



HÅLLBARA FÖRETAG

BYGGER FRAMTIDEN

INNEHÅLL

- 3 Introduktion
- 4 Bakgrund
- 5 Företagare för ett bättre samhälle
- 8 Majoriteten företag jobbar med hållbarhet
- 10 Affärsnyttan driver hållbarhetsarbete
- 13 Få utvärderar resultaten av sitt hållbarhetsarbete
- 16 Hållbarhet ger nöjda kunder
- 17 Tvingande regler riskerar skapa ännu mer byråkrati
- 19 Slutsatser och förslag
- 20 Allmänt om Företagarnas panel
- 20 Metod

Företagarna är Sveriges största organisation för företagare. Vi driver opinion för att förbättra företagarklimatet och göra det enklare att starta, driva, utveckla och äga företag. Företagarna är medlemsägda, medlemsstyrda och partipolitiskt obundna. Varje vecka söker tusentals företagare upp oss för juridisk rådgivning, anpassade förmåner, event och möten. Vi företräder ca 70 000 företagare, vilket ger oss en stor möjlighet att påverka och driva opinion för ett bättre företagarklimat. Våra medlemmar gör oss till en stark och trovärdig röst i maktens korridorer.

INTRODUKTION

Sveriges små- och medelstora företag tjänar på hållbarhet och tar ett betydande ansvar för att skapa ett långsiktigt hållbart samhälle. Det visar den unika kartläggning av småföretagens hållbarhetsarbete som Företagarna gjort tillsammans med hållbarhetsbyrån Beyond Intent.

Hela 86 procent av småföretagarna tycker att det är viktigt för företag att ta samhällsansvar och arbeta hållbart. Mer än hälften har redan ett hållbarhetsarbete och flertalet av dessa har sett positiva effekter på kundnöjdhet, marknadsföring, medarbetarengagemang och lönsamhet.

Vår undersökning visar samtidigt att många småföretagare anser att regeringens förslag om tvingande hållbarhetsrapportering riskerar att försvåra hållbarhetsarbetet. Det finns en allmän oro för att kraven kan bli för omfattande och skapa en ny byråkrati som riskerar att ta fokus från huvudfrågan.

För små- och medelstora företag är hållbarhetsarbetet nämligen främst en fråga om resurser. Vår undersökning visar att endast hälften av småföretagarna som arbetar med hållbarhet har styrdokument och att färre än var tredje utvärderar effekterna av sitt hållbarhetsarbete. Bara runt var tionde har någon anställd med särskilt områdesansvar och endast var tionde av dessa arbetar mer än halvtid med hållbarhetsfrågorna.

Det företagen efterfrågar är därför fungerande strukturer, som kan hjälpa till att effektivisera hållbarhetsarbetet. Konkreta verktyg, praktiskt stöd och ökad kunskap är således betydligt bättre åtgärder än ökad pappersexercis i form av rapporteringskrav.

Undersökningen visar tydligt att det finns ett starkt engagemang och vilja bland Sveriges små- och medelstora företag att arbeta mer aktivt med hållbarhet. Det gäller oavsett bransch och var i landet företaget är lokaliserat. Det finns dessutom en relativt stor efterfrågan på stöd och resurser för att utveckla och stärka företagets förmåga till hållbara affärer. Diskussionen behöver nu landa lokalt och regelverken anpassas till de små och medelstora företagens verklighet.



Günther Mårder,
vd Företagarna

BAKGRUND

Samhällsansvar, hållbarhet eller CSR (Corporate Social Responsibility) har fått ökad betydelse för sättet allt fler företag bedriver sin affärsverksamhet. Mer medvetenhet och nya utmaningar innebär att fler företag aktivt engagerar sig i samhällsutvecklingen. Det innebär nya krav från kunder och samhälle, men också nya affärsmöjligheter.



Arbetet med vad och hur företag ska bidra till en hållbar utveckling är däremot inte nytt. Ända sedan begreppet hållbar utveckling lanserades i Brundtland-rapporten 1987 har diskussionen pågått hur hållbarhet ska definieras och hur det ska uppnås.

Processen har främst involverat stora bolag och utvecklats omfattande frivilliga principer och riktlinjer som varit anpassade för storbolag, som t.ex. GRI, UNGC och ISO 26000. På senare tid har även formella direktiv och regelverk utvecklats. I Sverige presenterades i december 2014 ett lagförslag för obligatorisk hållbarhetsrapportering¹ med planerad introduktion hösten 2015. I augusti 2015 presenterade regeringen en handlingsplan för företagande och mänskliga rättigheter och under hösten även en ny skrivelse om hållbart företagande som ska överlämnas till riksdagen.

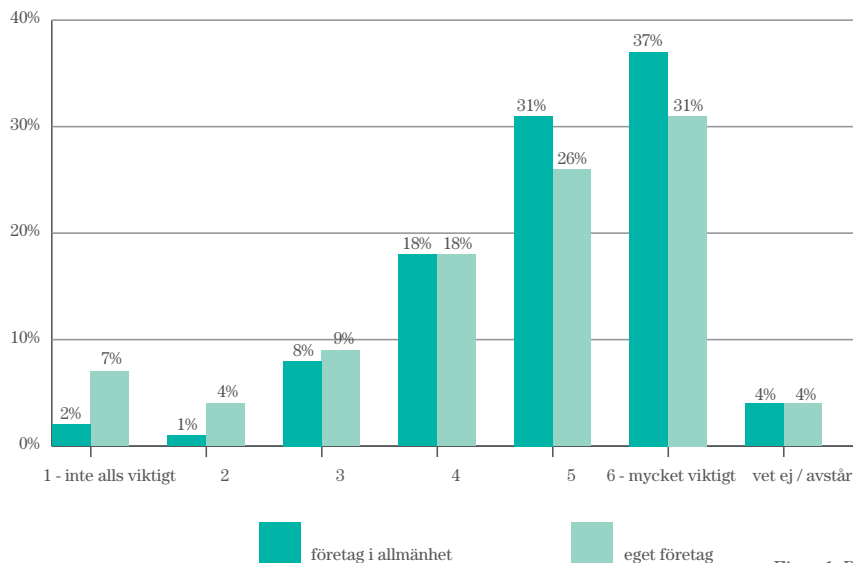
Små och medelstora företag vill och måste vara med i denna allt snabbare utveckling om vi vill möjliggöra en hållbar samhällsutveckling och

