

Företagande i utsatta områden 2025



Kunskapspartner till Järvaveckan Research:



Innehåll

01	Vilka står bakom	04
	Om Stiftelsen Järvaveckan	04
	Om Järvaveckan Research	05
	Om vår kunskapspartner: FAR	05
	Förord av Stiftelsen Järvaveckans vd och ordförande	06
	Förord av FAR:s vd	07
02	Om rapporten	08
03	Sammanfattning av resultaten	09
04	Att starta och driva företag	12
05	Framtidsvision och resurser	17

06	Försäkring, bank och hyresvärd	32
07	Brottslighet och påverkan på företag	36
08	Om undersökningen	46
	Översikt av de svarandes sammansättning	52
	Metodbeskrivning och genomförande	48
	Fakta: 59 utsatta områden	49
09	Kontakt- uppgifter	50

01

Vilka står bakom

01.1

Om Stiftelsen Järvaveckan

Stiftelsen Järvaveckan är det övergripande namnet för tre olika verksamheter: **Järvaveckan Evenemang**, **Järvaveckan Research** och **Järvaveckan Dialog**. Stiftelsen Järvaveckan är en ideell, politiskt och religiöst obunden stiftelse.

SYFTE

Stiftelsen Järvaveckans syfte är att bidra till ett samhälle där mångfald är en allmänt erkänd styrka. Ett samhälle där alla oavsett bakgrund får möjlighet att bidra med och utvecklas i sin fulla potential till gagn för samhällsutvecklingen, för näringsliv och ekonomi och för den enskilda individen.

ÖVERTYGELSE

Vår vision är ett samhälle där alla kan vara med och påverka samhällsutvecklingen och känna delaktighet på lika villkor. Ett samhälle där var och en har möjlighet att skapa sin framtid.

Vår mission är att bidra till att mångfalden skapar möjligheter. Vägen dit går via öppna samtal som bygger på ömsesidig respekt och gemensam kunskap. Där är Stiftelsen Järvaveckan en expert som bidrar med nya insikter och en kraft för brobyggande möten. Stiftelsen Järvaveckan är den självklara mötesplatsen för öppna samtal och vidgade vyer, där fler röster blir hörda och fler perspektiv och fakta blir kända. Våra tre verksamhetsområden är :

- **Järvaveckan Evenemang:** vi organiserar större evenemang så som det årliga evenemanget Järvaveckan på Spånga IP.
- **Järvaveckan Research:** vi tar fram och sprider ny kunskap och vetenskapligt grundade rapporter. som ger nödvändiga insikter om det svenska samhället för upplysta samtal och offentlig debatt.
- **Järvaveckan Dialog:** samtalsserie för öppna, inkluderande diskussioner om samhällets mest angelägna utmaningar – i form av rundabordssamtal, seminarier, paneler och workshops

01.2

Om Järvaveckan Research

Järvaveckan Research fördjupar insikter och debatt genom att ta fram och publicera faktagrapporter och ge utrymme åt de röster och perspektiv som traditionellt förbises. Våra rapporter vilar på vetenskaplig grund, där vi tar stöd av etablerade undersökningsföretag och statistik från myndigheter.

Samarbete är nyckeln till vår framgång och vi samarbetar med en rad olika kunskapspartners, inklusive företag, stiftelser och myndigheter. Detta säkerställer att våra rapporter är välgrundade, relevanta och aktuella. Det ger oss också möjlighet att sprida våra resultat brett och påverka samhällsdebatten.

Genom att utveckla och distribuera faktagrapporter och nya perspektiv ger vi en inblick i livsvillkoren för boende i olika områden och

befolkningsgrupper över hela Sverige. Vår research är tänkt att bryta ytterligare ett slags utanförskap, nämligen det som uppstår när många har bestämda uppfattningar om områden och befolkningsgrupper utan att egentligen skaffa sig en bredare bild av verkliga förhållanden. Vår övergripande ambition är att bidra till en mer nyanserad och konstruktiv samhällsdebatt och inspirera till positiv förändring.

01.3

Om vår kunskapspartner: FAR

FAR är en branschorganisation för revisorer, redovisningskonsulter, lönekonsulter och skatterådgivare.

Såväl FAR som dess medlemmar stöttar företagare med kompetens, resurser och praktisk kunskap kring de lagar och regler som styr företagandet i Sverige. FAR har drygt 5 000

medlemmar och cirka 900 medlemsföretag inom revision, redovisning och rådgivning. FAR:s medlemsföretag är allt från byråer med några få anställda till stora koncerner.

01.4

Stiftelsen Järvaveckans vd och ordförande



För andra året presenterar Järvaveckan Research rapporten Företagande i utsatta områden. Rapporten är en viktig temperaturmätare på villkoren för de entreprenörer som är ryggraden i många lokalsamhällen och vars potential är enorm.

Årets siffror målar upp en tydlig och stundtals kärv bild: viljan och ambitionen att driva och utveckla företag är stark i socio-ekonomiskt utsatta områden, men förutsättningarna förblir ofta mer utmanande än för företagare i övriga delar av Sverige. Mest slående är den fortsatta ekonomiska utsattheten: enbart 37 % av företagare i utsatta områden kan försörja sig på sitt företag, mot 64 % i övriga landet. Nästan två av tre (61 %) uppger att de har en ansträngd ekonomi och många startar företag som en nödvändighet för att säkra familjens försörjning. Det är också dubbelt så vanligt bland företagare i utsatta områden att man drivs av en starkvilja att skapa jobbtillfällen.

Men företagarnas ambitioner och ansträngningar möter betydande hinder: sämre tillgång till nätverk, kapital och affärsverktyg, ett kundu-

nderlag med svagare köpkraft, och ibland en otrygg närmiljö. Att nästan fyra av tio överväger flytt på grund av lönsamhetsproblem är en allvarlig varningssignal.

Rapporten är dock mer än en redovisning av siffror. Den är en uppmaning till handling och en påminnelse om outnyttjad potential. Bakom varje siffra finns en företagare som drömmar, kämpar och bidrar. Att investera i dessa entreprenörer genom rätt förutsättningar är inte bara rättvist, utan en smart och nödvändig strategi för Sveriges utveckling och konkurrenskraft.

För att realisera deras potential och inspirera fler, krävs mer jämlika och ändamålsenliga förutsättningar. Vi hoppas årets insikter sporrar till debatt, nya lösningar och konkreta åtgärder från beslutsfattare och andra aktörer – för stärkt företagskraft, undanröjda hinder och frigjord innovationskraft i hela Sverige.

Ahmed Abdirahman, Vd & grundare Stiftelsen Järvaveckan

Caroline Berg, Ordförande & medgrundare, Stiftelsen Järvaveckan

01.5

Företagandet i utsatta områden har fortsatt utmaningar



För andra året i rad har vi tillsammans med Järvaveckan research undersökt förutsättningarna för företagare i utsatta områden. I likhet med förra året visar den här rapporten att det finns stora skillnader när det gäller att driva företag i utsatta områden jämfört med övriga Sverige.

Förutsättningarna för att starta, driva och utveckla företag borde vara desamma oavsett var i Sverige man är verksam. Men tyvärr är det inte så verkligheten ser ut.

Bland annat anger en betydligt lägre andel av företagarna i utsatta områden att de kan försörja sig på sin verksamhet, vilket innebär att de befinner sig i en mer utsatt ekonomisk position. Det är dessutom färre företag i utsatta områden som är försäkrade. En annan skill-

nad är att företagare i utsatta områden i högre grad startar företag för att kunna försörja familjen medan företagare i övriga Sverige i högre grad motiveras av att förverkliga en idé.

Men det finns positiva inslag. Undersökningen visar också att andelen företagare i utsatta områden som tar hjälp av revisorer, redovisningskonsulter, lönekonsulter och skatterådgivare är nästan lika stor som i andra delar av landet. Det ser jag som ett tydligt tecken på att man vill göra rätt från början. Det innebär också att vår bransch har goda möjligheter att bidra till en positiv utveckling i utsatta områden.

Min förhoppning är att den här rapporten ska inspirera till en fortsatt konstruktiv diskussion om vilka åtgärder som behövs för att förbättra förutsättningarna för företagare i utsatta områden.

Karin Apelman, Vd, FAR

02

Om rapporten



02.1

Om rapporten

Rapporten **"Företagande i utsatta områden"** undersöker förutsättningarna för företagare i utsatta områden att bedriva sin verksamhet i jämförelse med övriga Sverige. Genom att analysera svar från företagare lyfter rapporten fram skillnader och likheter i till exempel resursanvändning, tillväxtambitioner, ekonomiska utmaningar, nöjdhet med försäkrings- och banktjänster, säkerhet, digitalisering och behov av stöd. Rapporten syftar till att ge förståelse för de utmaningar och möjligheter som företagare i olika delar av landet står inför. Med rapporten hoppas vi att beslutsfattare och andra intressenter ska kunna skapa bättre förutsättningar för företagande i hela Sverige.

03

Sammanfattning av resultaten

03.1

Företagande i utsatta områden – en analys av olika villkor

Företagande i utsatta områden i Sverige uppvisar både likheter och påtagliga skillnader jämfört med företagande i övriga delar av landet. Baserat på undersökningsresultatet framträder en bild som utmanar vissa förväntade skillnader samtidigt som den bekräftar andra.

Ekonomiska villkor

Den mest framträdande skillnaden gäller företagarnas ekonomiska situation. Endast 37 % av företagarna i utsatta områden säger sig kunna försörja sig utan problem på sin verksamhet, jämfört med 64 % i övriga Sverige. Detta innebär att företagare i övriga Sverige nästan dubbelt så ofta har en ekonomiskt stabil situation genom sitt företagande.

I utsatta områden uppger 61 % av företagarna att de har en ansträngd försörjningssituation (antingen att de kan försörja sig men att det är knappt, eller att de behöver komplettera med andra inkomstkällor), jämfört med 36 % i övriga Sverige. Nästan en tredjedel (30 %) av företagarna i utsatta områden behöver komplettera med andra inkomstkällor, jämfört med 17 % i företagare i övriga Sverige.



Framtidsutsikter och tillväxtambitioner

Företagare i utsatta områden uppvisar på ett intressant sätt starkare tillväxtambitioner jämfört med övriga Sverige, men ser samtidigt större hinder för tillväxt:

- 30 % av företagarna i utsatta områden vill växa men ser svårigheter, jämfört med 24 % i övriga Sverige
- Företagare i övriga Sverige är i betydligt högre utsträckning nöjda med nuvarande situation (43 %) jämfört med företagare i utsatta områden (28 %)

Geografiska förändringar övervägs i högre grad av företagare i utsatta områden. Medan 83 % av företagare i övriga Sverige inte funderar på att flytta sin verksamhet, gäller detta bara 73 % av företagarna i utsatta områden. Dubbelt så många företagare i utsatta områden (8 %) jämfört med övriga Sverige (4 %) funderar på att flytta hela företaget till en annan ort.

Utmaningar för tillväxt

De främsta utmaningarna för tillväxt som rapporteras skiljer sig mellan områdena:

- För litet kundunderlag och stor konkurrens är ett större problem i utsatta områden (39 %) jämfört med övriga Sverige (23 %)
- Svårigheter att hitta kompetent personal är mer utmanande i övriga Sverige (33 %) än i utsatta områden (23 %)
- Företagare i utsatta områden upplever större problem med att sakna nätverk och kontakter (9 %) jämfört med övriga Sverige (2 %)
- Intressant nog är det regelverk och byråkrati som företagare i övriga Sverige upplever som ett större problem (27 %) jämfört med utsatta områden (17 %)



Brottsutsatthet

Mot förväntningar visar studien att den totala brottsutsattheten för företag är relativt likartad i båda kontexter. 57 % av företagen i båda grupperna uppger att de inte har drabbats av något brott, vilket innebär att drygt fyra av tio företag har drabbats av någon form av brottslighet oavsett geografiskt läge.

De tydligaste skillnaderna gäller brottsstrukturen:

- Snatterier är nästan tre gånger vanligare i utsatta områden (20 %) jämfört med övriga Sverige (7 %)
- Bedrägerier är däremot betydligt vanligare i övriga Sverige (25 %) jämfört med utsatta områden (15 %)
- Hot förekommer nästan dubbelt så ofta i utsatta områden (11 % jämfört med 6 % i övriga Sverige)

Professionellt stöd och försäkringar

Företagare i utsatta områden har i mindre utsträckning tillgång till professionellt stöd:

- Företag i övriga Sverige är i högre utsträckning försäkrade (83 %) jämfört med företag i utsatta områden (76 %)
- I utsatta områden anger 18 % av företagarna uttryckligen att deras företag inte är försäkrat, jämfört med 13 % i övriga Sverige

Det finns en tydlig skillnad i tillgång till och användning av professionella företagstjänster. Företagare i utsatta områden vänder sig i högre grad till informella och kostnadsfria tjänster när de behöver hjälp med sitt företag, medan företagare i övriga Sverige i högre grad har tillgång till professionell rådgivning som bankrådgivning och redovisningstjänster.

Slutsatser

Sammanfattningsvis visar undersökningen att företagande i utsatta områden präglas av:

1. Större ekonomiska utmaningar och lägre lönsamhet
2. Högre tillväxtambitioner men fler upplevda hinder för tillväxt
3. Större problem med marknadsförutsättningar och nätverk, men mindre problem med regelverk och byråkrati
4. En annan typ av brottsstruktur men inte nödvändigtvis högre total brottsutsatthet
5. Mer begränsad tillgång till professionella företagstjänster och finansiell infrastruktur

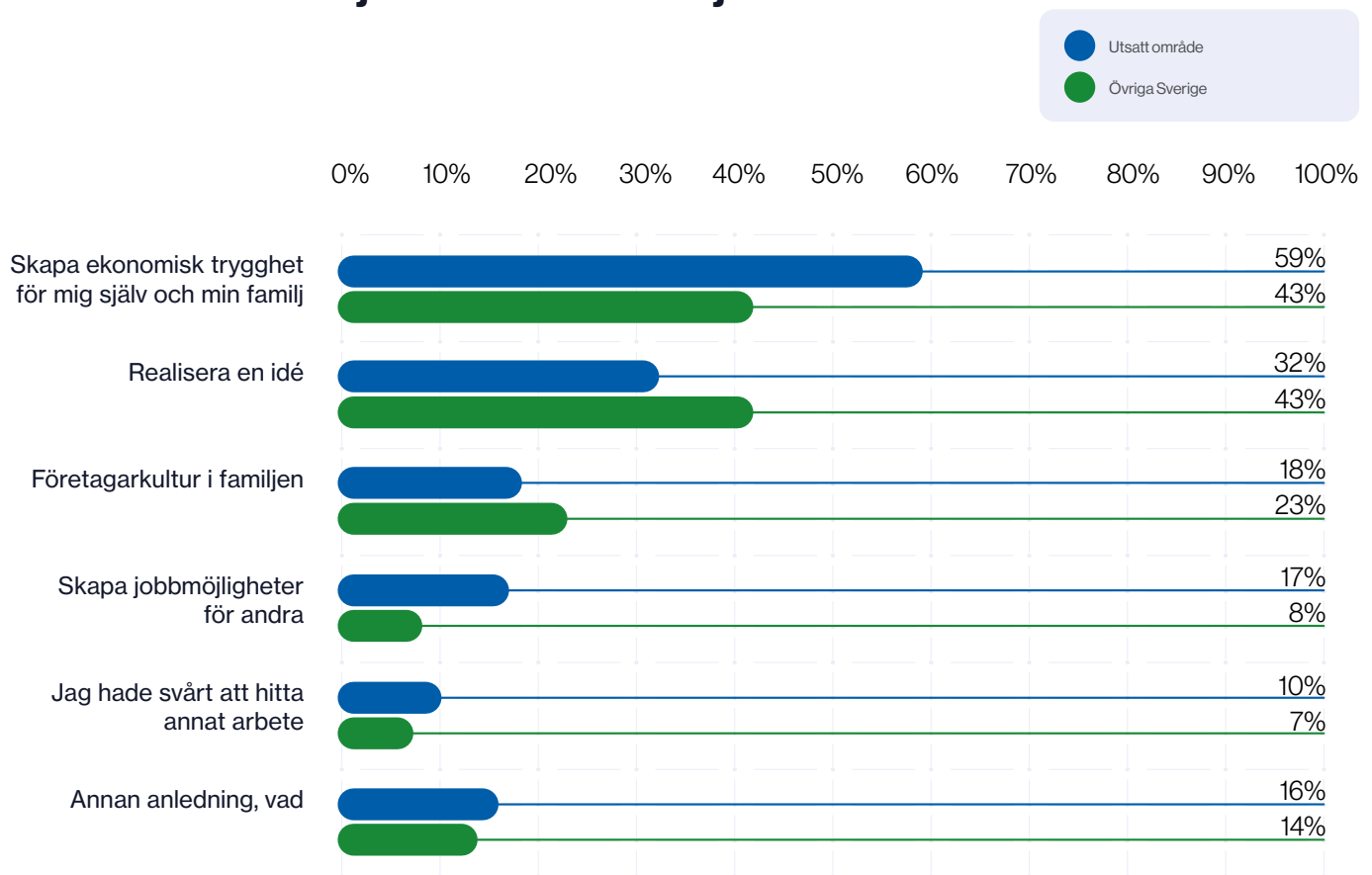
Dessa skillnader tyder på att insatser för att främja företagande i utsatta områden skulle behöva fokusera på att stärka lönsamheten, utveckla nätverk och kontakter, samt öka tillgången till professionella företagstjänster. Samtidigt är det viktigt att ta till vara den höga tillväxtambition som finns bland företagare i dessa områden.

