



Nollbasmätning

Enkätundersökning genomförd hösten 2016 riktad till de företag som deltar i Affärskompetens Nu

Daniel Hallencreutz
Stockholm den 27 oktober 2016

Innehåll

1 Inledning.....	4
1.1 Bakgrund.....	4
1.2 Syfte	4
1.3 Metod	5
1.4 Disposition	5
2 Svarspopulation.....	6
2.1 Kön	6
2.2 Ålder	6
2.3 Omsättning	7
2.4 Antal sysselsatta på heltid	8
2.5 Branscher, bolagsform, och kommun	8
3 Företagarna	9
3.1 Huvudsaklig sysselsättning.....	9
3.2 Ägande av företaget.....	11
3.3 Kännedom om företagsfrämjande aktörer	12
4 Företagen	13
4.1 Antal sysselsatta	13
4.2 Antal kvinnor/män bland de anställda	13
4.3 Lönsamhet	14
4.4 Företagens utvecklingsbehov idag	15
4.5 Årsomsättning 2018	17
4.6 Nyanställningar fram till 2018	18
4.7 Antal sysselsatta 2018.....	19
4.8 Försäljning/generationsskifte	20
4.9 Ambitioner till 2018	21
4.10 Utmaningar inför de kommande 2 åren	22
5 De horisontella kriterierna.....	23
6 Sammanfattning och reflektioner	24
7 Bilaga 1 Underlag för Affärskompetens Nu	26
7.1 Önskad tidpunkt för utbildning.....	26
7.2 Hur långt bör ett utbildningstillfälle vara?.....	26
7.3 Andra aktiviteter utöver utbildningar	27
7.4 Behov av anpassning pga. funktionsnedsättning	29
7.5 Allergier.....	30

Figurförteckning

Figur 1. Kön	6
Figur 2. Ålder	6



Figur 3. Omsättning	7
Figur 4. Omsättning baserat på kön	7
Figur 5. Är företaget den huvudsakliga sysselsättningen?	9
Figur 6. Kan företagaren försörja sig på företaget?	10
Figur 8. Driver och äger företagaren sitt företag ensam?	12
Figur 9. Antal sysselsatta.....	13
Figur 10. Andel kvinnor och män bland de sysselsatta	14
Figur 11. Lönsamhet	15
Figur 12. Exempel på utvecklingsbehov, öppet svar	16
Figur 13. Syn på förändrad omsättning 2018	18
Figur 14. Syn på att nyanställa fram till 2018	19
Figur 15. Syn på antal sysselsatta 2018	20
Figur 16. Försäljning/generationsskifte	21
Figur 17. Lämplig tidpunkt för utbildningstillfällen.....	26
Figur 18. Längd på utbildningstillfälle.....	27
Figur 19. Andra aktiviteter förutom utbildning.....	28
Figur 20. Öppna frågor, andra förslag utbildning	29

Tabellförteckning

Tabell 1. Skillnad mellan kvinnor och män när det gäller att försörja sig på företaget	11
Tabell 2. Kännedom och företagsrådgivning och finansiering	12
Tabell 3. Öppna svar, utmaningar de kommande åren.....	22
Tabell 4. Behov anpassning p.g.a. funktionsnedsättning	29
Tabell 5. Allergier.....	30
Tabell 6. Typ av allergi	30



1 Inledning

1.1 Bakgrund

Affärskompetens Nu är ett treårigt projekt som pågår under perioden 1 februari 2016-31 januari 2019. Projektet har beviljats stöd från Europeiska Socialfonden med totalt 23,7 miljoner kronor, tillsammans med medfinansiering så uppgår den totala budgeten för projektet till ca 31 miljoner kronor.

Projektet har fokus på affärsutveckling för solo- och mikroföretag verksamma i Heby, Tierp, Älvkarleby och Östhammars kommuner. Totalt deltar ca 300 företag. Projektägare är Nordupplands Kompetenscenter, med Näringsliv i samverkan i Tierp och Företag i samverkan i Östhammar, dvs företagarföreningar och kommuner, som medlemmar tillsammans med Älvkarleby kommun. Heby kommun avser att bli medlem.

Projektet erbjuder övergripande tre delar för de deltagande företagen:

- Kompetensinventering med behovsanalys
- Kompetensutvecklingsinsatser, t ex utbildningar, inspiration, coachning och nätverksträffar, inom företaganderelaterade ämnen såsom IT, ekonomi, marknadsföring, ledarskap osv
- Löpande uppföljning

Projektet arbetar samtidigt för att etablera långsiktiga och hållbara strukturer för fortsatt kompetensutveckling för Nordupplands företagare, en plattform vars skepnad kommer att klargöras under projektiden.

Projektet ska åstadkomma:

- Varaktig förändring hos solo- och mikroföretagen.
- En plattform där Nordupplands fyra kommuner samverkar med organisationer som har i uppdrag att arbeta med näringslivets utveckling.
- En mer inkluderande arbetsmarknad.

Som ett led i Affärskompetens Nus arbete och utvärdering har en enkät genomförts. Denna nollbasvärdering ska sedan genomföras av utvärderaren en ytterligare gång under projektperioden (2018). I enkäten ingick dels frågor som ska följas upp rörande företagens behov, lönsamhet etc. Dels frågor som rör Affärskompetens Nus behovsanalys (dvs. frågor som kompletterar den övriga analys som genomförs i projektet).

1.2 Syfte

Syftet med enkäten är att ställa ett antal frågor som rör företagarna och deras företag. Frågorna rör såväl vissa nyckeltal, exempelvis omsättning och lönsamhet, som exempelvis synen på att anställa eller vilka utvecklingsbehov man har. Vidare innehöll enkät två frågor som rör hur företagen arbetar med de horisontella kriterierna. Ett särskilt syfte har varit att undersöka skillnaden mellan män och kvinnor.



1.3 Metod

Enkäten har genomförts som en E-enkät, som innehållit ett antal flervalsfrågor samt ett antal öppna frågor, där de svarande har tillåtits att lämna en kommentar. Frågorna har formulerats i samspel med uppdragsgivaren. Enkäten bestod av 27 frågor. Enkätens fältperiod var den 9-30 september. Enkäten skickades ut till 281 företagare som deltar i Affärskompetens Nu (företagare med giltig e-postadress). Totalt fick vi in 167 fullföljda svar vilket motsvarar en svarsgrad på 59,4 procent, vilket kan anses vara en fullgod nivå sett till målgruppen. 33 procent av respondenterna valde att inte besvara enkäten medan 8 procent valde att påbörja enkäten utan att fullfölja den. Dessa svar är *inte* inkluderade i resultaten som presenteras i denna rapport. Svarsfrekvensen får – med tanke på målgruppen – bedömas som mycket god. Kontigo – som genomfört många företagsundersökningar är vana vid svarsfrekvenser runt 40 procent vid e-enkäter till företag.

1.4 Disposition

Rapporten är disponerad enligt följande. Först redogörs för svarspopulationen. I nästa kapitel redogörs svaren som rör företagarna själva. I det efterföljande kapitlet redogörs för hur de svarat om sina företag. Kapitel 5 redogör för svaren rörande hur företagen arbetar med de horisontella kriterierna. Rapporten avslutas med en kort sammanfattning/reflektion. I bilaga finns de svar som specifikt rör Affärskompetens Nus kompletterande frågor rörande de kommande utbildningarna.

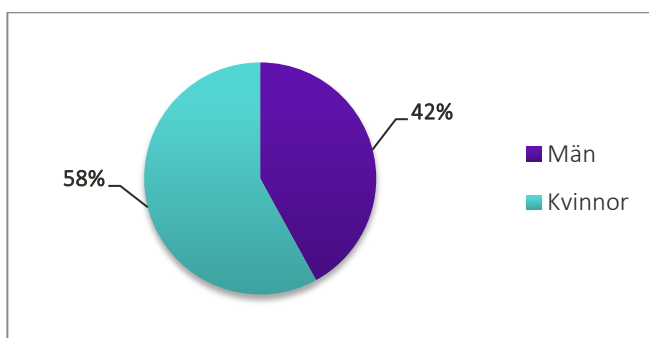


2 Svarspopulation

2.1 Kön

Vad gäller könsfördelningen bland respondenterna var 58 procent kvinnor och 42 procent män. Det var alltså något fler kvinnor än män som valde att besvara enkäten. Jämfört med hela populationen (281) är det en något högre andel av kvinnor som svarat, den är mer jämnt fördelad. Detta är dock inte ovanligt. Kvinnor tenderar generellt att i högre grad svara på enkäter.

Figur 1. Kön

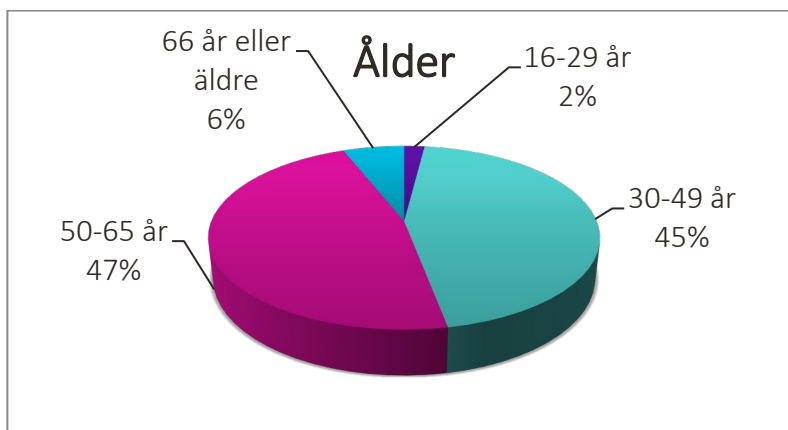


2.2 Ålder

Av de svarande är en överhängande majoritet "mitt i livet"; 45 procent är mellan 30 - 49 år och 47 procent är mellan 50 - 65 år vilket gör att 92 procent av de svarande är mellan 30 - 65 år. En ytterst liten del (2 procent) är yngre dvs. 16 - 19 år. Likaså är en ytterst liten del 66 år eller äldre (6 procent).

Om vi beaktar svaren utifrån kön ser vi ingen anmärkningsvärd skillnad mellan kvinnor/män. Något större andel män än kvinnor befinner sig i åldern 50-65 år. Medan en något större andel kvinnor än män befinner sig i åldern 30-49 år, sett till procentuell fördelning inom gruppen kvinnor respektive män.