säkra svensk tillväxt långsiktigt. Även om små och medelstora företag inte berörs direkt av den lagstiftning som är under utveckling kommer de att påverkas indirekt, som underleverantörer, partners och av utökade krav vid upphandlingar. Ett regelverk som skapar effektivitet och tydlighet även för småföretagens hållbarhetsinsatser är därför centralt.

Stark efterfrågan, konkurrensfördelar och interna initiativ har satt hållbarhet på småföretagens agenda. Men även om intresset och arbetet redan är väl etablerat, anser flertalet av småföretagen att det finns stora hinder. Av de som arbetar med hållbarhet saknar omkring hälften interna styrdokument och färre än var tredje utvärderar effekterna av sitt hållbarhetsarbete. Bland de företag som idag inte bedriver hållbarhetsarbete uppges brist på kunskap, tid och resurser vara huvudsakliga anledningar. Det som efterfrågas är konkreta verktyg, praktiskt stöd och ökad kunskap om hur engagemanget ska leda till konkreta resultat.

FÖRETAGARE FÖR ETT BÄTTRE SAMHÄLLE

Är det viktigt eller oviktigt att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar kring sin verksamhet?

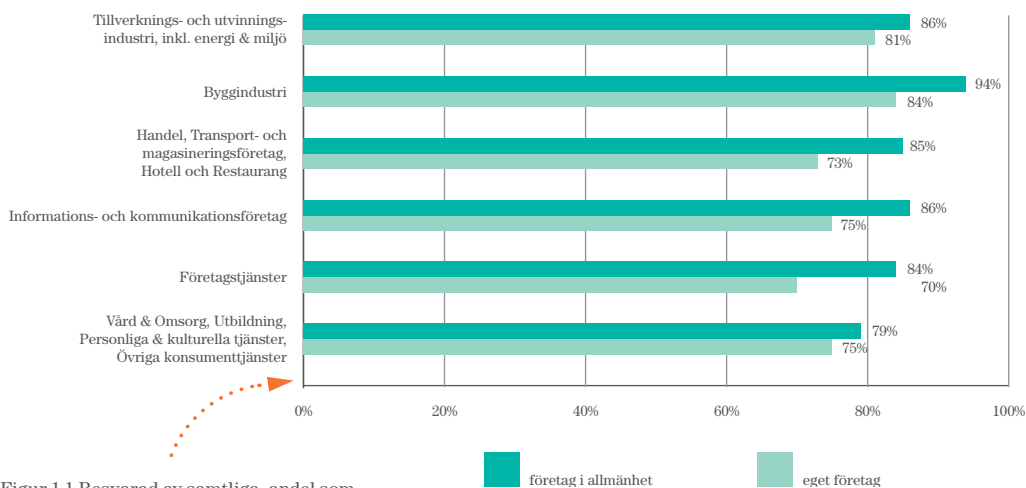


Figur 1. Besvarad av samtliga

Sveriges företagare tycker hållbarhet är viktigt. Hela 86 procent tycker att det är viktigt eller mycket viktigt för företag att ta samhällsansvar och bedriva hållbarhetsarbete. 75 procent anser att det även är viktigt eller mycket viktigt för det egna företaget.

Baserat på bakgrundvariabler visar undersökningen att geografisk placering, storlek och bransch har liten betydelse för hur företagen ser på vikten av att bedriva hållbarhetsarbete. Andelen positiva varierar som mest med 15 procent baserat på geografi och med lite över 10 procent mellan branscher (Fig. 1.1)

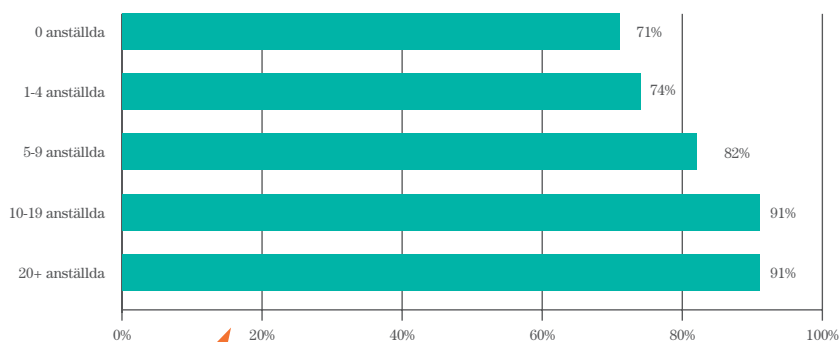
Är det viktigt eller oviktigt att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar kring sin verksamhet?



Figur 1.1 Besvarad av samtliga, andel som svarar 4, 5 eller 6 (det är viktigt)

Även om de medelstora företagen i något större utsträckning anser att det är viktigt att bedriva hållbarhetsarbete än de minsta, är variationen begränsad och den sammantagna bilden är starkt positivt. (Fig. 1.2)

Är det viktigt eller oviktigt för ert företag att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar kring sin verksamhet?



