



FÖRETAGARES BEHOV AV STÖD

En undersökning bland nyföretagare och etablerade företagare

FÖR DET FÖRETAGSAMMA VÄRMLAND
AV ATTITYD I KARLSTAD AB
2014

attityd

SAMMANFATTNING

Projektet Det företagsamma Värmland (DfV) syftar till att skapa förutsättningar för att öka tillväxten i länet genom att stärka entreprenörskapet, öka nyföretagandet, öka tillväxten i befintliga företag och öka antalet innovationer. En del i det arbetet är att öka kunskapen och insikten kring företagares behov av stöd. Syftet med den här kartläggningen är att identifiera olika behov av stöd som nyföretagare och etablerade företagare har av stödsystemet. Målgruppen är företagare som har enskild firma, aktiebolag, ekonomisk förening eller handelsbolag och som har bolag med säte i Värmland. Nyföretagarna har registrerat företaget inom upp till tre år och de etablerade företagarna har registrerat företaget längre tillbaka än tre år sedan. Undersökningen genomfördes som telefonenkäter november till december 2013 bland ett nettourval på 805 företagare, med en svarsfrekvens på 63 procent.

RESULTAT

Behov av stöd

7 av 10 har
behov av stöd
inför starten.

1 av 2
nyföretagare har
behov av stöd
just nu i sitt
företagande.

2 av 3
etablerade
företagare vill
utveckla sitt
företag. Bland
dessa har 1 av
2 behov av
stöd.

Stöd i olika frågor

För nyföretagare innan start är praktisk information om skatter, moms och blanketter viktigast, följt av grundläggande företagsekonomi, samt praktisk information om vad som krävs för att starta ett företag.

Nyföretagares vanligaste behov här och nu är grundläggande företagsekonomi, information om finansieringsmöjligheter, samt praktisk information om skatter, moms och blanketter.

Bland de etablerade företagarna är det tillgång till nätverk med andra företagare, information om vilka olika aktörer som finns att få stöd från och vilken hjälp man kan få som är viktigast.

Utvecklingsområden



De etablerade företagarna fick även frågan hur de skulle vilja utveckla sitt företag. 2 av 3 vill utveckla sitt företag, medan 1 av 3 är nöjd som det är. Ökad lönsamhet är det främsta utvecklingsområdet, 46 procent av de etablerade företagarna vill uppnå det. Ökad lönsamhet följs av ökad omsättning, 35 procent, och fler anställda, 21 procent.

Form för stödet

På frågan om i vilken form för stödet som bäst skulle passa nyföretagarna är det över hälften som svarar att de önskar individuell rådgivning. 13 procent svarade att de vill få stödet i form av nätverk och 12 procent vill få stödet i form av mentorskap.

I vilka kanaler söker företagarna stöd?

När det gäller i vilka kanaler som nyföretagarna sökte information i samband med att de skulle starta är det personliga kontakter som är vanligast, nästan hälften använder sig av detta. Det är nästan lika många som söker på internet för att få information inför starten av företaget. Släkt och vänner som är företagare är också en viktig kanal för information.

Kännedom och stöd från aktörer i stödsystemet

Nyföretagare
innan start



9 av 10 nyföretagare hade kontakt med någon extern part innan de startade. Skatteverket, släkt och vänner som är företagare, samt Bolagsverket var de parter som nyföretagarna främst vände sig till för att få information inför deras start.

Nyföretagare
just nu



Slår vi ihop bank, revisor med andra privata marknadsaktörer ser vi att det är drygt 1 av 3 som tänker att de kan vända sig till privata aktörer för att få stöd utifrån de

behov de har. Bland nyföretagarna, sett till vilket behov av stöd de har just nu, är Almi den enskilda aktör som flest nämner att de kan vända sig till, 16 procent. Åtta procent nämner kommunens näringslivskontor och sju procent tar upp Skatteverket. Det är 1 av 3 som inte kan nämna någon aktör eller inte vet var de kan vända sig för att få stöd.

Etablerade
som vill växa
och har behov
av stöd



Bland de etablerade företagarna som vill växa och som har behov av stöd är det 1 av 5 som svarar att släkt och vänner är de som de vänder sig till för att få stöd i att utveckla sitt företag. Intresseorganisationer och Almi är det också många som nämner. Det är nästan 1 av 4 som har behov av stöd, men som inte vet var de ska vända sig.

Kännedom

I undersökningen ställde vi både frågan var företagarna vände sig för att få information i samband med att de skulle starta företaget, men också vilka ytterligare aktörer de känner till som kan vara ett stöd i företagandet. Nedanstående ordmoln illustrerar den spontana kännedom som företagarna har om aktörer där de kan få stöd och hjälp.



Ordmoln kännedom nyföretagare



Ordmoln kännedom etablerade företagare

Vad tycker företagarna om den personliga rådgivningen?



I den här undersökningen är det 3 av 10 företagare som någon gång fått gratis, personlig rådgivning i form av möten, telefon eller mail. Den andelen gäller såväl nyföretagare som etablerade företagare som vill utveckla sitt företag.

På frågor om bemötande, om företagarna fick det stöd som de behövde, fick snabba svar på sina frågor, samt om kontakten underlättade för dem som företagare så får stödsystemets aktörer medelvärden på mellan 4,1 till 4,4 från de etablerade företagarna. Motsvarande medelvärden från nyföretagarna är något lägre, men ändå 3,9 till 4,3.

Stöd företagarna saknar



1 av 4 företagare saknar stöd och det gäller såväl nyföretagare som etablerade företagare som vill utvecklas. Bland nyföretagarna är det främst finansieringsstöd som de efterfrågar, men det finns även behov av allmän information/rådgivning. Bland de etablerade företagarna är det samma frågeområden som återkommer som de två viktigaste, fast i omvänd ordning.

Innehållsförteckning

Bakgrund.....	8
Syfte.....	8
Genomförande	8
Probleminventering.....	8
Datainsamling	10
Disposition av rapporten	10
Bortfallsanalys	11
Flytt av respondenter.....	11
Beskrivning av undersökningsbegrepp	12
Bakgrund om företagen	13
Resultat: nyföretagare	28
Innan start	28
Lätt eller svårt att starta företag	28
Behov av stöd inför starten	29
Information i samband med starten.....	31
Nyföretagarna här och nu.....	34
Stöd i nyföretagarfasen	34
Gratis personlig rådgivning.....	38
Saknat stöd.....	44
Resultat: etablerade företagare.....	46
Lätt eller svårt driva företag.....	46
Utveckling av företaget.....	47
Stöd i utvecklingen	49
Gratis personlig rådgivning.....	53
Saknat stöd.....	57
Analys	59
Reflektioner kring tolkning av resultatet	59
Lätt eller svårt att starta och driva företag?.....	60
Behov av stöd.....	61
Stöd i olika frågor	63
Ekonomi.....	63
Finansieringsmöjligheter.....	64
Jämförelse med utbudet i stödsystemet.....	65
Utvecklingsområden	67
Form för stödet.....	67
Vart vänder sig företagen för att få stöd?.....	68

I vilka kanaler söker företagarna stöd?	68
Kännedom och stöd från aktörer i stödsystemet	69
Kännedom	70
Vad tycker företagarna om den personliga rådgivningen?	72
Företagsstödjande aktör med störst betydelse	73
Stöd företagarna saknar	73
Spridning av resultatet från undersökningen	74
Sammanfattningsvis	74

Bilagor:

Bilaga 1	Enkäten
Bilaga 2	Öppna svar: nyföretagare
Bilaga 3	Öppna svar: etablerade företagare

BAKGRUND

Projektet Det företagsamma Värmland (DfV) syftar till att skapa förutsättningar för att öka tillväxten i länet genom att stärka entreprenörskapet, öka nyföretagandet, öka tillväxten i befintliga företag och öka antalet innovationer. Inom ramen för projektet har bland annat två undersökningar genomförts:

- Kartläggning av stödsystemet för företagande i Värmland: Attityd i Karlstad AB
- Sammanställning företagares behov av stödsystemet: Dotank AB

Projektet DfV förlängs under 2014 i två parallella och delvis överlappande spår–regionssidan av verksamt.se, samt Värmland Activa. I projektplanen för Värmland Activa för perioden 2013-07—2014-12 framgår behov av att få en kvantitativ kartläggning av behov av stöd hos kunder till stödsystemet. Den behöver bygga vidare på och kvantifiera det resultat som framkom i Dotanks sammanställning av företagares behov av stödsystemet, och även innefatta de modeller som används i kartläggningen av stödsystemet för företagande. Kontaktperson på DfV har varit Margareta Callert och på Attityd har Carin Gräås varit projektledare.

SYFTE

Syftet med kartläggningen är att identifiera omfattningen av olika behov av stöd som kunder (nyföretagare och etablerade företagare) har av stödsystemet.

GENOMFÖRANDE

Probleminventering

Vi inledde projektet med en probleminventering, där vi tog ett samlat grepp på tidigare genomförda undersökningar inom projektet, för att säkerställa att relevanta frågeställningar och målgrupper ingick i undersökningen. Vi hade två möten, där vi vid det första tillfället hade med en person från Tillväxtverket. I probleminventeringen förde vi diskussioner kring målgrupperna och kom fram till följande:

Målgrupp

Nyföretagare

Företagsform

Enskild firma, aktiebolag,
ekonomisk förening, handelsbolag.

Person

Personer som driver företaget, det vill säga: Enskild firma: den registrerade personen; AB: VD; Ekonomisk förening: ordförande; handelsbolag: den som står först.

Tidsperiod

Registrerat företag inom upp till tre år (november 2013).

Geografi

Bolag med säte i Värmland.

Etablerade företagare

Företagsform

Enskild firma, aktiebolag,
ekonomisk förening, handelsbolag.

Person

Personer som driver företaget, det vill säga: Enskild firma: den registrerade personen; AB: VD; Ekonomisk förening: ordförande; handelsbolag: den som står först.

Tidsperiod

Registrerat företaget för längre sedan än 3 år (november 2013).

Geografi

Bolag med säte i Värmland.

Storlek på företaget

Årsomsättning på minst 300 000 kr och registrerade som aktiva.

Som kommentar till urvalskriteriet av storlek på företaget för etablerade företagare har vi utgått från Tillväxtverkets gräns för att räknas som försörjningsföretag.

Frågorna till enkäterna till respektive målgrupp togs fram i ett samarbete mellan DfV, Tillväxtverket och Attityd och behandlar frågeområden som uppfattningar om behov av stöd innan start, information vid start, kännedom om aktörer, samt uppfattningar om

aktörer för stöd, se bilaga 1 för enkäter. Enkäten testades på respektive målgrupp innan datainsamlingen påbörjades.

Datainsamling

Undersökningarna till båda målgrupperna genomfördes som telefonenkäter av PFM Research AB under perioden 2013-11-18—2013-12-12 i målgruppen nyföretagare och 2013-11-19—2013-12-13 i målgruppen etablerade företagare.

DISPOSITION AV RAPPORTEN

Rapporten är indelad i två resultatavsnitt som inleds med en gemensam presentation av bakgrundsvariablerna som hör till respektive målgrupp. Efter bakgrundspresentationen presenteras resultatet för nyföretagare, följt av resultatet för etablerade företagare och avslutningsvis analys.

Resultatet i respektive resultatavsnitt presenterar en frekvensfördelning av varje fråga i ett diagram med en beskrivande text. Om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad (sig) i svar mellan undersökningens bakgrundsvariabler presenteras även dessa. De öppna frågorna har kategoriserats och vi presenterar kategorier av svaren. Samtliga citat från de öppna frågorna återfinns i bilaga 2 för nyföretagarna och bilaga 3 för de etablerade företagarna. För de frågor som besvarats på en femgradig skala redovisas även medelvärde.

BORTFALLSANALYS

Bruttourvalet i denna undersökning var 1 000 företag i målgrupperna nyföretagare och etablerade företagare. Utifrån bortfall i bruttourvalet utgjordes nettourvalet av 805 företag. Av dessa har 508 företag ingått i undersökningen, vilket ger en svarsfrekvens på 63 procent. Orsak till bortfallet presenteras nedan.

Bortfall bruttourval	Nyföretagare	Etablerade
	Antal	Antal
Bruttourval	500	500
Språksvårigheter	5	7
Avliden	1	0
Dement/hörselskadad	0	2
Företaget finns inte	15	14
Dubbletter	3	0
Telefonnummer felaktigt eller saknas	55	49
Bortrest/sjuk hela fältperioden	3	11
Bor ej i Sverige	1	3
Fel målgrupp	17	9
Nettourval	400	405

Fördelning av bortfallet i undersökningen.