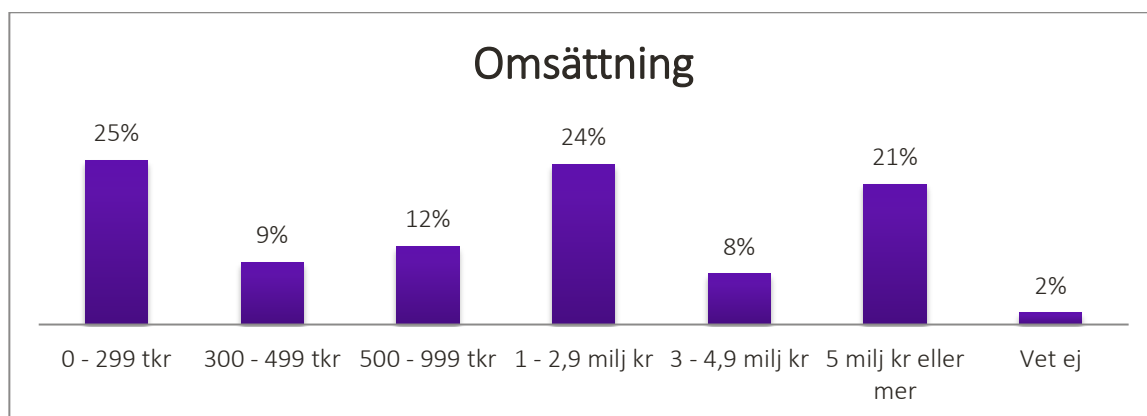
Figur 2. Ålder



2.3 Omsättning

Bland respondenterna kan vi se att deras storlek på företagets omsättning det föregående bokslutsåret är relativt spritt. Vi kan inte se en överhängande koncentration av svar i något av omsättningsspansnen. Däremot förekommer en viss betoning på omsättningsspansnen: 0 - 299 000 kr, 1 - 2,9 miljoner kronor, 5 miljoner kronor eller mer. Endast 2 procent har svarat "vet ej" på frågan.

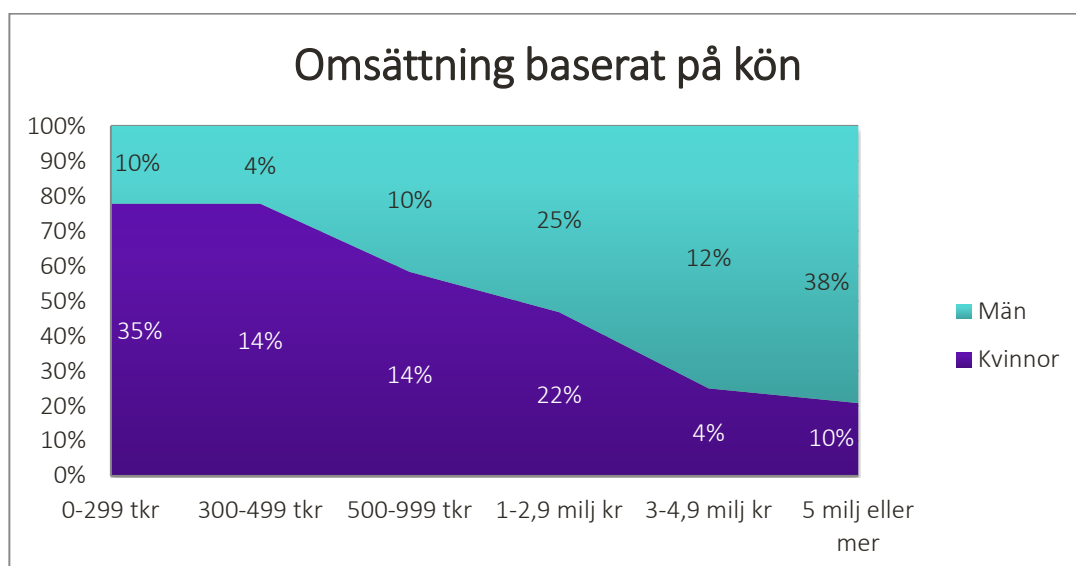
Figur 3. Omsättning



När vi studerar respondenternas omsättning uppdelat på kön blir dock bilden lite annorlunda. För kvinnorna ligger tyngdpunkten, hela 35 procent, på en omsättning på 0-299 tkr. Medan motsvarande siffra för männen ligger på 10 procent. Vad gäller män ligger tyngdpunkten, 38 procent, på en omsättning på 5 miljoner kronor eller mer. Medan samma kategori för omsättning för kvinnor endast utgör 10 procent.

Förhållandet mellan omsättning för kvinnor respektive män är anmärkningsvärt nog är det omvända, vilket illustreras i diagrammet nedan. Värt att nämna är också att både inom gruppen män respektive kvinnor ligger svarsgraden för "vet ej" på 1 procent.

Figur 4. Omsättning baserat på kön



2.4 Antal sysselsatta på heltid

Bland de svarande företagen finns en tydlig dominans av enmansföretagare. Hela 46 procent uppger att företaget totalt har en sysselsatt person (inklusive den svarande). Om vi ser till hur många av de svarande som har 1-3 sysselsatta är det drygt 70 procent som faller inom den kategorin. För 7 procent av de svarande är det oklart hur många heltidssysselsatta företaget har.

Sett till kön kan vi konstatera att en större andel av kvinnorna uppger att företaget har *en* (1) person sysselsatt på heltid jämfört med männen. 50 procent av kvinnorna har *en* (1) heltidsanställd medan 32 procent av männen har *en* heltidsanställd. Vad gäller lite fler antal sysselsatta tenderar männen i högre utsträckning uppge att företaget har 4, 5, 6-9, 10 eller fler anställda jämfört med kvinnorna. 40 procent av männen uppger att företaget har 4 eller fler sysselsatta medan motsvarande siffra för kvinnor är 11 procent.

2.5 Branscher, bolagsform, och kommun

När det gäller branscher så är bredden stor, företag finns inom en mängd olika branscher. (närmare bestämt representeras ungefär 70 branscher (SNI-koder) på femsiffersnivå. Aggregerar man upp dessa så framträder ändå en stor bredd. Flest svarande totalt finns inom handeln. Männen finns i större utsträckning i byggsektorn samt i tillverkningsindustri. Kvinnor framförallt, förutom handel, i olika tjänstenäringsar.

När det gäller bolagsform så bedriver 60 procent av de svarande aktiebolag och 40 procent enskild firma, handelsbolag eller någon annan bolagsform. Här föreligger dock en stor skillnad mellan män och kvinnor. 79 procent av de svarande männen uppger att de driver aktiebolag mot 53 procent av de svarande kvinnorna.

När det gäller var bolaget har sitt säte, finns merparten av bolagen i Tierps eller Östhammars kommun. Det är inte förvånande eftersom fler företagare anmält sig från dessa kommuner.



3 Företagarna

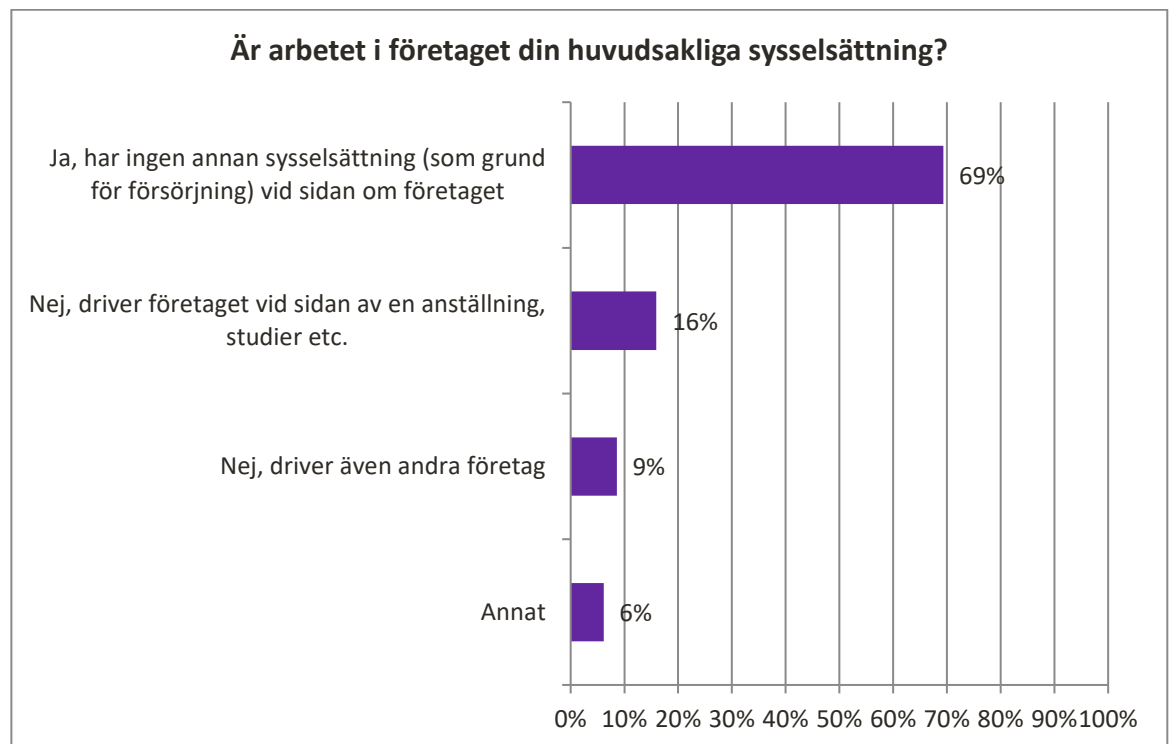
I detta kapitel redogörs för frågor där företagaren står i fokus. Vi presenterar hur svarsfrekvensen ser ut gällande företagens huvudsakliga sysselsättning, försörjning och om företaget är samägt eller inte.

3.1 Huvudsaklig sysselsättning

För en klar majoritet (69 procent) är arbetet i företaget respondentens huvudsakliga sysselsättning. 16 procent driver företaget vid sidan av en traditionell anställning alternativt studier. 9 procent driver flera företag.

