



JÄRVAVECKAN  
RESEARCH

# Företagande i utsatta områden



Rapporten bygger på en opinionsundersökning genomförd av Indikator Opinion på uppdrag av Järvaveckan Research i samarbete med FAR

**FAR**



## Innehåll

<b>Om Järvaveckan</b> .....	3
<b>Om Järvaveckan Research</b> .....	4
<b>Om vår kunskapspartner: FAR</b> .....	4
<b>Om rapporten</b> .....	5
<b>Förord av Järvaveckans vd och styrelseordförande</b> .....	6
<b>Förord av FAR:s vd</b> .....	7
<b>Sammanfattning av resultaten</b> .....	8
<b>Översikt av företag i utsatta områden</b> .....	9
<b>Framtidsvision och resurser</b> .....	11
Behov av stöd och resurser .....	12
Tillväxtambitioner och hinder .....	13
Utmaningarna för tillväxt.....	14
Företagsinkomst och levnadskostnader .....	15
<b>Försäkring, bank och hyresvärd</b> .....	16
Nyttjande och nöjdhet med försäkring.....	16
Nöjdhet med banker och hyresvärdar .....	18
<b>Brottslighet och påverkan på företag</b> .....	21
Säkerhetsåtgärder hos företag .....	22
Stöd och resurser för förbättrat säkerhet .....	23
Oseriös konkurrens .....	24
Andel företagare som överväger att flytta.....	25
<b>Digitalisering och AI</b> .....	27
Digital klyfta .....	29
<b>Om undersökningen</b> .....	30
<b>Översikt av de svarandes sammansättning</b> .....	30
<b>Metodbeskrivning och genomförande</b> .....	30
<b>Fakta: 59 utsatta områden</b> .....	31
<b>Kontaktuppgifter</b> .....	32



## Om Järvaveckan

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

Vårt **syfte** är att bidra till ett samhälle där mångfalden är en allmänt erkänd styrka. Ett samhälle där alla kan vara med och påverka samhällsutvecklingen. Den största likheten mellan människor är att vi alla är olika. Det är på den människosynen som målen om social hållbarhet och inkludering ytterst vilar.

Vår **övertygelse** är att vägen dit måste inbegripa öppna samtal som vilar på kunskap om det svenska samhället och som bygger på respekt för varandra. Denna övertygelse ligger till grund för all vår verksamhet. Vi tror på öppenheten som vägen framåt.

Vår **roll** är att vara en kraft för brobyggande och ny kunskap. Som stimulerar människor att vidga perspektiven i samhällsfrågor och utveckla sin syn på sig själva och andra. Ett brobyggande som uppmuntrar samarbete i nästa led. Vår verksamhet har tre inriktningar. Tillsammans ska de bidra till långsiktig förändring i Sverige:

- Vi organiserar mötesplatser för öppna samtal. **Möjliggörare** för människor att mötas över alla gränser.
- Vi initierar och sprider ny kunskap som ger nödvändiga insikter om det svenska samhället för upplysta samtal och offentlig debatt. **Experter** dit man vänder sig för att få nya insikter.
- Vi genomför egna aktiviteter som stöder enskilda människor i sin utveckling genom att upptäcka nya verkligheter och därmed kunna bryta barriärer. Så är vi **förändringsagenter** som förverkligar förnyelse.

## Om Järvaveckan Research

Järvaveckan Research fördjupar insikter och debatter genom faktarapporter som ger utrymme åt de röster och perspektiv som ofta förbises. Rapporterna har en vetenskaplig grund, där vi tar stöd av etablerade undersökningsföretag och offentlig statistik. Samarbeten med olika kunskapspartners, inklusive företag, stiftelser och myndigheter, är nyckeln till vår framgång. Detta säkerställer att våra rapporter är välgrundade, relevanta och aktuella. Det ger oss även möjlighet att sprida resultaten brett och därmed också påverka samhällsdebatten.

Genom att utveckla och distribuera dessa rapporter vill vi bidra med nya perspektiv som ger inblick i livsvillkoren för boende i olika områden och befolkningsgrupper över hela Sverige.

Vår research är tänkt att bryta det utanförskap som uppstår när många har en bestämd uppfattning om områden och befolkningsgrupper utan att ha en bredare bild av verkliga förhållanden. Vår övergripande ambition är att bidra till en mer nyanserad och konstruktiv samhällsdebatt och inspirera till positiv förändring.

## Om vår kunskapspartner: FAR

FAR är en branschorganisation inom redovisning, revision och rådgivning som bland annat utvecklar spelregler, rätt kompetens och tillförlitlig information för näringsliv och samhälle. Branschorganisationen FAR har ca. 5 000 medlemmar och drygt 900 anslutna medlemsföretag som sysselsätter runt 18 000 personer. FAR:s medlemmar är revisorer, redovisningskonsulter, lönekonsulter och skatterådgivare samt små, medelstora och stora företag inom revision, redovisning och rådgivning.

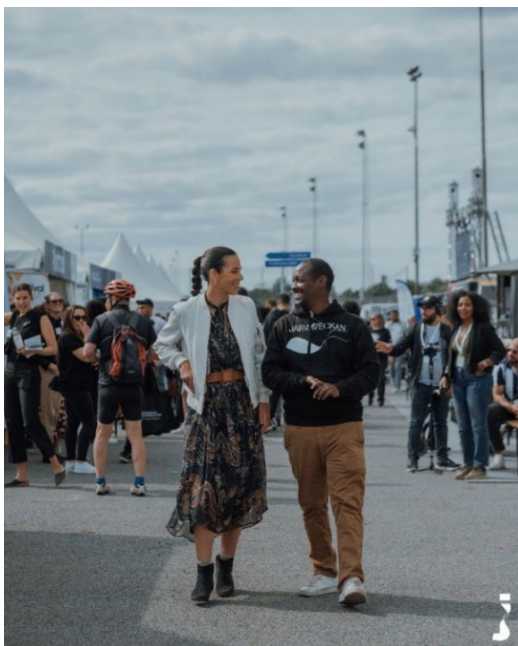
## Om rapporten

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

## Förord av Järvaveckans vd och styrelseordförande

Den här rapporten är en del av Järvaveckan Researchs arbete för att belysa och jämföra företagandets villkor i olika delar av Sverige.

Företagare i utsatta områden spelar en viktig roll för lokal ekonomisk utveckling och samhällsbyggande. Rapporten visar att företag i utsatta områden



möter utmaningar som påverkar deras förmåga att växa och konkurrera. Det handlar om allt från tillgång till rådgivning och finansiella tjänster till säkerhet och digitalisering. Trots dessa hinder visar många företagare en vilja att expandera och därmed bidra till sina lokalsamhällen.

Vår förhoppning är att rapporten fungerar som en värdefull resurs för beslutsfattare, politiker, företagare, tjänstepersoner och andra intressenter som arbetar för att skapa bättre förutsättningar för företagande i hela Sverige. Vi hoppas att rapporten inspirerar till handling och bidrar till en

mer inkluderande och hållbar ekonomisk utveckling, lokalt som nationellt.

**Ahmed Abdirahman,**

Vd & grundare, Järvaveckan

**Caroline Berg,**

Styrelseordförande & medgrundare, Järvaveckan

## Förord av FAR:s vd

Förutsättningarna för att driva och utveckla företag borde vara desamma oavsett var i landet verksamheten drivs. Men så ser inte verkligheten ut.

Den här rapporten visar att det finns stora skillnader när det gäller ekonomiska förutsättningar mellan företagare i utsatta områden jämfört med resten av Sverige. Bland annat anger en tredjedel av företagen i utsatta områden att de behöver komplettera med andra inkomstkällor för att täcka levnadsomkostnaderna, vilket är ungefär dubbelt så stor andel som i övriga Sverige.

Men det finns ljusglimtar. Rapporten visar också att en stor del av företagen i utsatta områden väljer att anlita en revisor och/eller redovisningskonsult och att många ser en stor nytta av hjälp med moms- och skattefrågor. Det ser jag som ett tydligt tecken på att det finns en stark vilja att göra rätt från början. Och i det arbetet har vår bransch – revisorer, redovisningskonsulter, lönekonsulter och skatterådgivare – stor möjlighet att bidra till en positiv samhällsutveckling.

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

Tillsammans kan vi göra skillnad – i hela Sverige!



