



Mentorskap

En undersökning om intresset för mentorskap i länet





LÄNSSTYRELSEN
Västmanlands län

Mentorskap

En undersökning om intresset för mentorskap i länet.

Innehållsförteckning

Sammanfattning	1
Inledning	2
Bakgrund	2
Syfte	2
Målgrupp	2
Val av metod och bortfall	3
Enkätundersökning	3
Bortfall	3
Resultat	4
Företagens svar	4
Organisationernas svar	10
Avslutande diskussion	18

Bilagor

Bilaga 1	Sändlista för enkäten till organisationer
Bilaga 2	Enkät (inkl följbrev) till företagare
Bilaga 3	Enkät (inkl följbrev) till organisationer

Sammanfattning

Av företagen svarade ungefär 20 % på enkäten och svaren visar att intresset för att vara mentor respektive att ha en mentor är ganska svalt. Drygt 40 procent av dem som svarade på enkäten hade ett "litet" eller "mycket litet" intresse för att ställa upp som mentor. Därtill var nästan vart fjärde företag neutralt inställt till att ställa upp. Av dem som kunde tänka sig att ställa upp var intresset störst att göra det på sin hemort, och intresset var lika stort av att ställa upp inom ett specifikt område som att ställa upp inom allmän företagsdrift.

Behovet av att få en mentor var också svagt. Av dem som uppgav att de inte hade någon mentor idag, vilket var en klar majoritet (90%) av dem som gav ett svar, uppgav endast var femte företag att de hade ett "stort" eller "mycket stort" behov av att få en mentor. En majoritet av dem som ej hade en mentor ville ej heller få någon. De områden som företagen hade behov av en mentor inom, var av olika karaktär. De områden som de själva nämnde var allt från industrilackering och ekonomirådgivning till personlig utveckling.

Organisationernas svarsfrekvens var 16 svar av 41 möjliga, dvs. 39 %. Deras svar visar på att en majoritet av de svarande känner till olika former av mentorskap, och att man tror att behovet av mentorskap är relativt stort för att utveckla företagandet. På frågan om just detta valde 15 av 16 organisationer att svara "mycket stort" och "ganska stort".

De ansåg också att behovet av en lokal/regional mentorsbank var relativt stort, 9 av 16 svarade "stort" behov på den frågan. Organisationerna trodde att blivande, nystartade och invandrarföretagare hade störst behov av en mentor, och att framförallt marknadsinsatser var det viktigaste området för en mentor att ställa upp inom. Att ge rådgivning, fungera som bollplank och ha förmågan att öppna nätverk var några av de viktigaste huvuduppgifterna för en mentor enligt organisationerna. Målgruppen för mentorskap är i stort sett företag i allmänhet, men främst nystartade företag och unga entreprenörer.

Rekryteringen kunde enligt organisationerna gå till på många olika sätt, exempelvis genom inspirationsmöten och genom personliga kontakter. Deras egna synpunkter om mentorskap handlade mest om att mentorskap inte nödvändigtvis behöver handla om relationen ung/äldre utan att det även finns andra kombinationer. Dessutom nämnde flera av dem vikten av att samarbetet och uppföljningen fungerar väl.

Trots den låga svarsfrekvensen finns ändå anledning att gå vidare i projektet, eftersom tillräckligt många företag har visat intresse för att både vara mentor och att få en mentor.

Inledning

Bakgrund

I länets regionala Tillväxtprogram framgår under insatsområdet Entreprenörskap och innovationer att en prioriterad insats är att kartlägga intresset för mentorskap, samt intresset för en uppbyggnad av mentorsnätverk för företagare i länet. Ett mentorskap kan leda till att ett företag får det stöd och den rådgivning det behöver för att få de dagliga utmaningarna att kännas som motiverande snarare än som hinder och motstånd. Mentorskapet bygger på ett ömsesidigt förhållande mellan människor som kan utbyta erfarenheter och kunskaper inom en mängd olika områden, och handlar i högsta grad om personkemi. Ett väl fungerande mentorskap kan bidra till att utveckla såväl företagets resultat som arbetsmiljö, vilket är en vinst för både det enskilda företaget och samhället i stort.

Av den anledningen har Länsstyrelsen initierat ett projekt tillsammans med Företagarna i Västmanland. Den första etappen ska resultera i en rapport om behovet av och tillgången på mentorer i länet. Denna rapport ska fungera som underlag för eventuellt fortsatt arbete med uppbyggnaden av mentorsnätverk.

Syfte

Tanken med detta projekt är att ta tillvara på den kunskap och erfarenhet som finns hos länets erfarna företagare, för att stimulera entreprenörskap och innovationer i näringslivet. Syftet på något längre sikt blir då att, utifrån ett underlag om behov och tillgång på mentorer, skapa någon form av mentorskapsbank med en fungerande matchning mellan utbud och efterfrågan på mentorer.

Målgrupp

Målgruppen för enkäten var samtliga medlemmar i Företagarnas riksorganisation i Västmanlands län.

Fördelningen av antalet medlemmar per kommun den 1 november 2004 var:

Arboga:	152
Norra Västmanland:	137
Hallstahammar:	142
Heby:	144
Kungsör:	76
Köping:	176
Sala:	171
Surahammar:	85
Västerås:	601
Totalt:	1684 medlemmar

Därutöver bestod målgruppen av 41 organisationer i länet som bland annat arbetar med företagsfrämjande insatser, se bilaga 1.

Val av metod och bortfall

Enkätundersökning

En totalundersökning av Företagarnas 1684 medlemmar har genomförts genom utskick av enkäter, se bilagor. Dessutom har 41 stycken enkäter av annan utformning sänts ut till organisationerna. Frågorna har främst bestått av kvantitativa frågor men med några följdfrågor av kvalitativ karaktär.

Den totala svarsfrekvensen samt hur många som svarat på vardera fråga framgår av resultatet nedan.

Bortfall

Antalet inkomna svar från företagen var 20 %. Troliga förklaringar till den relativt låga svarsprocenten kan vara att företaget inte vill lämna ut sig och sitt företag utan att känna till alla förutsättningar. Det kan också finnas vissa förklaringar som bygger på konkurrenssituationen för företaget. Dessutom kanske många företag är vana med att "klara sig själva" och upplever att de inte behöver någon mentor.

Svarsfrekvensen bland organisationerna var 39 %. Förklaringar till att fler inte svarade kan vara tidsbrist, samt osäkerheten om vad detta mentorsprojekt ska bidra med i förhållande till de mentorsinsatser som redan finns. Dessutom kan flera företagsfrämjande organisationer uppleva sig arbeta med rådgivning av mentorskaraktär och därför vara tvekande inför en eventuell utbyggnad av mentorskap företag emellan.

Andra förfrågningar och arbete i samband med framtagningen av ett tillväxtprogram för länet visar dock att mentorskap bland småföretagare finns relativt högt upp på listan av angelägna företagsinsatser.

Resultat

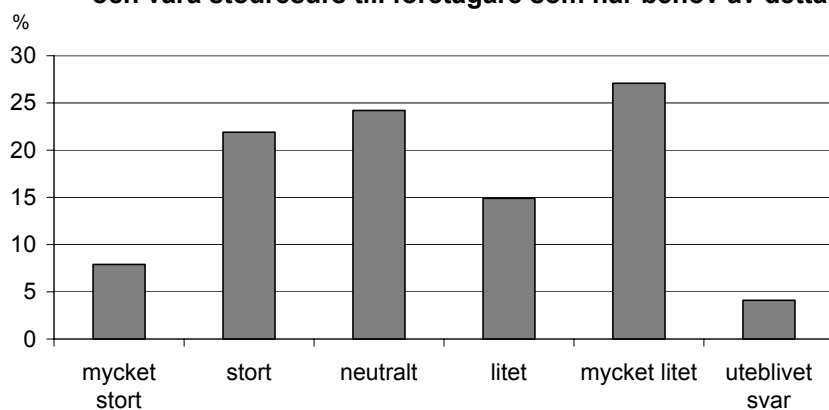
Företagens svar

Enkäten bestod av två delar. Den första delen bestod av frågor som berör intresset av att vara mentor. Den andra delen berörde följaktligen behovet av att ha en mentor. Nedan följer svaren på enkätfrågorna. Den totala svarsfrekvensen på enkäten till företagen var ungefär 20 % (343 svar av 1684 utskick).