04

Att starta och driva företag

04.1

59 % av företagare i utsatta områden startade sitt företag för att skapa ekonomisk trygghet för sig själva och sin familj



Fråga: Fråga: Varför startade du ditt företag? Flera svar möjliga.

Bas: Endast ställd till grundare/egenföretagare i utsatta områden. 330 intervjuer

Bas: Endast ställd till grundare/egenföretagare i övriga Sverige. 484 intervjuer

”Skapa flexibilitet för mig själv och min familj samt uppleva eget företagande praktiskt.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

Skälen till att starta företag i utsatta områden och i övriga Sverige skiljer sig åt. Det mest framträdande resultatet är att ekonomisk trygghet är en betydligt viktigare drivkraft i utsatta områden, där 59 % anger detta som skäl jämfört med 43 % i övriga Sverige.

Personer i övriga Sverige drivs i högre utsträckning av att realisera en idé (43 %) jämfört med personer i utsatta områden (32 %). Även företagarkultur i familjen är något vanligare som motiv utanför utsatta områden (23 % jämfört med 18 %).

Intressant nog är viljan att skapa jobbmöjligheter för andra mer än dubbelt så vanlig i utsatta områden (17 %) jämfört med övriga Sverige (8 %). Personer i utsatta områden anger också i något högre utsträckning att de startat företag för att de hade svårt att hitta annat arbete (10 % jämfört med 7 %).

Fler män anger att de startat företaget för att skapa ekonomisk trygghet för sig själv och familjen, medan kvinnor i högre utsträckning anger att de ville realisera en idé och att skapa jobbmöjligheter för andra.

Fler företagare i utsatta områdena som uppger att de velat realisera en idé säger också att de behöver komplettera med andra inkomster jämfört med de som har tidigare erfarenhet av att starta företag i familjen.

Resultaten pekar på att företagande i utsatta områden oftare drivs av nödvändighet och kollektiva motiv som att försörja familjen och skapa jobb för andra, medan företagande i övriga Sverige i högre grad motiveras av självförverkligande och av att man sedan tidigare har erfarenhet av företagande.

”Jag startade mitt företag för att vara min egen chef och bygga något på mina egna villkor. Jag började med en liten salong och har genom åren växt till att driva min tredje, som är betydligt större och centralt belägen. Pandemin var en utmaning, men i jämförelse känns det här läget ännu svårare. Jag står inför stora utmaningar, men mina drömmar lever fortfarande – de är bara på paus för nu, tills förutsättningarna förbättras. Jag ger inte upp.”

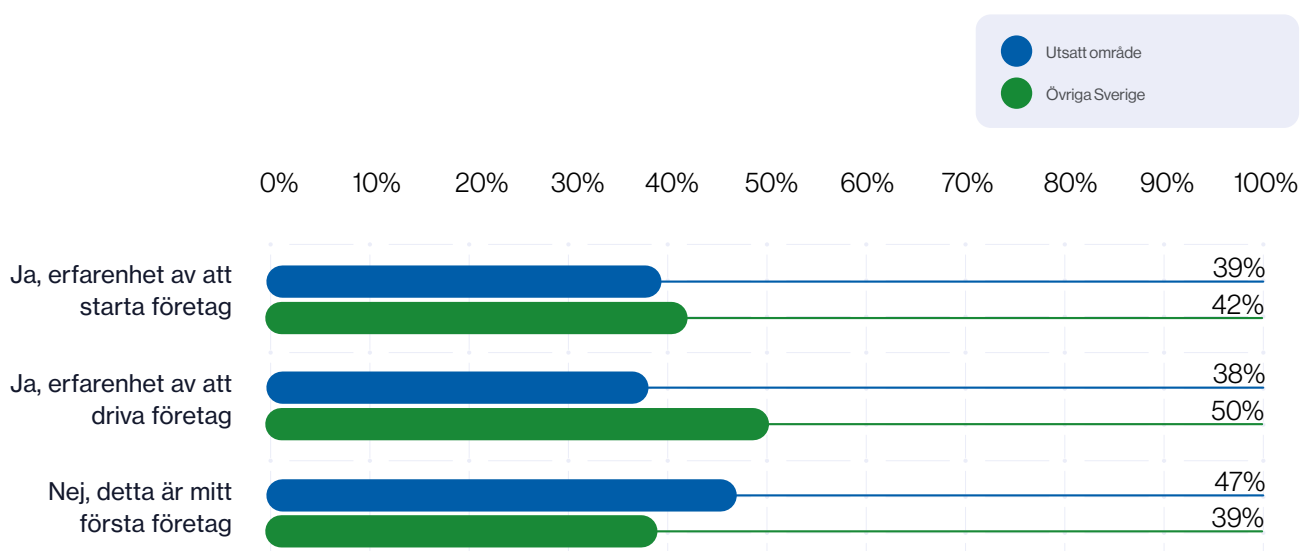
– KVINNLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

”1987 grundades företaget. Då gick det bra, ända till pandemin 2019. Kunderna finns inte. Färre butiker som då även inte lockar in fler kunder. En ond cirkel. Hyresvärden bryr sig inte till vem som de hyr ut till, vilket gör att även konkurrensen blir ohederlig.

– KVINNLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

04.2

Varannan företagare i utsatta områden har ingen tidigare erfarenhet av att driva företag



Fråga: Fråga: Har du tidigare erfarenhet av att starta eller driva företag? Flera svar möjliga.

Bas: Endast ställd till grundare/egenföretagare i utsatta områden. 330 intervjuer

Bas: Endast ställd till grundare/egenföretagare i övriga Sverige. 484 intervjuer

Nästan varannan företagare i utsatta områden, 47 %, svarar att detta är deras första företag, jämfört med 39 % i övriga Sverige. Det är samtidigt vanligt, precis som i övriga Sverige, att ha erfarenhet av att både starta och driva företag, även om erfarenhet av att driva företag är högre i övriga Sverige än i utsatta områden, 50 % jämfört med 38 %.

De företagare i utsatta områden som startat sitt första företag är naturligt inte lika etablerade och har inte kommit lika långt i sin verksamhet som de med större erfarenhet, det gäller i synnerhet kvinnliga företagare. Generellt upp-

ger de sig ha behov av affärsrådgivning och stöd i frågor som rör ekonomisk redovisning, momshantering och skatter.

Resultatet tyder på att företagsgrundare i övriga Sverige i något högre grad bygger vidare på tidigare erfarenheter, medan företagande i utsatta områden oftare representerar ett första steg in i entreprenörskap. Detta kan kopplas till tidigare resultat som visade att företagande i utsatta områden oftare drivs av nödvändighet och försörjningsbehov snarare än av tradition eller tidigare erfarenheter.

”Man har en idé, delar den med en närstående inom familjen, skaffar rätt kompetens, pengar och kör igång.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

”Självförsörjning och för att skapa arbetstillfällen för vänner och bekanta.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

04.3

”Få balans i livet.”

– MANLIG FÖRETAGARE, ÖVRIGA SVERIGE

Vägen till eget företag

Fråga: Berätta gärna med egna ord om hur det gick till när du startade ditt företag

Bas: Endast ställd till grundare/egenföretagare i utsatta områden. 330 intervjuer

Bas: Endast ställd till grundare/egenföretagare i övriga Sverige. 484 intervjuer

”För att bli självförsörjande och för att skapa jobb för människor som har svårt att komma in i arbetslivet. Och även för att ge bättre service för tidigare taxikollegor.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

”Med treårig högskoleutbildning bakom och få höra att jag var för gammal, erfaren, högutbildad och dyr att anställa så bestämde jag mig för att bli egenföretagare.”

– KVINNLIG FÖRETAGARE, ÖVRIGA SVERIGE

”Fortsätta mitt roliga arbete samt själv få bestämma.”

– KVINNLIG FÖRETAGARE, ÖVRIGA SVERIGE

”20 år sedan med en livsmedelsbutik för att bli självförsörjande. Då var det svårt att finna anställning.”

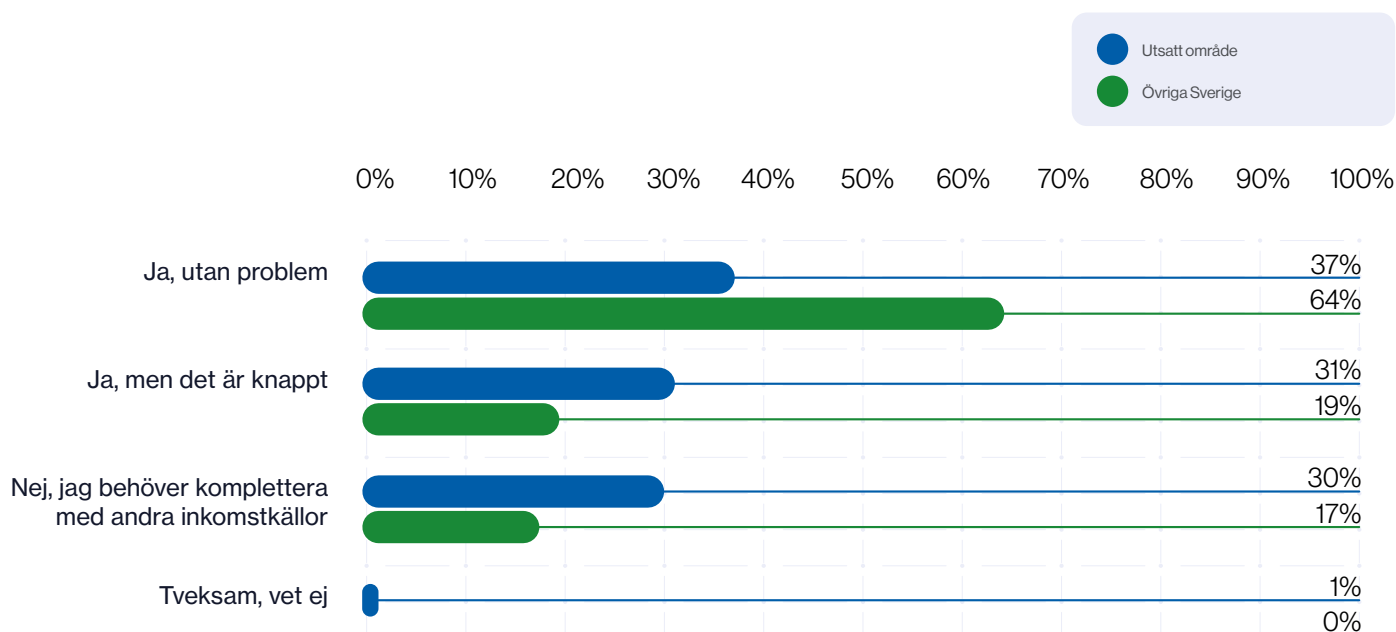
– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

”Kom till Sverige och hade svårt att få jobb. Jobbade lite med brödleverans och ville starta företag. Startade företaget 2015, jag hade besparingar som räckte till att starta företaget.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

04.3

Drygt var tredje i utsatta områden kan försörja sig utan problem



Fråga: Kan du försörja dig på din företagsverksamhet?

Bas: Endast ställd till grundare/egenföretagare i utsatta områden. 330 intervjuer

Bas: Endast ställd till grundare/egenföretagare i övriga Sverige. 484 intervjuer

Det är stora skillnader i företagares försörjningssituation mellan utsatta områden och övriga Sverige.

Den mest påfallande skillnaden är att endast 37 % av företagarna i utsatta områden kan försörja sig utan problem på sin verksamhet, jämfört med 64 % i övriga Sverige. Detta innebär att företagare i övriga Sverige nästan dubbelt så ofta har en ekonomiskt stabil situation genom sitt företagande.

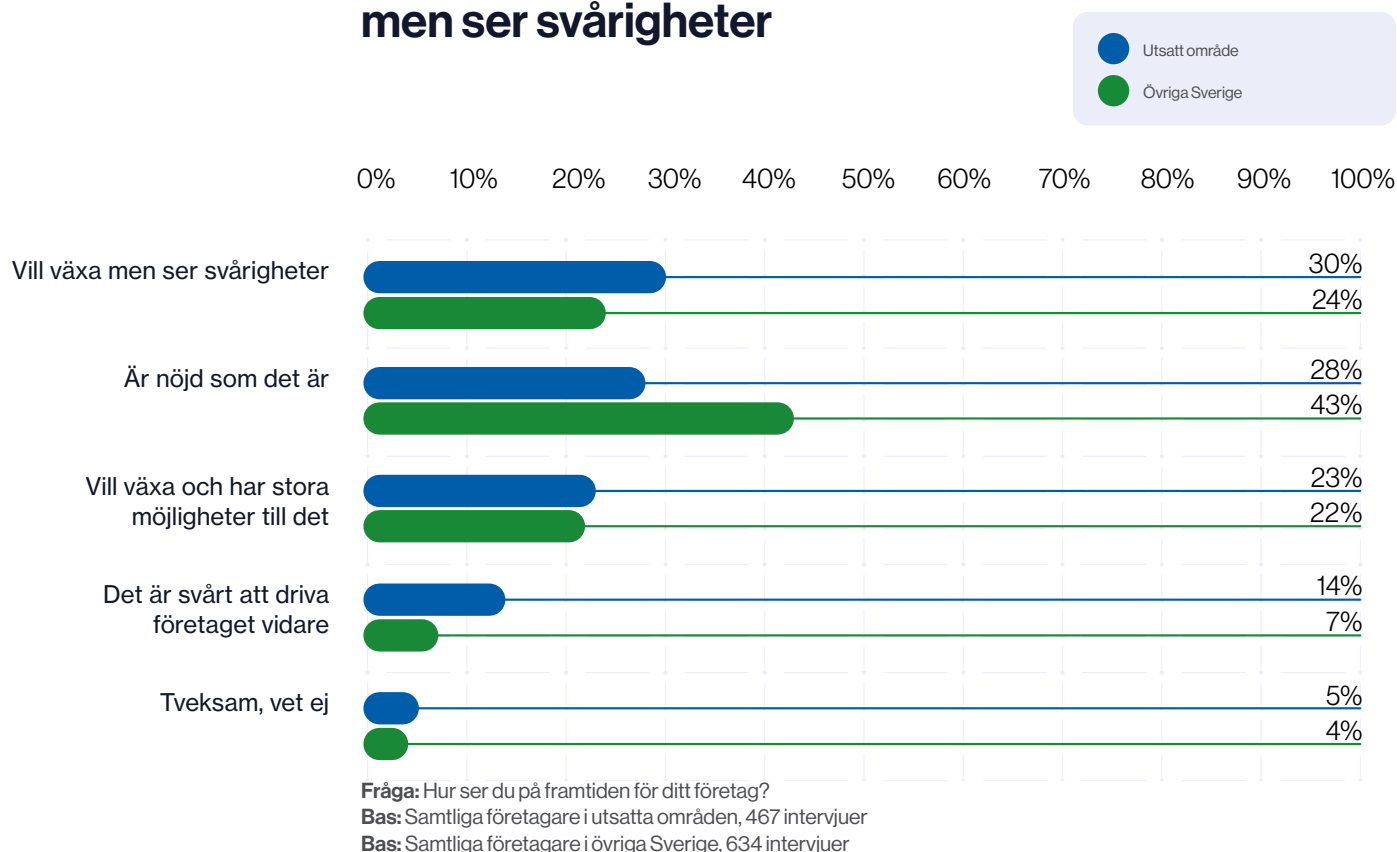
I utsatta områden anger 31 % att de kan försörja sig men att det är knappt, jämfört med 19 % i övriga Sverige. 30 % av företagarna i utsatta områden behöver komplettera med andra inkomstkällor, jämfört med 17 % i övriga Sverige.