**Karin Apelman,**  
Generalsekreterare och VD, FAR





## Sammanfattning av resultaten

- 70 procent av samtliga företag i undersökningen uppger att de har som ambition att växa i framtiden.
- 32 procent av företagarna i utsatta områden uppger att de behöver komplettera med andra inkomstkällor eftersom nuvarande inkomst från företaget inte är tillräcklig för att täcka levnadskostnaderna. 14 procent i övriga Sverige.
- Företagare i utsatta områden önskar stöd med moms och skattefrågor medan företagare i övriga Sverige i högre grad önskar stöd i juridisk rådgivning.
- 56 procent av företagarna i utsatta områden har försäkrat sitt företag jämfört med 90 procent i övriga Sverige.
- Företagare i utsatta områden uppger i 59 procent av fallen att de inte har vidtagit några säkerhetsåtgärder för att minimera risken för rån eller inbrott.
- Bara 15 procent av företagen i utsatta områden har brandskydd (41 % i övriga Sverige) och endast 9 procent har cybersäkerhet (43 % i övriga Sverige).
- Företagare i utsatta områden anser i högre utsträckning än företagare i övriga Sverige att resurser som fler aktiviteter i området, förbättrad belysning samt krisstöd vid brott är viktiga.
- Den digitala närvaron bland företagare i utsatta områden är lägre. Det gäller egen webbsida, LinkedIn, Facebook och Instagram.
- Dubbelt så många av företagen i utsatta områden (29 %) drabbas av oseriös konkurrens med *stor negativ påverkan* jämfört med företagen i övriga Sverige (15 %).





## Översikt av företag i utsatta områden

Enligt Statistiska Centralbyråns företagsregister finns det totalt 24 754 verk samma företag i det som polisen definierar som utsatta, särskilt utsatta eller riskområden. Av dessa är 1 570 organisationer med juridiska former såsom kommuner, statliga enheter, ideella föreningar, samfälligheter<sup>1</sup> och trossamfund. Närmare 80 procent av företagen i utsatta områden är mindre företag med en omsättning under en miljon kronor (2022). Knappt 70 procent av företagen har 0 anställda och bland de företag som har anställda har den stora merparten 1–4 anställda.

De vanligast förekommande näringsverksamheterna i utsatta områden är taxiföretag, städföretag och restauranger som utgör drygt en femtedel sett till näringsgren. Andra vanligt förekommande verksamheter är frisörsalonger, livsmedelsbutiker, åkerier och skönhetsalonger.

Omsättningsklass	I urvalet		I populationen	
	Antal	Andel	Antal	Andel
<1 tkr	-	-	9 417	38,04%
1 - 499 tkr	4 417	44,17%	6 663	26,92%
500 - 999 tkr	2 009	20,09%	3 427	13,84%
1 000 - 4 999 tkr	2 505	25,05%	2 699	10,90%
5 000 - 9 999 tkr	436	4,36%	629	2,54%
10 000 - 19 999 tkr	161	1,61%	566	2,29%
20 000 - 49 999 tkr	124	1,24%	468	1,89%
50 000 - 99 999 tkr	78	0,78%	258	1,04%
100 000 - 499 999 tkr	89	0,89%	253	1,02%
500 000 - 999 999 tkr	33	0,33%	130	0,53%
1 000 000 - 4 999 999 tkr	60	0,60%	125	0,50%
5 000 000 - 9 999 999 tkr	27	0,27%	69	0,28%
> 9 999 999 tkr	61	0,61%	50	0,20%
<b>Totalt</b>	<b>10 000</b>		<b>24 754</b>	

<sup>1</sup> Samfälligheter (samfällighetsföreningar) bildas i syfte att förvalta och underhålla en eller flera fastigheters gemensamhetsanläggningar eller rättigheter.



Näringsgren	I urvalet		I populationen	
	Antal	Andel	Antal	Andel
Taxiföretag	1 926	19,26%	2 893	11,69%
Städföretag	740	7,40%	1 153	4,66%
Restauranger	594	5,94%	995	4,02%
Entreprenörer för bostadshus	536	5,36%	842	3,40%
Frisörsalonger	418	4,18%	617	2,49%
Firmor för byggnadssnickeriarbeten	417	4,17%	706	2,85%
Livsmedelsbutiker med brett sortiment	307	3,07%	424	1,71%
Åkerier	279	2,79%	496	2,00%
Enskilda artister, författare, journalister	223	2,23%	411	1,66%
Skönhetssalonger	223	2,23%	472	1,91%
Övriga (242 ytterligare näringsgrenar)	4 337	43,37%	15 745	63,61%
<b>Totalt</b>	<b>10 000</b>		<b>24 754</b>	

Antal anställda	I urvalet		I populationen	
	Antal	Andel	Antal	Andel
0 anställda	6 472	64,72%	17 217	69,55%
1–4 anställda	2 527	25,27%	4 914	19,85%
5–9 anställda	544	5,44%	1 050	4,24%
10–19 anställda	273	2,73%	764	3,09%
20–49 anställda	133	1,33%	533	2,15%
50–99 anställda	40	0,40%	196	0,79%
100–199 anställda	10	0,10%	65	0,26%
200–499 anställda	0	0,00%	11	0,04%
500–999 anställda	0	0,00%	3	0,01%
1 000–1 499 anställda	1	0,01%	1	0,00%
<b>Totalt</b>	<b>10 000</b>		<b>24 754</b>	



## Framtidsvision och resurser

Företagare i Sverige använder en rad olika resurser för att stödja och utveckla sina verksamheter, men det finns stora skillnader mellan företag i utsatta områden och resten av landet. Det blev tydligt när företagare fick frågan om vilka resurser som företaget använder sig av. Vanligast är att använda sig av revisor och redovisningskonsult vilket används av runt hälften av de svarande.

Vid en närmare granskning av hur företagare i utsatta områden svarar jämfört med övriga Sverige är det noterbart att företag i utsatta områden i lägre grad använder sig av samtliga listade resurser. Mest påtagliga skillnader mellan företagare i övriga Sverige jämfört med företagare i utsatta områden finner vi gällande företagsrådgivning på bank (5 % jämfört med 32 %) och användande av lönekonsult (5 % jämfört med 22 %). En förklaring gällande lönekonsulter är att en majoritet av företagen i utsatta områden består av företag med noll anställda.

Andra skillnader som är framträdande är att 42 procent av företagen i utsatta områden använder revisorer, motsvarande siffra i övriga Sverige är 58 procent. 54 procent använder redovisningskonsulter i övriga Sverige jämfört med 40 procent i utsatta områden. Företagsrådgivare på bank och Kollektivavtal används i mycket lägre utsträckning i utsatta områden (5 % respektive 14 %) jämfört med övriga Sverige (32 % respektive 32 %).

**Tabell 1** Vilka av följande resurser använder du för närvarande i ditt företag (procent, fler svar möjliga)

	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
Revisor	52	58	42
Redovisningskonsult	48	54	40
Budget för verksamhetsåret	26	33	16
Kollektivavtal	25	32	14
Företagsrådgivare på bank	22	32	5
Affärsplan/ affärsstrategi	18	19	16
Lönekonsult	15	22	5
Skatterådgivare	10	14	4
Kontaktperson på lokalt företagarcentrum	4	5	4



## Behov av stöd och resurser

När företagarna tillfrågas vilka typer av stöd och resurser som de skulle ha mest nytta av toppar tillgången till nätverkande och samarbetsmöjligheter. Företagare i utsatta områden uppger i högre grad än företagare i övriga Sverige att de skulle ha mest nytta av hjälp med moms och skattefrågor och budget för verksamhetsåret. Företagare i övriga Sverige uppger i sin tur i högre grad att de skulle ha nytta av subventioner eller stöd att anställa personer samt juridisk rådgivning och stöd.