Bortfall nettourval	Nyföretagare	Etablerade
	Antal	Antal
Nettourval	400	405
Vill ej delta	90	67
Ej anträffade efter 8-10 kontaktförsök	52	77
Bortrest/tjänsteresa/korttidssjuk	3	6
Avbruten intervju	0	2
Antal svar	255	253
Svarsfrekvens: antal svar/nettourval	64 %	62 %

FLYTT AV RESPONDENTER

Redan under probleminventeringsfasen diskuterade vi risken kring att registreringsdatum för bolaget kunde medföra att vi inte fick den målgrupp som vi eftersträvade. Det gällde företag som till exempel ombildat från handelsbolag till aktiebolag, där företagarna anser att företaget startade i samband med handelsbolaget. Men i registret finns inte kopplingen av ombildningen till aktiebolag, utan där återfinns företaget som ett nystartat aktiebolag. Vi bedömde då att det inte var så många som omfattades av detta förhållande, men när vi

fick resultatet var det ändå förhållandevis stor skillnad på när företaget startade enligt å ena sidan registret och å andra sidan svar på frågan i telefonenkäten när företaget startade.

Detta medförde att vi flyttade respondenter mellan de båda målgrupperna.

Ursprungsdatabaser	Antal
Nyföretagare	255
Etablerade företagare	253
Antal svar	508

Nya databaser	Antal
Nyföretagare	219
Etablerade företagare	289
Antal svar	508

Eftersom enkäterna till målgrupperna delvis innehåller samma frågor, men delvis unika frågor resulterar flytten av respondenter mellan målgrupperna i att målgruppen inte genomgående har svarat på alla frågor i sin undersökning. Det betyder i sin tur att antalet respondenter som besvarat respektive fråga varierar. Antalet svar per fråga framgår i respektive tabell och diagram. Samtliga bakgrundsfrågor är gemensamma och därmed påverkas inte antalet svar per fråga av flytten.

BESKRIVNING AV UNDERSÖKNINGSBEGREPP

Vi presenterar respondenternas svar utifrån ett antal olika undersökningsbegrepp. Här följer en kortfattad beskrivning av vad begreppen innebär:

Medelvärde: Används för skalfrågor. De som svarat att de inte vet eller inte besvarat frågan alls tas inte med i beräkningen.

n: antal som besvarat en viss fråga. Framgår under respektive diagram.

Chi-square test: Statistiskt test som jämför två eller flera olika gruppers svar på en envalsfråga och ser om skillnaden i svar är tillräckligt stor för att inte bero på slumpen på 0,05-nivån. Om det finns en statistisk signifikant skillnad framgår den skillnaden i text under respektive fråga.

Öppen fråga: Respondenterna har fått svara helt fritt med egna ord. Det innebär att svaren är spontana, till skillnad från om de skulle fått de olika svarsalternativen uppläsa för sig vid intervjutillfället. Framgår under respektive diagram.

Förkategoriserade svarsalternativ: Till majoriteten av de öppna frågorna har det i enkäten funnits förkategoriserade svarsalternativ som intervjuaren har markerat utifrån vad som de bedömt som bäst överensstämmande med det som respondenten har svarat. Alla frågor har haft möjligheten för intervjuaren att skriva in det öppna svaret, om de inte har identifierat en befintlig kategori som överensstämmer med svaret. Framgår under respektive diagram.

Flervalsfråga: Respondenterna har kunnat svara flera svarsalternativ, vilket gör att den totala procenten överstiger 100 procent. Framgår under respektive diagram.

BAKGRUND OM FÖRETAGARNA

Nedan presenteras fördelningen mellan bakgrundsvariablerna för nyföretagare och etablerade företagare i form av tabeller. I tabellerna framkommer procentuell fördelning på svarsalternativen, summerad procent och summerat antal personer som svarat.

I undersökningen ingår ett antal bakgrundsfrågor:

- Geografi i form av kommun
- Antal anställda
- Bolagsform
- Bransch
- Startår för företaget
- Grundare av företaget
- Omfattning i vilket företaget drivs
- Upplevd lönsamhet för 2012
- Tidigare erfarenhet av företagande
- Erfarenhet av företagande i familjen, släkten eller annan närstående
- Kön
- Ålder
- Utbildningsnivå
- Född utomlands

Vi har analyserat resultatet utifrån alla bakgrundsvariabler för att se om det är statistiskt signifikanta skillnader i svar mellan några grupper. Om det är statistiskt signifikanta skillnader skriver vi om det under respektive tabell.

Kommuntillhörighet

Kommun	Nyföretagare	Etablerade
Karlstad	37	34
Arvika	11	10
Kristinehamn	11	5
Kil	6	4
Sunne	5	7
Årjäng	5	5
Säffle	4	8
Hagfors	3	4
Torsby	3	7
Forshaga	3	1
Eda	2	2
Hammarö	2	3
Grums	2	2
Storfors	2	1
Filipstad	1	2
Övriga	3	4
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av i vilken kommun verksamheten är registrerad i.

Inför att vi genomfört analyser utifrån skillnader i geografi, slog vi ihop kommuntillhörigheten till fyra olika områden samt en grupp övrigt enligt följande:

- Karlstadsområdet - Karlstad, Grums, Hammarö, Forshaga, Kil
- Norra Värmland - Torsby, Sunne, Hagfors, Munkfors
- Östra Värmland - Kristinehamn, Filipstad, Storfors
- Västra Värmland - Arvika, Årjäng, Eda, Säffle

Kommun	Nyföretagare	Etablerade
Karlstadområdet	50	45
Norra Värmland	11	19
Östra Värmland	14	8
Västra Värmland	22	25
Övriga	2	3
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av i vilken kommun verksamheten är registrerad i. Omkategoriserad

Antal anställda

Antal anställda	Nyföretagare	Etablerade
Inga anställda	47	47
1-4	45	27
5-9	7	11
10-19	1	8
20-49	1	4
50-99	1	2
100-249	-	1
250 eller fler	-	0,5
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av antalet anställda. Informationen är hämtat från registret.

Det är 47 procent vardera bland nyföretagare respektive de etablerade företagarna som svarar att de inte har några anställda i företaget. Det är något fler jämfört med statistik från Tillväxtverket som visar att 42 procent av företag i Värmland inte har några anställda¹. Bland nyföretagare är det 45 procent som svarar att de har 1-4 anställda och bland de etablerade är motsvarande siffra 27 procent.

Etablerade, signifikanta skillnader

Bolagsform: Det är fler bland de respondenter som svarar att de driver sitt företag i övriga bolagsform som inte har några anställda alls. Respondenter som driver aktiebolag svarar i större utsträckning att de har anställda.

¹ Tillväxtverket Företagens villkor och verklighet 2011: Värmlands län

Grundare: Respondenter som är grundare till företaget svarar i större utsträckning att de inte har några anställda på företaget. Det är fler bland de respondenter som inte är grundare till företaget som har 5 anställda eller fler.

Lönsamhet: Här kan vi se att ju nöjdare respondenterna är med lönsamheten för 2012, desto fler anställda har företaget och motsatt gäller för ju mer missnöjd respondenterna är med lönsamheten, desto färre anställda har företaget.

Ålder: Det är främst respondenter som är i åldern 60 år eller äldre som inte har några anställda i sitt företag. Respondenter i ålder 30-39 år har i större utsträckning än övriga åldersgrupper 1-4 anställda och respondenter i åldern upp till 29 år har i större utsträckning fem anställda eller fler.

Kommun: Det är främst de respondenter vars företag har säte i norra Värmland som svarar att de inte har några anställda. De respondenter som har sitt företag i Karlstadsområdet svarar i större utsträckning att de har fem anställda eller fler på företaget.

För att få jämförbara grupper vid analys av övriga frågor har vi valt att slå ihop antalet anställda till tre grupper. Fördelningen ser då ut enligt nedan.

Antal anställda	Nyföretagare	Etablerade
Inga anställda	47	47
1-4	45	27
5 anställda eller fler	8	26
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av antalet anställda, omkategoriserad. Informationen är hämtat från registret.

Bolagsform

Bolagsform	Nyföretagare	Etablerade
Enskild firma	31	41
Handelsbolag	5	4
Aktiebolag	63	50
Ekonomisk förening	1	6
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av företagets bolagsform. Informationen är hämtat från registret.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Kön: Det är fler kvinnor än män som svarar de driver enskild firma och männen svarar i större utsträckning att de driver aktiebolag.

Ålder: Det är främst respondenter som är i åldern 60 år eller äldre som svarar att de har enskild firma. Respondenter som är något yngre, 50-59 år svarar i större utsträckning än andra åldersgrupper att de driver ett aktiebolag.

Omfattning: Det är fler bland respondenterna som driver företaget på deltid som har enskild firma. Respondenter som driver företaget på heltid har i större utsträckning aktiebolag.

Drivit företag tidigare - själv: Det är fler bland de som inte tidigare själva drivit företag som svarar att de nu driver enskild firma. De respondenter som själva har drivit företag tidigare svarar i större utsträckning att de idag driver ett aktiebolag.

Antal anställda: Ju färre anställda respondenterna har, desto fler är det som svarar att de driver ekonomisk förening, handelsbolag eller enskild firma.

Etablerade, signifikanta skillnader

Antal anställda: Ju färre anställda de etablerade företagarna har, desto vanligare är det att de driver en enskild firma. Ju fler anställda respondenterna har, desto fler är det som driver ett aktiebolag.

Grundare: Respondenter som är grundare till företaget svarar i större utsträckning att de driver en enskild firma och de som inte är grundare till företaget svarar i större utsträckning att de driver en ekonomisk förening.

Omfattning: De respondenter som driver företaget på heltid svarar i större utsträckning att de driver ett aktiebolag.

Lönsamhet: Det är fler bland de respondenter som upplever lönsamheten bra som har aktiebolag och de som upplever lönsamheten som dålig har i större utsträckning enskild firma.

Ålder: Respondenter i åldern 30-39 år svarar i större utsträckning än övriga åldersgrupper att de driver ett aktiebolag. Om vi bortser från åldersgruppen upp till 29 år ser vi att ju äldre respondenterna är, desto vanligare är det att de driver företag i någon av de andra bolagsformerna.

Kommun: Det är främst respondenter i Karlstadsområdet som svarar att de driver ett aktiebolag.

För att få jämförbara grupper vid korskörningarna vid övriga frågor har vi valt att slå ihop enskild firma, handelsbolag och ekonomisk förening till en grupp (som kommer benämnas övriga) som jämförs mot aktiebolag. Fördelningen ser då ut som nedan.

Bolagsform	Nyföretagare	Etablerade
Enskild firma/handelbolag/ekonomisk förening	37	50
Aktiebolag	63	50
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Bolagsform för företaget?". Omkategoriserad. Informationen är hämtat från registret.

Bransch

Bransch	Nyföretagare	Etablerade
Service, försäljning och handel	24	20
Teknik och tillverkning	6	5
Kultur, design, hantverk	3	3
Vård och omsorg, sociala tjänster	3	4
Hotell, restaurang, turism	6	2
Data/IT	6	4
Fastighetsverksamhet, byggverksamhet	10	14
Ekonomi, administration och marknadsföring	4	4
Djur och naturbruk, miljövard och miljöskydd	8	23
Undervisning, pedagogik och språk	3	4
Transporttjänster, säkerhet	2	4
Journalistik och information och media	4	1
Juridik, samhälle, politik, psykologi	1	1
Idrott/hälsa/skönhet	3	1
Nöje/musik	2	2
Konsultverksamhet, ospecificerade	7	3
Annan verksamhet	10	7
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Inom vilken bransch driver du företag?".

I kategorin annan verksamhet har nyföretagarna bland annat nämnt tjänster (ospecificerat), elföretag, kontorsmaskiner, entreprenad. Bland de etablerade företagen svarar de bland annat fordonsindustri, legoföretag, marin och trädgård. Se bilaga 2 för samtliga svar för nyföretagarna och bilaga 3 för samtliga svar för de etablerade företagen.

Startår för företaget

Start av företag	Nyföretagare
2010-2011	39
2012	30
2013	28
Vet ej	2
Summa procent	100
Summa antal	219

Frekvens av frågan "När startade företaget?".

Inför analys på övriga frågor utifrån startår har vi inte räknat med de respondenter som svarar vet ej på frågan.

Start av företag	Etablerade
2003-2009	33
1993-2002	23
1992 eller tidigare	39
Vet ej	5
Summa procent	100
Summa antal	289

Frekvens av frågan "När startade företaget?".

Inför analys på övriga frågor utifrån startår har vi inte räknat med de respondenter som svarar vet ej på frågan.

Grundare av företaget

Grundare av företaget?	Nyföretagare	Etablerade
Ja	91	70
Nej	9	30
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Är du grundare eller en av grundarna till företaget?".

Etablerade, signifikanta skillnader

Antal anställda: Ju färre anställda det finns i företaget, desto fler är det som svarar att de är grundaren eller en av grundarna till företaget.

Omfattning: Respondenter som driver sitt företag på deltid svarar i större utsträckning att de är grundaren eller en av grundarna till företaget.

Drivit/driver företag – familj/släkt/närstående: Respondenter som har någon i familjen/släkten eller annan närstående som är eller har varit företagare är i större utsträckning grundare eller en av grundarna till företaget.

Start av företag: Ju nyare starten av företaget är, desto fler är det som svarar att de är grundare eller en av grundarna till företaget.

Omfattning: driver företaget på hel- eller deltid

Omfattning	Nyföretagare	Etablerade
Heltid	63	65
Deltid	37	35
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "I vilken omfattning driver du företaget?".