Figur 1.2 Besvarad av samtliga, andel som svarar 4, 5 eller 6 (det är viktigt)

Nina Järvi,

VD på Fix Cleaning Service som erbjuder städtjänster i Göteborg och har 20+ anställda.

” Vi har alltid velat att branschen ska förändras. För nio år sedan tog vi nya tag med en ambition om att växa. Då ställde vi oss frågan vilka vi är och vad vi står för. Vi beslöt oss för att försöka bli en bra förebild i en bransch med dåligt rykte och varierande seriositet.

Vi har arbetat mycket med vår kultur och gemenskap, vi har offentligt tagit ställning mot ohållbara upphandlingar, sett över vår påverkan på olika plan, säkrat miljödiplomering, och börjat kommunicera vilka vi är, vad vi står för. Det har gett en stärkt relation med bl.a. kunder, intressenter och myndigheter och idag blir vi till och med inbjudna till samtal med politiker och näringsliv.

Vi beslöt oss för att försöka bli en bra förebild i en bransch med dåligt rykte

Det är väldigt märkligt att kommunerna handlar in till billigaste möjliga pris och samtidigt talar om hur de arbetar för social hänsyn och hållbarhet. Det rimmar dåligt i mina öron. Det säger sig självt att man inte kan köpa in bästa möjliga hållbarhet och sociala hänsyn till billigaste pris på marknaden. Jag saknar tydliga spelregler och kravspecifikationer för kvalitetsfrågorna i upphandlingarna. Det skulle kunna förändra mycket.

För oss är och har hållbarhet varit en ansvarsfråga. Man kan hitta anledningarna, men det kommer inifrån från början. Det handlar slutligen om att bygga tillsammans och ta ansvar om sin omvärld. Med tiden har våra insatser också blivit ett verktyg för vår marknadsföring. De tydliggör vilka vi är och har blivit profilfråga. Nu är vi kända som en bra leverantör och en god arbetsgivare.

Idag hjälper vi våra kunder att göra bättre upphandlingar. Även om vi själva inte vinner upphandlingen, hjälper det att föra in värderingar som på sikt kan förändra branschen. ”



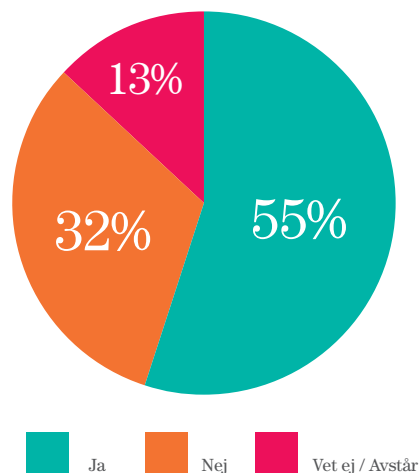
MAJORITETEN FÖRETAG JOBBAR MED HÅLLBARHET

Av Sveriges företagare har en majoritet (55 procent) någon form av hållbarhetsarbete. Desto större företag desto större andel har ett utvecklat hållbarhetsarbete, vilket är naturligt med tanke på att större företag ofta har mer resurser att bedriva ett systematiskt hållbarhetsarbete.

Om företaget har sitt säte i storstad eller på landsbygd påverkar inte i någon större utsträckning om företaget arbetar med hållbarhet eller ej. Av företagen i storstad svarar 53 procent att de jobbar med hållbarhet jämfört med 57 procent på landsbygden.

Variationen är även relativt liten (49-63 procent) vad gäller andelen företag som bedriver hållbarhetsarbete mellan olika branscher. Det utmanar en etablerad bild av att företag i konsumentnära branscher i större utsträckning har ett utvecklat hållbarhetsarbete, på grund av kundkrav. Visserligen är sektorerna handel och besöksnäring starkare representerad, men endast marginellt gentemot exempelvis Tillverknings- och utvinnings-, samt Byggingndustri.

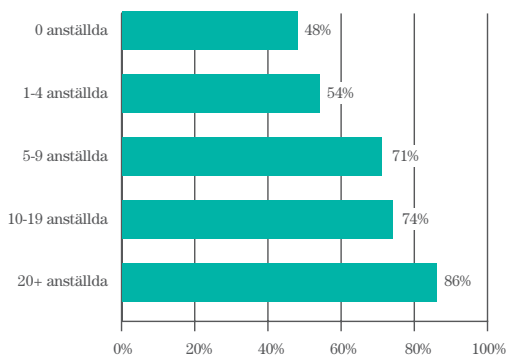
Arbetar ditt företag med hållbarhet idag?



Figur 2. Besvarad av samtliga

Arbetar ditt företag med hållbarhet idag?

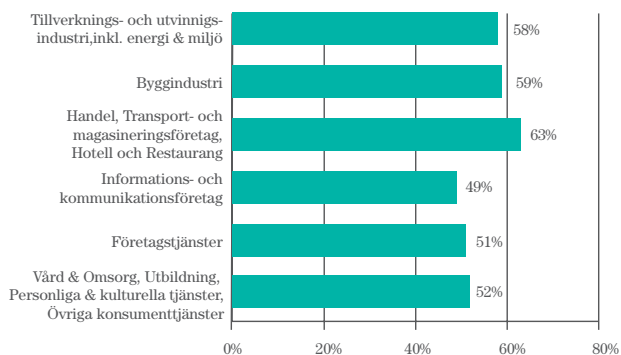
Svar=Ja



Figur 2.1 Besvarad av samtliga

Arbetar ditt företag med hållbarhet idag?

