



# Små företag med stora ambitioner

– Företagarnas hållbarhetsrapport 2022

Februari 2022

företagarna

Företagarna företräder 60 000 företagare och har 2 000 förtroendevalda. Vi erbjuder nätverk, kunskap och praktisk hjälp samt driver utvecklingen för ett bättre företagsklimat, så att företagare får rätt förutsättningar för att kunna utveckla sin verksamhet och nå sina mål.

# INNEHÅLL

---

<b>Förord.....</b>	<b>4</b>
<b>Sammanfattning .....</b>	<b>5</b>
<b>Hållbarhet i fokus för Sveriges småföretag .....</b>	<b>6</b>
Småföretagen satsar hållbart .....	8
Bristande resurser hindrar företagens hållbarhetsarbete .....	10
Få mäter resultaten av hållbarhetsarbetet .....	10
Hållbarhetsarbetet är affärsdrivet.....	11
Hållbarhetsarbetet stärker företaget.....	12
Miljö och klimatfrågorna fortsatt i fokus .....	13
Social hållbarhet .....	15
<b>Företagens arbete med att minska sina utsläpp .....</b>	<b>17</b>
Ökade kostnader hinder för utsläppsminskningar .....	19
Klimatpolitiken förväntas påverka företagen och energipolitiken oroar .....	20
Få jobbar strategiskt med Agenda 2030 .....	23
<b>Slutord och övergripande förslag .....</b>	<b>25</b>

## Rapportens författare



Philip Thunborg  
näringspolitisk expert  
Företagarna

# FÖRORD

---

Sedan 2015 har Företagarna återkommande undersökt hur Sveriges småföretag arbetar med hållbarhet. I Sverige finns omkring en miljon företag fördelat på en halv miljon företagare, och småföretagen (0 – 49 anställda) utgör 99,4 procent av samtliga företag. Småföretagen har därmed en central roll i utvecklingen till ett mer hållbart samhälle. Det är därför av yttersta vikt att kartlägga vilka drivkrafter, hinder och inte minst möjligheter som företagen upplever kopplat till hållbarhetsperspektivet. För att företagen ska kunna bidra till en mer hållbar utveckling krävs att de ges rätt förutsättningar att vara produktiva och innovativa samtidigt som de driver utvecklingen framåt.

Miljö- och klimataspekterna är fortsatt i fokus när det kommer till företagens hållbarhetsarbete, vilket går i linje med hur den samhälleliga och politiska diskussionen över lång tid. Eftersom en allt större andel företag bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete finns det en stor potential för en fortsatt utveckling att aktivt arbeta med en av vår tids största utmaningar – klimatförändringarna. Samtidigt är hållbarhet mycket mer än bara miljö och klimat och vi ser en utveckling till ett allt större fokus på de sociala och ekonomiska perspektiven, vilket vi därmed ägnat extra utrymme åt i denna rapport.

# SAMMANFATTNING

---

Hållbarhetsfrågorna är prioriterade bland Sveriges småföretagare. Nio av tio företagare anser att det är viktigt eller mycket viktigt för företag att ta ett samhällsansvar och att bedriva hållbarhetsarbete. Nästan lika många, hela 86 procent av Sveriges företagare, anser dessutom att det är viktigt eller mycket viktigt för det egna företaget. Hållbarhet och samhällsansvar är alltså inte bara viktigt i allmänhet, utan är i allra högsta grad även viktigt för den egna verksamheten.

I årets undersökning märks dessutom en fortsatt tilltagande andel företag som implementerat hållbarhet i sin verksamhet. Bland Sveriges småföretagare uppger 72 procent att de arbetar med hållbarhet idag. Andelen företag med ett aktivt hållbarhetsarbete har därmed ökat med nio procentenheter sedan föregående undersökning (2018) och med 17 procentenheter sedan 2015.

Undersökningen visar att hållbarhetsperspektivet väger allt tyngre hos kunder, finansiärer och samhället i stort, vilket innebär att de företag som agerar hållbart kan dra konkurrensmässiga fördelar av sina insatser. Företag med ett hållbarhetsarbete upplever bland annat förbättrade kundrelationer, nöjdare medarbetare och ökad lönsamhet.

Inom företagens hållbarhetsarbete är klimatfrågan viktig. De flesta har ambitionen att minska sina utsläpp av växthusgaser och fler än hälften har redan vidtagit någon form av utsläppsminskande åtgärd. Samtidigt är de största hindren för svenska småföretag att minska sina utsläpp av växthusgaser affärsrelaterade, som ökade kostnader och brist på affärsnytta. Det visar på behovet av att stimulera efterfrågan på företagens hållbara produkter och tjänster, exempelvis genom offentlig upphandling. Andra områden att prioritera är förbättrad infrastruktur och bättre tillgång till klimatsmarta alternativ, exempelvis biodrivmedel, energieffektivisering och elektrifiering.

Även om miljö- och klimataspekterna fortsatt är mest prioriterade i företagens hållbarhetsarbete, tar social hållbarhet allt mer plats och företagen ser klara konkurrensfördelar av att vidta sociala insatser – exempelvis engagemang i den lokala utvecklingen eller tydligt fokus på aspekter så som arbetsmiljö och personalvård.

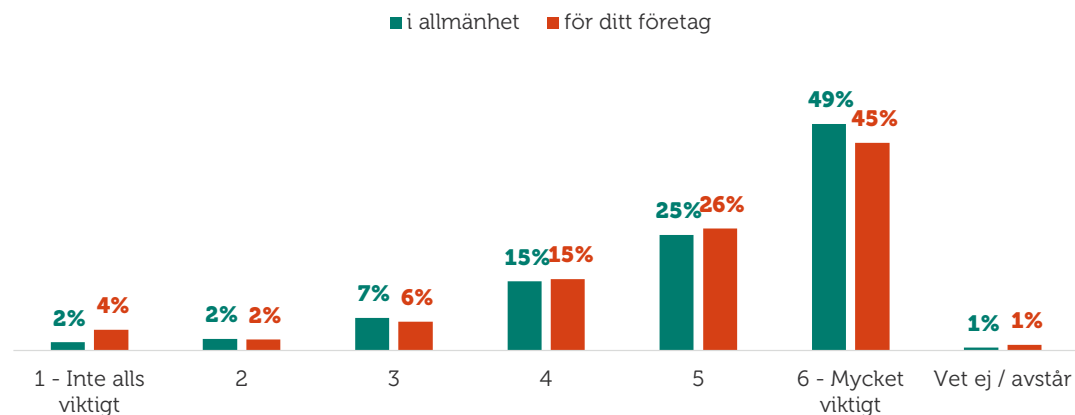
Företagens medskick för att accelerera utvecklingen är ökat stöd och kunskap, affärsmotiverande ekonomiska incitament och politisk långsiktighet som ger fog för investeringar för ökad hållbarhet.

## VAD ÄR HÅLLBART FÖRETAGANDE?

Enkelt uttryckt handlar hållbart företagande om att lönsamhet, miljöhänsyn och samhällsengagemang går hand i hand och genomsyrar alla delar av företagets verksamhet. Det innebär bland annat minskad miljö- och klimatpåverkan, goda arbetsförhållanden och rena affärer, men också respekt för mänskliga rättigheter och hållbart anpassade affärsmodeller.

# HÅLLBARHET I FOKUS FÖR SVERIGES SMÅFÖRETAG

**Figur 1.** Är det viktigt eller oviktigt att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar?

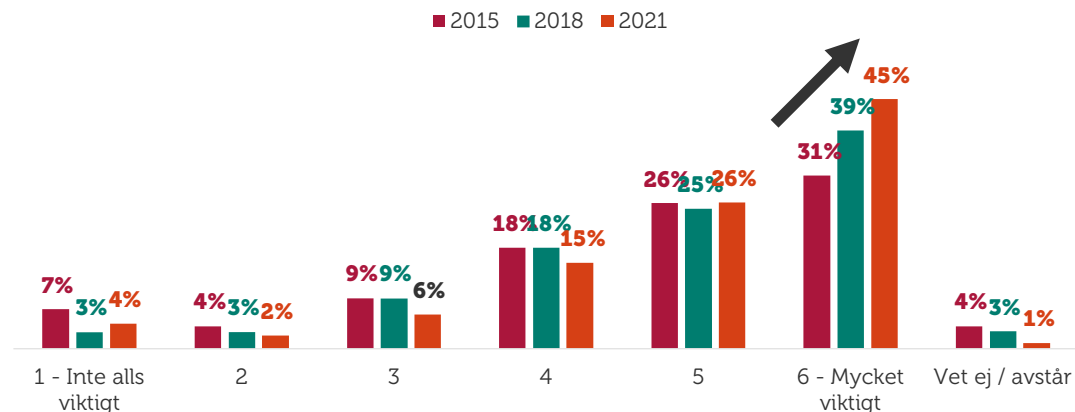


Bas: Samtliga företag, svar på en skala 1-6 (1 = inte alls viktigt och 6 = mycket viktigt), n=805

Hållbarhetsfrågorna är prioriterade bland Sveriges småföretagare. Nio av tio företagare (89 procent) anser att det är viktigt eller mycket viktigt för företag att ta ett samhällsansvar och att bedriva hållbarhetsarbete. Nästan lika många, hela 86 procent av Sveriges företagare, anser dessutom att det är viktigt eller mycket viktigt för det egna företaget. Hållbarhet och samhällsansvar är alltså inte bara viktigt i allmänhet, utan är i allra högsta grad även viktigt för den egna verksamheten.

När vi studerar resultatet i denna undersökning och jämför med de två föregående undersökningarna, från 2015 och 2018, ser vi en tydlig förändring över tid gällande företagens upplevelse av hållbarhetsfrågans vikt för den egna verksamheten. I undersökningen som genomfördes 2015 ansåg 75 procent av företagen att det var viktigt eller mycket viktigt för den egna verksamheten att arbeta hållbart. Motsvarande andel för 2018 var 82 procent. I årets undersökning framgår, som nämnts ovan, att 86 procent av landets företagare anser att det är viktigt att arbeta hållbart. I figur 2 syns utvecklingen över tid, där det framgår att den största utvecklingen har skett i segmentet företagare som anser att det är mycket viktigt för det egna företaget att arbeta hållbart. Nära hälften av landets företagare hamnar således i detta segment idag.

**Figur 2.** Är det viktigt eller oviktigt för ditt företag att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar för er verksamhet?