När vi analyserar svaren närmre framgår det att de manliga respondenterna i något högre utsträckning än kvinnorna uppger att företaget är dennes huvudsakliga sysselsättning (72 procent jämfört med 67 procent). Likaledes uppger fler kvinnor än män att de har en anställning eller bedriver studier vid sidan om. Slutligen framgår även att fler män än kvinnor driver flera företag parallellt.

Figur 5. Är företaget den huvudsakliga sysselsättningen?



Förutom de givna svarsalternativen gavs de respondenterna möjlighet att själva ange vilken kombination av sysselsättningar som är aktuell för just dem.

Totalt fick vi in 9 svar. Fyra av dessa anger att de uppbär pension och samtidigt driver sitt företag, en av dessa uppger att företaget inte inbringar inkomst. En person har haft anställning som precis avslutats, en person har anställning och driver samtidigt två företag, och en annan har en



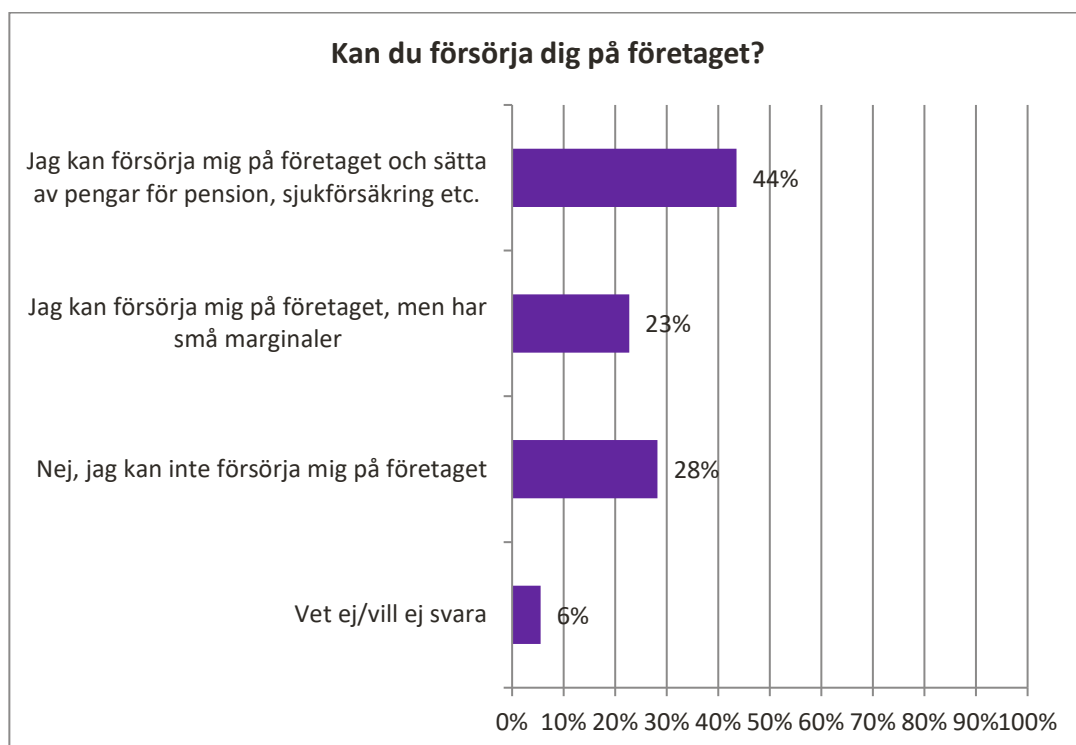
timanställning vid sidan om företagandet. Två personer uppger sig ha anställning som brandman på deltid vid sidan om företagandet.

Sammanfattningsvis kan sägas att det mest beaktansvärda att hämta ur de öppna svaren är att en minoritet av respondenterna driver företag samtidigt som de har viss ekonomisk säkerhet i form av pension. Detta faktum ger upphov till en rad frågeställningar. Så som, på vilket sätt pensionen påverkar möjligheten till företagande? Att vara pensionerad ger upphov till tid och en grundläggande ekonomisk trygghet. Ser dessa personer annorlunda på sitt företagande och driver det annorlunda än andra? Om ja, på vilket sätt? Det finns således många vinklar ur vilka denna fråga kan belysas.

Försörjning

I diagrammet nedan redovisas hur stor andel av respondenterna som kan försörja sig på företaget eller som har upplever att det är svårare. En relativt stor andel, 44 procent, av respondenterna uppger att de kan försörja sig på företaget och dessutom sätta av pengar för pension och försäkringar. Vi ser också att en relativt stor andel kan försörja sig genom sitt företagande men att marginalerna är små (23 procent). 28 procent säger sig inte kunna försörja sig på företaget.

Figur 6. Kan företagaren försörja sig på företaget?



Värt att nämna är att en majoritet av de svarande inom svarsalternativet "Jag kan försörja mig på företaget och sätta av pengar för pension, sjukförsäkring etc." är män. Av de 44 procent som ryms inom detta svarsalternativ är 30 procent kvinnor och 62 procent män. Av respondenterna är det alltså fler män än kvinnor som uppger att de kan försörja sig på företaget. Av det totala antalet svarande inom svarsalternativet "Nej, jag kan inte försörja mig på företaget" är 38 procent kvinnor och 14 procent män.



Bilden som målas upp baserat på dessa svar är alltså att fler män än kvinnor upplever att företaget genererar en god försörjning. Här får vi dock reservera oss för eventuella faktorer som vi inte kan kontrollera för, så som att män eventuellt är mer benägna att se mer positivt/optimistiskt på sitt företagande. Olika grader av optimism och självbild skulle kunna vara betydande faktorer att ta hänsyn till.

Tabell 1. Skillnad mellan kvinnor och män när det gäller att försörja sig på företaget

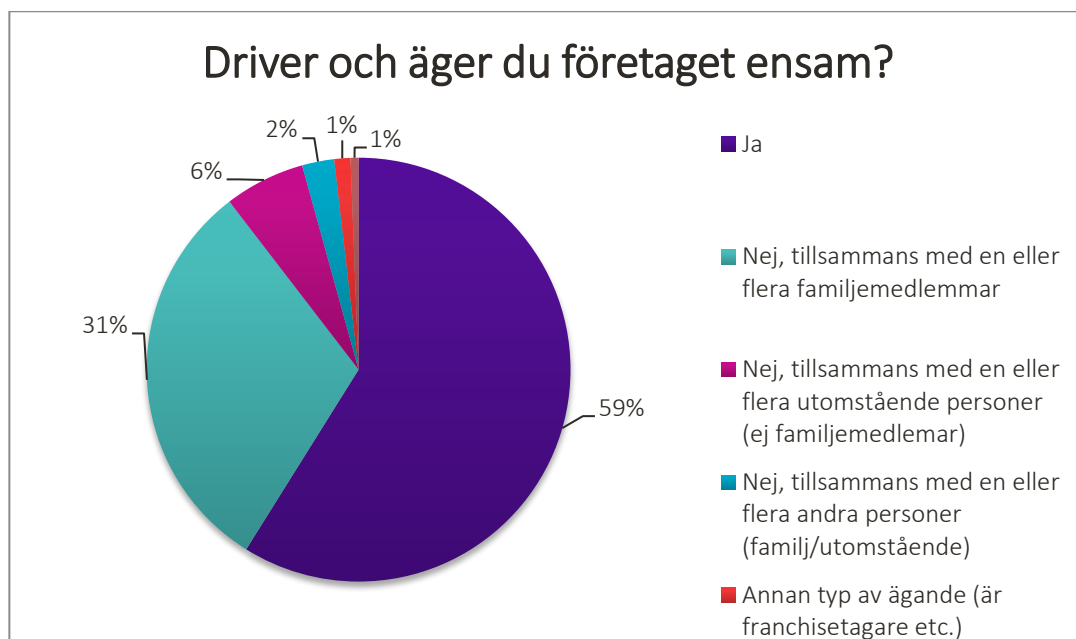
	Total	Kvinna	Man
Jag kan försörja mig på företaget och sätta av pengar för pension, sjukförsäkring etc.	44 %	30 %	62 %
Jag kan försörja mig på företaget, men har små marginaler	23 %	27 %	17 %
Nej, jag kan inte försörja mig på företaget	28 %	38 %	14 %
Vet ej/vill ej svara	6 %	5 %	6 %

3.2 Ägande av företaget

De flesta respondenterna 59 procent uppger att de driver och äger företaget ensamma och 31 procent uppger att de driver företaget tillsammans med en familjemedlem. Övriga ägandeformer är det relativt få som har.

Av det totala antalet kvinnor uppger 66 procent att de driver sitt företag på egen hand. Av männen svarar 49 procent att de driver företaget på egen hand. Sålunda är fördelningen mellan män och kvinnor relativt jämn. Även för övriga svarsalternativ är svarsfördelningen mellan män och kvinnor tämligen balanserad i bemärkelsen eventuella skillnader.

Figur 7. Driver och äger företagaren sitt företag ensam?



3.3 Kännedom om företagsfrämjande aktörer

I enkäten ombads respondenterna uppge vilka företagsfrämjande aktörer de dels känner till och dels har varit i kontakt med (t.ex. fått rådgivning eller finansiellt stöd ifrån). De aktörer som nämndes var: ALMI Företagspartner (ALMI), Verksam.se, Drivhuset, Nyföretagarcentrum (NFC), Coompanion, UIC och Connect. Tvåtedjedelar, nästan, av de som svarat känner till Almi. Almi är också den aktör som flest varit i kontakt med för rådgivning eller finansiering. Det föreligger inte några egentliga skillnader mellan män och kvinnor (det är för övrigt för få i respektive kategori för att kunna säga något signifikant) förutom att något fler män relativt sett än kvinnor uppger att de känner till Almi respektive verksam.se.

Tabell 2. Kännedom och företagsrådgivning och finansiering

	Almi	Verksam.se	Drivhuset	Nyföretagarcentrum	Coompanion	UIC	Connect
Känner till	63%	49%	28%	39%	23%	15%	15%
Har fått finansiering, rådgivning av som företagare?	26%	4%	1%	15%	1%	5%	5%



4 Företagen

I detta kapitel redogör vi för de enkätfrågor som är centrerade kring företaget som sådant. I detta avsnitt fick respondenterna svara på frågor så som antal sysselsatta i företaget, lönsamhet, utvecklingsbehov samt ett par framåtblickande frågor om utvecklingsambitioner fram till 2018.

