

Almi Företagspartner

Tillväxtkartläggning av små och medelstora företag

Genomförd av CMA Research AB

Juni 2017

Innehåll

Sammanfattning	3
Fakta om undersökningen	6
Resultat	8
Företagets tillväxt	9
Innovationer	34
Finansiering	37
Hållbarhet	40
Internationell verksamhet	44
Företagens vinstmarginal	51
Fakta om respondenterna	53
Externa bilagor	
Bilaga 1: Öppna svar och kommentarer	

Sammanfattning

Merparten vill att företaget ska växa

Sammantaget vill nästan hälften att deras företag ska växa. Tillväxtambitionen är högre i större företag. De som vill växa mycket vill det främst för att öka lönsamheten, marknaden är god, tjäna pengar, de vill ha en större marknadsandel samt de tror på affärsidén.

Hälften har en affärsidé som är skalbar

Fler än hälften av företagen anser att deras nuvarande affärsidé är skalbar och att affärsmodellen därmed kan hantera en ökad produktion och expansion till en låg merkostnad. Skalbarheten är högst bland de företag som vill växa mycket medan den är lägst bland dem som vill ha oförändrad eller minskad tillväxt.

Viktigt att utveckla marknad och försäljning

Det område som företagen främst tycker är viktigt att utveckla för att kunna växa är marknad och försäljning. Därutöver anser företagen att det är viktigt att utveckla effektivitet, rutiner och produktion, ekonomi, lönsamhet och finansiering samt ledarskap, ledning och personal.

Företag med mycket hög tillväxtambition tycker i högre grad att de olika utvecklingsområdena är viktiga för dem. Främst värderar de ekonomi, lönsamhet och finansiering samt ledarskap, ledning och personal högre.

Sammanfattning

Nästan en av fem behöver offentligt stöd för att växa

Nästan ett av fem företag som vill växa tror att de behöver någon form av stöd för att kunna göra det. Det gäller särskilt de företag som vill växa mycket. De offentliga stöd som företagen tycker är viktiga är framför allt att få träffa experter med spetskompetens, delta i utbildning/kurs samt träffa andra företagare och utbyta erfarenheter. Det är främst de företag som vill växa mycket som skulle vilja ha möjlighet att träffa experter med spetskompetens och rådgivare och coach. Genomgående tror nystartade företag och soloföretag i högre grad än andra att de olika typerna av offentliga stöd är viktiga för att få företaget att växa.

Stödinsatser hela vägen i mål föredras

De företag som vill växa föredrar insatser som följer företagen hela vägen i mål framför kortare insatser. Företag med 10-49 anställda föredrar i högre grad än andra insatser som pågår ett år medan företag med 50-250 anställda i lägre grad än andra föredrar insatser som följer dem hela vägen i mål.

Finansiering kan vara ett hinder för tillväxt

Fler än hälften av företagen har ett behov av ytterligare finansiering för att kunna växa och nästan två av tre företag upplever att finansieringsbehovet kan vara ett hinder för företagets tillväxt.

Därutöver lyfter företagen upp svårigheter att hitta (rätt) personal, marknad/kundunderlag, konkurrens och tidsbrist som hinder för att öka tillväxten.

Nästan två av fem har lanserat en ny produkt/tjänst

Nästan två av fem företag har under de senaste tre åren lanserat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst. Drygt två av fem företag har för avsikt att göra det under de kommande tre åren.

Nästan hälften av företagen som lanserat en ny produkt eller tjänst uppger att upp till 25 procent av den totala försäljningen utgörs av nya produkter och tjänster. För nästan en av fem utgör den mer än hälften av försäljningen.

Sammanfattning

Blandade finansieringsformer

Nästan två av tre svarar att de har Annan finansiering medan knappt tre av tio har banklån och knappt en av fem externt ägarkapital.

Majoriteten av företagen har inte behov av ytterligare finansiering medan 15 procent har behov av banklån.

Nästan två av fem med ytterligare finansieringsbehov upplever att det är svårt att få finansiering.

Fler än två av tre kommer satsa på hållbarhet

Fler än två av tre företag svarar att de under de närmsta tre åren kommer satsa på hållbarhet. Drygt två av fem företag tror att hållbarhet har en stor påverkan på konkurrenskraften. Företag som vill växa tror i högre utsträckning att hållbarhet har stor påverkan på konkurrenskraften.

Nästan hälften är intresserade av att etablera försäljning utanför Sverige

Ungefär ett av fyra företag har export- respektive import-verksamhet. En tredjedel av företagen som saknar exportverksamhet är intresserade av att etablera försäljning utanför Sverige. Intresset är betydligt större bland företag med hög eller mycket hög ambition för tillväxt än övriga företag.

Drygt två av fem företag som inte redan har exportverksamhet tror att deras produkter eller tjänster skulle ha potential på en internationell marknad.

Fakta om undersökningen

Bakgrund och syfte

Almi Företagspartner arbetar på uppdrag av Näringsdepartementet för att stimulera tillväxten i små och medelstora företag i Sverige. De kan erbjuda rådgivning, lån och riskkapital till företag. Syftet med undersökningen är att fånga upp hur fler företag kan få möjlighet att växa och att ta reda på vilka skillnader som finns mellan de företag som vill växa mycket respektive lite. Ett annat syfte är att undersöka vilka hinder som finns för tillväxt och på vilket sätt Almi skulle kunna hjälpa till. Undersökningen genomfördes även år 2016 vilket gör det möjligt att jämföra resultaten på ett flertal av frågorna.

Genomförande

Undersökningen har genomförts under perioden mars – juni 2017 av CMA Research AB (www.cmaresearch.se).

Projektledare på CMA: Henrik Brandes. Analysen har genomförts av Jenny Rosell och Jesper Martinsson.

Metod

Telefonintervjuer har genomförts med totalt 1 943 VD:ar på företag i Sverige. Målgrupperna är nystartade företag, soloföretag, företag med 2-9 anställda, 10-49 anställda respektive 50-250 anställda.

Enkät

Enkäten består av frågor rörande företagets tillväxt, innovationer, finansiering, hållbarhet och internationell verksamhet.

Öppna svar och kommentarer finns samlade i en separat bilaga.

Fakta om undersökningen

Representativitet och konfidensintervall

Urvalet har stratifierats i syfte att få en god mängd svar per län och segment. Resultatet har sedan viktats så att varje län får en vikt som motsvarar länets företags proportion av samtliga företag i Sverige. Viktningen gör att de län som är över- eller underrepresenterade viktas om och motsvarar deras verkliga andel.

Konfidensintervall används för att ge en indikation på hur säkert eller osäkert ett skattat värde är. Det är vanligast att använda 95 procentiga konfidensintervall, vilket innebär att man med 95 procents säkerhet kan säga att skattningen ligger inom intervallet. Vill man ha en högre konfidensgrad så blir intervallet större. Den statistiska felmarginalen i undersökningen uppgår till maximalt 2,2 procent. Detta innebär exempelvis att om ett resultat i undersökningen uppgår till 70 procent, ligger det sanna värdet för hela målgruppen med 95 procents säkerhet inom spannet 68 - 72 procent.

Resultat

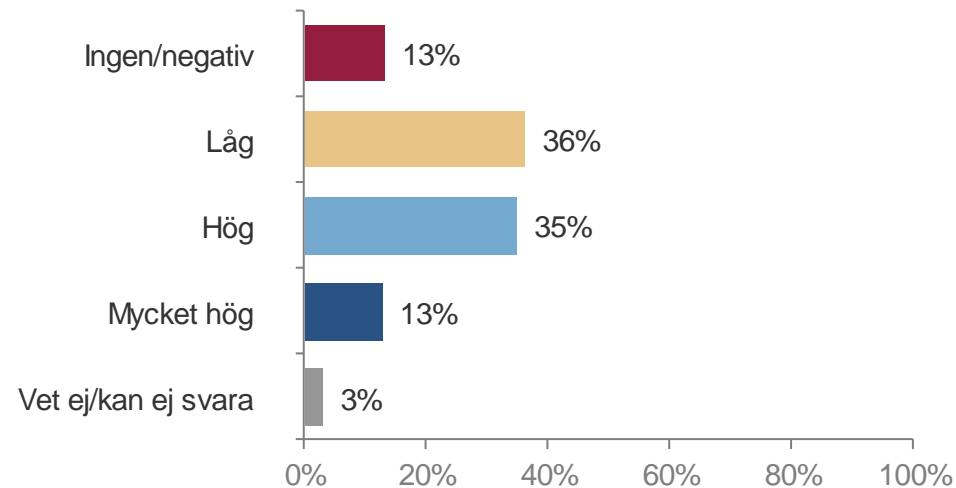
Företagets tillväxt

Tillväxtmål

Majoriteten av företagen har en ambition om att växa i någon grad. Nästan hälften har en hög eller mycket hög ambition och en tredjedel har en låg ambition. Drygt en av tio vill däremot inte att deras företag ska växa mer.

De äldsta VD:arna (70 år eller äldre) samt kvinnor har i större utsträckning ingen eller negativ ambition för företagets tillväxt.

Hur ser din fortsatta ambition för företaget ut gällande att växa?



Företagets tillväxt

Tillväxtmål

Nystarts- och soloföretag har lägst ambition för tillväxt och företag med 10-49 respektive 50-250 anställda har högst ambition.

Hur ser din fortsatta ambition för företaget ut gällande att växa?	Nystarts-företag	Solo-företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Antal respondenter	304	414	419	418	387	1959
Ingen/negativ	18%	24%	11%	5%	9%	13%
Låg	52%	39%	38%	34%	20%	36%
Hög	20%	24%	38%	41%	49%	35%
Mycket hög	8%	11%	11%	16%	18%	13%
Vet ej/kan ej svara	2%	3%	2%	3%	4%	3%

Företagets tillväxt

Anledningar till respektive tillväxtmål

Här visas de vanligaste svaren på frågan "Vilka är de främsta anledningarna till denna ambition gällande tillväxt?" uppdelat på hur den fortsatta ambitionen för företaget ser ut.

Samtliga öppna svar redovisas i en separat bilaga.