Intresset av att vara mentor

Den första frågan berörde intresset av att vara mentor. Av dem som svarade på enkäten, svarade de flesta på denna fråga, de uteblivna svaren uppgick till 4 %.

Hur stort är ditt intresse för att vara mentor åt andra företagare, dvs ge råd och vara stödresurs till företagare som har behov av detta?



Det var som sagt en mycket hög svarsfrekvens på just denna fråga. Totalt svarade ungefär 30 % att de hade ett "mycket stort" eller "stort" intresse. Dryga fyrtio procent svarade att intresset för att vara mentor var "litet" eller "mycket litet". Svaren visar alltså att viljan för att vara mentor är ganska svagt.

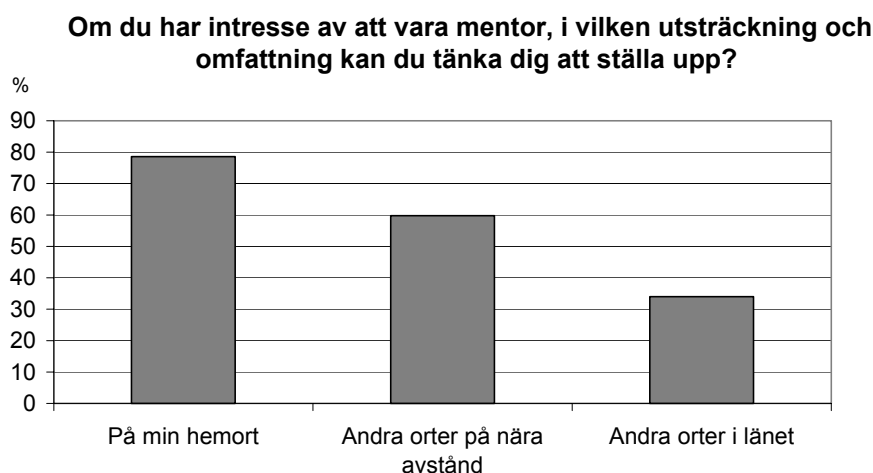
De som angett ett intresse av att vara mentor fick svara på en del frågor om i vilken omfattning och inriktning man kan tänka sig att ställa upp. Om företaget hade ett *specifikt område* där man ville ställa upp, kunde man ange det och det gjorde cirka 21 % eller 73 företag av de svarande. Då några uppgav samma områden blir det således inte 73 områden totalt. De specifika områdena var följande:

- redovisning och skatter (3 svar)
- tjänsteföretag (2 svar)
- media och marknadsföring (2 svar)
- musik och kultur (3 svar)
- ekonomi och personlig utveckling (2 svar)
- rättsfrågor
- miljö-hållbarhet, säkerhet, arbetsmiljö, kvalitet
- administrationsdelen inom byggbranschen
- besöksnäring, branschfrågor
- företagsledning

- maskinentreprenadtjänster
- arbetsrätt, lagar och avtal och marknadsföring

Om de intresserade dessutom kände att de kunde ställa upp inom *allmän företagsdrift* kunde de välja det. Även här svarade 21 % att de kunde ställa upp inom *allmän företagsdrift*.

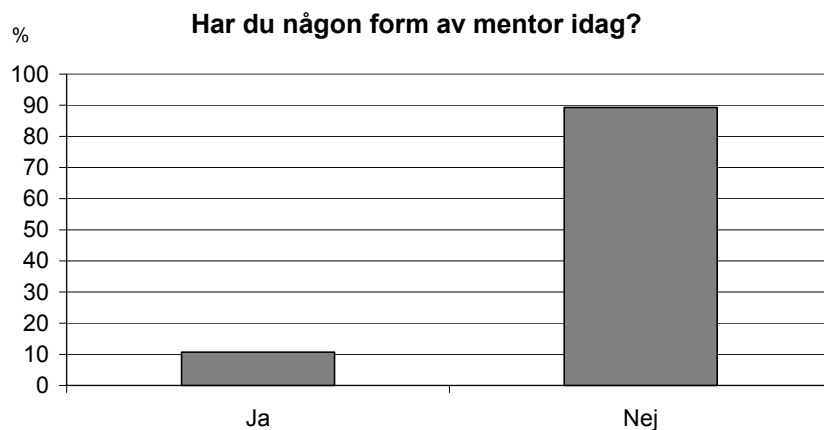
Den tredje frågan handlade om på vilken geografisk nivå man kunde tänka sig att vara mentor. Svarsfrekvensen var 33 % (112 företag) av dem som svarat på enkäten och svaren fördelade sig så här.



Det visade sig att intresset avtar med avståndet från hemorten, men trots allt svarade ändå dryga 30 % att de kan tänka sig att ställa upp på andra orter i länet. Summan av svaren i diagrammet överstiger 100 % då man kunde svara på flera alternativ. Nästan 80 % har svarat att de på något sätt vill ställa upp som mentor på sin hemort.

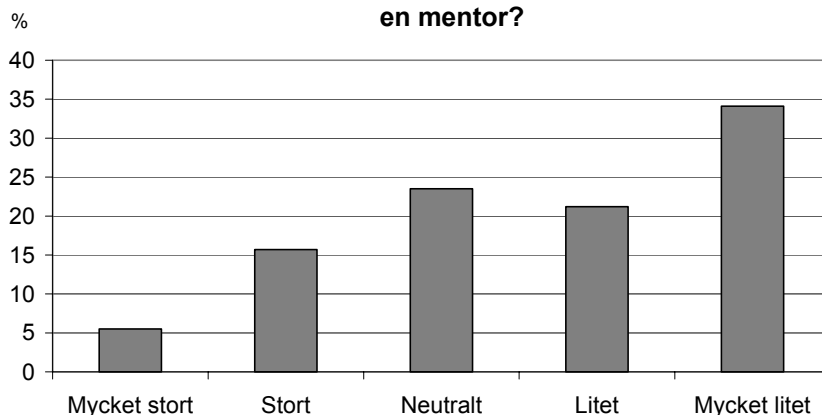
Behovet av att ha en mentor

Den första frågan handlade om hur många som i dagsläget hade en mentor. Svarsfrekvensen var 85 % av de som svarade på enkäten (291 företag).



Svaret är entydigt och visar att en klar majoritet av de svarande företagen inte har någon mentor. Hur stort behov har då de som saknar en mentor?

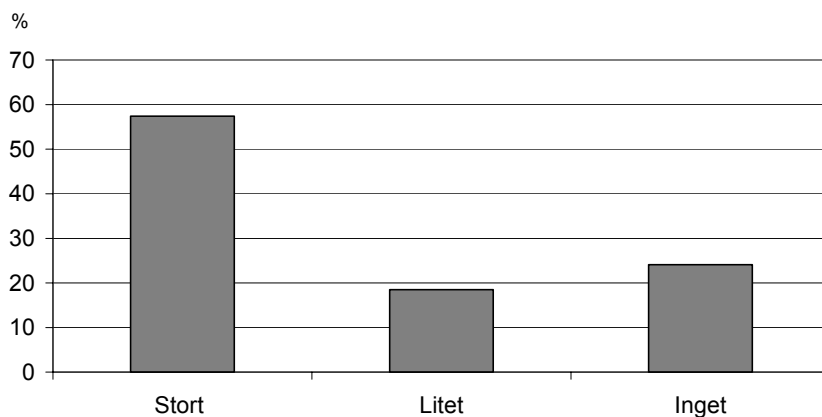
Om du inte har någon mentor, hur stort är ditt behov av att få stöd/råd från en mentor?



