

Tillväxtverket FVOV 2023

MAJ 2023

Origo Group



Innehåll

Bakgrund och inledning	4
Innehåll och utformning.....	5
Objekt och population	5
Ramförfarande	5
Urval.....	5
Variabler.....	7
Tidsperioder i statistiken	7
Statistikens presentation.....	7
Datainsamling	8
Enkät.....	8
Mätmetod och mätinstrument	8
Svarsinflöde och svarsandelar.....	8
Bortfallsanalys.....	9
Databearbetningar	13
Kontroller och rättningar.....	13
Svarstid	13
Härledda variabler.....	13
Estimationsförfarande	14
Viktning	14
Osäkerhetskällor	15
Urvalsfel	15
Täckningsfel.....	15
Bortfallsfel	15
Mätfel	15
Bearbetningsfel	16
Information om deltagande företag	17

Jämförbarhet 19

Bakgrund och inledning

Enkätundersökningen Företagens villkor och verklighet (Fvov) genomförs vart tredje år och riktar sig till små och medelstora företag i Sverige. Undersökningen har genomförts åtta gånger sedan år 2002. Under 2020 genomfördes en mindre version av undersökningen som kallades Coronaspecial.

Fvov utgör ett viktigt kunskapsunderlag, såväl för Tillväxtverkets interna behov som externt. Undersökningen används både för att ge en helhetsbild av företagets verklighet och för att analysera specifika branscher, geografier eller temaområden.

Undersökningsföretaget Origo Group har fått i uppdrag att under våren 2023 genomföra denna kvantitativa enkätundersökning. Datainsamlingen har genomförts från mitten av januari till slutet av april. Totalt ingår 22 709 företag i bruttourvalet och totalt 22 237 företag i nettourvalet. Antal svar är 6 643, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 30 procent.

Årets enkät liknar den som användes år 2020, men några frågor har ändrats eller tagits bort och en ny fråga har tillkommit. Denna mätning är den första Fvov-undersökningen som genomförs som en webbenkät med postala inbjudningar. Tidigare år har en kombination av webb- och pappersenkäter använts. I mätningen år 2020 användes ett bruttourval på omkring 28 500 företag och svarsfrekvensen uppgick då till 34 procent.

Syftet med studien är att bidra till förbättrade villkor och enklare regler för företag. Undersökningen ska användas som underlag till regeringen och inom flera olika myndigheter, regioner och andra organisationer.

Innehåll och utformning

Objekt och population

Målpopulationen i undersökningen är företagsledare i små och medelstora företag.

Rampopulationen består av små och medelstora företag med 0–249 anställda. Företagen måste ha en omsättning på över 400 000 kronor för det senast tillgängliga räkenskapsåret för att tas med. Endast ett företag per koncern ska ingå. I första hand det med flest antal anställda och i andra hand det med störst omsättning.

De företagsformer som ingår i rampopulationen är:

- Aktiebolag
- Ekonomiska föreningar
- Enskilda näringsidkare
- Handels- och kommanditbolag

De företag som ingår i rampopulationen ska vara privata och svenskkontrollerade. De ska ingå i någon av branscherna A-J, M (exklusive M7010), N eller P-S enligt SNI 2007.

Ramförfarande

Urvalsramen för rampopulationen utgörs av företagsdatabasen på SCB. Entreprenörsdatabasen används för att ta fram uppgifter om vilken som är den operative företagsledaren. Det är företagsledaren som ska besvara enkäten. Kontaktuppgifterna till företagen togs fram av SCB och levererades av Tillväxtverket till Origo Group.

Urval

I denna undersökning används ett stratifierat, obundet slumpmässigt urval. Det innebär att populationen delas in i grupper, så kallade strata. Antalet strata är 96 i teorin (4 branschgrupper * 6 länsgrupper * 4 storleksklasser). I praktiken är antalet strata detsamma då det ingår företag i samtliga strata. Ur varje stratum dras sedan ett obundet slumpmässigt urval (OSU). SCB genomförde urvalsdragningen och drog ett urval bestående av 22 909 företag fördelade på 96 strata.

En likformig allokering har använts, vilket betyder att lika många har valts ut inom alla strata. Det finns dock vissa undantag, i de strata där antalet är lågt har till exempel ett totalurval använts och i ett fåtal strata som är extra stora har det gjorts ett större urval. Antalet företag per stratum uppgår i genomsnitt till 281.