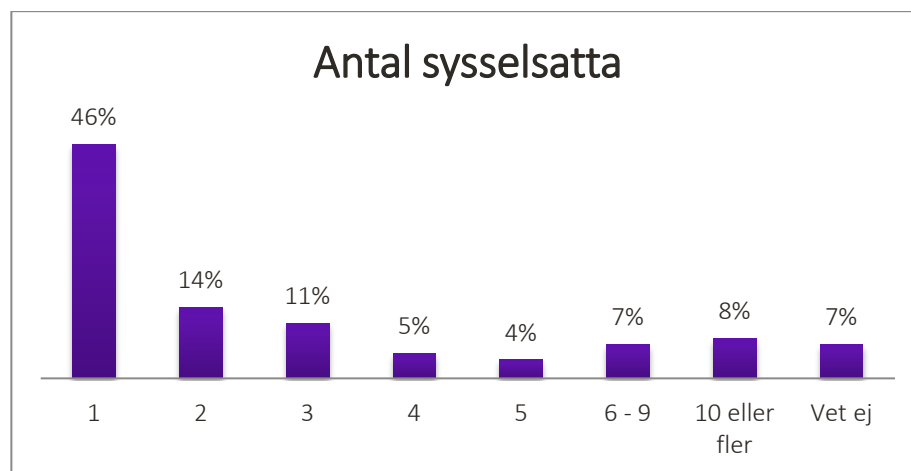
4.1 Antal sysselsatta

Respondenterna ombads uppge hur många som är sysselsatta på heltid (inklusive företagaren själv) i företaget (timanställda och deltidsanställda sammanslagna till heltid). En majoritet av de svarande, 71 procent, har 1-3 personer sysselsatta på heltid i företaget.

Om vi granskar svaren närmre, sett till respondentens kön, framgår att en större andel kvinnor, 81 procent av kvinnorna, uppger att företaget har 1-3 anställda medan motsvarande siffra för männen är 55 procent. Bland männen finns en större spridning gällande antalet sysselsatta i företaget. Medan det för kvinnor finns en tydlig koncentration av antalet sysselsatta inom det lägre spannet.

Minsta svarsgraden avseende antal sysselsatta finner vi för 4-5 anställda. Det är alltså få av företagen som har besvarat enkäten som har 4-5 anställda. Däremot är det vanligare bland respondenterna att företaget har med 6 sysselsatta eller fler. De större företagen (sett till antal sysselsatta) är alltså något fler än de i mellanskiktet. Av männen svarar 25 procent att företaget sysselsätter 6 eller fler medan endast 7 procent av kvinnorna svarar att företaget sysselsätter 6 eller fler.

Figur 8. Antal sysselsatta



4.2 Antal kvinnor/män bland de anställda

När det gäller andelen kvinnor respektive män av det totala antalet anställda kan vi se att de flesta svarande, drygt 70 procent, har 1 - 3 kvinnor anställda medan endast 42 procent har 1 - 3 män anställda. 21 procent uppger att man inte har någon kvinna anställd över huvud taget medan 42 procent uppger att företaget inte har någon man anställd. Här är det värt att påminnas om att av det totala antalet respondenter är de flesta kvinnor.



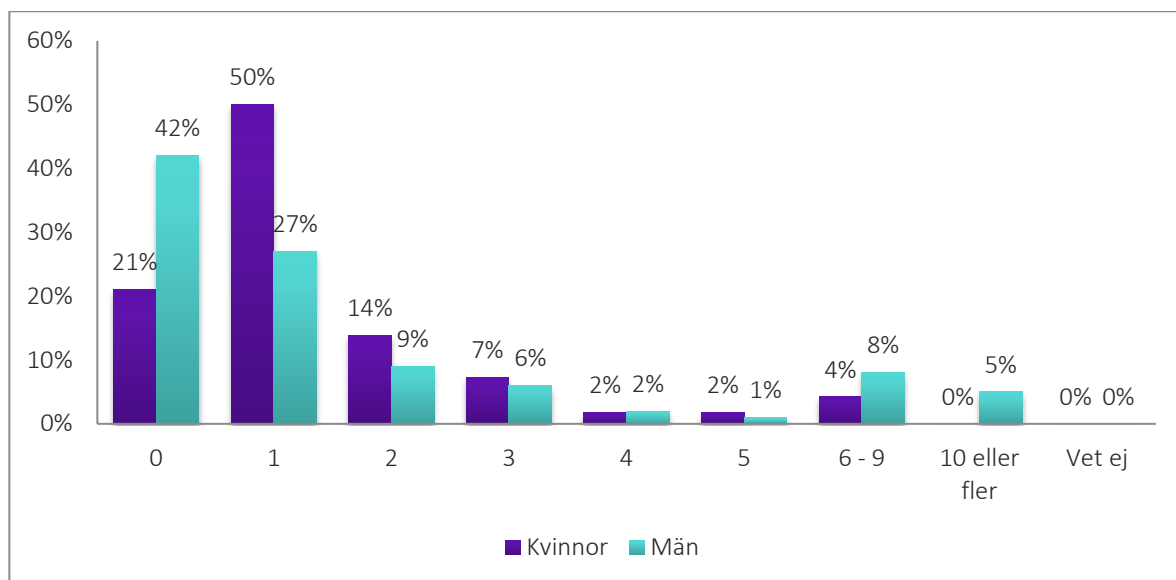
Det är få företag som har anställt fyra eller fler kvinnor (8 procent) medan motsvarande svarsgrad för antalet anställda män är något högre (16 procent). Av de svarande säger sig 5 procent ha anställt 10 eller fler män medan 0 procent har anställt 10 eller fler kvinnor. Vid de större företagen, sett till antal anställda (från sex anställda och uppåt), finns således en dominans av män. (Det kan dock inte uteslutas att dessa företag även har kvinnor anställda, men i så fall ett lägre antal.)

Vidare kan vi se en större spridning vad gäller antalet anställda män, (mellan 0 - 10 eller fler), medan det, för andelen anställda kvinnor, finns en tydligare tendens mot att företagen har 1 - 3 anställda kvinnor.

Nämnvärt är också att av respondenterna uppger männen i högre grad att deras företag har en (1) kvinna anställd än vad motsvarande siffra är för det omvända. Det vill säga, kvinnliga respondenter uppger i lägre grad att företaget har en (1) man anställd.

Av männen uppger bara 1 procent att företaget inte har någon man anställd. Av kvinnorna som svarat uppger hela 9 procent att företaget inte har någon kvinna anställd. Utifrån detta kan vi kanske dra slutsatsen att manliga enmansföretagare i högre utsträckning har en formell anställningsform i företaget medan kvinnor inte har det i lika stor utsträckning. Detta väcker en misstanke om att de kvinnorna som driver företag – trots det inte har en kvinna anställd – ar en anställning (eller dylikt) vid sidan om företagandet. Något fler kvinnor relativt män uppger också detta – att de har en annan anställning, bedriver studier etc. vid sidan om företaget (något som kanske delvis också kan förklara att fler kvinnor relativt män uppgett att de har lägre omsättning).

Figur 9. Andel kvinnor och män bland de sysselsatta



4.3 Lönsamhet

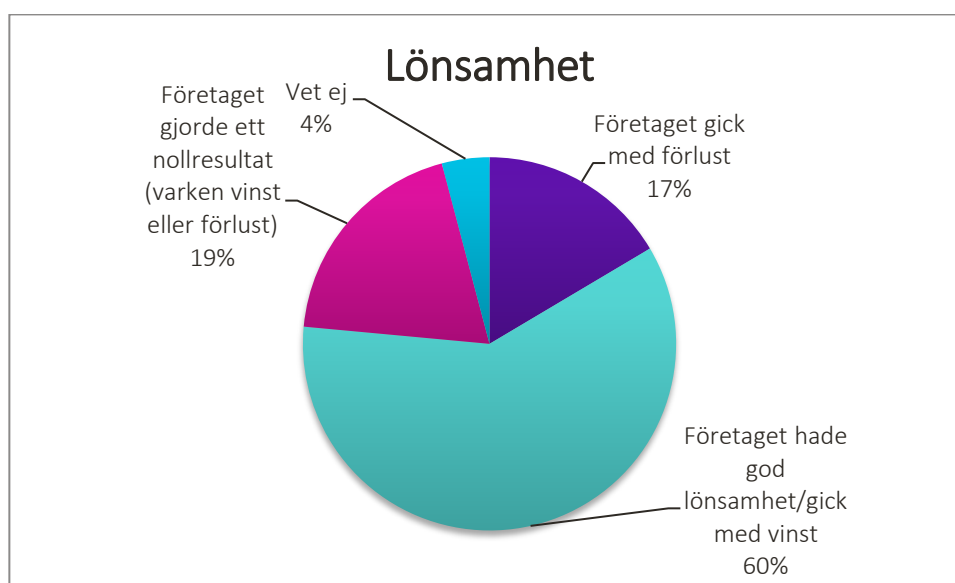
Respondenterna ombads uppge företagets lönsamhet det senaste bokslutsåret. 60 procent av det totala antalet respondenter uppger att företaget, vid det senaste bokslutet, hade god lönsamhet och/eller gick med vinst.



Sett utifrån kön, svarade 68 procent av männen att företaget hade god lönsamhet och motsvarande siffra för kvinnorna är 52 procent. Männen förefaller således ha bättre lönsamhet jämfört med kvinnorna, med reservation för att män, i liknande undersökningar, generellt sett tenderar att tolka och uppfatta sitt företagande med mer optimism än kvinnor. Alltså bör vi hålla i åtanke att enkätfrågan i detta fall baseras på företagarens egen bedömning och inte på faktiskt statistik.

Vidare är det värt att nämna att bland kvinnorna respektive männen svarar 17 procent inom båda grupperna att företaget gick med förlust. Bland kvinnorna (27 procent) är det något fler som uppger att företaget gjorde ett nollresultat jämfört med svarsgraden inom gruppen män som svarade (10 procent).

