

Mat- och restaurangbranschen i topp om svenskarna skulle starta eget

Närmare hälften av svenskarna anser att entreprenörskap uppmuntras i liten utsträckning i Sverige, men unga har en mer positiv bild än äldre. Ett företag inom mat och dryck lockar mest om svensken skulle bli entreprenör, men det största hindret för att våga ta klivet handlar om risktagande. Detta visar en ny studie som Novus genomfört på uppdrag av EY.

Mat, dryck och restaurang är den bransch som skulle vara mest intressant för svenskarna om de skulle starta ett företag. Det visar en ny undersökning som Novus har genomfört på uppdrag av EY inför finalen av entreprenörstävlingen EY Entrepreneur Of The Year. Efter "mat/dryck/restaurang" (18 procent) lockar "vård/omsorg/sociala tjänster" (16 procent) och "utbildning" (14 procent) mest. De branscher svenskarna tycker är minst intressanta är "energi-branschen" (4 procent) och "finansbranschen" (5 procent).

Unga i åldern 18-29 är i högre utsträckning än de äldre åldersgrupperna intresserade av branscherna "sport/hälsa/rekreation" (22 procent), "data/IT/telekom" (19 procent), spel/underhållning (15 procent), "media/reklam" (14 procent) och "välgörenhet" (13 procent). Män är mest intresserade av en verksamhet inom "tillverkning/industri" (18 procent) och "data/IT/telekom" (18 procent), medan kvinnor svarar "vård/omsorg/sociala tjänster" (24 procent) och "mat/dryck/restaurang" (21 procent).

Upplevda barriärer för entreprenörskap och företagande

I studien fick respondenterna också ange vad de tror att de skulle uppleva som de största hindren om de skulle starta ett företag. Flest svarade "för hög privatekonomisk risk" (47 procent), "krångliga regler" (43 procent) och "otryggt utan fast anställning" (38 procent). Bland de unga (18-29 år) uppgav hela 44 procent att det största problemet är svårigheter med "finansiering och anskaffa kapital", jämfört med snittet på 36 procent. Kvinnor (43 procent) svarar i större utsträckning än män (33 procent) att det största hindret skulle vara "otryggheten utan fast anställning". Bara tre procent av svenskarna svarade att de inte skulle uppleva något hinder alls.

Entreprenörskap uppmuntras inte enligt svenskarna

Närmare hälften av alla svenskar (46 procent) anser att entreprenörskap och företagande uppmuntras i ganska liten eller mycket liten utsträckning i Sverige och bara åtta procent upplever att entreprenörskap uppmuntras i stor utsträckning.

Unga anser i betydligt högre grad än äldre att entreprenörskap och företagande uppmuntras i ganska stor eller stor utsträckning i Sverige – 48 procent av de svarande mellan 18 och 29 år håller med om detta, medan endast 37 procent mellan 30 och 49 år instämmer. Svaren skiljer sig också mycket åt beroende på sysselsättning – exempelvis tycker 47 procent av de studerande att entreprenörskap och företagande uppmuntras i ganska stor eller stor utsträckning i Sverige, att jämföra med enbart 32 procent av egenföretagarna och 31 procent av pensionärerna.

– Jag tycker att det är oroande att närmare hälften av alla svenskar inte upplever att entreprenörskap uppmuntras i Sverige. Inte minst eftersom entreprenörer spelar en otroligt viktig roll i den svenska ekonomin och står för en stor del av alla nya arbetstillfällen. Det är dock hoppgivande att yngre och studerande i högre utsträckning upplever att entreprenörskap uppmuntras. Jag tycker att studiens resultat visar på vikten av att lyfta fram framgångsrika entreprenörer som förebilder för att få fler, såväl unga som äldre, att våga satsa på sin affärsidé, säger Carlos Esterling, ansvarig för EY Entrepreneur Of The Year i Sverige.

För mer information, vänligen kontakta:

Carlos Esterling, ansvarig för EY Entrepreneur Of The Year Sverige, 070-3189197, carlos.esterling@se.ey.com

Om undersökningen

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av EY Sverige. Syftet med undersökningen är att ta reda på hur den svenska allmänheten ser på entreprenörskap och företagande, inom vilken bransch de själva helst skulle vilja starta en verksamhet inom, samt vilka hinder de upplever finns för entreprenörskap och eget företagande. Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel. Undersökningen genomfördes 22-27 oktober 2015. Totalt intervjuades 1019 personer.