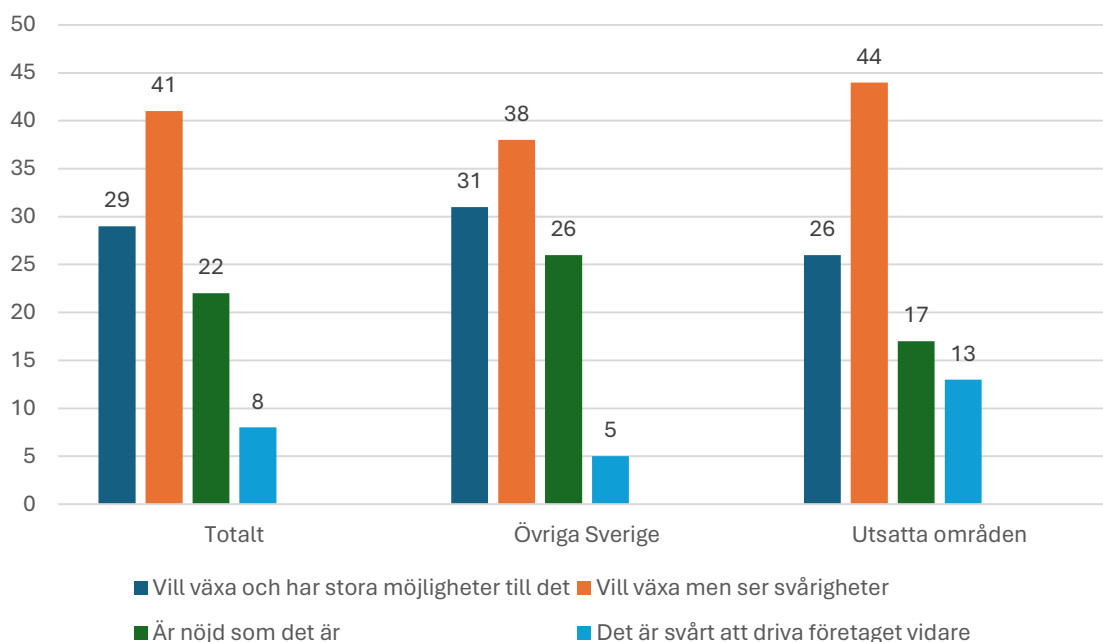
**Tabell 3** Vilka typer av stöd och resurser skulle du som företagare ha mest nytta av i din nuvarande situation? (procent)

	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
Tillgång till nätverkande och samarbetsmöjligheter	30	30	30
Affärsrådgivning och mentorskap	27	29	25
Subventioner eller stöd för att anställa personer	20	22	16
Hjälp med momsdeklarationer och skattefrågor	19	14	26
Stöd i ekonomisk redovisning och finansiell hantering	18	15	23
Juridisk rådgivning och stöd	15	17	13
Utbildningar och workshops inom företagsutveckling och entreprenörskap	12	11	15
Teknisk support och vägledning för digitalisering	11	12	9
Affärsplan/ affärsstrategi	11	11	12
Budget för verksamhetsåret	10	6	17
Bistånd i att hitta och finansiera lämpliga företagslokaler	9	7	13
Rådgivning för hållbarhetsintegrering i företagets verksamhet	8	8	7
Kollektivavtal	6	5	8

## Tillväxtambitioner och hinder

I utsatta områden uppger 44 procent av företagen att de vill växa men ser svårigheter, jämfört med 38 procent i övriga Sverige. 17 procent i utsatta områden är nöjda med sin nuvarande situation, medan i övriga Sverige är siffran 26 procent. Dock upplever 13 procent i utsatta områden att det är svårt att driva företaget vidare, jämfört med 5 procent i övriga Sverige. Avslutningsvis ser 26 procent i utsatta områden stora möjligheter att växa, vilket är lägre än de 31 procent som upplever detta i övriga Sverige.

**Figur 1** Hur ser du på framtiden? (procent)





## Utmaningarna för tillväxt

När en uppföljningsfråga ställs där företagarna ombeds uppge vad de ser som de största utmaningarna för att deras verksamhet ska kunna växa toppas listan av stor konkurrens, höga skatter eller avgifter samt svårigheten att hitta kompetent personal.

Företagare i utsatta områden brottas med fler och större hinder för att växa än företagare i övriga Sverige. De största utmaningarna är hård konkurrens, höga skatter och svårigheter att hitta rätt personal. Konkurrens är ett större problem i utsatta områden (40 %) än i resten av landet (30 %). Skatter och avgifter tynger också företagen mer i utsatta områden (39 %) än i övriga Sverige (30 %).

Det är svårare att få lån för investeringar i utsatta områden (24 %) än i övriga Sverige (13 %). Att hitta rätt lokal är också något tuffare (18 % mot 10 %), liksom att skapa viktiga affärskontakter (18 % mot 7 %). Intressant nog upplevs bristen på kompetent personal som ett större problem för företag i övriga Sverige (40 %) än för företag i utsatta områden (23 %).

**Tabell 2 Vilka är de största utmaningarna för att ditt företag ska kunna växa? (procent fler val möjliga)**

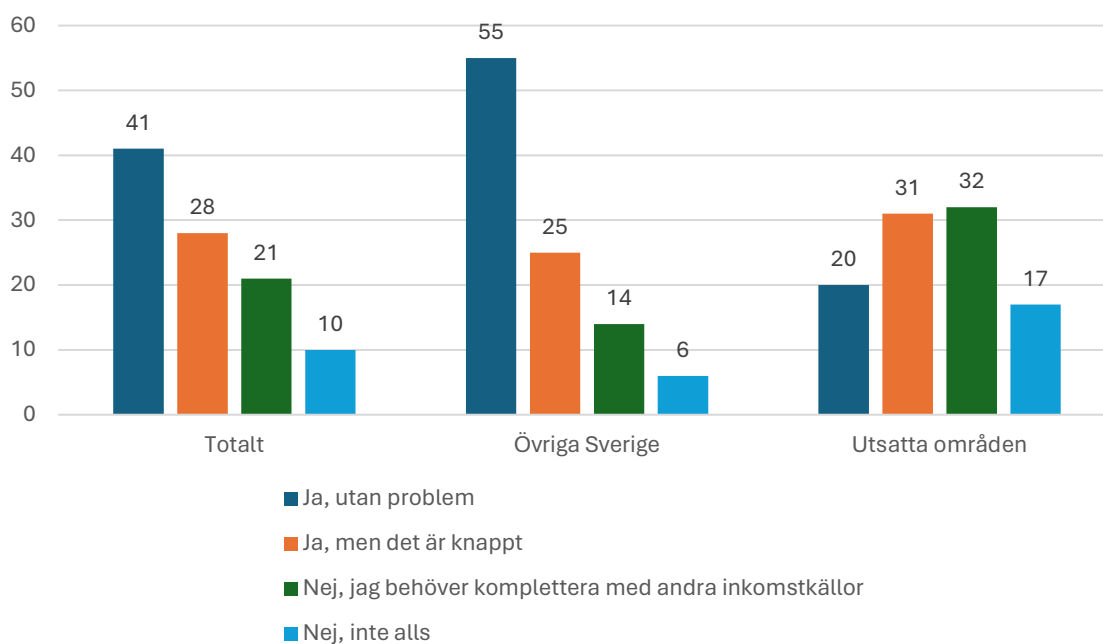
	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
Stor konkurrens	34	30	40
För höga skatter eller avgifter	34	30	39
Svårt att hitta kompetent personal	33	40	23
För litet kundunderlag	29	27	30
Regler/ kostnader för att anställa	20	22	18
Svårigheter att få lån för investeringar/ brist på kapacitet	15	17	13
Svårt att hitta lämplig lokal till hyra jag kan betala	13	10	18
Brist på affärsnätverk och kontakter	11	7	18
Kriminalitet i lokalsamhället	7	6	8
Svårigheter med licenser och tillstånd	5	5	5
Svårt att hitta leverantörer	4	3	5
Svårigheter med att förstå och följa lagstiftning	4	4	4
Inte tillräcklig infrastruktur: bredband, transporter	3	4	1

## Företagsinkomst och levnadskostnader

Företagare i utsatta områden står inför större utmaningar när det gäller att täcka sina levnadskostnader med inkomster från sitt företagande. 41 procent av alla företagare i undersökningen uppger att de utan problem kan täcka sina levnadskostnader med inkomsten från företaget. Andelen som utan problem kan täcka sina levnadskostnader är 20 procent i utsatta områden jämfört med 55 procent i övriga Sverige.

Skillnaderna blir ännu tydligare när man tittar på behovet av kompletterande inkomster. Dubbelt så många av företagarna i utsatta områden uppger att de behöver komplettera sina inkomster med andra inkomstkällor, 32 procent jämfört med 14 procent i övriga Sverige.