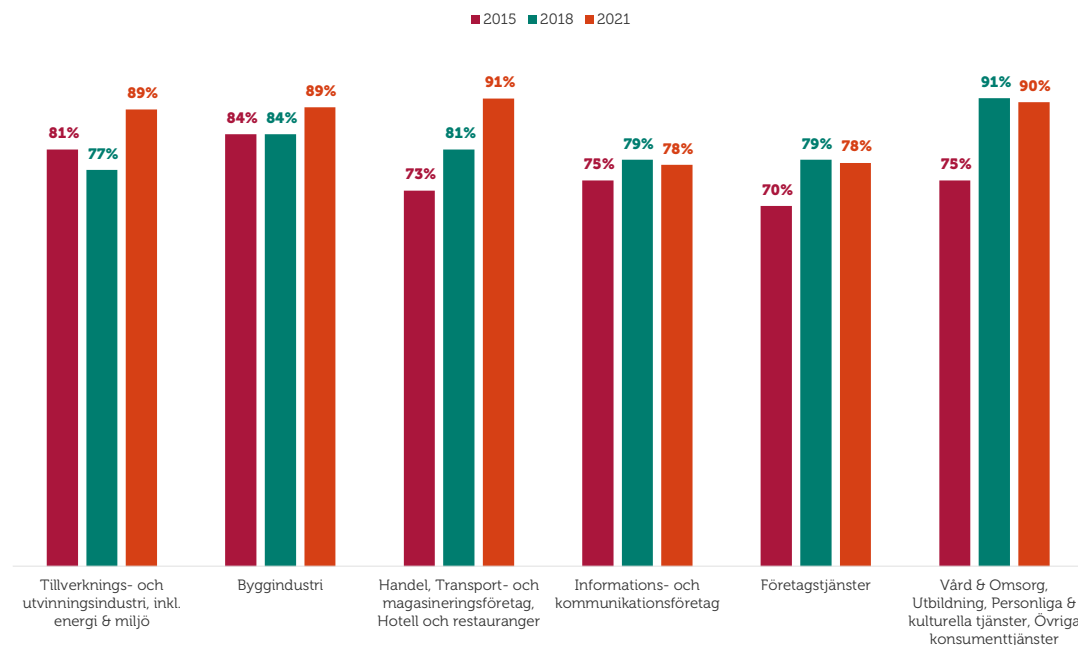
Bas: Samtliga företag, svar på en skala från 1-6 (1 = Inte alls viktigt och 6 = Mycket viktigt), n=805

Baserat på bakgrundsvariablerna i undersökningen ser vi att geografiskt läge och företagsstorlek har relativt liten betydelse för hur företagen ser på betydelsen av vikten av hållbarhetsarbete. Andelen företag som anser att det är viktigt eller mycket viktigt varierar endast med ett par procentenheter. Trots att det finns bakomliggande faktorer som påverkar fördelningen, exempelvis en större andel tjänsteföretag i städer, lägger man i stort sett lika stor vikt vid hållbarhetsfrågorna i städer som i lands- och glesbygd. Det finns en viss variation mellan branschkategorierna när det kommer till vikten av hållbarhetsarbete för de egna företaget, även om vi ser att samtliga branscher värderar hållbarhet högt (figur 3).

Verksamheter inom Vård och Omsorg, Personliga och Kulturella tjänster samt Övriga Konsumenttjänster upplever fortsatt i hög grad att det är viktigt att bedriva ett hållbarhetsarbete. Samtidigt ser vi en tydligt ökad andel företag som lägger stor vikt vid hållbarhet inom kategorierna Tillverknings- och utvinningsindustri, Byggindustri samt Handel, Transport- och magasineringföretag, Hotell och Restaurang. Bland verksamheter inom Information och Kommunikation samt Företagstjänster är andelen fortsatt runt 80 procent.

Oavsett vilken bransch företagen verkar i värderar de hållbarhetsfrågan högt och det finns inga indikationer på en avmattning i företagets värdering av att arbeta hållbart, snarare tvärtom. Detta går i linje med samhällsutvecklingen där kunder, allmänhet, finansiärer och medarbetare ställer allt högre krav på näringslivets aktiva arbete för en mer hållbar utveckling. Även krav från staten i form av lagar och regler ökar inom hållbarhetsområdet, vilket ytterligare förstärker trycket på företagen att utveckla sitt hållbarhetsarbete. De skillnader som finns mellan olika branschkategorierna kan bero på att vissa branscher där exempelvis miljö- eller klimatpåverkan är påtaglig har inneburit ökade krav och förväntningar på att lägga större vikt på hållbarhet, än i branscher där påverkan inte är lika uppenbar.

**Figur 3.** Andelen företag som svarat att den egna verksamhetens hållbarhetsarbete och samhällsansvar är viktigt



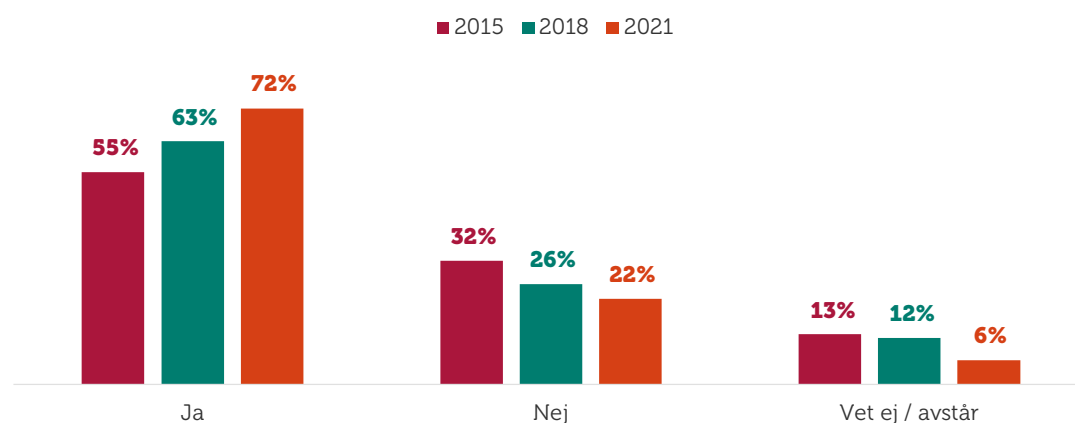
Bas: Samtliga företag, andelen företag som svarat 4, 5 eller 6 (det är viktigt) på en skala 1–6, n=805

## Småföretagen satsar hållbart

I föregående avsnitt framgick att nära nio av tio företag anser att det är viktigt, både för företag i allmänhet och för den egna verksamheten, att arbeta hållbart och ta samhällsansvar. Följaktligen är det intressant att titta på hur stor andel av företagen som faktiskt har satt igång med ett aktivt hållbarhetsarbete.

I årets undersökning syns en fortsatt tilltagande andel företag som implementerat hållbarhet i sin verksamhet. Bland Sveriges företagare uppger 72 procent att de arbetar med hållbarhet idag. Andelen företag med ett aktivt hållbarhetsarbete har därmed ökat med nio procentenheter sedan föregående undersökning (2018) och med 17 procentenheter sedan 2015. Vi ser även att trenden med allt färre företag som inte arbetar med hållbarhet håller i sig, där andelen minskat från 32 procent 2015 till 22 procent i årets undersökning.

**Figur 4.** Arbetar ditt företag med hållbarhet idag?



Bas: Samtliga företag, n=805

Vidare kan vi konstatera att de större småföretagen (företag med fler än 10 anställda) i högre utsträckning har ett utvecklat hållbarhetsarbete. Det är naturligt och logiskt, då större företag generellt har mer resurser att bedriva ett systematiskt hållbarhetsarbete. Samtidigt ser vi att andelen med ett hållbarhetsarbete har ökat kraftigt bland de allra minsta företagen (soloföretagare och företag med 1–4 anställda) sedan undersökningen som genomfördes 2015. Även om det fortsatt finns viss skillnad i huruvida företagen arbetar med hållbarhet beroende på hur stort företaget är, ser vi att skillnaderna alltmer jämnats ut. Företagens hållbarhetsarbete har historiskt sett varit fokuserat främst kring de allra största företagen, bland annat vad gäller regelverk och förväntningar från allmänhet och kunder. Att allt fler företag, oavsett storlek, bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete visar på hur utbredd frågan har blivit i hela näringslivet och på hur de allra flesta företagen idag behöver förhålla sig till den.

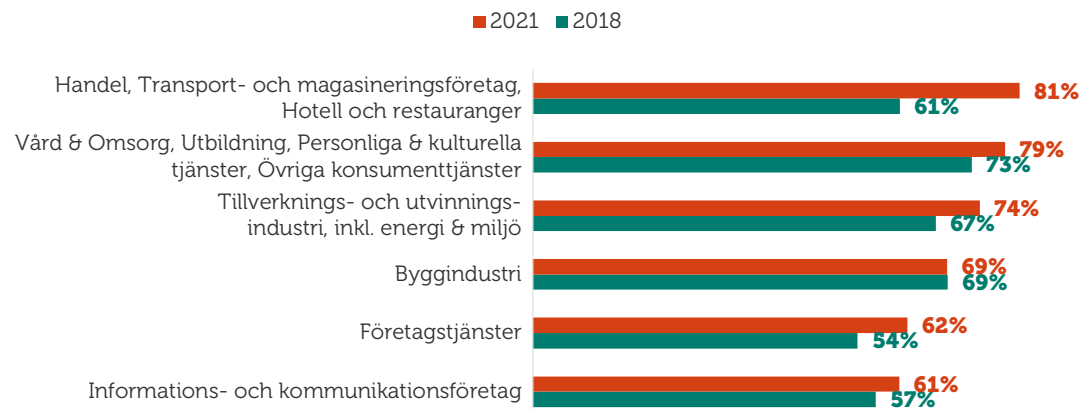
Det finns emellertid fortsatt en branschskillnad i andelen företag med ett aktivt hållbarhetsarbete. Företag inom Handel, Transport och magasinering, Hotell och restaurang har i högst utsträckning ett hållbarhetsarbete. Det är dessutom denna branschkategori som haft den kraftigaste utvecklingen, där vi ser att andelen företag som arbetar med hållbarhet har ökat från 61 procent till 81 procent mellan undersökningarna. En sannolik förklaring till utvecklingen är att samhällets ökade medvetenhet och efterfrågan på samhällsansvar har gett avtryck. Företagen har i takt med omvärlden ökat sin prioritering kring hållbarhetsinsatser, samtidigt som kundernas krav och förväntningar har ökat.

Även Vård och omsorg, Utbildning, Personliga och kulturella tjänster och Övriga konsumenttjänster tillsammans med Tillverknings- och utvinningsindustrin samt Byggindustrin har en hög andel företag som bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete.



Företag verksamma inom de branschkategorierna som ligger i toppen av figur 5 har generellt sett en tydlig påverkan och de präglas av konsumentnära tjänster. Allmänheten och konsumenter blir allt mer medvetna och i ett företag-konsumentförhållande (*business to consumer*, B2C) behöver företaget som erbjuder en vara eller tjänst ha som utgångsläge att konsumenten relativt enkelt kan urskilja och välja det företag som aktivt arbetar med hållbarhet. Konsumenter har ofta andra typer av preferenser kring hållbarhet, ställer andra typer av krav och kan fatta beslut på andra grunder än vad företag gör avseende sina leverantörer (*business to business*, B2B). Att välja en annan leverantör av företagstjänster kan vara svårare då det kan röra sig om en specialiserad kunskap eller produkt som man är beroende av, eller att hållbarhetsvärdet är svårt att definiera. Detta kan vara en anledning till att Företagstjänster tillsammans med Informations- och kommunikationsföretag i lägre utsträckning än övriga branscher bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete. Det kan också bero på hur företagen i dessa branscher är uppbyggda och på vilket sätt de bedriver sin verksamhet. Ett exempel som vi ofta stöter på i våra undersökningar och i kontakt med företagare är att företag med få eller inga anställda i dessa branscher bedömer sin verksamhets hållbarhetspåverkan som mycket begränsad eller svår att förändra.