Mycket hög ambition

- Öka lönsamheten
- God marknad
- Tjäna mer pengar
- Vill ha större marknadsandel
- Tror på affärsidén

Hög ambition

- Hög efterfrågan
- Tjäna mer pengar
- Öka lönsamheten

Låg ambition

- Nystartat
- Bra som det är
- Marknadsläget
- Pension/ålder
- Annat jobb

Ingen/negativ

- Verksamheten är inte aktiv
- Har andra verksamheter
- Vill inte anställa
- Pensionär/åldern
- Annat jobb

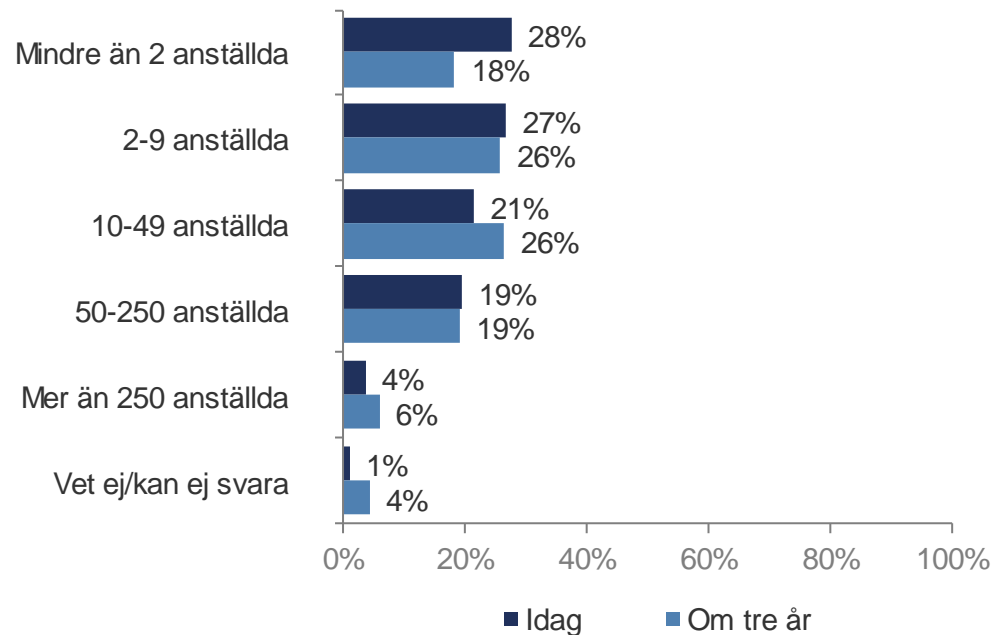
Företagets tillväxt

Antal anställda

Knappt tre av tio företag har färre än 2 anställda respektive 2-9 anställda. Runt ett av fem företag har 10-49 anställda respektive 50-250 anställda. Andelen företag med mer än 250 anställda är låg.

Sett tre år framåt i tiden så vill företagen överlag öka antalet anställda.

Hur många anställda är ni idag och hur många skulle ni önska att ni var inom tre år?
(Antal inkl ägaren)

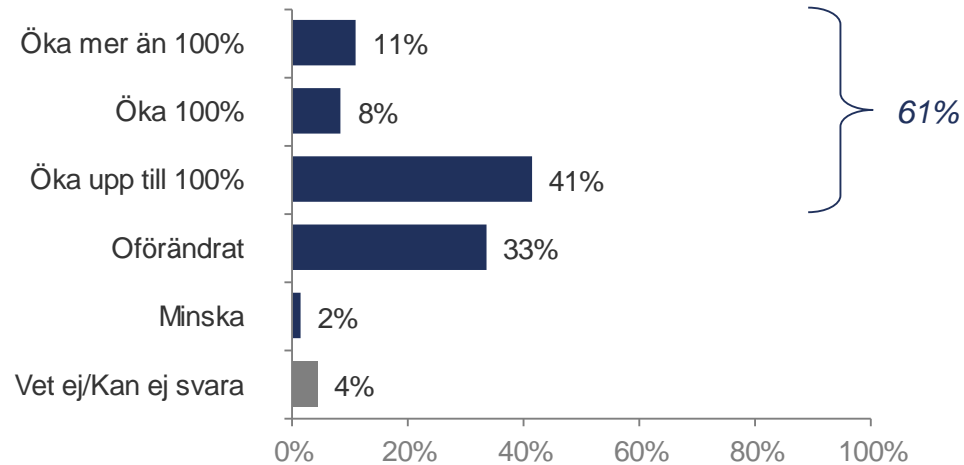


Företagets tillväxt

Förändring i antal anställda

Majoriteten av företagen önskar öka antalet anställda inom tre år. För drygt ett av fem företag kommer det att vara oförändrat och tre procent förväntas minska antalet anställda.

Förändring i antal anställda från i dag till om tre år



Förändring baseras på svaren på frågorna på föregående sida.

Bas: Företag med låg till mycket hög ambition att växa.

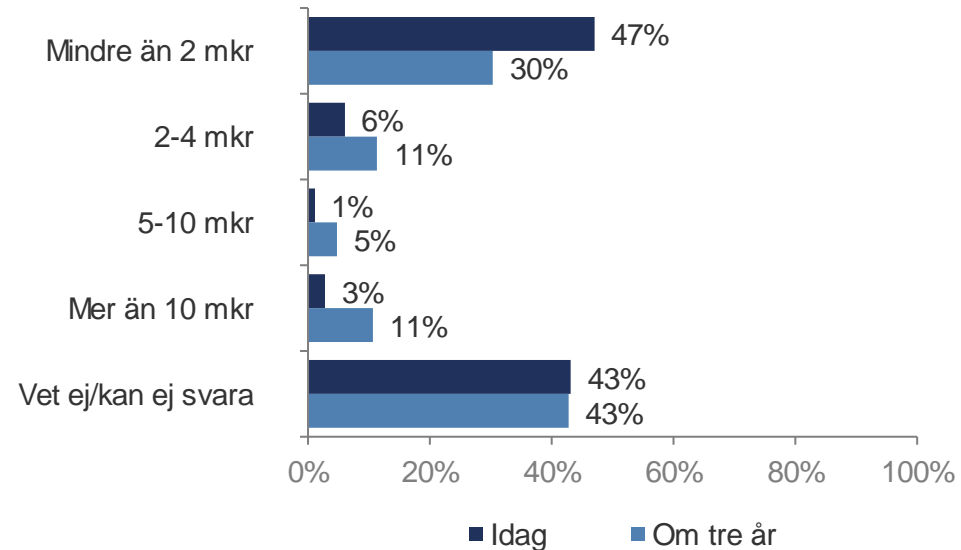
Företagets tillväxt

Omsättning

De flesta nystartade företagen har i dagsläget en omsättning som är mindre än 2 miljoner kronor. Överlag finns en förväntan om ökad omsättning inom tre år.

Det är en relativt hög andel som inte har uppgett någon omsättning.

Hur mycket uppskattar du att du omsätter, i miljoner kronor, idag och vad önskar ni omsätta om tre år?

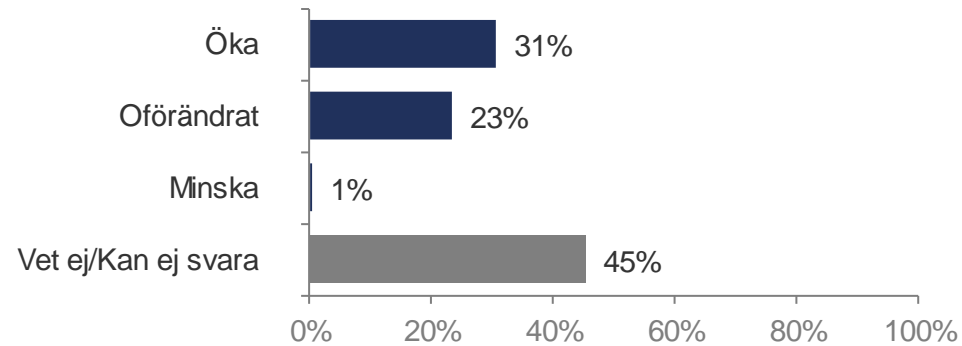


Företagets tillväxt

Förändring i omsättning

Nästan en tredjedel av de nystartade företagen önskar öka sin omsättning inom tre år. Drygt ett av fem företag tror att omsättningen kommer att vara ungefär densamma.

Förändring i omsättning från i dag till om tre år



Förändring baseras på svaren på frågorna på föregående sida.

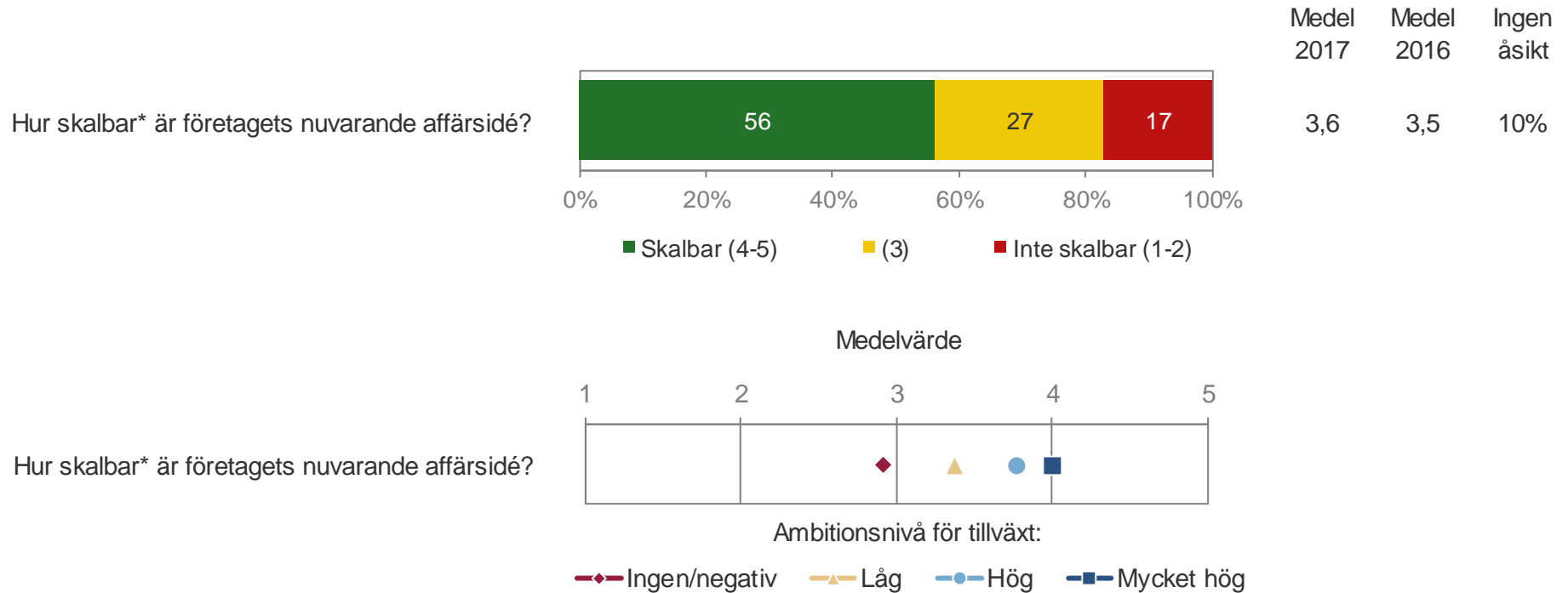
Bas: Nystartade företag.

