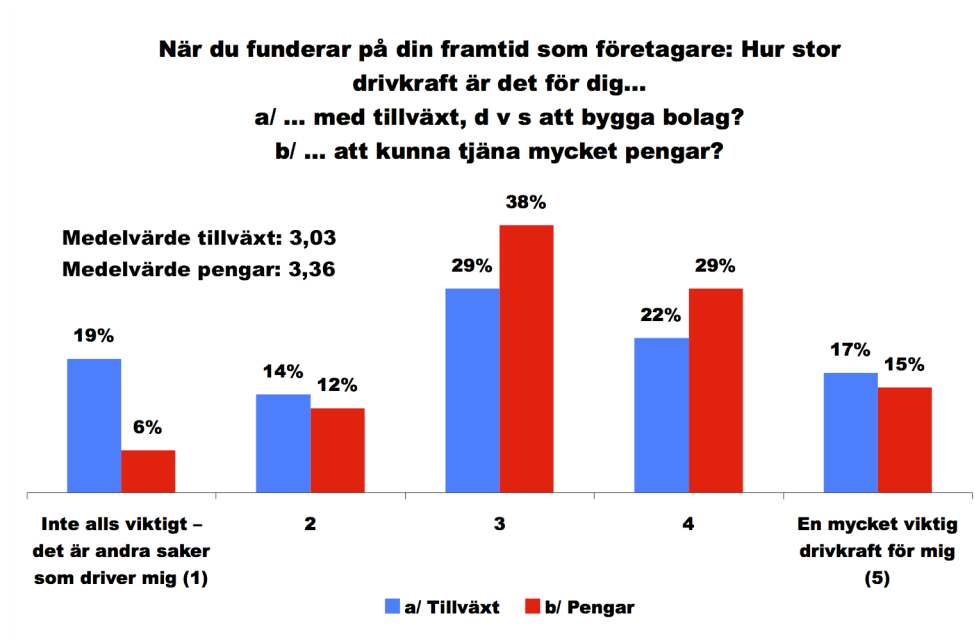


Sveriges småföretagare är över lag nöjda med sin livssituation. Särskilt nöjda är de med sitt arbete/ företagande samt med livet utanför arbetet. Betydligt mindre nöjda är de med balansen mellan arbete och övrigt liv. Om man jämför detta resultat med det vi fick fram när vi frågade hur mycket tid småföretagarna lägger på sitt arbete en genomsnittlig arbetsvecka, så kan man konstatera att företagarna arbetar oerhört mycket och att det sannolikt förklarar varför de saknar en riktigt bra balans i sina liv.





Diagrammet visar tydligt att merparten av alla småföretagare i landet engageras mer av verksamheten och innehållet i arbetet än av själva företagandet. Ofta får man en bild av att företagare skulle vara ett släkte som primärt drivs framåt av att bygga bolag och göra affärer – oberoende av vilken bransch han/hon för tillfället befinner sig i och oberoende av vilka produkter och tjänster företaget säljer. Resultatet i undersökningen förstärker alltså inte denna bild.