**Figur 5.** Andelen företag med ett hållbarhetsarbete



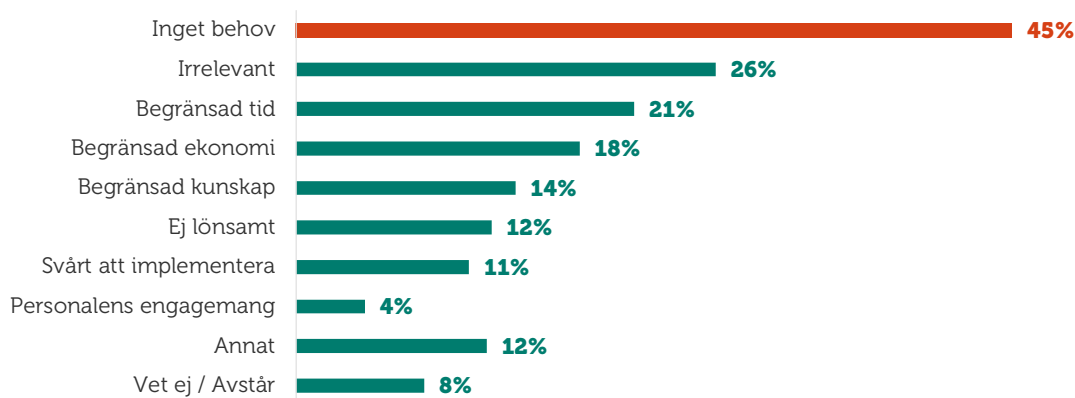
Bas: Företag som bedriver hållbarhetsarbete, n=564

## Bristande resurser hindrar företagens hållbarhetsarbete

Andelen företag som inte bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete i sin verksamhet har minskat från 26 procent (2018) till 22 procent i årets undersökning. Jämfört med undersökningen som genomfördes 2015 har andelen minskat med tio procentenheter. Bland den dryga femtedel av landets företag som inte bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete anser 45 procent att det inte finns ett behov och 26 procent anger att det av någon anledning är irrelevant. Många småföretagare upplever att de har en obetydlig påverkan i hållbarhetsfrågorna och att deras inflytande är begränsat, vilket sannolikt bidrar till att en stor andel företagare inte ser ett behov av att bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete. Vidare kan det också bero på vilken fas företaget är i, exempelvis i avveckling, eller om företaget inte upplever några särskilda krav från sina kunder.

Ungefär 99,5 procent av företagen i Sverige är företag med färre än 50 anställda och omkring 96 procent av landets företag har färre än tio anställda<sup>1</sup>. Brist på resurser i form av tid, ekonomi och kunskap utgör begränsningar för de mindre företagen att med små personella resurser och begränsad intern kompetens bedriva ett strukturerat och långsiktigt hållbarhetsarbete.

**Figur 6.** Vad är skälen till att ditt företag inte bedriver ett hållbarhetsarbete?



Bas: Företag som inte bedriver hållbarhetsarbete, n=166

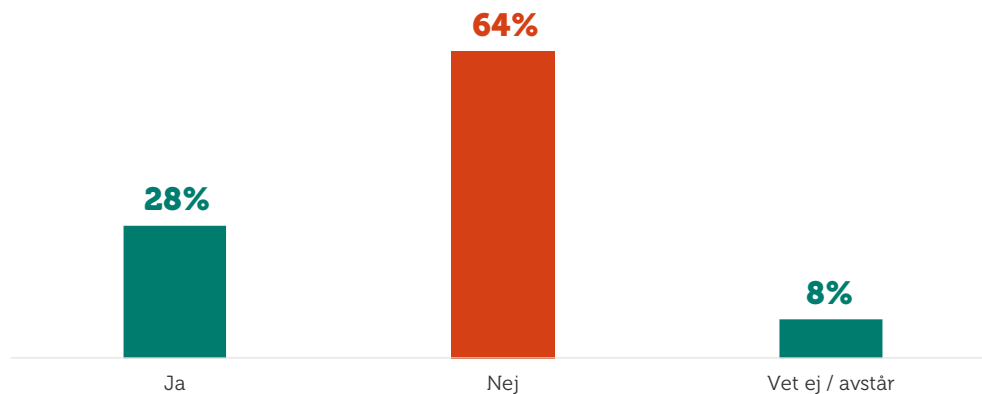
## Få mäter resultaten av hållbarhetsarbetet

Även om allt fler småföretag ser betydelsen av, och bedriver ett, hållbarhetsarbete är det få som utvärderar sina insatser. Omkring var fjärde företag följer upp och utvärderar effekterna av sitt hållbarhetsarbete. Omkring sex av tio företag utvärderar inte sitt arbete, vilket kan leda till ineffektivitet och innebära att verksamheten har fel fokus i sitt hållbarhetsarbete. Att inte utvärdera och följa upp kan dessutom utgöra ett hinder för företaget att kommunicera dess framgångsrika hållbarhetsarbete gentemot exempelvis kunder, ledning och finansiärer.

Att det finns en hög andel företag som inte utvärderar sitt hållbarhetsarbete är sannolikt även en fråga om resurser. Att utvärdera verksamhetens arbete och analysera huruvida man faktiskt arbetar effektivt och har rätt fokus är tidskrävande samtidigt som det kräver kunskap och resurser att justera och utveckla verksamheten i önskad riktning.

<sup>1</sup> <https://www.ekonomifakta.se/fakta/foretagande/naringslivet/naringslivets-struktur/>

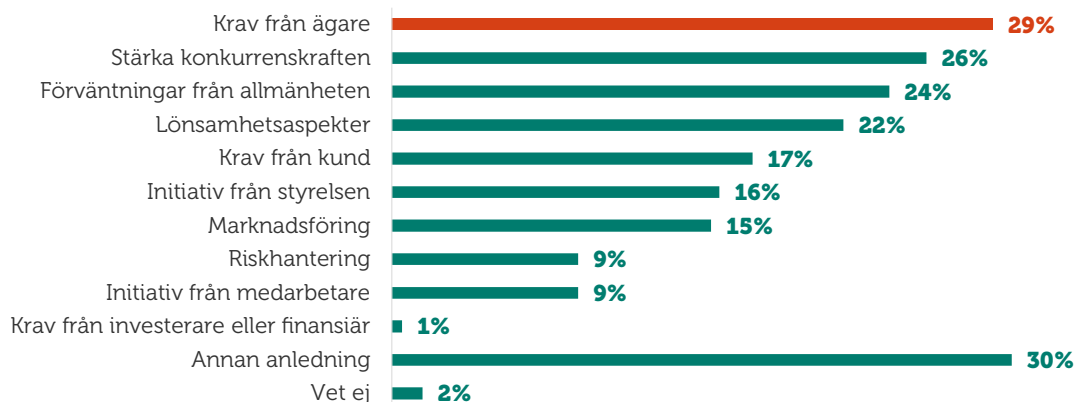
**Figur 7.** Utvärderar ditt företag effekterna av ert hållbarhetsarbete



Bas: Företag som bedriver hållbarhetsarbete, n=564

## Hållbarhetsarbetet är affärsdrivet

**Figur 8.** Vilka är de främsta anledningarna till att ni bedriver hållbarhetsarbete?



Bas: Företag som bedriver hållbarhetsarbete, n=564

Företagens hållbarhetsarbete är till stor del affärsdrivet. Att stärka företagets konkurrenskraft och öka lönsamheten tillsammans med ökade krav från kunder och förväntningar från allmänheten är bland de främsta anledningarna till att företagen bedriver ett hållbarhetsarbete. Det är tydligt att företagen ser affärsnytta av sitt hållbarhetsarbete.

Jämfört med undersökningen som genomfördes 2018 syns inga större skillnader i företagens drivkrafter, förutom att krav från ägare har bytt plats med stärkt konkurrenskraft i toppen av listan. Årets undersökning visar därmed att företagens ägare har ett tydligt engagemang och att krav från ledning och ägare är viktigt för utvecklingen av företagens hållbarhetsarbete. Det visar också på verkligheten i många småföretag som präglas av ett tydligt ägande och där ägaren har en nära relation till företagets verksamhet.

En annan utveckling jämfört med tidigare undersökningar är att förväntningar från allmänheten blir en alltmer viktig drivkraft i företagens hållbarhetsarbete. Andelen, 26 procent, är något högre än för undersökningen 2018, men den största skillnaden syns när vi jämför med 2015 års undersökning. Då angav endast sex procent av företagen att allmänhetens förväntningar var en av de främsta anledningarna till verksamhetens hållbarhetsarbete. Detta visar på att hållbarhetsfrågan har fått ett brett fäste i samhällsdebatten och att det i hög grad blivit en affärskritisk aspekt för företagen att hantera.

Omkring en tredjedel av företagen uppger ”annan anledning” som främsta drivkraft i deras hållbarhetsarbete. Av fritextsvaren som har följt det svarsalternativet framgår att många företagare har ett hållbarhetsarbete för att de känner ett ansvar för klimatet, miljön och för samhället. Vidare uppger många att företaget har en skyldighet att minska den egna verksamhetens negativa påverkan för att inte äventyra framtiden för kommande generationer. Flertalet respondenter menar också att det idag är en självklarhet för deras företag att ta in hållbarhetsaspekter i verksamheten, som en del av en generell utveckling.

Den sammantagna bilden över företagens drivkrafter och vilka aspekter som får dem att bedriva ett hållbarhetsarbete visar att det till stor del är affärsdrivet. Samtidigt ser vi att det även bland annat handlar om företagets egen ansvarskänsla, att de vill vara en attraktiv arbetsgivare och att de vill bidra till en hållbar samhällsutveckling. Att drivkrafterna är så pass varierade, det vill säga att trycket inte enbart kommer från ett och samma håll, torde vara en god indikator på att hållbarhet har blivit en naturlig del av företagets vardag – vilket ger goda förutsättningar för långsiktighet i företagets utveckling till att bli än mer hållbara.

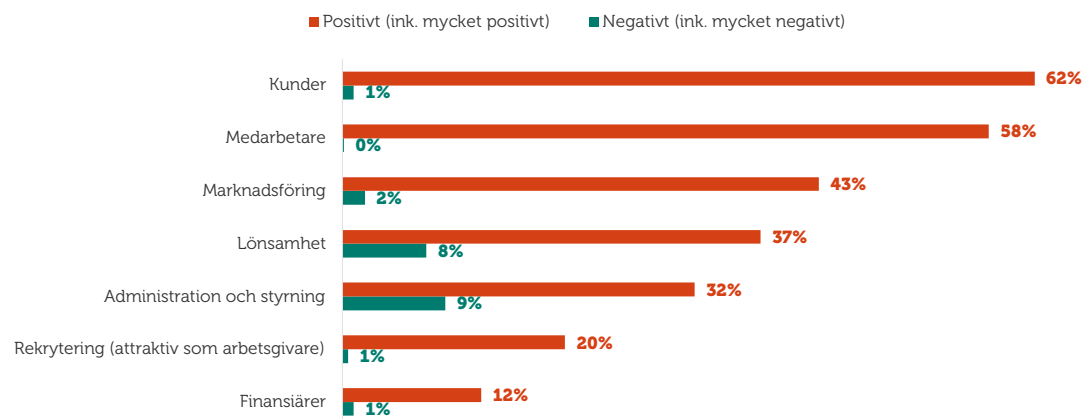
## Hållbarhetsarbetet stärker företaget

Hållbarhetsarbetet stärker relationen till kunder, skapar nöjda medarbetare och gynnar marknadsföringen. Omkring fyra av tio företag uppger dessutom deras hållbarhetsarbete har bidragit till ökad lönsamhet. Samtidigt uppger åtta procent att hållbarhetsarbetet haft en negativ påverkan på företagets lönsamhet. Många företag förknippar hållbarhet med ökade kostnader. Detta stämmer i många fall, eftersom det ofta krävs någon form av investering för en verksamhet att bli mer hållbar. De företag som upplever att arbetet haft en negativ påverkan på lönsamheten har sannolikt nyligen investerat i verksamhetens hållbarhetsarbete, medan de företag som upplever en positiv påverkan på lönsamheten har kommit så pass långt att de kunnat börja skörda frukten av sina investeringar. Kanske har de kunnat spara in kostnader för lokaler, maskiner eller transporter genom att bli mer energieffektiva eller fått nya kunder genom sitt fokus på hållbarhet.