Företagets tillväxt

Skalbarhet

Drygt hälften av företagen anser att företagets nuvarande affärsidé är skalbar – att affärsmodellen kan hantera en ökad produktion och expansion till en låg merkostnad.

Skalbarheten är högst bland företag med mycket hög eller hög tillväxtambition. VD:ar i åldern 40-59 år och företag i Svealand upplever i större utsträckning att affärsidén är skalbar.



* Med "skalbarhet" avses förmågan hos affärsmodellen att hantera en ökad produktion och expansion till en låg merkostnad.

Bas: Samtliga företag.

Företagets tillväxt Skalbarhet

Nystarts- och soloföretags nuvarande affärsidé är i lägre grad skalbar än för övriga företag.

Skalbarhet	Nystarts- företag	Solo- företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Antal respondenter	304	414	419	418	387	1959
Hur skalbar är företagets nuvarande affärsidé?	3,2	3,2	3,7	3,8	3,8	3,6

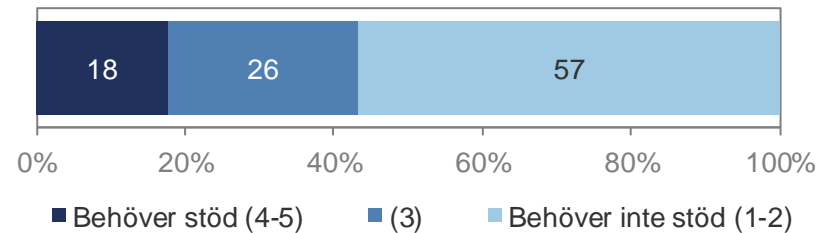
Företagets tillväxt

Behov av stöd

Knappt ett av fem företag anser att de behöver något typ av stöd för att ta sig hela vägen i deras tillväxtresa.

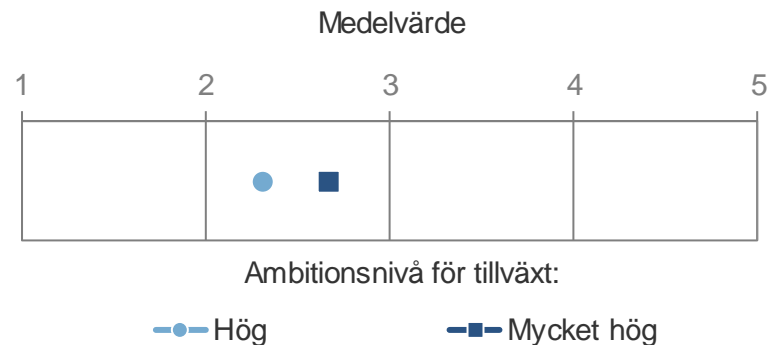
Kvinnor tror i högre grad att de behöver stöd jämfört med män.

I vilken grad behöver du och ditt företag stöd i form av affärsutveckling för att ta dig hela vägen från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?



Medel 2017	Medel 2016	Ingen åsikt
2,4	-	3%

I vilken grad behöver du och ditt företag stöd i form av affärsutveckling för att ta dig hela vägen från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?



Företagets tillväxt

Behov av stöd

Generellt råder små skillnader gällande i vilken grad företagen i de olika segmenten anser sig behöva stöd.

Behov av stöd	Nystarts- företag	Solo- företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Antal respondenter	304	414	419	418	387	1959
I vilken grad behöver du och ditt företag stöd i form av affärsutveckling för att ta dig hela vägen från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?	2,6	2,4	2,5	2,4	2,3	2,4

Företagets tillväxt

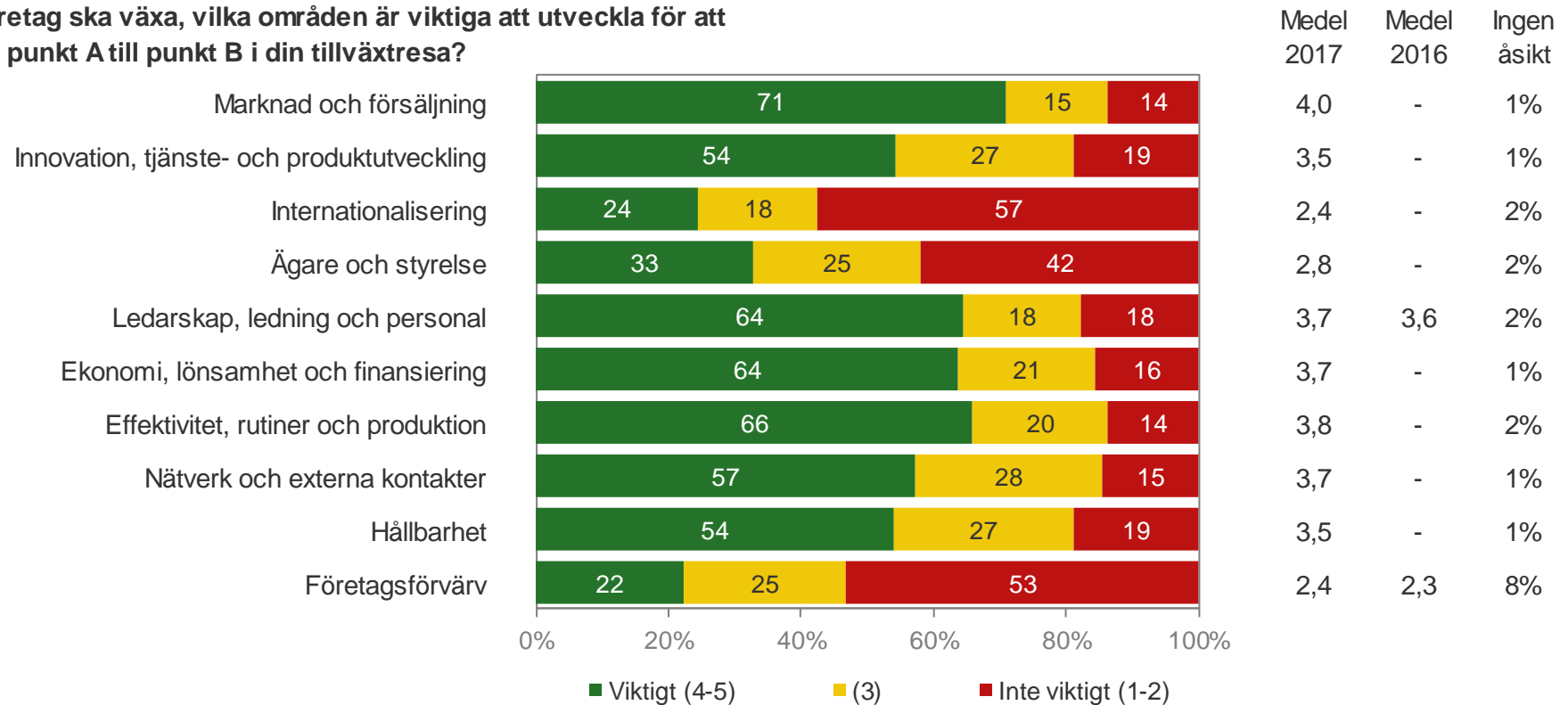
Viktiga områden att utveckla

- De faktorer som företagen i störst utsträckning tycker är viktiga att utveckla för att växa är framför allt marknad och försäljning.
- Även effektivitet, rutiner och produktion, ekonomi, lönsamhet och finansiering samt ledarskap, ledning och personal är högt prioriterade.
- Internationalisering, ägare och styrelse samt företagsförvärv ses som mindre viktiga utvecklingsområden.
- Företag som har mycket hög tillväxtambition tenderar att i genomgående högre grad skatta de olika områdena som viktiga att utveckla. Mest utmärkande är vikten av att arbeta med ekonomi, lönsamhet och finansiering.
- Vikten av att utveckla ekonomi, lönsamhet och finansiering tenderar att minska ju större företaget är. Det motsatta gäller vikten av att utveckla ledarskap, ledning och personal.
- Solo- och nystartsföretag tycker det är viktigare än andra företag att arbeta med nätverk och externa kontakter medan företag med 50-250 anställda anser att det är viktigare att arbeta med att växa genom företagsförvärv än vad andra företag gör.
- Medelstora företag (2-9 anställda) upplever i högre grad än andra företag att marknad och försäljning är viktigt att utveckla.
- Företag i storstadslän upplever i större utsträckning än företag i andra län att det är viktigt att arbeta med innovation-, tjänste- och produktutveckling samt internationalisering, och i lägre grad att det är viktigt att utveckla effektivitet, rutiner och produktion, nätverk och externa kontakter samt hållbarhet.

Företagets tillväxt

Viktiga områden att utveckla

Om ditt företag ska växa, vilka områden är viktiga att utveckla för att ta dig från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?



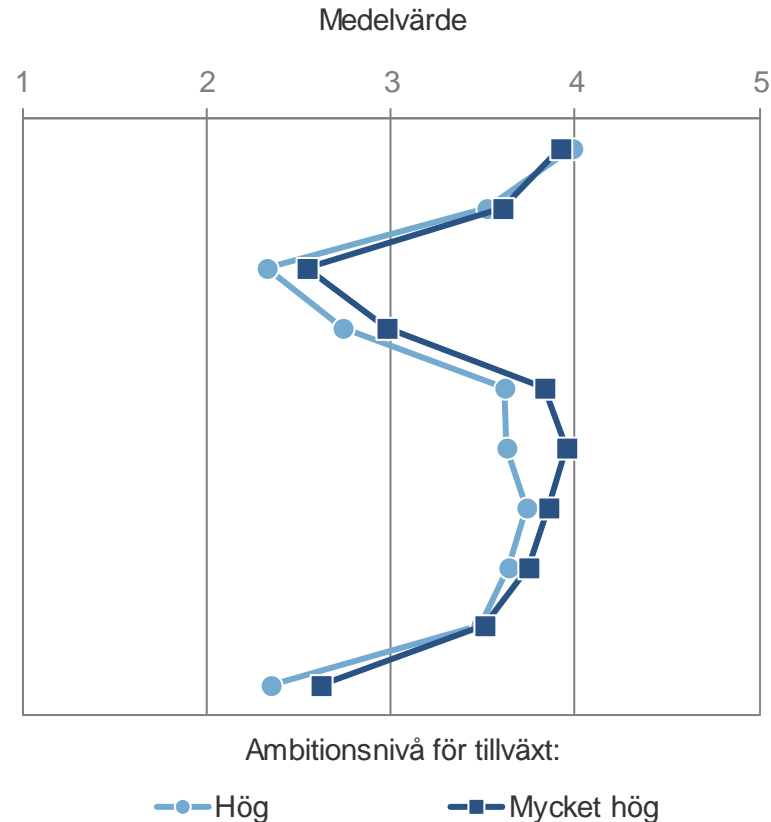
Bas: Företag med hög till mycket hög ambition att växa.