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Ålder: Respondenter som är mellan 50-59 år svarar i större utsträckning än övriga åldersgrupper att de driver företaget på heltid. Det är främst respondenter som är i åldern 60 år eller äldre som svarar att de driver företaget på deltid.

Bolagsform: De respondenter som har aktiebolag svarar i större utsträckning att de driver företaget på heltid.

Antal anställda: Ju fler anställda respondenterna har, desto fler är det som svarar att de driver sitt företag på heltid.

Etablerade, signifikanta skillnader

Antal anställda: Ju fler anställda det finns i företaget, desto fler är det som svarar att de driver företaget på heltid.

Bolagsform: Respondenter som har aktiebolag svarar i större utsträckning att de driver företaget på heltid.

Grundare: Respondenter som inte är grundare till företaget svarar i större utsträckning att de driver företaget på heltid.

Omfattning: Respondenter som driver sitt företag på deltid svarar i större utsträckning att de inte har några anställda i företaget. De respondenter som driver sitt företag på heltid svarar i större utsträckning att de har anställda.

Lönsamhet: Det är främst respondenterna som upplever sin lönsamhet i företaget som mycket eller ganska bra som driver sitt företag på heltid.

Ålder: Respondenter i åldern 60 år eller äldre svarar i större utsträckning än övriga åldersgrupper att de driver sitt företag på deltid. Åldersgrupperna 30-39 år samt 40-49 år svarar i större utsträckning att de driver företaget på heltid.

Upplevd lönsamhet

Lönsamhet 2012	Nyföretagare	Etablerade
Mycket bra	6	11
Ganska bra	18	23
Acceptabel	19	34
Ganska dålig	7	15
Mycket dålig	4	11
Vet ej/ingen verksamhet 2012	46	7
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Hur upplever du företagets lönsamhet för 2012?".

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Start av företag: Respondenter som startade sitt företag under 2013 svarar i större utsträckning än övriga vet ej/ingen verksamhet 2012 på frågan om lönsamhet 2012.

Etablerade, signifikanta skillnader

Antal anställda: Ju färre anställda som finns på företaget, desto fler är det som svarar att de upplevt lönsamheten för 2012 som ganska eller mycket dålig. Ju fler anställda företaget har, desto fler upplever att lönsamheten 2012 var mycket eller ganska bra.

Bolagsform: Respondenter som har aktiebolag svarar i större utsträckning att de upplever lönsamheten för 2012 som ganska eller mycket bra och det är fler bland respondenterna som har övriga bolagsformer som svarar mycket eller ganska dåligt på frågan.

Omfattning: Respondenter som driver sitt företag på heltid svarar i större utsträckning att de upplever företagets ekonomi som ganska eller mycket bra. Respondenter som driver företag på deltid svarar i större utsträckning mycket dåligt på frågan.

Kön: Det är fler bland kvinnorna som svarar ganska bra på frågan om företagets lönsamhet 2012.

Egen erfarenhet av företagande

Drivit företag tidigare - själv	Nyföretagare	Etablerade
Ja	44	35
Nej	56	65
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Har du drivit företag tidigare?".

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Kön: Männen svarar i större utsträckning än kvinnorna att de har drivit företag tidigare.

Ålder: Om vi bortser från den äldsta åldersgruppen (60 år eller äldre) ser vi att ju äldre respondenterna är, desto fler är det som svarar att de har drivit företag tidigare.

Drivit/driver företag – familj/släkt/närstående: Här ser vi ett samband mellan de som svarar att någon i familj/släkt/närstående driver/har drivit företag, också själva i högre grad har drivit företag tidigare.

Bolagsform: Respondenter som driver aktiebolag svarar i större utsträckning att de själva drivit företag tidigare.

Erfarenhet av företagande i familjen

Drivit företag tidigare – familj/släkt/närstående	Nyföretagare	Etablerade
Ja	72	71
Nej	28	29
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Har du någon i familjen, släkten eller annan närstående som är eller har varit företagare?".

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Drivit företag tidigare – själv: De respondenter som själva drivit företag tidigare svarar i större utsträckning att någon i familjen, släkten eller närstående är/har varit företagare.

Etablerade, signifikanta skillnader

Grundare: Respondenter som inte är grundare av företaget svarar i större utsträckning att de har någon i familjen, släkten eller annan närstående som är eller har varit företagare.

Kön: Kvinnorna svarar i större utsträckning än männen att de har någon i familjen, släkten eller annan närstående som är eller har varit företagare.

Kön

Kön	Nyföretagare	Etablerade
Man	70	76
Kvinna	30	24
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Är du man eller kvinna?".

I undersökningen är det 30 procent nyföretagare som är kvinnor, jämfört med 24 procent bland de etablerade företagarna. Enligt Tillväxtverkets statistik² drivs 21 procent av företag 0-49 anställda av kvinnor i Värmland.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Drivit företag tidigare – själv: De respondenter som tidigare själva drivit företag är i större utsträckning män.

Utbildning: Tittar vi på utbildningsnivån bland kvinnorna ser vi att ju högre utbildningsnivå, desto större andel kvinnor och det motsatta gäller för männen; ju högre utbildningsnivå, desto lägre andel män.

Bolagsform: Respondenter som driver aktiebolag är i högre grad, än de som driver övriga bolagsformer, män.

² Företagens villkor och verklighet – Värmlands län. 2011. Tillväxtverket.

Etablerade, signifikanta skillnader

Drivit/driver företag – familj/släkt/närstående: Det är fler bland de respondenter som har någon i sin familj, släkt eller annan närstående som driver eller har drivit företag som är kvinnor.

Utbildning: Ju högre utbildning respondenterna har, desto fler kvinnor och ju lägre utbildningsnivå respondenterna har desto fler män.

Kommun: Andelen kvinnor är störst i Karlstadsområdet.

Ålder

Ålder	Nyföretagare	Etablerade
Upp till 29 år	11	2
30-39 år	26	7
40-49 år	31	23
50-59 år	20	33
60 år eller äldre	14	35
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Hur gammal är du?".

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Omfattning: De respondenter som driver företaget på heltid är i större grad mellan 50-59 år och de som driver på deltid är i större utsträckning 60 år eller äldre.

Drivit företag tidigare – själv: De respondenter som själva drivit företag tidigare är i större utsträckning mellan 50-59 år. Det är fler bland de som själva inte tidigare drivit företag som är upp till 39 år.

Bolagsform: Det är främst respondenter som har aktiebolag som är i åldern 50-59 år och det är fler bland de respondenter som har övriga bolagsformer som är 60 år eller äldre.

Etablerade, signifikanta skillnader

Antal anställda: Ju fler anställda företaget har, desto fler är det som är mellan 50-49 år. Ju färre anställda företaget har, desto fler är det som är 60 år eller äldre.

Bolagsform: Det är fler bland de respondenter som har aktiebolag som är mellan 40-49 år och de som har övriga bolagsformer är vanligtvis 60 år eller äldre.

Omfattning: Det är fler bland respondenterna som driver sitt företag på heltid som är mellan 40-49 år samt 50-59 år. De respondenter som driver sitt företag på deltid är i större utsträckning 60 år eller äldre.

Start av företag: Ju nyare företaget är, desto fler respondenter är det som är i åldern 40-49 år och ju äldre företaget är, desto fler är det som är 60 år eller äldre.

Utbildningsnivå

Utbildningsnivå	Nyföretagare	Etablerade
Grundskola	8	13
Gymnasium	48	45
Universitet/högskola eller högre	44	42
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Vilken är din högsta avslutade utbildning?".

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Kön: Kvinnorna har i större utsträckning än männen universitet-/högskoleutbildning.

Kommun: Det är främst respondenter vars verksamhet finns i Karlstadsområdet som svarar att deras högsta avslutade utbildning är universitet/högskola. Respondenter var företag har säte i norra Värmland är de som i lägst utsträckning svarar att de har universitets- eller högskoleutbildning och istället i störst utsträckning svarar att deras högsta utbildningsnivå är gymnasium.

Etablerade, signifikanta skillnader

Kön: Kvinnorna svarar i större utsträckning än männen att deras högsta utbildning är på universitets-/högskolenivå.

Kommun: Det är främst respondenter vars verksamhet finns i Karlstadsområdet som svarar att deras högsta avslutade utbildning är universitet/högskola. Respondenter var företag har säte i västra Värmland är de som i lägst utsträckning svarar att de har universitets- eller högskoleutbildning och istället svarar att deras högsta utbildning är gymnasium.

Född utomlands

Född utanför Sverige	Nyföretagare	Etablerade
Ja	8	10
Nej	92	90
Summa procent	100	100
Summa antal	219	289

Frekvens av frågan "Är du född utanför Sverige?".

Etablerade, signifikanta skillnader

Ålder: Respondenter som är upp till 29 år svarar i större utsträckning än övriga åldersgrupper att de är födda utanför Sverige.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

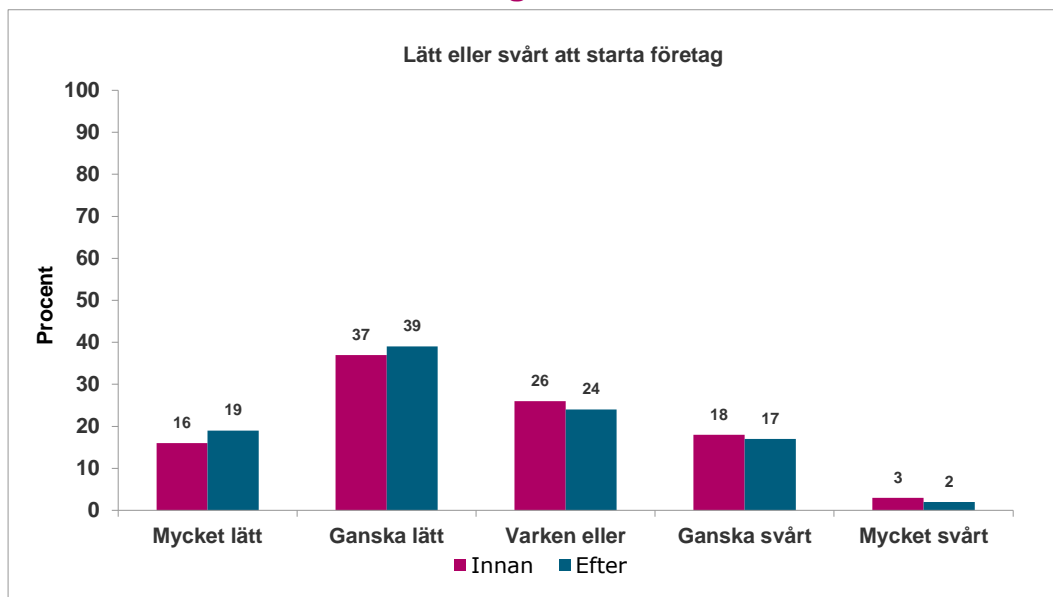
Start av företag: De respondenter som drivit företag kortast tid, det vill säga som startade företaget under 2013, svarar i större utsträckning att de är födda utanför Sverige.

RESULTAT: NYFÖRETAGARE

Nedan presenteras resultatet i undersökningen för målgruppen nyföretagare. Resultatet behandlar frågeområdena hur de upplevde det var innan de startade företaget, jämfört med hur de upplever sitt företagande här och nu.

INNAN START

Lätt eller svårt att starta företag



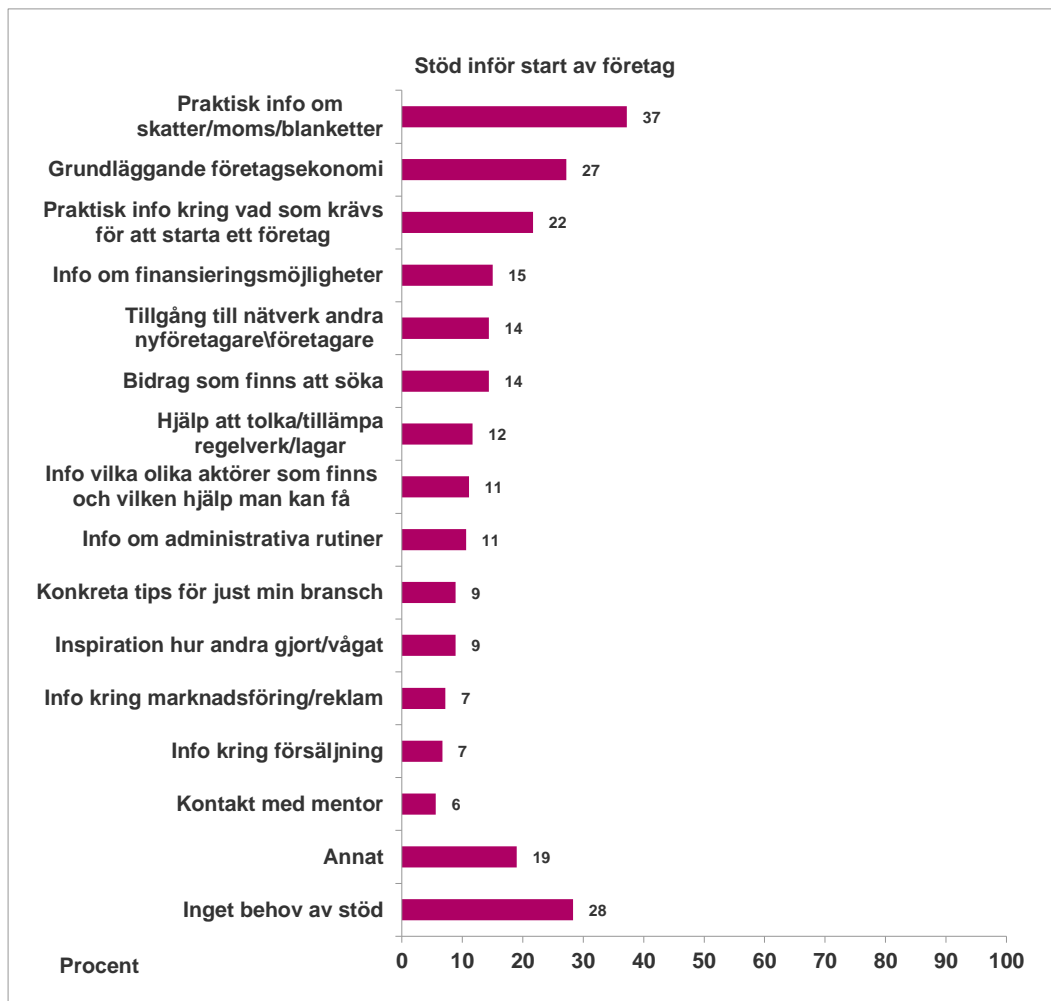
Frekvens av frågorna "Så om du tänker tillbaka på hur det var innan du startade företaget, var din uppfattning att det är lätt eller svårt att starta företag?" samt "Nu i efterhand, vad är din upplevelse av att ha startat ett företag?". n=180 på respektive fråga.