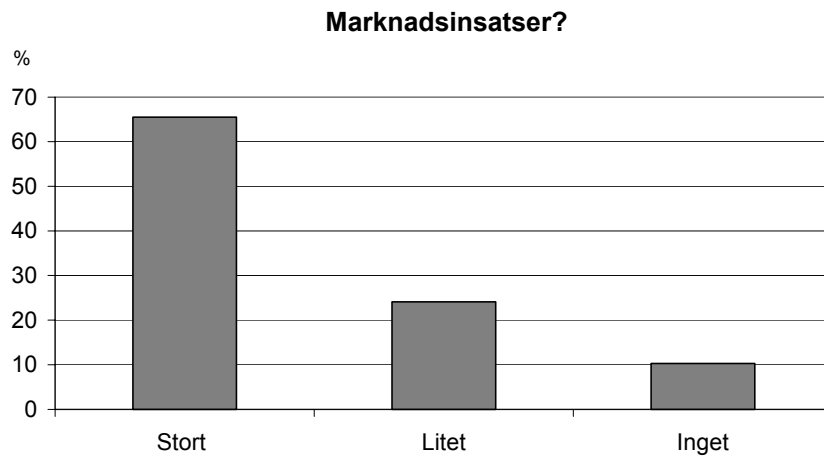
På denna fråga svarade 74 % av de som svarade på enkäten (255 företag). Den slutsats som kan dras är att många av de som inte har mentor ej heller önskar någon. Bara vart femte företag som ej hade en mentor ville ha en. Summeras de som svarat ”mycket stort” och ”stort” handlar det om 54 företag eller 21 % av dem som svarat på frågan.

En följdfråga för dem som ville ha en mentor, handlade om inom vilka områden man hade behov av stöd och råd. De fick välja att gradera behovet på sju olika områden samt lägga till något annat själv. Nedan följer 7 diagram som visar resultatet och svarsfrekvens på respektive fråga. Svarsfrekvenserna är låga på dessa frågor vilket bör tas i beaktande när man ser resultatet.

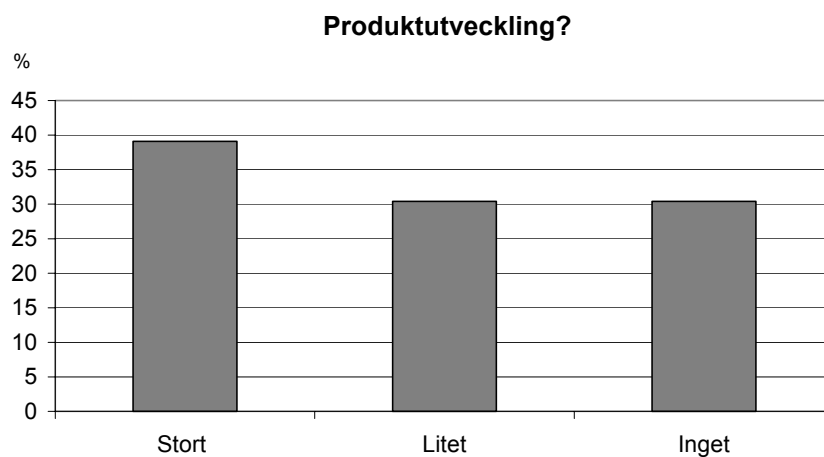
Ekonomirådgivning?



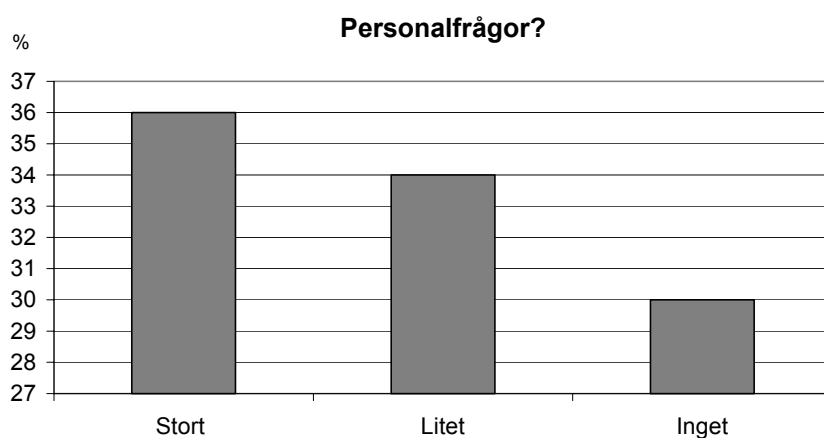
Endast 16 % (54 företag) valde att svara på frågan. Svaret visar dock ett stort intresse för ekonomirådgivning.



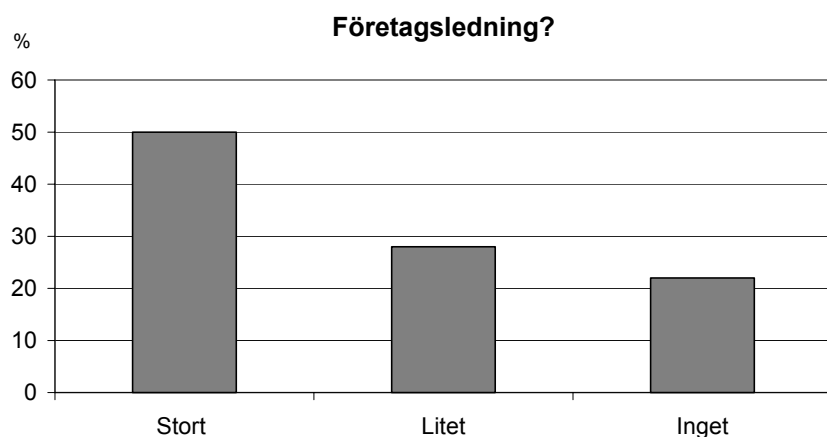
På denna fråga svarade 17 % (58 företag), med ett stort intresse för råd och stöd inom marknadsinsatser.



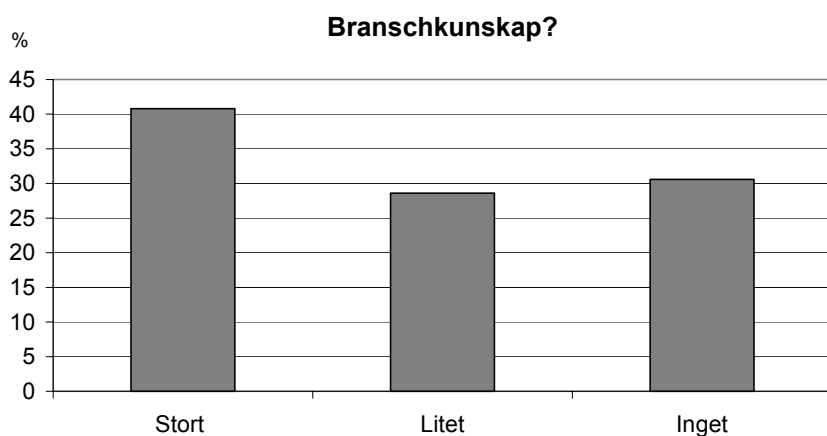
Endast 13 % (46 företag) svarande, med ett något svalt intresse för stöd och råd inom produktutveckling.