Företagets tillväxt

Viktiga områden att utveckla

Om ditt företag ska växa, vilka områden är viktiga att utveckla för att ta dig från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?

Marknad och försäljning
 Innovation, tjänste- och produktutveckling
 Internationalisering
 Ägare och styrelse
 Ledarskap, ledning och personal
 Ekonomi, lönsamhet och finansiering
 Effektivitet, rutiner och produktion
 Nätverk och externa kontakter
 Hållbarhet
 Företagsförvärv



Företagets tillväxt

Viktiga områden att utveckla

Om ditt företag ska växa, vilka områden är viktiga att utveckla för att ta dig från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?	Nystarts-företag	Solo-företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Antal respondenter	304	414	419	418	387	1959
Marknad och försäljning	3,8	3,9	4,2	3,8	4,0	4,0
Innovation, tjänste- och produktutveckling	3,3	3,6	3,5	3,4	3,7	3,5
Internationalisering	2,3	2,3	2,3	2,6	2,4	2,4
Ägare och styrelse	2,5	2,5	2,9	2,9	2,9	2,8
Ledarskap, ledning och personal	2,7	3,0	4,0	3,8	4,0	3,7
Ekonomi, lönsamhet och finansiering	4,1	3,8	3,9	3,6	3,5	3,7
Effektivitet, rutiner och produktion	3,7	3,6	3,8	3,7	3,9	3,8
Nätverk och externa kontakter	4,2	4,0	3,7	3,4	3,4	3,7
Hållbarhet	3,5	3,7	3,5	3,5	3,4	3,5
Företagsförvärv	1,9	2,2	2,5	2,3	2,8	2,4

Företagets tillväxt

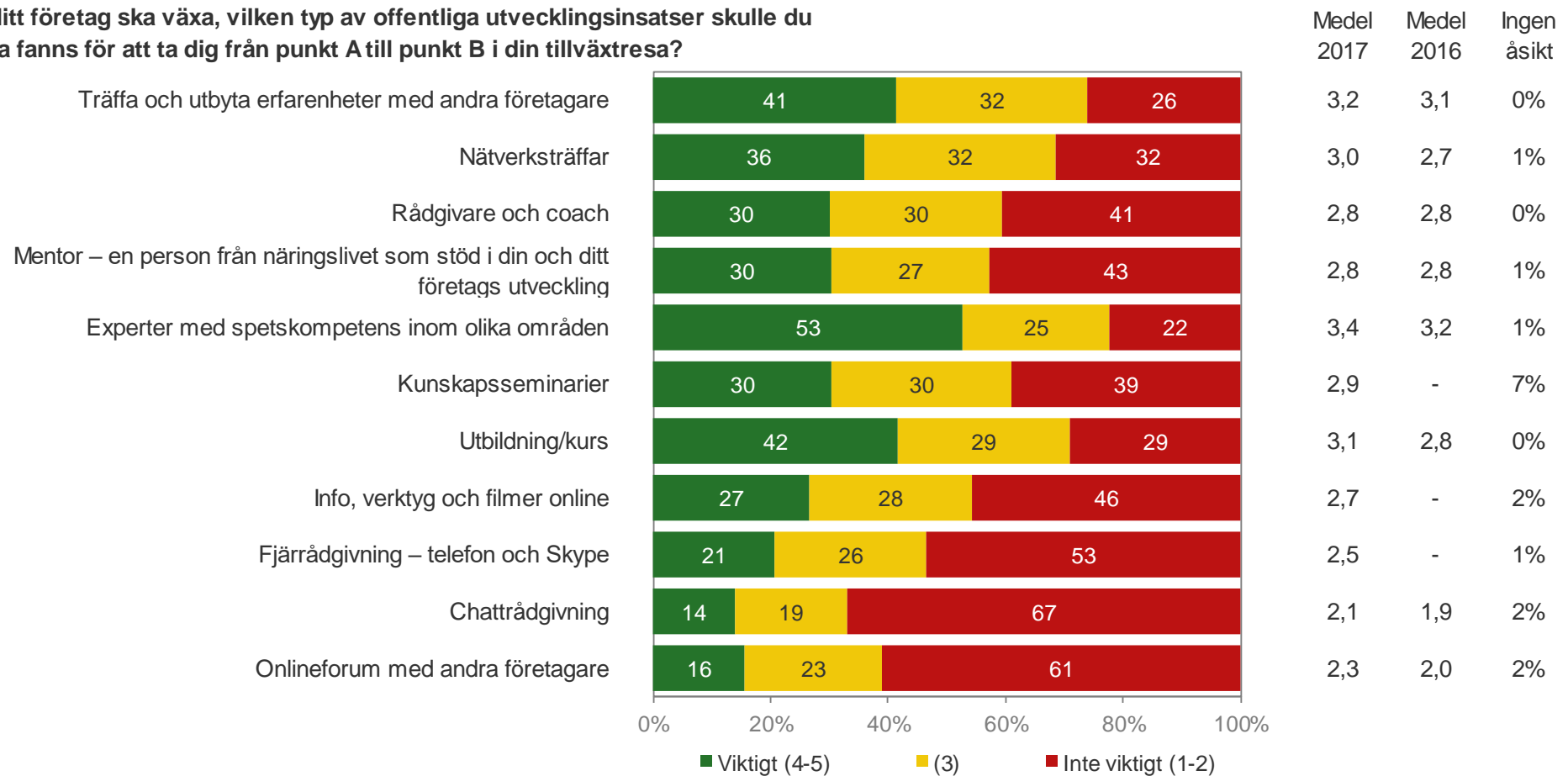
Önskemål om offentligt stöd

- De offentliga stöd som företagen tycker är viktiga och som de skulle önska fanns är framför allt experter med spetskompetens inom olika områden, att få träffa och utbyta erfarenheter med andra företagare samt utbildning/kurser.
- Chattrådgivning, onlineforum med andra företagare samt fjärrrådgivning är det relativt få företag som är intresserade av.
- Företag med mycket hög ambition att växa är i betydligt större utsträckning intresserad av insatser i form av rådgivare och coach samt experter med spetskompetens inom olika områden. De är i något lägre grad intresserade av info, verktyg och filmer online samt onlineforum med andra företagare.
- Nystartade företag, soloföretag samt kvinnor tenderar att genomgående visa större intresse för de olika utvecklingsinsatserna. Mest utmärkande är ett större intresse för stöd i form av en mentor – en person från näringslivet som stöd i företagets utveckling. Nystartade företag är även i klart högre grad än övriga företag intresserade av chattrådgivning.
- Yngre VD:ar (29 år eller yngre) är i högre grad intresserade av insatser i form av att träffa och utbyta erfarenheter med andra företagare samt onlineforum med andra företagare.
- Företag i storstads-län upplever i större utsträckning än företag i andra län att det är viktigt att ha tillgång till chattrådgivning, och mindre intresserade av att träffa och utbyta erfarenheter med andra företagare, nätverksträffar samt utbildning/kurser.

Företagets tillväxt

Önskemål om offentligt stöd

Om ditt företag ska växa, vilken typ av offentliga utvecklingsinsatser skulle du önska fanns för att ta dig från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?



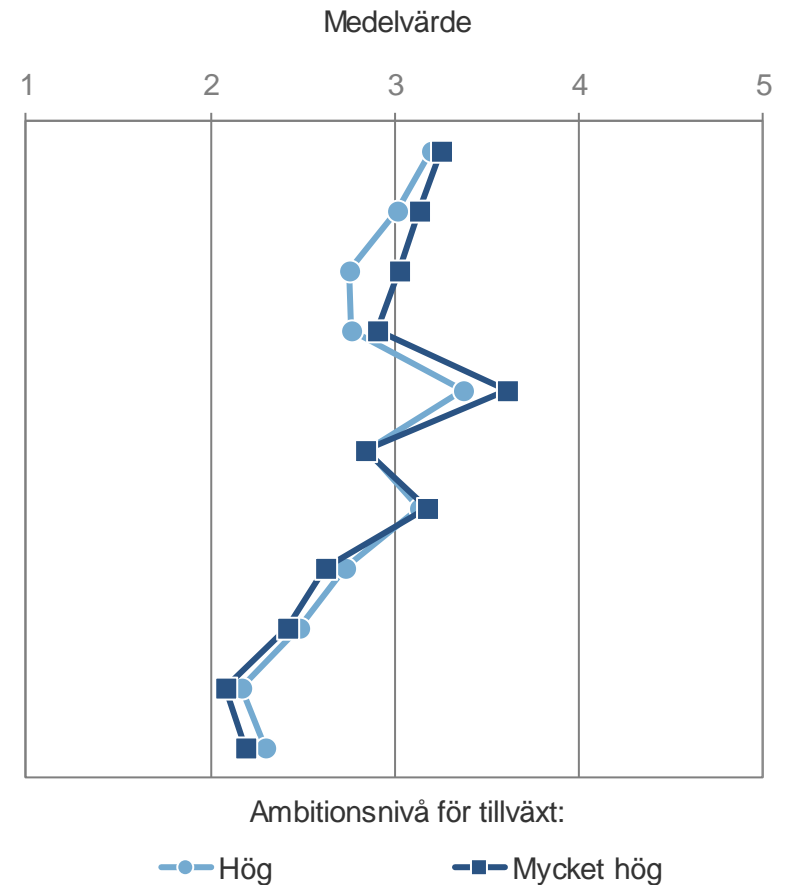
Bas: Företag med hög till mycket hög ambition att växa.

Företagets tillväxt

Önskemål om offentligt stöd

Om ditt företag ska växa, vilken typ av offentliga utvecklingsinsatser skulle du önska fanns för att ta dig från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?

