



UPPSALA
UNIVERSITET



Stockholms
universitet

(Egen-)Företagare under och efter COVID-19

– En första bedömning av kort- och långsiktiga konsekvenser i Sverige –

Constanze Eib och Claudia Bernhard-Oettel

Dec 2020

(Egen-)Företagare under och efter COVID-19

– En första bedömning av kort- och långsiktiga konsekvenser i Sverige –

Sammanfattning

Även om det inte funnits en generell nedstängning av samhället som i många andra länder slog Covid-19-pandemin hårt mot många av Sveriges (egen-)företagare under våren och försommaren 2020. Många stod inför stor osäkerhet och ansåg att deras försörjning och välbefinnande var hotat. Ändå uppstod också nya möjligheter till verksamhetsutveckling och många (egen-)företagare förändrade sitt agerande för att få sina verksamheter att överleva.

Denna rapport presenterar insikter från en studie av svenska (egen-)företagare i maj-juni 2020. Över 200 (egen-)företagare har deltagit i en enkätstudie och besvarat frågor om sin situation under pandemin, möjligheter och hinder för att agera och anpassa sig och sitt företag, sitt välbefinnande, sin hälsa samt sina funderingar och planeringar för framtiden. Specifikt kunde vi konstatera följande:

- Hälften av våra deltagare uppgav att överlevnaden av deras företag är hotat av COVID-19 pandemin.
- En liten andel behövde säga upp personal och en fjärdedel permitterade anställda.
- För majoriteten av deltagarna minskade affärsverksamheten eller stannade av helt. För några väldigt få ökade verksamheten.
- Majoriteten av deltagarna upplevde en rad olika utmaningar; t.ex. att betala driftskostnader, få betalning från kunder, kunna betala sina anställda, framtidsoro, inte kunna jobba, inte ha lön.
- En tredjedel av deltagarna kunde se nya affärsmöjligheter under pandemin, vilket handlade mest om nya digitala tjänster/produkter och nya kunder.
- Runt en femtedel har expanderat till online-handel eller online-leverans p.g.a. pandemin.
- Av de statliga åtgärderna har deltagarna mest ansökt om stöd relaterat till sina anställda, socialt skydd och stöd relaterat till skatter och avgifter. Runt hälften av deltagarna hade dock inte ansökt om statligt stöd.
- Vi frågade även deltagare om deras mentala välbefinnande och jämförde det med värden från tidigare studier; välbefinnandet hos deltagarna var lägre än vid tidigare undersökningar, särskilt låga värden rapporterades av de (egen-)företagare med Enskild Firma jämfört med de med Aktiebolag, samtidigt som kvinnor rapporterade högre stressvärden än män.
- Majoriteten av deltagarna har börjat, eller utökat, sitt arbete hemifrån.
- Runt en tredjedel av deltagarna angav att de frivilligt erbjöd sina tjänster för goda syften.
- Nästan hälften av alla deltagare var optimistiska att deras verksamheter kommer att överleva, en femtedel trodde även att den blir större än innan pandemin.

- Deltagarnas syn på positiva, långsiktiga konsekvenser av pandemin var dock begränsat och de flesta verkade vara fundersamma när det gäller vilken verksamhetsinriktning- och utveckling som kommer att behövas, samt hur pandemin kommer att förändra marknaden och samhället i stort.
- När vi frågade i maj-juni 2020 gjorde de flesta deltagare en kortsiktig framtidsplanering om högst ett år.
- Nästan hälften av deltagarna hade begränsade finansiella resurser som inte räckte för att hålla igång verksamheten i mer än ett år.

Rapporten slutar med en sammanfattande betraktning av resultatens betydelse för att säkerställa verksamheters och företagens motståndskraft under pandemin och efteråt.

Om författarna:

Constanze Eib är biträdande universitetslektor på Psykologiska Institutionen vid Uppsala Universitet. Constanze har forskat i många år om rättvisa bland anställda, chefer och entreprenörer, samt entreprenörers välbefinnande, organisationsförändringar och organisationspsykologi i stort.

E-post adress: constanze.eib@psyk.uu.se

Claudia Bernhard-Oettel är professor på Psykologiska Institutionen vid Stockholms Universitet. Claudia har forskat i många år om anställningsförhållanden, otrygghet, entreprenörers hälsa och organisationspsykologi i stort.

E-post adress: cbl@psychology.su.se

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	5
2	Hur påverkades svenska (egen-)företagare	7
2.1	Påverkan på personalen	7
2.2	Påverkan på verksamheten	8
3	Hur reagerade svenska (egen-)företagare	10
3.1	Kortsiktiga möjligheter	10
3.2	Användning av statligt stöd	11
3.3	(Egen-)företagares välmående	12
3.4	Var och hur mycket arbetar egenföretagare under pandemin?	14
4	Hur ser (egen-)företagare på framtiden?.....	16
4.1	Långsiktiga konsekvenser	16
4.2	Beredskap att agera på långsiktiga möjligheter?	18
5	Slutsatser och avslutande kommentarer	20

1 Inledning

Företagandet i Sverige är en viktig faktor för att skapa arbetstillfällen för (egen-)företagare själva och även för andra, samt en viktig motor för innovation och utveckling. Därmed bidrar det till Sveriges välfärd och ekonomi. Under oktober 2020 var 510 400 personer i Sverige företagare vilket motsvarar 9,2 procent av de sysselsatta (Ekonomifakta, 2020)¹. Mer än 99 procent är mindre företag med färre än 10 anställda. Det är små och upp till medelstora företag som skapar ca. 65 procent av alla jobb i privat sektor (European Commission, 2018)². Det betyder att de allra flesta små och medelstora företag är avgörande för den svenska ekonomin och har en väsentlig betydelse för det svenska näringslivet.

På grund av Coronapandemin upplever många entreprenörer en stor ekonomisk belastning och riskerar konkurs. Entreprenörer saknar ett organisatoriskt skyddsnät och den ekonomiska kompensationen vid sjukdom eller arbetslöshet är i allmänhet låg. Ändå går jobbförluster i små och medelstora företag ofta obemärkt förbi i nyheterna, som snarare uppmärksammar förlorade arbetstillfällen i stora företag. De sammanlagda arbetsförlusterna i små och medelstora företag befaras dock bli större under den pågående pandemin. Det betyder att en väsentlig andel av företag ligger i riskzonen för konkurs eller för att tvingas minska personalstyrkan för att överleva. Med tanke på omfattningen av COVID-19-pandemin kommer många verksamheter behöva stöd för att underlätta återhämtningen. Det är därför angeläget att förstå företagarnas erfarenheter under den pågående krisen och deras bedömningar för de kort- liksom långsiktiga problem som många ställs inför.

För att spåra COVID-19s inverkan på (egen-)företagare har Ute Stephan, professor vid King's College i London, under våren 2020 initierat ett globalt forskningsprojekt som täcker 28 länder världen över. Den här rapporten baseras på den svenska delen av projektets enkätstudie som har genomförts mellan maj-juni 2020. Över 200 (egen-)företagare har deltagit.

Vi beskriver kort våra deltagare för att läsaren ska få en uppfattning om vilka som svarat på den svenska enkäten. Sammanlagt har 210 personer svarat helt eller delvis på enkäten. Medelåldern låg på 51 år (från 29 till 78 år), varav 59% var kvinnor och 41% män. Av alla som har svarat:

- Hade 65% ett Aktiebolag och 30% en Enskild Firma
- Startade 93% företaget själv
- Hade 55% av alla företag funnits i mer än tio år, 21% av företag hade grundats för mer än 20 år sedan

¹ Ekonomifakta (2020). "Företagare." Hämtad 20201218 från <http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Foretagande/Naringslivet/Foretagare/>

² European Commission (2018). "2018 SBA Fact Sheet Sweden." Hämtad 20201218 från <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/32581/attachments/28/translations/en/renditions/native>

- Arbetade 34% med företagstjänster, 31% i vård/omsorg eller utbildning, 17% med konst, design och kultur, och 10% inom handel-, hotell- eller restaurangnäring
- Angav 47% att de har universitets- eller högskoleutbildning på minst fyra år
- Ägde lite mer än en tredjedel (38%) ett annat företag före det nuvarande
- Angav att för 42% kommer mer än 80% av hushållsinkomsten från företaget
- 65% är utan anställda, 35% har åtminstone en anställd på deltid

Deltagarna i denna studie är inte representativa för (egen-)företagare i hela Sverige. Vårt stickprov innehåller - jämfört med helheten - fler kvinnor, har högre utbildning samt innehåller mestadels (egen-)företagare vars verksamheter drabbades i den initiala fasen av pandemin.