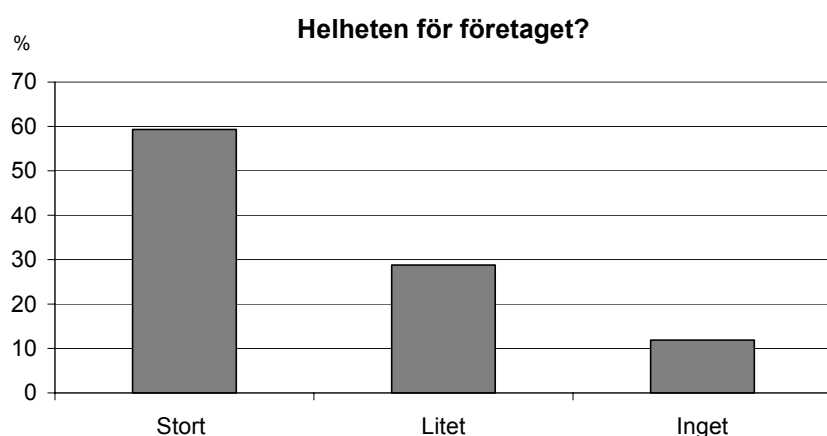
Så här fördelade sig svaren på de 15 % (50 företag) som svarade. Ett svalt intresse för personalfrågor alltså.



Samma svarsfrekvens som ovan, och med ett ganska svalt intresse för råd och stöd inom företagsledning.



I stort sett samma karaktär och svarsfrekvens på svaret här som vid frågan om företagsledning.



På den näst sista frågan var svarsfrekvensen 17 % och behovet av stöd och råd när det gäller helheten för företaget är ganska stort.

De övriga områden som företagen själva ansågs sig vara i behov av en mentor inom, var följande.

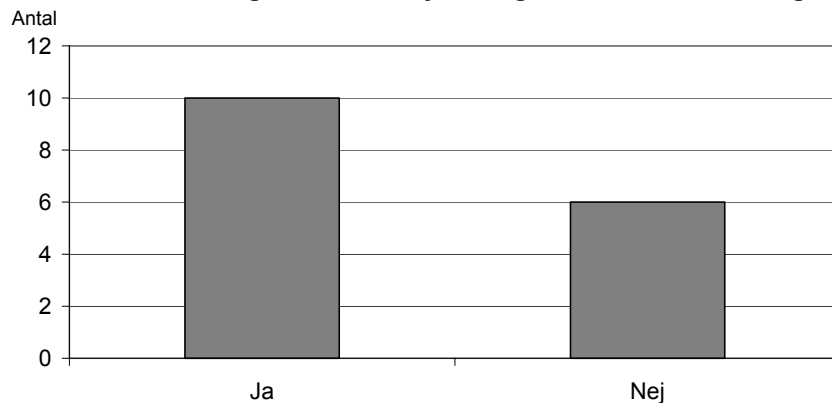
- Patent och mönsterskydd mm, för att försvåra plagiat.
- Försäkringsfrågor
- Personlig utveckling
- Projektpengar
- Marknadsföring, prissättning, diskutera idéer.
- Industrielackering
- Skatter
- Förhandlingar av internationell karaktär
- Virtual reality
- Industrireparation
- Mindre publik emission

Dessa områden kan matchas med de specifika områden de ”potentiella” mentorerna kunde tänka sig att ställa upp i ovan.

Organisationernas svar

Totalt svarade 16 av 41 organisationer på enkäten. Det innebär en svarsfrekvens på 39 %. Enkäten inleddes med följande fråga.

Driver ni eller känner ni till någon form av mentorskapsinsatser med erfarna företagare m fl för nyföretagare/etablerade företagare?



Det finns med andra ord en majoritet av de svarande som driver och/eller känner till någon form av mentorskapsinsats, vilket är en bra förutsättning för uppbyggnaden av en eventuell mentorsbank. De som kände till några insatser fick svara på några öppna frågor som mer i detalj beskrev vilken typ av insatser som finns. Här följer några exempel.

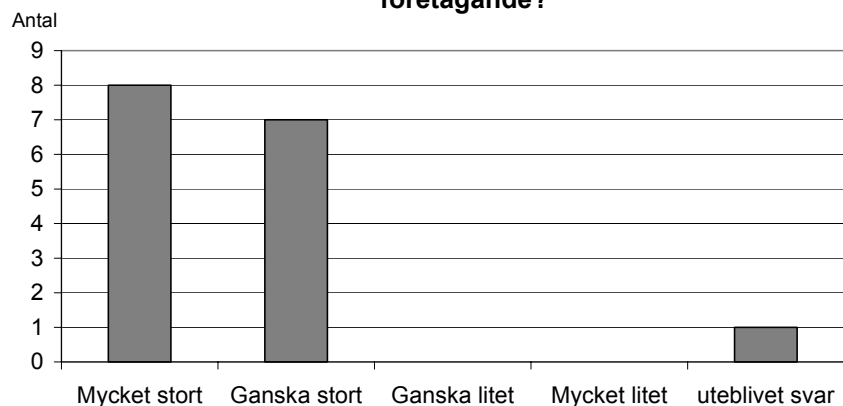
Exempel på mentorskapsinsatser:

- Idélabs groddföretag med ca 3 mentorer per företag, MdH.
- Programmet Be green, LRF
- Teknikbyns verksamheter, Kickstart-programmet.
- Business to businessverksamhet, som kontaktverksamhet mellan företag. Europainstitutet.
- Varje UF (Ung-Företagare) har en eller flera rådgivare som de kontakter själva. Mellan 50-70 mentorer är verksamma.
- ALMI:s ordinarie verksamhet
- LRF driver ett mentorprogram där ungefär 8 mentorer är aktiva.
- Utvecklingscentrum i Arboga erbjuder gratis rådgivning för såväl nystartade som etablerade företag.
- En Väg In, i Hallstahammar har skapat ett seminarieprogram i sju delar, där vikten ligger på relationskompetens. Tanken är att deltagarna själva ska kunna finna någon som kan fungera som bollplank. I denna verksamhet ingår företag inom många olika kategorier och storlekar. Utvärdering skall göras under 2005.

På frågan om mentorernas huvudsakliga uppgifter fick vi in följande beskrivningar. Mentorernas huvudsakliga uppgift är enligt de svarande organisationerna att fungera som bollplank och dessutom ha förmågan att öppna nätverk. Ge rådgivning som baseras på erfarenhet och kunskap om att driva företag och att kunna koppla detta till det enskilda företags behov. Målgruppen för mentorskapsinsatser som de nämner i första hand är nystartade och etablerade företag, men även unga entreprenörer på landsbygden och företag i allmänhet nämns som målgrupp.

För att mer få reda på organisationernas åsikter om hur stort de anser att behovet egentligen är med mentorer för att utveckla företagandet i länet, fick de svara på följande fråga.

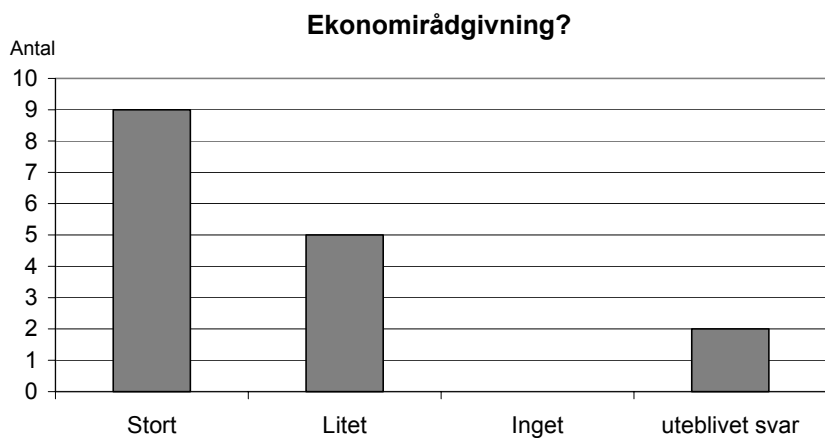
Vad anser ni om behovet av mentorskapsinsatser för att utveckla företagande?