Figur 10. Lönsamhet



4.4 Företagens utvecklingsbehov idag

När det gäller utvecklingsbehov fick företagen svara på ett antal påståenden på en femgradig skala där 1 betyder instämmer inte alls och 5 betyder instämmer helt. Om vi slår ihop 4 och 5, det vill säga om man instämmer helt eller delvis, så är andelen som ser ett sådant utvecklingsbehov följande (andel i fet stil)

- Aktivare styrelsearbete (strategi, arbetsformer, medlemmar) – **26 procent**
- Företagets kvalitetssäkring (rutiner, klagomålshantering etc.) – **15 procent**
- Löpande kompetensutveckling (av ägare och ev. personal) – **54 procent**
- Försäljning och marknadsföring – **67 procent**
- Samverkan med andra företag (om marknadsföring, produktutveckling etc.) – **35 procent**
- IT-lösningar och andra digitala verktyg (hemsida, e-handel etc.) – **57 procent**

Som vi kan se så är det mest framträdande utvecklingsbehovet försäljning och marknadsföring, tätt följt av IT-lösningar vilket indikerar att digitaliseringen verkligen är betydelsefull för alla typer av företag, oavsett storlek eller bransch. Drygt hälften lyfter också den löpande generella kompetensutvecklingen, vilket ligger helt i linje med Affärskompetens Nus syfte. Att ändå 25 procent



lyfter styrelsearbetet är intressant. Också det visar på betydelsen av bolagsstyrning också i mindre bolag. Intressant att så få lyfter kvalitetssäkring. Detta är dock positivt eftersom det indikerar att bolagen tänker på och arbetar med detta i sitt löpande arbete.

Vad gäller skillnader mellan män och kvinnor, kan konstateras att kvinnor (även om det här rör sig om få svarande totalt som instämde helt eller delvis!) i något lite högre utsträckning relativt män instämde i ett utvecklingsbehov rörande styrelsearbete (Att detta är fallet kan delvis hänga ihop med att kvinnor som svarat oftare driver enmansföretag etc. vilket kanske indikerar ett behov generellt av bollplank etc.). Män har i något större utsträckning relativt kvinnor instämt i att de har ett utvecklingsbehov när det gäller kvalitetssäkring. Kvinnor har i något större utsträckning relativt män instämt i att de har ett utvecklingsbehov när det gäller kompetensutveckling.

Den stora könsskillnaden vad gäller relativa skillnader är att kvinnor i betydligt högre utsträckning instämt helt eller delvis att de har ett utvecklingsbehov vad gäller marknadsföring och försäljning samt när det gäller att samverka med andra företag.

När det gäller synen på utvecklingsbehov vad gäller IT-lösningar etc. så föreligger ingen skillnad mellan män och kvinnor hur det svarat.

De svarande fick också möjlighet att lämna ett öppet svar. De öppna svaren på frågan om *företagens utvecklingsbehov idag* sammanfattas här. Förutom de givna utvecklingsområdena vi frågat om gavs de svarande möjlighet att själva ange inom vilka områden de anser att företaget har behov av utveckling. Dessa svar har vi studerat och försökt tyda mönster ur.

Totalt fick vi in 28 svar. Den vanligaste gruppen av svar ryms inom den kategori vi kallar *utbildning*. Flera av svaren handlar alltså om olika former av vidareutbildning, fördjupning, kompetensutveckling eller specialkompetens. De svarande uttrycker en efterfrågan av utbildningar av olika slag och här kan inget gemensamt mönster skönjas mer än att ett par svar båda uppger ledarskap och sociala medier som områden man önskar få mer kunskap i. I övrigt nämns språk, webbdesign, upphandling, affärsjuridik, retorik och kommunikation, stresshantering, hälsa, administrativt arbete, körkort i tungt släp, ADR, samt författarskap som önskade utbildningsområden.

Ett annat återkommande svar rör utvecklingsbehov inom *ekonomi*. De svarande uppger att de ser ett behov av fördjupade kunskaper kring lönsamhet, prissättning, finansiering, budget, prognoser, bokföring och bokslut. Eftersom en relativt stor del av de öppna svaren relaterade till ekonomi inkluderades detta inte i ovanstående utbildningskategori.

En tredje kategori som kan urskiljas ur svaren rör företagen som uttrycker ett behov av stöd i *strategiarbete, affärsutveckling och produktutveckling*. Några av de svarande uttrycker sig såhär: "hitta sätt att växa", "kunskap kring finansiering, delägarskap och företagsutveckling", "bredda och marknadsanpassa företaget samt utveckla fler produkter och tjänster för att bredda företaget samt få nya och fler ben att stå på".

En fjärde och minsta kategorin vi kan urskilja är personalfrågan. Ett par svarande uppger att man vill anställa fler personer men inte anser sig ha råd medan en annan ser det som en utmaning att hitta personer med rätt kompetens.

Figur 11. Exempel på utvecklingsbehov, öppet svar



"Vi måste aktivt ta fram strategier för såväl underhållsarbetet i företaget som för utvecklingen"



4.5 Årsomsättning 2018

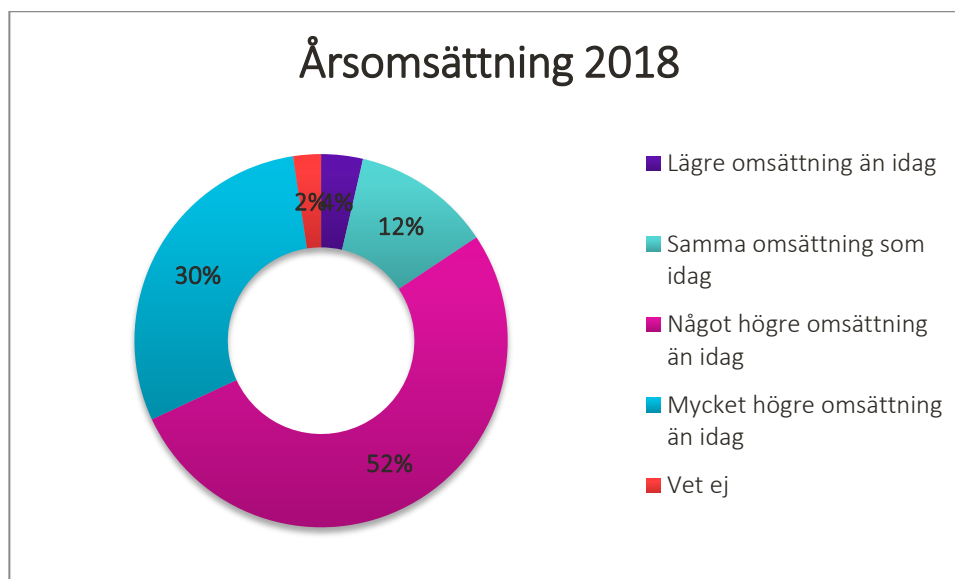
Respondenterna ombads uppge vilken årsomsättning företaget beräknas ha år 2018, detta för att klarlägga företagarnas ambitionsnivå för de närmsta åren. En majoritet av de svarande (52 procent) räknar med att företaget har en *något* högre omsättning än i dagsläget. En relativt blygsam ambition sålunda. 30 procent har dock en högre ställd ambition i och med att de räknar med att företaget har en *mycket* högre omsättning än i dagsläget.

Både inom gruppen män respektive kvinnor ser svarsgraden likadan ut för svarsalternativet "Något högre omsättning än idag". Inom båda grupperna svarar ca 50 procent att man år 2018 räknar med en något högre omsättning än idag. För svarsalternativet "Mycket högre omsättning än idag" är jämförelsen lite mer förvånande. 34 procent av kvinnorna och 25 procent av männen har som ambition att företaget ska ha mycket högre omsättning än idag år 2018.

Bland männen tror 17 procent att företaget kommer behålla samma årsomsättning som idag medan 7 procent av kvinnorna tror detsamma. Dock finns misstanke hos 5 procent av kvinnorna och bara 1 procent av männen att företaget kommer att ha en lägre omsättning år 2018 jämfört med idag.



Figur 12. Syn på förändrad omsättning 2018



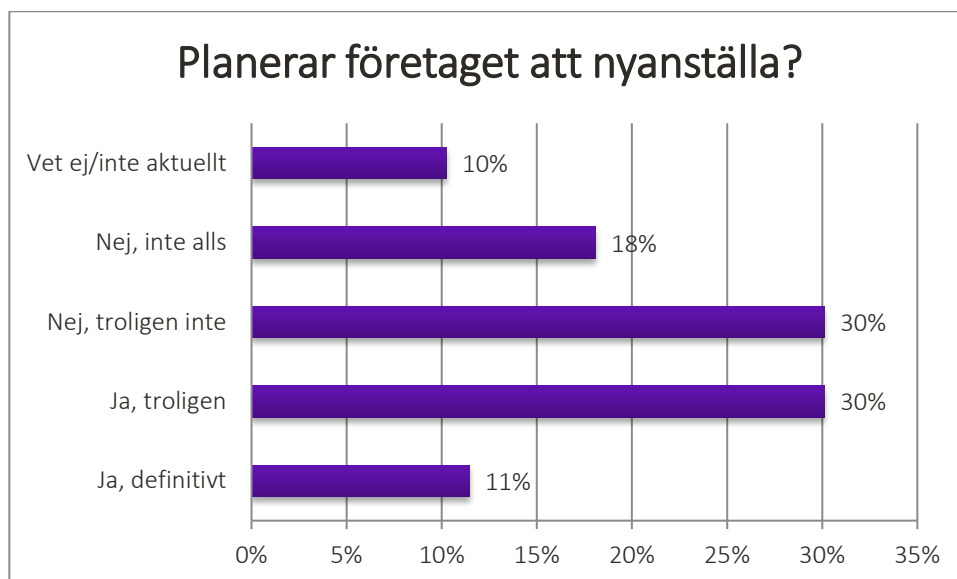
4.6 Nyanställningar fram till 2018

För att vidare undersöka företagets ambitionsnivå på några års sikt ombads respondenterna svara på huruvida företaget planerar att anställa inom den kommande tvåårsperioden. 10 procent uppgav vet ej/inte aktuellt, 18 procent svarade bestämt "Nej" och för 30 procent av de svarande är det inte troligt. 41 procent uppgav att det troligen kommer att ske alternativt att det definitivt kommer att ske.