Innan SCB:s leverans av urvalsfilen till Origo identifierades att 168 företag inaktiverats. I leverans av urvalsfilen återstod 22 741 företag. I denna urvalsfil upptäckte Origo 32 företag som saknade adress eller hade en adress utomlands. Efter att dessa rensats bort återstod 22 709 företag.

Stratifieringen bygger på uppgifter om företagens bransch, region och storleksklass.

Uppgifter om bransch är uppdelad i 4 branschgrupper:

- Branschgrupp 1
 - A Jordbruk, skogsbruk och fiske
 - J Informations- och kommunikationsverksamhet
 - RS Kultur, nöje och fritid samt Annan serviceverksamhet
- Branschgrupp 2
 - DE Försörjning av el, gas, värme och kyla med mera
 - P Utbildning
- Branschgrupp 3
 - F Byggverksamhet
 - G Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar
 - M Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik
- Branschgrupp 4
 - BC Utvinning av mineral samt Tillverkning
 - H Transport och magasinering
 - I Hotell- och restaurangverksamhet
 - N Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster
 - Q Vård och omsorg; sociala tjänster

Branscherna grupperas för att hålla nere antalet stratum. Syftet är att undvika små stratum då stratum med få svarande försämrar kvaliteten på skattningarna. Branschgrupperna skapades genom att slå ihop enskilda kategorier som innehöll ungefär lika många företag.

Regionerna består av dessa 6 länsgrupper:

- 01 Stockholm
- 02 Skåne, Västra Götaland
- 03 Uppsala, Östergötland, Jönköping, Halland
- 04 Södermanland, Kalmar, Värmland, Örebro, Västmanland, Dalarna, Gävleborg
- 05 Kronoberg, Västernorrland, Jämtland, Västerbotten, Norrbotten
- 06 Gotland, Blekinge

Storleksklass är uppdelad på dessa 4 nivåer:

- 0 anställda
- 1–9 anställda
- 10–49 anställda
- 50–249 anställda

Antalet företag som ingår i varje stratum varierar stort. I urvalet är det som lägst 2 företag och som högst 715 företag som ingår i ett stratum. I genomsnitt är det 281 företag som ingår i varje stratum (median). I populationen varierar antalet som ingår i varje stratum mellan 2–35 928 företag med ett genomsnitt på 934 företag. Antalet svarande per stratum varierar mellan 0–240 företag med ett genomsnitt på 72.

Variabler

Frågorna i undersökningen handlar om företagens villkor och verklighet. Frågorna behandlar områdena tillväxt/utveckling, kunder och marknad, internationalisering, regler och myndighetskontakter, företagets miljöarbete samt innovation och digitalisering

Tidsperioder i statistiken

En del av frågorna är tillbakablickande och handlar om hur det varit i företaget längre tillbaka i tiden. En del frågor handlar om det senaste året, medan andra handlar om de tre senaste åren medan andra handlar om de fem senaste åren. Det finns även en fråga som är framåtblickande som handlar om hur utvecklingen på tre års sikt.

Statistikens presentation

Tillväxtverket tar själva fram resultat i undersökningen medan Origo Group sköter leveransen av en datafil med alla variabler inklusive en uppräkningsvikt. Tillväxtverket har själva möjlighet att ta fram skattningar från datafilen.

Datainsamling

Enkät

Enkäten omfattar 26 frågor med stängda svarsalternativ och består av frågeområdena:

- Bakgrundsfrågor
- Tillväxt/utveckling
- Kunder och marknad
- Internationalisering
- Regler och myndighetskontakter
- Företagets miljöarbete
- Innovation och digitalisering

Enkäten finns i bilaga 1 och en variabelförteckning finns i bilaga 2.