- Träffa och utbyta erfarenheter med andra företagare
- Nätverksträffar
- Rådgivare och coach
- Mentor – en person från näringslivet som stöd i din och ditt företags utveckling
- Experter med spetskompetens inom olika områden
- Kunskapsseminarier
- Utbildning/kurs
- Info, verktyg och filmer online
- Fjärrrådgivning – telefon och Skype
- Chattrådgivning
- Onlineforum med andra företagare



Företagets tillväxt

Önskemål om offentligt stöd

Om ditt företag ska växa, vilken typ av offentligt stöd skulle du önska fanns för att ta dig från punkt A till punkt B i din tillväxtresa?	Nystarts-företag	Solo-företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Antal respondenter	304	414	419	418	387	1959
Träffa och utbyta erfarenheter med andra företagare	3,8	3,6	3,3	2,9	3,0	3,2
Nätverksträffar	3,6	3,3	3,1	2,8	2,9	3,0
Rådgivare och coach	3,4	2,9	3,0	2,8	2,5	2,8
Mentor – en person från näringslivet som stöd i din och ditt företags utveckling	3,3	3,3	2,9	2,7	2,4	2,8
Experter med spetskompetens inom olika områden	3,8	3,6	3,3	3,5	3,3	3,4
Kunskapsseminarier	3,3	2,9	3,0	2,7	2,7	2,9
Utbildning/kurs	3,4	3,2	3,2	3,0	3,0	3,1
Info, verktyg och filmer online	3,1	3,0	2,8	2,5	2,5	2,7
Fjärrrådgivning – telefon och Skype	3,0	2,7	2,4	2,3	2,3	2,5
Chatträdgivning	2,8	2,3	2,1	2,0	2,0	2,1
Onlineforum med andra företagare	2,9	2,7	2,2	2,0	2,2	2,3

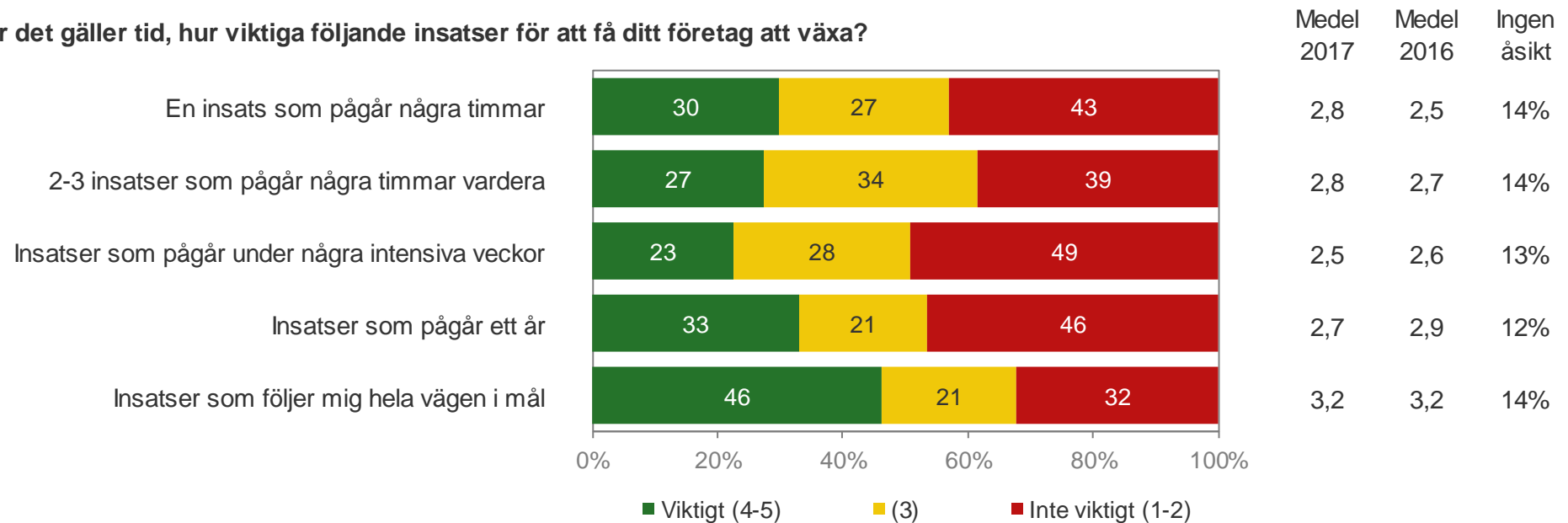
Företagets tillväxt

Tid som läggs på stödinsatser

Företagen anser i högst grad att det är viktigt med insatser som följer dem hela vägen i mål för att få dem att växa. Företagen har en blandad syn på hur långa stödinsatserna ska vara och det är runt tre av tio företag som föredrar en insats som pågår ett år, några timmar samt 2-3 insatser som pågår några timmar vardera.

Kvinnor tenderar att i genomgående högre grad skatta de olika insatserna som viktiga. Företag från andra län än storstads länen tycker i högre grad att insatser som pågår under några intensiva veckor är viktigt.

När det gäller tid, hur viktiga följande insatser för att få ditt företag att växa?



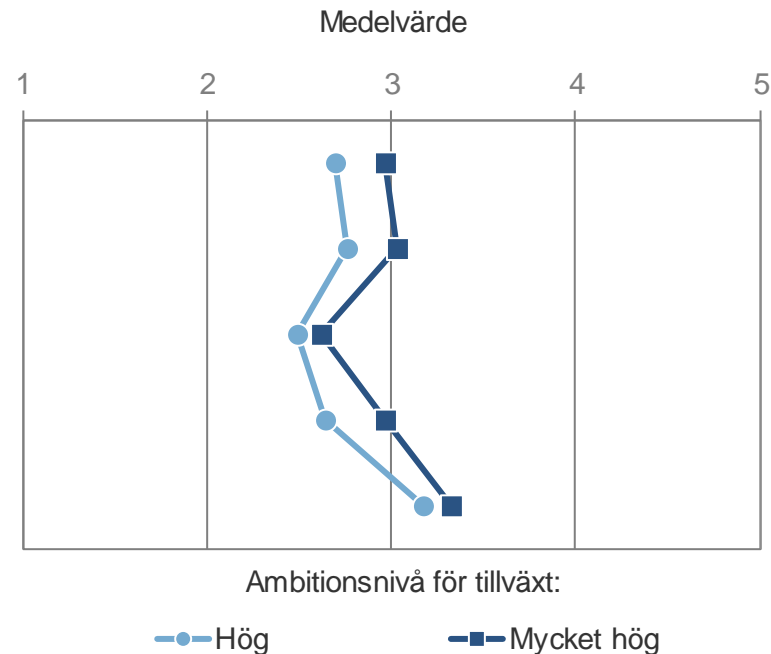
Företagets tillväxt

Tid som läggs på stödinsatser

Företag med mycket hög ambition tenderar att genomgående skatta de olika insatserna som viktiga. Prioriteringarna är dock ungefär samma, i båda grupperna anser högst andel att stödinsatser bör följa företagen hela vägen i mål.

När det gäller tid, hur viktiga följande insatser för att få ditt företag att växa?

- En insats som pågår några timmar
- 2-3 insatser som pågår några timmar vardera
- Insatser som pågår under några intensiva veckor
- Insatser som pågår ett år
- Insatser som följer mig hela vägen i mål



Företagets tillväxt

Tid som läggs på stödinsatser

Nystarts- och soloföretag anser i högre grad än andra att det skulle vara viktigt med en stödinsats som pågår några timmar eller 2-3 stödinsatser som pågår i några timmar vardera.

Företag med 2-9 anställda anser inte att insatser som pågår under några intensiva veckor eller som pågår ett år är lika viktiga som övriga företag.

När det gäller Tid, hur viktiga är följande insatser för att få ditt företag att växa?	Nystarts-företag	Solo-företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Antal respondenter	304	414	419	418	387	1959
En insats som pågår några timmar	3,3	3,2	2,8	2,6	2,5	2,8
2-3 insatser som pågår några timmar vardera	3,3	3,2	2,6	2,8	2,7	2,8
Insatser som pågår under några intensiva veckor	2,5	2,5	2,2	2,7	2,6	2,5
Insatser som pågår ett år	2,8	3,0	2,3	2,9	2,8	2,7
Insatser som följer mig hela vägen i mål	3,5	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2

Företagets tillväxt

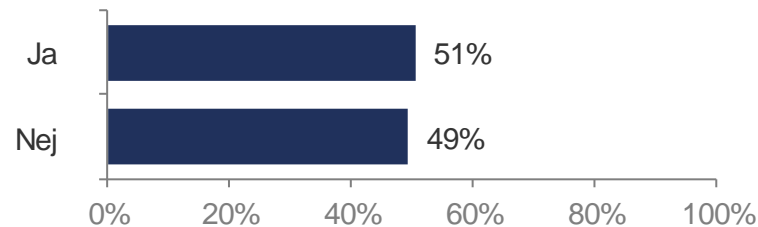
Behov av ytterligare finansiering

Hälften av företagen har behov av ytterligare finansiering för att kunna växa. Av dessa upplever majoriteten att finansieringsbehovet kan vara ett hinder för företagets tillväxt.

Soloföretag, kvinnor och företag i andra län än storstads-län ser i större utsträckning ett finansieringsbehov.

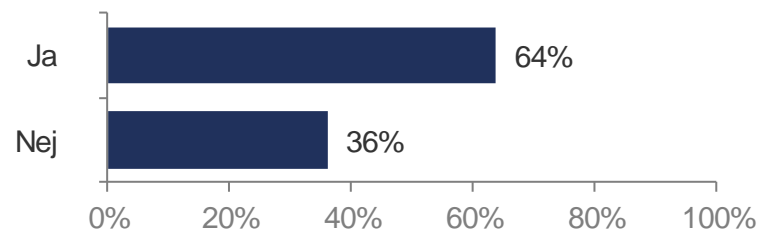
Företag i Svealand upplever i högre grad finansieringsbehovet som ett hinder.

Om ditt företag ska växa, finns det då ett behov av ytterligare finansiering?



Bas: Företag med hög till mycket hög ambition att växa.

Upplever du att finansieringsbehovet kan vara ett hinder för företagets tillväxt?



Bas: Företag med hög till mycket hög ambition att växa, som har ett behov av ytterligare finansiering.

Företagets tillväxt

Största hindren för att öka tillväxten

Hindren för de företag som har mycket hög och hög ambition när det gäller företagets tillväxt har i stort sett samma hinder. Att hitta rätt personal är det absolut största hindret för båda grupperna.

Samtliga öppna svar redovisas i en separat bilaga.

Mycket hög ambition

- Att hitta (rätt) personal (det klart vanligaste svaret)
- Kapital
- Marknad/kundunderlag
- Konkurrens
- Tidsbrist

Hög ambition

- Att hitta (rätt) personal (det klart vanligaste svaret)
- Kapital
- Marknaden/kundunderlag
- Konkurrens
- Tidsbrist

Här visas de vanligaste svaren på frågan "Vilka är de största hindren för att öka tillväxten?" uppdelat på hur den fortsatta ambitionen för företaget ser ut. Endast de som varat Mycket hög och Hög ambition har fått frågan.