Svar=Ja



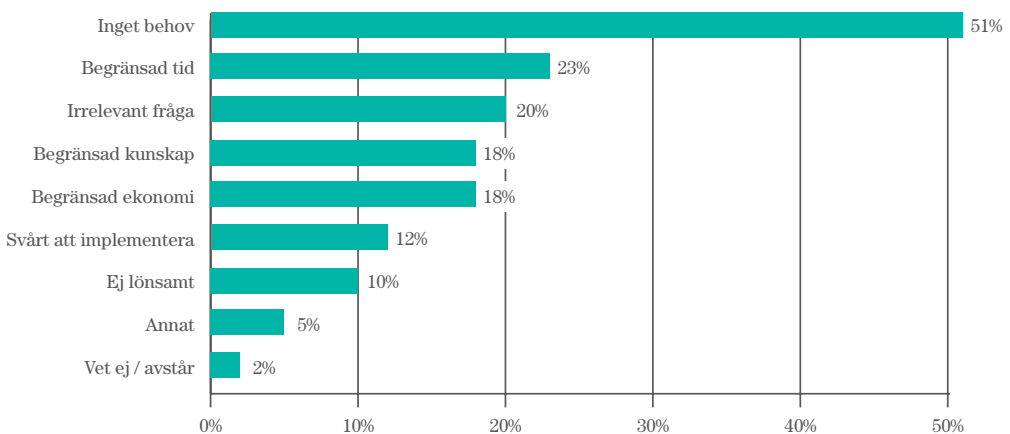
Figur 2.2 Besvarad av samtliga



Av de **32 procent** av företagen som inte bedriver hållbarhetsarbete gör hälften bedömningen att det inte finns ett behov. Var femte uppger begränsningar i form av tid, resurser och kunskap som inskränkande faktorer. Var femte uppger också att frågan, av något skäl, är irrelevant (Fig. 2.3)

Värt att beakta är att 56 procent av respondenterna har 4 eller färre anställda och 10 procent helt saknar anställda i företaget. Med andra ord är majoriteten av respondenterna småföretagare, med färre personella resurser med kompetens att bedriva ett strukturerat hållbarhetsarbete.

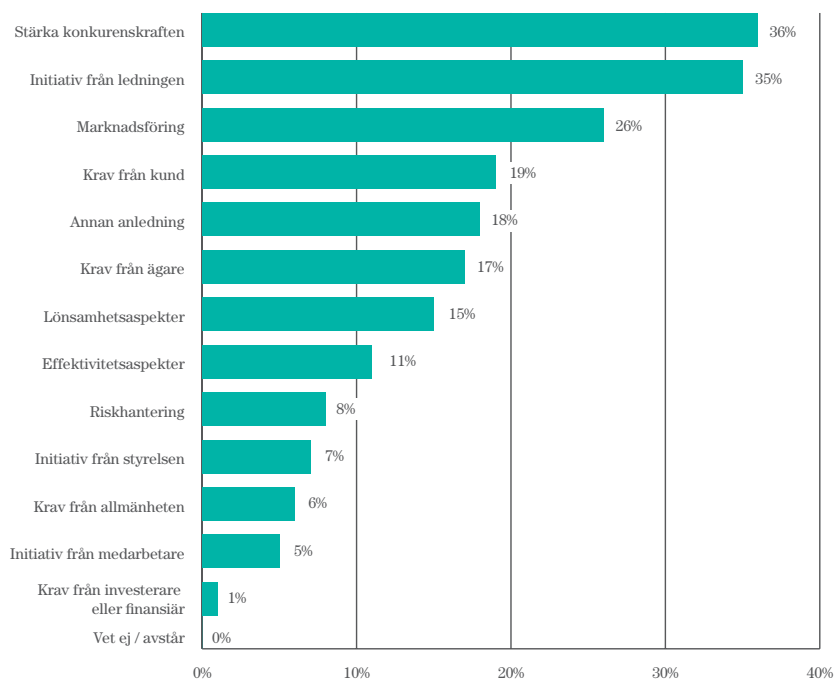
Vad är skälen till att ert företag inte bedriver hållbarhetsarbete?



Figur 2.3 Besvarad av de som inte arbetar med hållbarhet

AFFÄRSNYTTAN DRIVER HÅLLBARHETSARBETET

Vilka är de främsta anledningarna till att ni bedriver hållbarhetsarbete?

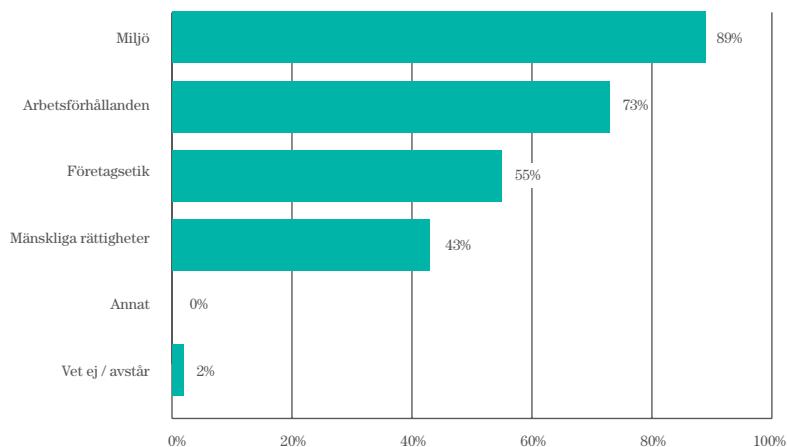


Figur 3 Besvarad av de som arbetar med hållbarhet

De små och medelstora företagens hållbarhetsarbete är till största del affärsdrivet. Att stärka konkurenskraften, förbättra marknadsföring och ökade krav från kunder är bland de främsta anledningarna till hållbarhetsarbetet. Det är med andra ord rationellt utifrån ett företagsperspektiv.