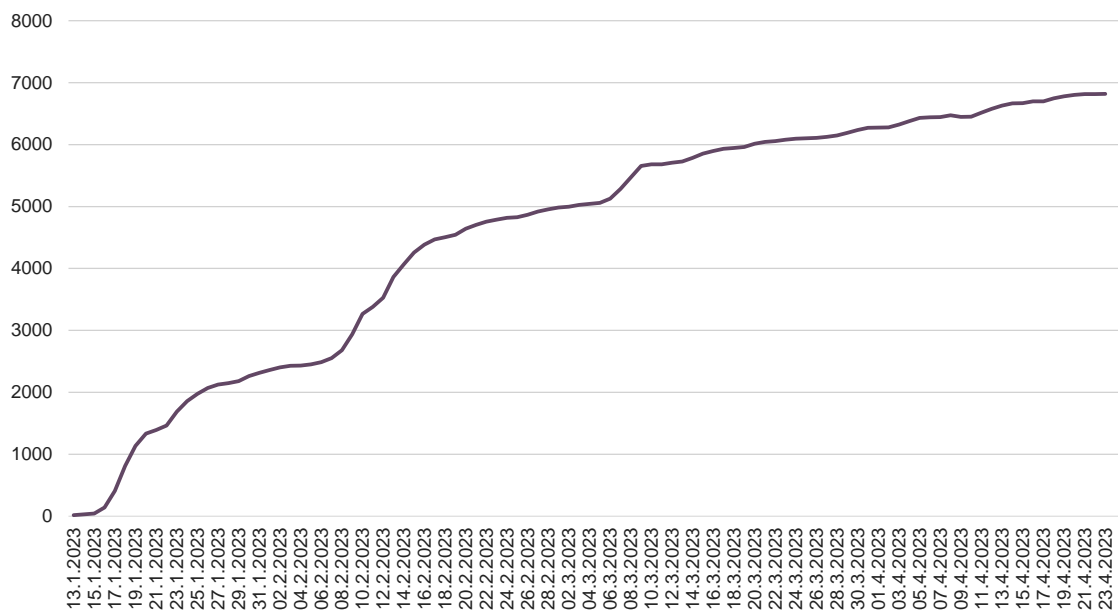
Mätmetod och mätinstrument

Datainsamlingen genomfördes från den 13 januari till 23 april 2023 genom ett postalt utskick till 22 709 företagsledare i små och medelstora företag i Sverige. I brevet fanns en inbjudan till att vara med i en enkätundersökning via en webbenkät. Respondenterna hade möjlighet att antingen gå in via en unik länk som angavs i brevet eller genom att skanna en QR-kod med en mobil eller surfplatta. I båda fallen har respondenterna gått in på en personlig länk till enkäten.

Två postala påminnelser skickades ut under datainsamlingsperioden. Den första påminnelsen gick ut till 20 312 företag medan den andra påminnelsen gick ut till 17 372 företag. Eftersom svarsfrekvensen fortfarande var låg efter dessa två påminnelser gjordes även telefonintervjuer med dem som inte svarat efter den andra påminnelsen.

Svarsinflöde och svarsandelar

Totalt har 6 643 respondenter besvarat undersökningen. De första 18 dagarna kom en tredjedel av alla svar in, se figur 1. Den första påminnelsen skickades ut den 6 februari och den andra skickades ut den 4 mars. Efter båda påminnelserna ökade inflödet av antalet svar men tydligast ökning skedde efter den första påminnelsen. Telefonintervjuerna gjordes mellan den 24 mars och den 21 april. Totalt inkom 556 svar per telefon och 6 087 svar via webbenkät.



Figur 1, Kumulativt antal inkomna svar per dag

Bortfallsanalys

Bruttourvalet bestod ursprungligen av 22 741 företag varav 32 av dessa rensades bort då det saknades adressuppgifter respektive att företagen hade adresser i utlandet. Enkäten har därmed skickats ut till 22 709 svenska företag. A-bortfallet består av 472 företag och nettourvalet uppgår till 22 237 företag. Det totala antalet svar uppgår till 6 643, där svaren inkom antingen via en webbenkät eller via telefonintervjuer. Totalt har 257 utskick kommit i retur, vilket kan bero på felaktiga adresser eller att företag har upphört. I tabell 1 redovisas bortfallsinformation totalt för såväl de postala utskicken som telefonintervjuer.

Svarsfrekvensen i undersökningen uppgår till 30 procent.

Tabell 1, Bortfallsinformation

Bortfallsinformation	Antal
Bruttourval	22709
A-bortfall	472
Fax/spärrton	288
Företaget tillhör inte målpopulationen	178
Dubblett	6
Nettourval	22237
B-bortfall	15594
Inget svar	10310
Vill ej svara	2289
Fel telefonnummer	1657
Återkom	932
Postreturer	257
Språksvårighet	66
Ej tillgänglig under fältperiod	54
Speeder	29
Antal inkomna svar	6643
Svarsfrekvens	30%

I tabell 2–6 redovisas svarsandelar uppdelat på olika bakgrundsuppgifter som finns om de deltagande företagen. I tabellerna visas vilka grupper som har hög respektive låg benägenhet att svara. Svarsandelarna är uträknade baserat på antalet per grupp i bruttourvalet.