Var tredje företag uppger att det påverkat verksamhetens administration och styrning i en positiv riktning, sannolikt tack vare att hållbarhetsarbetet inneburit en genomlysning av verksamheten vilket har lett till värdefulla lärdomar och effektiviseringar.

Sammantaget ser vi att hållbarhetsfrågan har blivit så pass utbredd att de företag som agerar hållbart kan dra stora konkurrensmässiga fördelar av sina insatser. Det inverkar positivt på efterfrågan av företagets erbjudande där hållbarhet påverkar valet av leverantör mer idag än för bara några år sedan, vilket är en trend som lär fortsätta.

**Figur 9.** Hur har ditt företags hållbarhetsarbete påverkat nedanstående?

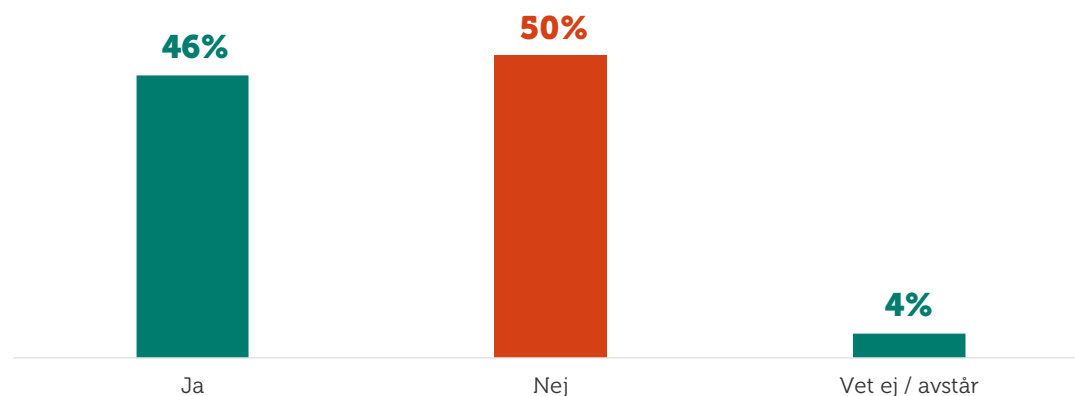


Bas: Företag som bedriver hållbarhetsarbete, n=564

## Miljö och klimatfrågorna fortsatt i fokus

Bland företagen med ett hållbarhetsarbete har knappt hälften en strategi för sitt arbete, medan 50 procent inte har en strategi. En bedömning är att det finns en kunskapslucka hos många företag, vilket bekräftas av att det är just vägledning och hjälp med att hitta rätt verktyg för att kunna utforma strategier eller policys som företagen efterfrågar allra mest. Om företagen har en tydligare bild över vilka av verksamhetens insatser som bidrar till en hållbar utveckling, och på vilket sätt, skulle det bli lättare för dem att både följa upp och externt kommunicera sitt hållbarhetsarbete. Vår slutsats är att många företag gör viktiga insatser för hållbarhet inom exempelvis miljö, jämställdhet eller arbetsmiljö, men att de inte kategoriserar dem som just hållbarhetsinsatser. Genom att ha kännedom om vilka insatser som är mest relevanta för det egna företaget ökar möjligheterna till ett effektivt och lönsamt hållbarhetsarbete.

**Figur 10.** Har ditt företag en strategi för ert hållbarhetsarbete?



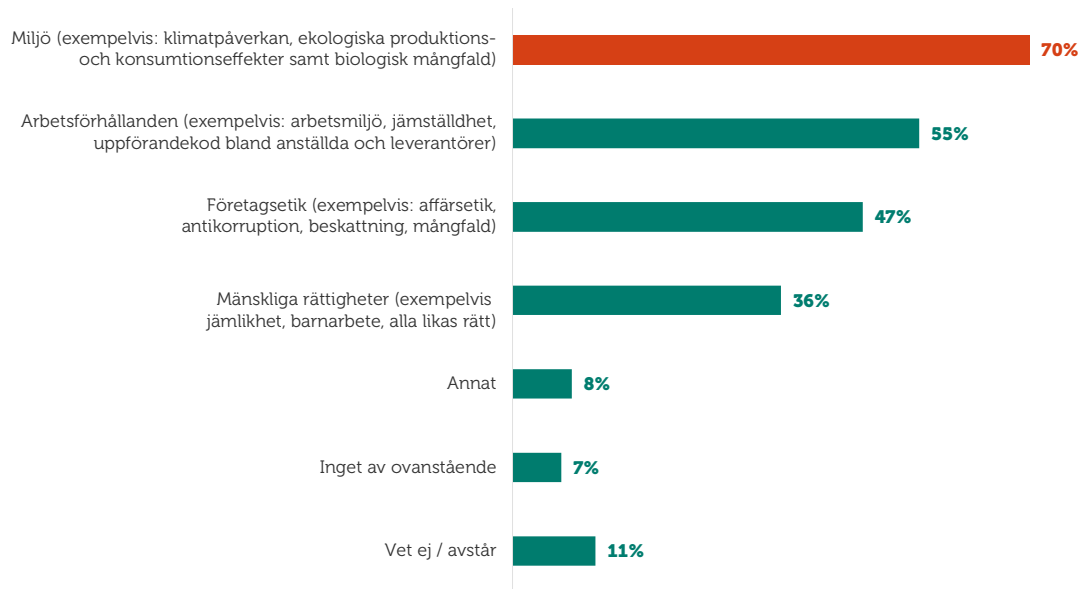
Bas: Företag som bedriver hållbarhetsarbete, n=564

Miljö- och klimataspekterna ligger i fokus för styrdokumenteten hos en majoritet av företagen (70 procent). Omkring hälften rör frågor om arbetsförhållanden (55 procent) och företagsetik (47 procent). Ungefär var tredje företag behandlar mänskliga rättigheter i verksamhetens styrdokument.

Miljö och klimat är därmed fortsatt i fokus när det kommer till företagets hållbarhetsarbete, vilket går i linje med hur den samhälleliga och politiska diskussionen kring hållbarhet har sett ut under lång tid. Dessutom kan det faktum att miljö och klimat har ett övervägande fokus i företagets styrdokument bero på att klimat- och miljöpåverkan kan vara enklare att identifiera än andra faktorer som exempelvis mänskliga rättigheter eller företagsetik. Eftersom en allt större andel företag bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete finns det en stor potential för en fortsatt utveckling att aktivt arbeta med en av våra största utmaningar – klimatförändringarna.

Samtidigt är hållbarhet mycket mer än bara miljö och klimat och vi ser en utveckling till, inte minst inom lagstiftningsområdet, ett allt större fokus på de sociala och ekonomiska delarna. Detta är något som företagen allt mer behöver förhålla sig till, vilket vi ska återkomma till senare i rapporten.

**Figur 11.** Vilka av nedanstående tematiska områden behandlas i företagets policy/strategi för hållbarhetsarbete?

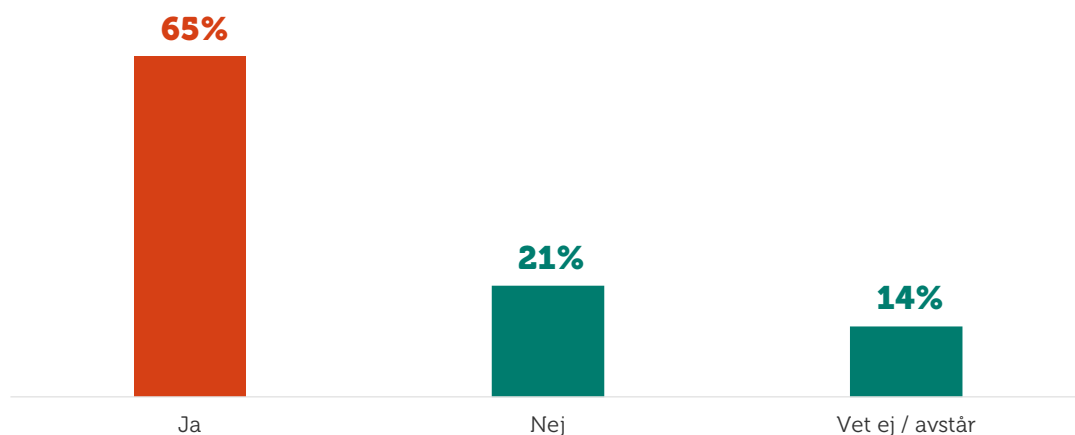


Bas: Företag som bedriver hållbarhetsarbete, n=564

Företagens hållbarhetsarbete är som sagt till stor del affärsdrivet och i det strategiska arbetet hos företagen ligger störst fokus på miljö och klimat. Bilden av att hållbarhet i allmänhet och klimat- och miljöåtgärder i synnerhet har blivit affärskritiskt och dessutom en konkurrensfaktor för en stor del av näringslivet förstärks när vi frågar företagen huruvida de tror att klimatinsatser kan innebära en konkurrensfördel.

En klar majoritet, 65 procent, av landets företagare tror att klimatinsatser kan ge konkurrens- mässiga fördelar. Jämfört med undersökningen som genomfördes 2018 har andelen ökat med åtta procentenheter (då 57 procent). Var femte företag tror inte att klimatinsatser innebär en konkurrens- fördel, vilket ska jämföras med 25 procent i föregående undersökning.

**Figur 12.** Tror du att klimatinsatser (t ex minskade utsläpp av växthusgaser) kan ge företag en konkurrensfördel?

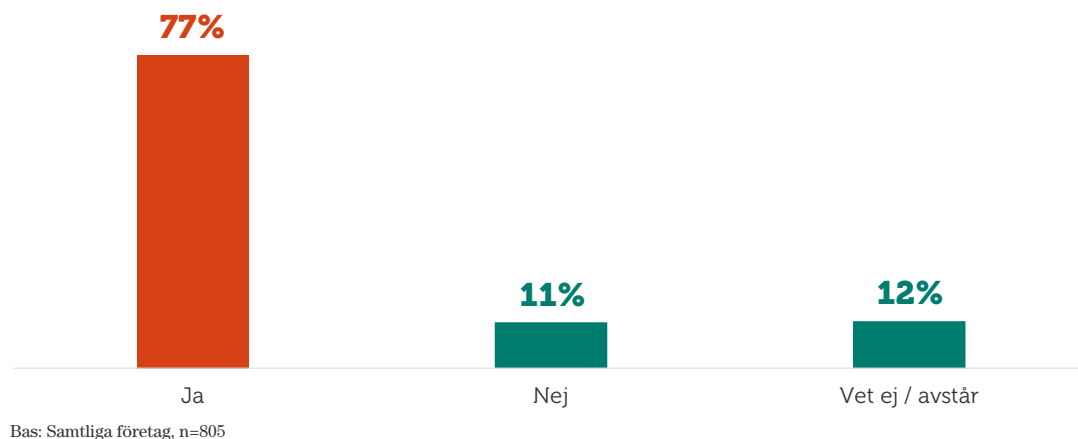


Bas: Samtliga företag, n=805

Samtidigt som vi ser att miljö och klimat är mest prioriterat i företagens aktiva arbete med hållbarhet (figur 11) framkommer det i undersökningen att det är en stor andel företag som tror att sociala insatser kan innebära konkurrensfördelar. Bland företagen tror 77 procent att insatser som exempelvis engagemang för den lokala samhällsutvecklingen eller fokus på att bidra till goda arbetsförhållanden kan stärka konkurrenskraften, se figur 13.