Företagare i utsatta områden befinner sig i en mer ekonomiskt utsatt position. Totalt 61 % av företagarna i utsatta områden har en ansträngd försörjningssituation (knappt eller behöver komplettera), jämfört med 36 % i övriga Sverige.

05 Framtidsvisioner och resurser

05.1

En av tre företagare i utsatta områden vill växa men ser svårigheter



Undersökningens resultaten visar tydliga skillnader i hur företagare ser på framtiden beroende på geografiskt område. En av de mest markanta skillnaderna är att företagare i övriga Sverige i betydligt högre utsträckning är nöjda med nuvarande situation (43 %) jämfört med företagare i utsatta områden (28 %).

Företagare i utsatta områden uppvisar en starkare tillväxtambition, men ser samtidigt fler hinder. 30 % av företagarna i utsatta områden vill växa men ser svårigheter, jämfört med 24 % i övriga Sverige. Andelen som vill växa och ser stora möjligheter är däremot relativt lika mellan grupperna (23 % i utsatta områden, 22 % i övriga Sverige).

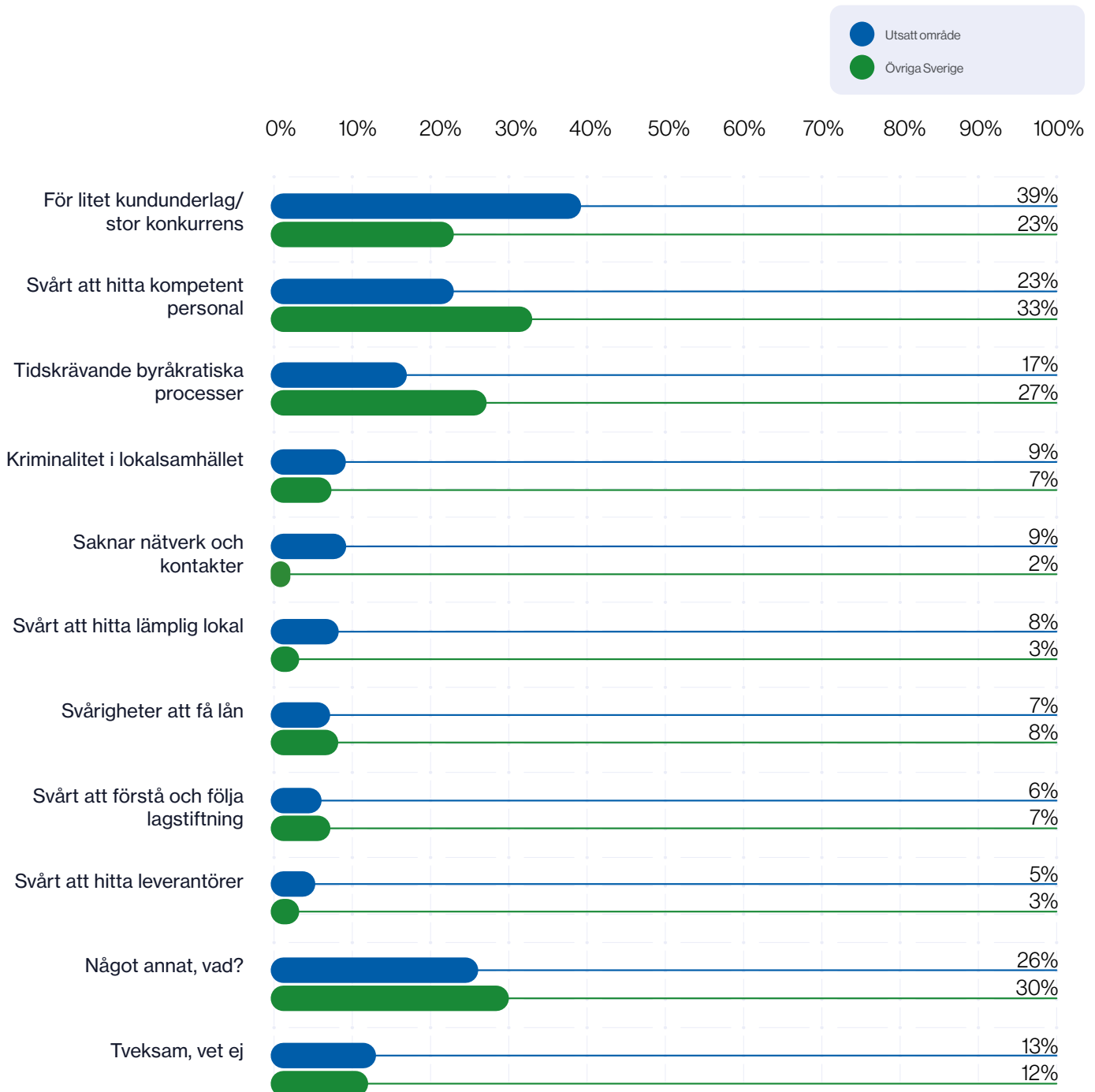
Särskilt oroande är att dubbelt så många företagare i utsatta områden (14 %) jämfört med

övriga Sverige (7 %) anger att det är svårt att driva företaget vidare. Detta kan tyda på en tuffare företagarmiljö i dessa områden.

I stort ser vi alltså att många företag i utsatta områden vill växa, men ser svårigheter. Nästan lika många svarar att de är nöjda som det är och något färre vill växa och ser stora möjligheter till det. Framtidstron att kunna växa sitt företag är starkt kopplat till storlek och att resurser finns på plats, som affärsplan, budget och kollektivavtal. Fler som uppger att de vill växa och ser stora möjligheter till det har detta på plats. De efterfrågar framförallt utbildningar inom företagsutveckling. De som vill växa, men ser svårigheter efterfrågar istället i affärsrådgivning och bistånd att hitta och finansiera lämpliga lokaler.

05.2

För litet kundunderlag och stor konkurrens är den vanligaste utmaningen för att kunna växa



Fråga: Vilka är de största utmaningarna för att ditt företag ska kunna växa? Flera svar möjliga.

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

”Inköpspriset har gått upp. Hyran har gått upp väldigt mycket. Försäkringen, priset på el har också gått upp. Om vi kunde sänka priserna så hade omsättningen ökat betydligt.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

Den mest markanta skillnaden gäller marknadsförutsättningar, där företagare i utsatta områden i betydligt högre grad (39 % jämfört med 23 % i övriga Sverige) anger ”för litet kundunderlag/stor konkurrens” som en central utmaning.

Kompetensförsörjning är däremot ett större bekymmer i övriga Sverige, där 33 % anger svårigheter att hitta kompetent personal som ett tillväxthinder, jämfört med 23 % i utsatta områden. Även byråkratiska processer upplevs som mer problematiska i övriga Sverige (27 % mot 17 %).

Särskilt anmärkningsvärt är att företagare i utsatta områden i betydligt högre grad saknar nätverk och kontakter (9 % mot endast 2 % i övriga Sverige). Detta understryker betydelsen av socialt kapital och kan vara en nyckelfaktor bakom tillväxtsvårigheter i utsatta områden. Även lokaltillgång är en större utmaning i utsatta områden (8 % mot 3 %), vilket kan indikera bristande kommersiell infrastruktur i dessa områden.

Kriminalitet i lokalsamhället uppges som tillväxthinder i nästan lika hög grad i båda grupperna (9 % i utsatta områden, 7 % i övriga Sverige), vilket utmanar föreställningen om att kriminalitet skulle vara ett dominerande hinder för företagstillväxt i utsatta områden.

Utmaningar som nämns i de öppna svaren har att göra med den ekonomiska situationen i landet. Man förklarar att kundernas ekonomiska förutsättningar har förändrats till följd av bland annat ökad inflation, men även att hyrorna höjts vilket i sin tur blir en utmaning för företagen.

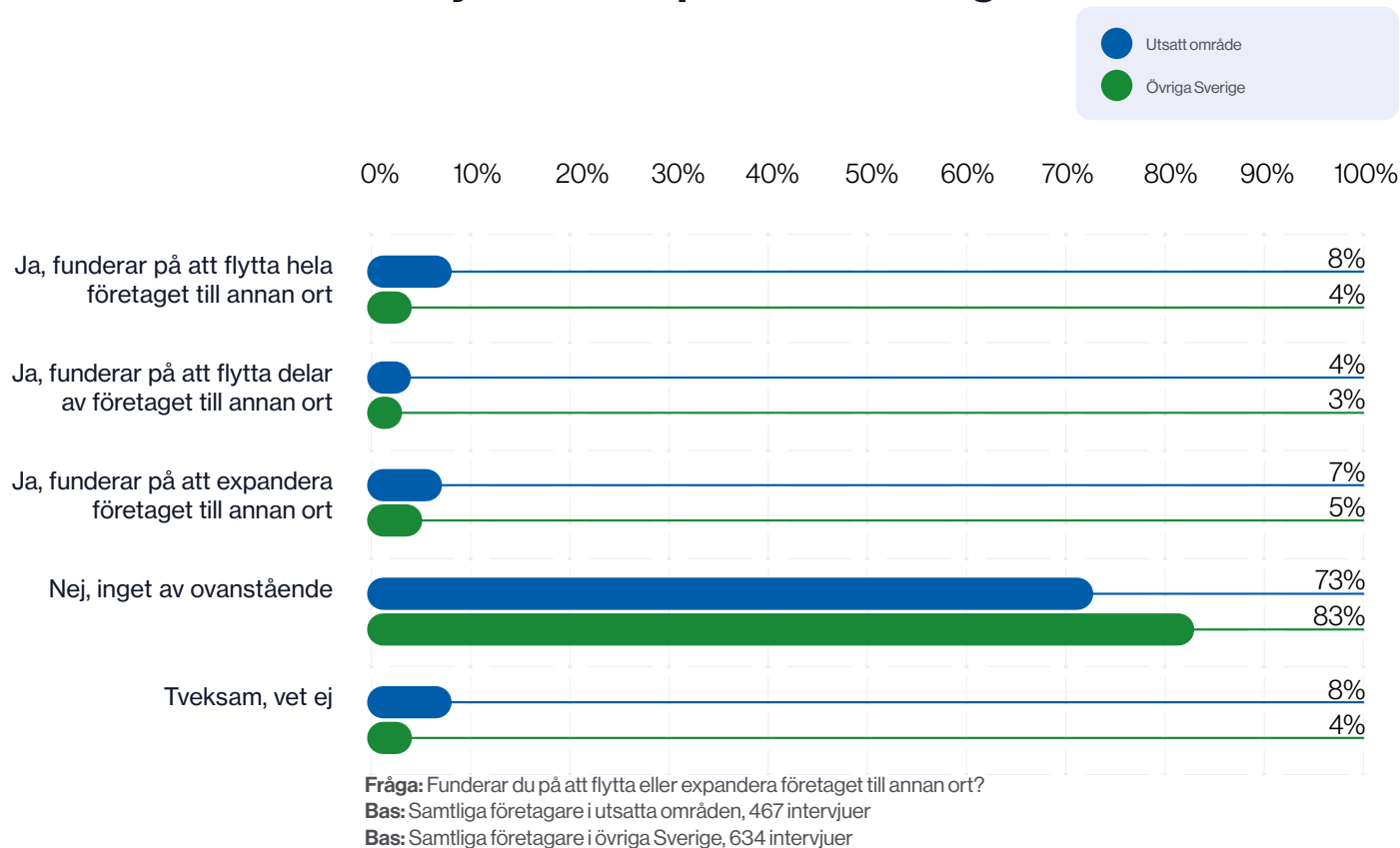
Resultatet visar att företagare i utsatta områden främst kämpar med marknadsmässiga utmaningar och brist på nätverk, medan företagare i övriga Sverige i högre grad möter utmaningar kring kompetensförsörjning och byråkrati.

”De ekonomiska förutsättningarna för våra kunder, höjda hyror.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

05.3

Var femte företag i utsatta områden funderar på att flytta eller expandera företaget



"Det svåraste med att driva företag i Sverige är det extrema skattetrycket."

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

Undersökningsresultaten visar att företagare i utsatta områden har en signifikant högre benägenhet att överväga geografiska förändringar för sina verksamheter jämfört med företagare i övriga Sverige.

Den största skillnaden är att 73 % av företagarna i utsatta områden svarar att de inte funderar på att flytta eller expandera, jämfört med 83 % i övriga Sverige. Detta innebär att mer än en femtedel av företagarna i utsatta områden överväger någon form av geografisk förändring, om man undantar de som svarar att de är tveksamma eller inte vet.

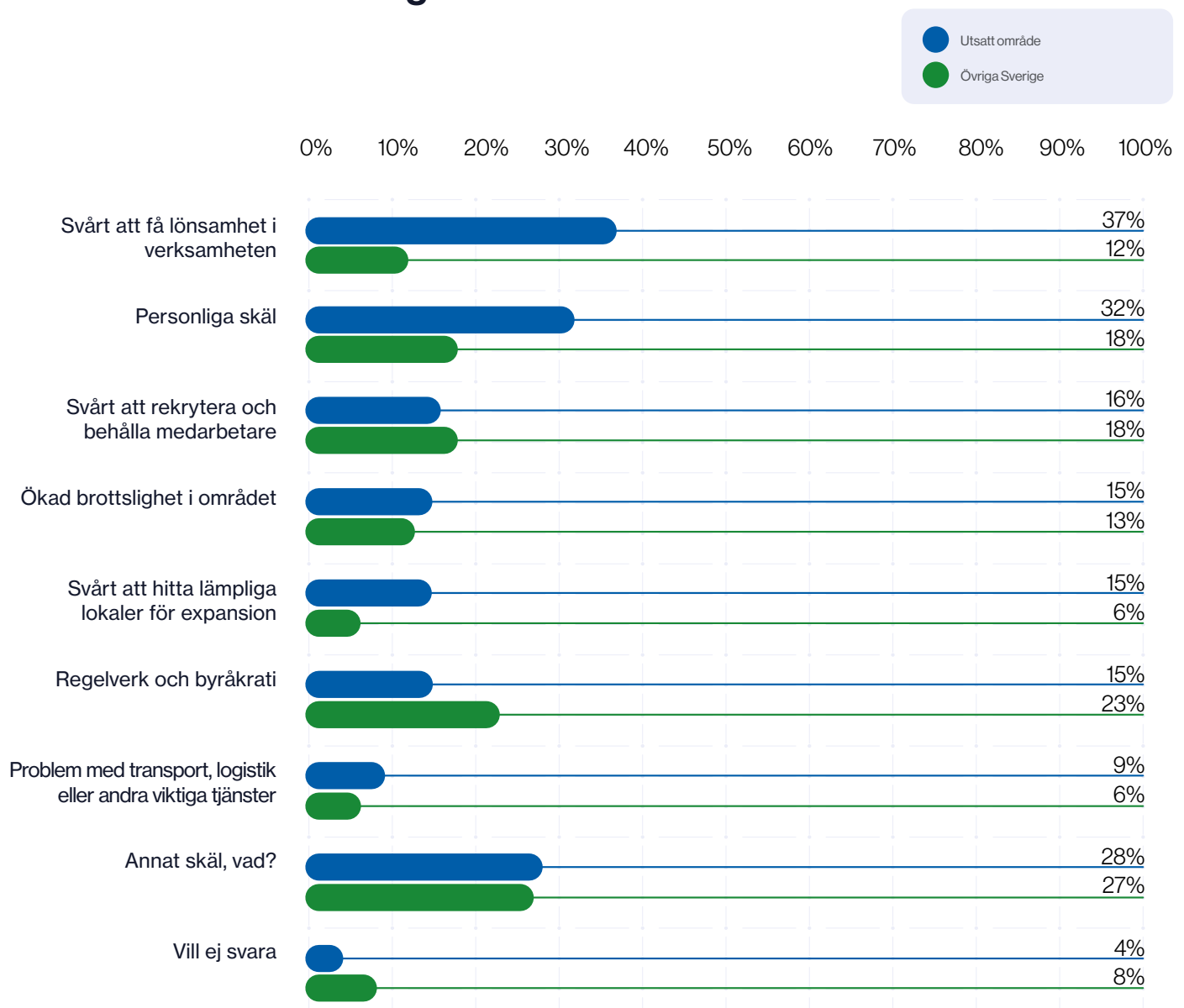
Dubbelt så många företagare i utsatta områden (8 %) jämfört med övriga Sverige (4 %) funderar på att flytta hela företaget till en annan ort. Även när det gäller expansion till annan ort är företagare i utsatta områden något mer benägna att överväga detta (7 % jämfört med 5 % i övriga Sverige).