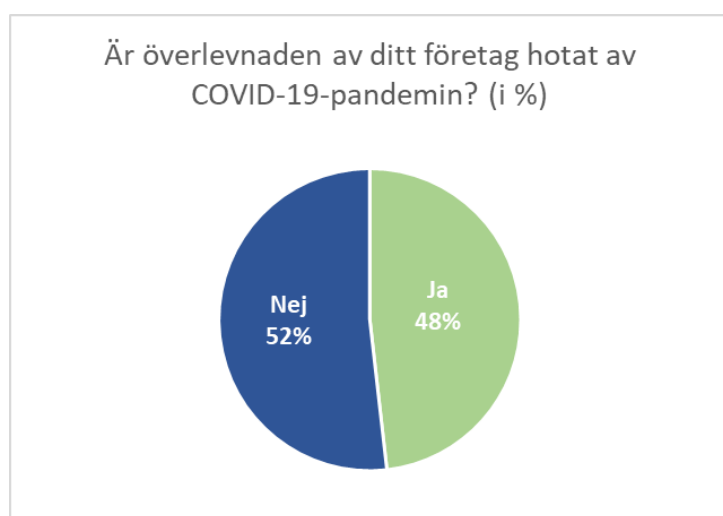
Rapporten är uppbyggd enligt följande:

- Avsnitt 2 presenterar hur COVID-19-pandemin påverkade (egen-)företagare.
- Avsnitt 3 behandlar hur de reagerade på pandemin i sin verksamhet och personligen. Detta inkluderar även hur (egen-)företagare använder statligt stöd.
- Avsnitt 4 ger en bild av de långsiktiga möjligheter och utmaningar som väntar för entreprenörskap i Sverige.
- Avsnitt 5 reflekterar över de resultat som framkom från undersökningen och ger avslutande kommentarer

2 Hur påverkades svenska (egen-)företagare

I det här avsnittet diskuterar vi hur Covid-19-pandemin påverkade (egen-)företagare som deltog i vår studie. Även om en minoritet av (egen-)företagare klarade sig bra, påverkades de flesta negativt av pandemin. Utmaningarna som oftast nämndes var betalningsförseningar från kunder, problem med att betala lån, hyra eller försäkringar samt minskad affärsverksamhet.

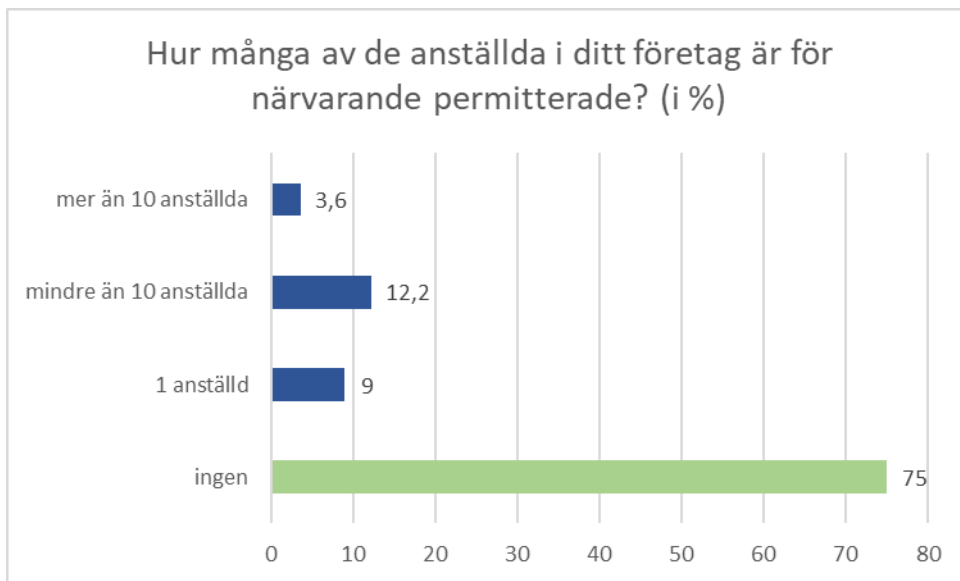
Oroväckande 48 procent av deltagare vi undersökte sa att deras verksamhets existens är hotat av Covid-19-pandemin (Figur 1). Detta betyder att bara i vårt stickprov är nästan hälften av alla jobb från 210 (egen-)företagare och deras sammanlagt 774 anställda i fara.



Figur 1.

2.1 Påverkan på personalen

Vissa företag var tvungna att säga upp personal. När vi genomförde vår studie i maj-juni 2020, hade hotet om förlust av jobb för de flesta (egen-)företagare ännu inte materialiserats. Medans de flesta av våra deltagare hade väldigt få anställda, hade 13% redan behövt säga upp personal. Dessutom hade 25 procent permitterat åtminstone en del av sina anställda (Figur 2). Vissa företag hade permitterat alla sina anställda. Dessa siffror stämmer överens med det faktum att stöd relaterat till anställning/upsägning var den mest använda statliga åtgärd i vårt urval (se avsnitt 3).

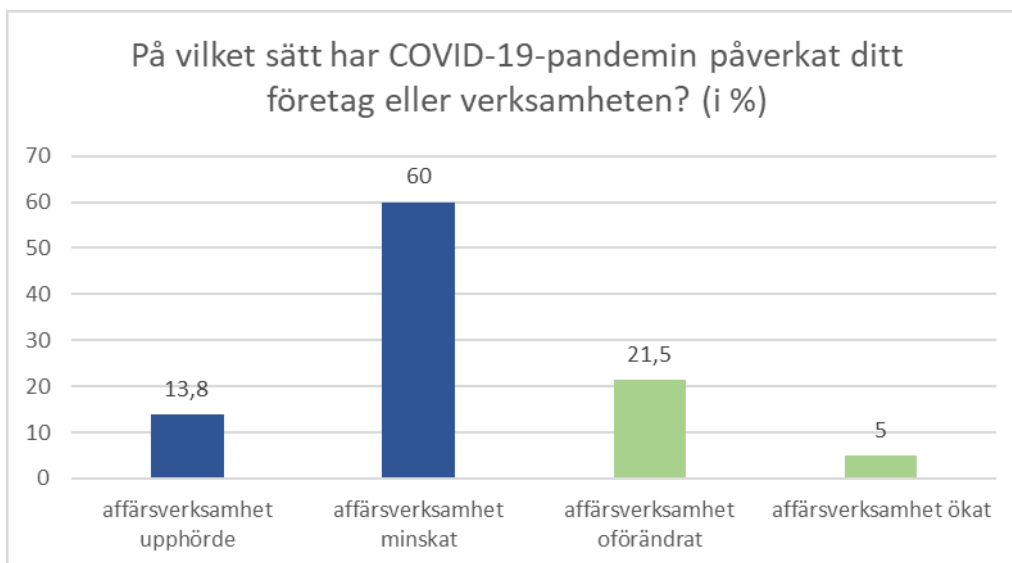


Figur 2.