Detta är en intressant aspekt att lyfta då det i hållbarhetssammanhang allt som oftast diskuteras ur ett "grönt" perspektiv, där de sociala delarna inte sällan glöms bort. Att sociala insatser i högre grad än klimatinsatser upplevs som en konkurrensfördel bland företagen kan förklaras med att det är relativt enkelt för en kund eller en arbetssökande att identifiera. Det kan också ha sin förklaring i att kunder, medarbetare eller arbetssökande i en allt större utsträckning ställer krav på företagen att bedriva en ansvarsfull verksamhet som bidrar till en socialt hållbar utveckling. Tidigare har vi främst diskuterat frågan ur ett grönt perspektiv, där diskussionen nu har breddats till att i högre utsträckning ta upp aspekter så som jämställdhet, jämlikhet, hälsa och arbetsvillkor i hela leverantörsledet. Och inte minst på vilket sätt företagen tar ansvar för en hållbar utveckling inom den sociala dimensionen.

**Figur 13.** Tror du att sociala insatser (t ex ett engagemang för den lokala utvecklingen eller fokus på goda arbetsvillkor, arbetsmiljö eller jämställdhet) kan ge en konkurrensfördel?



## Social hållbarhet

Den sociala hållbarhetsdimensionen tar allt mer plats i samhällsdebatten och företagen ser klara konkurrensfördelar av att vidta sociala insatser, vilket vi beskrivit i föregående avsnitt. Det är dock inte enbart samhällsdebatten eller höjda förväntningar från kunder, investerare eller leverantörer som driver på och gör att företagens sociala insatser bedöms som allt mer viktiga. Den politiska utvecklingen har gått från ett tydligt ekologiskt fokus, till att börja ställa högre krav på sociala hållbarhetsaspekter i fråga om lagar, regler och riktlinjer. Trycket har ökat genom att bland annat de så kallade ESG-kriterierna (*Environmental, Social and Governance*) där företagen förväntas redogöra hur de hanterar risker och möjligheter gällande exempelvis miljö, arbetsrätt och bolagsstyrning upplevs som allt mer viktigt. Hållbara insatser i företagens verksamheter drivs också på till följd av ökade krav på hållbarhetsrapportering.

Social hållbarhet handlar till stor del om individens behov, rättigheter och möjligheten att förbättra sin livssituation. Ett socialt hållbart samhälle är jämställt och jämlikt där människor lever med god hälsa, utan orättfärdiga skillnader och där människor känner tillit och förtroende till varandra. I ett socialt hållbart samhälle är medborgarna delaktiga i samhällsutvecklingen.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> <https://www.folkhalsomyndigheten.se/motesplats-social-hallbarhet/social-hallbarhet/>

Sverige och världen står inför betydande utmaningar i arbetet för en mer hållbar värld. Fokus behöver riktas på både miljö, folkhälsa, ekonomi och demokratiskt inflytande, såväl globalt och nationellt som ner till lokalsamhället. Det krävs omfattande globala insatser för att möta dessa utmaningar. Men alla satsningar börjar lokalt för att bygga den förståelse och långsiktighet som krävs för att lyckas.

En hanterbar åtgärd är därför att stärka lokalsamhällets hållbarhet och uthållighet – kallat resiliens eller motståndskraft. En viktig pusselbit i detta arbete är ett långsiktigt hållbart lokalt småföretagande. Detta perspektiv är minst lika viktigt då det i än högre grad handlar om lokalsamhället där det enskilda företaget lever och verkar. Den sociala hållbarheten inbegriper livsmiljö, folkhälsa, attraktivitet och lokalekonomi vilket är direkt ömsesidigt beroende av ett fungerande företagande, och finns härigenom väl beskrivet i Agenda 2030.

För att sätta det i ett näringslivsperspektiv handlar det i översiktliga drag om att värna människor i olika sammanhang. För många företag kan det handla om hur det ser ut på arbetsplatsen – i form av exempelvis könsfördelning i olika roller, hur stor andel av de anställda som har utländskt ursprung eller hur arbetsplatsens demografi ser ut. Det som förenar begreppet är att det grundas i människors olika behov. Dessa behov kan definieras i form av mänskliga basala behov så som tillgång till mat och vatten, god hälsa eller avskaffad fattigdom. Den sociala hållbarhetsdimensionen behandlar även exempelvis jämställdhet, jämlikhet, tillgång till god utbildning och inkluderande samhällen.

Social hållbarhet spelar en allt viktigare roll för företagen. Konsumenter, investerare och ägare efterfrågar större fokus på ett ställningstagande och agerande från företagets sida. Det är numera vedertaget att hållbarhet bidrar till bland annat positiva effekter på verksamhetens lönsamhet, gör företag till en mer attraktiv arbetsplats och leder till bättre kundrelationer.

Som konstaterats i föregående avsnitt är miljö och klimat vanligast förekommande i företagens hållbarhetsarbete, vilket 70 procent av företagen uppger. De sociala hållbarhetsaspekterna är dock inte frånvarande i företagens arbete. En majoritet av företagen, 55 procent, behandlar frågor kopplat till arbetsförhållanden i sitt strategiska arbete med hållbarhet. Arbetsförhållanden så som exempelvis arbetsmiljö, jämställdhet, balans mellan arbete och privatliv eller medarbetares hälsa är alltså prioriterat när det kommer till den sociala hållbarhetsdimensionen. Vi kan dock se att andra aspekter så som affärsetik och mänskliga rättigheter finns med i företagens hållbarhetsarbete – även om dessa områden kan uppfattas som en blandning av social och ekonomisk hållbarhet.

Det finns många sätt för företag, oavsett storlek, att arbeta med de sociala aspekterna av hållbarhet. I grunden handlar det om att företaget beaktar frågeställningar avseende exempelvis mångfaldhet på arbetsplatsen, hur rekryteringsprocesser ser ut, vad som är viktigt ur en personalvårdsaspekt eller på vilket sätt som företaget vill bidra till den lokala samhällsutvecklingen. Det är också viktigt att blicka utanför den egna organisationen för att säkerställa att verksamheten inte bidrar med en negativ påverkan längre bort i värdekedjan.

Sveriges småföretagare bidrar till en positiv samhällsutveckling runt om i landet. Sedan 1990 har småföretagen skapat fyra av fem nya jobb och de står för den största andelen av skatteintäkterna i 189 av landets 290 kommuner.<sup>3</sup> Företagen skapar jobb för den som står långt bort från arbetsmarknaden och för ungdomen som tar sitt första jobb. Småföretagen är dessutom en viktig faktor i integrationen. I ett socialt hållbart samhälle ges alla chansen att bidra till en positiv utveckling.

För att företagen ska fortsätta skapa jobb och levande samhällen i hela landet krävs förutsägbara villkor som underlättar och stödjer företagande – där tillgången till kompetens, minskade kostnader och företagets trygghet från utsatthet av brott prioriteras. Ett gott företagarklimat är en viktig grund för en socialt hållbar utveckling.

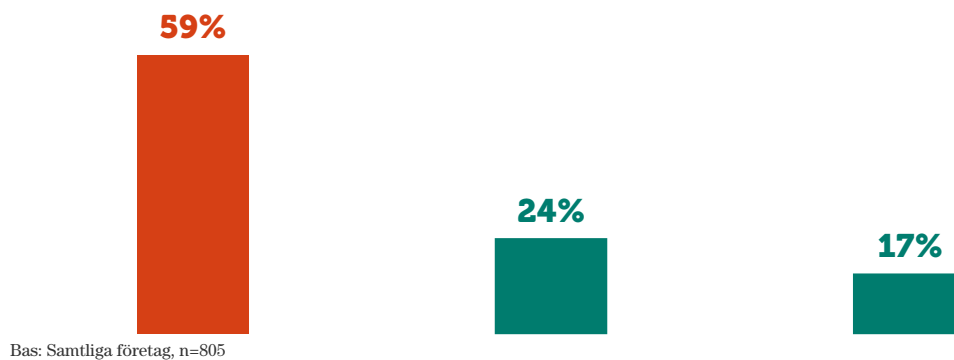
<sup>3</sup> <https://www.foretagarna.se/politik-paverkan/rapporter/2021/valfardsskaparna-2021/>



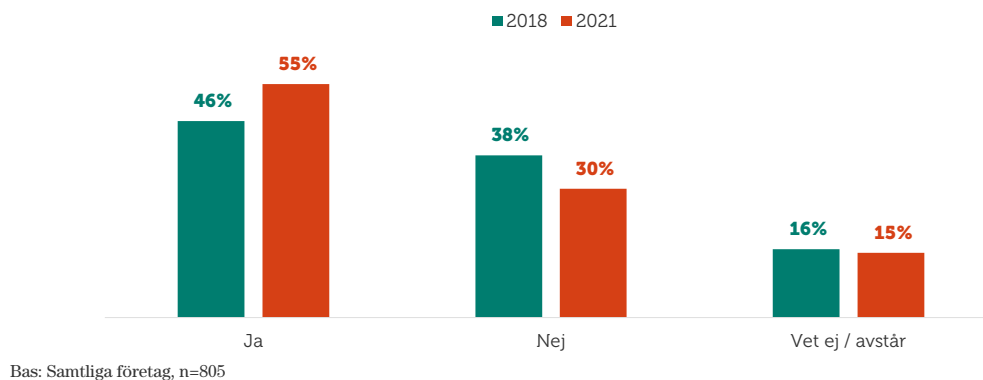
# FÖRETAGENS ARBETE MED ATT MINSKA SINA UTSLÄPP

Omkring två av tre företag har ambitionen att minska sina utsläpp av växthusgaser. Fler än hälften av landets småföretag har redan vidtagit åtgärder, vilket är en ökning sedan undersökningen från 2018 (figur 15). Samtidigt ser vi att andelen företag som inte vidtagit åtgärder för att minska verksamhetens utsläpp har minskat med nästan tio procentenheter. Det pekar på att klimatfrågan är viktig för svenska småföretag och att många har tagit klivet för att vara en del i omställningen.

**Figur 14.** Har ditt företag ambitionen att minska era utsläpp av växthusgaser?



**Figur 15.** Har ditt företag vidtagit åtgärder för att minska era utsläpp av växthusgaser?



Sveriges småföretag anser att de har störst möjlighet att minska sina utsläpp genom val tjänstebil, insatser kopplat till avfall och återanvändning, inköp av godstransporter, energieffektivisering och val av el. Figuren nedan visar att transporter står för en stor del av de områden där företagen ser möjlighet att minska sina utsläpp. Eftersom transporter står för omkring en tredjedel av Sveriges totala utsläpp av växthusgaser skulle åtgärder inom det området kunna ha stor påverkan på företagens utsläpp. Transporter kan också upplevas som ett område där företagen har stor möjlighet att påverka, till exempel vad gäller val av tjänstebil eller inköp av godstransporter.

