

Rapport 2010:15



LÄNSSTYRELSEN
I STOCKHOLMS LÄN

Entrepreneur Sthlm - kvalitet och kundnytta i rådgivningen?

Resultat av kundundersökning genomförd under våren 2010

Rapport 2010:15



LÄNSSTYRELSEN
I STOCKHOLMS LÄN

Entrepreneur Sthlm - kvalitet och kundnytta i rådgivningen?

Resultat av kundundersökning genomförd under våren 2010

Utgivningsår: 2010

ISBN: 978-91-7281-387-8

Denna rapport finns endast som pdf. Du hittar den på vår webbplats
www.lansstyrelsen.se/stockholm

Förord

År 2013 ska företagandet i Stockholm vara i nivå med andra europeiska storstäder. Regionens företagsfrämjande aktörer har tagit fasta på detta. Med början 2005 i projektet Entreprenörskap utan Gränser enades länets aktörer om att vi för att nå dit behöver skapa ett entreprenörskap utan gränser, som tar tillvara på invånarnas mångfald och sätter entreprenörens behov i centrum.

Med fokus på rådgivnings- och finansieringssystemet och de offentliga aktörer som är centrala för detta system identifierades ett antal förbättringsområden och ur dessa skapades en regional strategi för entreprenörskap i Stockholms län. Länsstyrelsen, Almi Företagspartner Stockholm, Stockholm Business Region Development och Innovationsbron tog då initiativ till projektet Entrepreneur Sthlm, som genomför stora delar av denna strategi.

Den bärande idén i Entrepreneur Sthlm är att entreprenören och innovatören oavsett kön, bakgrund, bransch eller företagsform på ett enkelt sätt ska få tillgång till professionell rådgivning i ett kvalitetssäkrat och transparent stödsystem.

Denna kvalitetsundersökning har genomförts för att mäta kvaliteten och den upplevda nyttan bland dem som tagit del av rådgivning via Entrepreneur Sthlm.

Rapporten är skriven av Peter Kempinsky, Daniel Hallencreutz och Pär Lindquist på Kontigo AB. Författarna svara själva för innehållet och de reflektioner som görs i slutet.

Entrepreneur Sthlm har som ambition att samordna, kvalitetssäkra, effektivisera och expandera nyföretagar- och innovationsrådgivningen som finns i länet samt att öka utbudet av utvecklingsprogram för företagare med tillväxtambitioner. Efter projektets avslut är målsättningen att verksamheten drivs med finansiering från lokala och regionala aktörer, företrädesvis kommunerna och landstinget, det privata näringslivet samt nationella myndigheter.

Stockholm 12 augusti 2010

Annika Rosing

Tillväxtdirektör Länsstyrelsen i Stockholms län

Berit Petterson

Enhetschef Länsstyrelsen i Stockholms län

Ordförande i styrgruppen Entrepreneur Sthlm

Thomas Orrung

Almi Företagspartner Stockholm Sörmland

Styrgruppen Entrepreneur Sthlm

Jesper Ackinger

Stockholm Business Region Development

Styrgruppen Entrepreneur Sthlm

Maria Qvick

Innovationsbron

Styrgruppen Entrepreneur Sthlm

Innehållsförteckning

Sammanfattning	7
Bakgrund	9
Metod och frågeställningar för uppföljningen	9
Resultat från enkäten	11
Vilka har svarat?	11
Kundernas nöjdhet.....	12
Vilka resultat kan utläsas från rådgivningen?	15
Skillnader mellan rådgivningsaktörer och mellan grupper av svarande..	19
Kommentarer till resultatet	25
I vilken utsträckning är rådtagarna nöjda med rådgivningen?	25
Hur stor har nyttan varit?	25
Har rådgivningen anpassats till rådtagarnas individuella behov och har bemötandet varit tillfredställande?	28
Vilka tar del av rådgivningen?	28
Föreligger det någon skillnad mellan frågorna ovan och de olika rådgivningsaktörerna eller typ av rådgivning?	29
Avslutande reflektioner kring några utvecklingsområden	30
Bilaga 1. Bortfallsanalys och enkätupplägg	32

Sammanfattning

Länsstyrelsen i Stockholms län har gett Kontigo AB i uppdrag att undersöka kvaliteten och kundnyttan i den rådgivning som upphandlats inom ramen för projektet Entrepreneur Sthlm. Undersökningen har genomförts under mars och april 2010 och omfattar den rådgivning som Entrepreneur Sthlm har upphandlat under perioden 2008-2010. I praktiken innebär detta att den rådgivning som granskas i rapporten, huvudsakligen är sådan som genomförts under 2009.

Entrepreneur Sthlm arbetar för att förbättra förutsättningarna för ett samordnat och långsiktigt finansierat rådgivnings- och finansieringssystem. Ambitionen är att detta system ska knyta an till övrig nyföretagar- och innovationsrådgivning samt företagsutveckling i Stockholms län. Entrepreneur Sthlm upphandlar i princip all rådgivning från externa aktörer.¹ Vid tidpunkten för uppföljningen har Entrepreneur Sthlm upphandlat rådgivning för 38 miljoner kronor från 22 rådgivningsleverantörer.

Uppföljningen har genomförts genom en webbenkät riktad till de kunder som tagit del av rådgivning. Enkäten har gått ut till samtliga kunder som har lämnat sina kontaktuppgifter och sitt medgivande till rådgivaren att delta i uppföljning. Totalt har 1515 enkäter skickats ut och svarsfrekvensen uppgår till 51 procent.

Majoriteten av de som tagit del av rådgivningen är kvinnor i åldern 44 - 55 år. Andelen med utländsk bakgrund uppgår till cirka 35 procent. Av de svarande anger 40 procent att de var företagare vid tidpunkten för rådgivningen. Merparten av dessa företag är små sysselsättningsmässigt, 97 procent av företagen hade vid tidpunkten för enkäten färre än fem anställda.

Resultaten pekar på att majoriteten av de svarande är förhållandevis nöjda med bemötandet de fått av rådgivarna, både med rådgivarnas kunskap och kompetens och med deras förmåga att förmedla information. Det som utmärker sig som negativt är brister i rådgivarnas branschspecifika kunskap samt hur rådgivaren följt upp hur det gått för de som fått rådgivning efter rådgivningens slut.

De största effekterna av rådgivningen är att man upplever sig ha blivit en bättre företagare, fått ett värdefullt eller förbättrat kontaktnät, samt hittat nya

¹ Den rådgivning som IFS rådgivning ger är inte upphandlad utan sker genom ALMI:s deltagande i Entrepreneur Sthlm.

samarbetspartners som en följd av rådgivningen. Resultaten visar på små skillnader i resultat mellan de olika rådgivarnas kunder. Rådgivningen förefaller ha hållit en jämn kvalitet avseende bemötande, kompetens och förmåga att förmedla kunskap oavsett kundernas kön eller bakgrund, i enlighet med Entrepreneur Sthlms målsättning.

En uppräknings baserat på enkätresultatet ger vid handen att omkring 600-900 nya anställningar (dessa behöver dock inte vara heltidsanställningar) tillkommit helt eller delvis som en följd av rådgivningen. Vidare beräknas omkring 1700-2200 företag startats av de cirka 14 000 individer som fått rådgivning inom ramen för Entrepreneur Sthlm. Detta är dock skattningar baserat på en uppräknings av enkätresultatet och ska tolkas med försiktighet.

Bakgrund

Entrepreneur Sthlm (hädanefter i rapporten förkortat till ES) arbetar för att förbättra förutsättningarna för ett samordnat och långsiktigt finansierat rådgivnings- och finansieringssystem. ES finansieras huvudsakligen av EU:s regionalfond (ERUF), Programmet för att främja kvinnors företagande samt Tillväxtverket. Almi Stockholm, Stockholm Business Region Development, Innovationsbron och Länsstyrelsen i Stockholms län är projektpartners. Samverkande kommuner är Järfälla, Sundbyberg, Södertälje, Upplands-Bro, Upplands Väsby och Vallentuna kommun.

Målsättningen är att ES ska bidra till att systemet på ett effektivt sätt tillgodoser kundernas behov, oavsett kön, bakgrund, bransch eller företagsform. ES upphandlar i princip all rådgivning från externa aktörer.² Hittills har ES handlat upp nyföretagarrådgivning, rådgivningsprogram riktade till kvinnor, ägarskiftesprogram riktade till kvinnor, affärsutvecklingsprogram dels riktade till kvinnor och dels riktat till både kvinnor och män. Vidare har rådgivning inför internationalisering, innovationsrådgivning till forskare och till vårdsektorn samt mentorprogram upphandlats. Målgruppen för ES utgörs i första hand av små och medelstora företag med upp till 50 anställda samt nyföretagare – oavsett bransch. Vid tidpunkten för uppföljningen har rådgivning upphandlats för 38 miljoner kronor från totalt 22 olika rådgivningsleverantörer.

Länsstyrelsen i Stockholms län har gett Kontigo AB i uppdrag att undersöka kvaliteten och kundnyttan i den rådgivning som upphandlats inom ramen för ES verksamhet. Undersökningen har genomförts under mars och april 2010. Uppföljningen har genomförts av Pär Lindquist, Daniel Hallencreutz och Peter Kempinsky vid Kontigo AB. Författarna svarar själva för de slutsatser som dras.

Metod och frågeställningar för uppföljningen

Uppföljningen har haft till syfte att undersöka kvaliteten och kundnyttan i den rådgivning som ES har upphandlat under perioden 2008-2010. I praktiken innebär detta att den rådgivning som granskas i rapporten huvudsakligen har genomförts under 2009.

² Den rådgivning som IFS rådgivning ger är inte upphandlad utan sker genom ALMI:s deltagande i ES.

Länsstyrelsen har efterfrågat att undersökningen ska präglas av ett brukarperspektiv, och att den ska genomföras via en webbaserad enkät. Den övergripande målsättningen är att mäta kvaliteten och den upplevda nyttan bland de som erhållit rådgivning inom ramen för ES. Undersökningen ska även studera om det föreligger några skillnader mellan rådgivningsaktörerna avseende kvalitet och nytta för kunderna.