Innan respondenterna startade sina företag hade 53 procent av respondenterna uppfattningen om att det var mycket eller ganska lätt att starta företag. Motsvarande andel i efterhand är 58 procent. Medelvärdet på frågan innan start är 3,4 och efter start 3,6.

Nyföretagare, signifikanta skillnader (innan start)

Utbildning: Ju lägre utbildningsnivå respondenterna har, desto fler är det som svarar varken eller på frågan om vilken uppfattning de hade innan starten, om det var lätt eller svårt att starta företag. Ju högre utbildningsnivå respondenterna har, desto fler är det som svarar att det var ganska eller mycket lätt.

Behov av stöd inför starten



Frekvens av frågan "Inom vilka områden behövde du/ni stöd inför starten av företaget?". Öppen fråga. Förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=180.

Respondenter som är nyföretagare behövde främst stöd inom praktisk information om skatter/moms/blanketter inför starten av deras företag, 37 procent. 27 procent behövde stöd inom grundläggande företagsekonomi och det är 22 procent som behövde praktisk information om vad som krävs för att starta ett företag. I kategorin annat återfinns bland annat svar som Skatteverket, fick hjälp av Nyföretagarcentrum och i stort hur man drivet ett företag.

För att få en bild av inom vilka övergripande områden respondenterna känt de har haft behov av stöd inom har vi grupperat svarsalternativen under nedanstående områden. För att få fram dessa siffror har vi slagit ihop så att varje svar som respondenterna gett som ligger under det övergripande området som t ex *Praktisk information om skatter/moms/blanketter* och *Hjälp i att tolka och tillämpa regelverk* (kan vara ett eller flera svarsalternativ) genererar *ett* svar under den övergripande kategorin Rådgivning. Det vill säga att om en och samma respondent svarar *Praktisk information om*

skatter/moms/blanketter och *Hjälp i att tolka och tillämpa regelverk* så får kategorin Rådgivning en markering. Se enkät (bilaga 1) för vilka svarsalternativ som hör till vilken kategori, men där konsulttjänster består av lednings- och personalfrågor, utveckling av tjänster och produkter, exportfrågor, samt juridik- eller patentfrågor. Vid en gruppering av respondenternas svar utifrån inom vilka områden de tycker sig ha haft behov av stöd ser fördelningen ut som nedan.

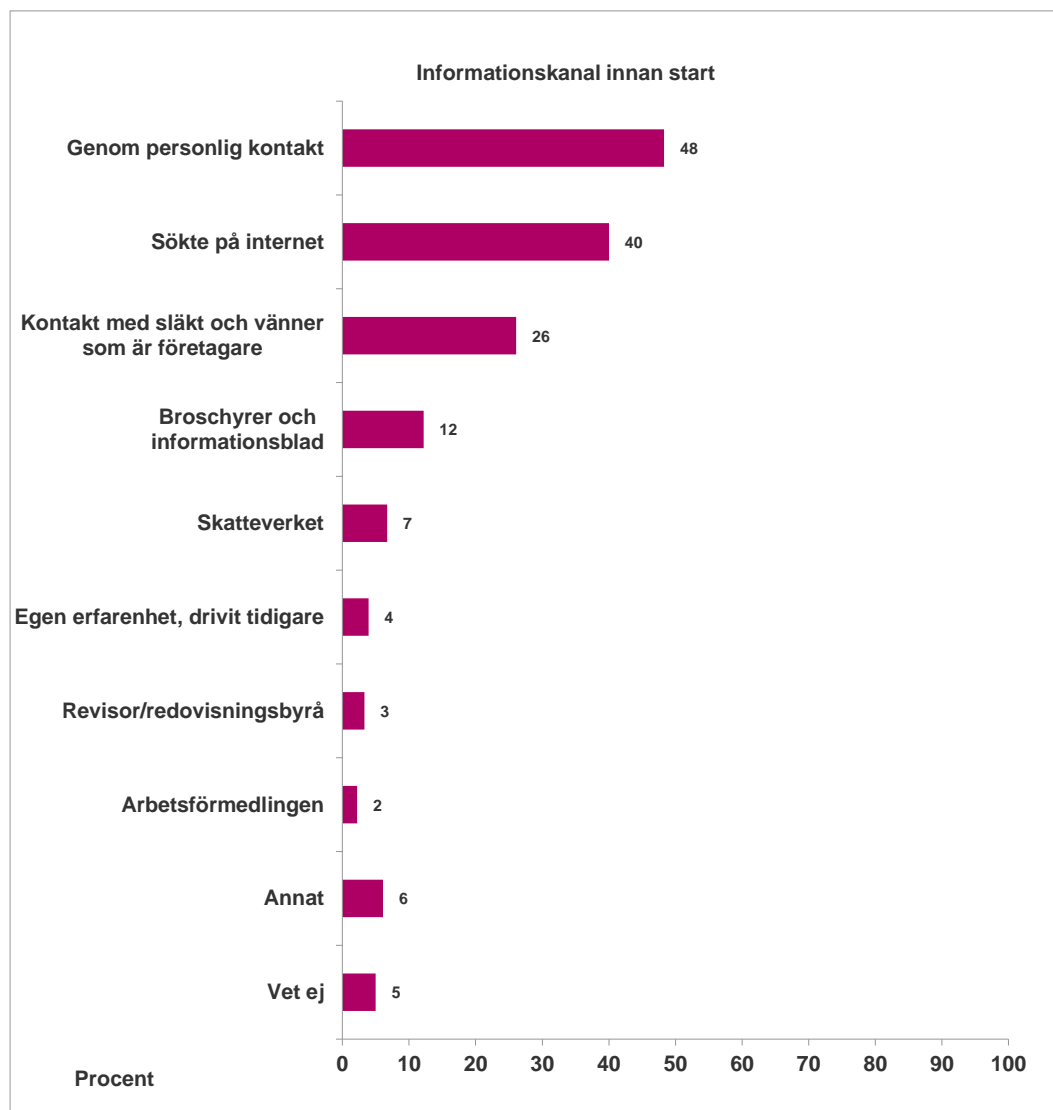
	Procent
Rådgivning	56
Kontakter	19
Finansiering	21
Konsulttjänster	7
Övrigt/Annat	7
Inget behov av stöd	28

Nyföretagare (innan start), signifikanta skillnader

Kön: Kvinnorna svarar i större utsträckning än männen, att de hade behov av praktisk information kring vad som krävs för att starta ett företag.

Drivit företag tidigare – själv: Det är fler bland de respondenter som inte tidigare drivit företag som svarar *praktisk information kring vad som krävs för att starta ett företag, praktisk information om skatter, moms, hur fyller i blanketter, samt information kring marknadsföring*. Respondenter som själva har drivit företag tidigare svarar i större utsträckning *inget behov av stöd*.

Information i samband med starten



Frekvens av frågan "I vilka kanaler sökte du/ni information i samband med att du/ni skulle starta företaget?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=180.

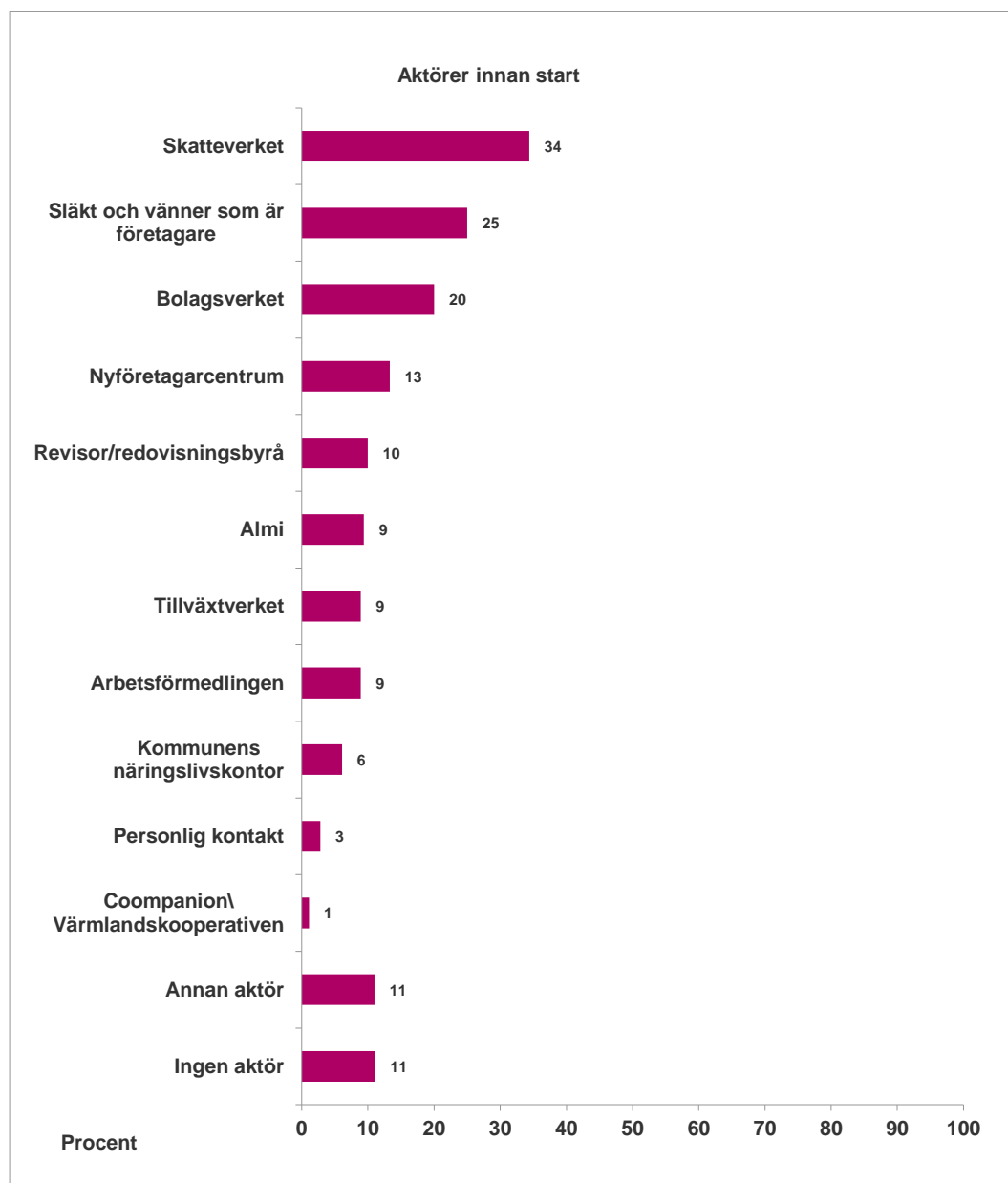
Det är främst genom en personlig kontakt som respondenterna sökte information inför starten av företaget, 48 procent. 40 procent sökte på internet och en fjärdedel har tagit kontakt med släkt och vänner som är företagare. I kategorin annat återfinns bland annat svar som verksamt.se, annons i tidning och banken.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Omfattning: De respondenter som driver företaget på heltid svarar i större utsträckning att de sökt information genom personlig kontakt och det är fler bland de som driver företaget på deltid som svarar att de sökt information via Skatteverket.

Drivit företag tidigare – själv: De respondenter som själv inte tidigare drivit företag svarar i större utsträckning att de sökte på internet.