Det är utan tvekan så att organisationerna anser att mentorskap är väsentligt för företagets utveckling.

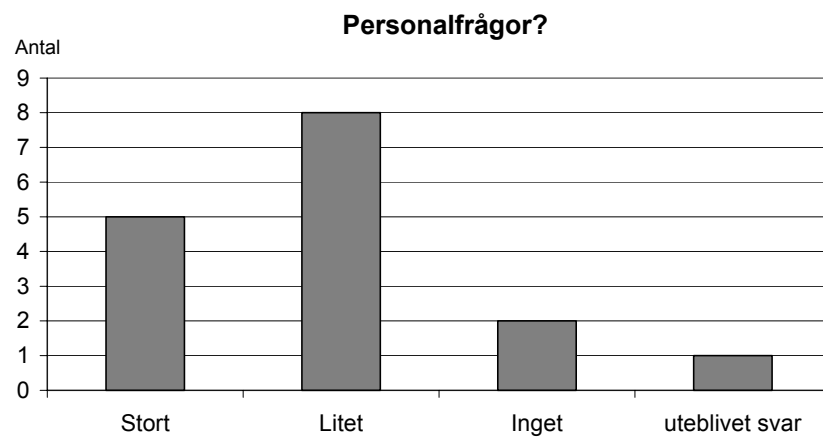
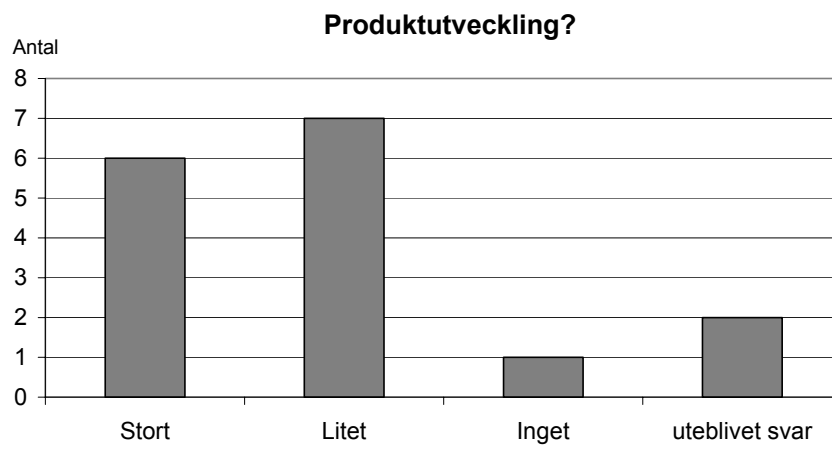
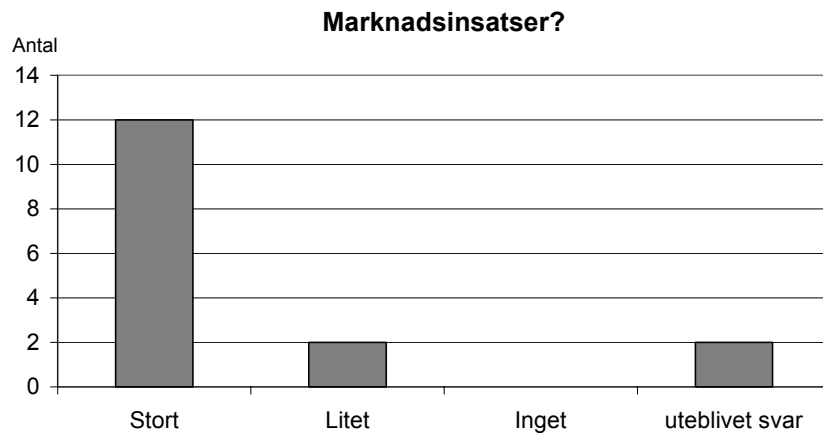
Organisationerna fick sedan svara på frågan om de viktigaste uppgifterna för en mentor. Så här svarade de.

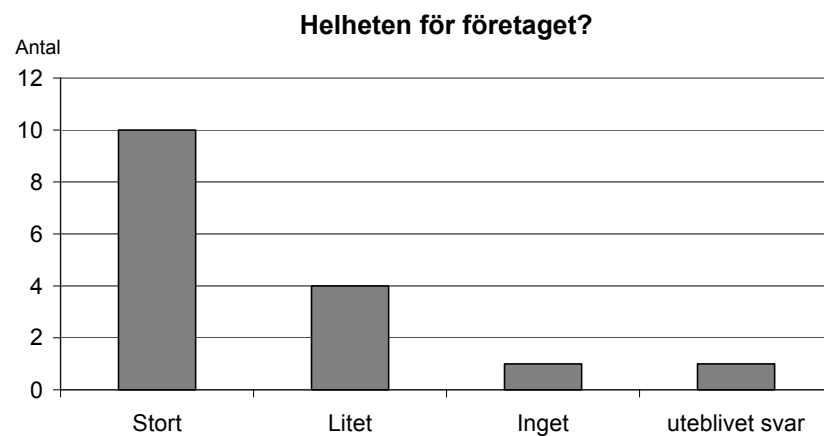
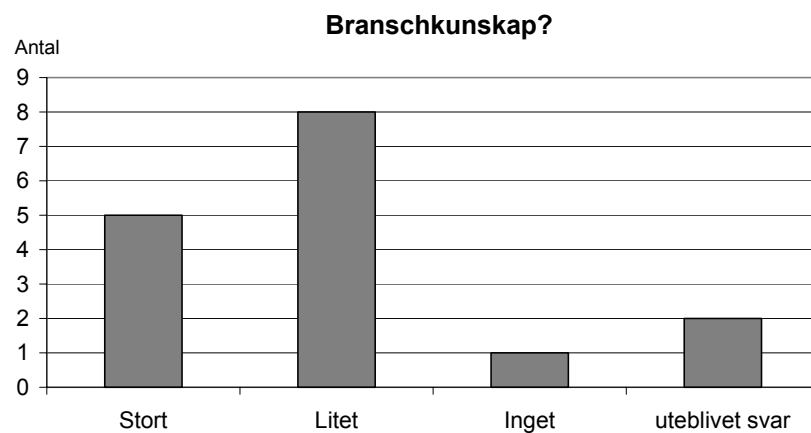
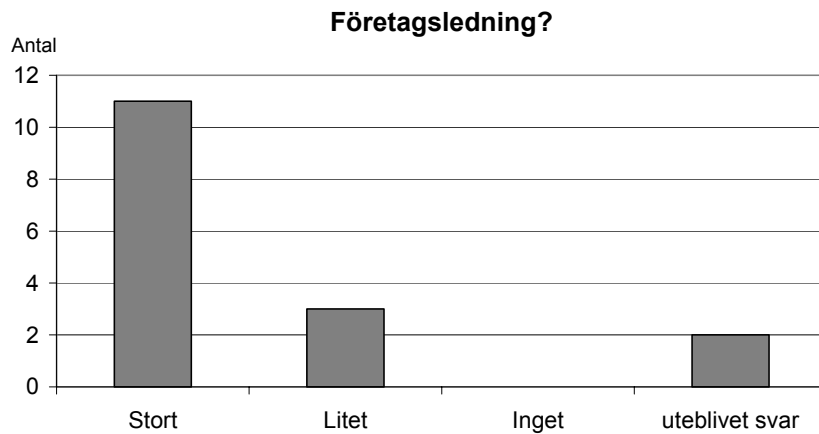
Hur graderar ni de viktigaste uppgifterna för en mentor?