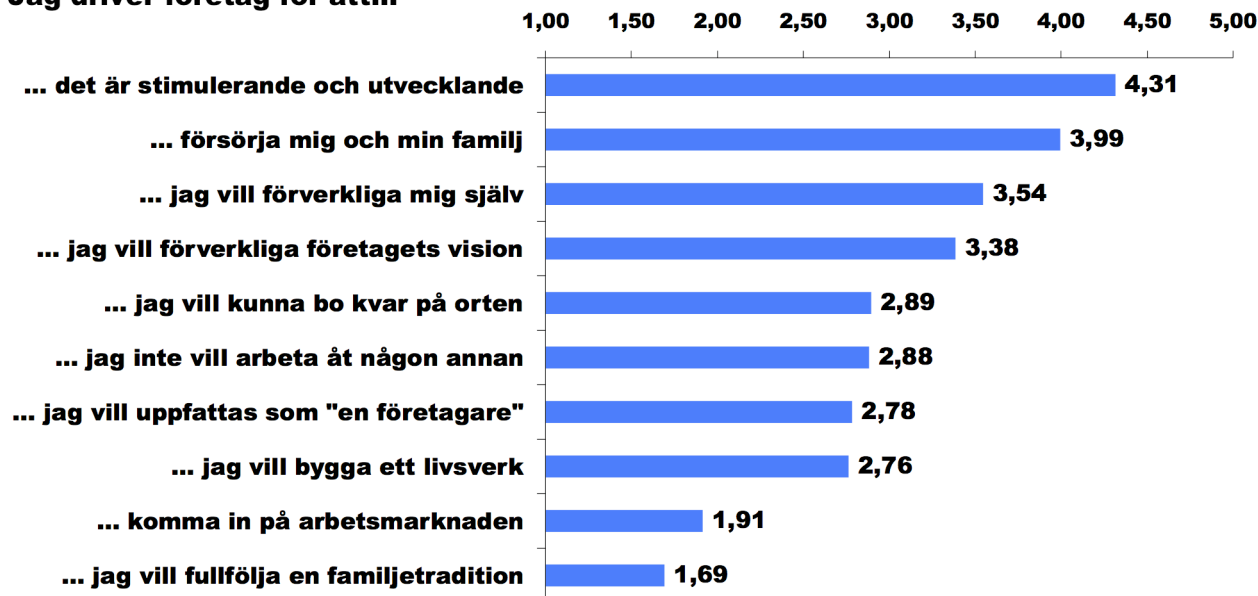


Pengar är en viktigare drivkraft än tillväxt för de flesta av landets småföretagare. Det ena behöver självfallet inte utesluta det andra – snarare tvärtom. Men resultatet visar ändå vilken av dessa två aspekter det är som primärt driver småföretagarna i sitt arbete och företagande. Att inte ha tillväxt som drivkraft är relativt vanligt bland undersökningssdeltagarna (var tredje svarar 1 eller 2 på den femgradiga skalan). Betydligt färre personer (18%) uppger att pengar inte är någon drivkraft för dem.

## Småföretagarnas drivkrafter

Medelvärden på en skala 1-5, där 1 = "stämmer mycket dåligt" och 5 = "stämmer mycket bra"

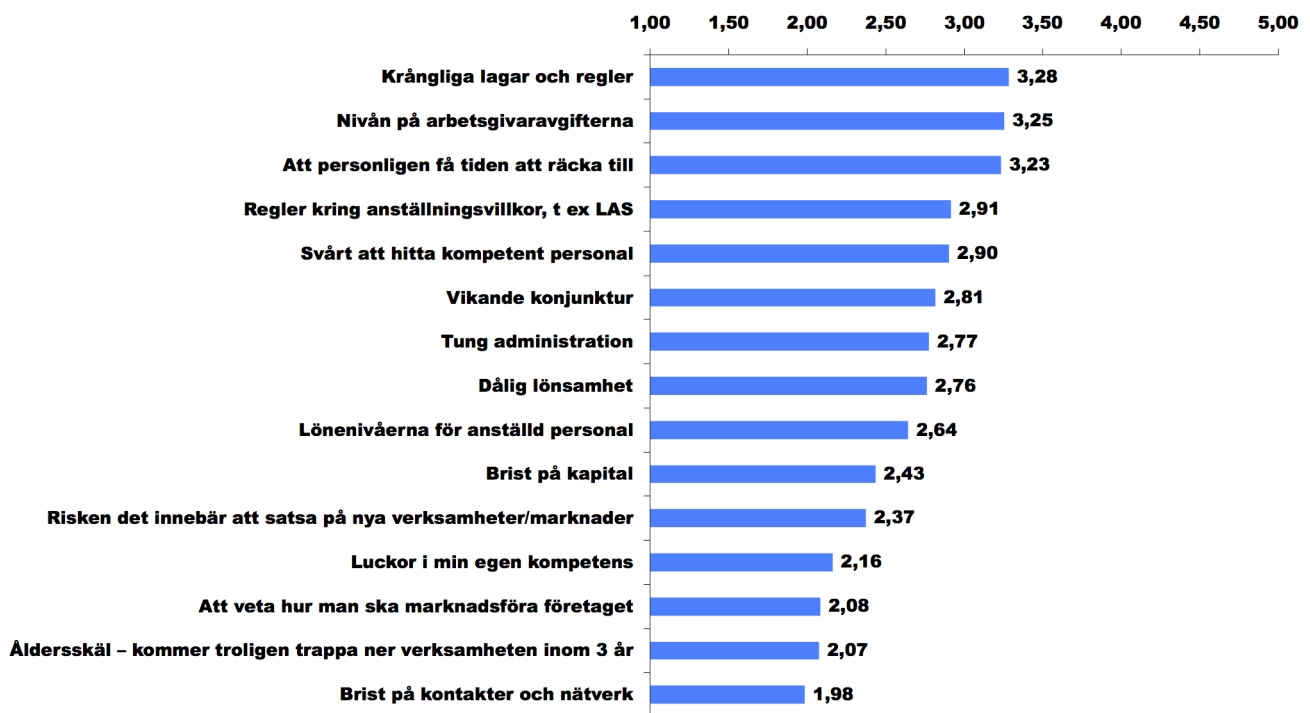
### Jag driver företag för att...



De starkaste drivkrafterna bland landets småföretagare verkar vara sådana som är kopplade till företagarens fria val, d v s att han/hon valt att bli företagare för att han/hon tycker om det – inte för att han/hon måste. Bortsett från behovet av att försörja sig själv och sin familj så är företagarnas starkaste drivkrafter uteslutande sådana som handlar om den egna utvecklingen och självförverkligandet, d v s inifrånstyrda drivkrafter. Längst ner på listan hamnar mer utifrånstyrda drivkrafter; att man driver företag för att kunna komma in på arbetsmarknaden eller för att fullfölja en familjetradition. Här handlar det snarare om måsten, krav och förväntningar än att följa den inre kompassen fullt ut.