Den åtgärd som företagen ser störst möjlighet att minska sina utsläpp handlar om val av tjänstebil. Samtidigt anser företagen att ökade kostnader är det största hindret för minskade utsläpp i verksamheten. För att göra det enklare för företagen att minska sina utsläpp genom att kunna välja fordon med låga utsläpp bör bonus malus-systemet<sup>4</sup> justeras för att bli mer effektivt och rättvist. I Företagarnas rapport Guld och gröna skatter föreslår vi att bonus malus-systemet bör ta hänsyn till att det idag till stor del går att ersätta fossila drivmedel med biodrivmedel i befintliga motorer och att det därmed bör finnas möjlighet för avdrag på fordonsskatten vid tankning av förnybara drivmedel. Dessutom bör även transportnyttan vägas in i systemet. Idag behandlas personbilar och lätta lastbilar i samma system vilket särskilt missgynnar fordon som används av olika serviceverksamheter, exempelvis hantverkare och distributionsföretag, eftersom de generellt är både tyngre och större än personbilar. Personbilar och lätta lastbilar har olika användningsområden, men eftersom de behandlas i samma system kommer de lätta lastbilarna ofta vara på malus-sidan i systemet – även om de är betydligt mer miljöanpassade än andra likvärdiga modeller. Det är därför nödvändigt att upprätta ett parallellt system för denna fordonskategori, där fordon med samma användningsområde jämförs med varandra, och därefter kan bonus respektive malus räknas ut.<sup>5</sup>

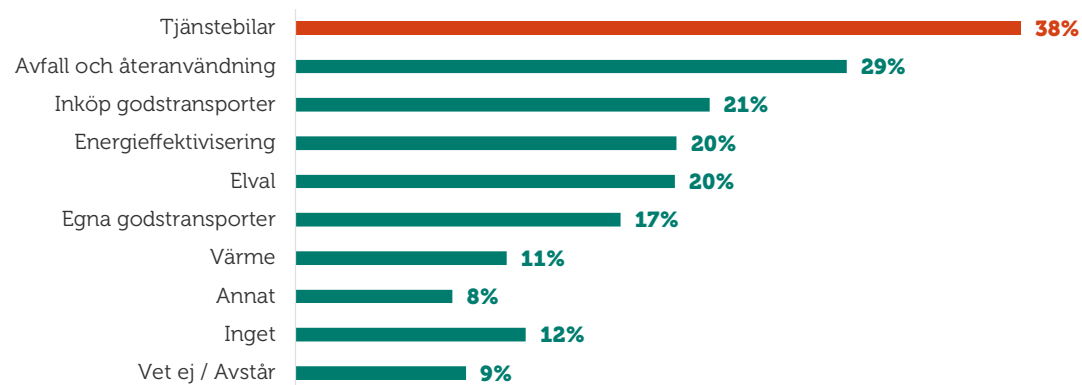
#### JUSTERA BONUS MALUS-SYSTEMET:

- Möjliggör avdrag på fordonsskatten vid tankning av förnybara drivmedel.
- Upprätta ett parallellt system för lätta lastbilar.

Andelen företag som ser möjligheter att minska sina utsläpp genom insatser kopplat till avfall och återanvändning har ökat sedan den senaste undersökningen och uppgår nu till 29 procent (24 procent år 2018). Det går i linje med att allt fler företag ser cirkulära lösningar som en del i hur de kan bidra till en hållbar utveckling, där företagen i högre grad än tidigare vill ha rådighet över sitt avfall. För att uppmuntra cirkulära lösningar i företagen behöver lagar och regler därför gå i takt med utvecklingen, där företagens äganderätt till sitt avfall bör vara en självklarhet. Ett viktigt steg skulle därför vara att lagstiftningen utgår från att företag ska ha rätt att äga allt sitt avfall, såsom exempelvis restaurangavfall och spillfett. I nuvarande lagstiftning är huvudregeln att företagens avfall konfiskeras av kommunen, om inte företagen själva ansöker om dispens att hantera sitt avfall. Verksamheter bör istället ges möjlighet att själva ansvara för sitt avfall genom att regeringen inför det så kallade frivalet, enligt förslaget i utredningen Äga avfall – en del av den cirkulära ekonomin (SOU 2021:24)<sup>6</sup>.

#### SÄKERSTÄLL FÖRETAGENS ÄGANDERÄTT ÖVER SITT AVFALL GENOM INFÖRANDE AV FRIVAL.

**Figur 16.** Inom vilka områden anser du att ditt företag har störst möjligheter att minska utsläpp av växthusgaser?



Bas: Samtliga företag, n=805

<sup>4</sup> Bonus malus-systemet infördes år 2018 för att bidra till omställningen av den svenska fordonsflottan. Genom en incitamentsstruktur erhåller bilar med låga eller inga koldioxidutsläpp en bonus vid köptillfället medan bilar med högre utsläpp får en förhöjd fordonsskatt (malus) i tre år från det att fordonet blir skattepliktigt första gången. Tanken är alltså att systemet ska styra konsumenten att investera i nollutsläppande bilar istället för bensin- och dieselbilar.

<sup>5</sup> <https://www.foretagarna.se/contentassets/b909fe56962c4eeba40758c98bad7507/160321-guld-och-grona-skatter.pdf>

<sup>6</sup> <https://www.regeringen.se/497958/contentassets/2334a6a9ff214662af25f1accaa0e3e5/aga-avfall-en-del-av-den-cirkulara-ekonomin-sou-202124>

## Ökade kostnader hinder för utsläppsminskningar

Det enskilt största hindret för företagen att minska sina utsläpp av växthusgaser är ökade kostnader. Även bristande affärsnytta upplevs som hinder för minskade utsläpp, vilket i kombination med kostnadsökningar som hinder visar på nödvändigheten av kommersiella incitament och drivkrafter för att stimulera klimatsatser bland företagen.

Brist på tekniska lösningar upplevs också som ett betydande hinder för utsläppsminskningar, vilket omkring var femte företag uppger. Vi ser att företagen upplever stora möjligheter att minska sina utsläpp kring hur de löser verksamhetens transporter, framför allt vad gäller val av tjänstebil. Hinder för utsläppsminskningar på transportområdet är säkerligen kopplat till ökade kostnader eftersom en sådan åtgärd ofta kräver en ansevärd investering, men det kan sannolikt även vara kopplat till brist på tekniska lösningar. Många företag som är i behov av transportfordon, exempelvis hantverkare och distributionsföretag, efterfrågar miljövänliga lätta lastbilar. Marknaden för detta fordonsegment har inte utvecklats lika snabbt som personbilsmarknaden och det saknas därför fortfarande rimliga alternativ för många verksamheter. Vidare kan det även handla om brist på cirkulära lösningar för att ta reda på restprodukter i tillverkningsprocesser, eller brister i teknik för framställande av återanvändbara produkter.

Bristande infrastruktur anses utgöra hinder för utsläppsminskningar bland 21 procent av företagen. Bland dessa anger störst andel (54 procent) järnvägsinfrastrukturen som största hinder. Därefter kommer vägar, elnät och bredband i fallande ordning. Eftersatta vägar som ökar restider och minskar effektiviteten i transportflödena riskerar att öka utsläppen. Dessutom krävs det kraftiga investeringar i landets laddinfrastruktur för att fler ska kunna byta ut sina fordon. Det gäller både tillgången till laddstationer i vägnätet och utökad tillgång till laddning vid arbetsplatser samt lösningar för snabbaddning av godstransporter vid på- och avlastning. Vidare finns det fortfarande geografiska begränsningar kring möjligheten att tanka med förnybara drivmedel, i synnerhet biogas.

Bristande infrastruktur i form av ett begränsat elnät kan sannolikt ha att göra med de kapacitetsbrister som finns i det svenska elnätssystemet. Näringslivets omställning och elektrifieringen av transportsektorn kräver en stabil elförsörjning med kapacitet i elnäten som kan leverera på ökad efterfrågan av el. Detta är idag bristfälligt omkring i landet, där det krävs kapacitetsförstärkningar i nätet. För att möta det stora investeringsbehov som krävs i elnätet för att klara av bland annat näringslivets omställning och transportsektorns elektrifiering behöver elnätsbyggnationen påskyndas genom att handläggningstider och tillståndsprövning förkortas. Trygg och stabil elförsörjning är avgörande för ökad tillväxt, jobbskapande och välfärd. För att förkorta ledtiderna bör åtgärder genomföras för att förenkla domstolsprocessen kring tillstånd, exempelvis gällande förtur av samhällskritiska ärenden samt tillfällen för yttrande. Vidare bör även myndigheternas processer förkortas.

Förutom en utbyggd kapacitet av elnäten krävs seriösa förhandlingar för att nå en politisk färdplan för hur elförsörjningen kan säkras där all fossilfri elproduktion på lika villkor kan finnas i systemet, kärnkraften inkluderad. För att Sverige ska säkerställa konkurrenskraftig el till landets företag bör det energipolitiska målet om 100 procent förnybar elproduktion ändras till 100 procent fossilfri elproduktion. För att undvika ökade kostnader för konsumenterna bör dessutom ytterligare subventioner av icke-planerbar elproduktion undvikas. För att undvika ökade kostnader för konsumenterna bör även ytterligare subventioner av icke-planerbar elproduktion undvikas.

### INFRASTRUKTUR- INVESTERINGAR FÖR ÖKAD MÖJLIGHET TILL BYTE AV FORDON:

- Ökad tillgång till laddstolpar i hela landet
- Ökad möjlighet för tankning av förnybara drivmedel, i synnerhet biogas

### TILLGODOSE INVESTERINGS- BEHOVET I ELNÄTEN GENOM:

- Påskyndad byggnation med kortare handläggningstider, tillståndsprövningar och processer

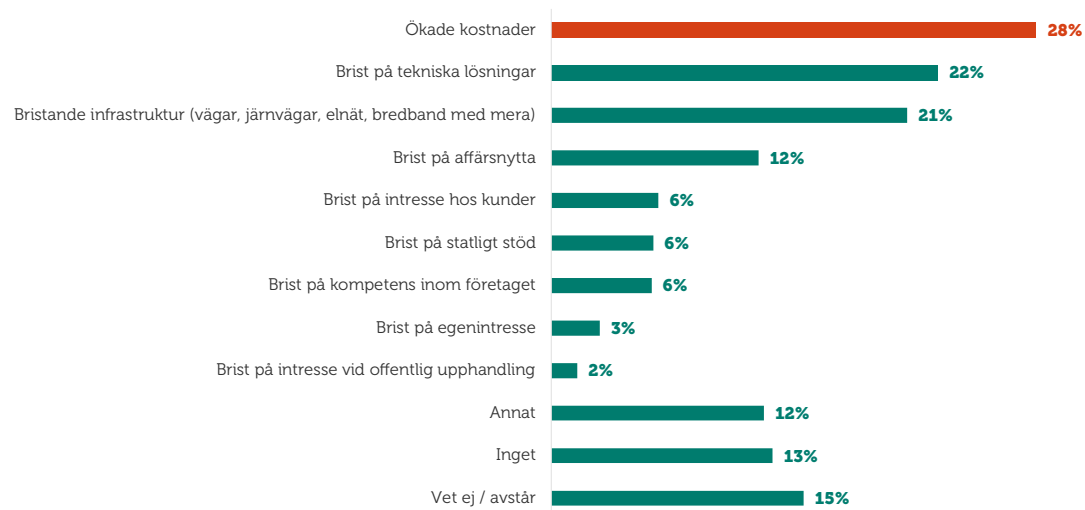
### SÄKRA FÖRETAGENS ELFÖRSÖRJNING GENOM ATT:

- Ändra det energipolitiska målet till 100 procent fossilfri elproduktion
- Undvika subventioner till icke-planerbar elproduktion

I svarsalternativet Annat har företagen fått svara i fritext. En stor andel av dessa svar beskriver att företagen har kommit åt de största delarna av verksamhetens utsläpp och att de utsläpp som finns kvar att åtgärda ofta upplevs som försumbara eller svåra att påverka då de är indirekta och långt bort i värdekedjan. De påpekar också att inkonsekvens och kortsiktighet i politiska beslut utgör hinder för utsläppsminskningar. För att företagen ska våga investera i åtgärder som är kostnads- eller resursdrivande måste det finnas en långsiktighet i politiken, så att företagen vet att de kan räkna hem investeringen på sikt.