Uppföljningen har genomförts genom en webbaserad enkät som gått ut till samtliga kunder som har lämnat kontaktuppgifter och sitt medgivande till sin rådgivare om att delta i uppföljningen.³ Totalt har 1515 enkäter skickats ut och svarsfrekvensen uppgår till 51 procent, med ett inre bortfall på vissa frågor på upp till 10 procent. En mer ingående beskrivning av enkäten och bortfallsanalys återfinns i bilaga 1.

Enkäten har haft som målsättning att besvara följande huvudfrågeställningar:

- I vilken utsträckning är rådtagarna nöjda med rådgivningen?
- Hur stor har nyttan varit?
- Har rådgivningen anpassats till rådtagarnas individuella behov?
- Har bemötandet varit tillfredsställande?
- Vilka tar del av rådgivningen?
- Hur många arbetstillfällen har skapats som en följd av rådgivningen?
- Vilka andra värden har rådgivningen skapat?

Vidare ska uppföljningen påvisa eventuella skillnader mellan frågorna ovan uppdelat mellan de olika rådgivningsaktörerna, typ av rådgivning, samt de svarandes kön och bakgrund. I nästföljande avsnitt redogör vi för uppföljningens resultat. Därefter följer ett avslutande avsnitt med kommentarer till resultaten.

³ Länsstyrelsen har stått för insamling av kontaktuppgifter från respektive rådgivare.

Resultat från enkäten

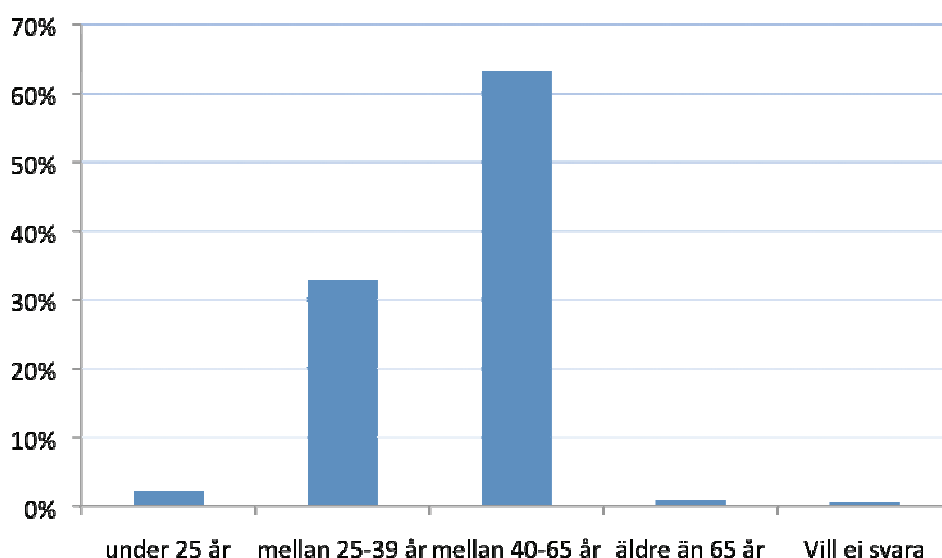
Följande avsnitt beskriver de huvudsakliga resultaten från enkäten. Avsnittet är strukturerat i ett antal delavsnitt där vi redogör för vilka som har svarat på enkäten, kundernas nöjdhet, resultatet av rådgivningen, skillnaden mellan olika rådgivare samt skillnader i svar mellan olika grupper av svarande. Efter detta följer ett avsnitt där vi reflekterar och ger våra kommentarer kring resultaten. I de fall det föreligger statistiskt säkerställda skillnader mellan kvinnor och män redovisas detta. I övriga fall – alltså där resultaten för män och kvinnor, statistiskt sett, är desamma – har vi av utrymmesskäl valt att inte dela upp statistiken.

Vilka har svarat?

Merparten av de svarande är kvinnor (dessa står för nära 77 procent av svarspopulationen). Majoriteten av de svarande återfinns i åldersintervallet 40-65 år. Det råder ingen nämnvärd skillnad i ålder mellan de svarande männen och kvinnorna (figur 1).

Andelen svarande som anger att de är födda i ett annat land än Sverige uppgår till 29 procent. Till detta kan ytterligare 7 procent föras, vilka är födda i Sverige men som anger att de har två utrikesfödda föräldrar. Detta innebär att andelen svarande med utländsk bakgrund (enligt ERUF:s

Figur 1. Åldersfördelning, Källa: enkäten, (n=747)



definition) uppgår till 36 procent.⁴ Inom denna grupp uppgår andelen män till 25 procent, vilket kan jämföras med cirka 20 procent bland de svarande med inrikes bakgrund.

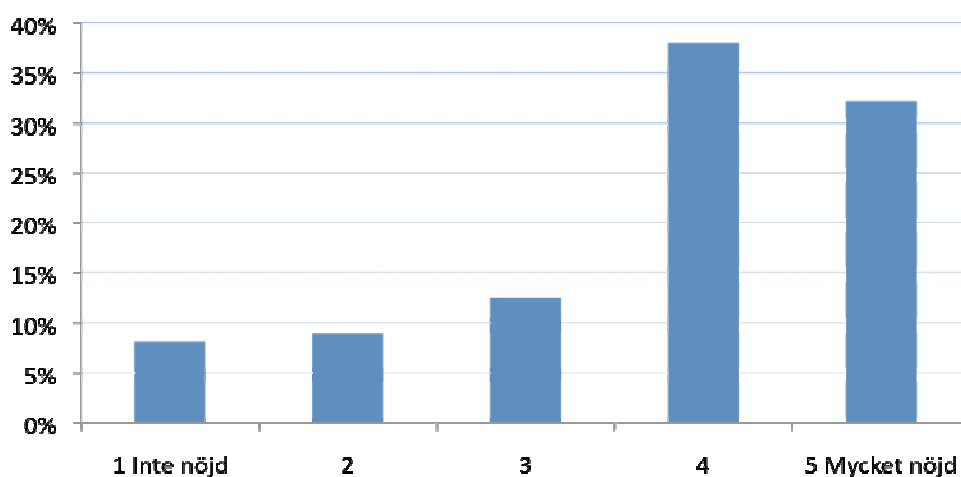
Av de svarande har 77 procent angett att de idag är företagare; majoriteten av dessa – 76 procent – arbetar i företag utan någon anställd. Någon skillnad mellan män och kvinnor föreligger inte vad det gäller andelen svarande med företag. Däremot är männen något överrepresenterade i gruppen företag med 1-4 anställda, och en liknande överrepresentation av kvinnor återfinns i gruppen med 0 anställda.

Kundernas nöjdhet

I enkäten har kunderna ombetts att ange hur nöjda de generellt är med den rådgivning de fått, samt ombetts att besvara mer ingående frågor avseende ett antal variabler (se bilaga 1 för en beskrivning av undersökningsupplägget). Om vi inledningsvis ser till den samlade ”nöjdheten” ser resultatet ut enligt figur 2.

Undersökningen visar att nära 85 procent av de svarande anger 3, 4 eller 5 på den femgradiga skalan (där 1 är inte nöjd, och 5 motsvarar mycket nöjd), vilket vi tolkar som att dessa svarande är antingen nöjda eller mycket nöjda.

Figur 2. Hur nöjd är du med rådgivningen? skala 1-5, (n= 683)



⁴ Enligt ERUF innefattar begreppet ”utländsk bakgrund” personer som är födda utomlands eller vars båda föräldrar är födda utomlands. Denna definition används här även av Länsstyrelsen.

Om vi istället väljer att tolka enbart 4 och 5 som nöjd/mycket nöjd utgör andelen 70 procent.

Vidare kan vi i enkäten se att nära 80 procent av de svarande anger att de skulle rekommendera andra att söka den rådgivning de själva fått, vilket kan ses som ytterligare en indikator på graden av ”nöjdhet”.

Bryter vi ner resultatet på de tre frågeblocken *bemötande*, *förmåga att förmedla information* och *kunskap och kompetens* fördelar sig svaren enligt tabell 1 nedan på en femgradig skala:

Tabell 1. Betyg, medelvärde, skala 1-5, (n=683)

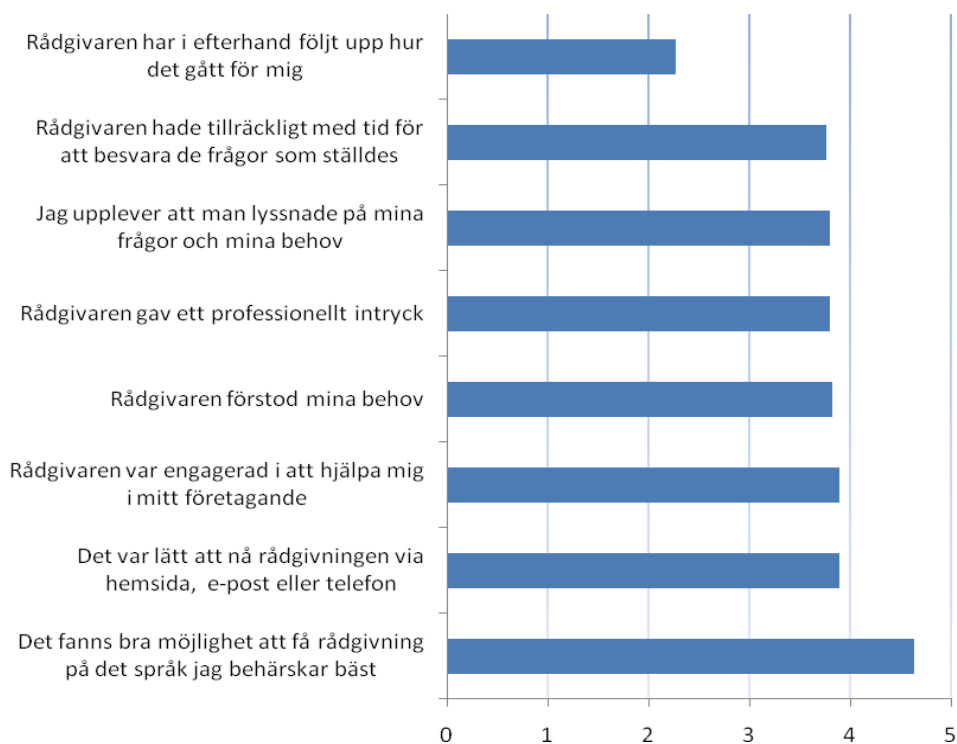
	Medelvärde
Bemötande	3,7
Förmåga att förmedla information	3,8
Kunskap och kompetens	3,6

Tabell 1 visar snittbetyget för respektive frågeområde. Det handlar, som synes, om små skillnader mellan respektive frågeblock. Snittbetygen – där skalan är densamma som i ovan – ligger närmare 4 än 3, vilket vi tolkar som att deltagarna är nöjda (medan en fyra och uppåt skulle tolkas som att man är mer än nöjd).