## Upplevda hinder och utmaningar de kommande tre åren

Medelvärden på en skala 1-5, där 1 = "inte alls något hinder/utmaning" och 5 = "mycket stort hinder/utmaning"



Generellt kan man konstatera att de svenska småföretagarna inte ser särskilt många och stora hinder framför sig de kommande tre åren. De allra flesta av de uppräknade hindren/utmaningarna får värden under 3,00, d v s anses inte vara särskilt stora. Tre typer av hinder upplevs dock som klart större än övriga; krångliga lagar och regler, arbetsgivaravgifterna och den egna tidsbristen. Det finns ett släktskap mellan den egna tidsbristen och upplevelsen av att regler och lagar är krångliga. Självfallet skulle landets företagare kunna lära sig mer om alla lagar och regler, och därmed inte uppleva dem som särskilt krångliga. Men de har inte tid att sätta sig in i allt detta! Därför står allmänna regelförenklingar högt upp på småföretagarnas önskelista. Att nivån på arbetsgivaravgifterna hämmar småföretagarnas utveckling har vi sett i många tidigare undersökningar. En sänkning av arbetsgivaravgifterna anser småföretagarna vara den allra viktigaste frågan för att skapa ett bättre företagsklimat i landet och för att stimulera nyanställningar.

## **Olika kategorier av småföretagare**

I föregående kapitel gick vi igenom hur alla undersökningsdeltagare svarade på frågorna, d v s totalresultaten för ett urval av frågor. Kapitlet satte fokus på sådant som landets småföretagare har gemensamt och blev därmed en beskrivning av småföretagarna som kollektiv.

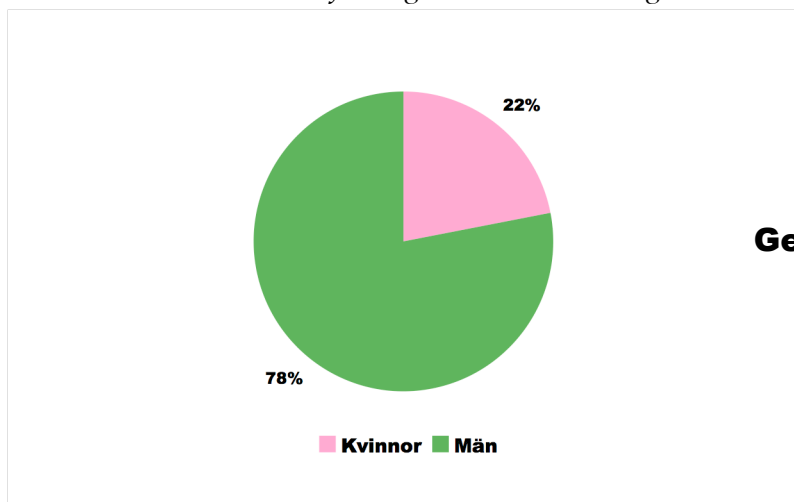
I detta kapitel kommer vi att göra det motsatta, nämligen att belysa skillnader mellan olika undergrupper av småföretagare. Vi kommer ingående beskriva de fem kluster (kategorier av småföretagare) som genererades i faktor- och klusteranalysen.

Vi har givit varje kluster ett namn. Självfallet har denna namngivning skett subjektivt, men den speglar ändå varje klusters specifika egenskaper.

Med början på nästa sida följer en presentation av de fem klustren.

## ”Företagar-Svensson”

21,6% av alla småföretagare i undersökningen



**Genomsnittsålder: 48,6 år**

Detta kluster är det som mest påminner om genomsnittet av landets småföretagare. Företagar-Svenssons egenskaper och svar på frågorna överensstämmer väl med totalresultaten i hela undersökningen. Han är vad man skulle kunna kalla ”småföretagarnas Medelsvensson”.

Många Företagar-Svensson bor på lite mindre orter. Det är förhållandevis få Företagar-Svensson som har föräldrar som är/var företagare, och extra många uppger att de kommer från ett arbetarhem. De är ensamma grundare av sitt företag och ytterst få i detta kluster har tagit in något externt riskkapital för att starta eller utveckla bolaget. De är inte heller särskilt pigga på att anställa ytterligare någon eller några medarbetare. Om de ändå ska anställa någon så handlar det primärt om en person med praktisk yrkesutbildning snarare än med teoretisk högskoleutbildning.

Företagar-Svensson är den kategori av småföretagare vars arbetsdag mest påminner om en ”vanlig” anställd. Han har förhållandevis tydliga gränser mellan arbete och övrigt liv och han kan absolut tänka sig att bli vanligt anställd igen – han är inte född till egenföretagare. I Företagar-Svenssons omgivning är det inte heller särskilt hög status att vara egenföretagare.