Brist på intresse hos kunder och brist på intresse vid offentlig upphandling anses inte vara hinder för företagets utsläppsminskningar. Detta är en positiv utveckling, där tydligt hållbarhetsrelaterade förväntningar och krav från kunder driver på utvecklingen och gör hållbarhetsarbetet än mer efterfråganstyrt.

**Figur 17.** Vilka av följande faktorer utgör de två största hindren för ditt företag att minska era utsläpp av växthusgaser?



Bas: Samtliga företag, n=805

## Klimatpolitiken förväntas påverka företagen och energipolitiken oroar

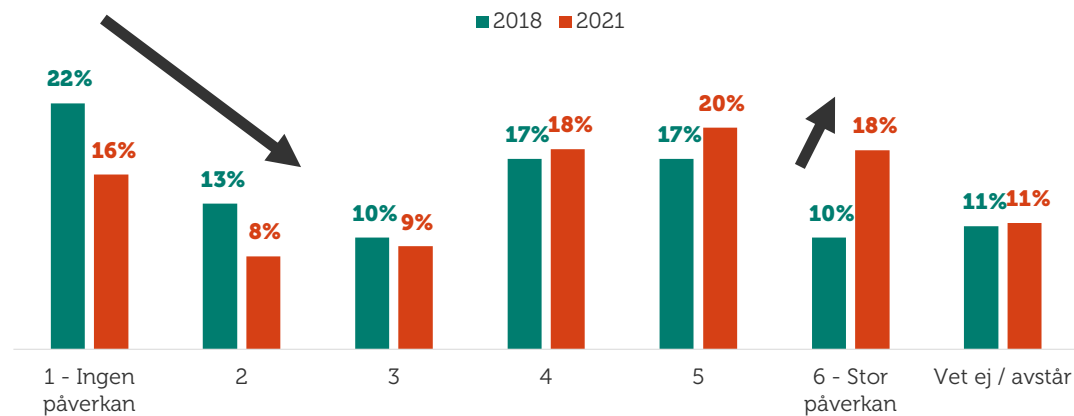
I undersökningen som genomfördes 2018 var företagen klivna i frågan huruvida Sveriges klimatpolitik skulle påverka deras verksamhet under de kommande åren. Påverkan uppskattades bli låg bland 45 procent av företagen, medan 44 procent uppskattade att klimatpolitiken i hög grad skulle påverka deras verksamhet under de kommande åren.

I årets undersökning har vågskålen tippat över till att en majoritet, 56 procent, tror att svensk klimatpolitik kommer att påverka deras verksamhet inom de kommande tre åren. Störst utveckling noteras i skalans ytterligheter där andelen företag som uppger Ingen påverkan har minskat från 22 till 16 procent, samtidigt som andelen företag som anger Stor påverkan har ökat från 10 till 18 procent. (Figur 17)

Nedbrutet på företagsstorlek syns att ju större företaget är, desto mer förväntar sig företagen att klimatpolitiken kommer påverka deras verksamhet. Förväntansgraden i påverkan är även kopplad till branschtillhörighet. Företag inom Handel, transport och magasinering samt hotell och restaurang förväntar sig i högst grad bli påverkade av klimatpolitiken inom de kommande tre åren. Där efter följer Tillverkning- och utvinningsindustri och Byggindustri. Lägst påverkan förväntas bland Informations- och kommunikationsföretag. Skillnaderna beror sannolikt på branschernas relativa klimatpåverkan och där hittills införda regleringar varit mest framträdande.

I undersökningen har företagen dessutom fått svara i fritext på vilket sätt de tror att klimatpolitiken kommer påverka deras verksamhet. Många företag förväntar sig högre skatter och avgifter kopplade till omställningen samt ökade administrativa kostnader för att följa lagar, regleringar och ökade krav på redovisning eller dokumentation. Ökade energi- och råvarupriser som leder till ökade kostnader för produktion och transporter, och på så sätt till lägre lönsamhet i verksamheten, är också en vanligt förekommande förväntansbild bland företagen.

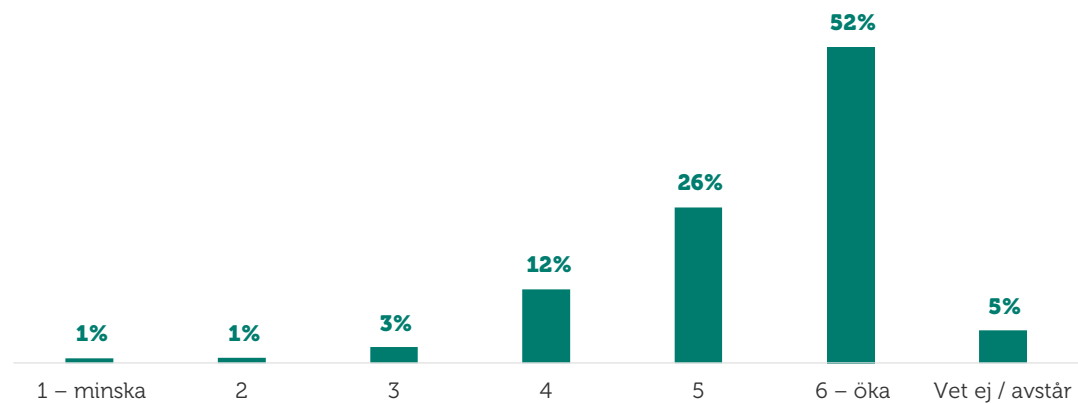
**Figur 18.** Tror du att svensk klimatpolitik kommer att påverka ert företags verksamhet inom de närmsta tre åren?



Bas: Samtliga företag, n=805

Vidare tror en dominerande andel av företagen på ökade krav från kunder och från staten. Nio av tio företag tror på ökade krav från staten i form av regleringar och skatter, samtidigt som sju av tio företag förväntar sig att även kunderna kommer öka sina krav. Utvecklingen gällande krav från staten och kunder är i stort sett oförändrad sedan undersökningen som genomfördes 2018. Det finns ingen vidare skillnad beroende på företagsstorlek, geografisk hemvist eller branschtillhörighet.

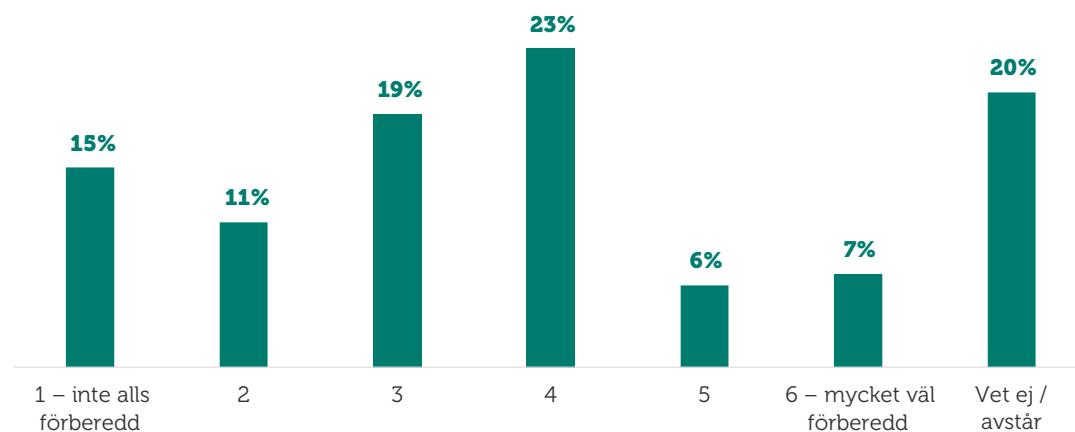
**Figur 19.** Tror du att kraven från staten (i form av regleringar och skatter) vad gäller utsläpp av växthusgaser kommer att öka eller minska de närmsta tre åren?



Bas: Samtliga företag, n=805

Samtidigt som de allra flesta företagen tror på ökade krav på utsläppsminskningar både från staten och kunder råder det en låg beredskap för att hantera ökade eller förändrade krav. 45 procent av företagen uppger att de har låg beredskap för att möta ökade krav från staten. Företagen är dock något bättre förberedda vad gäller ökade krav från kunder, då en något lägre andel (38 procent) av företagen anser sig ha låg beredskap för en förändrad kravbild. Detta kan bero på att företagen ofta är i dialog med sina kunder och har relativt god kännedom om vad som kan väntas komma. Motsvarande dialog eller information från statliga aktörer saknas däremot i många fall. Att företagen i stor utsträckning anser sig ha liten eller ingen beredskap att hantera ökade krav från staten kan bero på politisk oförutsägbarhet. För att företagen ska kunna hantera ökade krav och kunna planera sin verksamhet krävs en politik som är förutsägbar och långsiktig. Effektiviseringar eller omstrukturering till följd av förändrade krav är ofta kopplade till kostnader och då måste företagen veta vad som gäller för en överskådlig framtid så att de kan planera sina investeringar.

**Figur 20.** Har ditt företag beredskap att hantera eventuellt ändrade krav, i form av statliga regleringar och skatter, på utsläpp av växthusgaser?



Bas: Samtliga företag, n=805

I årets undersökning har vi frågat företagen i vilken utsträckning de tror att svensk energipolitik kommer påverka deras verksamhet under de kommande tre åren, se figur 20. Bland företagen tror 44 procent att deras verksamhet kommer påverkas av förändrad energipolitik, samtidigt som 40 procent förväntar sig låg påverkan.

Precis som för klimatpolitiken varierar den förväntade påverkansgraden beroende på branschtillhörighet och företagsstorlek. Företag inom Tillverknings- och utvinningsindustrin förväntas i högst grad påverkas av energipolitiken. Därefter följer verksamheter inom Handel, transport och magasinering, hotell och restaurang samt Byggindustri. I fallande ordning följer sedan Vård och omsorg, utbildning, personliga och kulturella tjänster och övriga konsumenttjänster, Företagstjänster samt Informations- och kommunikationsföretag. Företagsstorlek spelar också roll för graden av påverkan som företagen förväntar sig. Ju större företag, desto större påverkan förväntas energipolitiken ha för verksamheten.