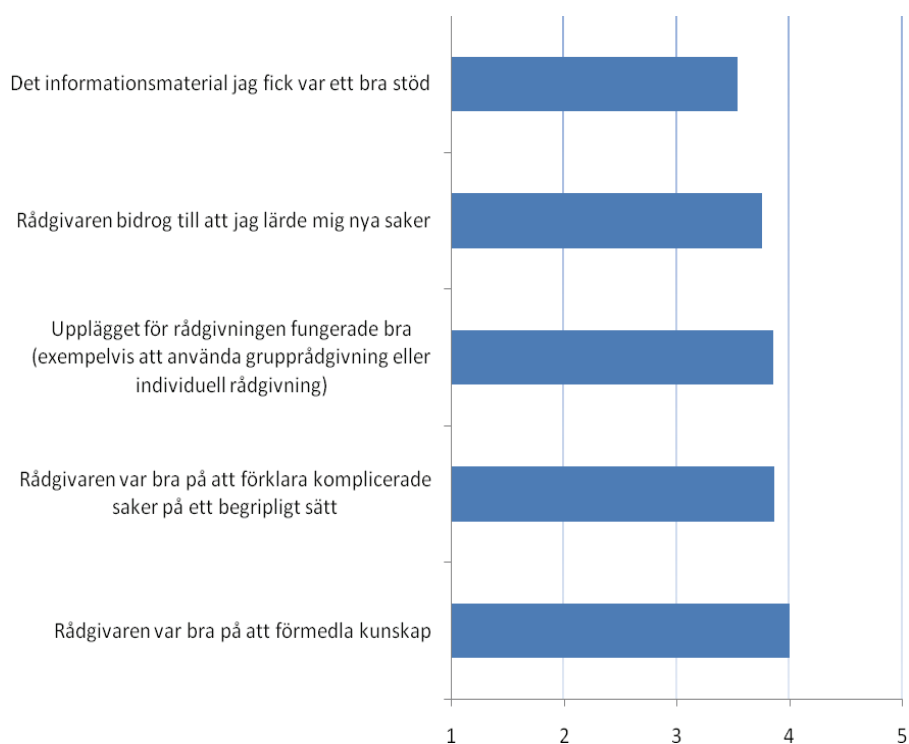
Bryter vi ner svaren på respektive frågeblock (bemötande, förmåga att förmedla information och kunskap och kompetens) fördelar sig svaren enligt följande:

Det föreligger små skillnader inom respektive frågeblock. Inom blocket bemötande ser vi att tillgång till rådgivning på det språk som kunden behärskar bäst inte förefaller upplevas som ett problem för merparten av de svarande. Vi kan ur enkätsvaren konstatera att gruppen med utländsk bakgrund utmärker sig genom att ge ett statistiskt signifikant lägre betyg än övriga svarande på frågan om språk. Dock är båda grupper, som vi bedömer det, nöjda (4,3 respektive 4,7 i betyg). Omkring 10 procent av de svarande har utnyttjat möjligheten att besvara enkäten på engelska. Ingen av de svarande har angett att de haft behov av att få enkäten översatt till annat språk, en möjlighet som erbjudits i undersökningen. (Figur 3.)

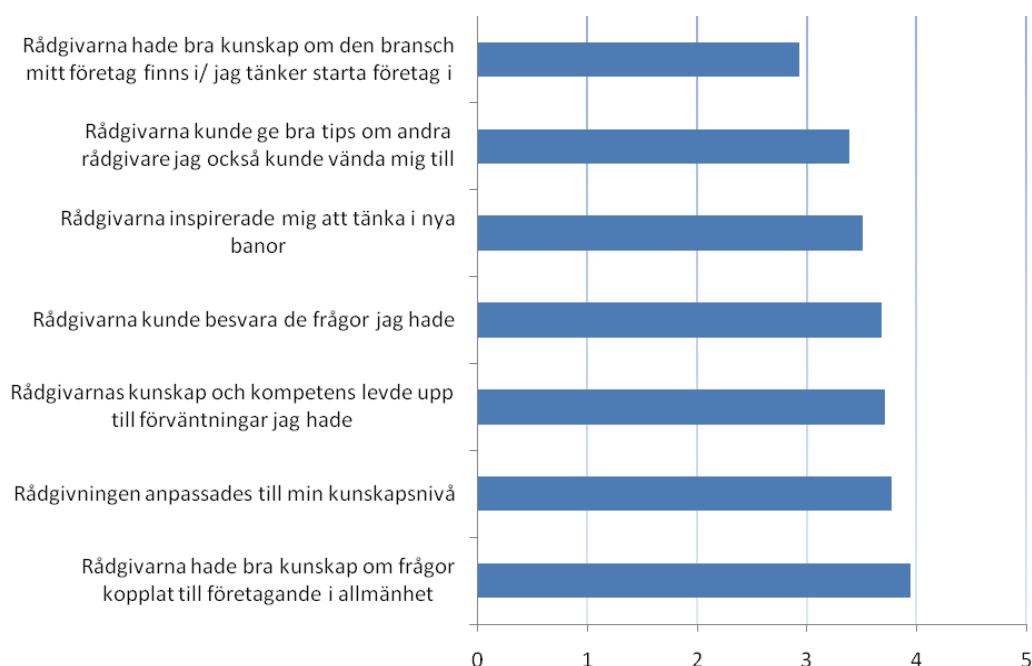
Figur 3. Bemötande, medelvärde, skala 1-5, n=691



Figur 4. Förmåga att förmedla information, skala 1-5, (n= 690)



Figur 5. Kunskap och kompetens, skala 1-5, (n= 690)



Avseende förmågan att förmedla information återfinner vi inga större skillnader mellan de olika frågorna. Snittbetygen ligger mellan 3,5 till 4. Vi kan konstatera att påståendet att rådgivaren var bra på att förmedla information får det högsta enskilda snittbetyget i enkäten, tillsammans med möjligheten till rådgivning på det språk man behärskar bäst. (Figur 4.) Vad det gäller kunskapen och kompetensen hos rådgivarna upplever de svarande att rådgivarna hade god kunskap om frågor kopplat till företagande generellt; samtidigt som deras branschspecifika kunskap ges ett lägre betyg. (Figur 5.)

Vilka resultat kan utläsas från rådgivningen?

I enkäten har ambitionen varit att se till resultat och effekter av rådgivningen dels hos företagen som deltagit (avseende exempelvis ekonomisk utveckling) dels hos individerna kopplat till deras roll som företagare (om de till exempel upplever att de har blivit bättre företagare som en följd av rådgivningen). Vi inleder här med att presentera resultaten kopplat till ”företagsnyttan”.

Fler företag som följd av satsningen?

Av de svarande anger 530 att de idag är företagare, av dessa var 357 företagare vid tidpunkten då de fick rådgivningen. Dessutom har 9 svarande

slutat vara företagare. 7 personer vill inte svara på om de var företagare före rådgivningen, men anger att de är företagare idag. Vi kan ur enkätsvaren utläsa att det i svarspopulationen tillkommit 166 företag efter rådgivningsinsatsen. Resultaten redovisas i nedanstående korstabell (tabell 2):

Tabell 2. Företagare före och efter rådgivningen, n=682

		13. Är du företagare idag?			
		Ja	Nej	Vill ej svara	Totalt
12. Var du företagare när du fick rådgivning?	Ja	357	9	3	369
	Nej	166	132	6	304
	Vill ej svara	7	1	1	9
	Totalt	530	142	10	682

Till de 166 personer som startat företag ställdes frågan i vilken utsträckning de anser att den rådgivning de fått bidragit till företagsstarten. 70 procent – motsvarande 116 svarande – anger i enkäten att rådgivningen definitivt (vilket angetts av 19 procent) eller delvis (vilket angetts av 51 procent) bidragit till företagsstarten.

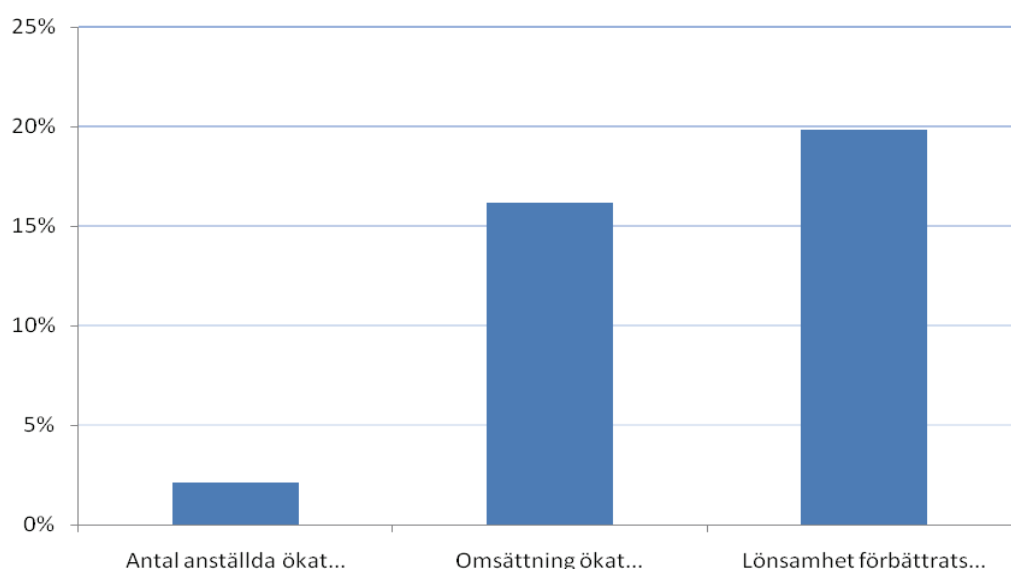
Förbättrad lönsamhet hos de befintliga företagen?