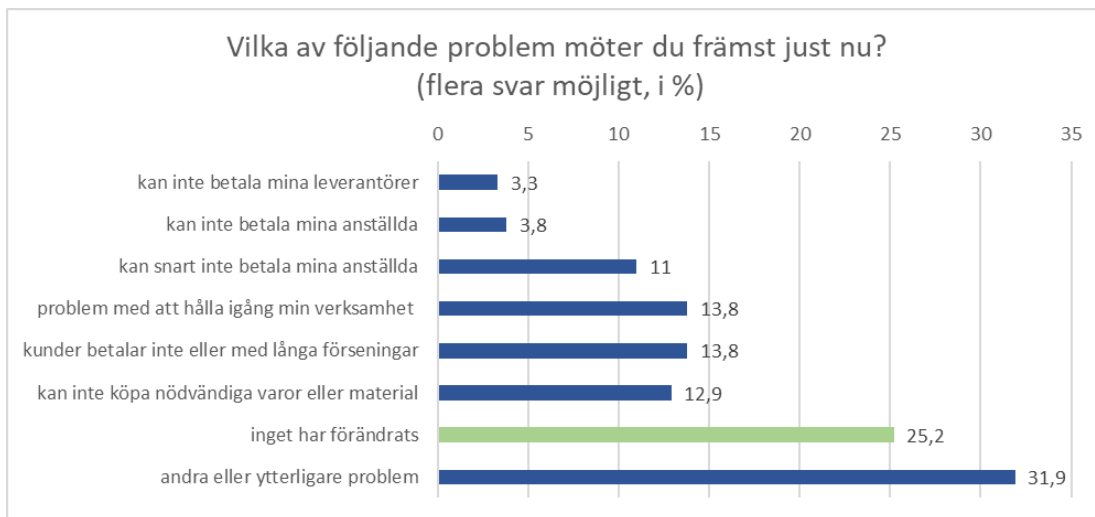
2.2 Påverkan på verksamheten

De flesta företagare rapporterade att affärsverksamheten minskade (60 procent) eller hade stannat av helt (14 procent, Figur 3). Till exempel beskrev (egen-)företagare att *"säljprocesser har stannat av"* och *"flera kunder som lagt projekt på is"*. För en minoritet av (egen-)företagare (5 procent) har handeln däremot ökat. Vi tittar på orsaken till denna ökning i avsnitt 3 där vi beskriver möjligheter som en del (egen-)företagare såg i pandemin.

Medan en minoritet av företagare (22 procent) rapporterade att deras verksamhet inte har påverkats av pandemin, har majoriteten stött på problem. Som Figur 4 visar är de vanligaste utmaningar att betala driftskostnaderna för verksamheten (nämns av 14 procent), att få betalning från sina kunder (nämns av 14 procent), samt att inte kunna köpa nödvändiga varor eller material (nämns av 13 procent). Cirka 11 procent av entreprenörerna trodde att de inom en snar framtid inte längre skulle kunna betala sina anställda eller leverantörer.



Figur 3.



Figur 4.

Om (egen-)företagare svarade att de stöter på andra eller ytterligare problem, har de blivit ombedda att beskriva dessa problem mer konkret. Här nedan har vi valt ut några direkta citat för att illustrera vad (egen-)företagare i vårt urval berättar om för svårigheter. Vi har samlat de fler än 60 kommentarerna under fyra olika kategorier:

- 1) Många av våra deltagare lider av en rejäl minskning i efterfrågan och antal kunder.

De skriver t.ex.:

"Ett extremt stort bortfall av kunder"

"Inga nya uppdrag kommer in och jag har inte kunnat söka ngt krisstöd"

- 2) Många oroar sig också över framtiden och att det inte går att planera. De skriver

t.ex.:

"Samtliga planer för investering har fått läggas ner"

"Fick likviditetslån, annars konkurs"

"Vi är i startfas och att gå vidare har försvårats"

"Ett extremt stort bortfall av kunder leder till avvaktande av inköp av varor och material"

- 3) Vissa berättade att de inte kan jobba alls. De skriver t.ex.:

"Jag är inte tillåten att jobba. Är musiker!"

"Ingen efterfrågan på mina tjänster just nu"

"Klienter vill inte komma till mottagningen av rädsla för smitta"

- 4) Många (egen-)företagare kan inte ta ut lön alls. De skriver t.ex.:

"Jag kommer inte kunna ge mig själv lön"

"Jag har knappt någon inkomst längre som musiker och får allt svårare att betala ut lön till mig själv"

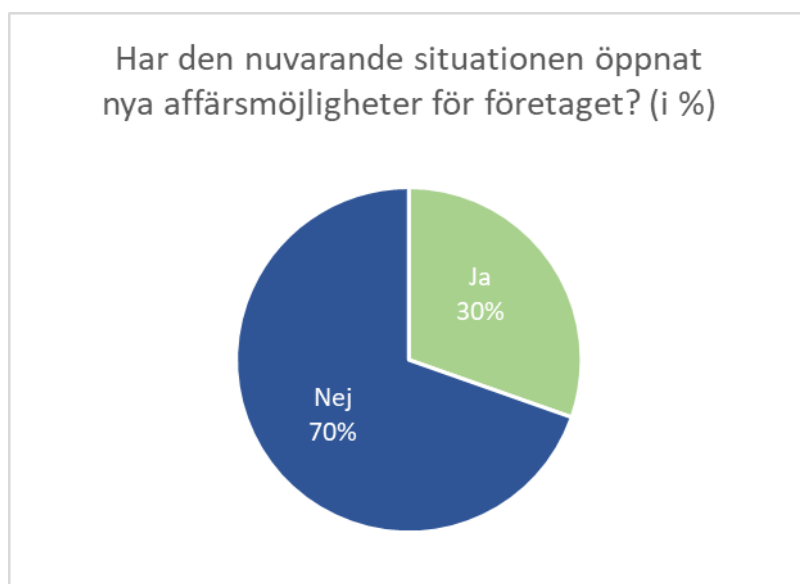
"Jag skuldsätter mig och kan inte ta ut lön efter juli"

3 Hur reagerade svenska (egen-)företagare

I det här avsnittet diskuterar vi hur (egen-)företagare reagerade på pandemin. Vi undersöker hur pandemin påverkade deras verksamhet, användning av statligt stöd, inverkan på (egen-)företagare själva och deras bidrag till samhället.

3.1 Kortsiktiga möjligheter

Vi frågade om (egen-)företagare har stött på nya möjligheter för sina företag. En tredjedel (egen-)företagare i vårt urval menade att det på kort sikt fanns nya affärsmöjligheter för dem i och med pandemi, medan mer än två tredjedelar (70 procent) inte kunde se nya möjligheter (Figur 5).



Figur 5.

Vi frågade om konkreta exempel som beskrev dessa nya affärsmöjligheter. De öppna kommentarerna (över 50 stycken) visade att det mestadels handlade om nya (digitala) sätt att jobba, nya tjänster/produkter, samt nya kunder (se Tabell 1).

Tabell 1.

Nya affärsmöjligheter	Exempelcitat
Nya digitala tjänster med komplementära eller utökade tjänster	<i>"Jag har utvecklat och lanserat online-kurser som komplement till mina på-plats-och-ställe-föreläsningar"</i> <i>"Att erbjuda delar av vårt utbud helt digitalt"</i> <i>"Nya digitala arbetsätt"</i> <i>"Nya sätt att bedriva terapi och utbildningar via video"</i>
Fler, eller nya kunder	<i>"Fler Personalärende (HR)"</i> <i>"Psykisk ohälsa ökar och vi ger den typen av vård"</i> <i>"Vård av utmattad vårdpersonal"</i> <i>"Fler kunder i närområdet"</i> <i>"Andra kunder som söker sig till oss på grund av problem hos deras nuvarande leverantör"</i>

	"Det blev plötsligt enklare att leverera coaching och utbildning över hela planeten"
--	--

Vi frågade också om expansionen av online-handel, eftersom detta fått stor uppmärksamhet i media. Nästan var femte (egen-)företagare i vårt urval (18 procent) hade nyligen utökat sina tjänster online (Figur 6) medan 9% hade det redan innan. Mer än 70% har däremot varken haft eller bytt till online-handel. Delvis kan detta nog förklaras med branschtillhörigheten hos de som svarade på undersökningen. Bland de som svarade var en väsentlig andel verksamma som konsulter inom hälsovård och i kulturbranschen, där digitala arbetssätt var eller fortfarande är mycket ovanliga.



Figur 6.

3.2 Användning av statligt stöd

Den svenska regeringen införde åtgärder för att stödja entreprenörer genom pandemin. Det fanns olika åtgärder som var tillgänglig för olika företag. Vi frågade vilka typer av stöd våra deltagare sökt.

Tabell 2.

	Antal	Utan anställda	Med anställda
Stöd relaterat till anställning/upsägning (korttidsarbete/förlängd period på introduktionsjobb)	51	22	29
Stöd relaterat till socialt skydd (sjuklön, karensdag, smittbärrpenning)	20	6	14
Tillfälligt anstånd med att betala skatter och avgifter	19	8	11
Hysesstöd	17	3	14
Finansiellt stöd från riksbanken	4	0	4
Företagslån eller bryggån hos Almi	3	0	3

Riksgäldens garantiprogram för företag	3	1	2
Jag planerar att ansöka för omställningsstöd, om åtgärden beslutas för	15	8	7
Jag har <i>inte</i> ansökt om några statliga stödåtgärder	98	64	34

Typen av ansökt åtgärd skilde sig beroende på om (egen-)företagare hade anställda eller inte. Generellt var det mest sökta stödet relaterat till anställning/upsägning (korttidsarbete/förlängd period på introduktionsjobb), vilket 24 procent av alla (egen-)företagare i vårt urval som ansökte om (Tabell 2), följt av stöd relaterat till socialt skydd (sjuklön, karensdag, smittbärrpenning) och därefter tillfälligt anstånd med att betala skatter och avgifter samt hyresstöd.