Han skaffar sig huvudsakligen kunder via personliga kontakter och nätverk – inte genom marknadsföring och reklam. Det finns Företagar-Svensson i så gott som alla branscher och verksamheter. En viss överrepresentation från detta kluster finner vi dock i följande branscher:

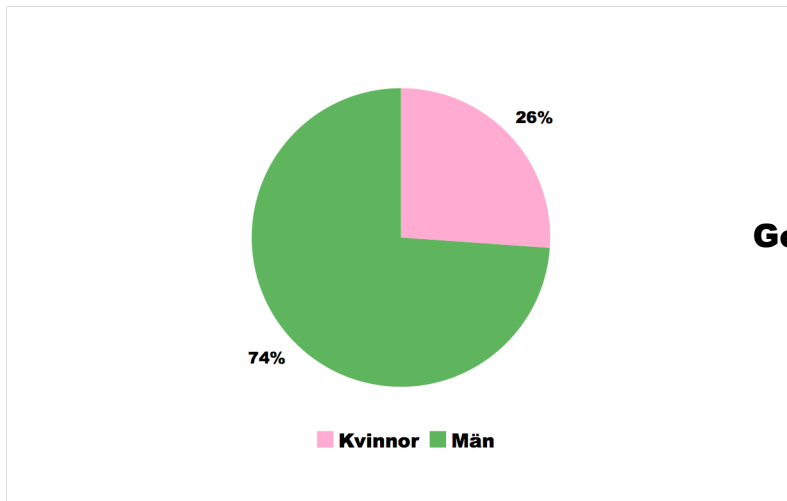
- Handel
- Resor, turism och fritid
- Utbildning
- Frisör
- Skogsbruk
- Vissa konsultverksamheter

Totalt sett är Företagar-Svensson inte helt nöjd med sitt arbete/företagande. Han är inte heller fullt ut tillfreds med balansen mellan arbete och övrigt liv och han skulle inte rekommendera andra att bli egenföretagare i dagens Sverige.

På fritiden ägnar sig Företagar-Svensson åt ungefär samma saker som andra småföretagare. Man ser dock att han är extra intresserad av hem & trädgård.

## ”Fixaren”

32,2% av alla småföretagare i undersökningen



**Genomsnittsålder: 40,5 år**

Denna kategori av småföretagare är den som relativt sett innehåller flest kvinnor. Trots detta är det en kraftig manlig dominans även inom klustret Fixaren. Snittåldern är klart lägre än i övriga kluster – strax över 40 år. Utbildningsnivån är signifikant lägre än bland småföretagare i allmänhet – endast 29% i klustret Fixaren har en universitets-/högskoleutbildning.

I kategorin Fixaren finns extra många med utländsk bakgrund; 24% (jämfört med 17% totalt bland landets småföretagare).

Fixaren driver ett relativt nystartat företag som han/hon själv är grundare av och som befinner sig i tillväxt. Fixarens företag har alltså inte ärvts eller övertagits av någon annan.

En starkt utmärkande egenskap för Fixaren är att han/hon arbetar mycket. Arbetsveckan är mycket lång och trots det har Fixaren ofta något annat arbete vid sidan av det egna företaget. Till råga på allt så är Fixaren också socialt utåtriktad och engagerad i utvecklingen av lokalsamhället – en typisk ”spindeln i nätet”. I Fixarens omgivning är det förhållandevis hög status att vara sin egen.

Fixaren har höga ambitioner; han/hon vill expandera sin verksamhet och det finns en stor vilja att anställa nya medarbetare i takt med att bolaget växer. De personer som Fixaren kommer att anställa behöver inte nödvändigtvis ha någon formell utbildning – företagets verksamhet kräver sällan det. Fixaren känner sig stolt över att skapa arbetstillfällen på orten.

Personerna i detta kluster är ofta riskbenägna och vill prova allt som ger dem ett rikare liv. De engageras mer av företagandet, d v s av att göra affärer och bygga bolag, än av själva verksamheten och innehållet. De har också en positiv bild av företagets framtidsutsikter, men ser också att de offensiva satsningarna kan skapa en hel del hinder som de måste ta sig över. Så trots den i grunden mycket positiva inställningen till framtiden finns det också inslag av oro hos Fixaren.

Fixaren har alltid sett på sig själv som en typisk egenföretagare. Trots det så stänger han/hon inte dörren för att någon gång framöver bli ”vanligt anställd” igen – Fixaren har en öppen inställning till framtiden och är beredd att testa nya utmaningar.

Utmärkande för Fixarens företag är att de säljer sina produkter och tjänster till privatpersoner. Kunderna finns lokalt och till skillnad från många andra småföretagare så skaffar sig Fixaren kunder genom marknadsföring/försäljning – inte bara via personliga kontakter och nätverk.