Knappt 2 procent av de svarande som idag är företagare uppger att den rådgivning de fått har bidragit till att de anställt någon. Sammanlagt anges att 42 personer anställts som följd av rådgivningen.

Om vi anlägger ett bredare perspektiv, och utöver anställda även ser till antalet skapade arbetstillfällen (detta avser såväl personer som fått anställning, som personer som har startat företag) ser vi att om antalet anställningar som rådgivningen bidragit till slås samman med de 116 företag som startats (helt eller delvis till följd av rådgivningen) innebär detta att totalt 158 arbetstillfällen har skapats bland de svarande, som en följd av rådgivningen.

Utöver förändringen i sysselsättning, anger 16 procent av de svarande företagarna att de upplever en ökning i företagets omsättning som en följd av rådgivningen och 20 procent av de svarande anger att lönsamheten har förbättrats.

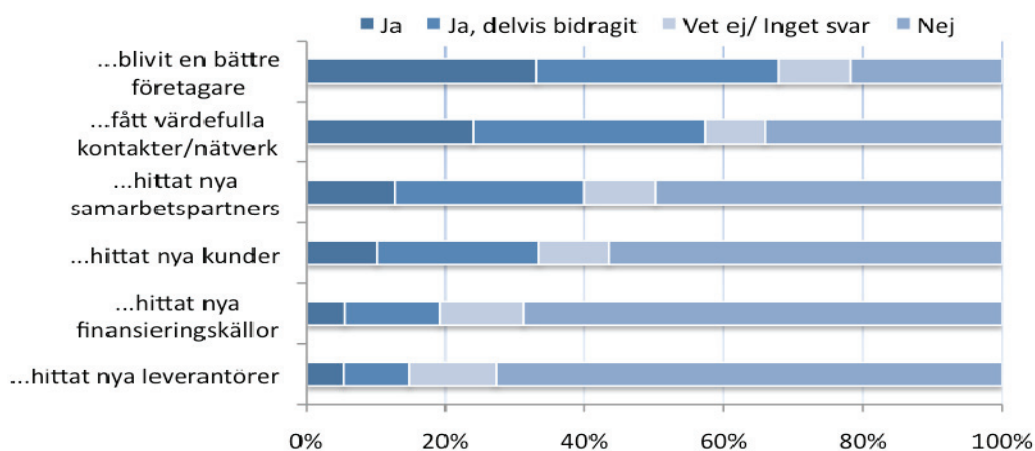
Figur 6. Inverkan på företagets sysselsättning, omsättning och lönsamhet, n=525



Bättre företagare som resultat av insatsen?

Vid sidan av de ”direkta” effekterna på sysselsättning, omsättning och lönsamhet, har de svarande företagarna angett i hur hög grad de anser att rådgivningen stöttat dem i deras roll som företagare, utifrån ett antal variabler. Resultaten syns nedan (figur 7):

Figur 7. Har rådgivningen bidragit till att du..., n=525



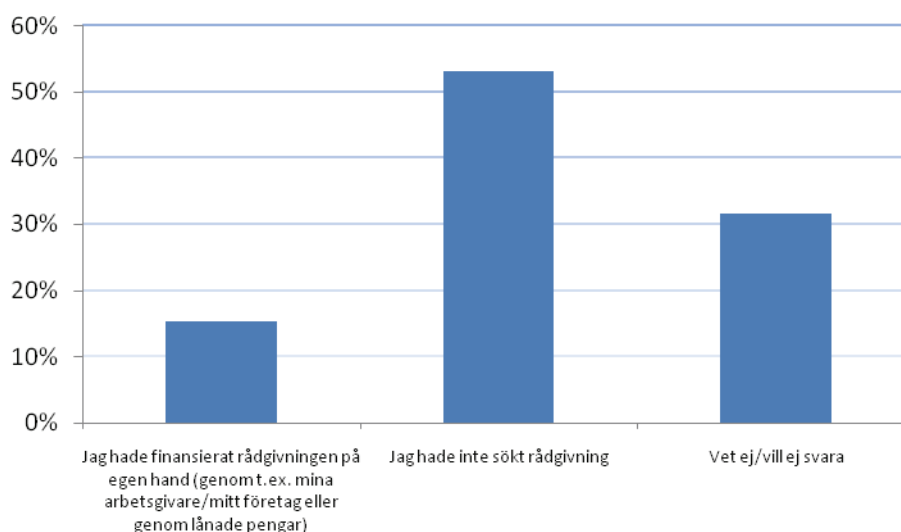
I figur 7 ser vi att den största andelen svarande anger att rådgivningen bidragit till att de upplever att de blivit bättre företagare (68 procent anger att rådgivningen bidragit eller delvis bidragit till detta). Nära 57 procent anger att de genom rådgivningen fått värdefulla kontakter/nätverk. Drygt 40 procent av de svarande anger att de via rådgivningen har hittat nya samarbetspartners.

Vi kan också konstatera att nytta i termer av nya finansieringskällor, leverantörer eller nya kunder anges av en lägre andel svarande. Cirka 15-25 procent anger att rådgivningen bidragit till detta i någon utsträckning.

För att ytterligare försöka få en bild av nyttan ställdes i enkäten en fråga om vad de svarande tror sig ha gjort om inte denna möjlighet till rådgivning hade funnits. Utgångspunkten för frågan var att se om ES fyller en lucka i systemet, eller om de svarande tror att de hade sökt samma rådgivning men på andra vägar. I enkäten anger 15 procent av de svarande att de skulle finansierat rådgivning på egen hand om den möjlighet som ES erbjuder inte funnits. Strax över 50 procent anger att inte skulle sökt rådgivning (figur 8).

Vi är medvetna om att denna typ av kontrafaktiska frågor är problematiska, framförallt inom ramen för det begränsade format som en enkät erbjuder – vilket den höga andelen ”Vet ej”-svaren indikerar. Vår tolkning är att det finns fog för att säga att fler individer har tagit del av rådgivning än vad som sannolikt varit fallet utan satsningen, och vi tolkar även svaren som en indikation på att ES fyller en typ av marknadskompletterande funktion

Figur 8. Vad hade du gjort om inte möjligheten till rådgivning funnits? n=660



genom att man har nått ut till grupper som inte annars tror sig tagit del av rådgivning (dock med förbehållet att det är svårt att dra några större slutsatser från denna enskilda fråga). Det ska tilläggas att just denna frågeställning heller inte har varit i fokus för studien.

Skillnader mellan rådgivningsaktörer och mellan grupper av svarande

En del av uppdraget har varit att undersöka om det föreligger några statistiskt säkerställda skillnader mellan de olika rådgivningsaktörerna, samt mellan grupper av svarande, avseende de variabler som beskrivits ovan. Analysen av enkäten har inneburit att vi kontrollerar för skillnader i svaren avseende följande bakgrundsvariabler:

- Vilken rådgivningsaktör de svarande haft
- De svarandes kön
- Företagare före respektive efter rådgivningen
- De som betalat avgift/ej avgift för rådgivning
- Utrikes- och inrikesfödda

I jämförelsen mellan aktörerna ingår något färre svarande i några av jämförelserna, då antalet svarande för vissa aktörer i enkäten är för lågt för att tillåta analys. Avseende Nyföretagarcentrum (NFC) har i enkäten svar inkommit från NFC Stockholm, Södertälje, Lidingö och Täby-Danderyd. I fallet med NFC Södertälje så rymmer denna grupp ett antal nyföretagarcentrum – i enkäten har svar från NFC Nacka Värmdö Tyresö, NFC Södertälje Nykvarn Salem, NFC Botkyrka-Huddinge och NFC Nynäshamn-Haninge inkommit. NFC Södertälje har dock varit kontraktspart gentemot ES. Då det är för få svarande från respektive NFC inom gruppen för att kunna analysera dessa var för sig, har dessa därför slagits samman till en grupp, nedan kallad NFC Södertälje. Det återfinns enbart tillräckligt många svarande för att jämföra NFC Södertälje och NFC Stockholm.

Ser vi till den samlade nöjdheten med rådgivningen (motsvarande figur 2 ovan) mellan samtliga aktörer i enkäten återfinns ingen statistiskt säkerställd skillnad mellan aktörerna utöver att NFC Södertälje får ett något lägre betyg för samlad nöjdhet jämfört med NFC Stockholm.

Jämför vi aktörerna avseende områdena *bemötande*, *kunskap och kompetens* samt *förmåga att förmedla information* återfinns en signifikant skillnad i det att NFC Södertälje får ett något lägre betyg vad det gäller bemötande än

NFC Stockholm. I övrigt ligger samtliga skillnader mellan aktörerna inom felmarginalerna.

Bryter vi ner det ytterligare en nivå kan vi se ett antal skillnader för enskilda variabler inom respektive frågeblock. Ett försök att kortfattat fånga upp dessa skillnader görs i tabell 3.

Tabellen ska utläsas så att exempelvis KKiKK utmärker sig med att få ett signifikant högre genomsnittsbetyg än ÖPWC, Utbildningsspecialisterna och NFC Stockholm vad det gäller frågan om de följt upp hur det gått för kunder efter rådgivningen slut.