Nästan hälften av våra (egen-)företagare (47 procent) sa att de *inte* ansökte om något av de statliga stödsystemen. Av de (egen-)företagare med Enskild Firma ansökte 65% *inte* om stödåtgärder medan motsvarande siffra för de med Aktiebolag var 37%.

Det är mycket viktigt att nämna att många uppgav att de inte kunde söka stöd på grund av att deras verksamheter inte uppfyllde kriterierna. Vissa angav att de fick avslag på sina ansökningar om stöd eller att stödet inte räckte:

"Det finns inget att söka om man inte sätter sig i lån"

"Jag har sökt krispengar, dvs. de jag har kunnat söka. Men flera har inte varit formulerade på ett vis som passat min verksamhet"

"Inga åtgärder prickar mig. Banken sa nej till lån"

"Det finns inga reella stöd för mig att söka eftersom det är eget uttag i enskild firma som är problemet"

"Fick dock det inte beviljat"

"För litet för de stöd som finns"

3.3 (Egen-)företagares välmående

Pandemin påverkade (egen-)företagares mentala välbefinnande negativt. När det gäller det mentala välbefinnandet, frågade vi företagare om deras syn på livstillfredsställelse (upplevd tillfredsställelse med livet, från 1 = mycket missnöjd till 10 = mycket nöjd) och deras stressnivå.

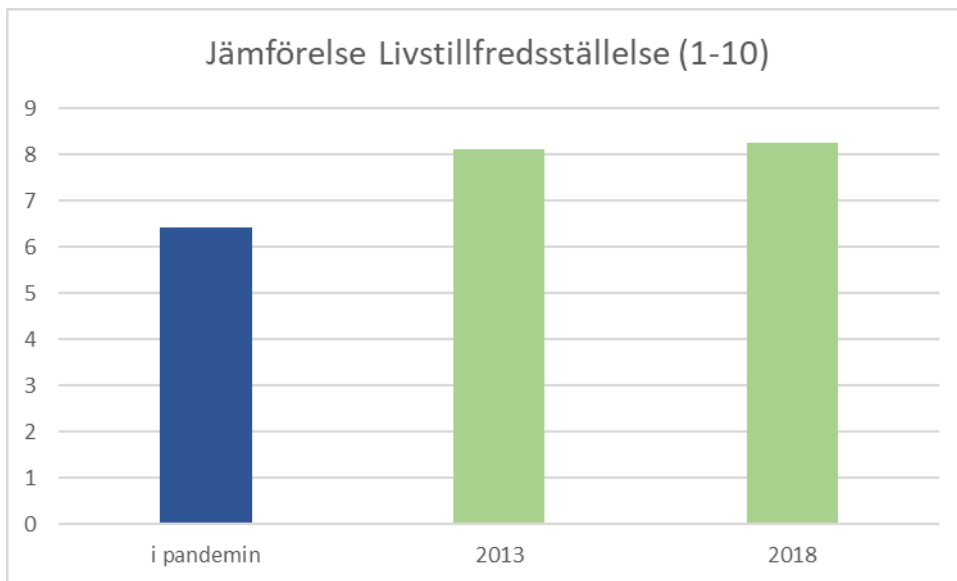
Vi ser att (egen-)företagares livstillfredsställelse i medel låg på 6,41, vilket är lite över mitten av skalan (1 till 10) och antyder att företagare i vår undersökning i allmänhet var nöjda. Jämför man resultatet med representativa data från andra undersökningar (Global Entrepreneurship Monitor GEM 2013³ och European Social Survey ESS 2018⁴) nyanseras dock denna bild: Båda undersökningar visar ett mycket högre värde i livstillfredsställelse än vad vi hittar i vårt urval under pandemin (Figur 7).

Figur 8 visar att medelvärde i livstillfredsställelse för de med enskild firma är 5,76, medan de med aktiebolag är 6,72, vilket är en ganska stor och statistiskt signifikant skillnad. Vi ser

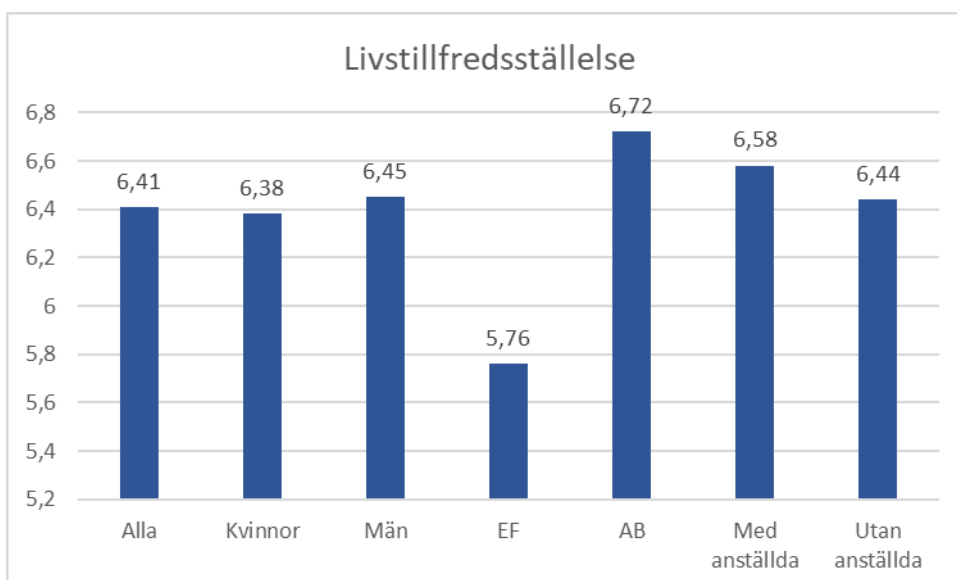
³ Amorós, J. E. & Bosma, N. (2013). Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report, Babson College.

⁴ European Social Survey (2018). Round 9. <https://www.europeansocialsurvey.org/data/round-index.html>

däremot inga meningsfulla skillnader mellan män och kvinnor, eller företagare med och utan anställda.

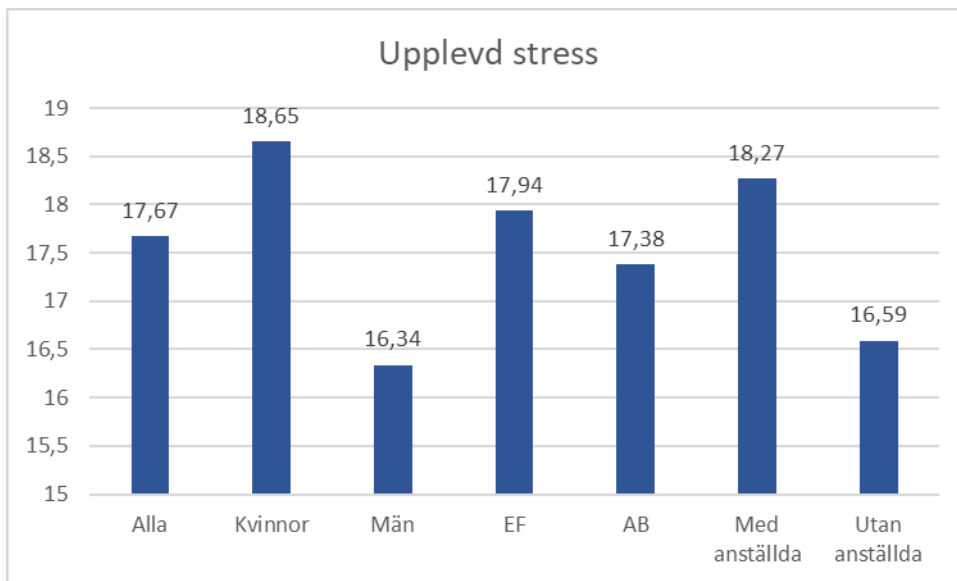


Figur 7.