Osäkerheten är också större bland företagare i utsatta områden, där 8 % svarar "tveksam, vet ej" jämfört med 4 % i övriga Sverige.

Resultaten tyder alltså på att företagare i utsatta områden i högre grad överväger att lämna eller expandera sin nuvarande geografiska placering. Det gäller framförallt företag inom bygg, fastighet och el samt inom utbildning, vård och omsorg. De företag i utsatta områden som funderar på att expandera företaget till annan ort är framförallt för att de vill växa företaget och ser stora möjligheter, men kan även vara en indikation på de affärsutmaningar företagare i dessa områden möter, vilket också reflekterades i tidigare frågor om framtidssyn.

05.4

Svårt att få lönsamhet i verksamheten är vanligaste anledningen till att företag funderar på att flytta företagen till en annan ort



Fråga: Av vilka anledningar överväger du att flytta ditt företag? Flera svar möjliga

Bas: De som funderar på att flytta eller expandera sitt företag till annan ort, utsatta områden: 87 intervjuer

Bas: De som funderar på att flytta eller expandera sitt företag till annan ort, övriga Sverige: 78 intervjuer

”Att bedriva en förskola eller skola är en stor utmaning eftersom verksamheten är politiskt styrd. Politiken har en betydande påverkan på fristående aktörer som verksamma inom välfärden.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

Skälen till varför företagare överväger att flytta sin verksamhet, beroende på om företaget finns i ett utsatt område eller i övriga Sverige skiljer sig åt. Den mest slående skillnaden gäller lönsamhet, där 37 % av företagarna i utsatta områden anger svårigheter att få lönsamhet i verksamheten som skäl till att överväga flytt, jämfört med endast 12 % i övriga Sverige. Detta pekar på en tuffare ekonomisk situation för företag i utsatta områden.

Personliga skäl anges också i betydligt högre utsträckning i utsatta områden (32 % mot 18 %), vilket kan handla om att familjen flyttar från området.

När det gäller lokaler för expansion är skillnaden också stor, 15 % i utsatta områden jämfört med 6 % i övriga Sverige anger detta som ett skäl, vilket tyder på bristande infrastruktur för växande företag i utsatta områden.

Intressant nog är det regelverk och byråkrati som företagare i övriga Sverige upplever som ett större problem (23 % jämfört med 15 % i ut-

satta områden). Detta kan indikera att grundläggande affärsutmaningar som lönsamhet överskuggar regelbördan i utsatta områden.

Brottslighet anges som skäl i liknande omfattning (15 % i utsatta områden, 13 % i övriga Sverige), vilket kan vara överraskande då brottslighet ofta antas vara ett större problem i utsatta områden.

De främsta drivkrafterna till att överväga flytt från utsatta områden handlar om ekonomiska och strukturella utmaningar, medan regulatoriska faktorer spelar en större roll för företag i övriga Sverige.

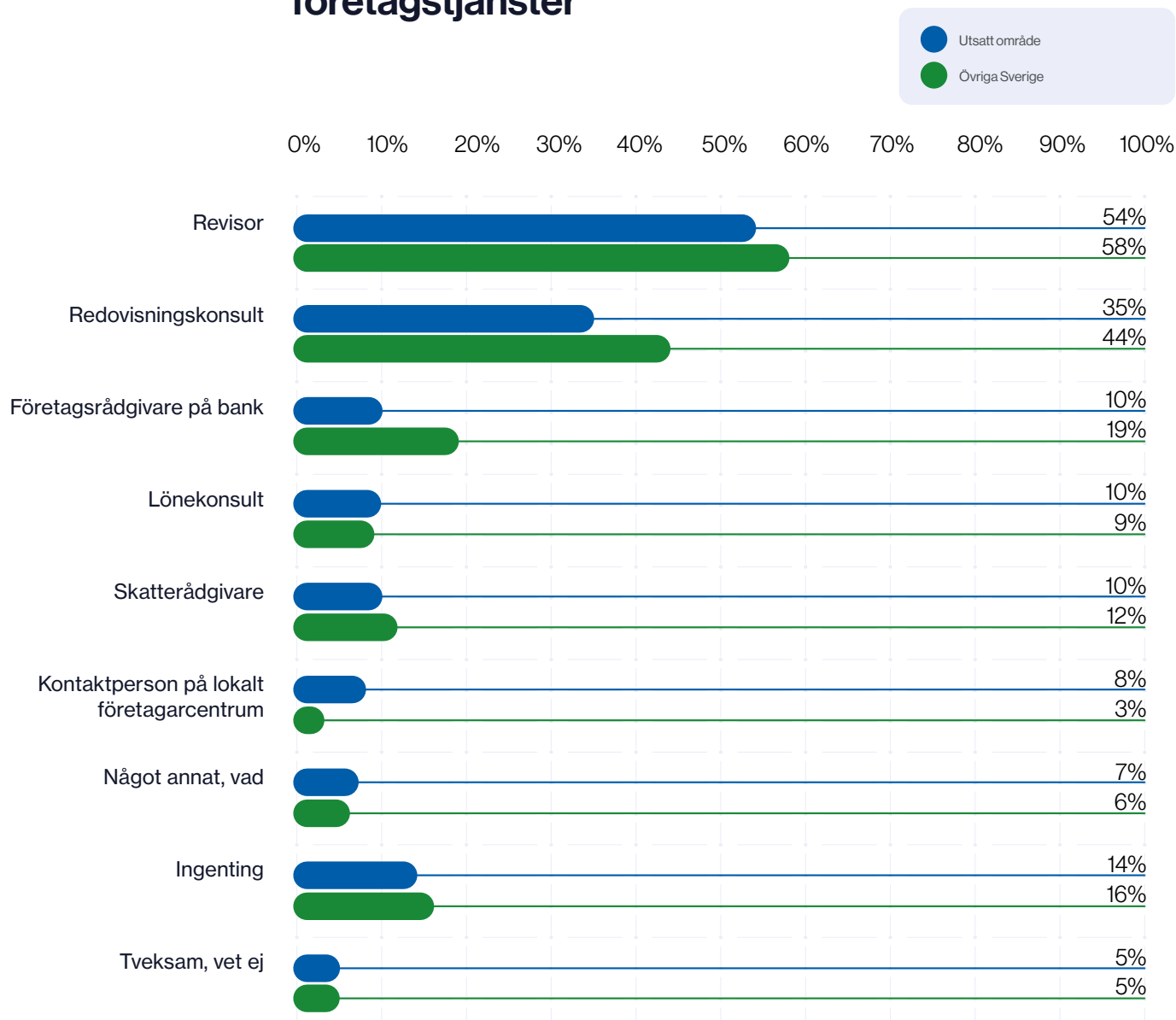
Andra skäl till att vilja flytta eller expandera är ganska spridda, som att man vill expandera till fler orter, att området ska renoveras eller att det är problem med parkeringsplatser.

”Vill skapa ytterligare ett gatukök.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

05.5

Färre företagare i utsatta områden använder företagstjänster



Fråga: Som företagare kan man behöva flera olika typer av tjänster. Vilka av följande tjänster använder du för närvarande i ditt företag? Flera svar möjliga

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

”Gör bokföring själv med stöd av anhöriga.”

– KVINNLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

Företagare i utsatta områden använder generellt sett färre tjänster jämfört med företagare i övriga Sverige, som oftare använder tjänster som rör redovisning, företagsrådgivare på bank och revisorer.

De största skillnaderna gäller företagsrådgivare på bank, där nästan dubbelt så många i övriga Sverige (19 %) använder denna tjänst jämfört med företagare i utsatta områden (10 %). Även för redovisningskonsulter finns en betydande skillnad (44 % i övriga Sverige mot 35 % i utsatta områden).

Revisor är den mest använda tjänsten i båda grupperna, men något mer vanlig i övriga Sverige (58 %) än i utsatta områden (54 %). Skatterådgivare används i något högre utsträckning i övriga Sverige (12 % mot 10 %).

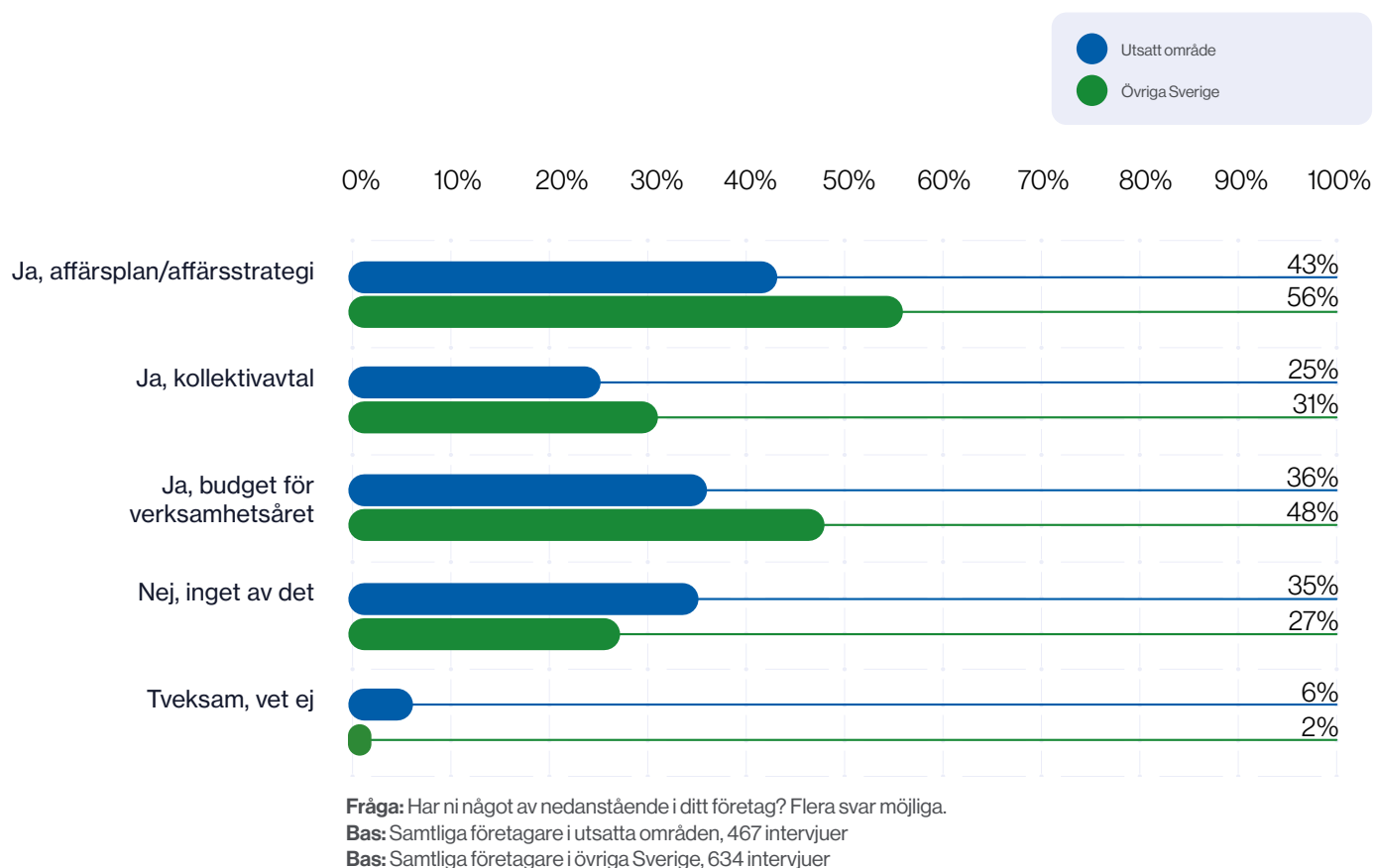
Ett intressant undantag är användningen av kontaktperson på lokalt företagscentrum, som är betydligt vanligare bland företaga-

re i utsatta områden (8 %) jämfört med övriga Sverige (3 %). Detta kan indikera ett större behov av lokalt förankrad stöd och vägledning i dessa områden.

Det är en tydlig skillnad i tillgång till och användning av professionella företagstjänster. Företagare i utsatta områden verkar ha en mer begränsad koppling till det finansiella systemet och professionell rådgivning, särskilt bankrådgivning och redovisningstjänster. Detta kan kopplas till de tidigare observerade utmaningarna med lönsamhet och kan vara en delförklaring till varför fler företagare i utsatta områden överväger att flytta sin verksamhet. Ser vi till de utsatta områdena och bransch är det företag inom bygg, fastighet och el samt inom utbildning, vård och omsorg som använder flera tjänster, medan företag inom finans, information och juridik som använder färre tjänster. Ganska naturligt ser vi att de större och mer etablerade företagen använder fler tjänster än de mindre företagen.

05.6

Affärsplan, kollektivavtal och budget – mindre vanliga bland företag i utsatta områden



”Kommunen vill bara fakturera oss, men de har inte förbättringsstrategier för framtiden. Fastighetsbolaget bara höjer hyrorna. Jag vill bara lägga ner.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

Genomgående syns ett mönster där företag i utsatta områden i lägre utsträckning använder sig av professionella verksamhetsverktyg.

Den mest markanta skillnaden finns för affärsplaner/affärsstrategier, där 56 % av företagen i övriga Sverige har detta jämfört med 43 % i utsatta områden. Även gällande budget för verksamhetsåret är skillnaden betydande. 48 % av företagen i övriga Sverige har detta mot 36 % i utsatta områden.

Kollektivavtal är mindre vanligt i utsatta områden (25 %) jämfört med övriga Sverige (31 %).

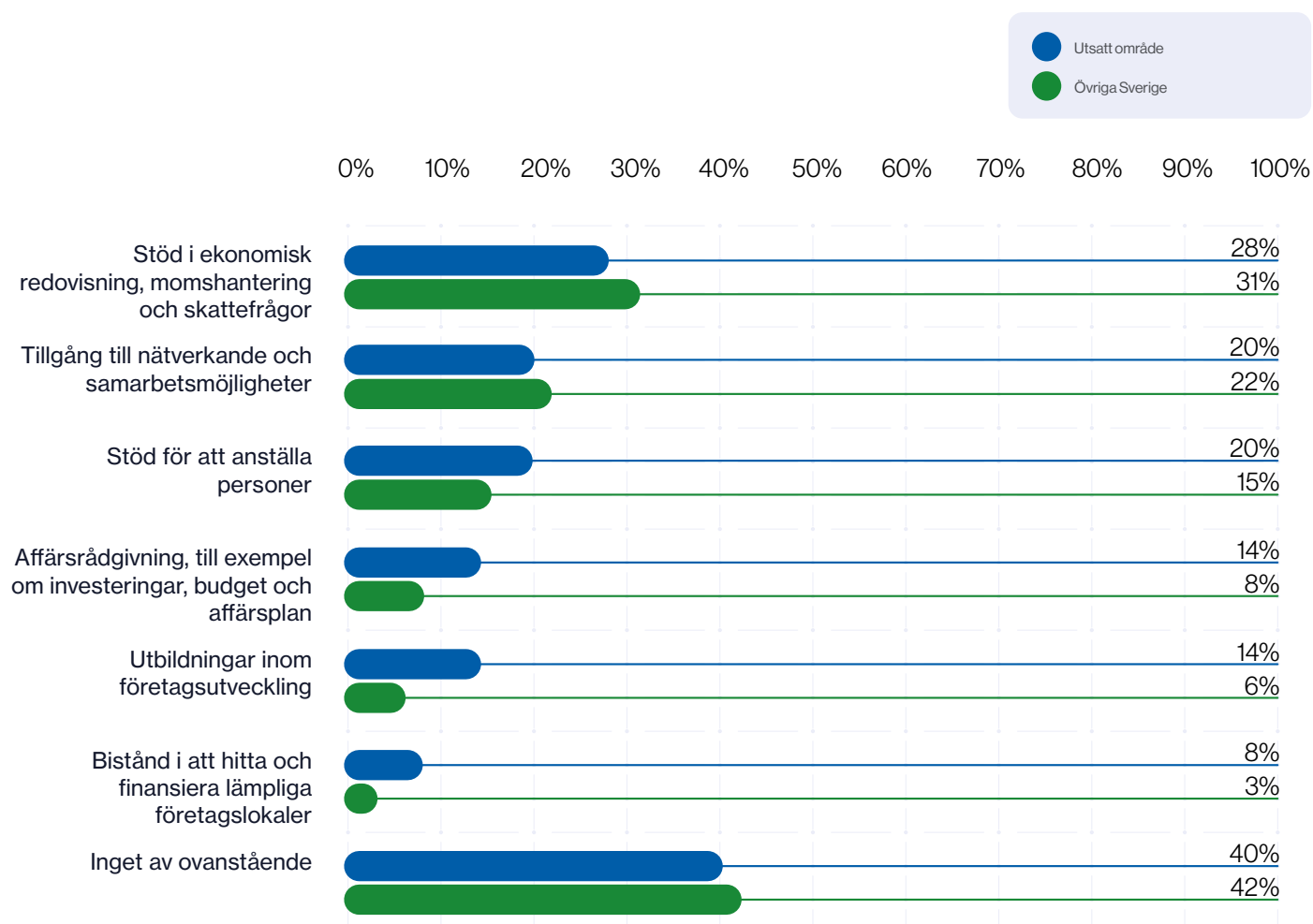
Var tredje (35 %) företag i utsatta områden saknar samtliga verktygen, jämfört med 27 % i övriga Sverige. Dessutom är osäkerheten större i utsatta områden där 6 % svarar ”tveksam, vet ej” jämfört med 2 % i övriga Sverige.