Svarsandelen varierar inte nämnvärt mellan olika bransch- och länsgrupper. Det finns däremot något större variation i svarsandelar mellan företag som tillhör olika branscher (undernivåer), juridisk form respektive storleksklasser. Information om vilka branscher som ingår i de olika branschgrupperna finns i avsnittet "Innehåll och utformning".

Tabell 2, Svansandel per bransch

Bransch	Svarsandel
A Jordbruk, skogsbruk och fiske	27%
BC Utvinning av mineral samt Tillverkning	38%
DE Försörjning av el, gas, värme och kyla med mera	27%
F Byggverksamhet	23%
G Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	26%
H Transport och magasinering	26%
I Hotell- och restaurangverksamhet	25%
J Informations- och kommunikationsverksamhet	32%
M Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	36%
N Uthyrning, fastighetservice, resetjänster och andra stödtjänster	28%
P Utbildning	33%
Q Vård och omsorg; sociala tjänster	30%
RS Kultur, nöje och fritid samt Annan serviceverksamhet	26%
Totalt	29%

Tabell 3, Svansandel per branschgrupp

Branschgrupp	Svarsandel
1 (A, J, RS)	28%
2 (DE, P)	32%
3 (F, G, M)	28%
4 (BC, H, I, N, Q)	30%
Totalt	29%

Tabell 4, Svarsandel per länsgrupp

Länsgrupp	Svarsandel
01 Stockholm	28%
02 Skåne, Västra Götaland	30%
03 Uppsala, Östergötland, Jönköping, Halland	30%
04 Södermanland, Kalmar, Värmland, Örebro, Västmanland, Dalarna, Gävleborg	30%
05 Kronoberg, Västernorrland, Jämtland, Västerbotten, Norrbotten	30%
06 Gotland, Blekinge	27%
Totalt	29%

Tabell 5, Svarsandel per storleksklass

Storleksklass	Svarsandel
0 anställda	23%
1–9 anställda	30%
10–49 anställda	34%
50–249 anställda	33%
Totalt	29%

Tabell 6, Svarsandel per juridisk form

Juridisk form	Svarsandel
10 Enskild näringsidkare	22%
31 Handels- och kommanditbolag	26%
49 Aktiebolag	31%
51 Ekonomiska föreningar	41%
Totalt	29%

Databearbetningar

Kontroller och rättningar

Värdemängderna för alla variabler kontrollerades och saknade svar där respondenten inte skulle svara ersattes med koden 999, ska ej svara.

Svarstid

Den faktiska svarstiden i undersökningen är i genomsnitt 9 minuter och 40 sekunder (median). Detta anger tiden som respondenterna är inne i webbenkäten och besvarar frågorna.

Den genomsnittliga tiden från att enkäten startas tills att den avslutas är 10 minuter och 13 sekunder (median). Detta anger tiden från att respondenterna klickar i svaret på den första frågan i undersökningen tills att de klickar i att de vill skicka in sina svar. För en del respondenter har detta tagit åtskilliga dagar.

Ett antal respondenter som besvarat enkäten har gjort det mycket snabbt och dessa klassificeras som så kallade "speeders". Tillväxtverket har uppskattat att det tar cirka 10 minuter att besvara enkäten och respondenterna har fått denna information innan de började besvara frågorna. I samråd med Tillväxtverket bestämdes att det är rimligt att de som har besvarat enkäten på kortare tid än 4 minuter klassificeras som "speeders" och tas bort från datafilen. Totalt har 29 respondenter besvarat undersökningen på mindre än 4 minuter.

Härledda variabler

Databasen består av 129 variabler. I databasen finns såväl enkätvariabler, registervariabler som designvariabler.

Variabeln Vikt_Stratum2 är den uppräkningsvikt som ska användas vid framtagande av skattningar av deskriptiva målstorheter/parametrar.

Estimationsförfarande

Viktning

Viktning, även kallat vägning, görs i de fall då de svarande på något sätt skiljer sig från populationen. Det kan exempelvis finnas en skevhet i fördelningen mellan de svarande och populationen när det gäller till exempel företagsstorlek. Denna skevhet kan exempelvis uppkomma vid bortfall. Vikterna beräknas som kvoten mellan den verkliga fördelningen av populationen och andelen inkomna svar.

Vikten kompenserar för de eventuella snedvridningar som finns. Efter att resultaten viktats uppvisar de svarande samma fördelning över bakgrundsfrågorna som i populationen. Det totala resultatet är därmed representativt för populationen.