Tabell 3. Skillnader mellan aktörer avseende enskilda variabler i respektive frågeblock bemötande, förmåga att förmedla information och kompetens/ kunnande, källa: enkäten⁵

FRÅGA	AKTÖR	SKILLNAD	AKTÖR
Rådgivaren har i efterhand följt upp hur det gått för mig	KKiKK	högre än	ÖPWC, Utbildningsspecialisterna och NFC Stockholm
	samt Astarcan	högre än	NFC Stockholm
Rådgivaren var engagerad i att hjälpa mig i mitt företagande	Astarcan	högre än	IFS
Rådgivarna hade bra kunskap om frågor kopplat till företagande i allmänhet	QUL Utveckling & Ledarskap	högre än	NFC Södertälje
Rådgivarna kunde ge bra tips om andra rådgivare jag också kunde vända mig till	QUL Utveckling & Ledarskap och NFC Stockholm	högre än	ÖPWC och NFC Södertälje
Det fanns bra möjlighet att få rådgivning på det språk jag behärskar bäst	samtliga utom KKiKK	högre än	IFS
Rådgivaren gav ett professionellt intryck	ÖPWC, QUL, Astarcan, KKiKK och NFC Stockholm	högre än	NFC Södertälje

⁵ Tablån visar enbart de variabler där en signifikant skillnad mellan aktörer kan utläsas ur enkätsvaren.

Astarcan uppvisar ett signifikant högre betyg än NFC Stockholm för samma fråga. De variabler som visas i tabellen är de där det återfinns en statistiskt signifikant skillnad mellan aktörerna. För övriga variabler kan inga signifikanta skillnader utläsas.

IFS rådgivning, NFC (både Stockholm och Södertälje) och ÖPWC återfinns bland de aktörer som får något lägre betyg för ett antal variabler. Samtidigt återfinns både NFC Stockholm och ÖPWC bland de aktörer som får ett högre betyg för några variabler (avseende om rådgivaren gav ett professionellt intryck, respektive att rådgivaren kunde ge bra tips på andra rådgivare). Däremot utmärker sig inte IFS rådgivning eller NFC Södertälje positivt för någon av dessa variabler.

Det handlar dock om relativt små skillnader kring enskilda variabler vilket medför att vi vill vara försiktiga med att dra några större slutsatser från detta.

Går vi vidare och ser på skillnader avseende effekter och resultat, kan vi se följande. Tabell 4 nedan ska utläsas som att för frågan om rådgivningen bidragit till att hitta nya finansieringskällor, så instämmer en signifikant högre andel av de svarande som fått rådgivningen från Creative Futures (markeras med ett ”+”) jämfört med vad som vore ett förväntat utfallet givet dessas fördelning i svarspopulationen i stort.⁶

På samma sätt instämmer en signifikant lägre andel från NFC Södertälje och IFS rådgivning än vad som förväntas, givet dessas fördelning i populationen i stort (markeras med ett ”-”) i samma påstående.

Här finner vi att Creative Futures, Astarcan och Mimo utveckling förefaller falla ut mer positivt än IFS rådgivning och NFC Stockholm och Södertälje. Vid tolkning av resultatet är det dock viktigt att beakta att frågan ställts både till svarande som var företagare innan rådgivningstillfället, och till de som anger att de startat företag som följd av rådgivningen. Vi kan ur enkäten konstatera att Astarcan, Coompanion och Mimo utveckling uppvisar en signifikant högre andel kunder som redan var företagare när de fick rådgivning. På samma sätt uppvisar NFC Stockholm, NFC Södertälje och IFS rådgivning en lägre andel svarande som var företagare innan rådgivningstillfället. Skillnaderna ovan ska tolkas i ljuset av detta, och vi tycker det är rimligt att anta att de som redan var företagare vid rådgivningstillfället i högre utsträckning upplevt att rådgivningen påverkat dem i sin roll som företagare.

⁶ Eftersom datan är på kategorinivå (instämmer eller instämmer inte) sker analysen med CHI2-test, där nollhypotesen är att de skillnader som återfinns mellan aktörerna är slumpmässig.

Tabell 4. Effekter av rådgivningen fördelat efter aktör⁷, Källa: enkäten

Variabel	Aktör	
Hitta nya finansieringskällor	Creative futures	+
	NFC Stockholm	+
	IFS	-
	NFC Södertälje	-
Hitta nya kunder	Coompanion	+
	Astarcan	+
	NFC Södertälje	-
	Utbildningsspecialisterna	-
Hitta nya samarbetspartners	Creative futures	+
	Mimo utveckling	+
	ÖPWC	+
	NFC Stockholm	-
	NFC Södertälje	-
Blivit en bättre företagare	Astarcan	+
	Mimo utveckling	+
	NFC Stockholm	+
	IFS	-
	NFC Södertälje	-
Fått värdefulla kontakter/ nätverk	Astarcan	+
	Creative futures	+
	ÖPWC	+
	NFC Stockholm	-
	NFC Södertälje	-
	IFS	-

⁷ Avseende frågan om rådgivningen bidragit till att man hittat nya leverantörer utmärkte sig ingen aktör varför denna fråga inte är med.

Vi kan däremot inte se att NFC Stockholm, NFC Södertälje eller IFS rådgivning uppvisar en högre andel företagsstarter än övriga aktörer – det vill säga om vi analyserar de 116 svarande som angett att de startat företag som följd av rådgivningen finner vi inte att någon aktör utmärker sig med en signifikant högre andel än vad som är förväntat, givet deras fördelning i svarspopulationen i stort.

Skillnader mellan olika grupper av svarande?

Återgår vi till att se till hela gruppen svarande, så har vi i analysen även kontrollerat för skillnader i svaren utifrån ett antal bakgrundsvariabler hos de svarande.

Vi kan konstatera att det inte föreligger någon signifikant skillnad mellan grupperna. Detta menar vi kan tolkas som en indikation på att ES nått upp till sin målsättning om att tillgodose kundernas behov av rådgivning oavsett kön, bakgrund eller företagsform. (Tabell 5.)

Görs motsvarande analys avseende effekter från rådgivningen (jmf. tabell 4) hittar vi några skillnader: För det första noterar vi att de som betalat för rådgivningen genomgående indikerar att de upplevt positiva effekter av rådgivningen. Dessa instämmer i signifikant högre utsträckning i att rådgivningen bidragit till att de hittat nya kunder, hittat nya samarbetspartners, hittat nya leverantörer, blivit en bättre företagare och fått värdefulla kontakter/nätverk.

Tabell 5. Skillnader mellan kön, bakgrund och sysselsättningsstatus, Källa: enkäten

	Sammanväg dnöjdhet	Bemötande	Förmåga att förmedla information	Upplevd kompetens/ kunnande hos rådgivaren
Kön	Ingen skillnad	Ingen skillnad	Ingen skillnad	Ingen skillnad
Utrikes/inrikesfödda	Ingen skillnad	Ingen skillnad	Ingen skillnad	Ingen skillnad
Företagare/icke företagare	Ingen skillnad	Ingen skillnad	Ingen skillnad	Ingen skillnad
Nystartade företag (under/efter satsningen)	Ingen skillnad	Ingen skillnad	Ingen skillnad	Ingen skillnad

För det andra kan vi se att kvinnor i högre utsträckning än män instämmer i att de efter rådgivningen fått ett bättre nätverk och kontakter. Detta resultat kan ha sin förklaring i att kvinnor i högre utsträckning än män erbjudits grupprådgivning med återkommande träffar, enligt projektledningen för ES.

Utöver detta kan inga statistiskt säkerställda skillnader mellan de olika grupperna av svarande utläsas.

Kommentarer till resultatet

I det följande avsnittet avser vi att försöka besvara nedanstående frågor utifrån det som framkommit i studien, samt reflektera något kring respektive resultat. Avsnittet avslutas med ett antal reflektioner där vi mer fritt resonerar kring resultaten som helhet. Uppföljningen har haft till syfte att besvara följande frågeställningar:

- I vilken utsträckning är rådagarna nöjda med rådgivningen?
- Hur stor har nyttan varit?
- Har rådgivningen anpassats till rådagarnas individuella behov?
- Har bemötandet varit tillfredsställande?
- Vilka tar del av rådgivningen?
- Hur många arbetstillfällen har skapats som en följd av rådgivningen?
- Vilka andra värden har rådgivningen skapat?

I vilken utsträckning är rådagarna nöjda med rådgivningen?

Vårt intryck är att deltagarna generellt förefaller vara nöjda med den rådgivning de fått. Mellan 70 och 85 procent anger i enkäten att de är nöjda eller mycket nöjda med rådgivningen som helhet. Vidare anger 80 procent att de skulle rekommendera andra att söka motsvarande rådgivning, vilket vi menar indikerar att de är nöjda. Det som utmärker sig som negativt – får under tre på en femgradig skala – är att följa upp hur det gått för deltagarna efter rådgivningens slut och hur de upplevt branschspecifik kunskap hos rådgivarna. Det som rådagarna framförallt lyfter som positiva faktorer (fyra och uppåt på den femgradiga skalan) är möjligheten att få rådgivning på det språk de behärskar bäst, rådgivarnas förmåga att förmedla information och kunskap, samt rådgivarnas generella kompetens kring företagande.

Hur stor har nyttan varit?

Vi har här valt att tolka nyttobegreppet i termer av värden som skapats hos deltagarna som en följd av rådgivningen. Detta är således nära kopplat till resultat och effekter av rådgivningen. Vi ser tre övergripande värden eller nyttor: nya företag, växande företag och bättre företag(are).

Avseende *nya företag* så ger enkätsvaren vid handen att av de 166 individer som ovan angett att de startat företag efter rådgivningen anser nära 70 procent att detta skett som direkt eller delvis följd av den rådgivning de erhållit. Detta motsvarar 116 företag. Detta är giltigt för svarspopulationen, men det är däremot mer problematiskt att uttala sig om hela populationen av kunder. Vi kommer ändå göra ett försök till ungefärlig skattning. Här är viktigt att betona att en uppräknings måste göras med försiktighet. Då alla typer av enkäter är behäftade med felmarginaler, ger en uppräknings baserat på resultatet även en uppräknings av felmarginalen.