Fixaren har många olika drivkrafter i sitt företagande. Han/hon strävar både efter tillväxt och att tjäna mycket pengar. Fixaren känner ett ansvar gentemot andra att driva företaget vidare och målet är att företaget ska finnas kvar även när han/hon slutar – en ambition att bygga ett livsverk.

Även de mer direkta personliga drivkrafterna är många; Fixaren driver företag för att komma in på arbetsmarknaden, kunna bo kvar på orten och försörja sin familj. Men han/hon är också egenföretagare för att slippa arbeta åt någon annan, kunna styra mer över sitt eget liv och för att förverkliga sig själv.

Trots att Fixaren huvudsakligen har inifrånstyrda drivkrafter och inte primärt känner något tvång att driva eget företag, så leder de intensiva och långa arbetsdagarna till att han/hon inte är helt nöjd med sitt liv utanför arbetet. Och även balansen mellan arbete och fritid kunde ha varit bättre – tiden räcker inte till för att få vardagen att gå ihop.

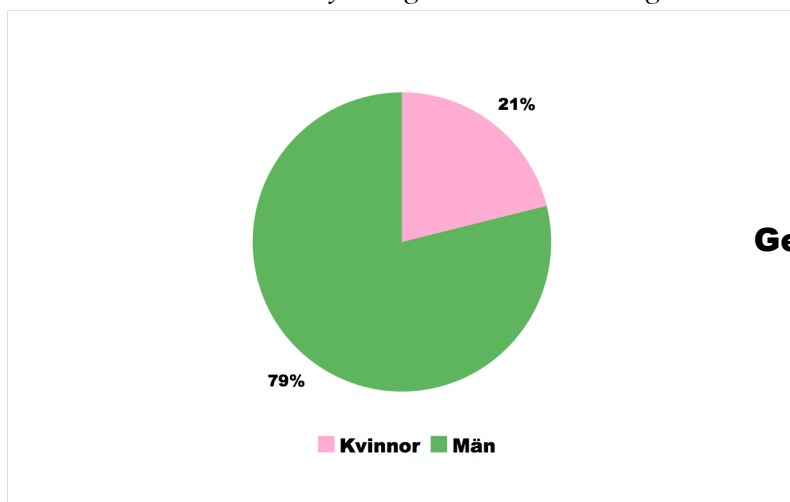
Den lilla fritid som Fixaren har ägnas nästan uteslutande åt att umgås med familj och vänner – Fixaren är ju en social person med ett brett kontaktnät. Även motorsport och film/bio nämner Fixaren som sådant han/hon gärna skulle vilja lägga mer tid på.

De branscher som man finner flest Fixare i är:

- Restaurang
- Godstransporter
- Handel
- Taxi
- Bygg & rivning
- Frisör
- Lokalvård
- Vissa konsultverksamheter

## ”Livsnjutaren”

15,2% av alla småföretagare i undersökningen



**Genomsnittsålder: 58,1 år**

Livsnjutaren är den äldsta småföretagaren med en snittålder strax över 58 år. Det är något fler män i detta kluster (79%) än i småföretagargruppen i sin helhet. Utmärkande för dem som ingår i gruppen Livsnjutaren är att de har en högre utbildningsnivå än många andra småföretagare och att förhållandevis många har vuxit upp i akademikerhem. Det finns en överrepresentation av Livsnjutare i storstadsområdena, särskilt i Stockholm.

Livsnjutarens ålder indikerar att företaget startades för ganska länge sedan. Idag är många av dessa företag väletablerade och i flera fall uppger Livsnjutarna att deras företag t o m befinner sig i avvecklingsfas. Livsnjutaren startade själv företaget en gång i tiden – ensam eller tillsammans med annan/andra. Ytterst få Livsnjutare har ärvt eller på annat sätt övertagit en fungerande verksamhet.

Idag driver Livsnjutaren ett enmansföretag – endast ett fåtal av dessa företag har några anställda utöver ägaren. Livsnjutaren har inte heller några planer på att anställa några nya medarbetare i företaget. Men om han ändå, mot förmodan, skulle göra det så skulle nästan bara personer med akademisk utbildning komma i fråga. Företagets verksamhet bygger nämligen på medarbetarnas teoretiska kunskaper och datoranvändandet ligger på en högre nivå än i de flesta andra småföretag. Det finns en överrepresentation av handelsbolag i detta kluster och de allra flesta Livsnjutarföretag producerar och säljer tjänster – inte varor. Det är också tydligt att Livsnjutaren driver ett företag som inte har särskilt fysiskt krävande verksamhet.

Livsnjutaren driver ett business-to-business-företag med kunder i den privata och offentliga sektorn. Ytterst få Livsnjutarföretag har några privatpersoner som kunder. Livsnjutaren har förhållandevis många internationella kunder och han skaffar sig dessa kunder via personliga kontakter och nätverk – inte genom marknadsföring och reklam.