Om populationen exempelvis innehåller 5 000 000 män och 5 000 000 kvinnor, medan antalet svarande uppgår till 600 män och 400 kvinnor så finns det en överrepresentation av män bland de svarande. Vid viktningen kan man då väga upp kvinnornas svar medan man väger ner männens svar.

I denna undersökning tas vikterna fram baserat på stratumtillhörighet. Vikten har, för varje stratum, beräknats som kvoten mellan den verkliga fördelningen av populationen och andelen svar.

Osäkerhetskällor

Det finns flera olika typer av osäkerhetskällor i en undersökning. Det totala felet i en undersökning är en summa av urvalsfel, täckningsfel, bortfallsfel, mätfel och bearbetningsfel. Tillförlitligheten påverkas mest av urvalsfel och bortfallsfel.

Urvalsfel

Då det i den här typen av undersökningar inte är rimligt att undersöka hela populationen har ett urval av företag dragits. I urvalsundersökningar kan man inte säkert dra slutsatser om hela populationen utan det finns alltid urvalsfel. Urvalsfel mäts ofta med konfidensintervall.

Täckningsfel

I de fall som rampopulationen innehåller individer som inte ingår i målpopulationen har man problem med övertäckning. Det motsatta, undertäckning, betyder att det finns individer som ingår i målpopulationen men inte i rampopulationen. Det är allvarligast att ha problem med undertäckning då det kan riskera att snedvrider resultaten.

I denna undersökning som gjorts via en webbenkät finns inte möjlighet att skatta övertäckningen i populationen då vi inte har information om varför respondenterna väljer att avstå från att svara. Den uppgift vi har tillgång till är att 257 utskick kommit i retur, vilket i många fall kan bero på att företagen inte är aktiva. En andel av dessa 257 företag borde därmed ingå i övertäckningen. Det skulle även kunna finnas en liten andel undertäckning om registret som urvalsuppgifterna hämtas från uppdateras med en viss eftersläpning.

Bortfallsfel

Bortfallsandelen i denna undersökning uppgår till 68 procent, vilket är ett stort individbortfall. Det finns däremot inget partiellt bortfall bland de 6 643 inkomna svaren, d.v.s. individer som inte besvarat vissa frågor i enkäten. Anledningen till att det inte finns något partiellt bortfall är att undersökningen görs via en webbenkät respektive telefonintervjuer där samtliga frågor är obligatoriska att besvara. Undantaget är styrningsfrågor där endast de respondenter som har en viss enkätversion eller svarat med ett visst svarsalternativ styrts vidare för att besvara följdfrågan.

Problemet med bortfall är att man inte vet vilka egenskaper de som inte besvarat undersökningen har och hur de skiljer sig från individer som har svarat. Om dessa grupper är olika kan bortfallet riskera att snedvrider resultatet.

Mätfel

Mätfel är skillnaden mellan det erhållna och det sanna värdet och dessa kan vara både slumpmässiga och systematiska. De slumpmässiga mätfelen kan exempelvis uppkomma när en respondent råkar klicka på fel svarsalternativ i enkäten. Systematiska

mätfel kan exempelvis uppkomma om någon fråga är oklart formulerad. Respondenterna kan tolka frågan fel vilket gör att resultaten blir snedvridna.

Bearbetningsfel

Vid hantering av datamaterialet kan bearbetningsfel inträffa. Sådana fel kan till exempel uppkomma vid transformation av variabler eller när nya klassindelningar görs.

Information om deltagande företag

I tabell 7–11 visas information om de deltagande företagen. Antalen och andelarna som visas är oviktade.

Tabell 7, Bransch

Bransch	Antal	Andel
A Jordbruk, skogsbruk och fiske	538	8%
BC Utvinning av mineral samt Tillverkning	606	9%
DE Försörjning av el, gas, värme och kyla med mera	193	3%
F Byggverksamhet	607	9%
G Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	642	10%
H Transport och magasinering	303	5%
I Hotell- och restaurangverksamhet	325	5%
J Informations- och kommunikationsverksamhet	509	8%
M Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	755	11%
N Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster	323	5%
P Utbildning	1123	17%
Q Vård och omsorg; sociala tjänster	297	4%
RS Kultur, nöje och fritid samt Annan serviceverksamhet	422	6%

Tabell 8, Branschgrupp

Branschgrupp	Antal	Andel
1 (A, J, RS)	1469	22%
2 (DE, P)	1316	20%
3 (F, G, M)	2004	30%
4 (BC, H, I, N, Q)	1854	28%