Figur 8.

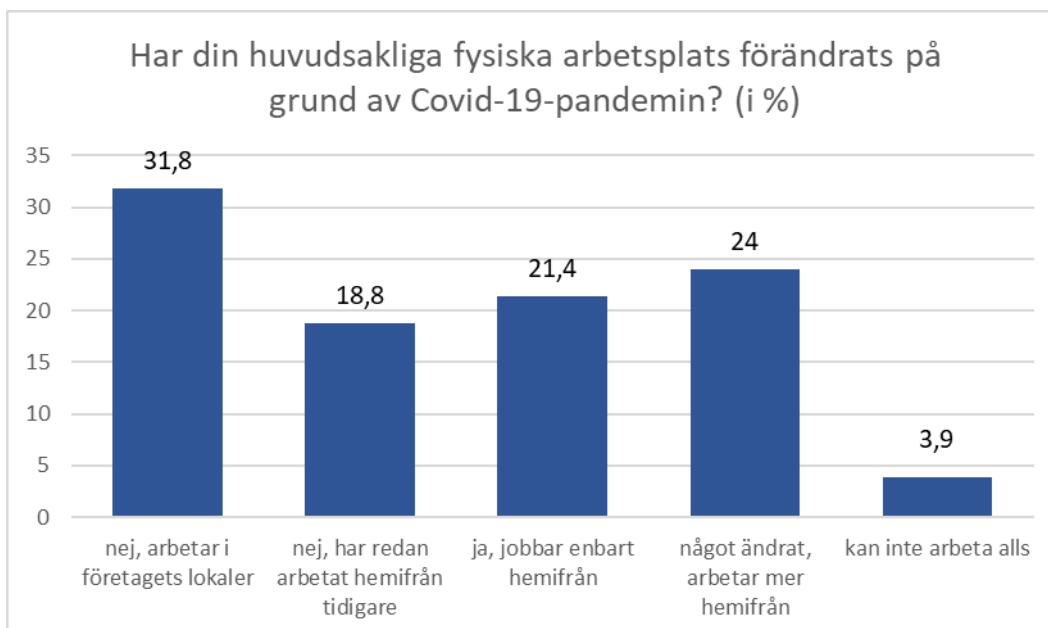
För att få en uppfattning om (egen-)företagares upplevda stressnivåer ställde vi frågor om hur ofta de känt sig överväldigade, upplevde kontrollförlust och generellt nervösa, irriterade och upprörda under den senaste månaden. Skalan för upplevd stress kan gå från 0 (lägst) till 40 (högst). På en sammanlagd nivå är högre poäng (27-40 poäng) kopplat till sämre mental och fysisk hälsa, vilket kan tolkas som en tidig varningsindikator för stress-relaterad sjukdom. En sammanlagd poäng mellan 14 och 26 indikerar måttliga nivåer av stress. I genomsnitt låg (egen-)företagare i vårt urval på 16,7 poäng och de rapporterar därmed en måttlig nivå av stress. Genomsnittet för män var 16,3 och för kvinnor 18,6 poäng; skillnaden var signifikant. Det fanns däremot inga skillnader mellan olika företagsformer (EF vs AB) eller mellan de med eller utan anställda. Resultat visas i Figur 9.



Figur 9.

3.4 Var och hur mycket arbetar egenföretagare under pandemin?

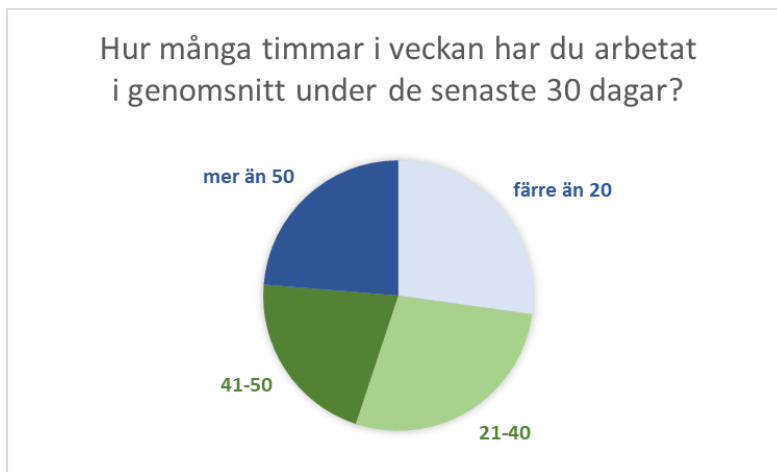
Runt en femtedel (21 procent) av (egen-)företagare började arbeta enbart hemifrån, medan andra intensifierade arbetet hemifrån (19 procent; Figur 10) under pandemin. Men runt en tredjedel av (egen-)företagare (32 procent) fortsatte att arbeta i sina affärslokaler och 4% kunde inte jobba alls på grund av COVID-19.



Figur 10.

Nästan hälften av (egen-)företagarna i vårt urval arbetade mer än 40 timmar per vecka (Figur 11) och hälften jobbade "ofta" eller "mycket ofta" under helgen (Figur 12). Det är känt från forskningslitteraturen att (egen-)företagarna ofta arbetar väldigt mycket, på helger, sällan tar semester och även arbetar när de är sjuka. I SCBs arbetskraftsundersökning (AKU) för februari 2020, månaden innan pandemin kom till Sverige, uppgav manliga (egen-)företagare en genomsnittlig veckoarbetstid av 42 timmar, kvinnliga (egen-)företagare rapporterade i

genomsnitt 33 arbetstimmar per vecka (SCB, 2020a)⁵. (Egen-)företagare hade en högre genomsnittlig veckoarbetstid än anställda, det gäller för både män och kvinnor. För juni 2020 visade AKU (SCB, 2020b)⁶ att veckoarbetstiden fortfarande är högre för (egen-)företagare än för anställda, men den ligger på en lägre nivå än i februari: (egen-)företagare arbetade i genomsnitt 36 timmar per vecka (män 38 timmar, kvinnor 32 timmar). Även i vår undersökning fanns det många som arbetade mindre än 40 timmar. Vårt resultat är därmed samstämmigt med rikstäckande statistik. Det syns dock att ungefär en fjärdedel av vårt urval jobbade relativt lite, mindre än 20 timmar per vecka. Detta kan tänkas hänga ihop med branschtillhörighet och tillhörande restriktioner/bortfall av kunder p.g.a. pandemin, eller återspegla att kundunderlag, t.ex. företag som bokar utbildningar, minskat under sommaren när många tagit ledigt. Dessutom är kvinnor överrepresenterade i vårt urval, och AKU visar tydligt att kvinnliga (egen-)företagare i genomsnitt jobbar mindre än män, vilket kan vara ännu en bidragande faktor.



Figur 11.



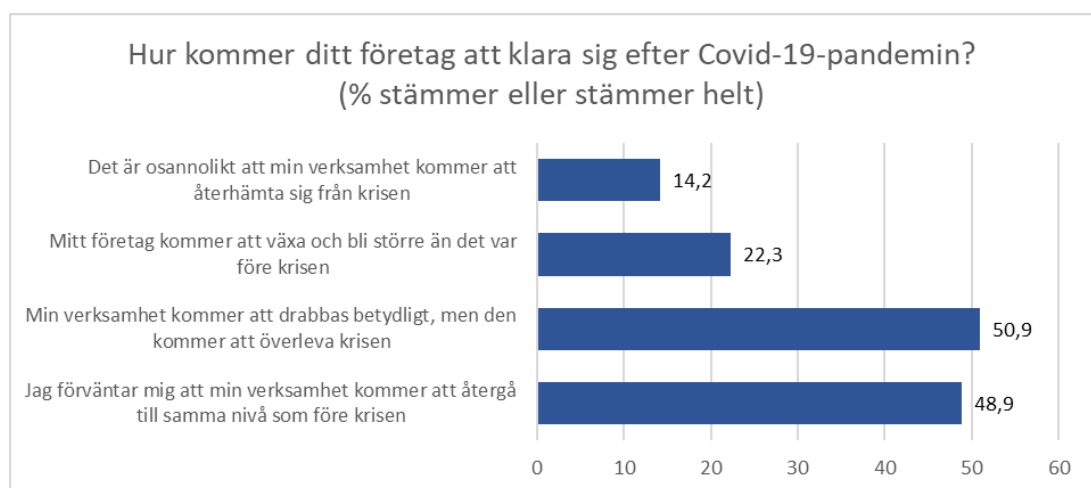
Figur 12.