I de utsatta områdena ser vi att företag inom handel och reparation av motorfordon i högre utsträckning har professionella verksamhetsverktyg och att företag inom bygg, fastigheter och el sticker ut för att de har kollektivavtal. Företag inom utbildning, vård och omsorg saknar främst budget för verksamhetsåret. Större företag har fler av de listade verktygen än mindre företag.

Resultatet pekar på en lägre grad av formalia och struktur i företag i utsatta områden. Avsaknaden av affärsplaner, budgetar och formella arbetsgivarstrukturer kan begränsa företagens förmåga att utvecklas strategiskt, attrahera investeringar och skapa stabil tillväxt, samtidigt är det en högre andel nyföretagare i dessa områden som efterfrågar verktygen.

05.7

Företagare i utsatta områden har större behov av bredare affärsstöd



Fråga: Som företagare kan man behöva olika typer av stöd och resurser. Vilka typer av stöd och resurser har du mest nytta av? Flera svar möjliga.

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

”Vi har bra kontakt med fastighetsägaren. Vi har möte varje månad och då går vi genom behoven i vårt köpcentrum. Säkerheten är väldigt viktigt.”

– KVINNLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

En relativt stor andel av företagarna i båda grupperna (40 % i utsatta områden och 42 % i övriga Sverige) anger att de inte har nytta av något av de listade stöden. Det kan bero på bristande kännedom om tillgängliga stödresurser eller att befintliga stödformer inte upplevs som relevanta.

För företagare i utsatta områden framträder ett tydligt större behov av utvecklingsinriktade stödinsatser jämfört med företagare i övriga Sverige:

- Affärsrådgivning kring investeringar, budget och affärsplan (14 % mot 8 %)
- Utbildningar inom företagsutveckling (14 % mot 6 %)
- Bistånd med att hitta och finansiera lämpliga företagslokaler (8 % mot 3 %)

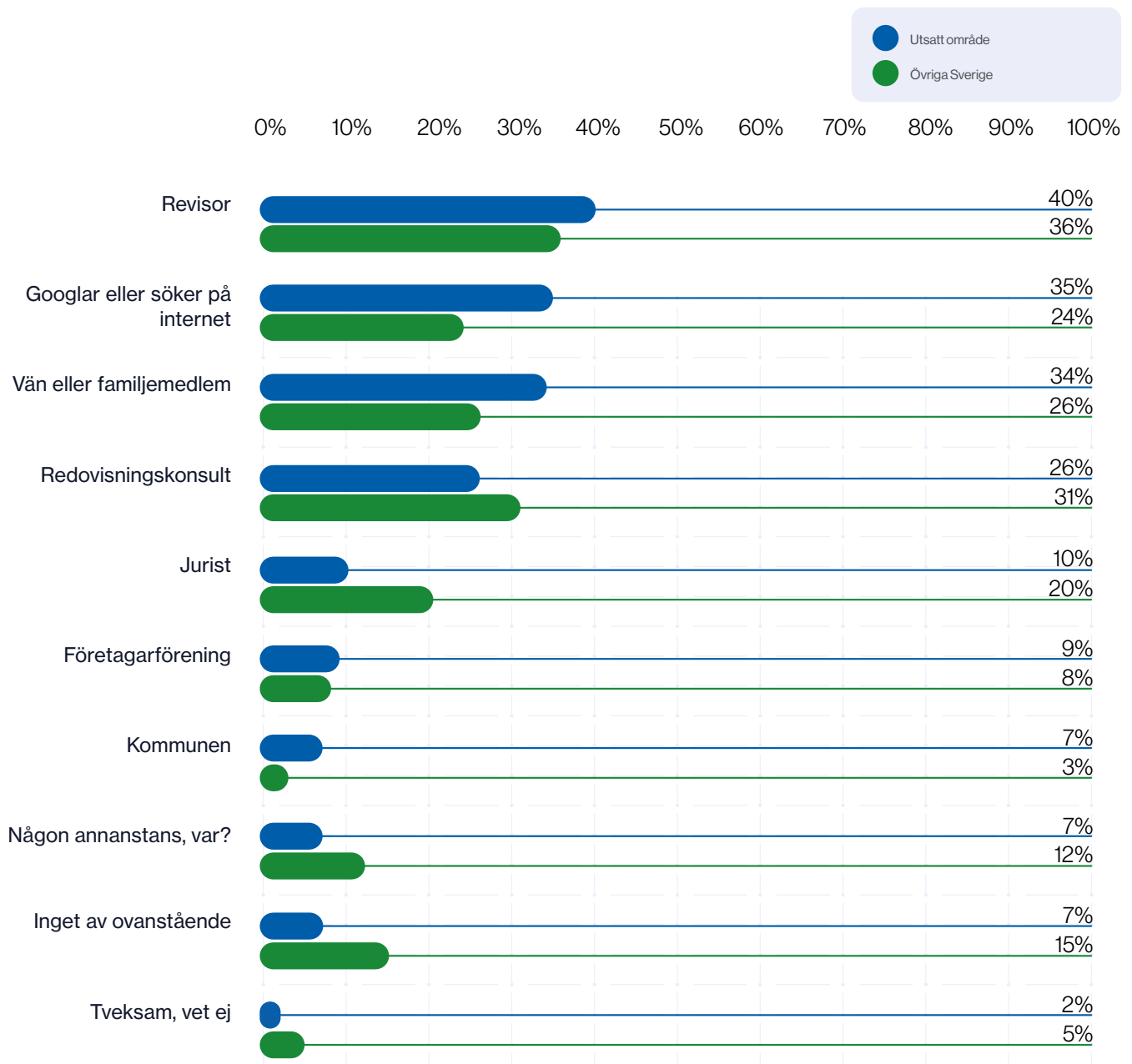
Företagare i utsatta områden efterfrågar också i högre grad stöd för att anställa personer (20 % mot 15 %), vilket kan kopplas till en vilja att expandera men också behov av hjälp med rekryteringsprocesser.

Stöd i ekonomisk redovisning, momshantering och skattefrågor är den mest efterfrågade stödformen i båda grupperna, men något mer efterfrågad i övriga Sverige (31 % mot 28 %).

Företagare i utsatta områden har ett större behov av konkret stöd för att utveckla grundläggande affärskompetens och expandera verksamheten, medan företagare i övriga Sverige i något högre grad efterfrågar stöd inom ekonomisk administration och nätverk. Detta följer tidigare resultat om skillnader i affärs-mässighet och ekonomiska förutsättningar.

05.8

Företagare i utsatta områden vänder sig i högre utsträckning till informella och kostnadsfria tjänster när de behöver hjälp med sitt företag



Fråga: När du behöver hjälp med ditt företag, vem eller vilka vänder du dig till? Flera svar möjliga.

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

En av de mest framträdande skillnaderna är att företagare i utsatta områden i betydligt högre grad förlitar sig på informella och kostnadseffektiva informationskällor. De googlar eller söker på internet i större utsträckning (35 % jämfört med 24 %) och vänder sig oftare till vänner eller familjemedlemmar (34 % jämfört med 26 %).

Revisor är den vanligaste källan till hjälp i båda grupperna, något vanligare i utsatta områden (40 % jämfört med 36 %). Däremot använder sig företagare i övriga Sverige i högre grad av redovisningskonsulter (31 % jämfört med 26 %).

En särskilt iögonfallande skillnad gäller användning av juridiska tjänster, dubbelt så många företagare i övriga Sverige (20 %) anlitar jurister jämfört med företagare i utsatta områden (10 %). Detta kan indikera både ekonomiska skillnader och olika typer av affärsutmaningar samt betydelsen av nätverk.

Företagare i utsatta områden vänder sig i högre grad till kommunen (7 % jämfört med 3 %), vilket kan tyda på ett större behov av offentligt stöd. Samtidigt anger betydligt fler företagare i övriga Sverige att de inte använder någon av de listade hjälpkällorna (15 % jämfört med 7 % i utsatta områden). De i utsatta områden som anger att de vänder sig någon annanstans nämner att de bara har sig själva eller att de pratar med arbetsförmedlingen vid sidan av chefen. I övriga Sverige nämner man istället branschkollegor och styrelsen.

Företagare i utsatta områden har ett mer diversifierat hjälpsökande beteende med större betoning på informella och kostnadsfria källor, medan företagare i övriga Sverige i högre grad använder sig av specialiserade professionella tjänster, särskilt juridiska. Detta återspeglar de ekonomiska skillnader som framkommit i tidigare frågor och visar på behovet av tillgängliga, kostnadseffektiva stödresurser för företagare i utsatta områden.

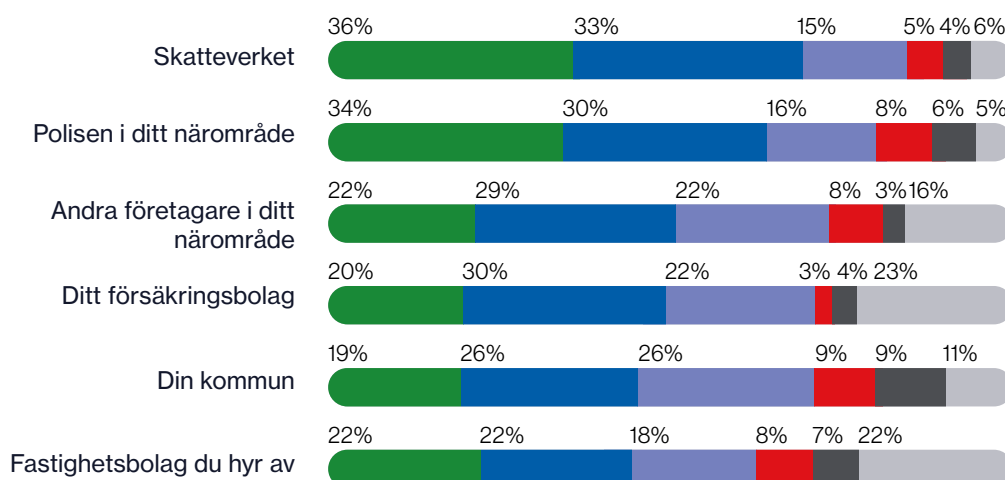
06

Försäkring, bank och hyresvärd

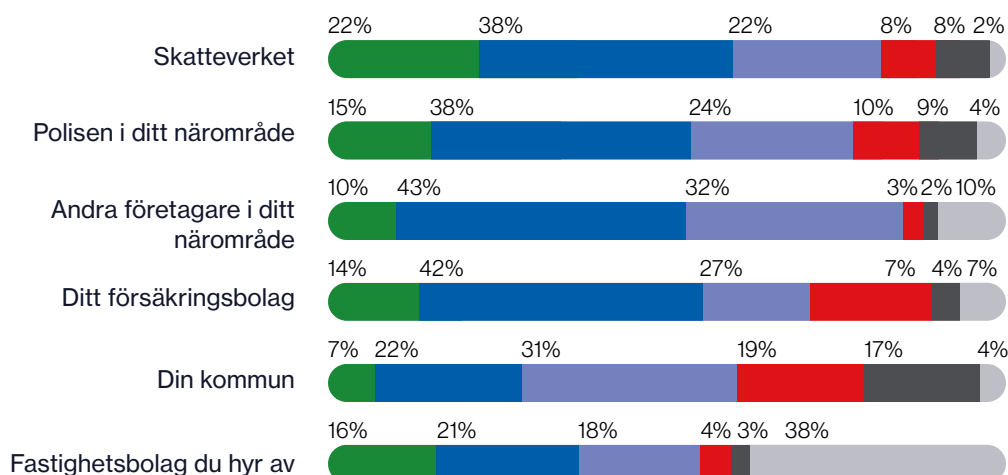
06.1

Högst förtroende för Skatteverket samt polisen i närområdet bland företagare i utsatta områden

FÖRETAGARE I UTSATTA OMRÅDEN



FÖRETAGARE I ÖVRIGA SVERIGE



Fråga: Allmänt sett, hur stort förtroende har du för följande?

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

Not: På grund av avrundning av decimaltal summerar inte alltid procentsatsen till 100 %.

Bland företagare i utsatta områden åtnjuter Skatteverket det högsta förtroendet bland de undersökta institutionerna, med totalt 69 % som har mycket eller ganska stort förtroende. Endast 9 % har litet förtroende för myndigheten. Detta tyder på att Skatteverket, trots sin kontrollerande funktion, uppfattas som en professionell och rättvis institution.

Polisen i närområdet har också ett högt förtroende med 64 % som har mycket eller ganska stort förtroende. Dock visar resultaten att 14 % har ganska eller mycket litet förtroende, vilket kan reflektera varierande upplevelser av trygghet och polisiär närvaro i olika områden.

Förtroendet för andra företagare i närområdet är mer moderat, med 51 % som har stort förtroende, medan 11 % har litet förtroende. Anmärkningsvärt är att 16 % svarar "vet ej", vilket kan tyda på begränsade nätverk eller låg interaktion mellan lokala företag.

Kommunen är den institution där förtroendet är mest polariserat. Totalt 45 % har stort förtroende, men 18 % har litet förtroende, och 26 % svarar "varken eller". Detta speglar kommunernas komplexa roll som både möjliggörare och reglerare av företagsverksamhet.

För fastighetsbolag och försäkringsbolag är osäkerheten störst (22-23 % "vet ej"), vilket kan indikera att många företagare har begränsad kontakt med dessa aktörer eller att relationerna varierar kraftigt.

Statliga institutioner som Skatteverket och Polisen åtnjuter alltså högst förtroende i utsatta områden, medan förtroendet för lokala aktörer och privata företag är mer varierat i utsatta områden.

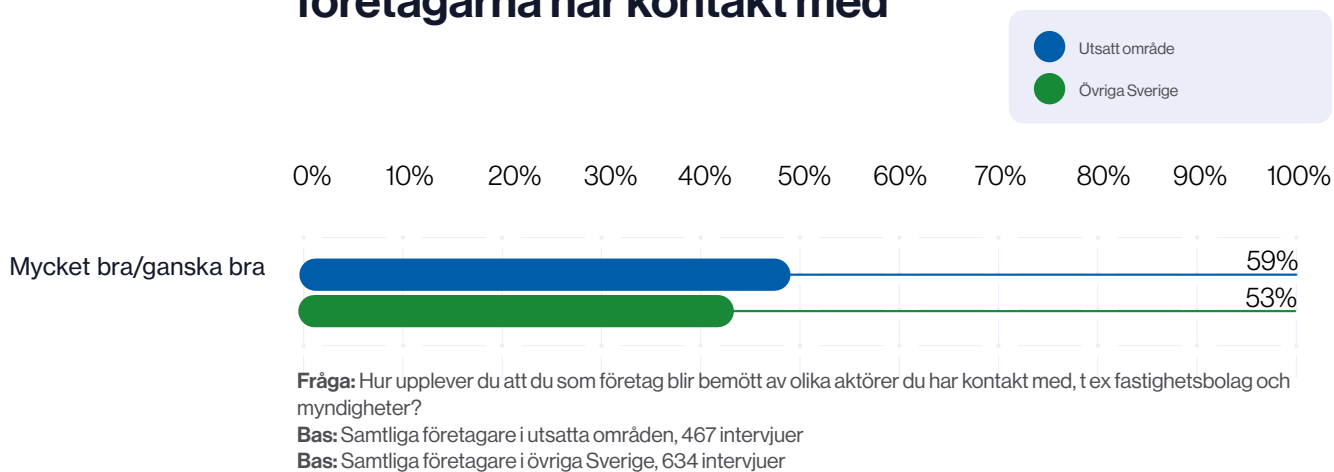
Bland företagare i utsatta områden kan vi se att nivån av förtroendet hänger samman med hur etablerat företaget är. Ju fler anställda och högre omsättning, desto högre förtroende har företagarna för de olika aktörerna som är listade. Det gäller också om företaget har tillväxtplaner eller om det finns en affärsplan och budget. En tolkning är att ju mer etablerat företag är, desto större erfarenhet finns av att ha kontakt med olika sorters aktörer och att förtroende etableras.