För att göra en skattning utgår vi från ett antagande om att svarspopulationen är representativ för den större population av kunder. Detta menar vi är fallet för de cirka 1 800 personer som lämnat kontaktuppgifter – det vill säga de som svarat på enkäten speglar de som lämnat sina kontaktuppgifter. Detta antagande kan vi exempelvis kontrollera genom att se till huruvida de svarandes kön och vilken rådgivare som avses fördelar sig lika i svars- och utskickspopulationen. Vi har däremot inte haft någon möjlighet att kontrollera om detta gäller för de samtliga cirka 14 000 individer som har fått rådgivning inom ramen för Entrepreneur Sthlm. Med förebehåll för detta vill vi ändå försöka göra en grov uppskattning av hur många företag som startats. Uppräkningen baseras på följande resonemang:

Genom att räkna hur stor andel gruppen som anger att de startat företag som en följd av rådgivningen utgör av det totala antalet svarande, som inte redan var företag före rådgivningen, får vi fram en form av ”uppstartskvot” på 0,4. Vi antar sedan att andelen som inte var företagare före rådgivningen i svarspopulationen, är densamma i hela populationen (det vill säga cirka 40 procent av 14 000, jmf. i tabell 2 ovan). Detta ger att det återfinns nära 5600 ”potentiella” företagare i den stora populationen. Antar vi att uppstartskvoten är densamma (0,4) ger det att cirka 2 200 företag ($0,4 * 5\,600$) skulle startats helt eller delvis som följd av rådgivningen.

Då det handlar om grova skattningar är det rimligt att anta att de faktiska talen återfinns i intervall. Vi tänker oss här ett högt, medel och lågt scenario, och siffrorna blir då som följer (vi antar, godtyckligt, en felmarginal på 20 procent)(tabell 6):

Tabell 6. Uppskattning av antalet företagsstarter, Källa: baserat på enkäten

Intervall	Antal företag (skattning)
Högt	2 600
Medel	2 200
Lågt	1 700

Dessa beräkningar är alltså mycket grova skattningar baserade på ett antal antaganden, och vi betonar att de ska tolkas med stor försiktighet.

Vad gäller *växande* företag finner vi i enkäten att rådgivningsinsatserna upplevs ha haft en positiv inverkan på omsättning hos cirka 16 procent av de svarande, och 20 procent anger att lönsamheten förbättrats.

Vi ser vidare att 2 procent av företagarna anger att rådgivningen lett till att de kommit att anställa någon. Totalt anges att 42 personer anställts hos de svarande företagen (här räknas inte nystart av företag in utan enbart anställningar). Av dessa 42 återfinns dock 25 i ett och samma företag, vilket kan ses som ett extremvärde.

Görs en motsvarande uppräknings som ovan angående uppstartade företag återfinns antalet anställningar som tillkommit helt eller delvis som följd av rådgivningen i intervallet 600-900 anställningar (detta är dock inte detsamma som att det är heltidstjänster som skapats nota bene). Om vi i uppräkningsen exkluderar extremvärdet, ger detta att cirka 250-375 personer blivit anställda helt eller delvis som en följd av rådgivningen.

Utöver dessa mer ”konkreta” resultat i form av nya företag och fler arbetstillfällen indikerar undersökningen att rådgivningen bidragit till att över hälften av de svarande upplever sig vara bättre företagare. Drygt 65 procent av de svarande instämmer helt eller delvis i påståendet att de upplever sig blivit bättre företagare som följd av rådgivningen. Dessutom upplever drygt 40 procent att de genom rådgivningen har fått ett ökat/förbättrat nätverk, hittat nya samarbetspartners och nya kunder. Enkätanalysen visar att detta är något som samvarierar med de mer konkreta resultaten ovan.

Har rådgivningen anpassats till rådtagnas individuella behov och har bemötandet varit tillfredställande?

Vi tolkar här individuella behov som att dels innefatta hur väl rådgivarna kunnat anpassa rådgivningen efter de frågor och det kunskapsbehov kunderna haft. Vidare är detta även en fråga om möjligheten för alla att ta del av rådgivning, oavsett faktorer som kön, bakgrund eller bransch-inriktning. Enkätsvaren ger inte en helt entydig bild av synen på anpassning och bemötande.

Om vi börjar med att betrakta rådgivarnas förmåga att anpassa rådgivningen till kundernas individuella frågeställningar och kunskapsbehov kan ur enkäten utläsas att rådgivarnas ”[...] *kunskap om den bransch mitt företag finns i/jag tänker starta företag inom*” ges låga betyg i enkäten – ett genomsnittsbetyg på under tre. Samtidigt ser vi att rådgivarnas kunskap om frågor kopplat till ”*företagande i allmänhet*” ges ett relativt högt betyg.

Ser vi till bemötandet så visar enkätsvaren att de svarande överlag är förhållandevis nöjda med detta (se figur 3 ovan). Vidare ges rådgivarnas engagemang och förståelse för de behov kunderna haft relativt höga betyg. Detta gäller även tillgänglighet – sett som möjligheten att nå dessa via e-post, hemsida och liknande. Betygen för dessa områden ligger närmare fyra än tre på den femgradiga skalan. Till detta ska även kopplas att det inte återfinns några signifikanta skillnader mellan kön, bakgrund eller om man redan var företagare avseende hur man betygsätter bemötande (se tabell 5).

Vår tolkning av detta är att de svarande är förhållandevis nöjda med rådgivarna avseende tillgänglighet, bemötande och generell kunskap, och att rådgivarna har lyckats anpassa rådgivningen efter de behov kunderna har haft. Det verkar heller inte vara någon större skillnad i bemötande beroende på vilken bakgrund eller kön kunden har.

Däremot ser vi att möjligheten att anpassa rådgivningen till kundernas specifika verksamhet ges lägre betyg, och rådgivarna har här i en lägre utsträckning lyckats uppfylla kundernas individuella behov.

Vilka tar del av rådgivningen?

Det är främst kvinnor i åldern 40-65 år som tagit del av företagsrådgivningen. Vi såg ovan att 77 procent av de svarande är kvinnor. Bortfallsanalysen indikerar visserligen att kvinnor besvarat enkäten i något högre utsträckning än män, men samtidigt så stod kvinnor för cirka 75 procent av utskickspopulationen. Denna siffra är hög, exempelvis kan det jämföras med företagarpopulationen i helhet – där kvinnors andel uppgår till cirka 23

procent i Stockholms län.⁸ Detta har sannolikt sin förklaring i att pengar riktade specifikt till kvinnors företagande ingår i ES.

Andelen kunder med utländsk bakgrund är hög – totalt 36 procent – givet att vi räknar såväl utrikesfödda, som individer med utrikesfödda föräldrar. Detta kan exempelvis ställas mot att drygt vart tionde företag drivs, och 13 procent startas, av utlandsfödda.⁹ I svarspopulationen har 33 procent av de nystartade företagen startas av en person som är född utanför Sverige. Om vi till detta inkluderar även personer med utrikesfödda föräldrar, så står dessa för 43 procent av de företag som startats.

Av de svarande anger vidare drygt 70 procent att de idag är företagare. Den absoluta merparten av dessa, 76 procent, arbetar i företag utan någon anställd. Någon skillnad mellan män och kvinnor föreligger inte vad det gäller andelen svarande med företag, dock är männen något överrepresenterade i gruppen med 1-4 anställda, och kvinnor i gruppen med 0 anställda.

Föreligger det någon skillnad mellan frågorna ovan och de olika rådgivningsaktörerna eller typ av rådgivning?

Enkätsvaren visar inte på några större skillnader mellan svarande avseende hur de upplevt rådgivarnas bemötande, kunskap och kompetens samt förmåga att förmedla information. Vi återfinner en del skillnader mellan enskilda variabler inom respektive frågeblock, men samtidigt är det svårt att utläsa något entydigt mönster från detta.

Vi finner inte heller några skillnader mellan kvinnor och män vad det gäller upplevd nytta av rådgivningen. Däremot kan vi konstatera att en signifikant högre andel av kvinnorna uppger att de fått värdefulla kontakter och nätverk genom rådgivningen. Vad som är orsaken till denna skillnad kan vi inte utröna genom enkätanalysen. Projektledningen för ES pekar dock på att flertalet upphandlingar varit inriktade på rådgivning i grupp under återkommande tillfällen för kvinnor. Detta är sannolikt en viktig förklaring till skillnaderna mellan kvinnors och mäns syn på nyttan i form av kontakter och nätverk.

Det återfinns skillnader i upplevda effekter bland de företagare som betalt för rådgivningen jämfört med de som inte betalt, där den förra gruppen genomgående i högre grad instämmer i påståenden om nytta av rådgivningen i termer av att exempelvis ha blivit en bättre företagare, fått fler

⁸ Se t.ex. Kvinnor och mäns företagande, Tillväxtverket (2009).

⁹ Utlandsföddas företagande i Sverige, Tillväxtverket (2008).

kunder, utökat sitt nätverk. Detta har sannolikt flera förklaringar. Dels tror vi det kan hänga samman med att en viss avgift kan bidra till ett högre engagemang hos de som deltar, dels att deltagaren ställer högre krav och har högre förväntningar på rådgivaren när det tillkommer en avgift. Vidare kan det ske något av en "självselektion" genom att det i högre grad är de som betalat som redan startat företag. Slutligen kan man anta att det är företagare med tillväxtambitioner som i högre grad söker sig till en avgiftsbelagd rådgivning. Huruvida detta är fallet har dock inte varit en frågeställning för undersökningen.

Avslutande reflektioner kring några utvecklingsområden

Det huvudsakliga syftet för studien är att följa upp rådgivningen inom ES utifrån de frågeställningar som formulerats av Länsstyrelsen. Vi vill dock kort även reflektera kring några utvecklingsområden som vi ser framkommit ur enkäten. Vår tanke med detta avsnitt – som delvis ligger utanför studiens huvudsakliga syfte (att mäta kvalitet på företagsrådgivning) – är att sätta in resultaten i en större kontext; samt att lite mer fritt resonera kring hur vi ser på de resultat som framkommit. Vår utgångspunkt är naturligtvis de resultat som framkommit i enkätstudien, men vi stödjer även våra resonemang på den förstudie som gjordes inför att ES startade verksamheten.¹⁰ Vi har valt att formulera vårt resonemang som rekommendationer eller förslag på utvecklingsområden.