⁵ SCB (2020a). Arbetskraftsundersökning Februari 2020. Hämtad 20201218 från <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/arbetsmarknad/arbetskraftsundersokningar/arbetskraftsundersokningarna-aku/pong/tabell-och-diagram/icke-sasongrensade-data/grundtabeller-aku-1574-ar-manad/>

⁶ SCB (2020b). Arbetskraftsundersökning Juni 2020. Hämtad 20201218 från <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/arbetsmarknad/arbetskraftsundersokningar/arbetskraftsundersokningarna-aku/pong/tabell-och-diagram/icke-sasongrensade-data/grundtabeller-aku-1574-ar-manad/>

4 Hur ser (egen-)företagare på framtiden?

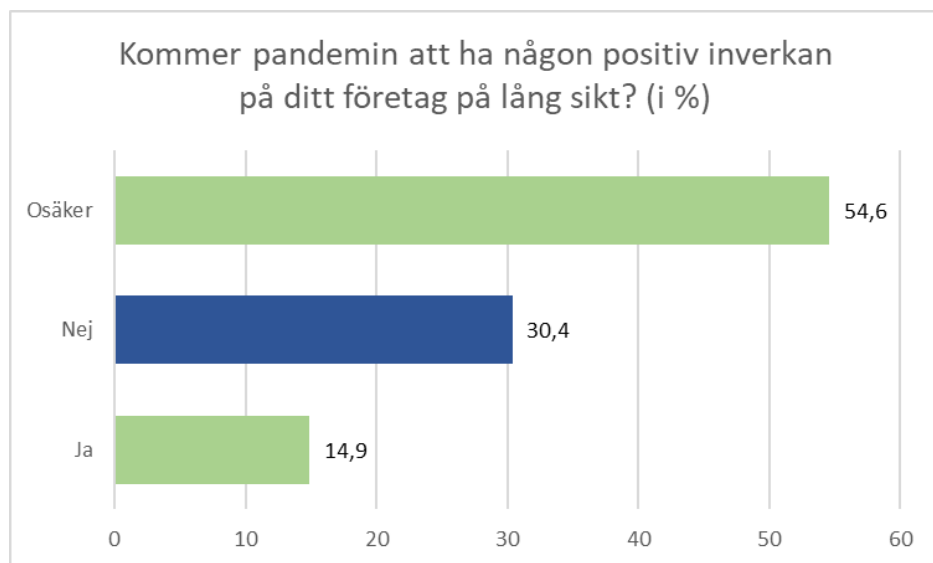
(Egen-)företagare var generellt osäkra angående vilka förväntningar de kan ha på lång sikt (och efter pandemin). När det gäller de allmänna förväntningarna för verksamheten, var nästan hälften (48,9 procent) av (egen-)företagarna övertygade om att deras verksamhet kommer att överleva trots att de också trodde att deras verksamhet skulle drabbas avsevärt (Figur 14). En femtedel av (egen-)företagare (22,3 procent) trodde till och med att verksamheten skulle kunna bli större än den var före krisen. Samtidigt uppgav 14 procent att deras företag sannolikt *inte* skulle återhämta sig.



Figur 14.

4.1 Långsiktiga konsekvenser

Vi frågade också om (egen-)företagare såg positiva långsiktiga konsekvenser av pandemin för sin verksamhet (Figur 15). Få (15%) kunde se en positiv inverkan på företaget på lång sikt och 30% såg ingen positiv inverkan alls. De flesta (55%) uppgav att de var osäkra.



Figur 15.

Därtill fick alla deltagare förklara sina svar angående framtidsutsikter mera utförligt i ett öppet kommentarsfält. Sammanlagt har 110 kommentarer lämnats. Svaren kan klassificeras i sex övergripande kategorier.

Positiva effekter har identifierats gällande följande tre kategorier:

- 1) *Verksamhetsutveckling* sammanfattar kommentarer som handlar om att man kan nå ut till nya och flera kunder och upplever att ens verksamhet, produkter och service möter en ökad efterfrågan. En entreprenör skriver "*många nya kunder har hittat mig*" eller att produkten de erbjuder har efterfrågats mer under pandemin. Ett flertal kommenterar att de förväntar sig positiva effekter då kunder får upp ögonen för det verksamheten erbjuder ("*folk kanske inser att hälsa är viktigt*", "*ökad medvetenhet om stress och ohälsa*"). Vissa förutspår helt andra kundbeteenden framgent, eftersom "*pandemin skyndar på e-handeln och folk överger fysiska butiker*", och några (egen-)företagare förväntar sig positiva effekter för verksamheten då "*konkurrenser försvinner*".
- 2) *Verksamhetens effektivitet* omfattar kommentarer där (egen-)företagare uppgav att de använde tiden för att gå genom företagets rutiner, sätt att arbeta och organisera sig. Till exempel genom att "*en effektivisering samt en naturlig process att byta personal har inletts*", och för att man "*fick tänka till kring personalen*" och att man "*kommer absolut bli mera effektiv och smart där*". Vissa passade på att "*göra mycket som tidigare skjutits upp*" och uppger att det leder till att "*företaget blir bättre organiserat*".
- 3) *Verksamhetens inriktning* har också setts över under pandemin. Detta tema omfattar kommentarer som tyder på att man har tänkt igenom och ändrat i utbudet av tjänster, eller funderar på att helt byta inriktning på sin affärsverksamhet. (Egen-)företagare skrev t.ex. "*Vi vaknar till en helt ny värld. Frågan är vilket spår jag väljer*" eller "*kanske kommer jag på nåt nytt? Tar en annan riktning*". Pandemin ledde även till att man tänkte på "*nya tjänster*" och "*nya möjligheter*" och fick vissa att "*tänka på alternativa intäktströmmar*".

Osäkerhet som uttrycktes kunde klassificeras i följande tre kategorier:

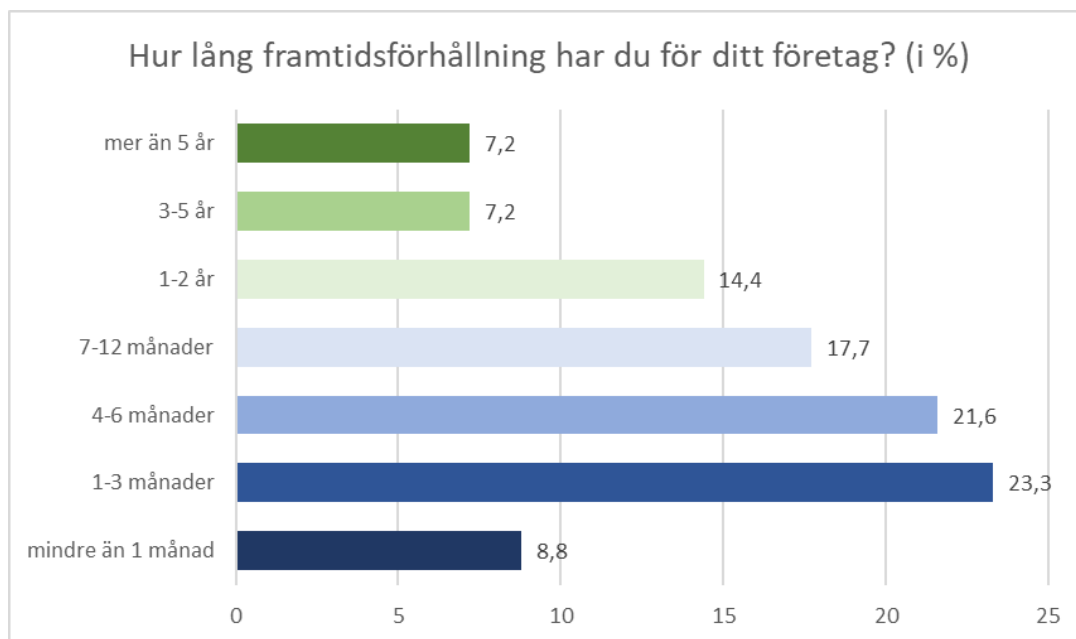
- 4) *Marknadens utveckling* handlar om kommentarer kring att det är svårt att veta hur kundbeteenden och efterfrågan kan förändras på sikt. En deltagare från kulturbranschen skrev "*att besöka konserter och betala för kultur kommer kanske att dröja*", ett flertal kommenterade att det kan tänkas finnas behov/ökat efterfråga, men att det samtidigt kan bli så att det ändå inte finns en positiv effekt p.g.a. att andra faktorer kan inverka negativt. Det blir t.ex. tydligt i kommentarer så som "*Fler behöver psykologiskt stöd. Å andra sidan svårare [att] finansiera pga pandemin*" eller "*Beror på hur arbetslivet förändras - kan påverka mina uppdrag både positivt och negativt*". Det är också svårt att veta om uppdragsvolymerna kommer tillbaka, resandet åter är möjligt, eller hur "*kunder agerar framöver*".
- 5) *Utveckling i samhället och pandemin* handlar om att man inte vet hur pandemin ändrar på regelverk, på samhället, och hur lång tid hela utvecklingen pågår. Man är osäker på "*hur lång tid det tar att bygga upp ekonomin igen*". Det gör det "*svårt att förutse*",