Utbildning: Det är främst respondenter med gymnasieutbildning som svarar att de sökte information genom personliga kontakter.



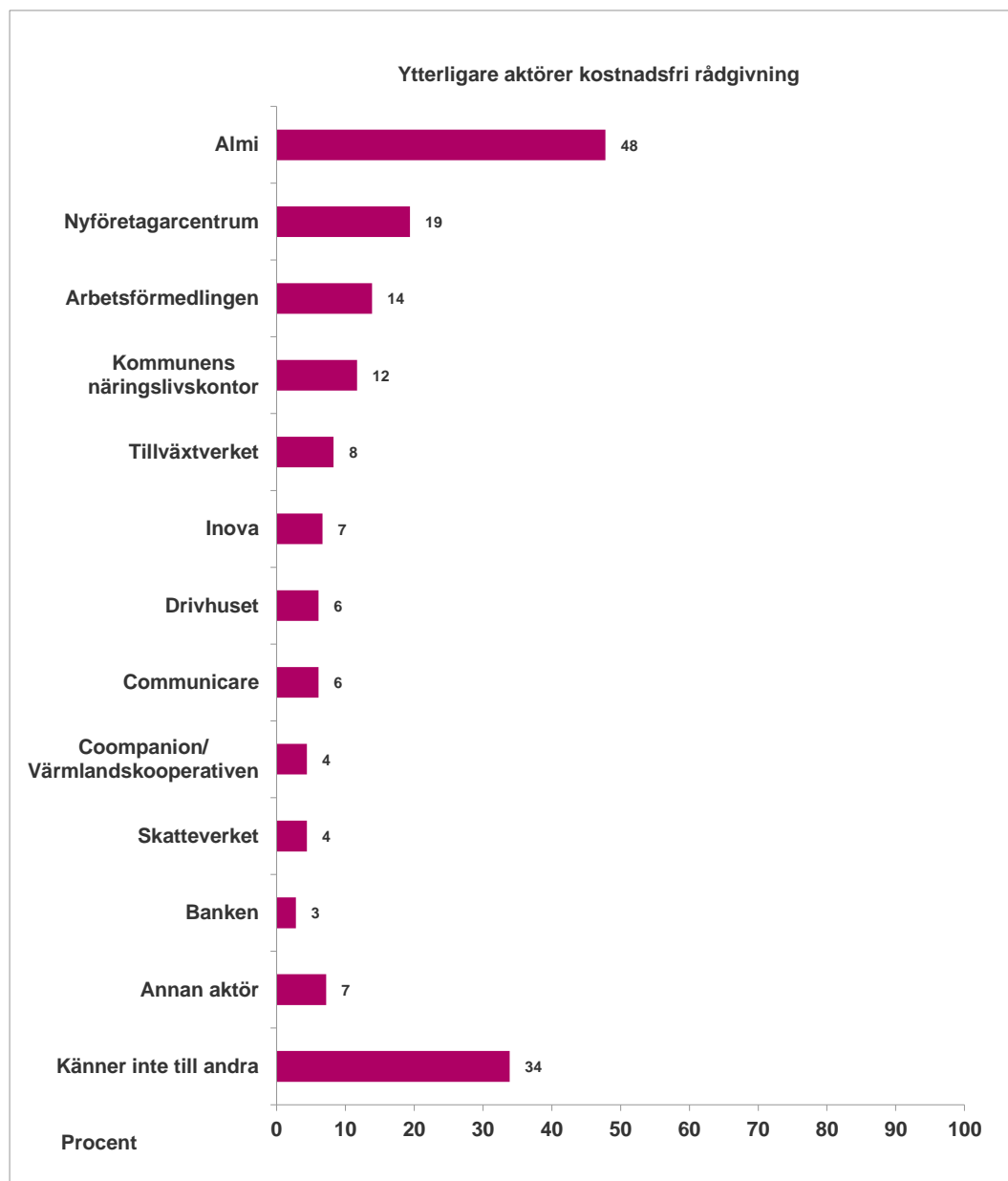
Frekvens av frågan "Vart vände du dig för att få information i samband med att du skulle starta företag? Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=180.

34 procent av respondenterna svarar att de vände sig till Skatteverket för att få information i samband med starten av företaget. En fjärdedel svarar att de vände sig till släkt och vänner som är företagare och det är en femtedel som svarar Bolagsverket. I kategorin annat nämner respondenterna bland annat Internet, banken och Försäkringskassan. Se bilaga 2 för samtliga svar under annat.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Omfattning: De respondenter som driver företaget på heltid svarar i större utsträckning att de vänt sig till släkt och vänner för information och det är fler bland de som driver företaget på deltid som svarar att de vänt sig till Skatteverket och sökt information.

Bolagsform: Det är fler bland de respondenter som driver företag i övrig bolagsform som svarar att de vände sig till Skatteverket för information.



Frekvens av frågan "Vilka aktörer/vilka ytterligare aktörer känner du till som arbetar med att stödja företagare med kostnadsfri rådgivning?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=180.

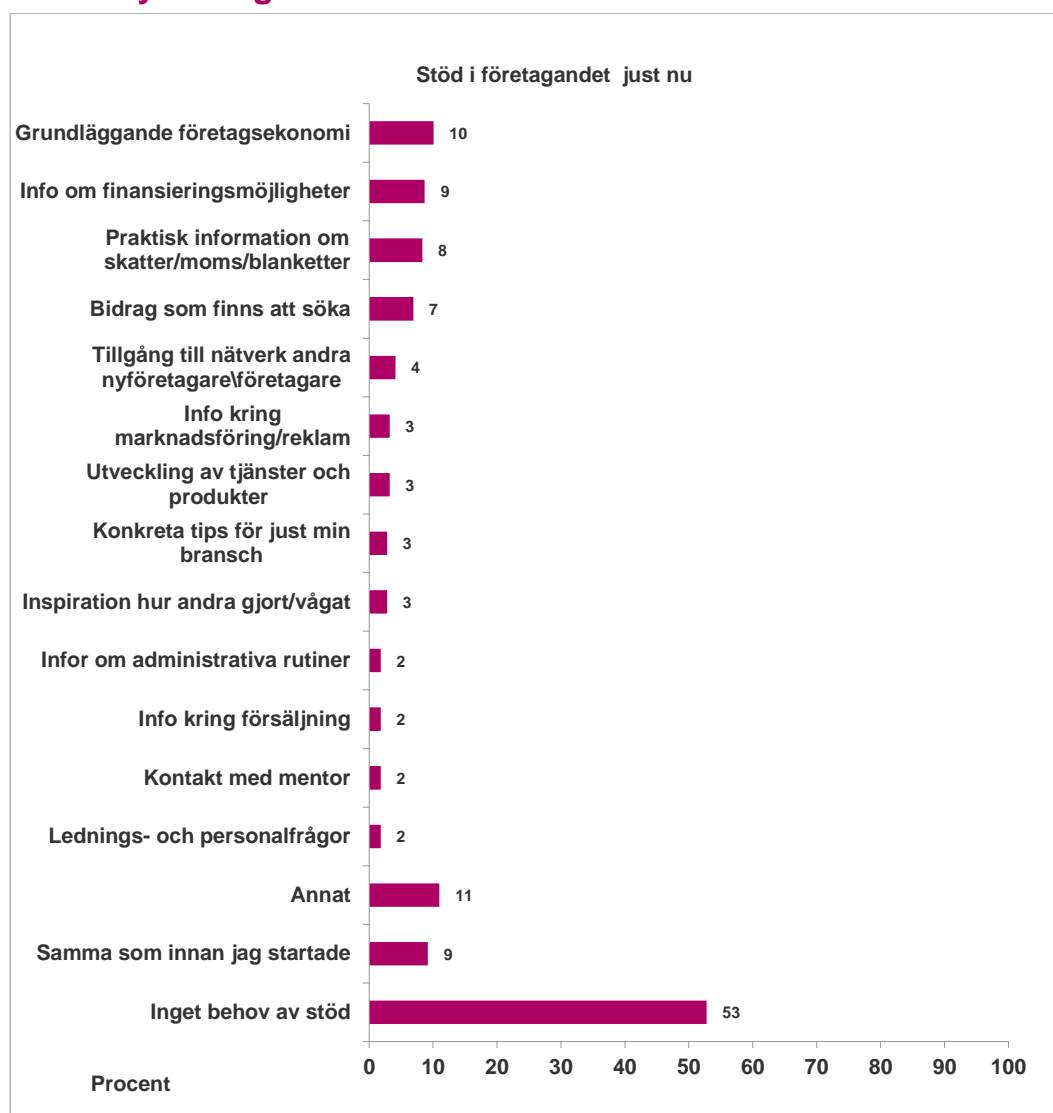
Nära hälften av respondenterna svarar att de känner till Almi som en aktör som arbetar med att stödja företagare med kostnadsfri rådgivning. En femtedel svarar

Nyföretagarcentrum och det är 14 procent som svarar Arbetsförmedlingen. Under kategorin annat återfinns följande svar från respondenterna.

Revisorer	Bolagsverket.
Länsstyrelsen	Försäkringskassan
Unionen och Företagarna	Bolagsverket
Science park	Flyghusrådet
Compare	Bättre affärer
Region Värmland	Handelskammaren
Drivhuset	

NYFÖRETAGARNA HÄR OCH NU

Stöd i nyföretagarfasen



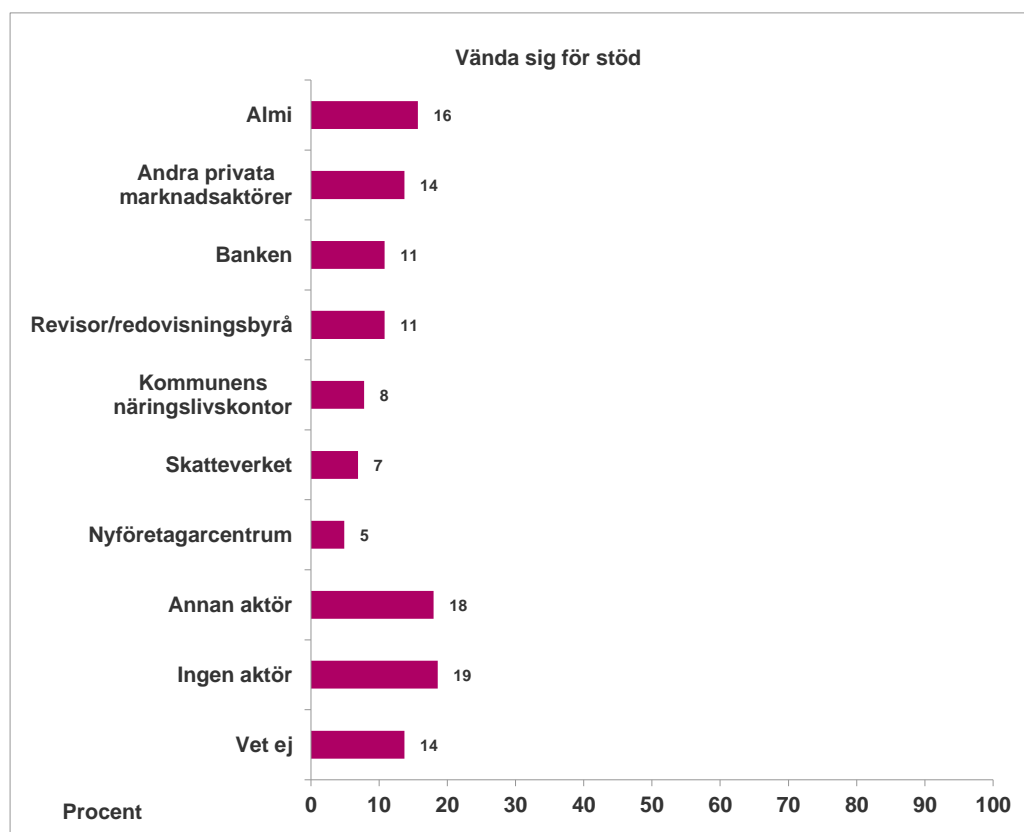
Frekvens av frågan "Inom vilka områden behöver du/ni stöd just nu i ditt/ert företagande?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=218.

Bland nyföretagarna är det 53 procent som svarar att de just nu inte har något behov av stöd i deras företagande. Det är tio procent av dem som har behov av stöd inom grundläggande företagsekonomi. Nio procent svarar information om

finansieringsmöjligheter och åtta procent svarar praktisk information om skatter, moms eller blanketter. I kategorin annat återfinns svar som att få beviljat finansiering, teknisk kunskap, samt hjälp med deklaration.

Liksom för frågan kring behov av stöd inför starten, så har vi grupperat svarsalternativen för nyföretagares behov av stöd här och nu under nedanstående områden. Se enkät (bilaga 1) för vilka svarsalternativ som hör till vilken kategori. Vid en gruppering av respondenternas svar utifrån inom vilka områden de tycker sig ha haft behov av stöd ser fördelningen ut som nedan.

Inriktning på stödet	Procent
Rådgivning	23
Kontakter	5
Finansiering	12
Konsulttjänster	6
Övrigt/Annat	5
Samma som innan start	9
Inget behov av stöd	53



Frekvens av frågan "Utifrån de behov som du nämner, vart tänker du att du kan vända dig för att få stöd?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=218.