**Figur 2** Är din nuvarande inkomst från företaget tillräcklig för att täcka dina levnadskostnader? (procent)



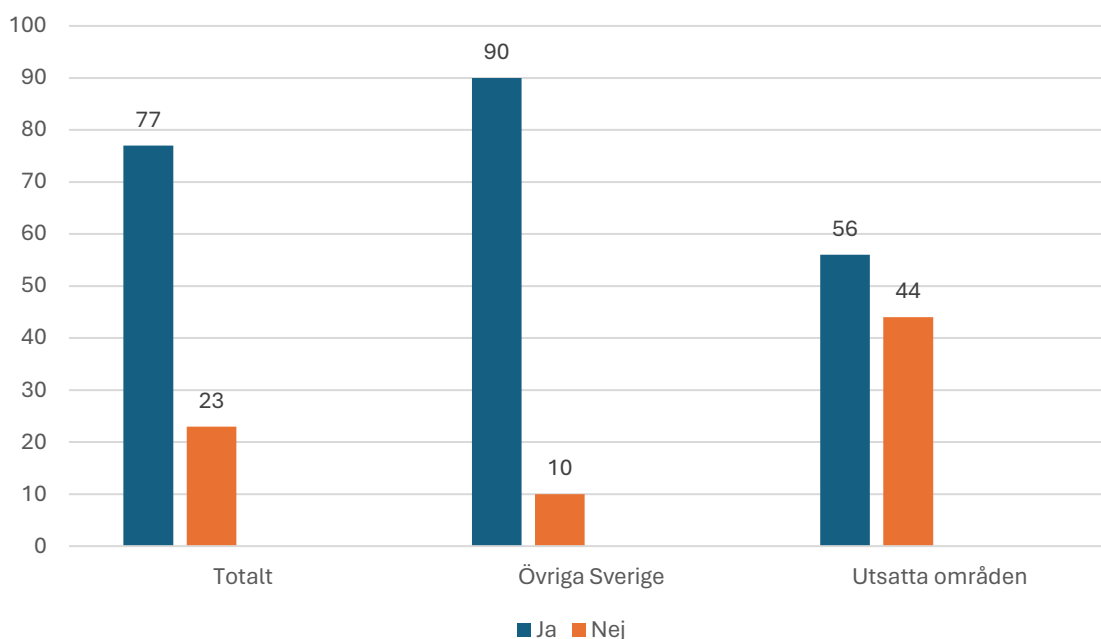


## Försäkring, bank och hyresvärd

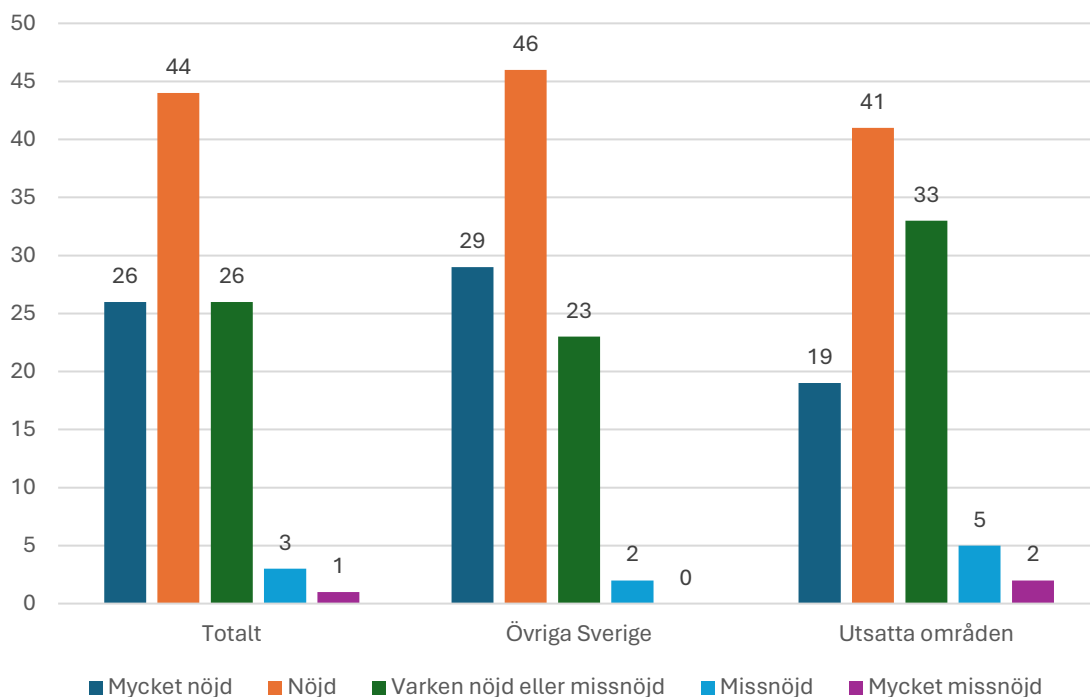
### Nyttjande och nöjdhet med försäkring

Försäkring är en grundläggande säkerhetsåtgärd för företag som skydd mot potentiella risker och förluster. Andelen av företagarna som har försäkrat sitt företag skiljer sig drastiskt mellan företag i utsatta områden (56 %) jämfört med företag i övriga Sverige (90 %).

**Figur 3** Är ditt företag försäkrat? (procent)



Utav de 77 procent som uppger att de har försäkrat sitt företag uppger 70 procent att de är nöjda med sitt försäkringsbolag (figur 4). Andelen som är ”mycket nöjda” med sitt försäkringsbolag skiljer sig mellan de undersökta grupperna, 19 procent av företagare i utsatta områden är mycket nöjda jämfört med 29 procent i övriga Sverige. Andelen företagare som är osäkra på sitt ställningstagande är 10 procentenheter högre i utsatta områden jämfört med resten av Sverige. Endast en liten andel (4 %) anser sig missnöjda med sitt försäkringsbolag. Anledningarna till missnöjet är bland annat höga försäkringspremier och begränsade betalningsalternativ (tabell 4).

**Figur 4 Hur är nöjd är du med ditt försäkringsbolag? (procent)**

**Tabell 4 Varför är du missnöjd med ditt försäkringsbolag? (procent)**

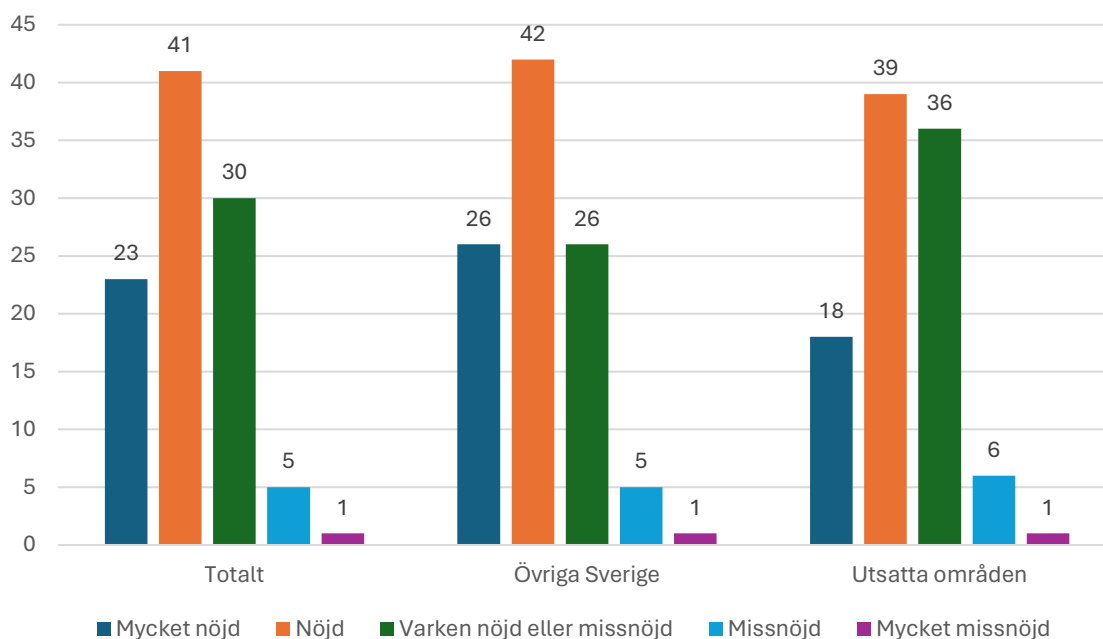
	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
<b>Höga försäkringspremier:</b> premierna känns orättvist höga för mitt läge och företag	50	80	25
<b>Begränsade betalningsalternativ:</b> betalningslösningar matchar inte min ekonomiska situation	27	10	42
<b>Otillräckligt anpassade lösningar:</b> erbjudanden matchar inte specifika risker eller områdesbehov	23	30	17
<b>Svårigheter med tillgänglighet och support:</b> problem att nå bolaget eller få hjälp utanför standardtider	18	10	25
<b>Brister i rådgivning och representation:</b> otillräcklig försäkringsrådgivning eller stöd för min situation	18	20	17
<b>Förtroendeproblem:</b> svårt att bygga en tillitsfull relation	14	20	8
<b>Information och resurser saknas:</b> inget stöd för riskhantering anpassat till min storlek eller område	14	10	17
<b>Språkbarriärer och/eller kunskapsbarriärer:</b> svårt att förstå erbjudanden och villkor	9	0	17
<b>Diskriminering/fördomar:</b> upplever förutfattade meningar från försäkringsbolaget	9	10	8
<b>Fullständig tackning saknas:</b> svårt att få tackning på grund av geografisk placering	5	0	8



## Nöjdhet med banker och hyresvärdar

Nöjdheten med sin företagsbank är även den genomgående hög. Precis som avseende nöjdheten med försäkringsbolaget finns här skillnader mellan andelen mycket nöjda i utsatta områden (18 %) jämfört med i övriga Sverige (26 %). Missnöjet med företagsbanken är framför allt låg (6 %). En högre andel av företagare i utsatta områden har en neutral inställning gentemot sin företagsbank jämfört med företagare i övriga Sverige.