De sexton svaren visar att ekonomirådgivning kan vara en viktig uppgift för en mentor.

Följande resultat visas i diagrammen nedan.





Marknadsinsatser, företagsledning och helheten för företaget är områden som organisationerna graderar som viktiga. Områden som branschkunskap, personalfrågor samt produktutveckling graderar man som mindre viktiga.

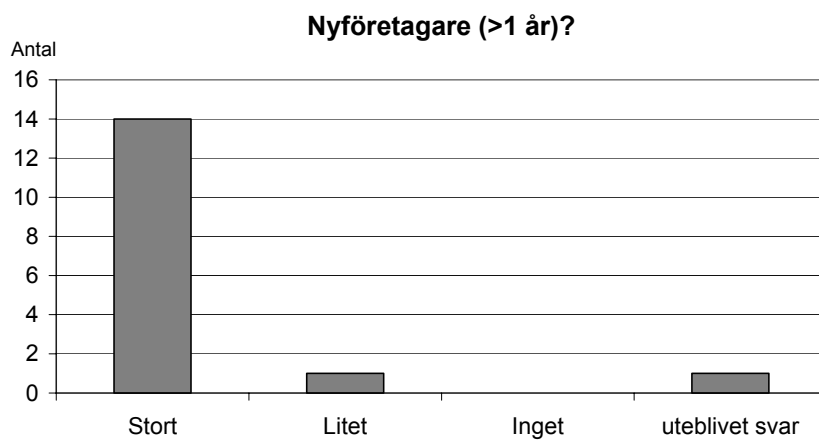
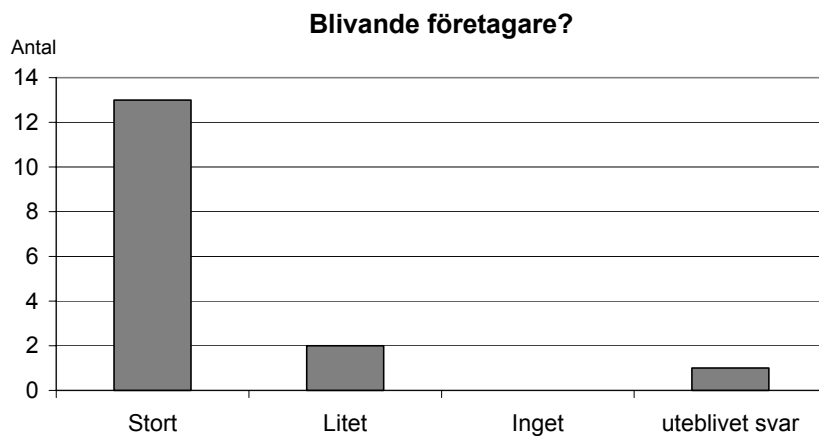
Andra områden som organisationerna tycker är viktiga är följande:

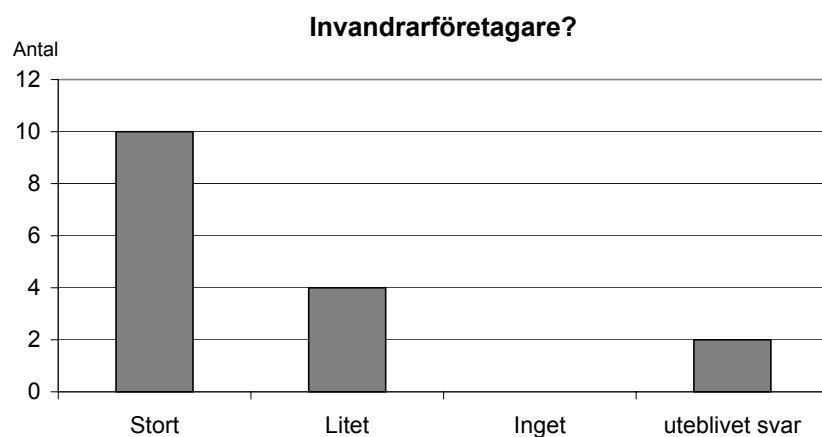
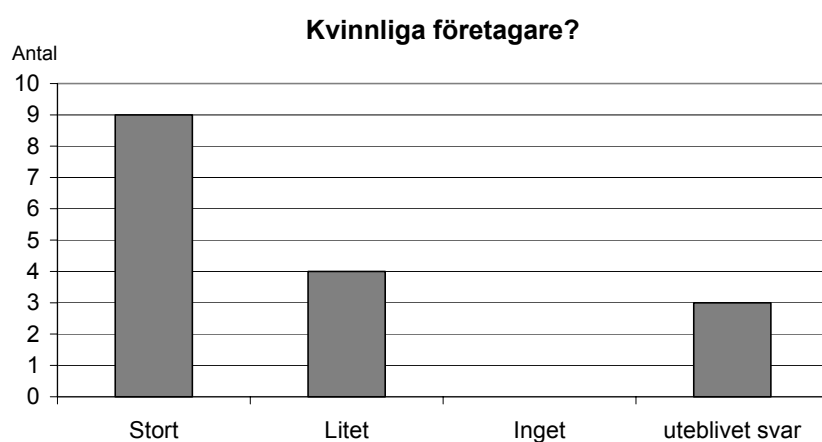
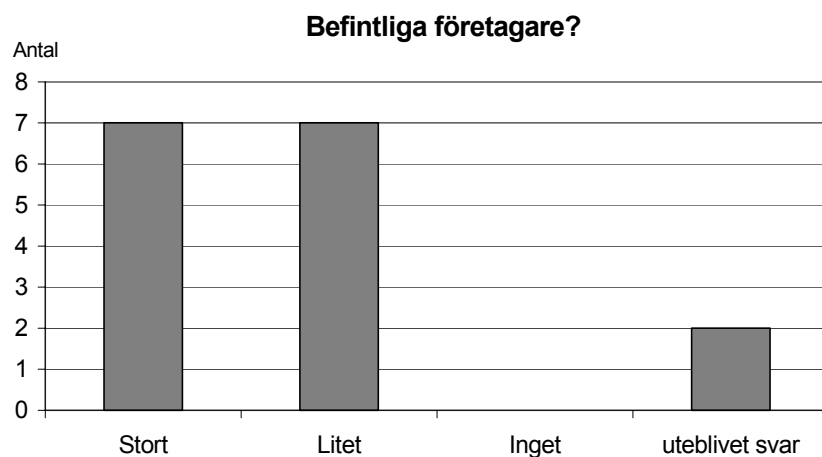
- erbjuda nätverk
- bidra med personlig utveckling
- hjälpa till med myndighetskontakter
- allmän uppmuntran och coachning

- internationalisering, exempelvis Östersjömarknaden
- personligt ledarskap
- några ansåg också att det inte går att skilja dessa uppgifter åt utan att allt är en helhet.

Enkäten följdes sedan av en fråga som handlade om vilka grupper av personer eller företagare som organisationerna uppfattade vara i störst behov av en mentor. Fem olika grupper fick de gradera, samt lägga till någon egen uppfattning om det fanns.

Vilka grupper av personer/företagare uppfattar ni har störst behov av mentorer?





Svaren visar att de uppfattar behovet som störst för blivande företag, nyföretagare och invandrare. Behovet för kvinnliga företagare skulle kunna sammanfattas som ganska stort, och för de befintliga företagarna ansåg de behovet vara mindre.