Småföretagens ägare har ett tydligt engagemang. Undersökningen visar att initiativ från företagets ledning spelar en central roll i utvecklingen av ett hållbarhetsarbete. Det belyser det faktum att små företag ofta har en tydlig ägare och sällan är börsnoterade.

Vilka av nedanstående tematiska områden behandlas i ert företags policy/strategi för hållbarhetsarbete?



Figur 4 Besvarad av de som arbetar med hållbarhet och har en policy/strategi för hållbarhetsarbete

44 procent av Sveriges företagare som arbetar med hållbarhet har en hållbarhetspolicy. Omkring hälften av dessa lyfter frågor om företagsetik och mänskliga rättigheter. I huvudsak ligger fokus i styrdokumentet emellertid på frågor som rör miljö (89 procent) och arbetsförhållande (73 procent). Närmare varannan av de som bedriver hållbarhetsarbete saknar dock dokument som styr arbetet.

Område	Exempel
Mänskliga rättigheter	Jämlikhet, barnarbete, alla likas rätt
Miljö	Resursanvändning, utsläpp, avfall, produktion- och konsumtionseffekter på biologi och ekologi, och biologi och ekologi, och biologisk mångfald
Arbetsförhållanden	Arbetsmiljö, jämställdhet, uppförandekod bland anställda och leverantörer
Företagsetik	Affärsetik, anti-korruption, beskattning, fri konkurrens

Tage Andersson,

är VD för Korallen AB i Borås som anställer över 20 personer. Korallen AB är ett plaggfärgeri och tredjepartslogistikföretag för tekobranschen.

” Hållbarhet är en framtidsfråga för oss. Det började med ett personligt engagemang och har sen kommit att integreras i affären. Vi erbjuder färgning med hållbara produkter och metoder och arbetar för att ta ansvar som ger hållbara relationer. Det går igenom i vilka kunder vi attraherar.

Vårt hållbarhetsarbete har gett utdelning direkt i affären.

Vårt hållbarhetsarbete har gett utdelning direkt i affären. Nudie Jeans är vår största tredjepartslogistik kund och står nästan för 50 % av vår omsättning. De sätter hållbarhetsfrågorna i främsta

rummet, både vad gäller miljö och arbetsvillkor i leverantörskedjan. Vi expanderar nu tillsammans med dem och utvecklar gemensamt en ny fastighet på 11 000 kvm för vår tredjepartslogistik.

Vi har också attraherat nya kunder inom re:textile med vad vi som färgeri kan erbjuda med omdesign, överskott och återbruk. Bland annat färgar vi om kasserade produkter åt ett tvätteri.

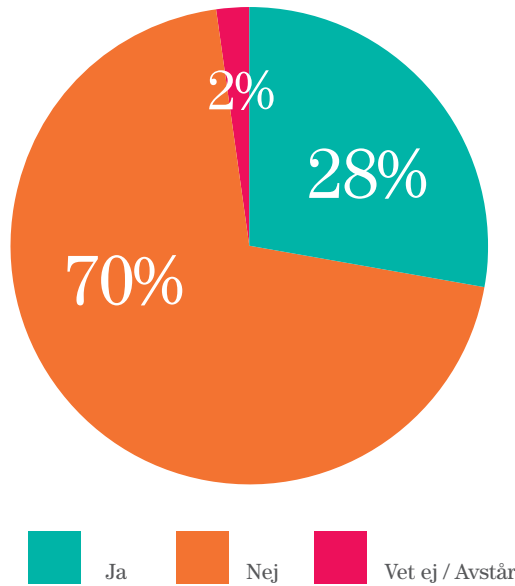
Vi har valt att gå vår egen väg. Det har vi varit tvungna till sedan starten. Vi har valt att använda certifierade produkter på vårt färgeri och ger ut en rapport varje år för att visa våra kunder vad vi gör. Men certifieringsprocesserna är komplicerade och rapporteringskrav blir direkt en börda på oss små företag så vi har valt att stå utanför dessa. Därför har det handlat mer om vad vi gör och att dela det informellt med våra kunder. ”

Tage Andersson



FÅ UTVÄRDERAR RESULTATEN AV SITT HÅLLBARHETSARBETE

Utvärderar ert företag effekterna av ert hållbarhetsarbete?



Figur 5 Besvarad av de som arbetar med hållbarhet

En klar majoritet av de företag som arbetar med hållbarhet utvärderar inte resultaten av sina insatser. Endast var tredje säger sig utvärdera effekterna. Det skapar en brist på underlag för att sakligt bedöma effekterna av det egna hållbarhetsarbete, men också ett hinder för att kommunicera det till kunder, finansiärer och allmänheten.

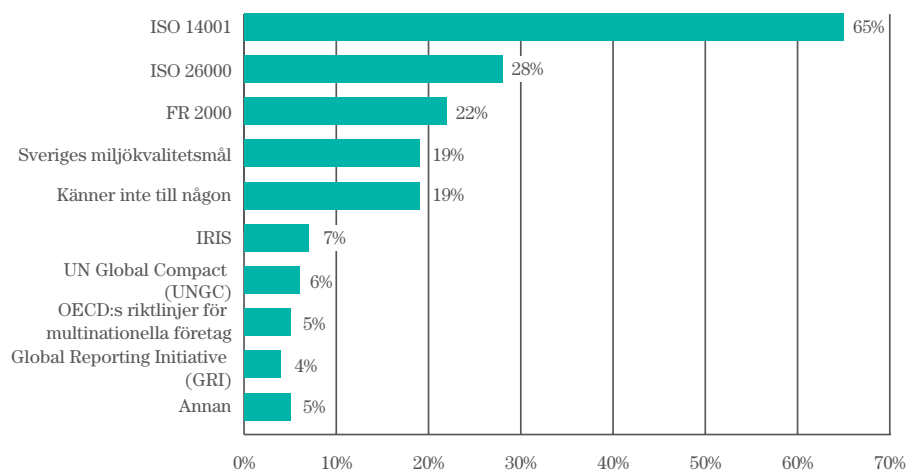
Av de tillfrågade säger över hälften att det finns behov av stöd och råd i hållbarhetsarbetet. Undersökningen visar också att många av de små och medelstora företagen som bedriver ett hållbarhetsarbete har utvecklat det på egen hand. Det betyder inte att företagen inte efterfrågar utbildning, stöd med metoder och verktyg i det arbetet. Snarare är de råd och hjälp som finns att tillgå idag illa anpassade för småföretagens verklighet.