Att reflektera kring hur bredd och spets ska balanseras i rådgivningen

Vi såg ovan att kunskapen om de specifika branscher som företagarna återfinns inom ges ett relativt lågt betyg; samtidigt som rådgivarnas generella kunskap om företagande ges högre betyg och de svarande förefaller vara nöjda med den generella kunskapen hos rådgivarna. Ser vi även till de kommentarer som lämnats i enkäten (vi är medvetna om att man ska vara försiktig med att dra några generella slutsatser från dessa) återfinner vi ett flertal som lyfter fram att de inte varit fullt nöjda med den rådgivning de fått, just när det gäller frågor och behov kopplade till den marknad de verkar på eller avser att verka på.

Frågan om företagsrådgivningens branschspecifika kunskap kontra en mer generell kompetens har också framkommit i andra liknande studier, bland annat i den efterfrågestudie som genomfördes som en del av planeringen av

¹⁰ Se *Ett entreprenörskap utan gränser? - en analys av utbud och efterfrågan i Stockholms län*, Länsstyrelsen i Stockholms län, 2006:21

Entrepreneur Sthlm. Vi kan konstatera att detta resonemang förefaller gå igen även i denna undersökning.

Som vi ser det är branschspecifik kunskap en strategisk fråga för projektägarna att reflektera kring vid upphandling av rådgivning. Sannolikt är det så att en bred, mer generell insats når ut till fler individer, medan en mer nischad inriktning mot specifika grupper (exempelvis utifrån bransch, sektor, tillväxtambitioner etc.) ger en mer homogen grupp kunder att arbeta med, och att man därmed lättare kan anpassa rådgivningen till just denna grups frågeställningar och behov. En bred ansats underlättar sannolikt arbetet med att nå ut till fler entreprenörer, men en mer nischad satsning tillåter mer specialanpassade insatser till en mindre grupp.

Se över strukturer för uppföljning av projektet

Slutligen vill vi betona att det finns ett behov av att se över rutiner och strukturer för hur satsningen följs upp. ES upphandlar sin rådgivning från ett förhållandevis stort antal leverantörer, vilket vi menar ställer höga krav på uppföljning av resultat och effekter, både på kort och längre sikt. Vi tycker oss ha sett två problemområden i samband med denna undersökning (som även har bäring på eventuellt kommande uppföljningar av programmet).

Arbetet med enkätstudien har påvisat att det sker en parallell uppföljning – från såväl myndigheter på nationell och regional nivå och enskilda rådgivningsaktörer. Detta leder i sin tur till en uppföljningströtthet hos kunder, och i förlängningen en misstro mot ”systemet” då det inte förefaller vara koordinerat fullt ut. En ökad samordning mellan de involverade parterna kring hur uppföljning sker, och när denna görs vore enligt oss önskvärd.

Vidare ser vi det som problematiskt att det återfinns så pass få kontaktuppgifter till kunder. Av de omkring 14 000 kunder som enligt ES anges ha deltagit i rådgivningen har endast cirka 2 300 adressuppgifter kunnat tas fram (varav cirka 10 procent är dubletter). Sett ifrån ett utvärderings- och uppföljningsperspektiv är detta inte fullt ut tillfredställande, och vi förespråkar att detta struktureras upp inför kommande projektperiod. Enligt ES själva samlar projektet sedan årsskiftet in organisationsnummer från de företag som deltagit i rådgivning och de företag som startats. Uppgifterna om företagen möjliggör att t.ex. följa ekonomisk utveckling och överlevnadsgrad över tid hos företagen.

Bilaga 1.

Bortfallsanalys och enkätupplägg

Studien har genomförts genom en webbaserad enkät som riktats till de personer som tagit del av rådgivning från de aktörer som ES har upphandlat tjänster från, eller som är samarbetspartner.

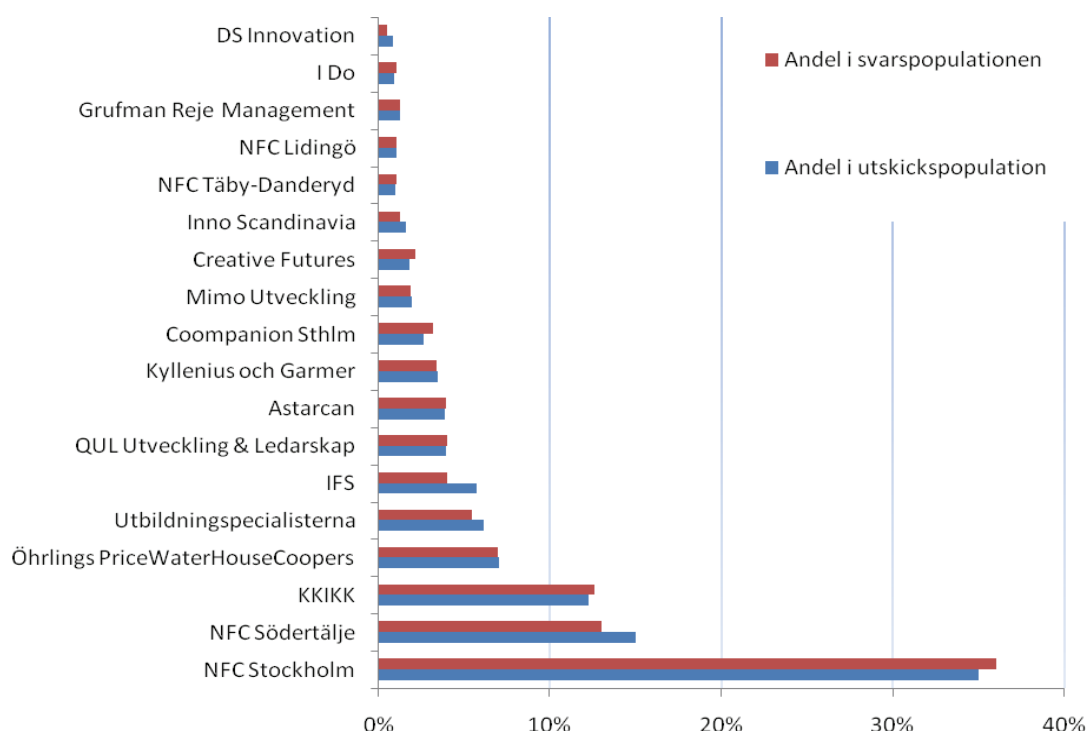
Enkäten distribuerades via e-post i vilket studiens syfte i korthet presenterades och mottagarna ombads klicka på en länk som sedan tog dem till enkäten, som fylldes i online. Enkäten bestod av cirka 20 frågor. Antalet frågor beror på hur vissa av alternativen besvarats. Enkäten var möjlig att besvara på engelska (och utskicksbrevet skickades på både engelska och svenska). De svarande som föredrog något annat språk gav möjlighet att ange vilket språk och därefter få enkäten distribuerad via post.

Enkäten var öppen för svar från 15/3 till 15/4 under vilken två påminnelseutskick gjordes. Totalt skickades enkäten ut till 1722 personer. Av dessa visade sig 149 e-post adresser inte vara giltiga, 58 hörde av sig för att avanmäla sig från enkäten. Totalt besvarade 802 personer enkäten, varav 35 angav att det inte kände till att det fått rådgivning från någon av aktörerna (och därför inte fick delta i enkäten). Den totala svarsfrekvensen uppgick till 52 procent. För ett antal av frågorna återfinns ett inre bortfall, vilket gör att den faktiska svarsfrekvensen för vissa frågor är lägre. Dock är bortfallet inte systematiskt, det vill säga det är jämnt fördelat efter aktör och de svarandes kön. (Tabell 7.)

Tabell 7. Bortfall

Antal svarande som godkänt att delta (exkl. dubletter)	1722
Ej kontaktbar	-149
Avanmäld	-58
Screeningbortfall	-35
Svarspopulation	1480
Svarande	767

Figur 9. Aktörernas fördelning i utskicks- respektive svarspopulation.