Tabell 9, Länsgrupp

Länsgrupp	Antal	Andel
01 Stockholm	1322	20%
02 Skåne, Västra Götaland	1397	21%
03 Uppsala, Östergötland, Jönköping, Halland	1112	17%
04 Södermanland, Kalmar, Värmland, Örebro, Västmanland, Dalarna, Gävleborg	1143	17%
05 Kronoberg, Västernorrland, Jämtland, Västerbotten, Norrbotten	1036	16%
06 Gotland, Blekinge	633	10%

Tabell 10, Storleksklass

Storleksklass	Antal	Andel
0 anställda	1549	23%
1–9 anställda	2241	34%
10–49 anställda	1989	30%
50–249 anställda	864	13%

Tabell 11, Juridisk form

Juridisk form	Antal	Andel
10 Enskild näringsidkare	996	15%
31 Handels- och kommanditbolag	132	2%
49 Aktiebolag	5159	78%
51 Ekonomiska föreningar	356	5%

Jämförbarhet

FVOV 2020	FVOV 2023
<p>6. Hur viktiga tycker du att följande åtgärder är för att företaget ska kunna växa?</p> <p>h) Utveckla nya it-lösningar</p>	Alternativet borttaget
<p>6. Hur viktiga tycker du att följande åtgärder är för att företaget ska kunna växa?</p> <p>i) Ökat arbete med miljöfrågor</p>	i) Ökat arbete med miljö- och klimatfrågor
<p>7. Hur stort hinder upplever du att följande faktorer utgör för företagets utveckling och tillväxt?</p> <p>b) Tillgång till eget kapital</p>	Alternativet borttaget
<p>8. Hur gör du/ditt företag när företaget behöver ytterligare kompetens?</p> <p>- Annat, nämligen:</p>	Fritextalternativet "Annat, nämligen" borttaget
<p>11. För vilken marknad produceras huvudsakligen företagets varor/tjänster?</p> <p>- Lokal marknad</p> <p>- Regional marknad</p>	Kombinerats till ett alternativ "Lokal/regional marknad"
<p>12. Hur har konkurrensen förändrats de senaste fem åren från...</p> <p>- ...företag utanför Sverige?</p>	<p>Svarar respondenten ökat finns en ny fråga:</p> <p>Konkurrensen har under de senaste fem åren ökat från...</p> <p>- Företag i Europa</p> <p>- Företag utanför Europa</p>
<p>13. Hur omfattande är företagets försäljning av varor och tjänster till följande kundgrupper?</p>	Frågan borttagen

<p>14. Har företaget haft någon export under 2019? Svarsalternativ: Ja, mindre än 5% Ja, 5-25% Ja, 26-50% Ja, 51-100% Nej</p>	<p>14. Har företaget haft någon export under 2022? Svarsalternativ: Ja Nej</p>
<p>15. Till vilken/vilka delar av världen exporterar företaget sina varor/tjänster? Svarsalternativ: Norden EU utom Norden Övriga Europa (inkl. Ryssland) Övriga världen</p>	<p>15. Till vilken/vilka delar av världen exporterar företaget sina varor/tjänster? Svarsalternativ: Norden EU utom Norden Övriga världen</p>
<p>19. Upplever du att något av följande är ett problem för att driva ditt företag? a) Den tid det tar att följa regler b) Avgifter och kostnader att följa regler c) Mängden uppgifter som ska lämnas till myndigheter d) Olika tolkning av regler, såväl inom som mellan myndigheter e) Strängare regler jämfört med andra EU-länder f) Långa handläggningstider hos myndigheter g) Svårt att hitta/förstå myndigheters information om regler i) Saknas enkla digitala tjänster att utföra ärenden hos myndigheter j) Bemötande hos myndigheter</p>	<p>Flyttat fram alternativ e) till plats c)</p>
<p>F Företagets hållbarhetsarbete</p>	<p>Bytt namn på kapitlet till "F Företagets miljöarbete"</p>
<p>23. Arbetar företaget aktivt med sociala eller etiska frågor?</p>	<p>Frågan borttagen</p>

25. I vilken utsträckning använder företaget IT/digitalisering för... j) ...annat, nämligen?	Fritextalternativet borttaget " j) ...annat, nämligen?"
26 Vad är viktigast för att din verksamhet ska kunna utvecklas?	Fritextfrågan borttagen