Vår undersökning visar att tre företag av fem (58 procent), bland de som arbetar med hållbarhet, rapporterar sitt hållbarhetsarbete på något sätt. ISO 14001³ är i särklass den mest vanligt förekommande standard/riktlinje bland företagen och används av var tredje företag som rapporterar. Hela 26 procent, av de som rapporterar, har utvecklat egna rapporteringssystem.

ISOs standards på området är flest företagare bekanta med. Hela 65 procent respektive 28 procent känner till ISO 14001 och ISO 26000³ medan stora internationella standards UNGC och GRI är tämligen okända. (Fig. 6)

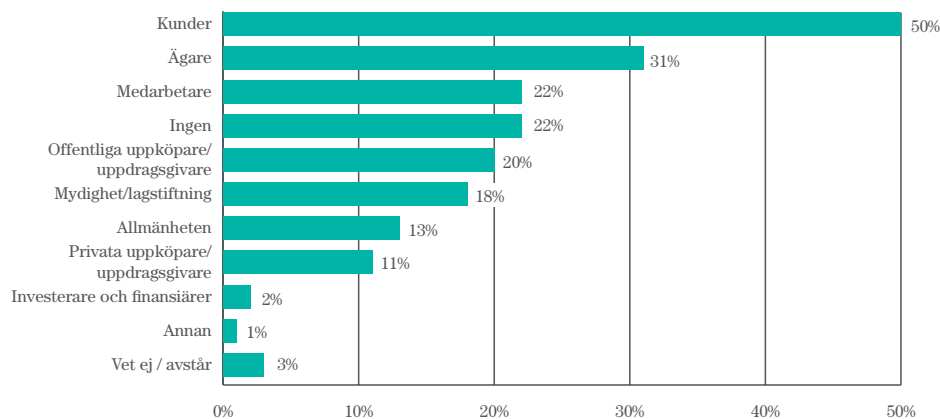
Kunderna står i fokus för rapporteringen. Vartannat bolag har kunden som primär målgrupp. Ägarna, medarbetarna och upphandlare är också viktiga mottagare av informationen (Fig. 7)

Vilka av följande riktlinjer för hållbarhetsrapportering känner du till?



Figur 6 besvarad av de som arbetar med hållbarhet

Vilka är målgruppen/målgrupperna för er hållbarhetsrapportering?



Figur 7 Besvarad av de som arbetar med hållbarhet, och rapporterar sitt hållbarhetsarbete

² ISO 14000 är samlingsnamnet för de standarder som handlar om miljöledning.

³ ISO 26000 - en internationell vägledande standard med riktlinjer för socialt ansvarstagande.

Folke Carlsson,

leder Folkes Bygg & Byggnadsvård i Hanaskog Skåne. Ett bolag som arbetar med byggnation, renovering och restaurering av fastigheter och har 30 anställda. 2010 var bolaget ett av Dagens industris Gasellföretag och året därpå i finalen för Swedbanks Hållbarhetspris.

” Ett genomtänkt hållbarhetsarbete som uttrycks i praktiska ordalag uppskattas av våra kunder och är ett bärande inslag i vår marknadsföring. Vi tar tillvara gammalt material när vi renoverar och restaurerar och på så vis är hållbarhet och återanvändning en del av vårt koncept. Just återanvändning och frågan om hur vi använder oss av mera hållbara material är en knäckfråga, inte bara för byggbranschen utan för alla verksamheter.

Jag är tveksam till nya krav på hållbarhetsrapporter, det riskerar att bli för mycket teori och för lite praktik. I många fall blir det efterhandskonstruktioner där man försöker se till att det som redan är gjort håller för en slutbesiktning. Vi måste byta tankesätt och se till att göra rätt från början istället.

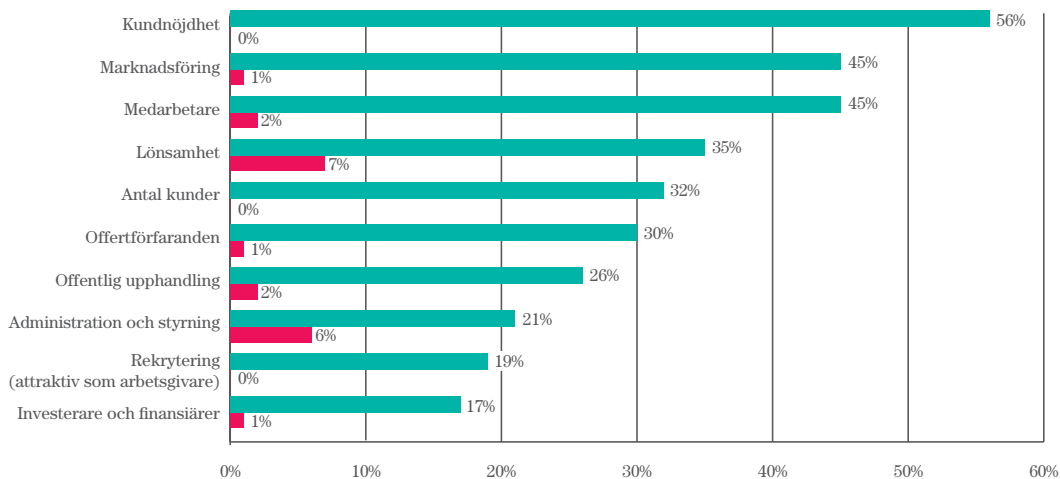
Jag är tveksam till nya krav på hållbarhetsrapporter, det riskerar att bli för mycket teori och för lite praktik.