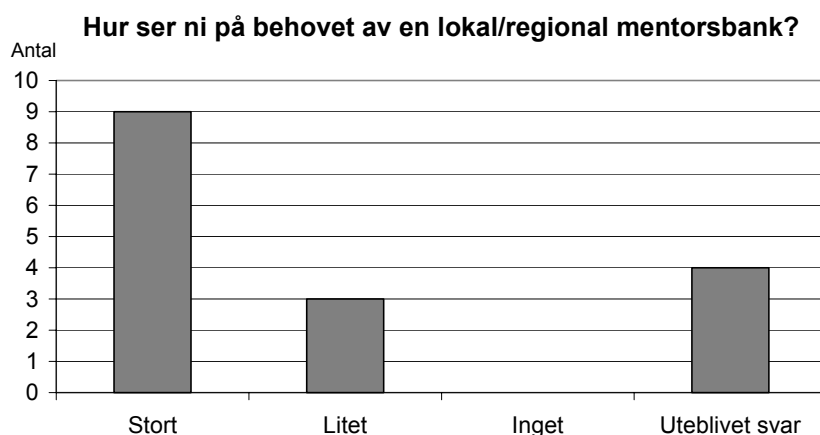
De svar som kom in på den mer öppna frågan om vilka grupper av personer och företag som de själva trodde hade störst behov var följande:

- Manliga företag
- Alla företag
- Tjänsteföretag som behöver internationaliseras
- Att det inte går att särskilja grupper åt
- Tillverkningsindustri
- Detaljhandeln

En av de mest komplicerade delarna med mentorskap är att rekrytera mentorer, och att dessa verkligen passar de enskilda företagen. Några av organisationerna nämnde egna idéer om hur mentorer kan rekryteras. De föreslog bland annat:

- att under tydliga kriterier finna mentorer genom handplockning
- erfarna företagsledare
- personliga kontakter
- via Företagarna och näringslivsgruppen
- tillgång till en fond som betalar för insatser
- via nätverk och inspirationsmöten

Eftersom ett syfte med detta projekt är att en mentorskapsbank skall kunna byggas upp, ingick det i enkäten att gradera behovet av en sådan bank. Så här tyckte organisationerna.



I och för sig avstod 4 av de 16 från att svara på frågan men att döma av resultatet finns det en uppfattning som innebär att man tror att det finns ett behov av en lokal/regional mentorsbank.

Till sist fick övriga synpunkter om mentorskap anges. Några pekade på vikten av att skilja på spets- och breddmentorer för att optimera möjligheten att ”knuffa” företagaren i rätt riktning. Det visade sig också att de ansåg att det inte bara är relationen ung/äldre som är väsentlig utan även andra ”inputs” behövs. Till exempel kan även starka företag behöva inspiration och råd från exempelvis invandrare för att kunna se marknadsfördelar.

Framförallt krävs insatser för internationalisering då en svarande hävdade att länet låg efter rikssnittet på denna punkt. ALMIs och Aroslotsarnas rådgivning borde blivande företag få bättre kännedom om.

Sammanfattningsvis poängterar många att det är viktigt att mentorerna känner en utmaning i insatserna, att alla förstår konceptet och att matchningen mellan behövande företag och potentiell mentor, samt uppföljningen av kontakterna dem emellan fungerar väl. Det finns många

sätt man kan driva mentorskapsinsatser på, men det är viktigt att det görs på ett för företagen individuellt och personligt sätt med nära kontakt så det blir givande. Det nämns också i svaren att det är viktigt att rådgivningen från en mentor kommer in tidigt i processen vid nystartande av ett företag och att den är gratis. Eftersom behoven inom näringslivet varierar är det viktigt att den tilltänkta mentorsbanken är konstruerad för att klara detta.

Avslutande diskussion

Intresset för att vara respektive få en mentor bland företagare skulle kunna sammanfattas som ganska svalt. För det första har vi bara fått in svar från 343 av 1684 medlemmar i Företagarna och inga svar pekar entydigt på en stor vilja för att vare sig ställa upp eller att vilja få en mentor. En förklaring kan vara att företagaren upplever att ett svar som visar att man är villig att ställa upp eller ett svar som visar att man vill ha en mentor kan innebära att man ”lovar för mycket”. Det finns redan mentorskapsinsatser som troligen passar olika företag olika bra, vilket då innebär att företagen är mer intresserade av att veta på vilket sätt dessa mentorer och företag skall finna varandra på ett fungerande sätt.

Vissa företag har sagt att rätt sorts mentor vid rätt tidpunkt självfallet är bra, men av erfarenhet vet de att det inte är helt okomplicerat, och därför har man lämnat ett ganska svalt intresse. Sedan är det svårt att avgränsa vad mentorskap egentligen innebär. Exempelvis kan konsulter och revisorer också i vissa fall utveckla en slags roll som liknar mentorskap.

Det är dock viktigt att poängtera att det trots allt finns ett tillräckligt underlag, även om det inte är så stort, som kan leda till något positivt om man jobbar med mentorsprojektet på rätt sätt, vilket innebär att projektet går vidare.

Problematiken som många företagare har nämnt är att matcha de personliga egenskaperna mellan mentor och företag. För att få det att fungera krävs att arbetet går i rätt riktning. Kontakten mellan mentor och företag bör bland annat fungera på det personliga planet. Det är med andra ord inte helt säkert att företagare inom samma bransch alla gånger är en den mest givna kombinationen, vilket som sagt kräver att en eventuell mentorsbank byggs upp på ett sätt som inte endast ser till vilka branscher behövande företag och potentiella mentorer har kunskaper inom.

Andelen som svarat ”neutralt” på frågorna om man vill ställa upp respektive behovet av att få en mentor, uppgår till nästan 25 % i båda fallen, vilket kan peka på en osäkerhet. Denna osäkerhet skulle kunna vändas till en optimism för ett mentorskapsprojekt om förutsättningarna för hur den praktiska matchningen ska gå till kan förtydligas.

I och med att vi har skickat ut till existerande företag så kan det hända att vi gått miste om potentiella mentorer, såsom pensionerade företagare, idrottsledare m fl. men även en del personer inom företagsutvecklande organisationer. Organisationerna i sig blev inte direkt tillfrågade om sitt intresse av att vara mentorer. ALMI företagspartner m fl. erbjuder också kurser om styrelsearbete som tangerar mentorskap.

Ett mentorsprogram kan också vara ett komplement till redan befintliga insatser. Ett alltför allomfattande program kan bli för anonymt.

Sändlista för enkäten till organisationer

- Fem arbetsförmedlingar i länet
 - Arbetsförmedlingen Fagersta/Norberg/Skinnskatteberg
 - Arbetsförmedlingen Hallsta/Sura
 - Arbetsförmedlingen Köping/Arboga/Kungsör
 - Arbetsförmedlingen Sala/Heby
 - Arbetsförmedlingen Västerås
- Länets elva kommuner
 - Västerås stad
 - Surahammar Kommun
 - Skinnskatteberg kommun
 - Sala kommun
 - Norbergs Kommun
 - Köping Kommun
 - Kungsör Kommun
 - Heby Kommun
 - Hallstahammar Kommun
 - Fagersta Kommun
 - Arboga Kommun

Organisationer såsom ideella, fackliga, ekonomiska, statliga myndigheter, bolag, närings-och intresseorganisationer m fl.

- ALMI företagspartner
- Arbustum Invest AB
- Aroslotsarna
- Avance.nu
- ESF-rådet Mål 3
- Euro info center
- Handelskammaren
- Idélab, Mälardalens högskola
- IFS Västerås
- Kooperativ utveckling i Västmanland
- LO-facken i Västmanland
- LRF equal. Framtidens nycklar
- LRF Mälardalen
- Länsbygderådet Västmanland
- Mälardalen högskola, Näringslivscentrum
- Mälardalens Kvinnolobby
- Nyföretagarcentrum KAK
- Sala-Heby idéforum
- SIF Västmanland
- Svensk Handel Mälardalen
- Svenskt Näringsliv
- Teknikbyn Västerås
- Ung Företagssamhet
- Västmanlands FoU-råd
- Västmanlands Läns Hushållningssällskap

Till medlemmar i Företagarna i länet

Intresseförfrågan om företagsmentorer

Vår förhoppning är att Du kan hjälpa oss genom att svara på bifogade frågor.