**Figur 5** Hur nöjd är du med din företagsbank? (procent)





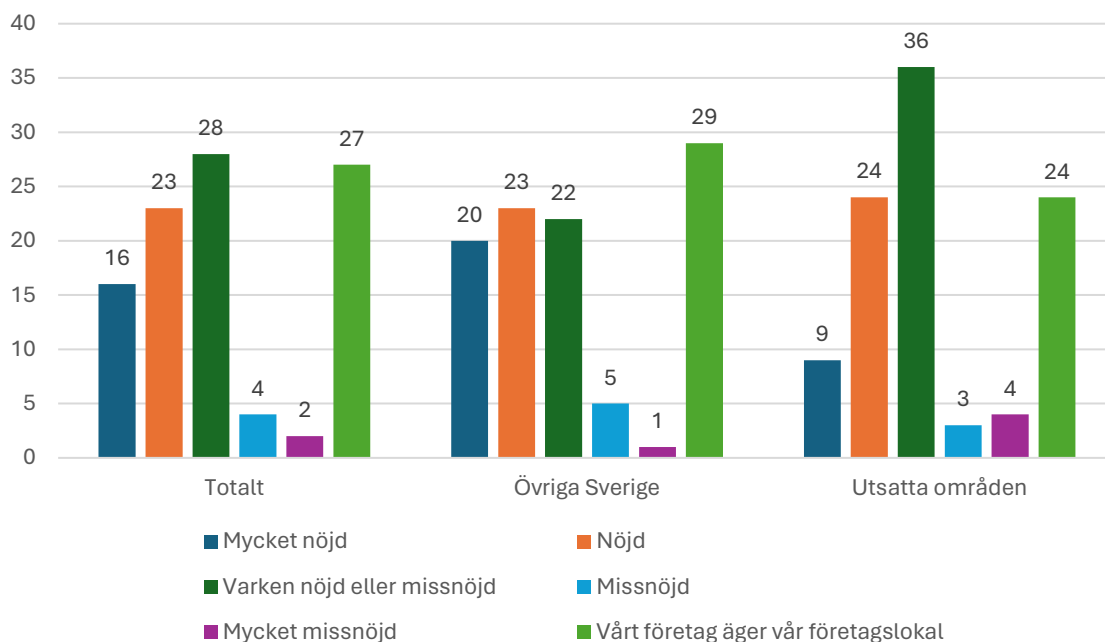
Även här resulterar den höga nöjdheten i en låg andel (6 %) missnöjda till vilka uppföljningsfrågan om anledningar till missnöjet ställdes. Företagarna som är missnöjda känner sig inte värderade som kunder och tycker att avgifterna är för höga.

**Tabell 5** Varför är du missnöjd med din företagsbank? (procent, flera val möjliga)

	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
Känner mig inte värderad som kund	57	55	59
Höga avgifter och kostnader	41	48	32
Brist på personlig service, rådgivning eller förståelse för lokala förhållanden	41	52	27
Svårt att få kontakt med banken	37	48	23
Svårt att förhandla om lån, räntor et cetera	25	31	18
Bankens tjänster möter inte mitt företagsbehov	24	24	23
Otillräckligt stöd för företagsutveckling	24	21	27
Svårigheter att få lån eller krediter på grund av företagets geografiska placering	20	17	23
Svårigheter att uppfylla bankens krav för t. ex lån och andra finansiella tjänster	16	14	18
Begränsade möjligheter för skräddarsydda finansieringslösningar	16	17	14
Upplever diskriminering eller fördomar i bemötande	12	7	18
Brister i digitala tjänster och teknik	12	7	18
Språkbarriärer och/eller kunskapsbarriärer: Svårt att förstå erbjudanden	6	7	5

Avslutningsvis i avsnittet om försäkringsbolag, bank och hyresvärd ställdes frågan om nöjdheten med företaget som de tillfrågade hyr sin företagslokal av. De flesta är varken nöjda eller missnöjda alternativt äger sin företagslokal. Andelen av företagarna som äger sin lokal skiljer sig endast marginellt mellan utsatta områden och övriga Sverige.

**Figur 6** Hur nöjd är du med företaget du hyr din företagslokal av? (procent)





## Brottslighet och påverkan på företag

Säkerheten kring företag i Sverige varierar beroende på var verksamheten bedrivs. Företagare i utsatta områden upplever i lägre grad att de påverkas av brottslighet än företagare i övriga Sverige. Samtidigt vidtar de också färre säkerhetsåtgärder. I det här avsnittet utforskas företagens erfarenheter av bedrägerier och andra brott samt vilka säkerhetsåtgärder de har vidtagit.

På frågan om företagen blivit drabbade av försök till bedrägerier eller andra typer av brott svarar majoriteten att så inte är fallet. 70 procent av företagare i utsatta områden uppger sig aldrig ha blivit utsatta för något av de listade händelserna, jämfört med 54 procent av företagare i övriga Sverige. Bland de som har blivit utsatta för brottslighet är bedrägerier och skadegörelse det som är vanligast förekommande. Företagare i utsatta områden uppger sig genomgående vara utsatta i lägre grad och speciellt med avseende IT attacker där endast 3 procent svarar ja på frågan jämfört med 15 procent i övriga Sverige.

**Tabell 6** Har ditt företag drabbats av eller utsatts för försök till... (procent, flera val möjliga)

	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
Bedrägerier	18	22	11
Skadegörelse	17	19	13
IT attack	10	15	3
Rån	8	9	6
Snatteri	8	9	6
Hot	4	4	5
Penningtvätt	2	3	1
Misshandel	2	3	1
Utpressning	2	3	1
Beskyddarverksamhet	1	1	0
Kriminella aktörer som försökt använda lokalen för förvaring av droger eller annat föremål	1	1	1
Inget av ovan	60	54	70



## Säkerhetsåtgärder hos företag

Tabell 7 redogör för vilka säkerhetsåtgärder företagen har vidtagit.

35 procent av samtliga företag uppger att de inte använder någon av de listade säkerhetsåtgärderna. Skillnaderna är dock stora mellan företag i utsatta områden och i övriga Sverige.

Företag i utsatta områden uppger i betydligt högre grad (59 %) att de inte använder några av de listade säkerhetsåtgärderna jämfört med övriga Sverige (20 %). Bland företagen som vidtar säkerhetsåtgärder är larm vanligast, följt av brandskydd och cybersäkerhet. Skillnaderna mellan utsatta områden och övriga Sverige är dock stora. Bara 15 procent av företagen i utsatta områden har brandskydd (mot 41 % i övriga Sverige) och endast 9 procent har cybersäkerhet (mot 43 %).

Andra säkerhetsåtgärder är också mer ovanliga i utsatta områden. Videoövervakning är dubbelt så vanligt i övriga Sverige (34 % mot 17 %), liksom fysiska barriärer som säkerhetsdörrar (25 % mot 10 %). Säkerhetsvakter är betydligt vanligare i övriga Sverige (18 % mot 3 %). Det finns också brister när det gäller rutiner och utbildning kring säkerhet bland företagen i utsatta områden. Endast 6 procent av dessa företag har rutiner för kontanthantering (mot 15 % i övriga Sverige) och endast 6 procent utbildar sin personal i säkerhet (mot 19 %).