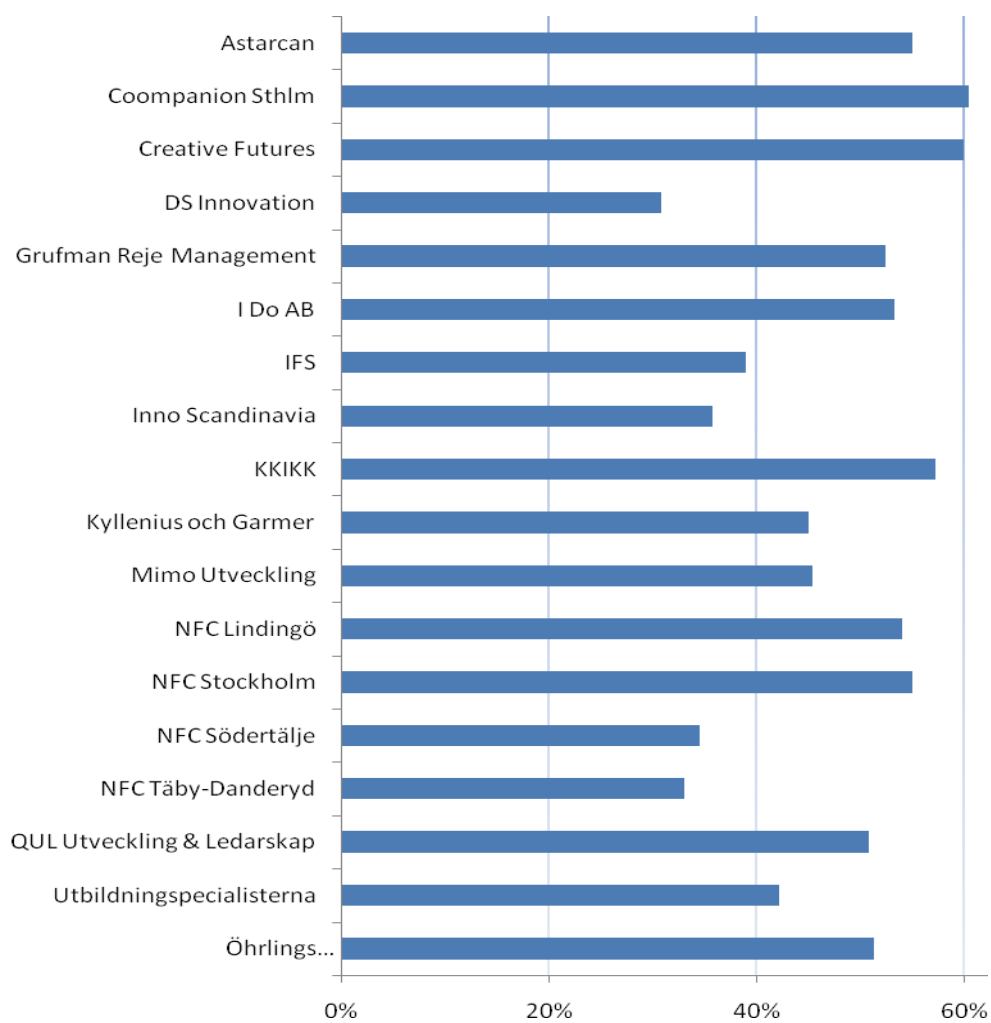


I figur 9 ovan visas respektive aktörs fördelning i utskickspopulationen (alltså de 1722 som beskrivs ovan) respektive svarspopulationen (de 767 i ovanstående tabell).

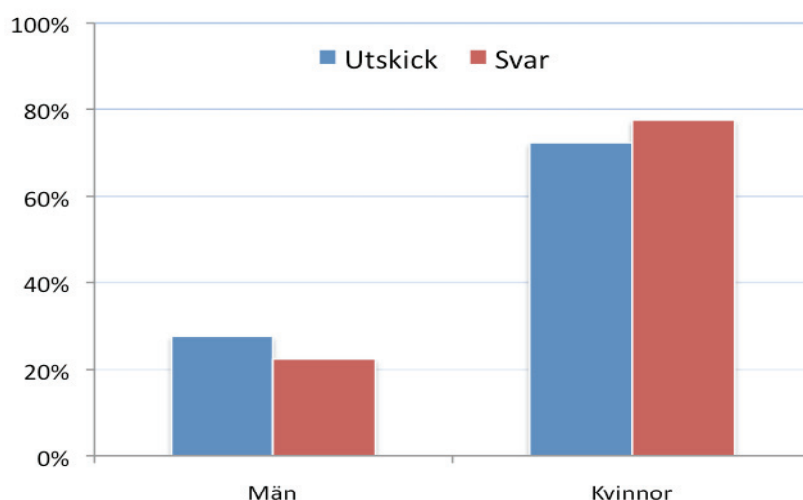
Vi kan här se att det inte handlar om några större avvikelser mellan de båda populationerna vad det gäller aktörerna, vilket i detta sammanhang är positivt då det indikerar att svarspopulationen inte skiljer sig avsevärt från utskickspopulationen och därmed kan antas vara representativ.

Figur 10 nedan visar svarsfrekvensen för respektive aktör:

Figur 10. Svarsfrekvens fördelat efter aktör



Figur 11. Svars- och utskickspopulation fördelat efter kön

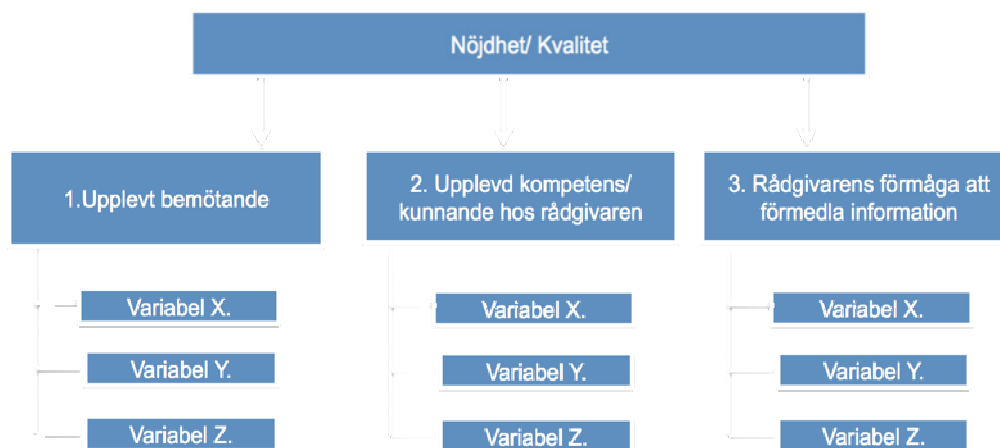


Gör vi en motsvarande sammanställning avseende kön, ser vi att kvinnor har besvarat enkäten i något högre utsträckning än männen (och är således något överrepresenterade i svarspopulationen jämfört med utskickspopulationen). Dock bedömer vi att skillnaderna inte är så pass stora att de påverkar utfallet i någon högre utsträckning. (Figur 11.)

Om enkäten

Syftet med enkäten har varit att mäta hur rådgivarna upplevt kvaliteten hos de aktörer som varit utförare av rådgivningen. Det har varit uppdragsgivarens vilja att undersökningen ska ha ett brukarperspektiv. Enkäten har bestått av tre frågeblock. För det första ett block med frågor kring bakgrundsvariabler hos de svarande (kön, ålder, sysselsättning etc.). För det andra innehöll enkäten en attitydmätning riktad till rådgivarna där dessa fått ta ställning till ett antal påståenden om den rådgivning de fått. Svaren har getts i form av värden på en lickertskala, där 1 motsvarar ”instämmer inte alls” och 5 motsvarar ”instämmer fullt ut”. Frågorna har varit fördelade i tre områden, kopplat till olika aspekter av kvalitet. För respektive frågeområde (bemötande, kunskap kompetens hos rådgivarna samt förmåga att förmedla information) har ett sammanvägt medelvärde tagits fram (se tabell 1 ovan). I varje frågeområde ingår mellan 8-12 underliggande variabler som avser att tillsammans mäta varje område.

Figur 12. Övergripande modell för att mäta kvalitet



För det tredje fick de svarande i enkäten besvara ett antal frågor om vilka resultat och effekter de upplevt som en följd av rådgivningen. Dessa frågor var utformade som påståenden där de svarande fick instämma på en lickert-skala, samt genom ja och nej-frågor (avseende till exempel anställning och start av företag). De skillnader som ses i enkäten ska vara signifikanta på 95 procents nivå. När medelvärden jämförts har detta gjorts i statistikprogrammet SPSS genom t-test.

Länsstyrelsens rapportserie

Utkomna rapporter under 2010

1. Jordbruket i Stockholms län – en statistisk sammanställning, *avdelningen för landsbygd*
2. Förebygga, skydda och begränsa – arbetet för att minska alkohol- och tobaksbruket i Stockholms län 2008, *avdelningen för social utveckling*
3. Ett tryggare återvändande – för personer utsatta för prostitution och människohandel i Sverige, *avdelningen för social utveckling*
4. Bostadsmarknadsenkäten Stockholms län 2010, *avdelningen för social utveckling*
5. Årsrapport 2009 – Informationscentralen för Egentliga Östersjön, *avdelningen för miljö*
6. Nya bostäder i Stockholms skärgård - inventering av aktuella bostadsprojekt 2010, *avdelningen för social utveckling*
7. Fisk i vattendrag och stora sjöar – metoder för övervakning, *avdelningen för landsbygd*
8. Naturvärden i sjön Öran, *avdelningen för miljö*
9. Läget i länet på bostadsmarknaden, *avdelningen för social utveckling*
10. Länsplan för regional transportinfrastruktur i Stockholms län 2010-2021, *avdelningen för tillväxt*
11. Socialtjänstens arbete med män som utövar våld i nära relation, *avdelningen för social utveckling*
12. Taggig hjorttryffel – nationell inventering 2005-2009, *avdelningen för miljö*
13. Varför dröjer det? – Faktorer som hindrar och försenar nyproduktion av bostäder i Stockholms län, *avdelningen för social utveckling*
14. Tyresån – åtgärdsprogram 2010-2015, *avdelningen för miljö*
15. Entrepreneur Sthlm - kvalitet och kundnytta i rådgivningen? Resultat av kundundersökning genomförd under våren 2010, *avdelningen för tillväxt*

Under våren 2010 har en webbenkätundersökning genomförts gentemot de personer som tagit del av rådgivning via Entrepreneur Sthlm. Syftet har varit att undersöka kvaliteten och kundnyttan i den rådgivning som Entrepreneur Sthlm upphandlat under perioden 2008–2010. Entrepreneur Sthlms målsättning är att kunden på ett enkelt sätt ska få tillgång till professionell rådgivning i ett kvalitetssäkrat och transparent stödsystem oavsett kön, bakgrund, bransch eller företagsform. Denna rapport redovisar resultaten från undersökningen.



Ett gemensamt EU-projekt i samarbete mellan Länsstyrelsen i Stockholms län, ALMI Företagspartner Stockholm, Innovationsbron och Stockholm Business Region Development med syfte att långsiktigt stärka och öka rådgivningen till entreprenörer och innovatörer i Stockholms län. Samverkande kommuner är Järfälla, Sundbyberg, Södertälje, Upplands-Bro, Upplands Väsby och Vallentuna.

En investering för framtiden



*Mer information kan du få från
Länsstyrelsens avdelning för tillväxt
Tfn: 08-785 44 13*

*Rapporten finns som pdf på vår webbplats
www.lansstyrelsen.se/stockholm
ISBN 978-91-7281-387-8*

*Adress
Länsstyrelsen i Stockholms län
Hantverkargatan 29
Box 22 067
104 22 Stockholm
Tfn: 08-785 40 00 (vxl)
www.lansstyrelsen.se/stockholm*