Det mest utmärkande draget hos Livsnjutarna är att de prioriterar fritid och fritidsaktiviteter högt. De är inte beredda att ”arbeta ihjäl” sig – det har de kanske redan gjort under sina många år i arbetslivet. Många Livsnjutare har börjat trappa ner och arbetar inte överdrivet många timmar i veckan. Ytterst få Livsnjutare har något annat arbete vid sidan om det egna företaget.



Eftersom Livsnjutaren inte satsar särskilt hårt på sitt arbete och företagande så är inte heller omsättningen särskilt hög idag. Han tycker inte att företagets lönsamhet är något att skryta med, men han har ändå inga planer på att förändra verksamheten. Istället ser han framför sig att han fortsätter driva verksamheten som idag i några år till. Eftersom det knappast finns någon annan person som sedan kommer att ta över verksamheten så upplever Livsnjutaren inte att företaget har några egentliga framtidsutsikter. Detta ser han dock inte som något egentligt problem, utan som en naturlig utveckling. Många Livsnjutare har säkert redan byggt upp en trygg privatekonomi och känner därför ingen som helst oro inför framtiden.

Över lag är Livsnjutaren mycket nöjd med sitt liv, såväl vad gäller arbetet som fritiden – samt även balansen mellan dessa båda. Han ser till att sätta upp tydliga gränser mellan arbete och övrigt liv och han kostar på sig att lägga mycket tid på olika fritidsaktiviteter.

Han har idag inga starka drivkrafter i sitt företagande. Varken pengar eller tillväxt motiverar honom särskilt mycket längre. Det som engagerar honom mest idag är istället själva verksamheten, d v s arbetets innehåll. Företagandet, d v s att göra affärer och bygga bolag känns inte alls lika engagerande för Livsnjutaren. Han är inte heller särskilt riskbenägen.

För Livsnjutaren är egenföretagande det enda tänkbara sättet att arbeta idag. Han trivs mycket bra med friheten som egen och han kan absolut inte tänka sig att bli "vanligt anställd". Han tvekar inte heller att rekommendera andra personer att bli företagare i dagens Sverige.

Livsnjutarna arbetar huvudsakligen i följande branscher:

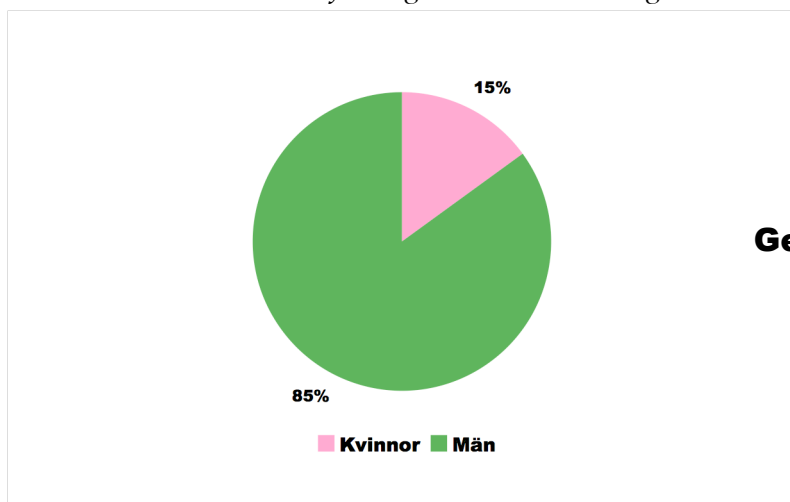
- Teknisk konsultverksamhet
- Konsultverksamhet inom organisation, information etc
- IT-konsultverksamhet
- Bokföring, redovisning, revision

Livsnjutaren lägger, som namnet antyder, mycket tid på olika fritidsaktiviteter. Nedan finns en lista på fritidsintressen som är typiska för Livsnjutaren:

- Resor
- Natur, skog, fjäll och vildmark
- Hem & trädgård
- Läsa böcker
- Golf
- Båtar, segling, skärgård
- Kultur (konst, teater etc)
- Musik
- Föreningsliv

## ”Arvtagaren”

13,0% av alla småföretagare i undersökningen



**Genomsnittsålder: 49,2 år**

Arvtagaren är det mest mansdominerade klustret bland småföretagarna – endast 15% i denna kategori är kvinnor. Genomsnittsåldern överensstämmer väl med landets småföretagare i allmänhet och ligger strax under 50 år. Det finns i princip inga personer alls med utländsk bakgrund bland Arvtagarna.

De som ingår i klustret Arvtagaren avviker en hel del från övriga småföretagare. Den största skillnaden är att så många Arvtagare, precis som namnet antyder, har ärvt eller på annat sätt övertagit företaget. Så många som 89% i denna kategori av småföretagare har svarat att den ena eller båda föräldrarna är / var företagare. Det rör sig alltså huvudsakligen om olika typer av familjeföretag, företrädesvis jordbruk, som startades för länge sedan och som nu är väletablerade bolag. Förhållandevis många av dessa företag har någon gång tagit in riskkapital i bolaget.