Överlag kan vi också se att manliga företagare har större förtroende för de olika aktörerna än vad kvinnliga företagare har.

Vid en jämförelse med företagare i övriga Sverige ser vi oväntat att de generellt har lägre förtroende för de listade aktörerna än vad företagare i utsatta områden anger.

06.2

Överlag ett bra bemötande från de aktörer som företagarna har kontakt med

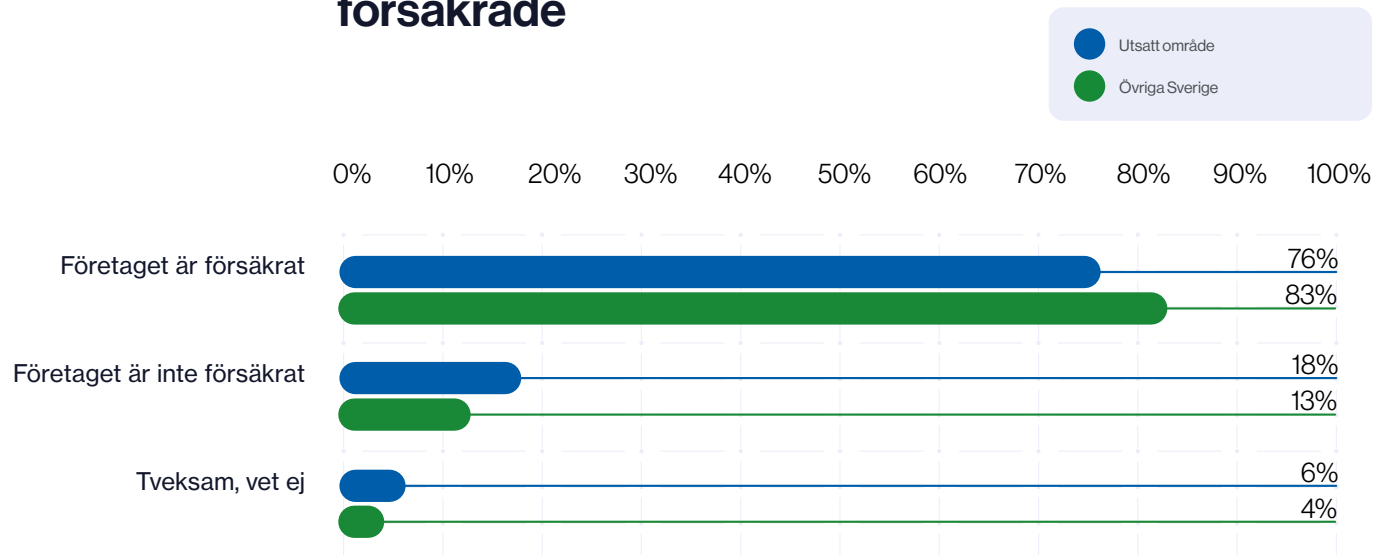


De flesta företag i utsatta områden upplever att de blir bemötta bra av olika aktörer de har kontakt med, jämfört med en något lägre andel i övriga Sve-

rige, 59 % respektive 53 %. På samma sätt som att mer etablerade företag har förtroende för olika aktörer, upplever dessa ett mer positivt bemötande.

06.3

En av fem företag i utsatta områden är inte försäkrade



Fråga: Att försäkra sitt företag är inte ett krav, men ibland kan det vara aktuellt. Känner du till om ditt företag är försäkrat eller inte?

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

Den mest framträdande skillnaden är att företag i övriga Sverige i högre utsträckning är försäkrade (83 %) jämfört med företag i utsatta områden (76 %).

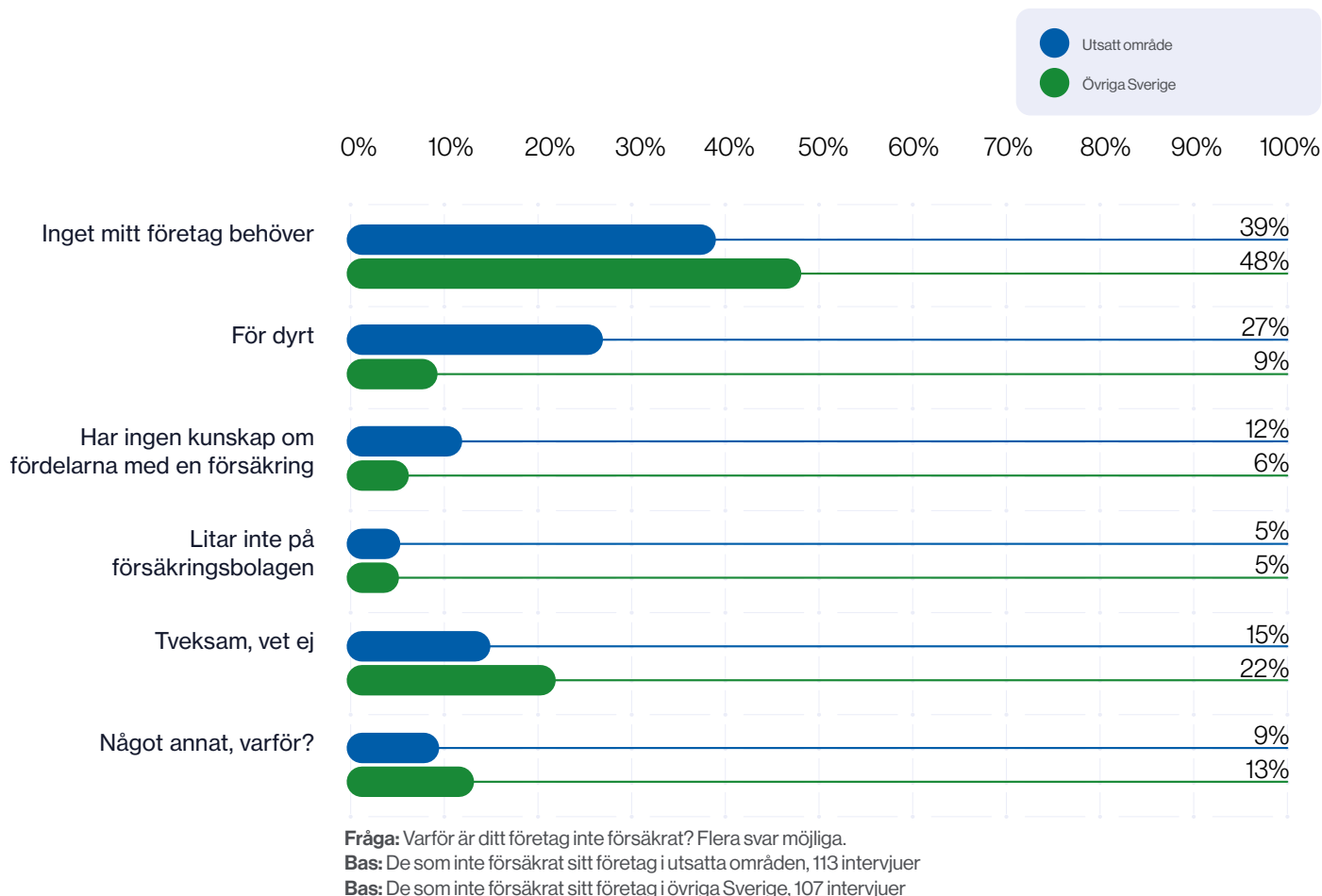
I utsatta områden anger 18 % av företagarna uttryckligen att deras företag inte är försäkrat, jämfört med 13 % i övriga Sverige.

Osäkerheten kring försäkringsstatus är något högre i utsatta områden (6 % "tveksam, vet ej") jämfört med övriga Sverige (4 %).

Försäkringsfrågan är kopplat till hur etablerat företaget är, vilket inkluderar om man har affärsplan, budget och i förekommande fall kollektivavtal. Fler manliga företagare uppger att de har försäkrat sitt företag än kvinnliga företagare.

06.4

Kostnaden för försäkringen är ett stort skäl att inte försäkra företag i utsatta områden



Den mest anmärkningsvärda skillnaden mellan företag i utsatta områden och i övriga Sverige som inte försäkrar sitt företag handlar om kostnadsaspekten. I utsatta områden anger hela 27 % av oförsäkrade företagare att försäkring är "för dyrt", jämfört med endast 9 % i övriga Sverige.

Kunskapsbristen är också dubbelt så stor i utsatta områden, där 12 % anger att de saknar kunskap om fördelarna med försäkring, jämfört med 6 % i övriga Sverige. Detta indikerar ett informationsgap som kan bidra till det lägre försäkringsskyddet.

Uppfattningen att företaget inte behöver försäkring är mer utbredd i övriga Sverige (48 %) jämfört med utsatta områden (39 %). Detta kan paradoxalt nog reflektera en mer realistisk riskbedömning bland företagare i utsatta områden,

som potentiellt är mer medvetna om riskerna men hindras av ekonomiska begränsningar.

Misstron mot försäkringsbolag är identisk i båda grupperna (5 %), vilket visar att lågt förtroende för försäkringsbranschen inte är den primära orsaken till försäkringsgapet.

De som anger andra skäl än de listade säger att det handlar om tidsbrist eller att inget försäkringsbolag vill försäkra företaget.

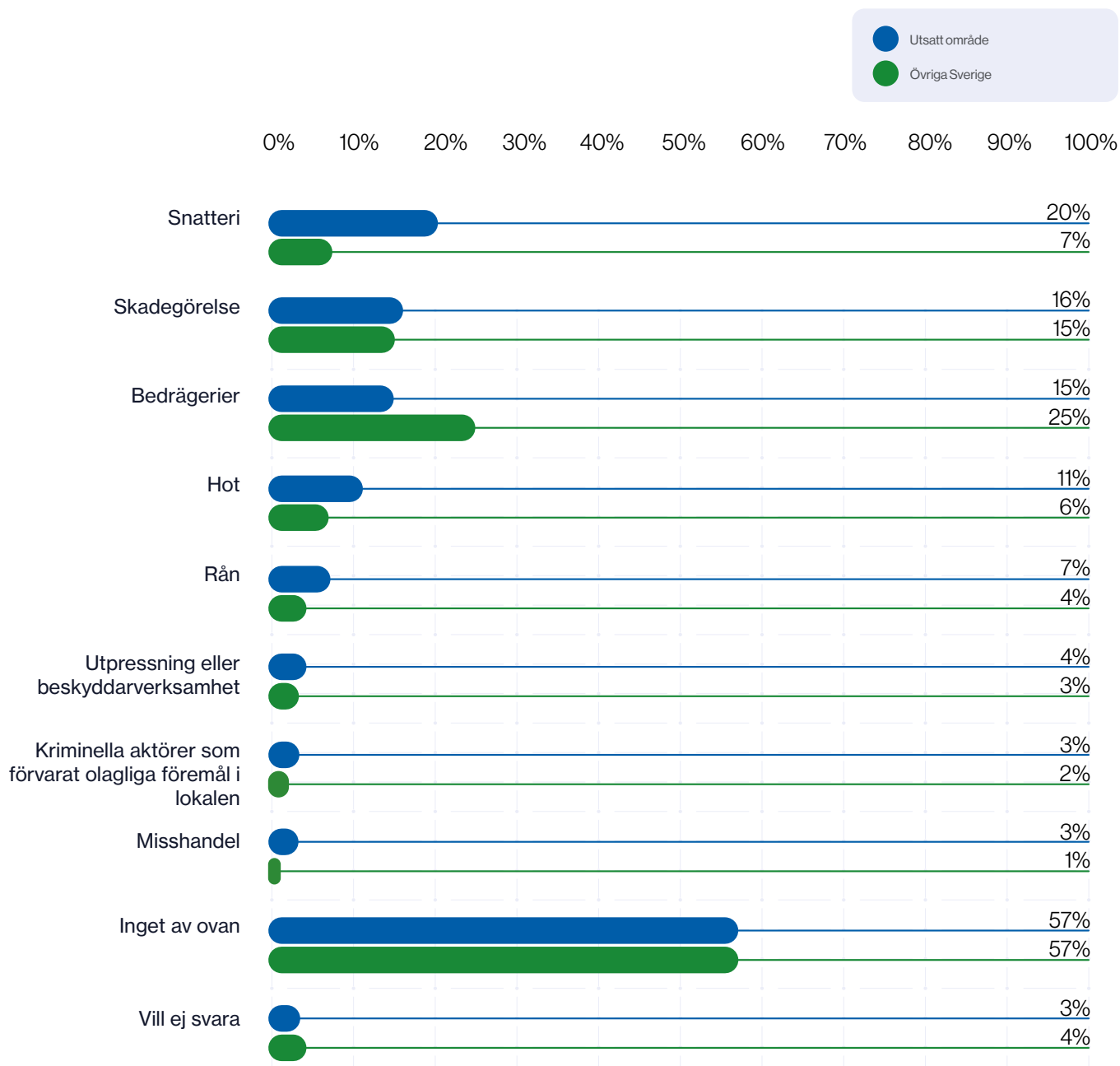
Resultaten understryker att ekonomiska hinder och kunskapsbrist är ett stort skäl till lägre försäkringsgrad i utsatta områden, snarare än attitydskillnader eller bristande riskmedvetenhet. Detta pekar på behovet av mer kostnadseffektiva försäkringslösningar och bättre information riktad specifikt till företagare i ekonomiskt utmanande områden.

07

Brottslighet och påverkan på företag

07.1

Fyra av tio har drabbats eller utsatts för försök till brott



Fråga: Har ditt företag drabbats av eller utsatts för försök till något av nedanstående. Flera svar möjliga.

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

Identiskt i båda grupperna är att 57 % av företagen uppger att de inte har drabbats av något av de listade brotten, vilket är en viktig utgångspunkt. Det betyder att drygt fyra av tio företag, oavsett geografiskt läge, har drabbats av någon form av brottslighet.

De tydligaste skillnaderna gäller snatterier och bedrägerier. Snatterifrekvensen är nästan tre gånger högre i utsatta områden (20 %) jämfört med övriga Sverige (7 %). Däremot är bedrägerier betydligt vanligare i övriga Sverige (25 %) jämfört med utsatta områden (15 %), vilket illustrerar olika brottsstrukturer i olika miljöer.