**Tabell 7** Vilka säkerhetsåtgärder har du i ditt företag? (procent, flera val möjliga)

	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
Säkerhetslarm och inbrottslarm	42	57	19
Brandsäkerhetssystem	31	41	15
Cybersäkerhetsåtgärder (t.ex. antivirus, brandväggar)	30	43	9
Videoövervakning	27	34	17
Säkerhetsdörrar och fönstergaller	19	25	10
Utbildning av personal i säkerhetsprocedurer	14	19	6
Anlitande av säkerhetsvakter eller väktartjänster	12	18	3
Rutiner för kontanthantering och transaktionssäkerhet	11	15	6
Inga särskilda åtgärder	35	20	59





## Stöd och resurser för förbättrat säkerhet

Vad efterfrågar då företagare i utsatta områden och övriga Sverige för stöd eller resurser för att förbättra säkerheten för sitt företag? Rapporten visar att ökad patrullering och kameraövervakning är de mest efterfrågade formerna av stöd i både utsatta områden och i övriga Sverige. Information om digital säkerhet och skydd mot cyberhot efterfrågas i betydligt lägre grad av företagare i utsatta områden (13 %) jämfört med företagare i övriga Sverige (36 %). Fler aktiviteter och människor i omlopp i området däremot efterfrågas i högre grad i utsatta områden (36 %) jämfört med i övriga Sverige (15 %).

En annan resurs där nivån på efterfrågan skiljer sig mellan utsatta områden och övriga Sverige är krisstöd vid brott. Drygt dubbelt så många (19 %) av företagarna i utsatta områden tycker krisstöd vid brott är viktigt för att förbättra säkerhet i företaget och i området där de är verksamma jämfört med 9 procent i övriga Sverige.

**Tabell 9** Vilken typ av stöd eller resurser tycker du är viktigast för att förbättra säkerheten i ditt företag och område? (procent, fler val möjliga)

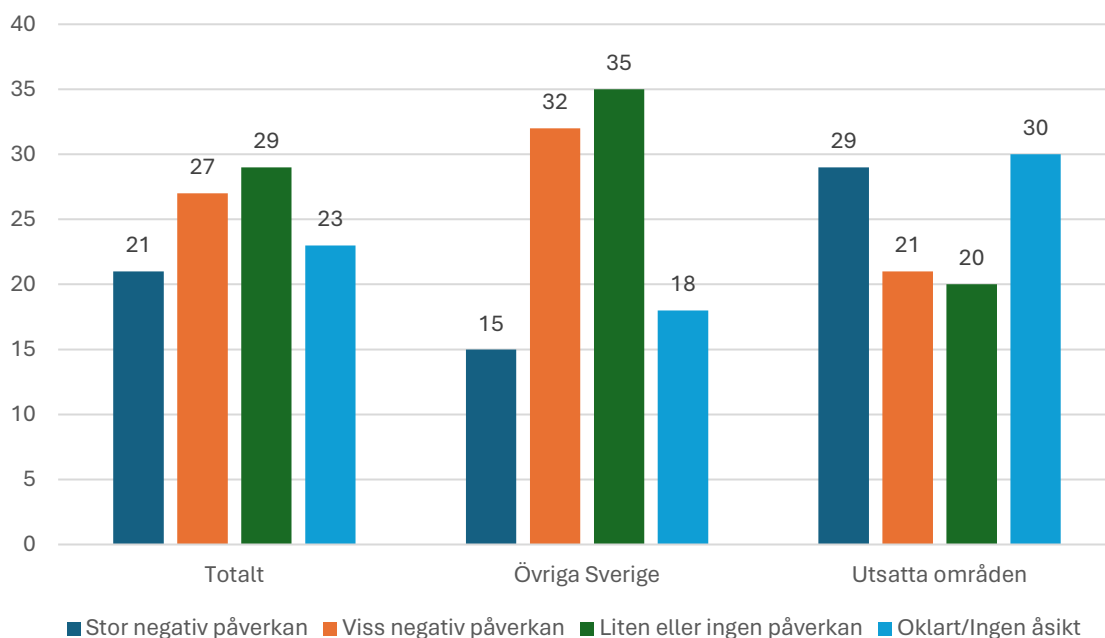
	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
Ökad närvaro och patrullering av polis/väktare/ordningsvakter	29	29	29
Ökad kameraövervakning	29	30	28
Information om digital säkerhet och skydd mot cyberhot	27	36	13
Fler aktiviteter och människor i omlopp i området	23	15	36
Juridiskt och rättsligt stöd vid brott	21	23	19
Ekonomiskt stöd för installation av säkerhetssystem	18	16	20
Förbättrad belysning i området	18	15	23
Säkerhetsutbildning för anställda	16	17	15
Krisstöd vid brott	13	9	19
Ett lokalt säkerhetsnätverk mellan företag i området	12	14	9
Införande av vistelseförbud	5	6	4



## Oseriös konkurrens

Företag i utsatta områden drabbas hårdare av oseriös konkurrens än företag i övriga Sverige. 29 procent av företagen i utsatta områden upplever en *stor negativ påverkan*, jämfört med 15 procent i övriga Sverige. Däremot är det fler företag i övriga Sverige som upplever en viss negativ påverkan (32 %), jämfört med utsatta områden (21 %). En betydande andel företag i utsatta områden (30 %) är osäkra på eller vet inte hur de påverkas av oseriös konkurrens, jämfört med 18 procent i övriga Sverige.

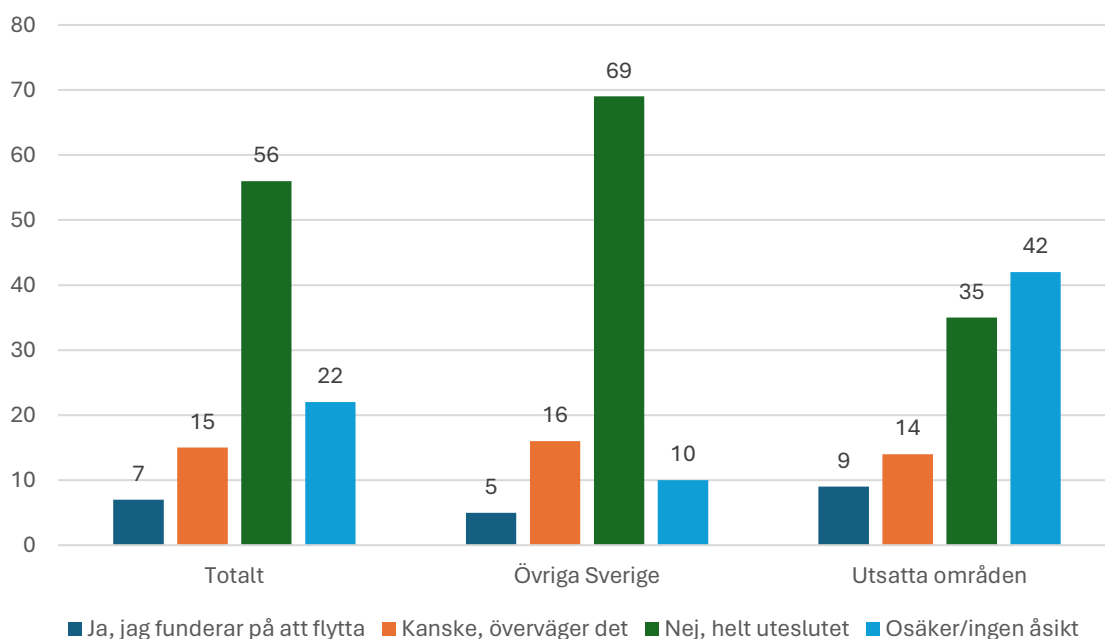
**Figur 7** En del företag drabbas idag av oseriös konkurrens från aktörer som inte följer regler och lagar. Till vilken grad upplever du att detta påverkar företagen i ditt område?



## Andel företagare som överväger att flytta

På frågan om företagen överväger att flytta svarar drygt en av fem företagare att det är en möjlighet. Bland dessa är det 9 procent i utsatta områden och 5 procent i övriga Sverige som aktivt funderar på att flytta, medan runt 15 procent uppger att de har övervägt flytt till annan ort. En majoritet (69 %) av företagen i övriga Sverige utesluter helt att flytta, jämfört med 35 procent i utsatta områden. En stor andel (42 %) i utsatta områden är osäkra eller utan åsikt.

**Figur 7** Överväger du att flytta ditt företag till en annan ort? (procent)





Bland de som överväger att flytta är ekonomiska utmaningar och säkerhetsfrågor de vanligast förekommande anledningarna bland samtliga svarande. I utsatta områden anger runt 30 procent säkerhetsfrågor som en anledning till att de överväger att flytta. Personliga skäl förekommer också ofta och är mer vanligt bland företag i utsatta områden (31 % jämfört med 23 %) medan brist på kvalificerad arbetskraft är en betydligt vanligare anledning i övriga Sverige (25 % jämfört med endast 6 % i utsatta områden).