För det senare "Ja, definitivt" är svarsgraden för kvinnor 11 procent och 13 procent för män, alltså relativt lika. För svarsalternativet "Ja, troligen" är svarsgraden för kvinnor 18 procent respektive 46 procent för män. En större andel av männen ser det som mer sannolikt att nyanställningar kommer genomföras än inom gruppen kvinnor. I linje med det resultatet är också männens svarsgrad för "Inte aktuellt", "Nej, inte alls" och "Nej troligen inte" också lägre jämfört med svarsgraden för kvinnor.



Figur 13. Syn på att nyanställa fram till 2018



4.7 Antal sysselsatta 2018

På frågan om hur många sysselsatta på heltid företaget beräknas ha år 2018 svarade 40 procent att de bedömer att företaget kommer att ha *samma* antal heltidsanställda som idag (av kvinnorna representeras svaret av 43 procent, och av männen 35 procent). En nästan lika stor andel, 35 procent, räknar med att företaget har lite fler anställda än idag. Av männen har 45 procent valt det svarsalternativet och bland kvinnorna har 29 procent uppgett samma svar. Ett större antal män, relativt kvinnorna, uppskattar att företaget har *lite* fler anställda inom en tvåårsperiod.

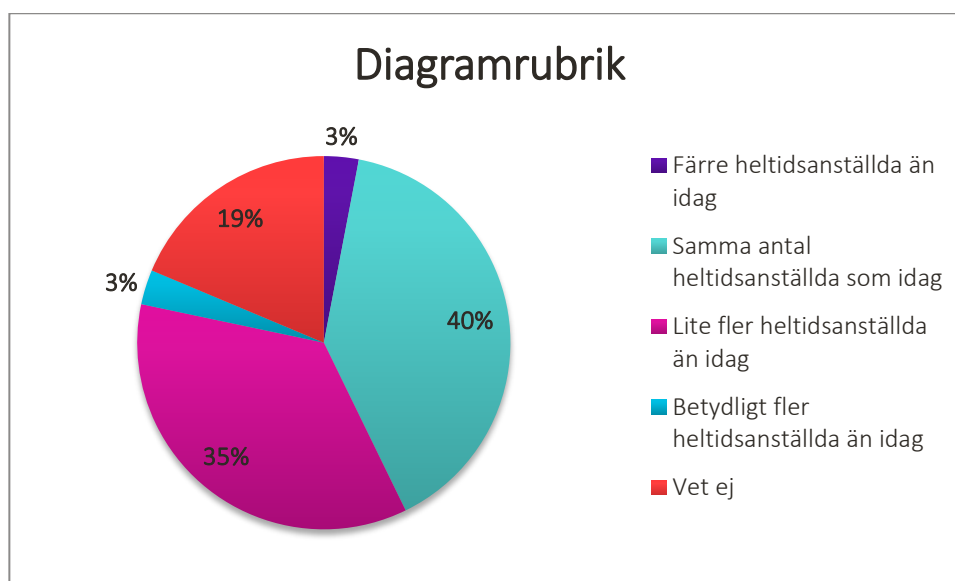
Endast 3 procent, totalt sett, bedömer att företaget kommer att ha *betydligt* fler anställda år 2018 än idag. Av kvinnorna har 0 procent valt det svarsalternativet medan 7 procent av männen har uppgett samma svar.

3 procent av det totala antalet respondenter bedömer att företaget kommer att ha färre heltidsanställda 2018 än idag. Av kvinnorna gör 2 procent den bedömningen medan 4 procent av männen gör samma bedömning, ingen markant skillnad kan alltså göras gällande.

Hela 19 procent av totala antalet respondenter svarade "Vet ej" på frågan. Av kvinnorna var det 27 procent medan det av männen var 9 procent som avlade det svarsalternativet.



Figur 14. Syn på antal sysselsatta 2018

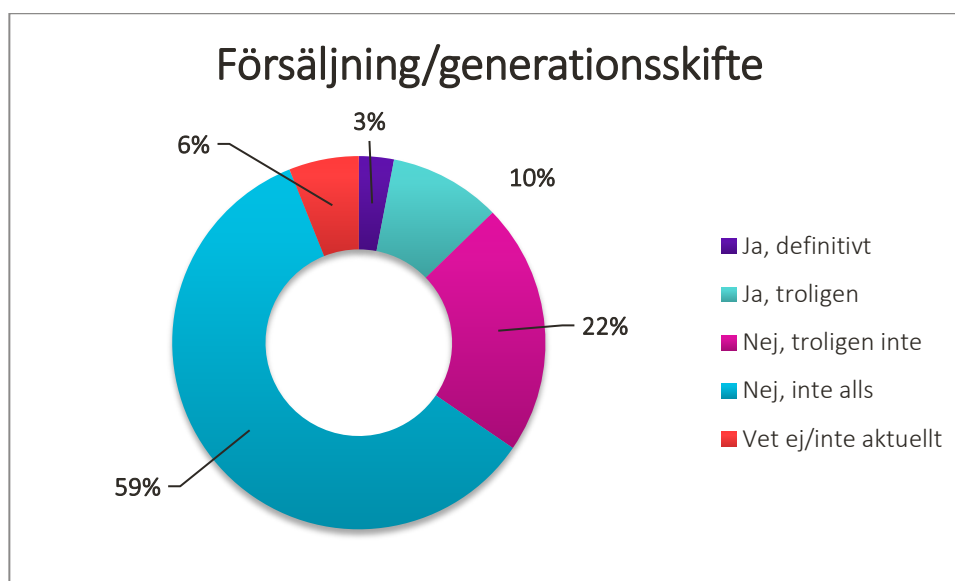


4.8 Försäljning/generationsskifte

Respondenterna ombads svara på om en försäljning eller ett generationsskifte är aktuellt inom den närmsta tvåårsperioden. 59 procent svarade "Nej, inte alls" (för kvinnorna var svarsgraden 67 procent och för männen var svarsgraden 48 procent inom det svarsalternativet). 22 procent svarade "Nej, troligen inte" (för både kvinnor respektive män var svarsgraden 22 procent).

På frågan svarade 10 procent "Ja, troligen" (av männen var andelen 19 procent medan endast 3 procent av kvinnorna uppgav samma svar). 3 procent svarade "Ja, definitivt" (av männen var andelen 6 procent medan endast 1 procent av kvinnorna uppgav samma svar). En slutsats är därmed att en större andel män, relativt kvinnor, ser det som möjligt att en försäljning alternativt att företaget genomgår ett generationsskifte kommer till stånd inom de närmsta två åren. Eventuella bakomliggande faktorer kan exempelvis vara att män inte är lika känslomässigt knutna till sitt företag och/eller är beredda att ta större risker.

Figur 15. Försäljning/generationsskifte



4.9 Ambitioner till 2018

När det gäller ambitioner fick företagen svara på en elva påståenden som alla inledes "2018...". Svartalternativ 1 instämmer inte alls och 5 betydde instämmer helt. Om svartalternativ 3-4-5 slås samman så har 85 procent eller fler svarat detta. Nedan presenterar vi andelen som svarat en 4 eller en 5. Denna fråga ska för övrigt följas upp i den utvärderingsenkät som skickas ut hösten 2018.

- 2018 har företaget en styrelse som arbetar aktivt med strategi etc. – **28 procent**
- 2018 har företaget rutiner för kvalitetssäkring och uppföljning – **44 procent**
- 2018 arbetar företaget aktivt med kompetensutveckling (ägare och ev. personal) – **52 procent**
- 2018 arbetar företaget aktivt med försäljning och marknadsföring – **63 procent**
- 2018 samverkar företaget med andra företag (om marknadsföring, produktutveckling etc.) – **48 procent**
- 2018 arbetar företaget aktivt med produktutveckling – **47 procent**
- 2018 exporterar/importerar företaget – **20 procent**
- 2018 har företaget fungerande IT-lösningar och andra digitala verktyg (hemsida, e-handel etc.) – **69 procent**
- 2018 har företaget bra villkor (pension, sjukförsäkring etc.) – **57 procent**

Beträffande skillnader mellan män och kvinnor kan följande konstateras. När det gäller IT-lösningar etc. så föreligger inga relativa skillnader mellan män och kvinnor. När det gäller export/import så har relativt sett instämt helt eller delvis att företaget exporterar/importerar 2018. Beträffande övriga påståenden har kvinnor i något högre utsträckning relativt män svarat att de instämmer helt eller delvis.



4.10 Utmaningar inför de kommande 2 åren

Enkäten innehöll en öppen fråga där respondenterna fritt fick svara, utifrån egna tankar. De svarande fick fritt lyfta fram vad de som företagare ser för utmaningar framför sig de kommande två åren. Vi fick in totalt 124 svar vilka vi har gått igenom och försökt kategorisera.

Vi har valt att delat in svaren i *inre* och *yttre* faktorer. De inre faktorerna avser sådana frågor som företagaren själv, i någon mån, har möjlighet att påverka och eller hantera. Dessa faktorer kan hämtas inom företagarens närmiljö och är nära kopplade till företagarens egna beslut samt personliga förmågor och kompetenser.

De yttre faktorerna är kopplade till omständigheter som företagaren har mindre möjlighet att själv påverka men ändå tvingas förhålla sig till. Utmaningar inom denna kategori är av ett sådant slag att företagaren själv inte kan styra över processen eftersom yttre skeenden eller aktörer är inblandade.

I tabellen nedan presenteras de inre och yttre faktorer som framkommit i enkätsvaren och som de svarande ser som de främsta utmaningarna företaget står inför de kommande två åren.