Fakta från undersökningen:

- **I vilken utsträckning upplever du att entreprenörskap och företagande uppmuntras i Sverige?** (samtliga svarande):
 - I stor utsträckning: 8 %
 - I ganska stor utsträckning: 31 %
 - I ganska liten utsträckning: 37 %
 - I mycket liten utsträckning: 9 %
 - Ingen uppfattning: 15 %
- **Föreställ dig att du skulle starta en verksamhet eller ett företag – vad skulle du uppleva som det eller de största hindren?** (samtliga svarande):
 - För hög privatekonomisk risk: 47 %
 - Krångliga regler: 43 %
 - Otryggt utan fast anställning: 38 %
 - Svårigheter med finansiering och att anskaffa kapital: 36 %
 - Att det skulle innebära mycket arbete: 28 %
 - För dyrt att anställa personal: 22 %
 - Att hitta kompetent personal: 8 %
 - Familjesituationen: 8 %
 - Att hitta en bra affärspartner: 7 %
 - Annat: 4 %
 - Skulle inte uppleva något hinder: 3 %
- **Föreställ dig att du skulle starta en verksamhet eller ett företag – vilken bransch/branscher skulle du tycka var mest intressant?** (samtliga svarande):
 - Mat/dryck/restaurang: 18 %
 - Vård/omsorg/sociala tjänster: 16 %
 - Utbildning: 14 %

- Vet ej: 14 %
- Sport/hälsa/rekreation: 13 %
- Tillverkning/industri: 12 %
- Fastighetsverksamhet: 11 %
- Transporter/resor: 11 %
- Data/IT/telekom: 11 %
- Byggindustri: 9 %
- Media/reklam: 9 %
- Annat: 9 %
- Möbler/inredning: 9 %
- Välgörenhet: 8 %
- Konfektion: 7 %
- Spel och underhållning: 6 %
- Hushållsnära tjänster: 6 %
- Finans: 5 %
- Energi: 4 %

- 50 % av männen upplever att entreprenörskap uppmuntras i ganska liten eller mycket liten utsträckning, jämfört med 43 % av kvinnorna.
- 31 % av de studerande tycker att entreprenörskap uppmuntras i ganska liten eller mycket liten utsträckning, jämfört med 42 % av arbetarna, 45 % av tjänstemännen, 67 % av egenföretagarna, 53 % av pensionärerna och 51 % av de arbetssökande.
- 41 % av de med en hushållsinkomst på mindre än 200tkr tycker att entreprenörskap uppmuntras i ganska liten eller mycket liten utsträckning, jämfört med 48 % av de med en hushållsinkomst på 200tkr-399tkr, 44 % av de med en hushållsinkomst på 400tkr-599tkr och 52 % av de med en hushållsinkomst på mer än 600tkr.
- Män anger att följande branscher skulle vara mest intressanta om de skulle starta ett företag: tillverkning/industri (18 %), data/IT/telekom (18) och transporter/resor (16 %).
- Kvinnor anger att följande branscher skulle vara mest intressanta om de skulle starta ett företag: vård/omsorg/sociala tjänster (24 %), mat/dryck/restaurang (21 %) och möbler/inredning (16%).

Om EY Entrepreneur Of The Year

EY Entrepreneur Of The Year är en av världens främsta utmärkelser för entreprenörer. Det är den första internationella utmärkelsen för entreprenörer som med tydliga visioner och goda ledaregenskaper bygger upp framgångsrika företag. Tävligen genomförs på regional, nationell och internationell nivå i fler än 140 städer i fler än 60 länder. En extern jury bedömer entreprenörerna efter kriterierna entreprenörsanda, ekonomisk utveckling, strategisk inriktning, inverkan på omvärlden, innovation samt personlig integritet och inflytande. Tävligen startade i USA 1986 och i Sverige började utmärkelsen delas ut 1995. Vid de regionala finalerna och vid den nationella finalen utses även vinnare i kategorierna Årets kvinnliga stjärnskott och Årets manliga stjärnskott. SEB delar också ut priset Bästa internationella tillväxt i egenskap av huvudsponsor för EY Entrepreneur Of The Year. Läs mer på www.eoy.se

Om EY

EY är ett världsledande företag inom revision, redovisning, skatt, transaktioner och affärsrådgivning. Våra tjänster och insikter hjälper till att skapa förtroende och hållbar tillväxt på finansmarknader och i ekonomier världen över. För att hålla våra löften till våra intressenter utvecklar vi ledare och medarbetare som arbetar i team över gränserna. Vi vill att allt vi gör ska bidra till att affärsvärlden och arbetslivet fungerar bättre – för våra medarbetare, våra kunder och de samhällen vi verkar i.