**Tabell 8** Av vilka anledningar överväger du att flytta från detta område? (procent, flera val möjliga)

	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
<b>Ekonomiska utmaningar:</b> svårigheter med att uppnå lönsamhet på grund av höga driftskostnader eller låg efterfrågan	33	32	34
<b>Säkerhetsfrågor:</b> oro för gängkriminalitet eller ökad brottslighet i området	30	28	33
<b>Personliga skäl:</b> ändrade personliga omständigheter för ägaren eller nyckelpersoner i företaget	26	23	31
<b>Marknadstillgång:</b> bättre möjligheter eller mer fördelaktig marknadspositionering i ett annat område	22	23	21
<b>Brist på kvalificerad arbetskraft:</b> svårigheter att rekrytera eller behålla medarbetare med rätt kompetens	17	25	6
<b>Otillräcklig infrastruktur:</b> problem med transport, logistik eller tillgång till viktiga tjänster	17	22	9
<b>Expansion:</b> svårigheter att hitta lämpliga eller större lokaler för expansion	16	18	11
<b>Företagsvänlig miljö:</b> till område med bättre stöd från lokala myndigheter och näringslivsorganisationer	13	13	11
<b>Regelverk och byråkrati:</b> utmaningar relaterade till lokala förordningar eller komplex administration	9	8	11

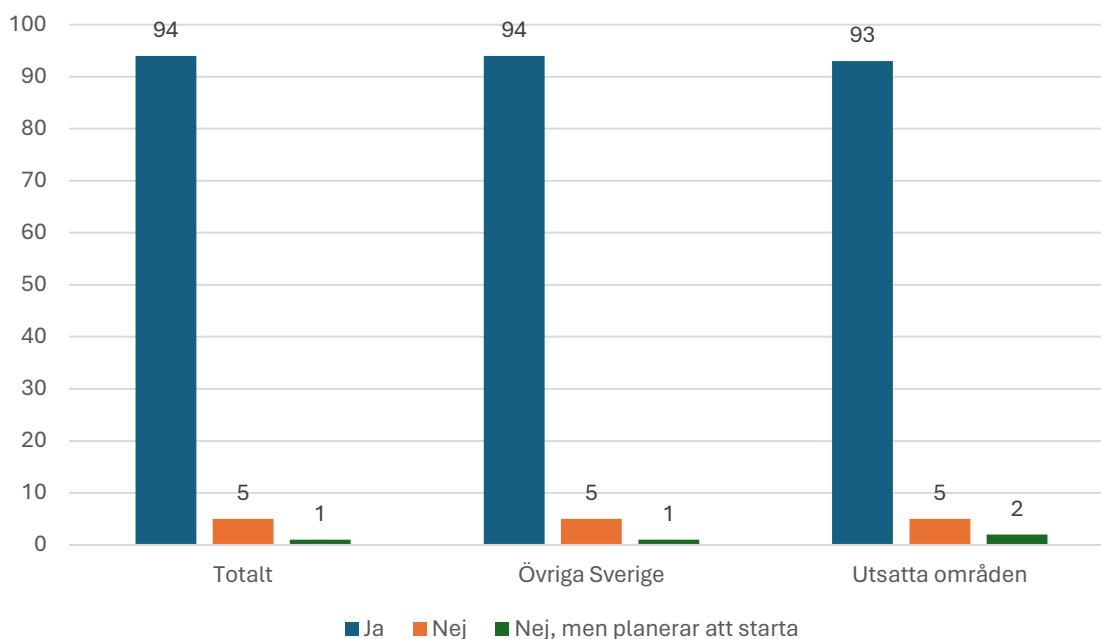
## Digitalisering och AI

I det här avsnittet redovisar vi företagarnas användning av digitala verktyg och AI, samt deras digitala närvaro.

Rapporten visar att nästan alla företagare använder digitala tjänster för att lämna in uppgifter till Skatteverket och Bolagsverket, men att det finns skillnader i hur företagare ser på framtiden med AI. Vi ser även stora skillnader i digital närvaro mellan företag i utsatta områden och i övriga Sverige.

En överväldigande majoritet, 94 procent, av alla tillfrågade företagare uppger att de använder Skatteverkets och Bolagsverkets digitala tjänster för att lämna in uppgifter om företaget.

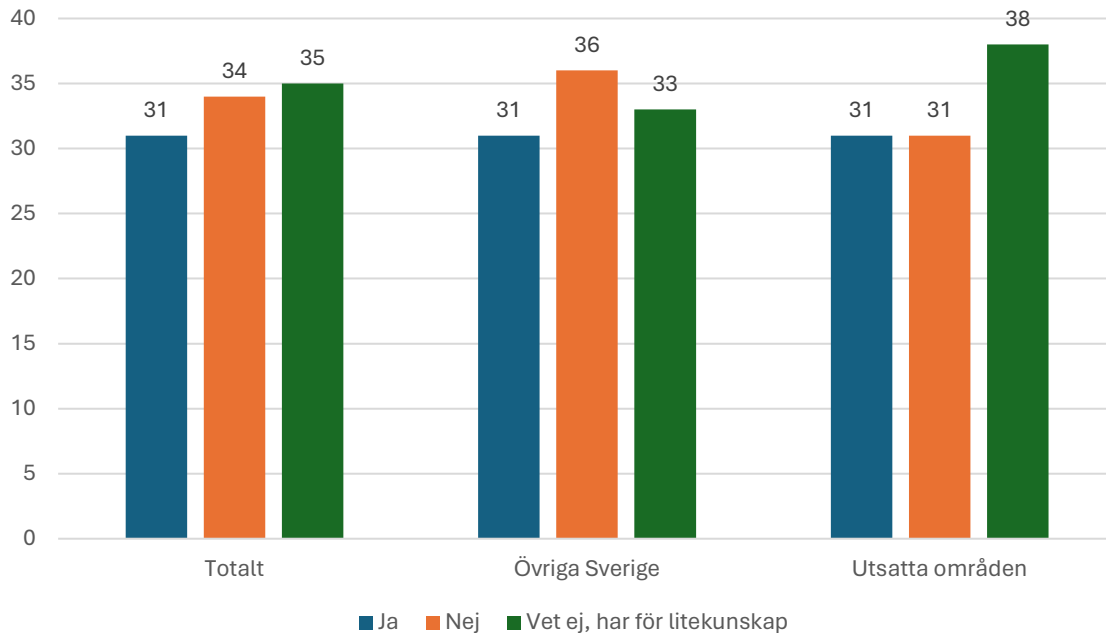
**Figur 8** Lämnar ditt företag in uppgifter till Skatteverket och Bolagsverket digitalt? (procent)





Företag i både övriga Sverige och i utsatta områden är lika optimistiska om att AI kan göra det enklare att driva sin verksamhet, med 31 procent som tror på AI:s potential. Ungefär lika många företag är skeptiska till AI i både utsatta områden och i övriga Sverige.

**Figur 9** Anser du att AI kommer att göra det enklare att driva din verksamhet?





## Digital klyfta

Digital närvaro är en viktig konkurrensfördel, särskilt för företag i utsatta områden där köpkraften är lägre. Företag i övriga Sverige har generellt en starkare digital närvaro än företag i utsatta områden. Företag i övriga Sverige använder i högre utsträckning digitala verktyg som hemsidor (74 % mot 52 %), Facebook (61 % mot 42 %) och LinkedIn (43 % mot 13 %) för att nå kunder och marknadsföra sig. Däremot är användningen av e-post och telefon relativt lika i båda områdena.

Skillnaderna i digital närvaro kan påverka företagens tillväxtpotentialer och konkurrenskraft. Företag med stark digital närvaro har ofta bättre förutsättningar att nå en bredare publik, bygga varumärke och skapa kundrelationer online. Detta kan vara en viktig faktor för att lyckas i dagens digitaliserade samhälle.