Tabell 3. Öppna svar, utmaningar de kommande åren

Inre faktorer	Yttre faktorer
Kompetensutveckling (våga och ha möjlighet att avsätta tid och pengar för detta): utbildning inom t.ex. ledarskap, IT, prissättning, kostnadseffektiv marknadsföring (t.ex. för att nå en ökad kundkrets), försäljning, lagerhantering	Hantera konkurrens -> ev. hitta nya affärsidéer som resultat
Hitta balans mellan arbete och fritid, hantera stress och tidsbrist	Personalförsörjning: nyanställa (och behålla) personal med rätt kompetens och erfarenhet
Affärsekonomiska strategier för att nå/bibehålla/öka lönsamhet, ökad omsättning, ta nya marknadsandelar	Omvärldsanalys: förmåga att analysera världsekonomin och/eller framtidsanalys
Våga växa och utöka företagsverksamheten, lämna anställning och ha företaget som huvudsysselsättning och/eller anställa annan personal, bilda AB – alternativt våga lägga ner	Kommunal byråkrati som försvårar och förhindrar, t.ex. "krångliga" kommunala upphandlingar
Familjens hälsa/välmående en förutsättning för företagandet	Instabil marknad försvårar planering av jobb/nyanställningar
Väl fungerande styrelse samt personalgrupp	Ändringar i lagar och/eller skattenivåer, råvarupriser, underleverantörspriser, valutakurser
	Hitta och få till stånd samarbeten med partners/branschkollegor



5 De horisontella kriterierna

Respondenterna har fått svara på om två frågor som rör de horisontella kriterierna. Det vill säga hur företaget arbetar med miljö, jämställdhet och icke-diskriminering i olika former. Dels i vilken utsträckning företaget arbetar med detta och dels hur viktigt detta område är för företaget. Respondenterna har fått ta ställning till ett påstående där 1 betyder att de inte instämmer allts och fem betyder att de instämmer helt. Procentsatsen redovisar andel som svarat en 4 eller en 5.

- Vi arbetar aktivt med olika insatser för att förbättra vårt miljöarbete (har planer, gör uppföljningar etc.) – **32 procent**
- Vi arbetar aktivt med olika insatser för att kvinnor och män ska ha lika förutsättningar (vid lönesättning, arbetsuppgifter, gör uppföljningar etc.) – **56 procent**
- Vi arbetar aktivt med olika insatser för att inte diskriminera någon (om vi anställer, när vi bemöter kunder, när vi gör reklam etc.) – **51 procent**

När det gäller skillnader mellan män och kvinnor, så har relativt sätt något fler kvinnor relativt män svarat att de instämmer helt eller delvis med att de arbetar med olika sätt att förbättra sitt miljöarbete. Rörande de två övriga påståenden så har kvinnor i betydligt högre utsträckning svarat att de instämmer helt eller delvis i påståendena. Viktigt att komma ihåg här är också att det samlade resultat därför blir högt eftersom fler kvinnor svarat generellt på enkäten (se inledningen).

Respondenterna har också fått bedöma hur pass viktigt det är att arbeta med dessa frågor. De har fått tagit ställning till tre påståenden. 1 betydde instämmer inte alls och 5 att de instämde helt. Påståendet har formulerats hur aktivt företaget arbetar med frågorna. Procentsatsen redovisar andel som svarat en 4 eller en 5.

- Att aktivt förbättra vårt miljöarbete är mycket viktigt för företaget – **53 procent**
- Att aktivt arbeta med olika insatser för att kvinnor och män ska ha lika förutsättningar är mycket viktigt för företaget – **57 procent**
- Att aktivt arbeta med olika insatser för att inte diskriminera någon är mycket viktigt för företaget – **61 procent**

Det förekommer inga relativa skillnader mellan kvinnor och män. Ungefär lika stor andel har svarat att det är viktigt att arbeta aktivt med dessa frågor. Detta talar för att det finns ett stort intresse och att Affärskompetens Nu ligger rätt i sina prioriteringar. Mot bakgrund av frågan om huruvida företagen arbetar aktivt med de horisontella kriterierna så torde här finnas en potential, med rätt kompetensinsats, i synnerhet för de företag som drivs av män.



6 Sammanfattning och reflektioner

Följande rapport redovisar en enkät – en nollbasmätning för projektet Affärskompetens Nu – genomförd under hösten 2016. Enkäten hade en svarsfrekvens på nästan 60 procent vilket är ett mycket gott resultat med tanke på målgruppen (solo- och mikroföretag). Frågorna rör såväl vissa nyckeltal, exempelvis omsättning och lönsamhet, som exempelvis synen på att anställa eller vilka utvecklingsbehov man har. Vidare innehöll enkät två frågor som rör hur företagen arbetar med de horisontella kriterierna. Ett särskilt syfte har varit att undersöka skillnaden mellan män och kvinnor.

Sammanfattningsvis kan konstateras att något fler kvinnor än män svarat på enkäten. När det gäller företagen så är de naturligtvis små, många enmansföretag. Det representerar en mängd olika branscher. 60 procent aktiebolag och 40 procent övriga organisationer. 60 procent av företagarna är ensam ägare av sina bolag. De bolag som har flera ägare är ofta familjeföretag.

Männens företag finns oftare inom tillverkning och byggverksamhet emedan kvinnornas oftare finns inom handel och olika andra tjänstenärningar. Flest företag från Östhammar och Tierps kommun har svarat, vilket inte är något konstigt eftersom flest deltagande företag finns i dessa två kommuner.

60 procent av de svarande säger sig ha god lönsamhet och omsättning (även om 25 procent av de svarande uppger att de har en omsättning lägre än 299 000 kronor) och när det gäller utvecklingsbehov så lyfts på olika sätt framförallt att bli bättre den egna kompetensutvecklingen samt försäljning och marknad. Affärskompetens Nu ligger således rätt i sin satsning. 40 procent av företagen säger sig planera att anställa inom den kommande tvåårsperioden. Såväl kvinnor som är företagare som män som är företagare lyfter vidare vikten av att utveckla IT (och därför i förlängningen kan man säga försöka att i ännu högre grad dra fördel av digitaliseringen).

När det gäller den för ESF-viktiga frågan om de horisontella kriterierna så kan konstateras att många företag säger sig arbeta aktivt med dessa idag. I synnerhet företag drivna av kvinnor. När det gäller hur viktigt det är att arbeta med dessa frågor så framhåller mer än hälften av de svarande detta – oavsett om företagets ägare är en kvinna eller en man. Mot bakgrund av detta så torde en fortsatt satsning på kvinnors företagande vara viktigt – att få dessa att i högre utställning anställa etc. vara viktigt eftersom det i sig skulle stärka en del av Affärskompetens Nu. Att fokusera på att företag som drivs av män blir ännu bättre på att inkludera olika delar av de horisontella principerna i sitt företagande torde vara minst lika viktigt eftersom de i större utsträckning än kvinnorna som svarat relativt sätt sagt att de kommer att anställa under den kommande tvåårsperioden.

Ett särskilt fokus i denna rapport har lagts på att kartlägga om det föreligger några skillnader mellan kvinnor som är företagare och män som är företagare (och deras företag). Förutom ovanstående kan följande nämnas:

- Omsättning i det större spannet (3 miljoner och uppåt) drivs i större utsträckning av män.
- Anställda män: manliga företagare svarar i högre grad att företaget har en (1) kvinna anställda. Det omvända förhållandet är svagare. Kvinnor uppger i lägre grad att företaget har en (1) man anställd.
- Heltidssysselsatta i företaget: betydligt färre kvinnor, relativt männen, har en personalstab bestående av 4 eller fler heltidsanställda.



- Nyanställa inom den kommande tvåårsperioden: färre kvinnor än män (relativt sett) uppger att företaget planerar att anställa inom de närmsta två åren. Betydligt fler män relativt kvinnor, uppger att de tror att företaget kommer att ha lite eller betydligt fler anställda om två år.
- Försäljning/generationsskifte av företaget inom två år: färre kvinnor än män, relativt sett, uppger att en försäljning eller ett generationsskifte kan tänkas bli aktuellt inom de kommande två åren. (relativt få av de svarande har dock uppgivit att detta är aktuellt).
- Försörjning av företaget: en mindre ande kvinnor, relativt män, uppger att de kan försörja sig på företaget (57 % mot 79 %).

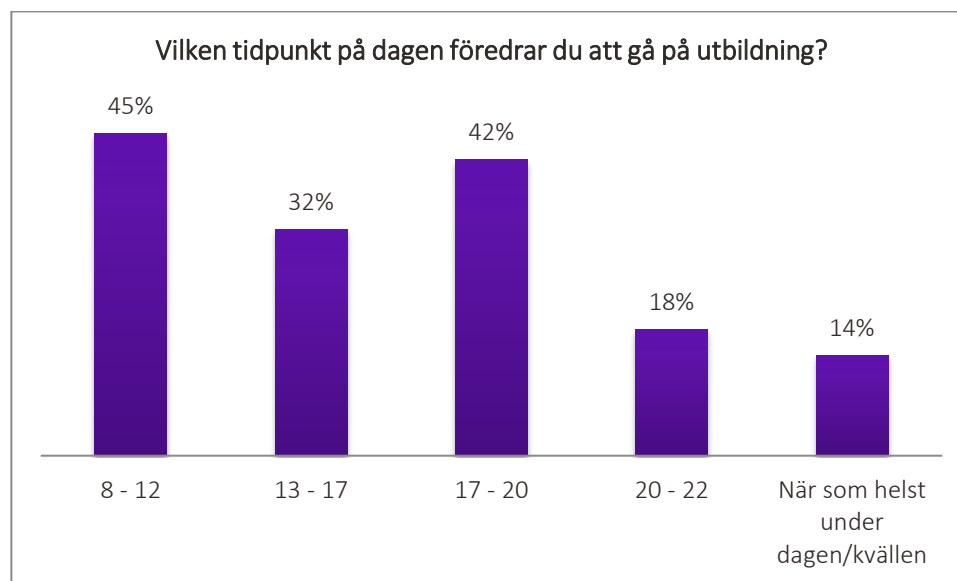
7 Bilaga 1 Underlag för Affärskompetens Nu

Utöver frågor om företagen och deras företag ombads respondenterna besvara ett antal frågor av praktisk karaktär. Detta för att samla in bakgrundsinformation inför utbildningar och annat som hålls i Affärskompetens Nu:s regi och som företagen bjuds in till att delta i. Nedan redogörs för svaren på dessa frågor.

7.1 Önskad tidpunkt för utbildning

Företagarna fick uppge när på dagen de föredrar att gå på utbildningar, seminarier och dylikt. Inget av svarsalternativen kan påstås "sticka ut" mer än något annat eftersom svaren är jämnt fördelade över föreslagna klockslag. Det står dock klart att de flesta tycks föredra att gå på utbildning antingen under en förmiddag, 8-12, eller en sen eftermiddag/kväll mellan 17-20. Eftersom flera svarsalternativ var möjligt för respondenterna att fylla i överstiger totalen 100 procent. Det föreligger inga skillnader mellan män och kvinnor i synen på tidpunkt förutom att kvinnor i något högre utsträckning relativt män uppgivit att de kan när som helt under dagen.