Företagsmentorer kan vara stöd för nyföretagare och befintliga företagare. Tanken är att de kunskaper och erfarenheter som finns hos länets företagare är resurser att ta tillvara på för att utveckla företagandet.

Mentorer kan vara både befintliga eller tidigare företagare och andra personer med god insikt i att driva företag.

Vi vill nu undersöka Ditt intresse för att bli/vara mentor respektive att ha tillgång till en mentor.

Förhoppningsvis kan resultatet så småningom bli att en "bank" med resurspersoner/mentorer byggs upp som kan matchas mot företagare som har behov av råd/stöd från en erfaren företagare/företagsledare.

Ditt svar önskas in på **bifogade enkäter senast den 13 december** i bifogat svarskuvert.

Eventuella frågor besvaras av Henric Orgren, e-post: henrik.orgren@u.lst.se.

Bland de inkomna enkätsvaren lottas 10 "julklappar" av företagsinriktad karaktär ut.

Tack för Din medverkan!

företagarna[®] - gör bättre affärer



LÄNSSTYRELSEN
Västmanlands län

Ove Jansson
Regionchef Västmanland

Magnus Månson
Chef Näringslivsenheten

Intresseförfrågan till medlemmar i Företagarna i länet

Att vara mentor

1. Hur stort är Ditt intresse för att vara mentor åt andra företagare, d v s ge råd och vara stödresurs till företagare som har behov av detta?

Mycket stort
☐

Stort
☐

Neutralt
☐

Litet
☐

Mycket litet
☐

2. Om "stort" eller "mycket stort" intresse, i vilken omfattning och inriktning kan Du tänka Dig att ställa upp?

a) ☐ Inom specifikt område.

b) ☐ Allmänt om företagsdrift

c) ☐ På min hemort

☐ Andra orter
på nära avstånd

☐ Andra orter
i länet

3. Om positiv till att vara mentor:

Namn och företag:

Telefon och adress:

Tack för Din medverkan!

Inkommet senast den 13 december till Henric Orgren, e-post: henrik.orgren@u.lst.se, i bifogat svarskuvert.

Intresseförfrågan till medlemmar i Företagarna i länet

Att ha mentor

1. Har Du någon form av mentor idag?

☐ Ja

☐ Nej

2. Om svaret på fråga 1 är Nej, hur stort är Ditt behov för att få stöd/råd från en mentor?

Mycket stort

☐

Stort

☐

Neutralt

☐

Litet

☐

Mycket litet

☐

3. Om "stort" eller "mycket stort" behov på fråga 2, inom vilka områden har Du då behov av stöd och råd via en mentor?

	Stort	Litet	Inget
Ekonomirådgivning	☐	☐	☐
Marknadsinsatser	☐	☐	☐
Produktutveckling	☐	☐	☐
Personalfrågor	☐	☐	☐
Företagsledning	☐	☐	☐
Branschkunighet	☐	☐	☐
Helheten för företaget	☐	☐	☐

Annat, nämligen:.....
.....

4. Om intresse för att ha en mentor:

Namn och företag:.....

Telefon och adress:.....

Tack för Din medverkan!

Inkommet senast den 13 december till Henric Orgren i bifogat svarskuvert,
e-post: henrik.orgren@u.lst.se.

Till näringslivsansvariga i kommuner,
Företagsfrämjande organisationer och aktörer

Hjälp oss med uppgifter om företagsmentorer i Västmanland!

Företagsmentorer kan vara stöd för nyföretagare och befintliga företagare. Detta understyks i länets Tillväxtprogram. Ove Jansson, regionchef för Företagarna, betonar också det angelägna i att utveckla insatser med företagsmentorer.

Tanken är att den kunskap och erfarenhet som finns hos länets erfarna företagare ska ses som en resurs att ta tillvara på för att utveckla företagandet. Mentorerna kan vara både befintliga eller tidigare företagare och andra personer med god insikt av att driva företag.

Syftet med denna förfrågan är att:

1. Via Er få kännedom om omfattningen av olika mentorskapsinsatser i länet.
2. Få er syn på mentorskapsinsatser och behovet av att utveckla dessa.

En sammanställning av Era uppgifter ger ett av underlagen till att, inom ramen för Tillväxtprogrammet, gå vidare med olika insatser.

Parallellt med den här förfrågan, avses en enkät sändas ut till medlemmar i Företagarna i länet. Det görs i samarbete med Företagarna. Undersökningen ska ge en uppfattning av intresset av att vara mentor respektive att ha mentorer. Avsikten är att bilda en eventuell mentorsbank.

Länsstyrelsen önskar in ert svar enligt bifogad enkät senast den 8 december
(se svarsuppgifter längst ned på enkäten).

Eventuella frågor om enkäten besvaras av Henric Orgren, e-post: henrik.orgren@u.lst.se,
tel 021-19 51 41.

Tack för Din medverkan!

företagarna[®] - gör bättre affärer



LÄNSSTYRELSEN
Västmanlands län

Ove Jansson
Regionchef Västmanland

Magnus Månson
Chef Näringslivsenheten

Enkät om mentorskapsinsatser i länet

Svarande org:

Kontaktpers, tel:

1. Driver ni eller känner ni till någon form av mentorskapsinsatser med erfarna företagare m fl för nyföretagare/etablerade företagare?

☐ Ja, följande (beskriv nedan)

☐ Nej

Mentorsprojekt/-insats(-er):

Antal deltagande mentorer:

Huvudsakliga mentorsuppgifter:

Målgrupp (blivande, nyetabl, bransch edyl)

2. Vad anser ni om behovet av mentorskapsinsatser för att utveckla företagande?

Mycket stort

☐

Ganska stort

☐

Ganska litet

☐

Mycket litet

☐

3. Hur graderar ni de viktigaste uppgifterna för en mentor?

	Stort	Litet	Inget
Ekonomirådgivning	☐	☐	☐
Marknadsinsatser	☐	☐	☐
Produktutveckling	☐	☐	☐
Personalfrågor	☐	☐	☐
Företagsledning	☐	☐	☐
Branschkunskap	☐	☐	☐
Helheten för företaget	☐	☐	☐
Annat, nämligen:			

4. Vilka grupper av personer/företagare uppfattar ni har störst behov av mentorer?

	Stort	Litet	Inget
Blivande företagare	☐	☐	☐
Nyföretagare (>1år)	☐	☐	☐
Befintliga företagare	☐	☐	☐
Kvinnliga företagare	☐	☐	☐
Invandrarföretagare	☐	☐	☐
Speciell/-a bransch/-er, nämligen:			

5. Idéer om hur fler företagsmentorer kan rekryteras:

6. Hur ser ni på behovet av en lokal/regional mentorsbank?

Stort

☐

Litet

☐

Inget

☐

7. Övriga synpunkter om mentorskap:

Tack för Din medverkan!

Skickas senast den 8 december till Henric Orgren, e-post: henrik.orgren@u.lst.se, fax: 021-19 51 41, pa: Näringslivsenheten, Länsstyrelsen, 721 86 Västerås

Rapporten är framtagen i samarbete mellan



LÄNSSTYRELSEN
Västmanlands län

företagarna[®]
VÄSTMANLAND

Ingår i Länsstyrelsen rapportserie
ISSN 0284 - 8813

Har du frågor, önskar fler exemplar m m, kontakta
Länsstyrelsen i Västmanlands län, 721 86 Västerås
Tel 021-19 50 00 | Fax 021-19 51 35 | E-post lansstyrelsen@u.lst.se