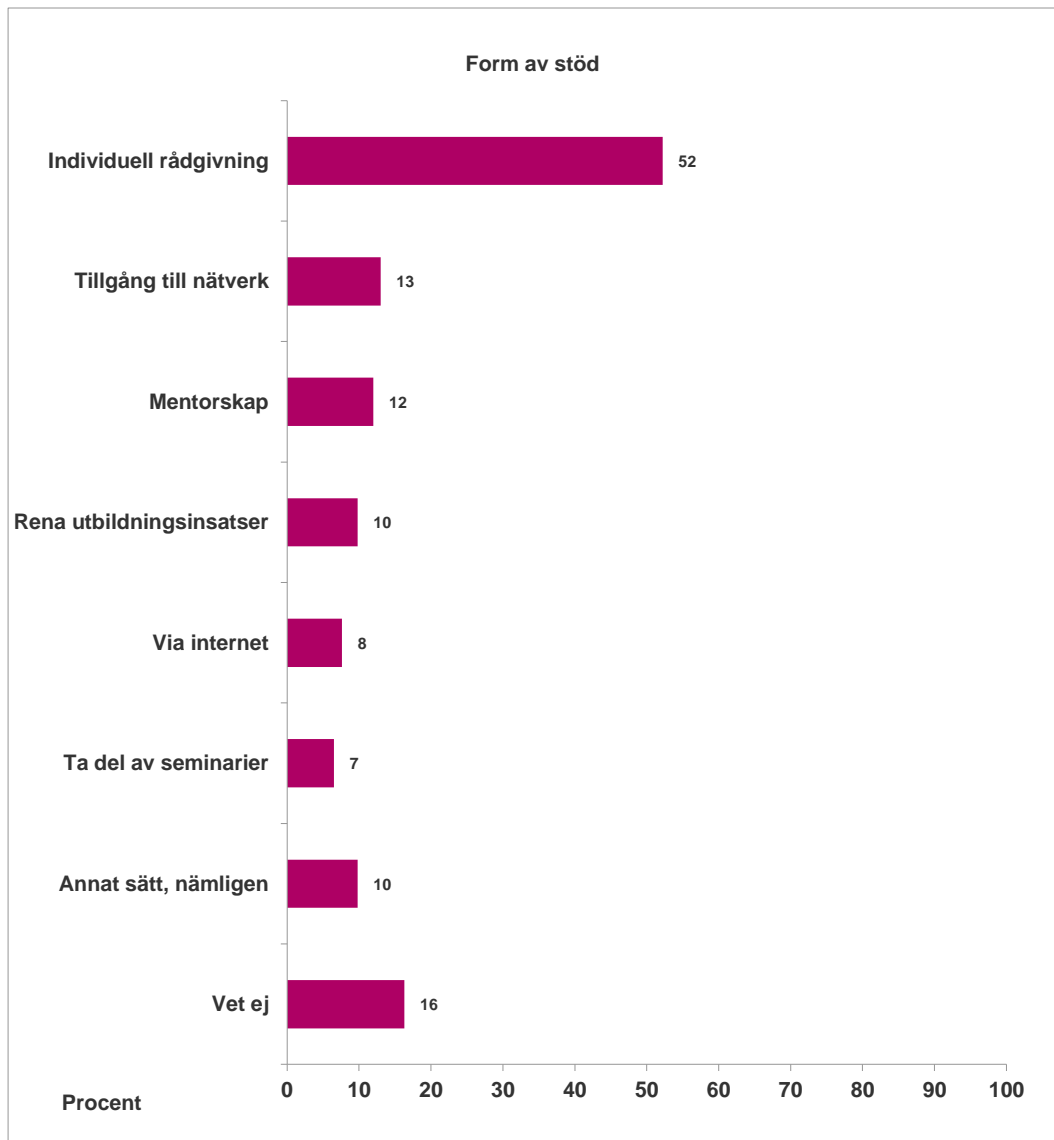
Utifrån de behov av stöd som de nämnt är det främst till Almi som respondenterna skulle vända sig, 16 procent. 14 procent svarar andra privata marknadsaktörer och det är elva procent vardera som svara banken respektive revisor eller redovisningsbyrå. Det är 19 procent av respondenterna som svarar att de inte har tänkt sig att vända sig till någon aktör för stöd. I kategorin annat återfinns bland annat svar som länsstyrelsen, kollegor och nätet.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Kön: Kvinnorna svarar i större utsträckning än männen att de tänker vända sig till Skatteverket för att få stöd utifrån de behov de har.

Omfattning: De respondenter som driver företaget på deltid svarar i större utsträckning att de tänker vända sig till kommunens näringslivskontor och Skatteverket.

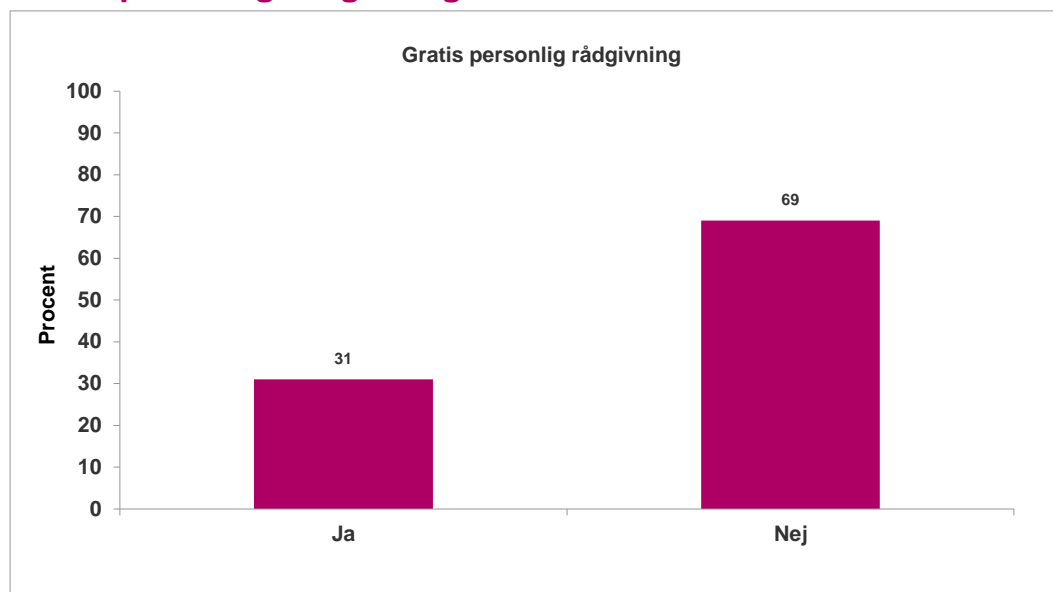
Drivit företag tidigare – själv: Respondenter som inte själva tidigare drivit företag svarar i större utsträckning att de tänker vända sig till en revisor eller redovisningsbyrå.



Frekvens av frågan "I vilken form skulle det passa dig bäst att få det stödet?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga a. n=92.

Drygt hälften av respondenterna svarar att det är individuell rådgivning som främst skulle passa dem utifrån vilket stöd det är det har behov av. 13 procent svarar tillgång till nätverk och det är tolv procent som svarar mentorskap. Under annat finns kommentarer som bidrag, riskkapital samt checkkredit.

Gratis personlig rådgivning



Frekvens av frågan "Har du som nyföretagare någon gång fått gratis personlig rådgivning i form av möten, telefon eller mail?". n=219.

Det är 31 procent bland nyföretagarna som har fått gratis personlig rådgivning i form av möten, telefon eller mail.

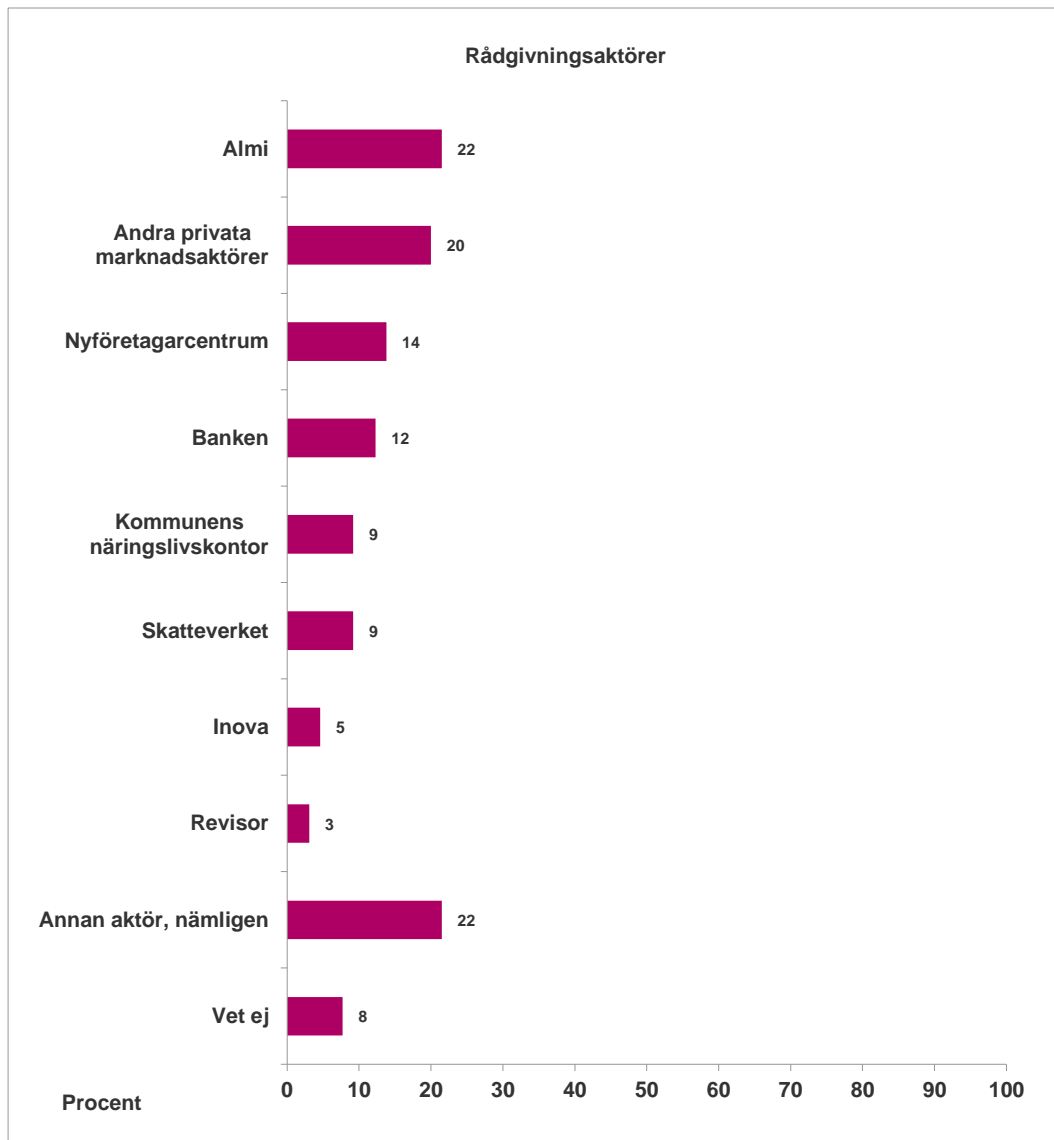
Nyföretagare, signifikanta skillnader

Kön: Kvinnorna svarar i större utsträckning ja på frågan om de någon gång fått gratis rådgivning.

Grundare av företaget: De respondenter som är grundare av företaget svarar i större utsträckning att de någon gång fått gratis rådgivning.

Omfattning: Respondenter som driver företaget på deltid svarar i större utsträckning ja på frågan om de någon gång fått gratis personlig rådgivning.

Utbildning: Ju högre utbildning respondenterna har, desto fler är det som svarar att de någon gång fått gratis rådgivning.

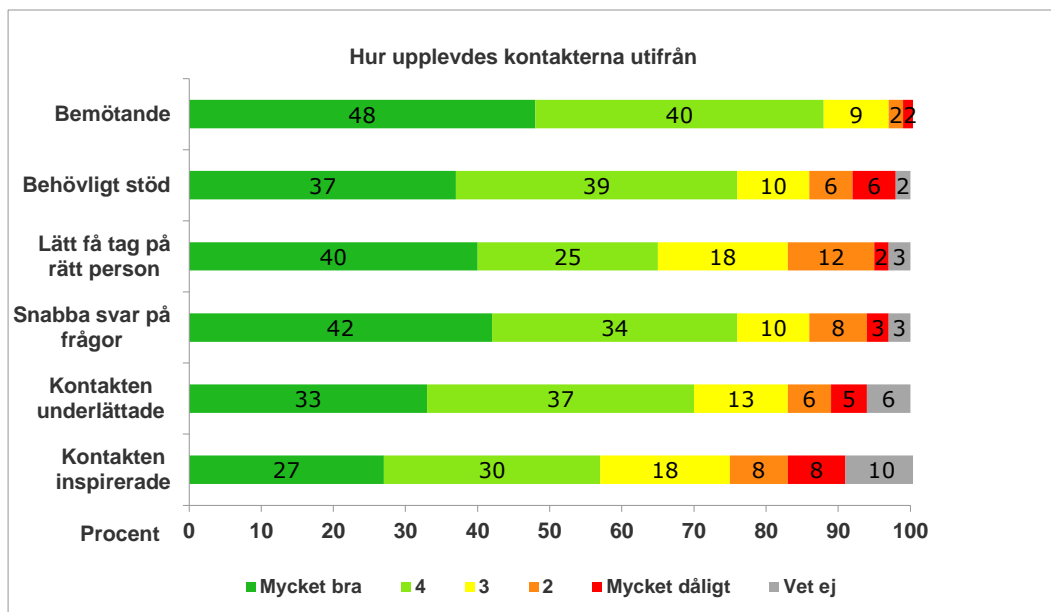


Frekvens av frågan "Om ja, av vilken eller vilka aktörer fick du den rådgivningen?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=65.