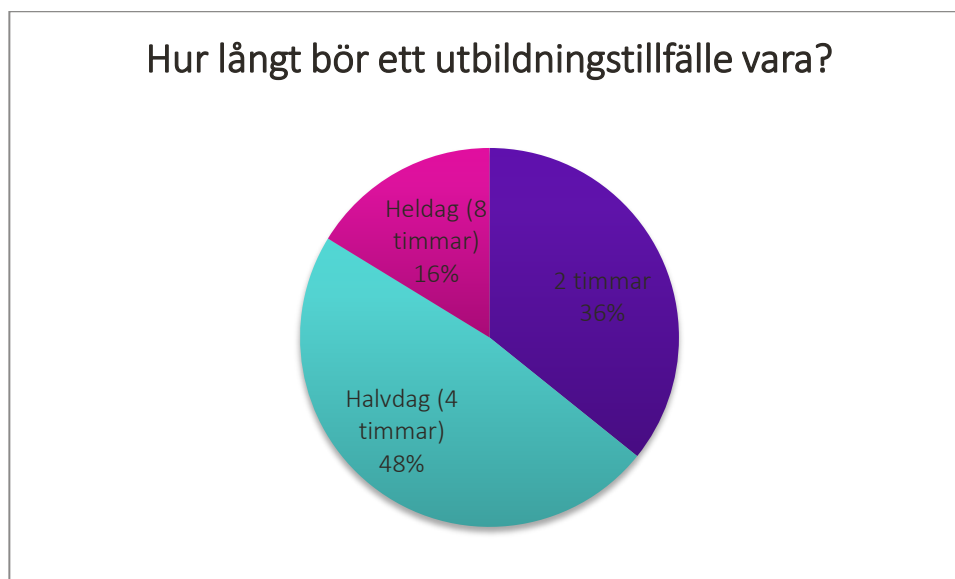
Figur 16. Lämplig tidpunkt för utbildningstillfällen



7.2 Hur långt bör ett utbildningstillfälle vara?

På frågan om hur långt ett utbildningstillfälle bör vara svarade en majoritet (48 procent) att halvdag (4 timmar) är mest önskvärt. 36 procent anser att två-timmarsutbildningar är mest önskvärt medan 16 procent helst ser att utbildningar hålls i heldagsformat.

Figur 17. Längd på utbildningstillfälle



Förutom de givna svarsalternativen 2, 4, eller 8 timmar, gavs de svarande möjlighet att själva ge en kommentar till ett utbildningstillfällens längd.

Totalt fick vi in 9 svar. Två personer anser att svaret på frågan är starkt kopplat till vad det är för typ av utbildning. En person uppger att helger inte är lämpligt medan två andra uppger att de föredrar utbildning förlagd på helgen. En svarande uppger att kvällstid efter kl. 18.30 passar bäst medan en annan uppger att halvdagsutbildning är att föredra. De två sista svarande uppger att deras arbete är säsongsbetonat och att vissa perioden november till mars är mer lämplig än övrig tid på året.

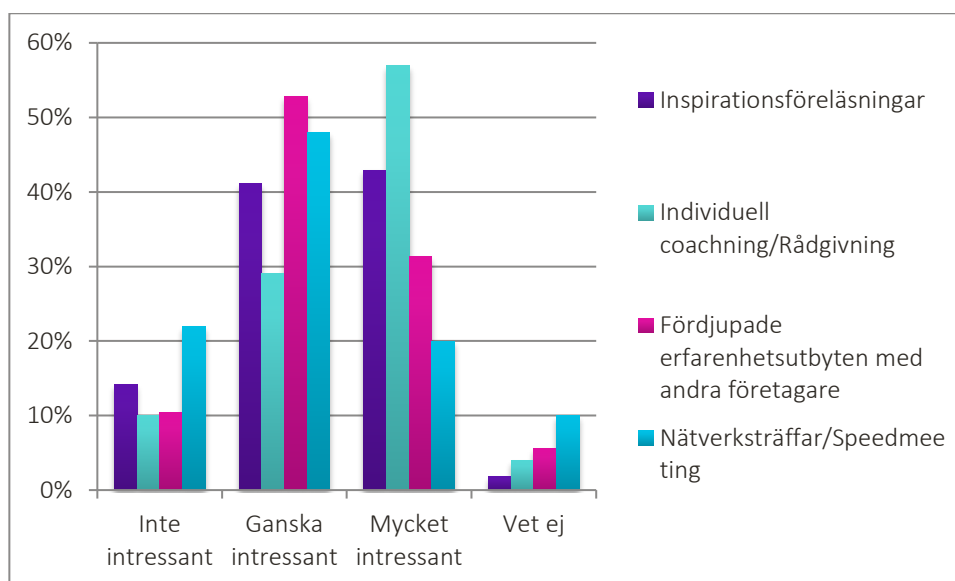
Sammanfattningsvis kan sägas att svaren upplevs som spretiga och röd tråd saknas. Viktigt att ta med sig är kanske främst att vissa av företagarnas arbeten är säsongsbetonade och att utbildningar därför passar bäst under höst- och vinterhalvåret. Här kan eventuellt ytterligare efterforskningar göras gällande hur stor del av de företag som deltar i Affärskompetens Nu som är säsongsbetonade. Inga skillnader mellan män och kvinnor förutom att kvinnor relativt män i något större utsträckning uppgett att de kan tänka sig heldagsutbildningar.

7.3 Andra aktiviteter utöver utbildningar

Respondenterna fick svara på frågan om vilka andra aktiviteter, förutom utbildningar, som hen skulle vara intresserad av att delta i. Respondenten fick för fyra exempel på aktiviteter uppge i vilken grad dessa kändes intressanta: "inte intressant", "ganska intressant", "mycket intressant" och "vet ej". De exempel på aktiviteter som föreslogs var: 1) inspirationsföreläsningar, 2) individuell coaching/rådgivning, 3) Fördjupade erfarenhetsutbyten med andra företagare och 4) nätverksträffar/speedmeeting (ett tillfälle att knyta kontakter med andra företagare). I diagrammet nedan framgår att individuell coaching/rådgivning var det aktivitetsförslag som flest respondenter upplevde som "mycket intressant". Fördjupade erfarenhetsutbyten med andra företagare fick också relativt hög svarsandel inom "ganska intressant", liksom nätverksträffar/speedmeeting samt inspirationsföreläsningar. Det föreligger inga skillnader mellan män och kvinnor förutom att kvinnor i något högre utsträckning relativt män svarat att de är intresserade av inspirationsföreläsningar.



Figur 18. Andra aktiviteter förutom utbildning



Förutom de givna utbildningsförslagen gavs de svarande möjlighet att själva ge en kommentar till vilka aktiviteter de är intresserade av.

Totalt fick vi in 7 svar. En person är intresserad av ledarskapsutbildning, och en annan är intresserad av aktiviteter som kan omsättas i skolverksamhet (oklart vad detta innebär mer specifikt), medan en tredje efterfrågar utbildning eller aktivitet kopplat till ISO-certifiering.

Två av svaren speglar varandra, dessa personer efterfrågar planerade träffar mellan kommun (Näringslivschef) och näringsliv. "Det finns säkert massor av bra kontakter att knyta mellan kommunerna och dess företagare, de som upphandlar mat kanske borde träffa de matproducenter som finns i kommunen exempelvis." En annan efterfrågar också träffar med offentlig organisation inom kommunen, men i detta fall Arbetsförmedlingen.

En sista svarande föreslår att man upprättar en anslagstavla för medlemmarna i projektet där alla är fria att annonsera - ett slags kommunikationskanal för och mellan företagen i Affärskompetens Nu. Där tänker sig personen att företagarna kan annonsera efter kontorslokaler, samarbeten etc.



Figur 19. Öppna frågor, andra förslag utbildning



7.4 Behov av anpassning pga. funktionsnedsättning

För att Affärskompetens Nu ska kunna möta eventuella behov av anpassning på grund av funktionsnedsättning ombads respondenterna uppge eventuella funktionshinder. I tabellen nedan redogörs för dessa svar.

Tabell 4. Behov anpassning p.g.a. funktionsnedsättning

Synskadad	0 procent
Läs- och/eller skrivsvårigheter	3 procent
Rörelsehindrad/rullstolsburen	0 procent
Kognitiv funktionsnedsättning	1 procent
Psykisk funktionsnedsättning	0 procent
Inga/vill ej svara	94 procent
Hörselnedsättning	1 procent
Annan funktionsnedsättning	2 procent

Förutom de givna svarsalternativen gavs de svarande möjlighet att själva ge en kommentar till vilka funktionsnedsättningar de har som Affärskompetens Nu behöver känna till för att kunna anpassa sina aktiviteter.

Totalt fick vi in 3 svar som Affärskompetens Nu bör beakta vid planering och utformning av aktiviteter. En person har ataxi, vilket är ett neurologiskt tillstånd som gör det svårt att koordinera frivilliga muskelrörelser. En person har svårighet att sortera ljud om det är många som pratar samtidigt. Detta blir extra tydligt i en lokal som ekar. Lokalfrågan kan alltså vara extra viktigt att se över. En sista person uppger sig ha begränsat datakunnande.



7.5 Allergier

De svarande ombads även att uppge eventuella allergier vilka redogörs för nedan.

Tabell 5. Allergier

Vegetarian	2 procent
Vegan	1 procent
Laktosintolerant	7 procent
Glutenintolerant	9 procent
Annan allergi	11 procent
Inga/vill ej svara	77 procent

Förutom de givna svarsalternativen gavs de svarande möjlighet att själva ge en kommentar till vilka allergier eller specialkost de behöver. Totalt fick vi in 16 svar:

Tabell 6. Typ av allergi

1. Nötter, mandel, fisk, skaldjur	9. Mjökallergi
2. Kokos	10. Nötter
3. Lågkolhydratkost	11. Gluten, mjölkprotein, laktos, vete, råg, korn, havre, ris, majs, paprika, äpple, apelsiner, avokado, nötter, äggvita
4. Vissa frukter	12. Nötter, sirap, socker och honung
5. Fisk och skaldjur	13. Pollen
6. Fisk och skaldjur	14. Mjökprotein
7. Vetemjöl	15. Mjök, Gluten och Fläskkött
8. Hasselnöt	16. Nöt och stenfruktsallergiker