"kanske de nya sätten fortsätter". Osäkerheten leder till att man inte kan göra upp några planer: "Vem vet hur länge det pågår. Vem vet hur det ser ut när det är över. Nästan omöjligt att planera."

- 6) *Pandemin är negativ* inrymmer relativt få kommentarer som dock antyder att det än så länge inte ser ut som om pandemin kan föra något gott med sig. Man menar t.ex. att det är *"svårt att se positiva effekter än så länge"* eller förutspår *"minskade antal kunder och uppdrag"* samt menar att man *"ser inga fördelar med Coviden"*.

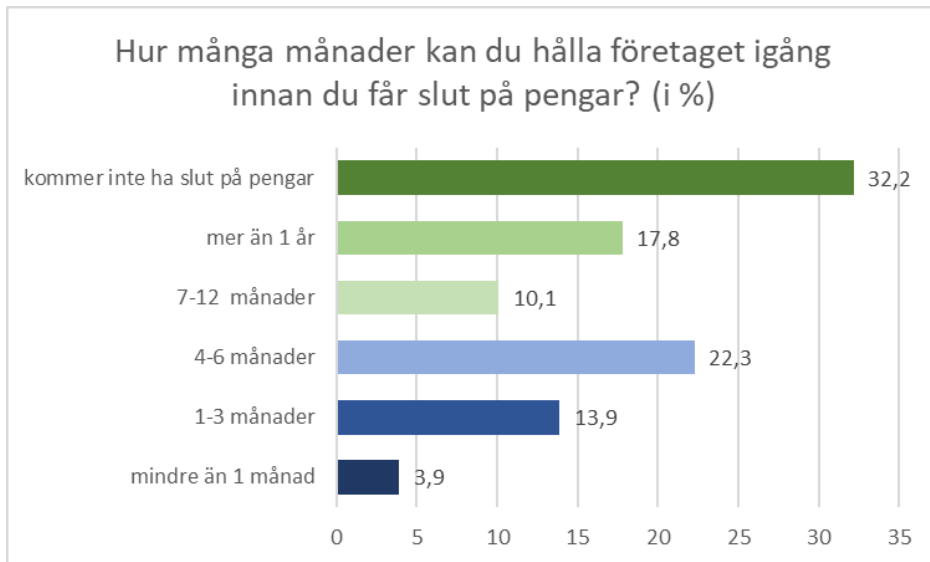
4.2 Beredskap att agera på långsiktiga möjligheter?

De flesta (egen-)företagare hade ännu inte en fullt ut fungerande beredskap för att kunna säkerställa att potentiella möjligheter förvandlas till intäkter. En majoritet av (egen-)företagare (71 procent) fokuserade under vår och tidig sommar på den kortsiktiga planeringen och många svarade att de planerade maximalt ett år framåt (se Figur 16). Givet att vår undersökning ägde rum under sommaren (maj-juni) kan (egen-)företagare ha engagerat sig i mera långsiktig affärsplanering efteråt. På grund av pandemins utveckling och de nya restriktionerna som infördes under hösten kan det dock tänkas att osäkerheten gällande det längre tidsperspektivet kvarstår eller har ökat.



Figur 16.

Situationen är liknande när det gäller ekonomiska resurser (Figur 17). Om vi ser till det positiva, kan det konstateras att en tredjedel av (egen-)företagare tycktes ha en solid finansiell bas (32 procent säger att de kan upprätthålla sin verksamhet och inte få slut på pengar). Ytterligare 18 procent hade tillräckliga resurser för att upprätthålla verksamheten med egna finansiella medel i ett år. Oroande nog betyder detta att hälften av alla (egen-)företagare i vår studie var mera sårbara de närmaste 12 månaderna. Detta inkluderar även 22 procent (egen-)företagare som uppgav att det var en utmaning att upprätthålla verksamheten de närmaste sex månaderna, och 18 procent svarade att så var fallet under de närmaste tre månaderna om pandemin fortsätter.



Figur 17.

5 Slutsatser och avslutande kommentarer

Innan vi diskuterar resultaten från studien vill vi dela med oss två faktorer när det gäller kontexten för vår undersökning. Studien genomfördes under den första vågen av pandemin, försommaren 2020 (maj-juni). Sommaren, som innebär en längre tids ledighet för många människor var nära förestående. Även om (egen-)företagare mer sällan än andra tar ledigt är det viktigt att tänka på, då det kan betyda att det inte finns samma kundvolym eller beställningar, särskilt om verksamheten erbjuder tjänster till företag. Det var svårt för många att förutspå hur situationen skulle se ut efter sommaren. I skrivande stund vet vi att pandemin inte var över och att den andra vågen har slagit till med kraft även i Sverige. Det betyder också att vissa åtgärder, t.ex. stöd till enskilda företag, har förbättrats och att det delvis erbjuds andra, eller kompletterande stöd för (egen-)företagare. Det betyder att vår redovisning och dess resultat inte fullständigt kan återspegla dagens läge. Trots att resultaten erhöles tidigt i pandemin är det ändå anmärkningsvärt hur många (egen-)företagare som redan kände att deras resurser började sina, särskilt avseende ekonomiska resurser. Många angav under sommaren, när man tycktes kunna se en viss ljusning i pandemin, att det var svårt att planera, och det kan nog antas att detta har blivit ännu svårare under de senaste månaderna.

Vi vill också påminna läsaren om att urvalet som svarade på denna undersökning inte speglade den genomsnittlige (egen-)företagaren i Sverige. Specifikt har vi en högre antal kvinnor som deltog i vår undersökning jämfört med andelen kvinnliga (egen-)företagare i Sverige. Vi har också en annan sammansättning av branscher jämfört med hur det ser ut i helheten. Detta betyder att resultaten inte kan generaliseras till alla som driver en verksamhet. Samtidigt eftersträvade vi i undersökningen att nå ut främst till de (egen-)företagare som hade drabbats hårdast i det initiala skedet av pandemin. Det är väl känt att näringar såsom konsultverksamheter, men även kosmetik, hårvård, restaurang- och hotell oftare drivs av kvinnor än män, vilket kan vara en förklaring till varför fler kvinnor än män deltog i vår undersökning. Samtidigt har kvinnliga (egen-)företagare oftare en högre utbildning än manliga (egen-)företagare, vilket kan förklara att stickprovet avviker från genomsnittet i Sverige gällande utbildningsnivå. De som är underrepresenterade i vårt material är manliga (egen-)företagare som arbetar inom lantbruk, med djuruppfödning, med skogsverksamheter eller i hantverks, transport- eller byggbranschen.