Hot förekommer nästan dubbelt så ofta i utsatta områden (11 % jämfört med 6 % i övriga Sverige), och även rån är något vanligare (7 % jämfört med 4 %). Skadegörelse drabbar företag i unge-

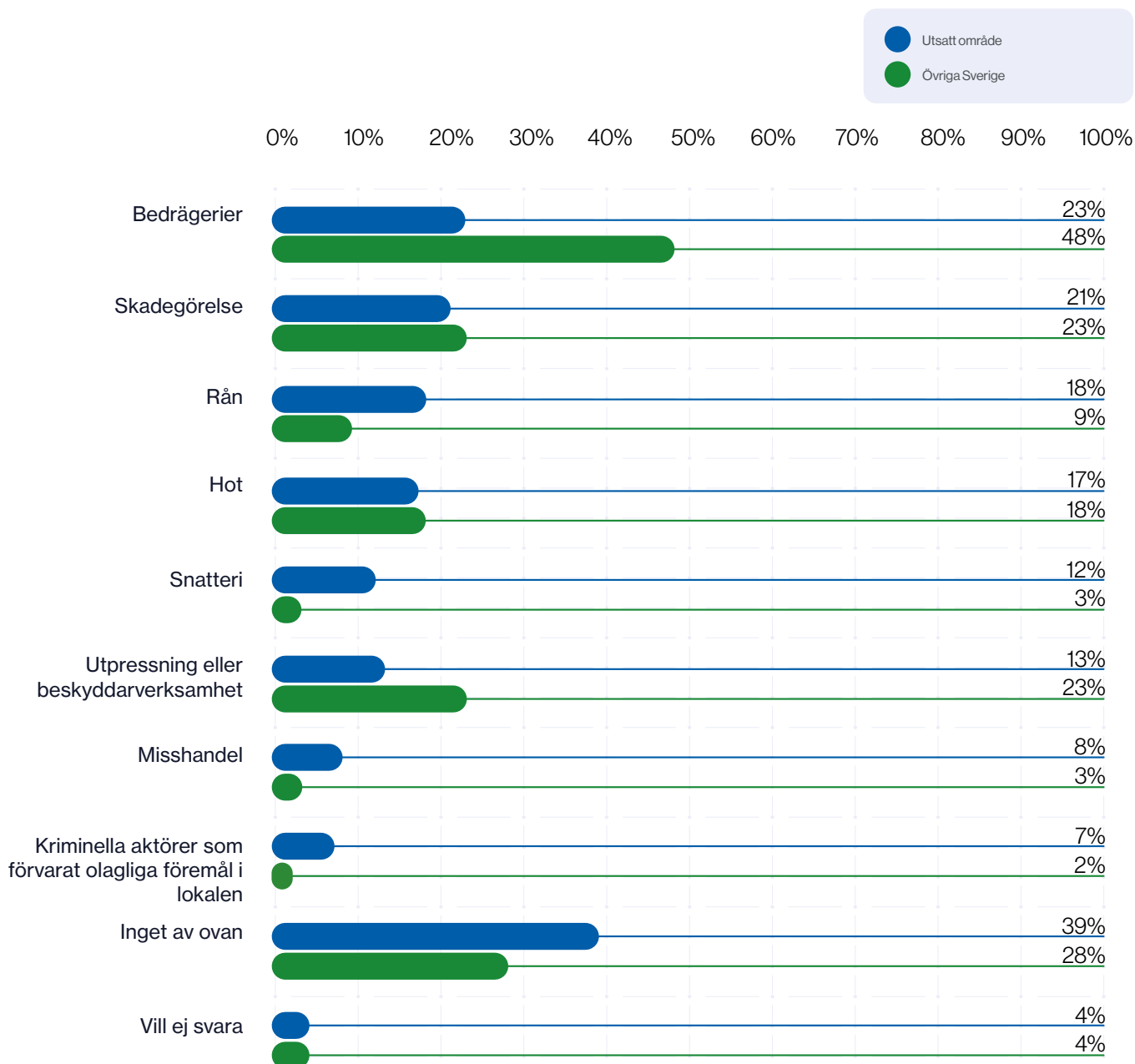
fär samma utsträckning i båda kontexterna (16 % i utsatta områden, 15 % i övriga Sverige).

Mer allvarliga brottskategorier som utpressning eller beskyddarverksamhet, kriminella aktörer som förvarat olagliga föremål i lokalen samt misshandel förekommer i relativt låg utsträckning i båda grupperna, men med något högre frekvens i utsatta områden.

Brottsbilden skiljer sig alltså åt snarare än själva brottsnivån. Företag i utsatta områden drabbas i högre grad av direkta brott som snatterier, hot och rån, medan företag i övriga Sverige i högre utsträckning utsätts för bedrägerier. Detta pekar på behovet av kontextspecifika säkerhetsåtgärder och brottsförebyggande insatser.

07.2

Trots en någorlunda låg utsatthet för brott upplever företagare i utsatta områden en oro att utsättas för brott



Fråga: Vilken typ av brott är du mest orolig för att ditt företag skulle kunna drabbas av? Flera svar möjliga.

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

Det finns betydande skillnader mellan företagare i utsatta områden och i övriga Sverige när det gäller bedrägerier och utpressning/beskyddarverksamhet där företag i övriga Sverige uttrycker mycket högre oro än de i utsatta områden.

När det gäller rån är förhållandet omvänt, företag i utsatta områden uttrycker dubbelt så stor oro jämfört med företag i övriga Sverige.

Oroshöjderna är i princip lika när det gäller skadegörelse, hot, kriminella aktörer som förvarar olagliga föremål

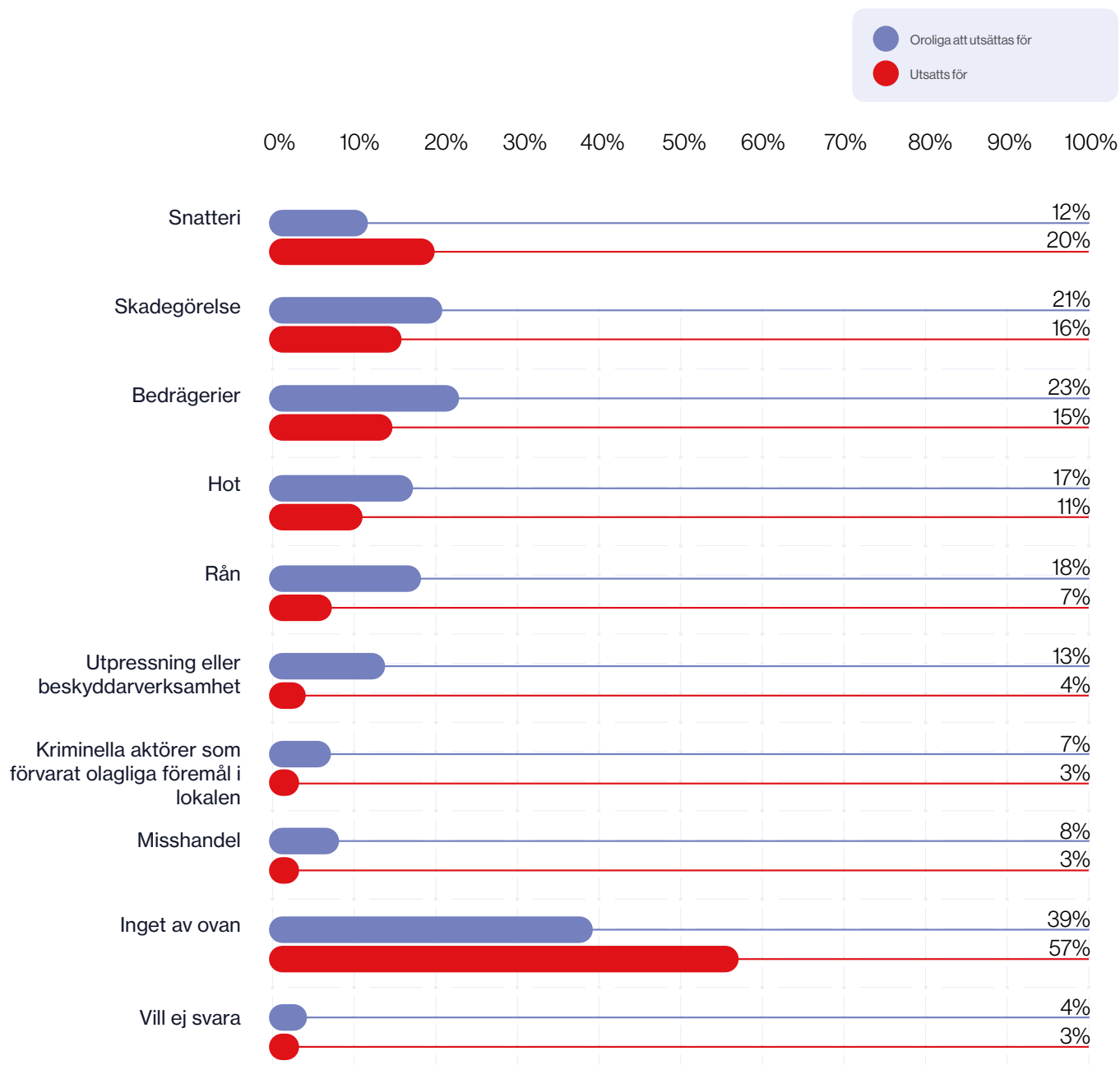
39 % av företagen i utsatta områden uppger att de inte är oroliga för något av de listade brotten, jämfört med endast 25 % i övriga Sverige. Detta tyder på olika hotbilder där företag i övriga Sverige verkar mer oroliga för ekonomisk brottslighet och be-

skyddarverksamhet, medan företag i utsatta områden uttrycker större oro för fysiska brott som rån. Anmärkningsvärt är också att en större andel av företagen i utsatta områden uppger att de inte är oroliga för något brott alls.

Vid en jämförelse med de båda frågorna utifrån vad företag i utsatta områden svarat så noteras en skillnad mellan faktisk utsatthet för brott och oro för brott – exempelvis är snatteri det vanligaste brottet (20 %) men hamnar först på fjärde plats (12 %) i orosmätningen. Däremot är oron för bedrägerier och rån betydligt högre än den faktiska utsattheten.

08.3

Oro att utsättas för brott – utsatthet för brott, företagare i utsatta områden



Fråga: Vilken typ av brott är du mest orolig för att ditt företag skulle kunna drabbas av?/ Har ditt företag drabbats av eller utsatts för försök till något av nedanstående

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Diagrammet visar diskrepansen mellan verklighet och upplevd risk hos företag i utsatta områden och ger värdefulla insikter om företagsklimatet i dessa områden.

För flera brottstyper är oron betydligt större än den faktiska utsattheten. Detta är särskilt tydligt för rån, där 18 % uttrycker oro men endast 7 % har drabbats, samt för utpressning/beskyddarverksamhet där 13 % är oroliga men bara 4 % har utsatts. Även för bedrägerier (23 % oro mot 15 % utsatthet) och miss-handel (8 % oro mot 3 % utsatthet) är oron större än den faktiska risken.

För snatterier är förhållandet omvänt, 20 % har drabbats men endast 12 % uttrycker oro. Detta kan tyda på en viss normalisering eller acceptans av snatterier som en "vardagsrisk" i affärsverksamhet.

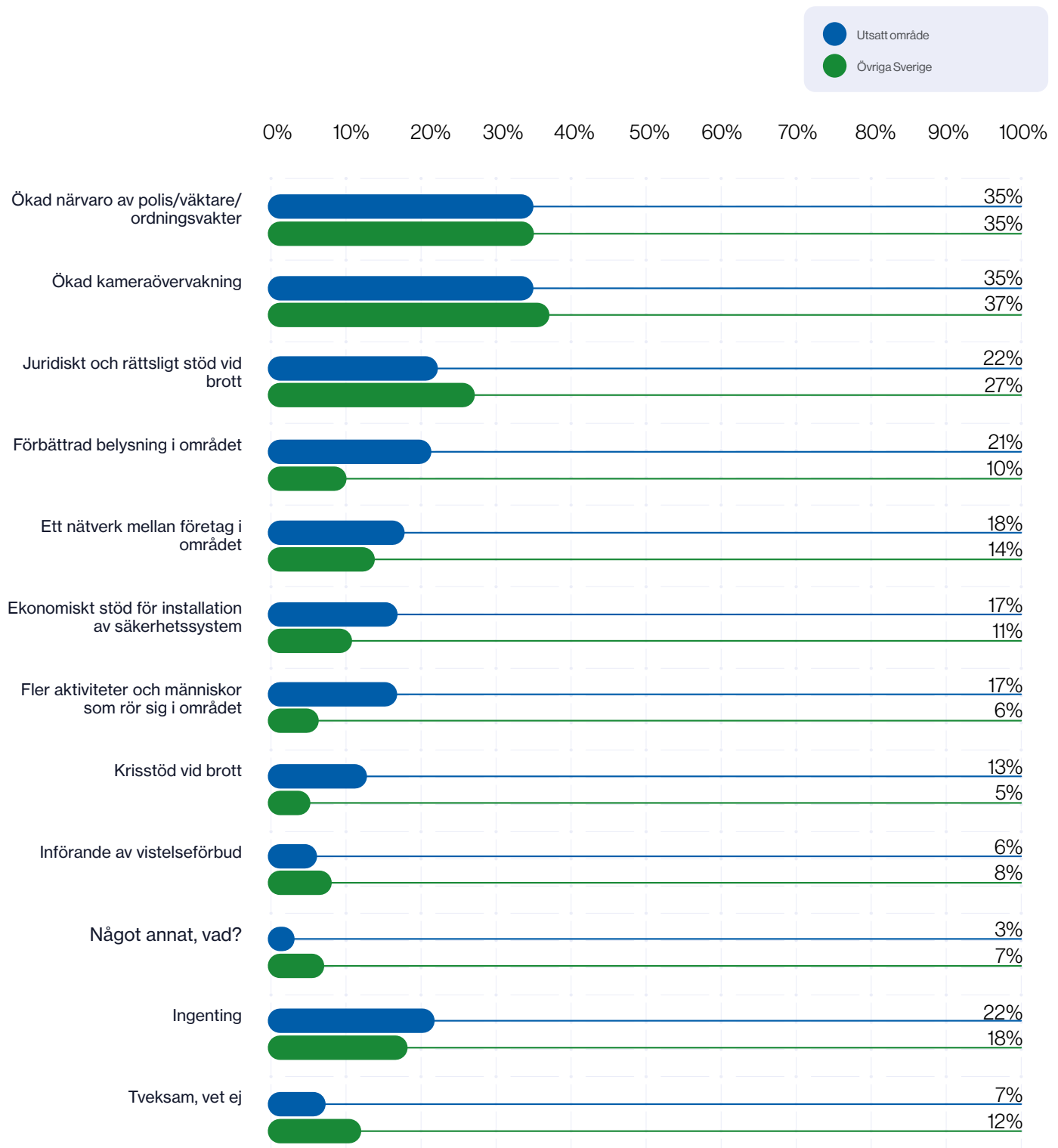
Skadegörelse och hot visar det mest balanserade förhållandet mellan oro och utsatthet (21 % oro mot 16 % utsatthet respektive 17 % oro mot 11 % utsatthet).

Särskilt anmärkningsvärt är att hela 57 % uppger att de inte utsatts för något av de listade brotten, medan betydligt färre (39 %) svarar att de inte är oroliga för något av brotten. Detta visar att en betydande andel företagare lever med oro för brott trots att de inte personligen drabbats.

Resultatet visar att oro för brottsutsatthet utgör en psykologisk belastning för företagare i utsatta områden, även i fall där den faktiska risken är relativt låg. Särskilt organiserad brottslighet i form av rån och utpressning skapar en oproportionerligt stor oro jämfört med faktisk förekomst.

08.5

Ökad polisiär/väktar närvaro och kameraövervakning är de viktigaste åtgärderna för att öka säkerheten för företagen



Fråga: Vilka åtgärder tycker du är viktigast för att öka säkerheten för ditt företag? Flera svar möjliga.

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

”Support for Cybre crime and On-line, Email, Telephone crimes.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

”En polismyndighet som bryr sig.”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

De mest efterfrågade åtgärderna är desamma i båda grupperna: ökad närvaro av polis/väktare/ordningsvakter (35 % i båda grupperna) och ökad kameraövervakning (35 % i utsatta områden, 37 % i övriga Sverige). Detta visar på bred enighet om behovet av synlig övervakning oavsett geografiskt läge.

Markanta skillnader finns dock i synen på åtgärder för att skapa tryggare stadsmiljöer. Företagare i utsatta områden ser i betydligt högre grad värdet av förbättrad belysning (21 % mot 10 %), fler aktiviteter och människor som rör sig i området (17 % mot 6 %), och ekonomiskt stöd för installation av säkerhetssystem (17 % mot 11 %). Detta indikerar att företagare i utsatta områden har en mer helhetlig syn på

säkerhet som inkluderar stadsplanering och sociala faktorer, inte bara direkta säkerhetsåtgärder. Den högre efterfrågan på krisstöd vid brott i utsatta områden (13 % mot 5 %) tyder också på ett större behov av stöd för att hantera konsekvenserna av brottsutsatthet.

Företagare i övriga Sverige prioriterar i något högre grad juridiskt och rättsligt stöd vid brott (27 % mot 22 %), vilket kan återspegla den tidigare observerade högre oron för bedrägerier och andra ekonomiska brott.