Vi på små företag har redan nog med administration och saknar resurser att ha folk som sitter med rapporter. Då är det bättre att vi via utbildningar, rådgivning och stöd kan systematisera det hållbarhetsarbete som vi redan gör och få hjälp med hur det kan bli bättre och mer effektivt. ”



HÅLLBARHET GER NÖJDA KUNDER

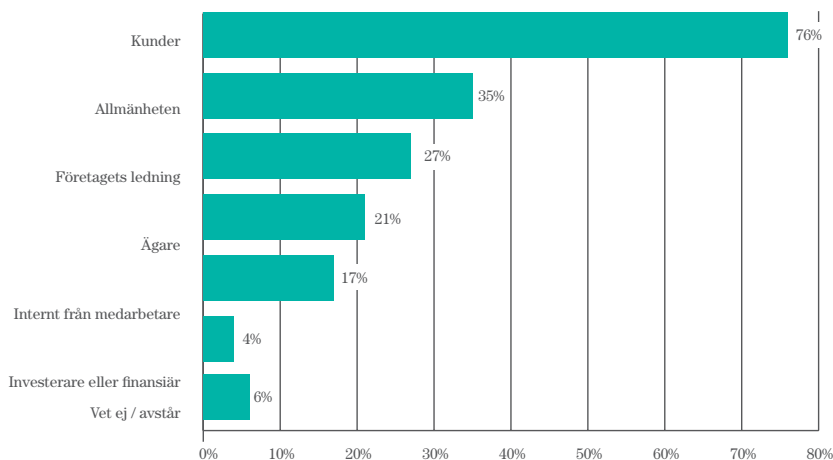
Har ni upplevt att ert företags hållbarhetsarbete har påverkat någon av nedanstående områden?



Figur 8 Besvarad av de som arbetar med hållbarhet

Undersökningen visar att hållbarhetsarbetet är en viktig faktor för att öka kundnöjdhet, gynna marknadsföringen och stärka relationen till medarbetarna. Var tredje företagare säger också att hållbarhetsarbetet har bidragit till ökad lönsamhet och fler uppdrag och kunder. Var fjärde svarar att det dessutom varit positivt vid offentliga upphandlingar.

Från vilka har förväntningarna på ert hållbarhetsarbete stigit?



Figur 9

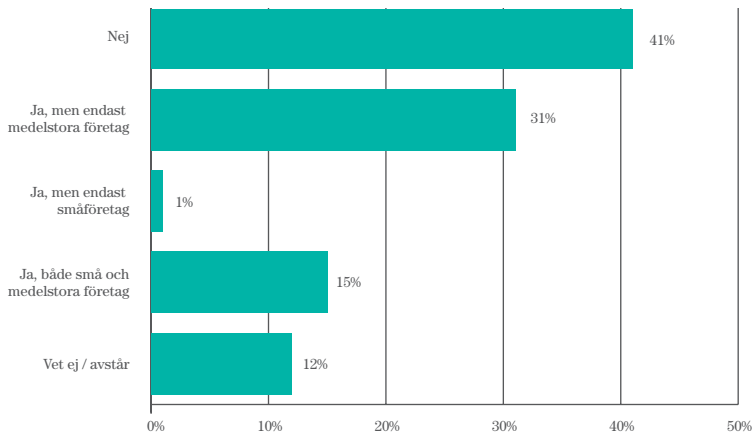
Besvarad av de som arbetar med hållbarhet som upplever att förväntningarna på hållbarhetsarbete har stigit under de senaste 3 åren

Varannan företagare upplever att förväntningarna på deras hållbarhetsarbete har ökat. Det är framför allt från kunderna och allmänheten, men även internt finns en växande förväntan på företagets prestation på hållbarhetsområdet. En tredjedel tror att de kommer att utöka sitt samhälleliga engagemang de kommande tre åren.



TVINGANDE REGLER RISKERAR SKAPA ÄN MER BYRÅKRATI

Bör obligatoriska rapporteringskrav för företags påverkan på miljö-, sociala- och affärsetiska aspekter även gälla för små (0-49 anställda) och medelstora företag (50-249 anställda)?



Figur 10 Besvarad av samtliga

Sveriges företagare har en kliven inställning till tvingande regler om hållbarhetsrapportering. En övervägande andel anser att obligatoriska krav inte bör omfatta små och medelstora företag och hela 41 procent är negativt inställda till bindande krav. De ser en risk i att kraven blir för omfattande och skapar en ny byråkrati som riskerar att ta fokus från hållbarhetsarbetet.

Anita Roll,

styrelseordförande på QTEMA som arbetar med kvalitetssäkring av IT-tjänster, ett företag baserat i Stockholm med 20 anställda:

” Som tjänsteföretag kan man lätt tänka att vi inte kan bidra med så mycket inom hållbarhetsområdet, men det finns fler konkreta åtgärder som man kan bidra med. Det kan gälla allt från strategier för hur vi ska resa till och från våra kunder till att värdera hur våra leverantörer producerar de varor och tjänster som vi upphandlar. Dessutom blir hållbarhet en fråga som är med i alla beslut och det gör oss långsiktigt konkurrenskraftiga.