Trots dessa begränsningar kan flera slutsatser dras gällande hur situationen för (egen-)företagarna i vårt urval gestaltade sig i den initiala fasen av pandemin. En viktig sådan slutsats är – inte förvånande – att pandemin har lett till stora inkomstbortfall för de flesta. Det leder onekligen till frågan om hur länge man kan upprätthålla en verksamhet som inte genererar några intäkter. För en betydande andel fanns svårigheter att kunna betala leverantörer, de anställda, eller göra inköp för att bedriva verksamheten. Många hade dessutom problem att få betalt från sina kunder. Till viss del kunde (egen-)företagare använda sig av sparade kapital eller andra ekonomiska tillgångar, men majoriteten uppgav redan under försommaren att de inte hade särskilt stora reserver kvar. I de öppna kommentarerna framkom det dessutom väldigt tydligt att verksamhetsplaneringen för en längre tid framöver nästan var omöjligt. Det

var påfrestande att inte kunna veta hur situationen skulle utvecklas framöver, och vad man kunde utgå ifrån. Ramarna för verksamheten – kunskap om kundbeteenden, volymer på efterfrågan, regler för att kunna driva verksamheten – hade över natt satts ur spel. För många var det oklart hur och när, eller om, situationen skulle återgå ”till det normala”. Detta återspeglades också i svaren om framtidsförhållning och ekonomiska resurser. Runt hälften av deltagarna hade en planering upp till högst sex månader, vilket inte är en långsiktig affärsplanering. Oroande nog var det även många som endast hade ekonomiska resurser för att hålla igång verksamheten i upp till sex månader. Det kan betyda att en del av dessa verksamheter inte längre existerar.

När man inte kan planera, när man behöver hantera osäkerhet och upplever ekonomisk stress och eventuellt hot om konkurs, har detta en starkt negativ inverkan på hälsa och välbefinnande. I våra resultat har detta avspeglat sig tydligt: (egen-)företagares självskattade välbefinnande sett till livsglädje uppnådde lägre nivåer under pandemin än vad andra mätningar bland (egen-)företagare tidigare har visat. Att detta gällde särskilt för de som hade en Enskild Firma och i mindre grad för dem som drev ett Aktiebolag kan hänga ihop med att det var ett mycket svårare läge för ägare till enskilda företag eftersom de inte fick något statligt stöd. Påfrestningarna som följer med pandemin blir också synliga i mätningen av upplevd stress. Kvinnor rapporterade mer stress än män, och denna tydliga skillnad kan ha flera förklaringar. Det är sedan tidigare känt att kvinnor startar företag i branscher i vilka det är svårare för verksamheter att överleva (Tillväxtanalys, 2018)⁷. Kvinnor driver företag i de branscher som var mest drabbat i pandemin, t.ex. restaurang och hotell, och det är just branscher som tillväxtanalysens statistiksammanställning pekar ut som känsligast för överlevnad i uppstartsfasen.

För att underlätta för (egen-)företagare fattade regeringen i våras beslut om en rad stödåtgärder. De flesta (egen-)företagare utnyttjade stöd relaterat till anställning och uppsägning, följt av stöd relaterat till sociala skydd (karensdag, smittbärrpenning, m fl.). Det är dock slående att ungefär hälften av alla deltagare i undersökningen inte har ansökt om stöd alls. Mestadels berodde det på att verksamheten inte uppfyllde kriterierna som ställdes för olika stödåtgärder; att man ”inte passade in”. Trots att majoriteten av alla (egen-)företagare i Sverige arbetar i enmansföretag utan anställda, och att många av dessa är i formen Enskild Firma, har dessa verksamheter förbisetts av de initiala stödåtgärderna. Här har behovet tyvärr inte motsvarats av de stöderbjudanden som togs fram. En del (egen-)företagare kommenterade dessutom att stödåtgärderna inte var gynnsamma när man tänkte i ett längre perspektiv, då det t.ex. krävdes att man skulle ta lån. Det kan tyda på att stödet verkligen bara användes om man inte längre hade egna resurser att utnyttja och att de som inte var hotade av konkurs ännu hade möjligheten att tacka nej till sådana lösningar och avvakta hur situationen utvecklades.

I spåren av pandemin har det dock även skett förändringar som kan tänkas ha en positiv inverkan över tid. Med omfattande restriktioner för resande och fysiska kontakter har

⁷ Tillväxtanalys (2018). Främja kvinnors företagande: En statistiksammanställning. Hämtad 20201218 från https://www.tillvaxtanalys.se/download/18.62dd45451715a00666f207f3/1586366207568/statistik_2018_06_Fr%C3%A4mja%20kvinnors%20f%C3%B6retagande.pdf

digitalisering, online-handel, online service drivits fram. Även om många (egen-)företagare fortfarande kände sig osäkra på vad detta kommer att innebära i längden, hade många märkt av förändrade kundbeteenden. För vissa innebar pandemin, trots rekommendationerna mot fysiska träffar, att de plötsligt kunde nå ut till "hela världen". De fick nya kunder som hittade dem via nätet och som rent geografiskt kunde vara långt bort. Andra vittnade om den motsatta trenden: deras verksamhet hade fått flera lokala kunder som letade efter alternativ i närområdet. Dessa till synes motstridiga utvecklingar kan tänkas förändra företagandet framgent: genom att tränga in på nya marknader förändras även vilka man konkurrerar med. Att kunna attrahera fler kunder i närområdet kan också ses som en positiv utveckling mot bättre ekologisk hållbarhet. Att minska transportsträckor kan t.ex. vara en strategi för att minska klimatpåverkan och det, i sin tur, kan tänkas göra verksamheten mera attraktiv för framtida kunder.

Slutligen kan man fråga sig vad alla de här resultaten betyder för verksamhetsutvecklingen efter pandemin; hur man kan bygga upp gamla, försvunna och nya verksamheter, samt vad man kan lära sig inför framtida kriser. (Egen-)företagare är extremt viktiga för den svenska ekonomin, för att skapa jobb för företagare själva, för att skapa jobb åt andra, samt för att tillgodose kundernas behov och efterfrågan. En svårighet med att erbjuda stödåtgärder är att det inte finns endast en typ av "(egen-)företagare" i Sverige; (egen-)företagare är en heterogen grupp med olika regler och behov. Det har dock visat sig vara väldigt viktigt att dessa olika behov tillgodoses, och skräddarsys inte bara för stora företag med många anställda, utan också för flertalet av de mindre (egen-)företagare i Sverige. Givet den smala marginalen som många verkade ha i sina ekonomiska resurser belyser våra resultat vikten av att sätta in stödåtgärder så fort som möjligt i en sådan krissituation.

Även om vi har inte analyserat varför välbefinnandet är relativt lågt bland deltagare kan man tänka sig flera faktorer som kan ha bidragit till resultatet. Det kan t ex handla om ekonomisk stress, otrygghet inför den egna framtiden eller oro relaterat till verksamhetens överlevnad. Utöver detta tillkommer andra stressorer och utmaningar i samband med COVID-19. Välbefinnande och hälsa är en viktig personlig resurs och en förutsättning för att kunna arbeta med och utveckla en verksamhet. Samtidigt har denna personliga resurs ställts på prov under alla månader av pandemin. Därför vill vi uppmana alla andra intressenter att utveckla möjligheter för att stärka (egen-)företagares hälsa och välbefinnande samt hitta lösningar för att motverka oro och otrygghet. Givet att pandemins påverkan på samhället och den svenska ekonomin drar ut på tiden, är frågan hur (egen-)företagares hälsa och motståndskraft utvecklas i det långa loppet, och hur detta i sin tur påverkar deras kraft och vilja att hålla ut och (åter)uppbygga sina verksamheter.

Pandemin verkar dessutom ha haft en större negativ effekt för branscher där flest kvinnliga (egen-)företagare är verksamma. Om dessa verksamheter upphör kan det medföra att den låga andelen kvinnliga (egen-)företagare (OECD, 2019)⁸, blir ännu lägre efter pandemin. Det

⁸ Braunerhjelm, P., et al. (2019). Entreprenörskap i Sverige: Nationell GEM-Rapport. Hämtad 20201218 från <https://entreprenorskaforum.se/en/research/gem-global-entrepreneurship-monitor/>

skulle betyda att extra satsningar kommer att behövas för att återigen attrahera fler kvinnor till företagandet.

Våra resultat verkar slutligen även antyda att samhället, marknader, kunder och hela 'företagslandskapet' kan ha ändrats efter pandemin då vissa behov, preferenser och möjligheter kan vara annorlunda. I vår undersökning har vi sett att vissa (egen-)företagare redan har ändrat sina tjänster och produkter, att de har nått ut till andra kunder eller att de kan se nya vägar att jobba i framtiden. För att detta ska kunna fortsätta utvecklas behövs dock resurser; Det behövs personliga, ekonomiska och sociala resurser för att kunna komma på kreativa idéer och utveckla sin verksamhet. Givet att rätt stöd tas fram, kan vi förhoppningsvis se fram emot många nya verksamheter och initiativ för företagande i Sverige.