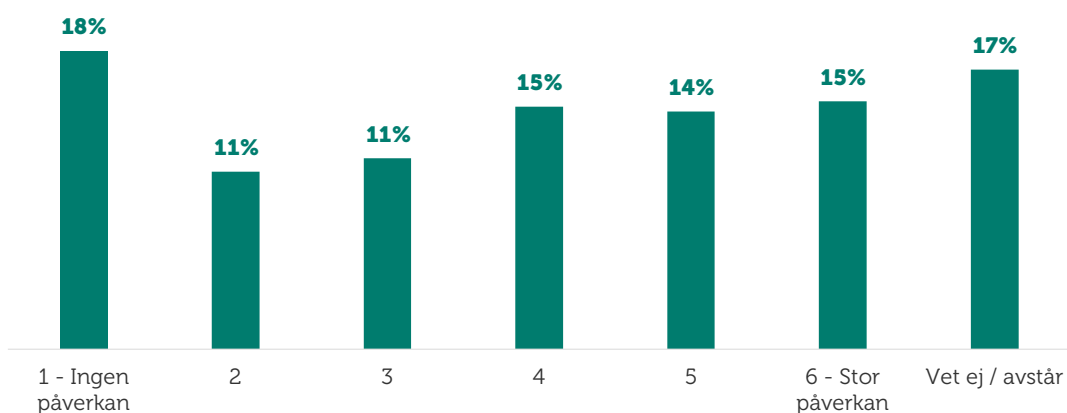
De faktorer som spelar in i på vilket sätt som företagen tror att energipolitiken kommer påverka deras verksamhet kan förklara varför det finns vissa skillnader beroende på branschtillhörighet och företagsstorlek. I fritextsvaren framkommer nämligen att höga priser på drivmedel och el är bekymmer för företagen. Transportintensiva verksamheter och företag med hög elförbrukning kan därför i hög grad än andra uppleva att förändrad energipolitik har stor påverkan på deras verksamhet.

Några specifika orosmoln som förekommer i många av fritextsvaren är Sveriges indelning i fyra elområden och kärnkraftsavvecklingens påverkan på elpriser och elförsörjning. För att minska företagens elkostnader bör energiskatten på el sänkas kraftigt, till 30 procent av dagens nivå, för att sedan över tid helt fasas ut.

Bland de företag som inte förväntar sig att energipolitiken kommer ha någon vidare påverkan på verksamheten ter sig branschtillhörighet och företagsstorlek spela stor roll. Mindre företag som inte förlitar sig på transporter eller har en hög elförbrukning idag tror inte att den förda energipolitiken kommer påverka deras verksamhet under kommande tre år, av fritextsvaren att döma.

**MINSKA  
FÖRETAGENS  
ELKOSTNADER  
GENOM ATT  
KRAFTIGT SÄNKA  
ENERGISKATTEN  
PÅ EL.**

**Figur 21.** I vilken utsträckning tror du att svensk energipolitik kommer att påverka ditt företags verksamhet under de kommande tre åren?



Bas: Samtliga företag, n=805

## Få jobbar strategiskt med Agenda 2030

Förenta nationernas medlemsländer antog år 2015 en universell agenda för hållbar utveckling, kallad Agenda 2030. Agendan innehåller 17 globala mål som ska vara nådda till år 2030. De 17 globala målen har i sin tur 169 delmål och omkring 230 indikatorer för hur arbetet ska genomföras och följas upp. I begreppet hållbar utveckling integreras de tre dimensionerna av hållbarhet: social, ekonomisk och ekologisk. Genom de globala målen har medlemsländerna förbundit sig till att avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikheter och orättvisor i världen, främja fred och rättvisa samt att lösa klimatkrisen.

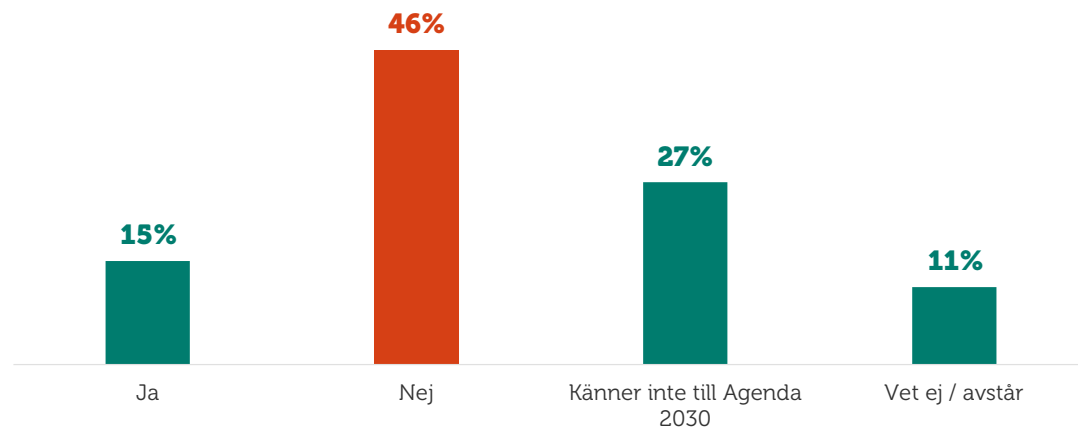
Hållbar konsumtion och produktion (mål 12), minskad ojämlikhet (mål 10), hållbar energi för alla (mål 7) och anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt (mål 8) är exempel på några av de 17 målen som ingår i agendan och som företag kan arbeta med.

I Sverige har budskapet från både regering och riksdag varit tydligt: Agenda 2030 ska genomföras. Det frivilliga arbete som genomförandet till en början utgjordes av har sedermera blivit mer skarpt. I slutet av 2020 ställde sig riksdagen bakom regeringens förslag om ett riksdagsbundet mål som förankrar och tydliggör Sveriges åtaganden att genomföra Agenda 2030. Minst en gång per mandatperiod ska regeringen följa upp och redovisa för riksdagen att politiken som förs bidrar till genomförandet av agendan.

Det är emellertid inte enbart politiker som ska genomföra agendan. Företagen har en central roll i genomförandet och när regering, myndigheter, kommuner och regioner lägger allt större fokus på Agenda 2030 behöver näringslivet förhålla sig till den. Vi har därför frågat företagen huruvida de arbetar strategiskt med något eller några av hållbarhetsmålen i Agenda 2030. Nästan hälften av företagen (46 procent) uppger att de inte arbetar med agendan och endast 15 procent uppger att de arbetar med något eller några av målen. Omkring vart fjärde företag (27 procent) känner inte till Agenda 2030.

Givet att exempelvis kommuner, regioner och myndigheter fokuserar mycket på agendan i sin kommunikation med företagen finns det ett gap att överbrygga. Företagen ska ägna sin tid åt kärnverksamheten och offentliga verksamheter bör göra sitt yttersta för att inte öka företagens administrativa börda. Det är också viktigt för en rättvis marknad i de fall som det offentliga använder mål eller delmål för hållbar utveckling i sin värdering av företag vid upphandlingar. Det finns en kunskapslucka hos företagen som behöver fyllas och det är viktigt att offentliga verksamheter anpassar sin kommunikation till företagen gällande Agenda 2030.

**Figur 22.** Arbetar ni strategiskt med något eller några av hållbarhetsmålen i Agenda 2030



Bas: samtliga företag, n=805

### SAMMANFATTNING ÖVER FÖRSLAG FÖR OMSTÄLLNING

- Möjliggör avdrag på fordonsskatten vid tankning av förnybara drivmedel
- Upprätta ett parallellt system för lätta lastbilar
- Säkerställ företagets äganderätt över sitt avfall genom införande av frival
- Ökad tillgång till laddstolpar i hela landet
- Ökad möjlighet för tankning av förnybara drivmedel, i synnerhet biogas
- Påskyndad elnätsbyggnation med kortare handläggningstider, tillståndsprövningar och processer
- Ändra det energipolitiska målet till 100 procent fossilfri elproduktion
- Undvik subventioner till icke-planerbar elproduktion
- Minska företagens elkostnader genom att kraftigt sänka energiskatten på el



# SLUTORD OCH ÖVERGRIPANDE FÖRSLAG

Sveriges småföretagare har en central roll att spela i omställningen till ett mer hållbart samhälle och för att säkra svensk tillväxt långsiktigt. De utmaningar som vi står inför – oavsett om det handlar om ekologiska, ekonomiska eller sociala aspekter – kan inte lösas utan företagen.

Företagens hållbarhetsarbete är i sin tur till stor del affärsdrivet. Att stärka företagets konkurrenskraft och öka lönsamheten tillsammans med ökade krav från kunder och förväntningar från allmänheten är bland de främsta anledningarna till att företagen bedriver ett hållbarhetsarbete. Det är alltså tydligt att företagen ser affärsnytta av sitt hållbarhetsarbete, och att det kommer att leda till konkreta resultat. Samtidigt drivs företagen och företagsledningarna av en egen ansvarskänsla och känslan av att de vill bidra till positiv samhällsutveckling.

Resursbrist i form av tid, ekonomi och kunskap utgör begränsningar för företagen att bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete. En allmän utmaning för de mindre företagen är att med små personella resurser och begränsad intern kompetens bedriva ett strukturerat och långsiktigt hållbarhetsarbete. Ökade krav, fler regler och mer administration riskerar bli kontraproduktivt och stå i vägen för företagens möjligheter att bli mer hållbara.

## FÖR ATT FLER FÖRETAG SKA KUNNA BIDRA TILL OMSTÄLLNINGEN OCH BLI MER HÅLLBARA EFTERFRÅGAR FÖRETAGARNA FÖLJANDE ÖVERGRIPANDE ÅTGÄRDER:

- **Stimulera efterfrågan på småföretagens hållbara produkter och tjänster**  
Affärsnyttan är kärnan i småföretagens hållbarhetsarbete. Upphandlingar med höga ambitioner som uppmuntrar hållbarhetsaspekter och som dessutom är anpassade efter småföretagens verksamhet kan accelerera utvecklingen.
- **Statens klimatpolitiska ambitioner ska vara förutsägbara**  
Företagen tror att klimat- och energipolitiken kommer påverka deras verksamheter, vilket visar på vikten av långsiktig och förutsägbar politik som underlättar för företagen att driva utvecklingen framåt. Det är också viktigt att olika styrmedel som finns på plats eller införs inte motverkar varandra eller leder till försämrad internationell konkurrenskraft.
- **Utveckla skattereduceringar och ge ekonomiska incitament för omställningen**  
Kostnader är en avgörande faktor för småföretagare och en stor ekonomisk fördel med att satsa på fossilfria alternativ skulle snabbt skapa mer driv i omställningen i hela värdekedjan. Det behövs också fler och mer omfattande ekonomiska stimulansinsatser. Insatserna kan vara i form av skattenedsättningar för miljövänliga alternativ, eller projektmedel med förenklade ansökningsprocesser för småföretag för investeringar för olika fossilfria alternativ.
- **Stärk kompetensen för att hantera hållbarhetskrav**  
Småföretagen behöver också ekonomiska incitament för att öka den interna kompetensen avseende att hantera ökande hållbarhetskrav, exempelvis när det gäller redovisning och gränsöverskridande handel.

## OM UNDERSÖKNINGEN

**Deltagare:** 805 företagare med bred representation sett till olika branscher och över hela landet.

**Metod och representativitet:** 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.

**Undersökningsperiod:** 23 augusti–15 september år 2021.

**Utskick:** Första utskick 23:e augusti 2021; påminnelser 27:e augusti samt 1:a och 8:e september. Resultat togs fram 15:e september 2021.

Häng med i debatten  
och följ *@foretagarna*  
på Twitter, Instagram,  
LinkedIn och Facebook!



**företagarna**

Företagarna Sverige Service AB, Rådmansgatan 40, 106 67 Stockholm  
foretagarna.se | info@foretagarna.se | 08 – 406 17 00