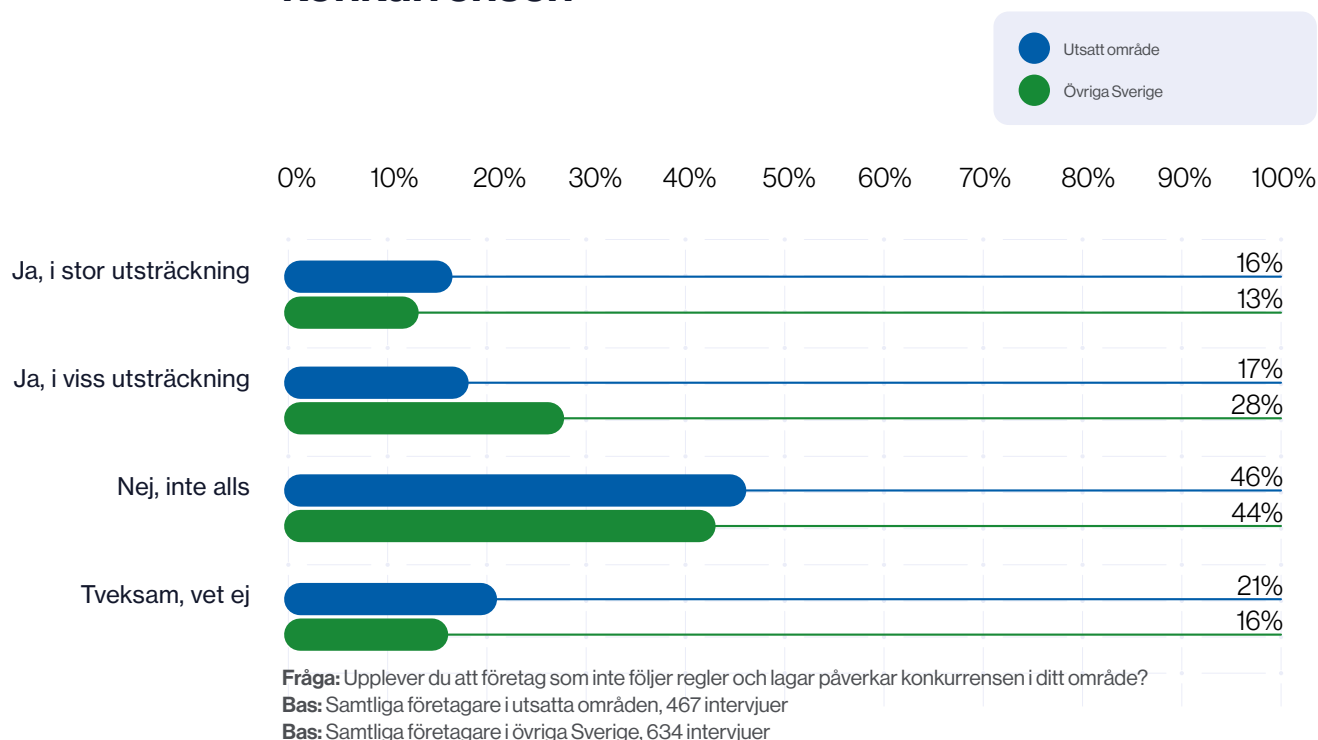
Intressant nog anger något fler företagare i utsatta områden att de inte behöver några särskilda säkerhetsåtgärder (22 % mot 18 % i övriga Sverige).

”Mer vakter, inte mer polis”

– MANLIG FÖRETAGARE, UTSATT OMRÅDE

08.6

Var tredje företagare i utsatta områden anser att företag som inte följer regler och lagar påverkar konkurrensen



Såväl företagare i utsatta områden och i övriga Sverige (46 % i utsatta områden, 44 % i övriga Sverige) upplever inte att regelbrytande företag påverkar konkurrensen alls och visar att en betydande andel av målgrupperna inte ser illojal konkurrens som ett akut problem.

Det som är särskilt intressant är hur de som faktiskt upplever problemet fördelar sig. I utsatta områden är det fler (16 %) som upplever att problemet existerar "i stor utsträckning" jämfört med övriga Sverige (13 %). Det kan indikera att när problemet förekommer i utsatta områden tenderar det att uppfattas som mer allvarligt.

I övriga Sverige är det betydligt fler (28 %) som upplever problemet "i viss utsträckning" jämfört med utsatta områden (17 %), vilket kan tyda på att problemet med regelbrott är mer utbrett men mindre intensivt utanför utsatta områden.

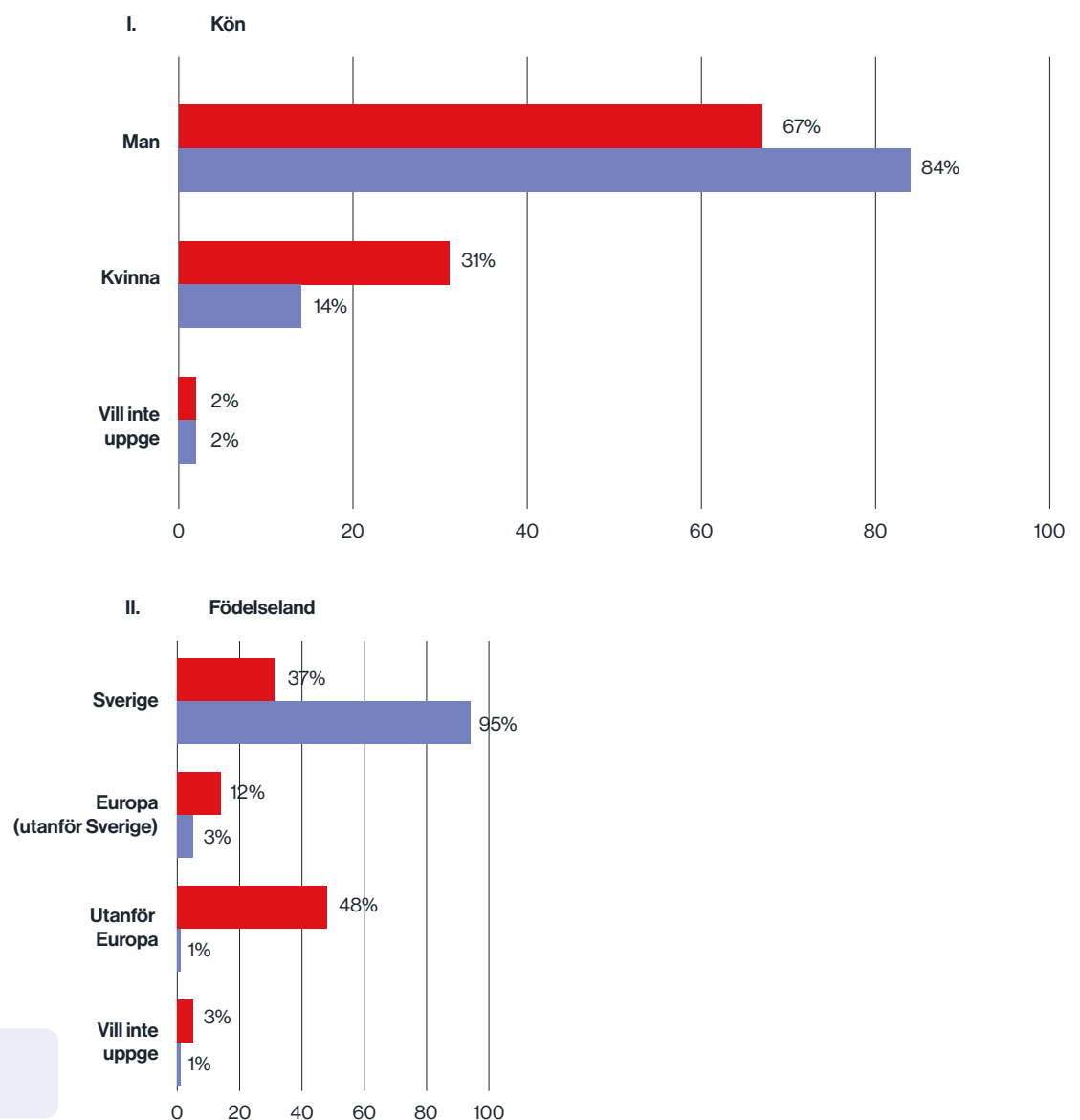
Vi ser att kvinnliga företagare upplever regelbrott som påverkar konkurrensen är ett större problem än manliga företagare. I övrigt är det små skillnader.



Om undersökningen

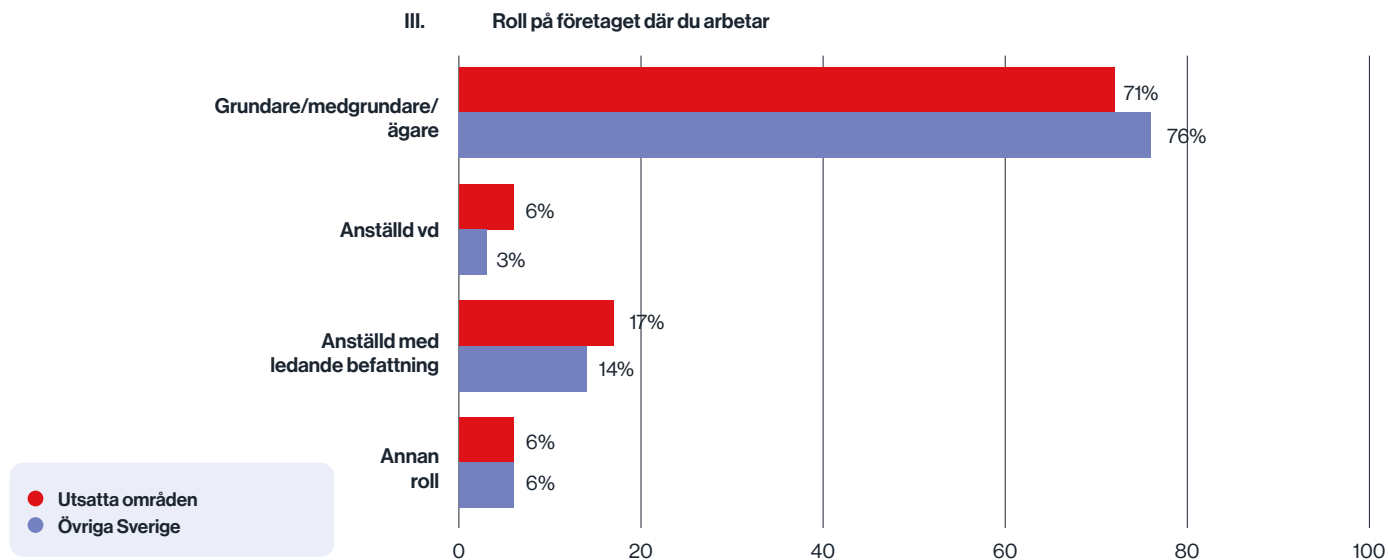
Undersökningen tittar på förutsättningarna för företagare i utsatta områden i jämförelse med företagare i övriga Sverige. Undersökningen bygger på totalt 1 101 svar från företag varav 467 är baserade i utsatta områden och 634 i övriga Sverige. Resultaten från undersökningen redovisas uppdelat på om företaget har sin bas i ett utsatt område eller i övriga Sverige. Resultatet är vägt med avseende på företagets årliga omsättning för att bättre representera populationen. Undersökningen genomfördes mellan 3 mars – 6 maj 2025. Nedan visas en översikt av de svarandes sammansättning.

Översikt av de svarandes sammansättning



Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer



Fråga: Vad stämmer bäst med din roll på företaget där du arbetar?

Bas: Samtliga företagare i utsatta områden, 467 intervjuer

Bas: Samtliga företagare i övriga Sverige, 634 intervjuer

Omsättning	Andel i undersökningen	Andel i populationen
1 - 49 tkr	11,44 %	11,27 %
50 - 99 tkr	6,47 %	6,37 %
100 - 199 tkr	8,95 %	8,81 %
200 - 299 tkr	7,14 %	7,03 %
300 - 499 tkr	11,31 %	11,14 %
500 - 999 tkr	19,03 %	18,74 %
1000 - 4 999 tkr	25,54 %	24,17 %
5 000 - 9 999 tkr	3,82 %	3,76 %
10 000 - 19 999 tkr	1,88 %	1,85 %
20 000 - 49 999 tkr	1,42 %	1,40 %
50 000 - 99 999 tkr	0,74 %	0,72 %
100 000 - 499 999 tkr	1,24 %	1,22 %
500 000 - 999 999 tkr	0,46 %	0,46 %
1 000 000 - 4 999 999 tkr	0,78 %	0,77 %
5 000 000 - 9 999 999 tkr	0,32 %	0,32 %
> 9 999 999 tkr	0,44 %	0,43 %

Metodbeskrivning och genomförande

Undersökningen har genomförts av Demoskop på uppdrag av Järvaveckan Research i samarbete med branschorganisationen FAR. Ett slumpmässigt urval av företag verksamma i Sveriges samtliga av Polismyndigheten definierade risk-, utsatta och särskilt utsatta områden med minst en anställd och en registrerad årsomsättning för 2023 har dragits från Statistiska Centralbyråns företagsregister. Vidare gjordes avgränsningar från totalurvalet avseende exkludering av verksamheter i offentlig regi samt inkludering endast av näringsverksamheter som bedrivs av fysiska personer. Undersökningen riktade sig till företagsledning eller annan arbetsledande funktion på företaget som kan besvara frågor gällande företagets syn på olika aspekter av företagande.

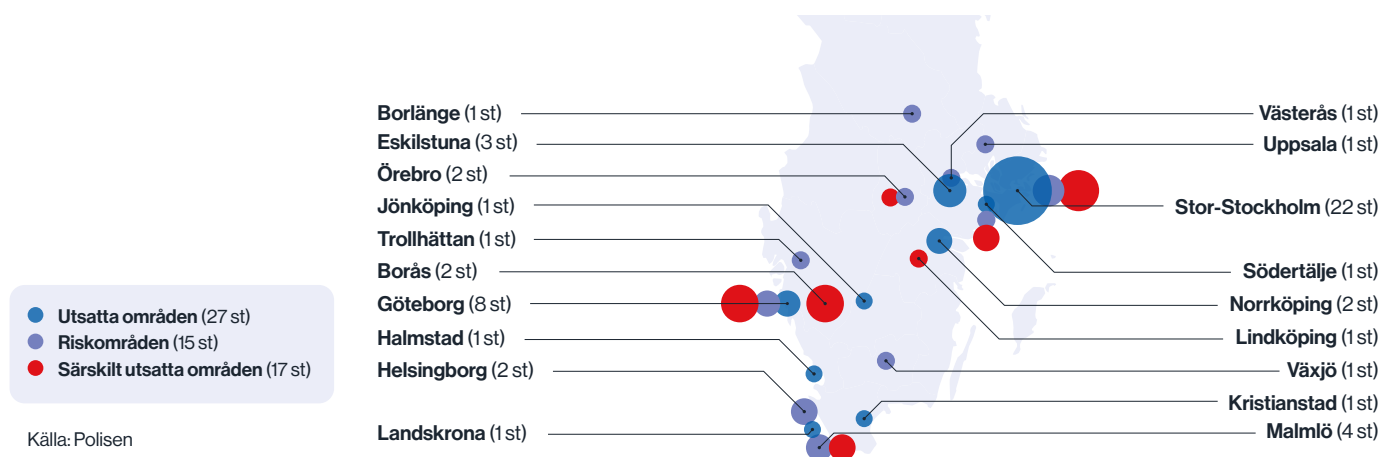
Bland företagen i utsatta områden har datainsamlingen genomförts med en så kallad "push-to-web-metod." En postal inbjudan

har skickats till företagets adress och undersökningen var möjlig att besvara digitalt genom att logga in med en individuell svarskod eller QR-kod. Undersökningen var möjlig att besvara på svenska, engelska, arabiska och somaliska. Även en påminnelse har genomförts enligt "push-to-web". Datainsamlingen bland företag i utsatta områden kompletterades med telefonintervjuer samt face to face intervjuer. I syfte att få ett kunna jämföra med beslutsfattare i övriga Sverige gjordes en särskild webundersökning med ett representativt urval i Demoskops Beslutsfattarpanel. Panelen består av företagare och personer i ledande befattning vid företag och organisationer i Sverige. Undersökningen avgränsades till att omfatta privata företag.

Fakta: 59 utsatta områden

Utsatta områden är geografiskt avgränsade platser som definieras av Polismyndigheten. Dessa områden identifieras genom dialoger mellan lokalpolisområdena, berörda kommuner och polisens nationella operativa avdelning (NOA). Kännetecknande för de utsatta områdena är en låg socioekonomisk status samt att kriminella nätverk och individer som begår

brott har en inverkan på lokalsamhället. I dessa områden kan även parallella samhällsstrukturer förekomma och invånarnas benägenhet att delta i rättsprocesser kan vara reducerad. Polismyndigheten kategoriserar dessa områden i tre kategorier: Utsatt område, riskområde och särskilt utsatt område.



¹Polismyndigheten, "Polisens arbete i utsatta områden", <https://polisen.se/om-polisen/polisens-arbete/utsatta-omraden/> (hämtad 2025-05-07).

09

Kontaktuppgifter

Ahmed Abdirahman

VD och grundare,
Stiftelsen Järvaveckan
ahmed.abdirahman@jarvaveckan.se
+46 (0)73 907 75 09



Pernilla Halling

Kommunikationschef,
FAR
pernilla.halling@far.se
+46 (0)70 330 86 81







JÄRVAVECKAN

research

2025©Järvaveckan

TALESPERSON Ahmed Abdirahman
VD och grundare,
Stiftelsen Järvaveckan

WEBBPLATS jarvaveckan.se

MAIL info@jarvaveckan.se