22 procent av respondenterna har fått gratis personlig rådgivning via Almi och det är nästan lika många, en femtedel, som svarar att det har fått det av andra privata marknadsaktörer (förutom bank eller revisor). Under annat återfinns kommentarer som Trygghetsrådet, Bolagsverket och Arbetsförmedlingen.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Drivit företag tidigare – själv: De respondenter som själva tidigare drivit företag svarar i större utsträckning att de fick sin rådgivning av banken.



Frekvens av frågorna som rör upplevelsen av kontakterna utifrån olika perspektiv. n=67 på respektive fråga.

Generellt sett kan vi se att respondenterna har upplevt kontakten som övervägande bra sett till de olika perspektiven. Störst andel positiva svar ser vi på frågan om bemötande, där 88 procent svarar att de har blivit mycket eller ganska bra bemötta. Lägst andel positiva svar, med 57 procent, får påståendet att kontakten inspirerade dem som företagare.

Upplevelsen av...	Medelvärde	Antal
Bemötande?	4,3	67
Fick det stöd du behövde?	4,0	66
Lätt att få tag i rätt person?	3,9	65
Snabba svar på dina frågor?	4,1	65
Kontakten underlättade för dig som företagare?	3,9	63
Kontakten inspirerade dig som företagare?	3,7	60

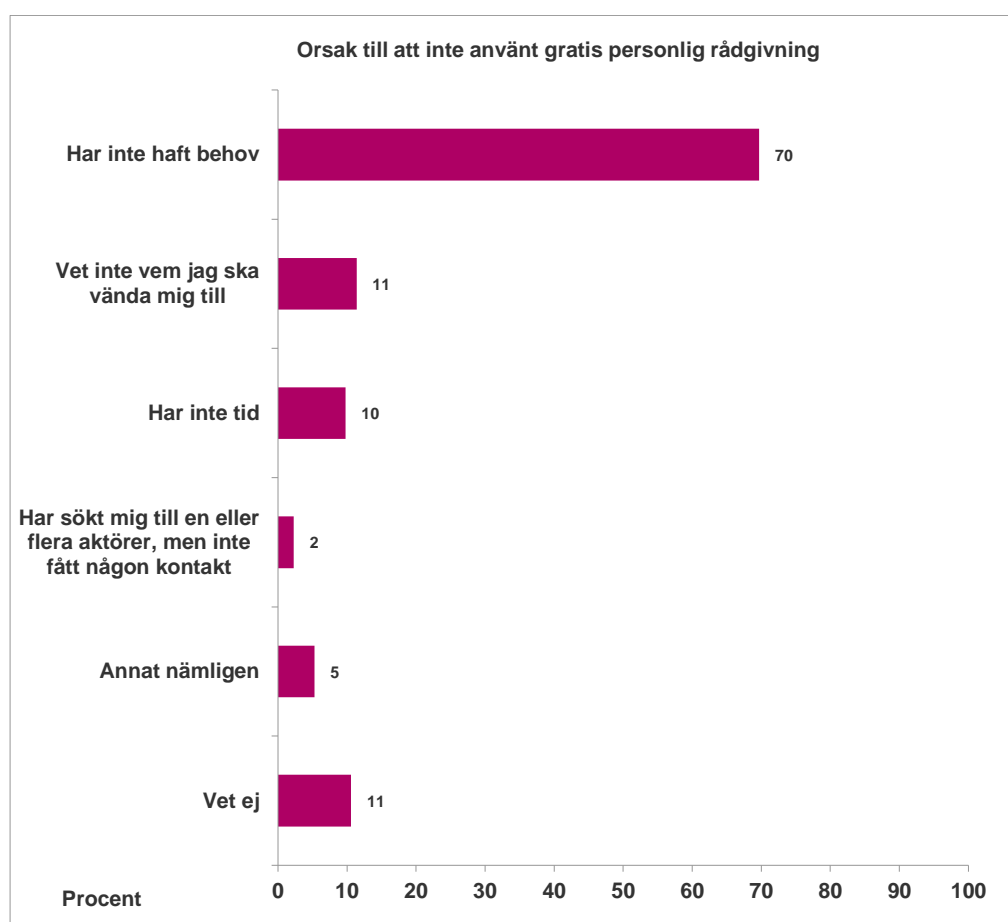
Medelvärde samt antal som på en femgradig skala svarat på frågorna som rör upplevelsen av kontakten.

Respondenterna fick möjlighet att kommentera sina svar gällande upplevelsen av kontakten. Det är 21 respondenter som lämnat en kommentar och främst handlar kommentarerna om att de är nöjda med stödet och informationen de fått.

Bra stöd, information och snabb handläggning.
 Det är tack vare honom att jag är där jag är idag.
 Fick en bra kontakt person som hjälpte mig med vilka blanketter jag skulle fylla i och hur.
 Enkelt och smidigt.

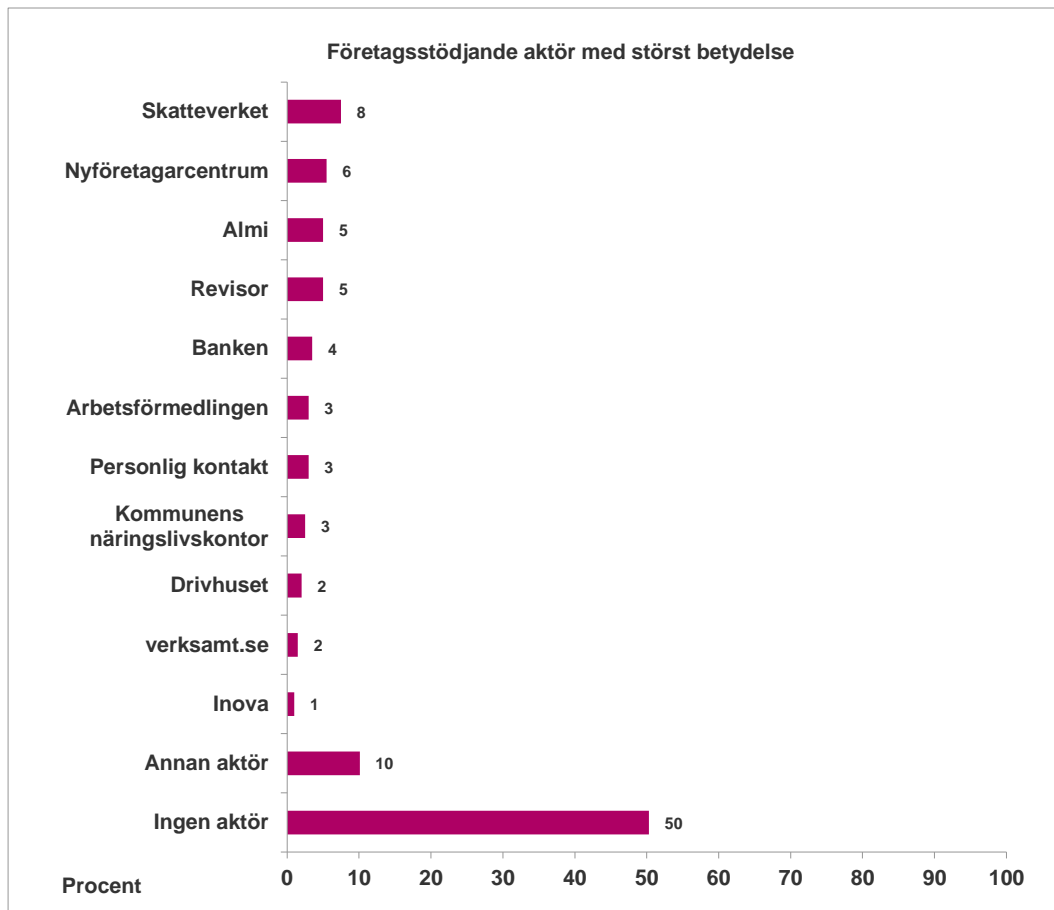
Ett fåtal respondenter har varit mindre nöjda och där har kommentarerna bland annat handlat om att respondenterna velat ha mer uppföljning och att de upplevt att kontakten inte fört dem så mycket framåt vad gäller företagandet som de önskat.

Jag hade önskat att det fanns en portal in. Det var inte lika uppbyggt på nätet som det är nu. Jag hade gärna velat ha haft ett kontaktcenter som kunde ha tagit frågan vidare. Någon sorts guide som kunde pekat på vart jag kunde vända mig med mina olika frågor.
Nyföretagarcentrum, har haft flera kontakter där som inte har lett mig så mycket framåt. Eftersom att de inte kan hjälpa mig riktigt med hur jag ska hitta mina kunder.
Jag fick felaktiga svar.



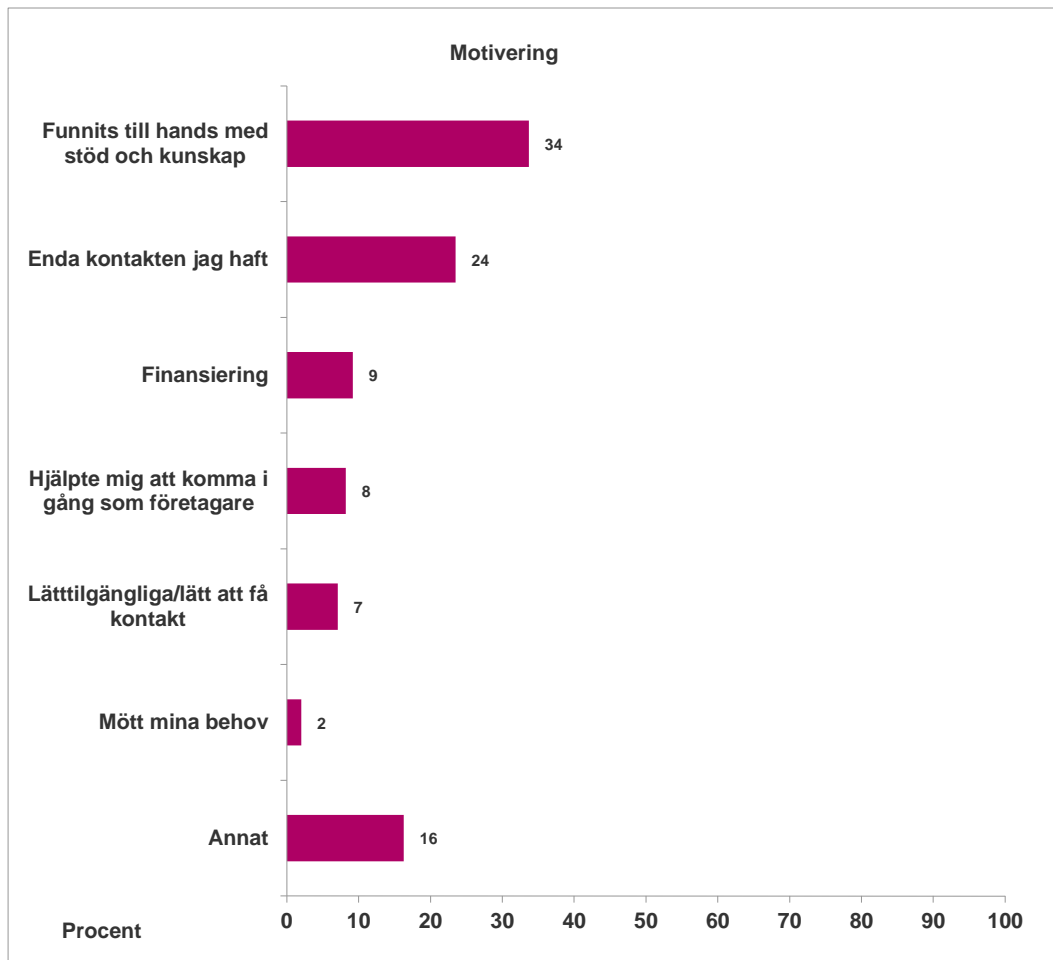
Frekvens av frågan "Om nej, vad tror du det beror på att du inte haft någon gratis personlig rådgivning?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=132.