Många av Arvtagarna bor i glesbygden och utbildningsnivån är mycket låg. Företagarna i detta kluster använder inte datorn alls lika ofta och mycket som övriga småföretagare. Arbetet är istället fysiskt krävande och det som produceras och säljs är varor – inte tjänster. Utbildningskraven är generellt låga för dem som arbetar i Arvtagarens företag.

Det är också tydligt att dessa familjeföretag är starkt lokalt och nationellt orienterade. Underleverantörerna kommer från närliggande orter medan kunderna finns runt om i hela landet. I princip inga Arvtagar-företag har någon internationell verksamhet eller försäljning. Den absoluta merparten av alla kunder finns i den privata sektorn – endast ett fåtal Arvtagare säljer till privatpersoner eller till den offentliga sektorn.

För Arvtagaren är det helt naturligt och självklart att vara egenföretagare. Han har växt upp i ett jordbrukar-/företagarhem och ser på sig själv som en företagare i själ och hjärta. Arvtagaren påpekar dessutom att eget företag i princip är det enda sättet att bedriva verksamhet inom hans bransch.

Hans företagidentitet i kombination med verksamhetens karaktär (i många fall jord- eller skogsbruk) leder till att gränserna mellan arbete och övrigt liv suddas ut. Arvtagarna driver typiska livsstilsföretag och det är inte många inom denna småföretagarkategori som kan tänka sig att bli ”vanligt anställd.”

Arvtagaren upplever att det är relativt låg status i hans omgivning att vara egenföretagare. Själv är han inte heller helt nöjd med sitt arbete/företagande, och han skulle inte direkt rekommendera andra att starta och driva företag i dagens Sverige. Att expandera verksamheten genom att anställa någon eller några medarbetare känns inte heller så lockande för Arvtagaren.

Även om han inte har några stora tillväxtplaner så känner han ett stort ansvar gentemot familjen och omgivningen att driva företaget vidare. Han driver företaget för att kunna försörja sig och sin familj idag, men hans tydliga mål är samtidigt att företaget ska finnas kvar när han själv slutar.

Att han genom sitt företagande skapar arbetstillfällen på orten är något som Arvtagaren är stolt över. Han har generellt ett starkt lokalt fokus och är betydligt mer intresserad av det som händer på orten än det som händer runt om i världen. En viktig drivkraft i företagandet är just att kunna bo kvar på orten.

Politiskt står han långt till höger men är ändå inte särskilt lockad av att engagera sig i samhällsutvecklingen. Och när det gäller den tekniska utvecklingen i samhället kan han ibland känna sig helt maktlös.

Samtidigt som han känner ett stort ansvar att fullfölja en familjetradition så kan han känna en viss oro inför framtiden. Han ser en hel del hinder och utmaningar torna upp sig och han känner sig inte helt trygg i hur han som företagare ska hantera dessa problem framöver.

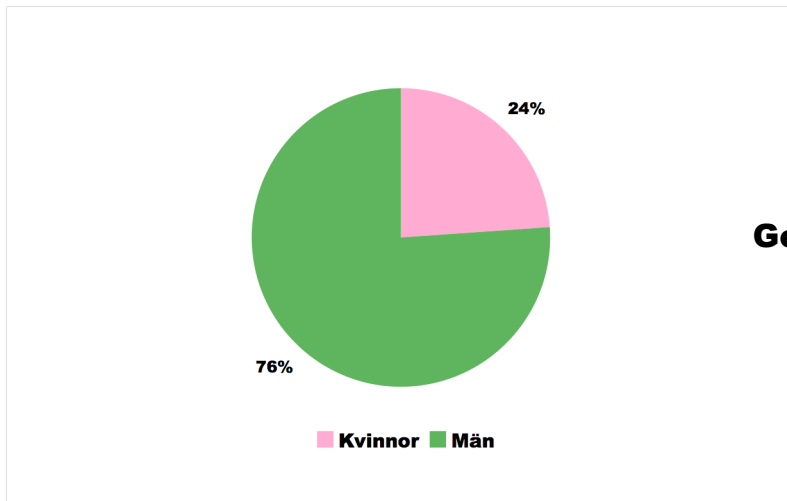
Arvtagarna finns starkt koncentrerade i några få branscher. Man hittar särklassigt flest av dessa småföretagare inom jord- och skogsbruket, men även bland landets åkerier (branschen godstransporter) hittar vi många Arvtagare.