**Tabell 10** Vilka av följande former av digital närvaro har ditt företag?

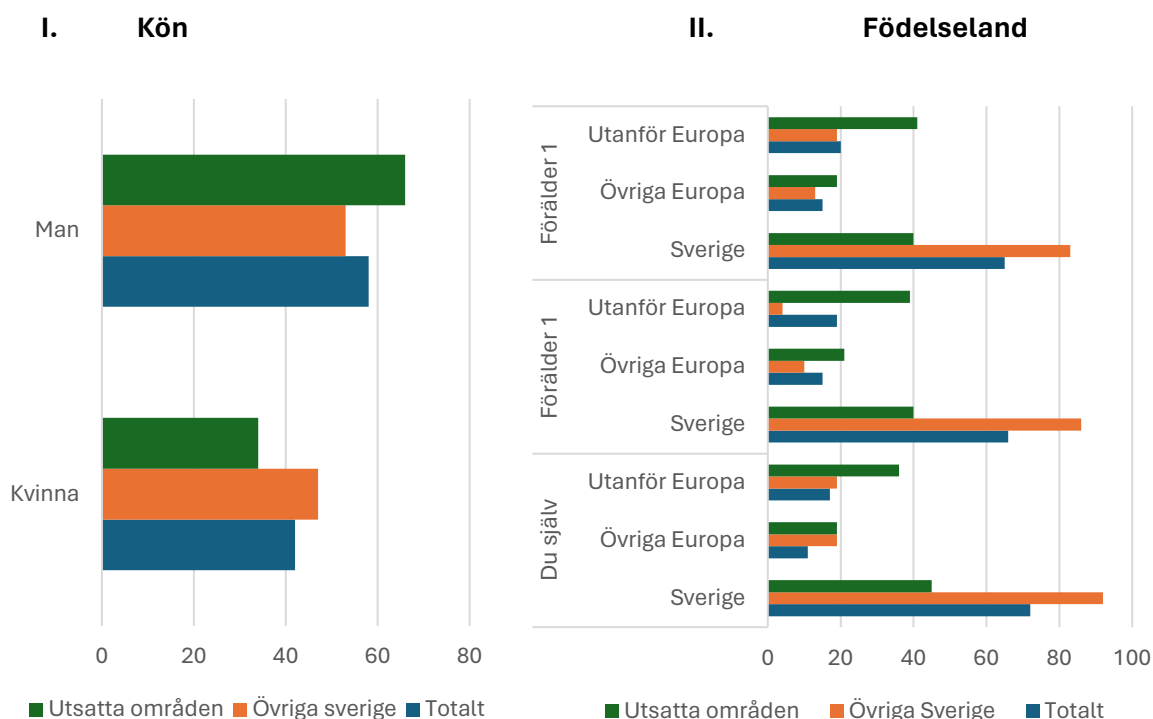
	Totalt	Övriga Sverige	Utsatta områden
Email	81	81	80
Hemsida	66	74	52
Facebook	54	61	42
Instagram	49	52	44
Företagstelefonnummer	49	49	50
LinkedIn	32	43	13
Digital brevlåda	30	35	21
Google My Business	17	17	17
YouTube	15	17	12
TikTok	8	8	8
Snapchat	3	4	2



## Om undersökningen

Undersökningen tittar på de ekonomiska förutsättningarna för företagare i utsatta områden i jämförelse med företagare i övriga Sverige. Undersökningen bygger på totalt 901 svar från företag varav 378 är baserade i utsatta områden och 523 i övriga Sverige. Resultaten från undersökningen redovisas dels på aggregerad nivå, dels uppdelat på om företaget har sin bas i ett utsatt område eller i övriga Sverige. Undersökningen genomfördes mellan 22 april – 10 maj 2024. Nedan visas en översikt av de svarandes sammansättning.

### Översikt av de svarandes sammansättning



### Metodbeskrivning och genomförande

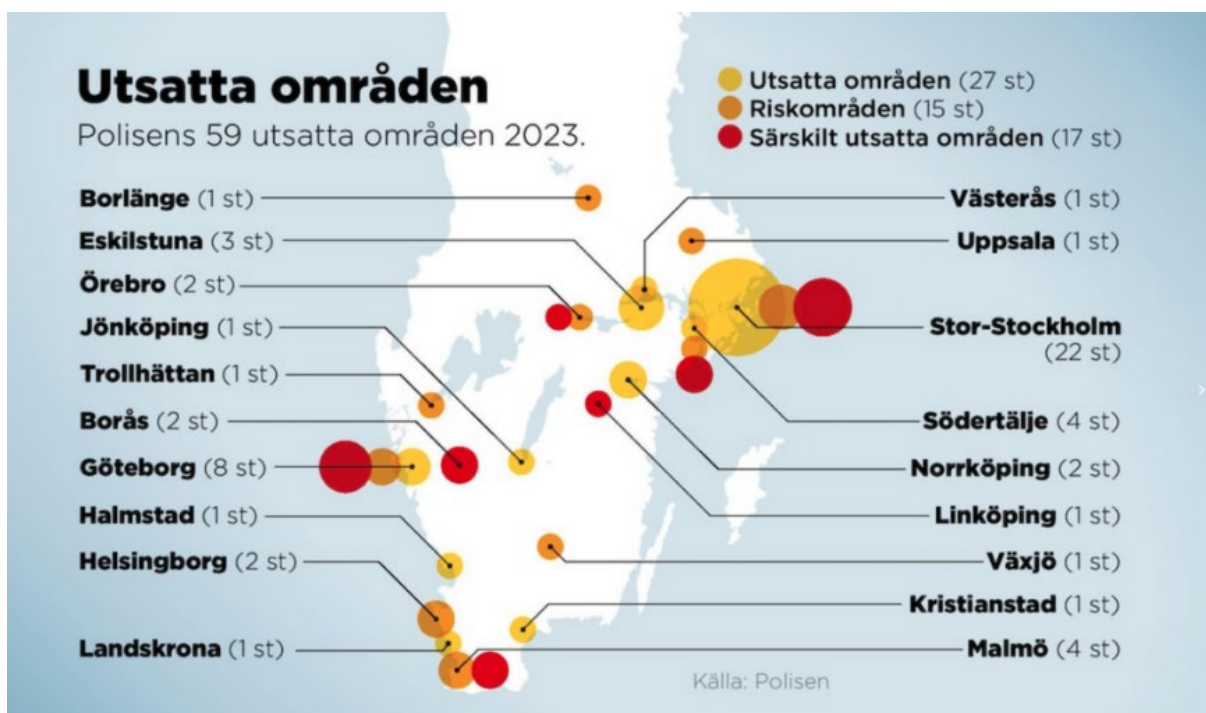
Undersökningen har genomförts av Indikator Opinion på uppdrag av Järva-veckan Research i samarbete med branschorganisationen FAR. Ett slumpmässigt urval av företag verksamma i utsatta områden med minst en anställd och en registrerad årsomsättning för 2022 har dragits från Statistiska Centralbyråns företagsregister. Vidare gjordes avgränsningar från totalurvalet avseende exkludering av verksamheter i offentlig regi samt inkludering endast av näringsverksamheter som bedrivs av fysiska personer. Undersökningen riktade sig till företagsledning eller annan arbetsledande funktion på företaget som kan besvara frågor gällande företagets syn på olika aspekter av företagande.



Bland företagen i utsatta områden har datainsamlingen genomförts med en så kallad "push-to-web-metod." En postal inbjudan har skickats till företags adress och undersökningen var möjlig att besvara digitalt genom att logga in med en individuell svarskod eller QR-kod. Undersökningen var möjlig att besvara på svenska, engelska, arabiska och somaliska. Påminnelser har genomförts via SMS. I syfte att få ett större underlag och att möjliggöra jämförelser med övriga Sverige gjordes en kompletterande panelundersökning bland företagare enligt samma kriterier.

## Fakta: 59 utsatta områden

De utsatta områdena definieras av Polismyndigheten och är indelade i olika grader av utsatthet: utsatta områden, riskområden, och särskilt utsatta områden.<sup>2</sup> Ett utsatt område är enligt Polismyndigheten ett geografiskt avgränsat område där kriminella har en påverkan på lokalsamhället i olika grader. Områdena har även en låg socioekonomisk status och är hem till ca 570 000 svenskar, många med utländsk bakgrund och lägre ålder. Två av tre invånare har ännu inte fyllt 45 år.<sup>3</sup> Den 1 december 2023 uppdaterades listan och fyra nya områden har tillkommit, medan sex områden inte längre bedöms som utsatta jämfört med 2021.



<sup>2</sup> Källa: Polismyndigheten. Grafik: Anders Humlebo /TT.

<sup>3</sup> Källa: Järvaveckan Research: en rapport om Sveriges 61 utsatta områden



## Kontaktuppgifter



**Ahmed Abdirahman**

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



**Pernilla Halling**

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



JÄRVAVECKAN  
RESEARCH

FAR