Företagets tillväxt

Lösningar för att komma över hindren för tillväxt

Företag med mycket hög ambition gällande tillväxt och de med hög ambition har i stort sett samma förslag till lösningar på hur man kommer över hindren för att öka tillväxten i företaget. Det som framför allt nämns är att rekrytera rätt personal samt att få in mer pengar genom olika finansieringslösningar och att sälja mer.

Även mer tid är en vanligt förekommande lösning för båda grupperna. För de med mycket hög ambition är det dock fler som nämner nya lokaler.

Samtliga öppna svar redovisas i en separat bilaga.

Mycket hög ambition

- Rekrytera personer med rätt kompetens
- Pengar
- Reklam/marknadsföring
- Nya lokaler
- Tid

Hög ambition

- Rekrytera personer med rätt kompetens
- Pengar
- Reklam/marknadsföring
- Tid

Här visas de vanligaste svaren på frågan "Vad krävs för att komma över dessa hinder?" uppdelat på hur den fortsatta ambitionen för företaget ser ut. Endast de som varat Mycket hög och Hög ambition har fått frågan.

Innovationer

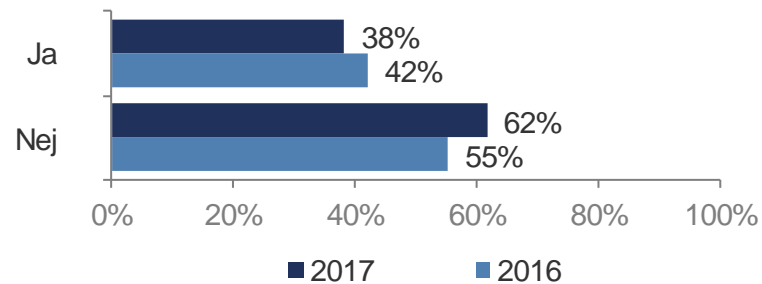
Nya produkter eller tjänster

Nästan två av fem företag har under de senaste tre åren lanserat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst på marknaden.

Nystarts- och soloföretag har i lägre grad än andra företag nyligen lanserat en ny eller förbättrad produkt/tjänst.

Andelen företag som har lanserat en ny eller förbättrad produkt/tjänst är lägre i storstadslän än övriga län. Företag i Svealand har i högre grad lanserat nya eller förbättrade produkter/tjänster, medan andelen är lägre bland företag i Götaland.

Har ni under de senaste 3 åren lanserat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst på marknaden?



Innovationer

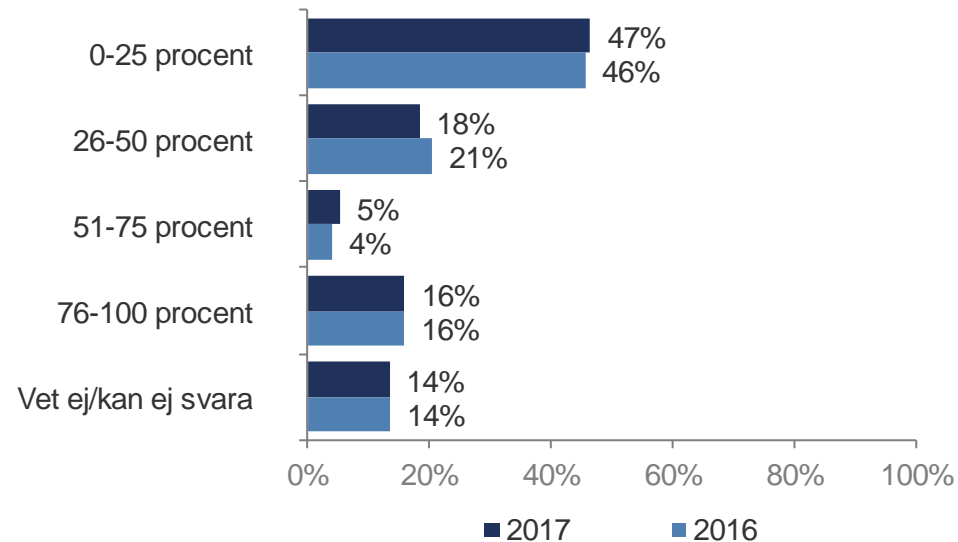
Andel av försäljningen

Drygt hälften av företagen uppger att högst 25 procent av försäljningen kommer från nya produkter och tjänster.

Nystarts- och soloföretag uppger i högre grad än andra att 76-100 procent av försäljningen utgörs av nya produkter och tjänster.

Företag i Götaland uppger i högre grad än övriga att 0-25 procent av försäljningen kommer från nya produkter och tjänster, medan företag i Svealand i högre utsträckning svarar att de utgör 76-100 procent av försäljningen.

Andel av försäljningen som utgörs av nya produkter och tjänster



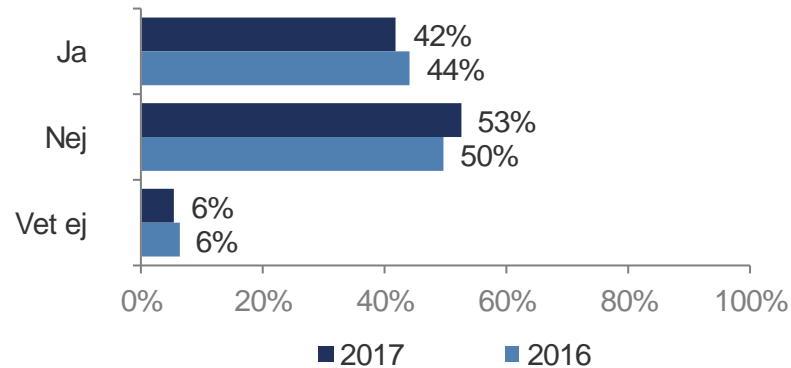
Innovationer

Kommande innovationer

Drygt två av fem av företagen uppger att de, under de kommande tre åren, har för avsikt att lansera en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst på marknaden.

Stora företag (50-250 anställda) har i störst utsträckning planer på att lansera nya eller förbättrade produkter/tjänster.

Har ni under de kommande 3 åren för avsikt att lansera en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst på marknaden?



Samtliga svar på följdfrågan "Vad är anledningen till det?" redovisas i en separat bilaga.

Bas: Samtliga företag.

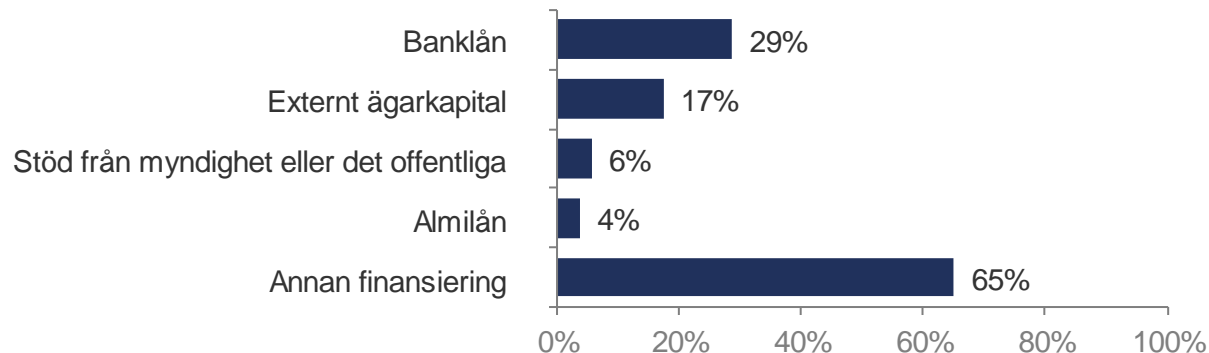
Finansiering

Typ av finansiering

De flesta företagen svarar att de har ansökt om annan finansiering än de som nämns i frågan. Knappt tre av tio företag har sökt finansiering genom banklån och knappt två av tio genom externt ägarkapital.

Nystarts- och soloföretag uppger i högre grad annan finansieringsform och i lägre grad banklån. Större företag (10-49 anställda och 50-250 anställda) har även i högre grad finansiering genom extern ägarkapital.

Vilken typ av finansiering har företaget?



Observera att staplarna summerar till mer än 100 procent då respondenterna kunnat uppge mer än ett svarsalternativ.

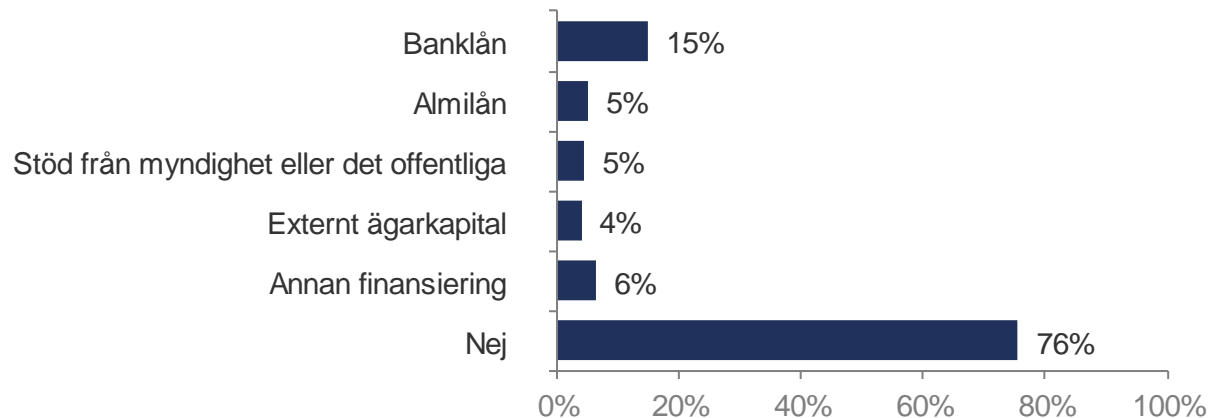
Bas: Samtliga företag.

Finansiering

Behov av ytterligare finansiering

De flesta företagen har inte behov av ytterligare finansiering. Detta gäller särskilt för nystarts- och soloföretag.

Har företaget behov av ytterligare finansiering?



Observera att staplarna summerar till mer än 100 procent då respondenterna kunnat uppge mer än ett svarsalternativ.

Bas: Samtliga företag.