Som redan nämnts flyter arbete och fritid ihop i Arvtagarens liv, men när han kan välja helt fritt vad han ska syssla med så blir det ofta någon av följande aktiviteter:

- Umgås med familjen
- Vara ute i naturen/skogen/fjällen/vildmarken
- Jaga och fiska
- Meka med bilar
- Utöva olika action-, kamp- eller äventyrssporter
- Dansa

## ”Utvecklaren”

18,0% av alla småföretagare i undersökningen



**Genomsnittsålder: 55,4 år**

Utvecklaren är en lite äldre småföretagare (snittålder strax över 55 år). Fördelningen mellan kvinnor och män stämmer väl överens med fördelningen bland landets samtliga småföretagare; ungefär var fjärde Utvecklare är kvinna.

Personerna i detta kluster har växt upp i tjänstemannahem och har idag själva en hög utbildningsnivå. Det finns en överrepresentation av Utvecklare i storstäderna, utan att det för den skull är fritt från denna småföretagartyp på mindre orter.

Det visar sig att det inte enbart är Utvecklaren som är lite äldre än snittet av landets småföretagare – även hans/hennes företag har några år på nacken. När bolaget startades en gång i tiden var det ofta flera ”Utvecklare” som tillsammans grundade det. Många av dessa företag har tagit in externt riskkapital någon gång under resan – antingen i samband med starten av bolaget eller för att kunna finansiera någon nysatsning. Rent allmänt kan man säga att Utvecklaren är en riskbenägen person.

Idag har Utvecklarens företag relativt många anställda och bolagsformen är så gott som alltid aktiebolag. Företaget är idag väletablerat och Utvecklaren har en tydlig ambition att i framtiden kunna sälja/överlåta verksamheten till någon annan ägare.

Utvecklaren driver inte sitt företag enbart för att ha en meningsfull sysselsättning för stunden, utan han/hon vill, som namnet antyder, hela tiden utveckla verksamheten och medarbetarna. Målet är att företaget ska finnas kvar även när Utvecklaren själv inte längre är aktiv.

Utvecklaren är en senior person som tidigare arbetade i ett storföretag, men som tröttnade på det och därför startade eget. Innerst inne har Utvecklaren alltid sett sig själv som egenföretagare även om han/hon först skaffade sig gedigen erfarenhet som anställd innan företagardrömmarna förverkligades. Idag kan Utvecklaren absolut inte tänka sig att bli ”vanligt anställd” igen – han/hon blev ju företagare för att kunna styra mer över sitt eget liv och förverkliga sina drömmar.

Det blir ofta långa och intensiva arbetsveckor för Utvecklaren – det finns alltid mycket att göra i företaget och nya utmaningar att ta tag i. Det finns därför inte tid för något annat arbete vid sidan om det egna företaget.

Utvecklaren är totalt sett mycket nöjd med sin livssituation. Han trivs mycket bra med arbetet/företagandet och även fritiden ger han högt betyg åt. Kanske skulle han/hon önska sig lite mer tid och därmed bättre balans mellan arbete och övrigt liv, men det handlar inte om något stort problem. Utvecklaren tvekar inte att rekommendera andra att starta och driva eget företag i dagens Sverige, och han/hon upplever dessutom att det är relativt hög status att vara egenföretagare. Politiskt står Utvecklaren ganska långt åt höger.

Företagets kunder finns ofta utomlands – Utvecklaren är den mest internationellt orienterade av de olika småföretagartyperna. Bolagets omsättning är förhållandevis hög och lönsamheten är god. Även när Utvecklaren blickar in i framtiden så är han/hon optimist – företagets framtidsutsikter är mycket goda och han är inte särskilt orolig för att något ska gå snett.

Det finns bland Utvecklarna en generellt positiv inställning till att anställa nya medarbetare. De ställer dock höga krav på dessa personer; de bör ha en akademisk utbildning för att vara intressanta att anställa. I vissa fall krävs det t o m att personen i fråga har forskat vidare efter examen. Inte helt oväntat så är datoranvändandet på Utvecklarens företag intensivt och centralt för verksamheten.

Med den förhållandevis omfattande verksamhet som Utvecklaren har byggt upp så känner han/hon å ena sidan stolthet över att skapa arbetstillfällen, å andra sidan ett ansvar gentemot andra att driva företaget vidare.

Utvecklaren har många olika drivkrafter i sitt företagande; han/hon drivs framåt av en vilja att tjäna mycket pengar men också av att skapa tillväxt. Det är primärt företagandet som engagerar Utvecklaren, d v s att göra affärer och bygga bolag. Innehållet i verksamheten är självfallet också viktigt för Utvecklaren, men ändå inte lika engagerande som de mer entreprenöriella sidorna av företagandet.

På fritiden ägnar sig Utvecklaren gärna åt att resa, åka skidor eller bara vistas ute på sommarstället. Musik och mat & dryck är andra saker som Utvecklaren verkligen anser förgyller tillvaron.

I följande branscher återfinns man extra många Utvecklare:

- Konsultverksamhet inom organisation, information etc
- Teknisk konsultverksamhet
- Värme & sanitet
- Godstransporter