Det måste handla om stödjande och konkreta åtgärder snarare än ytterligare protokoll och checklistor.

Vi arbetar ju med kvalitetssäkring och hållbarhet är definitivt en del i det tänket, det förstår våra kunder. Vi måste därför ha ett aktivt förhållningssätt och vidta konkreta åtgärder för att motsvara våra kunders förväntningar när det gäller hållbarhetsarbete.. Utöver att det är en viktig fråga för våra kunder, bidrar också hållbarhetsarbetet till intern glädje och stolthet hos våra anställda. ”



Jag ser positivt på lagstiftning eller någon form av generella regler eller vägledning för att påskynda en förändring, men det avgörande är hur den utformas. Det måste handla om stödjande och konkreta åtgärder snarare än ytterligare protokoll och checklistor. Argumenten för att vi måste göra något och behovet av handling förstår alla, det är förslag och tips som saknas.

SLUTSATSER OCH FÖRSLAG

Alla företag bör leva i takt med tiden och anpassa sig till kunder och konsumenters önskemål.

Vår undersökning visar på ett stort engagemang hos små företag, oavsett vilken bransch eller var i landet de är verksamma. Hållbarhet är ett prioriterat område som företag både vill och måste förhålla sig till.

Undersökningen bekräftar att marknadskrafterna, kundefterfrågan, styr mer effektivt mot ett hållbart företagande än regelverk och krav.

Risken med lagstiftning är alltid att den styr mot fel mål och snabbt blir obsolet. Undersökningen visar att många småföretagare anser att regeringens förslag om tvingande hållbarhetsrapportering riskerar att försvåra hållbarhetsarbetet. Det finns en allmän oro för att kraven kan bli för omfattande och skapa en ny byråkrati som riskerar att ta fokus från huvudfrågan.

Rapporteringskrav kan vara ett verktyg för att höja medvetenheten kring en fråga genom att tvinga upp den på dagordningen. Vår studie visar att den redan är på våra medlemmars agenda. Det företagen efterfrågar är fungerande strukturer för att göra detta viktiga arbete än mer effektivt. Konkreta verktyg, praktiskt stöd och ökad kunskap är i detta skede de bästa åtgärderna för

att förstärka företagarnas hållbarhetsarbete och behöver därför komma före ökad pappersexercis.

För små och medelstora företag är detta en fråga om resurser. Hållbarhet ses som en integrerad del av verksamheten, men endast hälften har styrdokument och färre än var tredje utvärderar effekterna av sitt hållbarhetsarbete. Bara runt var tionde har någon anställd med särskilt områdesansvar och endast var tionde av dessa arbetar mer än halvtid med hållbarhetsfrågorna.

Att stödja dessa företag med tillgång till råd och verktyg är avgörande för att stimulera ett strukturerat och effektivt hållbarhetsarbete som kan utvecklas till hållbara och innovativa affärsmodeller. Det är centralt för konkurrenskraften och företagets förmåga att växa i arbetstillfällen och värdeskapande. Diskussionen behöver nu landa lokalt och regelverken anpassas till de små och medelstora företagens verklighet.

ALLMÄNT OM FÖRETAGARNAS PANEL

Företagarnas panel är ett undersökningsverktyg för Företagarna i syfte att mäta företagares åsikter och påverkan av olika händelser i omvärlden.

Panelen är självrekryterad och har i dagsläget ungefär 4000 anmälda deltagare. Typiskt sett genererar panelen 25-35 procent svar beroende på när den skickas ut, komplexiteten och frågeställningarna.

Panelen används för att ge en översiktlig bild i aktuella frågor.

I och med att frågorna sällan berör parti-politik är risken låg för ideologiskt motiverad aktivism från respondenterna, vilket minskar den risk för skevhet som kan finnas i alla självvalda paneler. Frågorna som ställs berör utan undantag företagets verklighet och vid tidigare jämförelser med inköpta mätningar har resultaten visat sig stämma väl.

METOD

Undersökningsperiod: 10 mars – 19 mars 2015. Enkäten skickades till 3 929 medlemmar i Företagarnas panel. 1 003 svarade, vilket motsvarar 26 procent⁴ av samtliga tillfrågade.

Urvalet korrigeras så att det liknar den nationella företagarstrukturen, med hjälp av en modell baserad på SCB:s statistik på antal företagare i Sverige. Konkret görs detta genom att korrigerande vikter räknas fram för olika företagsstorlek (antal anställda),

kön, ålder och bransch. För varje respondent beräknas därefter de erhållna vikterna i respektive kategori för att ge en totalvikt, som påverkar vilken vikt det enskilda svaret får i sammanställningen. Viktmetoden heter "raking".

Totalresultat blir på så sätt representativt för alla företagare i Sverige. I analysen räknas inte respondenter som anger att de inte driver företag, samt respondenter i sektorn jord- skogsbruk och fiske.

⁴ Andelen svarande är något lägre än vanligt, vilket kan tyda på att en del respondenter inte svarat pga. att de inte jobbar med CSR/hållbarhet. Vid en bortfallsanalys ser vi emellertid att de som svarar inte skiljer sig ifrån de som svarar på enkäter om andra område (t ex offentlig upphandling, finansiering, politik) vad gäller kön, ålder, antal anställda, bransch och verksamhetslän. Vi tror därför att andelen som svarar att hållbarhet är relevant, samt att andelen som jobbar med hållbarhet är lite "biased"/överskattat. Vi tar hänsyn till detta i våra analyser och slutsatser. Följdfrågorna om hållbarhet som besvarades endast av subpopulationen som jobbar med hållbarhet påverkas inte.

Häng med
i debatten på
Twitter; @foretagarna,
Instagram; @foretagarna,
Linkedin och
Facebook!



företagarna