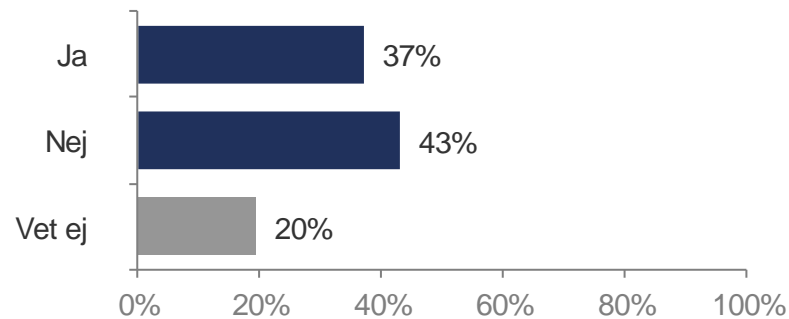
Finansiering

Svårigheter att få finansiering

Bland företagen som har ytterligare behov av finansiering är det nästan lika många som upplever det som svårt att få finansiering som inte tycker det.

Nystartsföretag upplever i störst utsträckning att det är svårt att få finansiering.

Upplever du det som svårt att få finansiering?



Hållbarhet

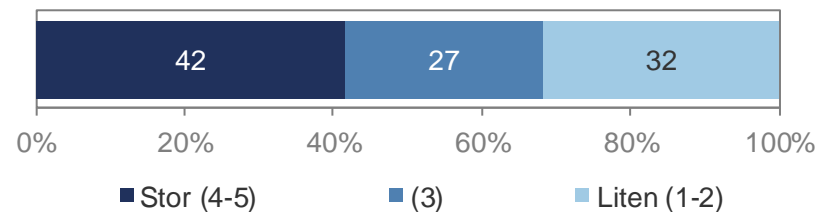
Påverkan på företagets konkurrenskraft

Ungefär två av fem företag anser att hållbarhet påverkar företagets konkurrenskraft i stor utsträckning. Det är dock även en relativt hög andel som tror påverkan är liten.

Samtliga beskrivningar av hur konkurrenskraften påverkas redovisas i en separat bilaga.

Företag i storstadslänen tror i lägre grad än övriga att hållbarhet påverkar företagets konkurrenskraft i någon större utsträckning.

I hur stor utsträckning är hållbarhet något som påverkar företagets konkurrenskraft?



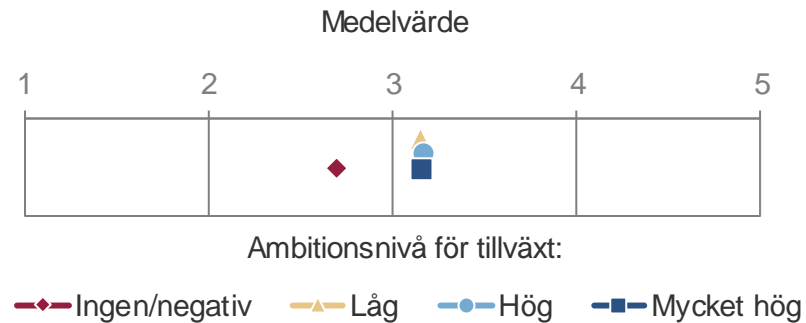
Medel 2017	Medel 2016	Ingen åsikt
3,1	3,2	8%

Hållbarhet

Påverkan på företagets konkurrenskraft

Företag med ambition att växa tror högre grad att hållbarhet påverkar företagets konkurrenskraft.

I hur stor utsträckning är hållbarhet något som påverkar företagets konkurrenskraft?



Hållbarhet

Påverkan på företagets konkurrenskraft

Nystartsföretag tror i lägre utsträckning än andra att hållbarhet är något som påverkar företagets konkurrenskraft.

Hållbarhet	Nystarts- företag	Solo- företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Antal respondenter	304	414	419	418	387	1959
I hur stor utsträckning är hållbarhet något som påverkar företagets konkurrenskraft?	2,9	3,0	3,2	3,2	3,1	3,1

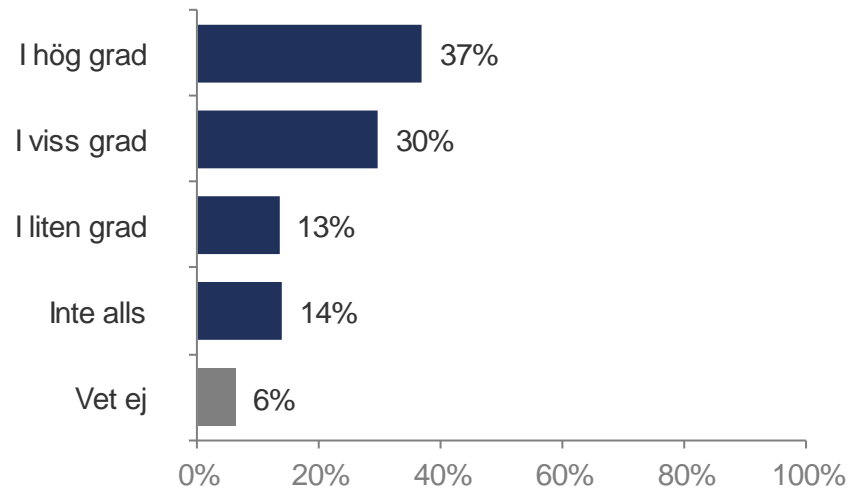
Hållbarhet

Satsning på hållbarhet

Två av tre företag kommer i hög eller viss grad att satsa på hållbarhet de närmsta tre åren.

Större företag kommer i större utsträckning att satsa på hållbarhet än mindre företag och nystartsföretag.

I vilken grad kommer ni satsa på hållbarhet de närmsta tre åren?



Internationell verksamhet

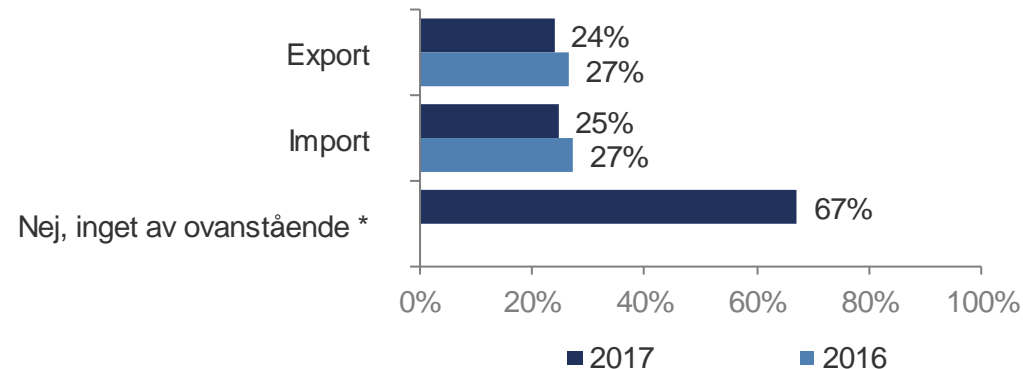
Export eller import inom verksamheten

Ungefär ett av fyra företag har export respektive import inom sin verksamhet i dag.

Majoriteten svarar dock att de inte har varken export eller import. Detta gäller särskilt nystarts- och soloföretag jämfört med större företag.

Företag i Norrland har i lägre grad någon import- eller exportverksamhet, jämfört med företag i Svealand eller Götaland.

Har du något av följande inom din verksamhet idag?



* Nytt svarsalternativ.

Observera att staplarna summerar till mer än 100 procent då respondenterna kunnat uppge mer än ett svarsalternativ.

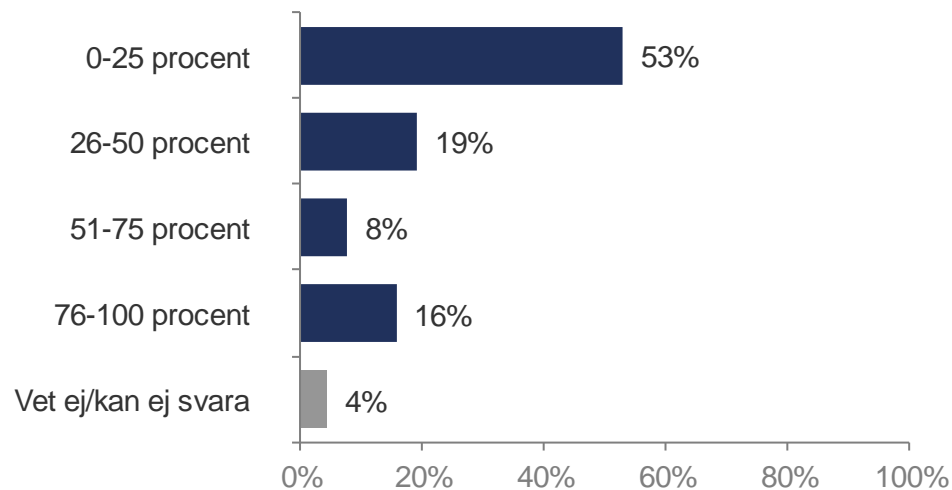
Bas: Samtliga företag.

Internationell verksamhet

Export

Drygt hälften av företagen som har export uppger att högst 25 procent av omsättningen kommer från denna verksamhet.

Hur stor andel av er omsättning kommer från export?



Ny fråga.

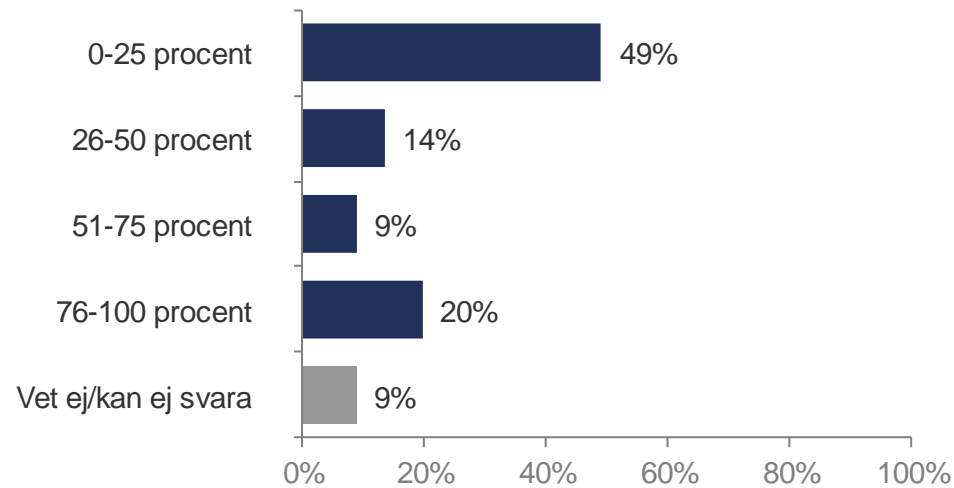
Bas: Företag som har export inom sin verksamhet i dag.

Internationell verksamhet

Import

Knappt hälften av företagen som har import uppger att högst 25 procent av omsättningen kommer från denna verksamhet.

Hur stor andel av er omsättning kommer från import?



Ny fråga.

Bas: Företag som har import inom sin verksamhet i dag.

Internationell verksamhet

Potential på en internationell marknad

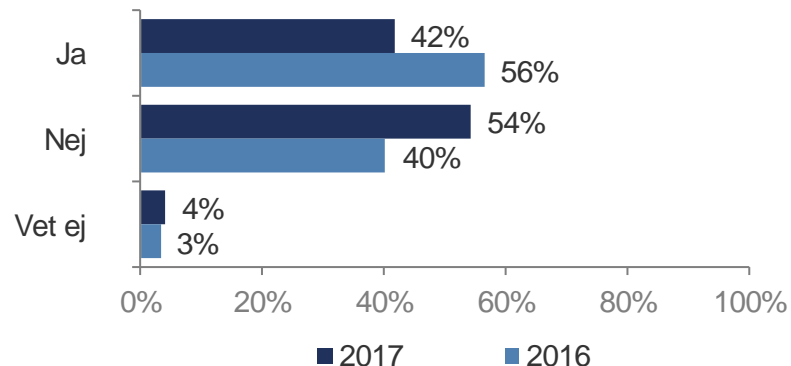
Drygt två av fem företag som inte har någon exportverksamhet i nuläget tror att deras produkter/tjänster skulle ha potential på en internationell marknad.

Jämfört med 2016 är det en minskning.

Nystarts- och soloföretag tror i större utsträckning än andra företag att deras produkter/tjänster har potential.

Företag i Svealand tror i hög

Skulle dina produkter/tjänster ha potential på en internationell marknad?



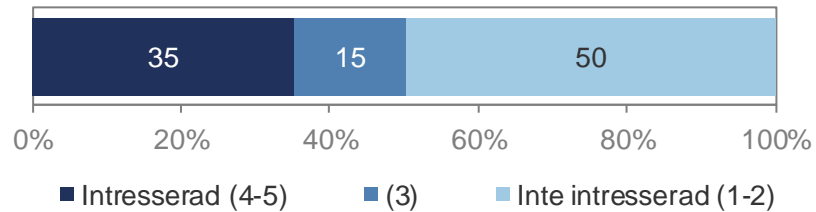
Internationell verksamhet

Intresse av etablering utanför Sverige

En tredjedel av företagen som inte har exportverksamhet i dagsläget är intresserade av att etablera försäljning utanför Sverige. Majoriteten är dock inte särskilt intresserade.

Företag i storstadslän uppvisar större intresse än företag i andra län.

Hur intresserad är du av att etablera försäljning utanför Sverige?



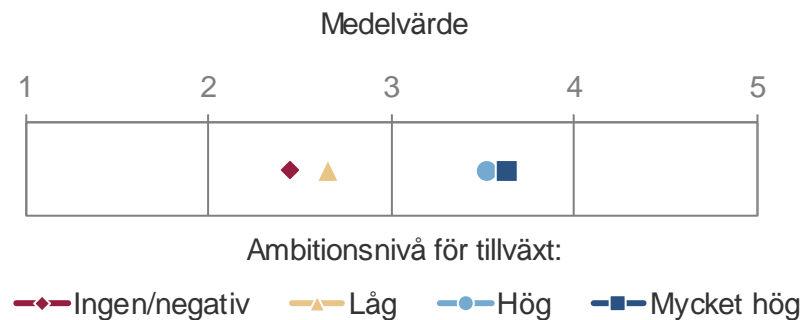
Medel 2017	Medel 2016	Ingen åsikt
2,7	2,5	4%

Internationell verksamhet

Intresse av etablering utanför Sverige

Företag med hög eller mycket hög ambition för tillväxt är i betydligt högre grad intresserade av att etablera försäljning utanför Sverige.

Hur intresserad är du av att etablera försäljning utanför Sverige?



Internationell verksamhet

Intresse av etablering utanför Sverige

Generellt råder små skillnader gällande i vilken grad företagen i de olika segmenten är intresserade av att etablera sig utanför Sverige.

Internationell verksamhet	Nystarts- företag	Solo- företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Antal respondenter	304	414	419	418	387	1959
Hur intresserad är du av att etablera försäljning utanför Sverige?	2,7	2,8	2,6	2,4	3,0	2,7

Företagens vinstmarginal

Generellt råder små skillnader gällande vinstmarginal beroende på företagets tillväxtambitioner.

Vinstmarginal uppdelat på företagets tillväxtambition	Ingen/negativ	Låg	Hög	Mycket hög
Högre vinstmarginal (>10 procent)	27%	24%	23%	28%
Lägre vinstmarginal (<10 procent)	73%	76%	77%	72%

En högre andel soloföretag än större företag uppnår en hög vinstmarginal. Lägst andel företag med hög vinstmarginal finns bland företag med mellan 50-250 anställda.

Vinstmarginal uppdelat på segmenten	Solo-företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda
Högre vinstmarginal (>10 procent)	59%	29%	23%	16%
Lägre vinstmarginal (<10 procent)	41%	71%	77%	84%

Företagens vinstmarginal

Segment uppdelat på tillväxtambition och vinstmarginal	Ingen/negativ		Låg		Hög		Mycket hög	
	Vinstmarginal		Vinstmarginal		Vinstmarginal		Vinstmarginal	
	Hög	Låg	Hög	Låg	Hög	Låg	Hög	Låg
Soloföretag	31%	7%	13%	4%	11%	2%	4%	1%
2-9 anställda	42%	43%	44%	41%	40%	29%	40%	17%
10-49 anställda	23%	13%	27%	38%	27%	32%	31%	37%
50-250 anställda	4%	37%	16%	18%	22%	38%	25%	44%

Tillväxtambition uppdelat på segment och vinstmarginal	Soloföretag		2-9 anställda		10-49 anställda		50-250 anställda	
	Vinstmarginal		Vinstmarginal		Vinstmarginal		Vinstmarginal	
	Hög	Låg	Hög	Låg	Hög	Låg	Hög	Låg
Ingen/negativ	25%	22%	10%	12%	8%	3%	2%	10%
Låg	34%	43%	33%	40%	28%	36%	26%	17%
Hög	35%	27%	39%	39%	37%	43%	47%	50%
Mycket hög	5%	6%	16%	8%	17%	16%	22%	19%
Vet ej/kan ej svara	2%	3%	1%	2%	9%	2%	3%	5%

Utmärkande för företag med hög vinstmarginal

Det som utmärker de företag som har en hög vinstmarginal är framför allt att de i högre grad än övriga:

- ...inte har behov av ytterligare finansiering.
- ...inte upplever att finansiering är ett hinder för företags tillväxt.
- ...produkter eller tjänster som under de senaste 3 åren nylanserats eller väsentligt förbättrats utgör 76-100 procent av försäljningen.
- ...inte har finansiering genom banklån, externt ägarkapital eller stöd från myndighet eller det offentliga.
- ...har Annan finansiering.
- ...inte har behov av finansiering framöver genom banklån, externt ägarkapital eller stöd från myndighet eller det offentliga.
- ...föredrar en stödinsats som pågår några timmar.

Utmärkande för företag som vill växa mycket

Det som utmärker de företag som vill växa i hög alternativt mycket hög utsträckning är framför allt att de i högre grad än övriga:

- ...har export och import.
 - ...tror att deras produkter skulle ha potential på en internationell marknad.
 - ...har under de senaste 3 åren lanserat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst.
 - ...har under de kommande 3 åren för avsikt att lansera en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst.
 - ...har banklån och externt ägarkapital som finansiering.
 - ...har behov av finansiering framöver, bland annat genom banklån, Almilån alternativt externt ägarkapital.
- ...behöver stöd i form av affärsutveckling.
 - ...tycker att ägare och styrelse, ledarskap, ledning och personal, ekonomi, lönsamhet och finansiering samt företagsförvärv är viktiga områden att utveckla.
 - ...önskar offentlig stöd genom rådgivare och coach samt experter med spetskompetens inom olika områden.
 - ...föredrar en stödinsats som pågår några timmar, 2-3 stödinsatser som pågår några timmar vardera samt insatser som pågår ett år.

Utmärkande för företag som vill växa mycket och har hög vinstmarginal

Det som utmärker de företag som vill växa i hög alternativt mycket hög utsträckning och har hög vinstmarginal är framför allt att de i högre grad än övriga:

- ...inte har behov av ytterligare finansiering.
- ...inte upplever att finansiering är ett hinder för företags tillväxt.
- ...har export.
- ...tror att deras produkter skulle ha potential på en internationell marknad.
- ...har under de senaste 3 åren lanserat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst.
- ...har under de kommande 3 åren för avsikt att lansera en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller tjänst.
- ...inte har banklån som finansiering.
- ...inte har behov av finansiering framöver genom Almilån.
- ...föredrar en stödinsats som pågår några timmar.

Fakta om respondenterna

Fakta om respondenterna

Vilket län ligger företaget i ?	Antal	Andel
Blekinge län	81	4%
Dalarnas län	91	5%
Gotlands län	72	4%
Gävleborgs län	88	5%
Hallands län	96	5%
Jämtlands län	87	4%
Jönköpings län	95	5%
Kalmar län	90	5%
Kronobergs län	80	4%
Norrbottnens län	99	5%
Skåne län	105	5%
Stockholms län	112	6%
Södermanlands län	85	4%
Uppsala län	86	4%
Värmlands län	92	5%
Västerbottens län	86	4%
Västernorrlands län	91	5%
Västmanlands län	103	5%
Västra Götalands län	106	5%
Örebro län	95	5%
Östergötlands län	103	5%

Kön	Antal	Andel
Man	1479	76%
Kvinna	464	24%

Ålder	Antal	Andel
29 år eller yngre	152	8%
30-39 år	295	15%
40-49 år	512	26%
50-59 år	597	31%
60-69 år	302	16%
70 år eller äldre	79	4%
Vill ej uppge	6	0%

Fakta om respondenterna

Segment, i undersökningen	Antal	Andel
Nystartsföretag	304	16%
Soloföretag	414	21%
2-9 anställda	419	22%
10-49 anställda	418	22%
50-250 anställda	387	20%

Bakgrundsfakta per segment (median)	Solo-företag	2-9 anställda	10-49 anställda	50-250 anställda	Totalt
Kassalikviditet	188	121	123	112	119
Nettoomsättning	195	6460	21403	133499	21500
Rörelseresultat	42	433	1047	4555	816
Soliditet	65	36	36	33	36