Den främsta orsaken, enligt 70 procent av respondenterna, till varför de inte använt sig av gratis personlig rådgivning är att de inte har haft något behov av det. Elva procent svarar att de inte vetat till vem de ska vända sig och nästan lika många, tio procent, svarar att de inte haft tid. I kategorin annat finns bland annat kommentarer om att de inte visst om att det fanns, det har varit irrelevant, samt att de har blivit erbjudna men har avböjd.



Frekvens av frågan "Vilken företagsstödjande aktör upplever du haft störst betydelse för dig i ditt nyföretagande?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. n=199.

Hälften av respondenterna svarar att det inte finns någon aktör som haft störst betydelse för dem i deras nyföretagande. Skatteverket är den aktör som flest respondenter ändå nämner, åtta procent. Sex procent svarar Nyföretagarcentrum och det är fem procent vardera svarar Almi respektive revisor. Under annan aktör återfinns bland annat Communicare, Handelskammaren och Värmlandskooperativen.



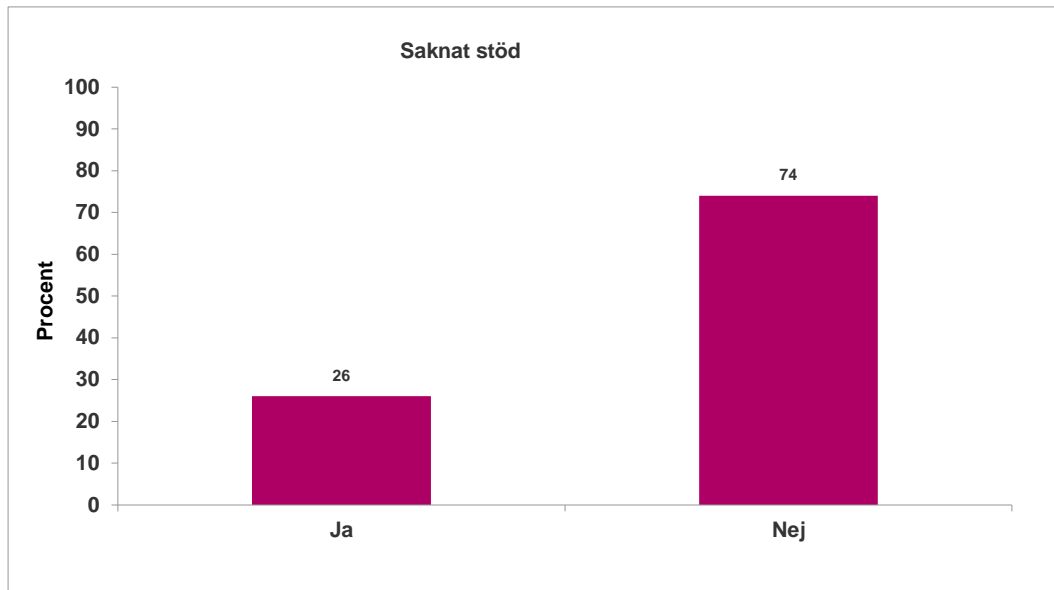
Frekvens av frågan "Varför har just den aktören haft störst betydelse?". Öppen fråga. Flervalsfråga. n=98.

Varför just den aktören har haft störst betydelse beror enligt 34 procent av respondenterna att aktören har funnits till hands med stöd och kunskap. En fjärdedel svarar att det är den enda kontakten de haft. Under annat återfinns bland annat kommentarer som att aktören har bjudit in till möten, de har lånat ut ett kontor och att de har gett faktiska ingångar till affärskontakter. Se bilaga 2 för samtliga svar under annat.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Omfattning: De respondenter som driver företaget på heltid svarar i större utsträckning att aktören har haft störst betydelse för att de har stöttat i finansieringen.

Saknat stöd



Frekvens av frågan "Finns det något stöd du saknat?". n=219.

Det är en fjärdedel av respondenterna som svarar att de har saknat stöd.

Nyföretagare, signifikanta skillnader

Utbildning: Ju högre utbildning respondenterna har, desto fler är det som svarar att det finns stöd som de saknat.

Nyföretagarna som svarar att det finns stöd som de har saknat fick följdfrågan vilket stöd de saknar och det som respondenterna främst saknar är finansieringsstöd eller information kring finansieringsstöd. 56 nyföretagare svarade på frågan och det handlar bland annat om information om finansiering eller starta-eget-bidrag.

Information om finansiering.
Starta-eget-bidrag och information om finansieringsmöjligheter.
Lite längre starta-eget-bidrag. T ex i år och inte bara några månader
Borde få hjälp av bankerna att få lån när man har en affärsplan, som man visar upp.

Respondenterna nämner även här att de allmänt behöver information och rådgivning.

Hade velat ha all information inom IT som går att få. Till exempel om hemsidor osv.
Någon sorts guide i början.
Hjälp och rådgivning om anställningsfrågor och annat i den stilen.

Stöd inom bokföring och kontakter/nätverk är också något som respondenterna saknar.

Tips och råd i bokföring så man slapp lägga över det på en redovisningsbyrå.
Rådgivning om bokföring och skatter då detta inte fanns inom företaget.
Skulle gärna vilja ha mera inriktat på min bransch och fått kontakt med andra som gör det jag gör, fått mera stöd och information

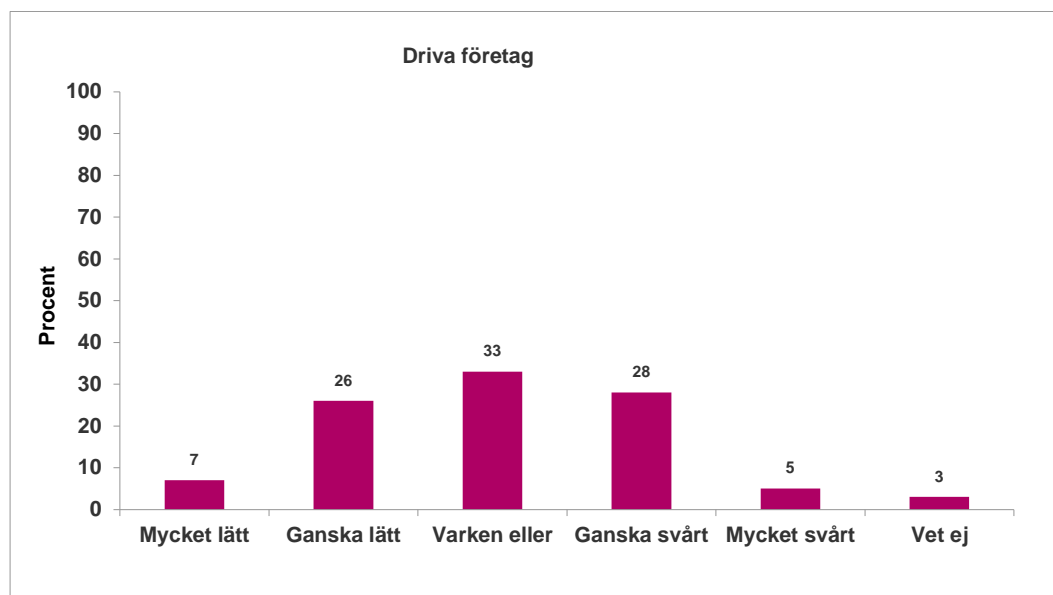
Större nätverk.

Se bilaga 2 för samtliga svar på frågan.

RESULTAT: ETABLERADE FÖRETAGARE

Nedan presenteras resultatet i undersökningen för målgruppen etablerade företagare. Resultatet behandlar frågeområdena hur de vill utveckla sitt företag och i så fall vilket stöd som de skulle behöva i det arbetet. Det är även frågor som berör kännedom och uppfattningar om aktörer i stödsystemet.

LÄTT ELLER SVÅRT DRIVA FÖRETAG



Frekvens av frågan "Är din uppfattning att det är lätt eller svårt att driva företag?". n=231.

Det är en tredjedel av respondenterna som svarar att det är ganska eller mycket lätt att driva företag. Det är lika många som svarar att det är ganska eller mycket svårt.

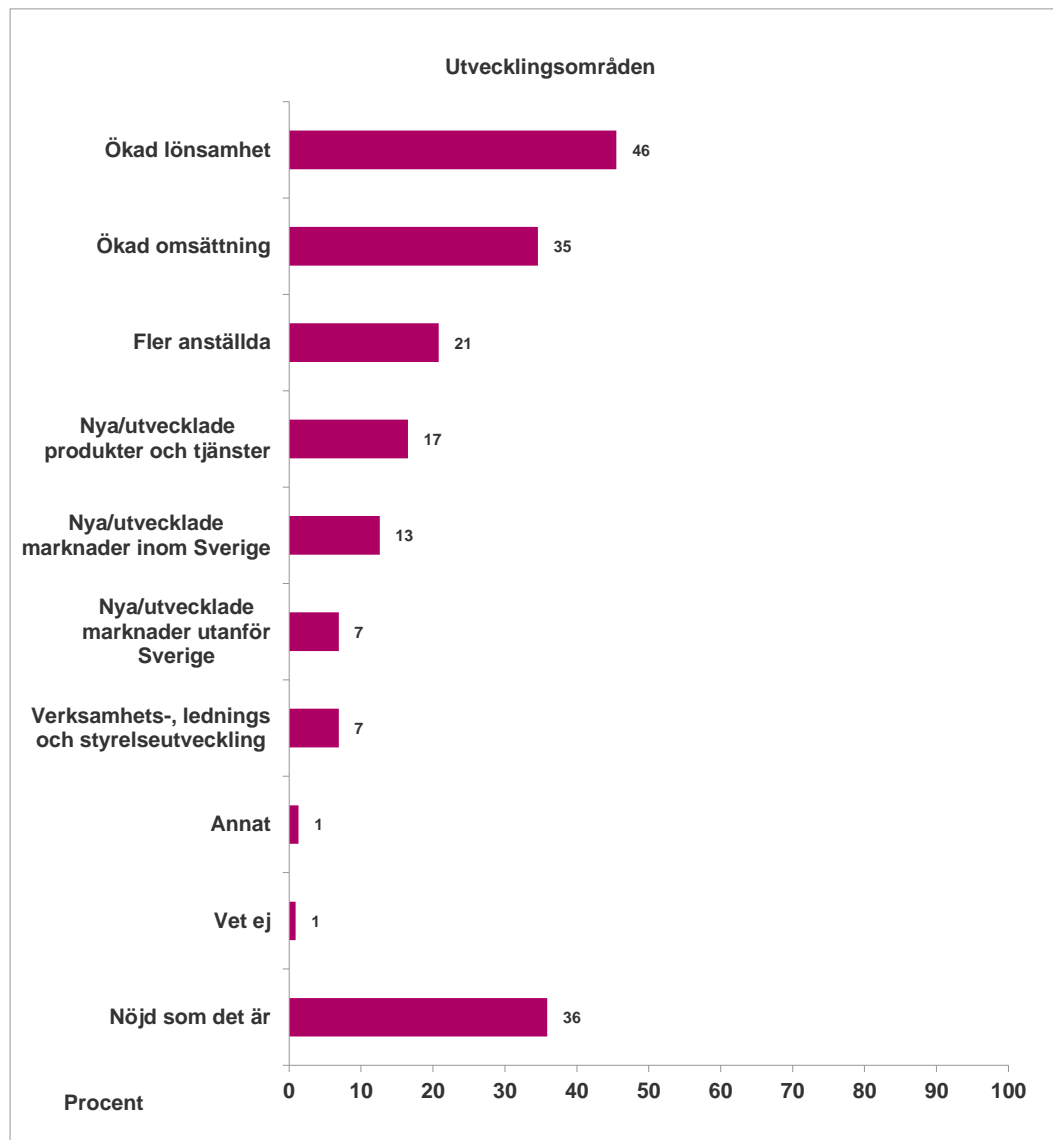
Medelvärdet på frågan är 3,0.

Etablerade, signifikanta skillnader

Lönsamhet: Här kan vi se ett samband mellan att ju sämre respondenterna upplever företagets lönsamhet 2012, desto fler är det som svarar att de är mycket eller ganska svårt att driva företag.

Kön: Kvinnorna svarar i större uträkning än männen att de uppfattar det som mycket svårt att driva företag.

UTVECKLING AV FÖRETAGET



Frekvens av frågan "Hur skulle du vilja utveckla ditt företag?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=231.

För 46 procent av de etablerade företagarna är det främst för att få ökad lönsamhet som de vill utveckla sitt företag. 35 procent svarar ökad omsättning och det är en femtedel som vill utveckla företaget genom att ha fler anställda. Under annat nämner respondenterna följande.

Om samhällsbilden ändras, men det går inte som det ser ut idag. Jag kan inte höja min omsättning så länge mina kunder är arbetslösa och låginkomsttagare.

Att Karlstad satsade på Vålberg.
Säkerhetsanställning.

Etablerade, signifikanta skillnader

Antal anställda: Ju fler anställda företaget har, desto fler är det som svarar ökad lönsamhet, ökad omsättning, fler anställda och nya/utvecklade produkter och tjänster. Ju färre anställda företagen har, desto fler är det som svarar att de är nöjda som det är.

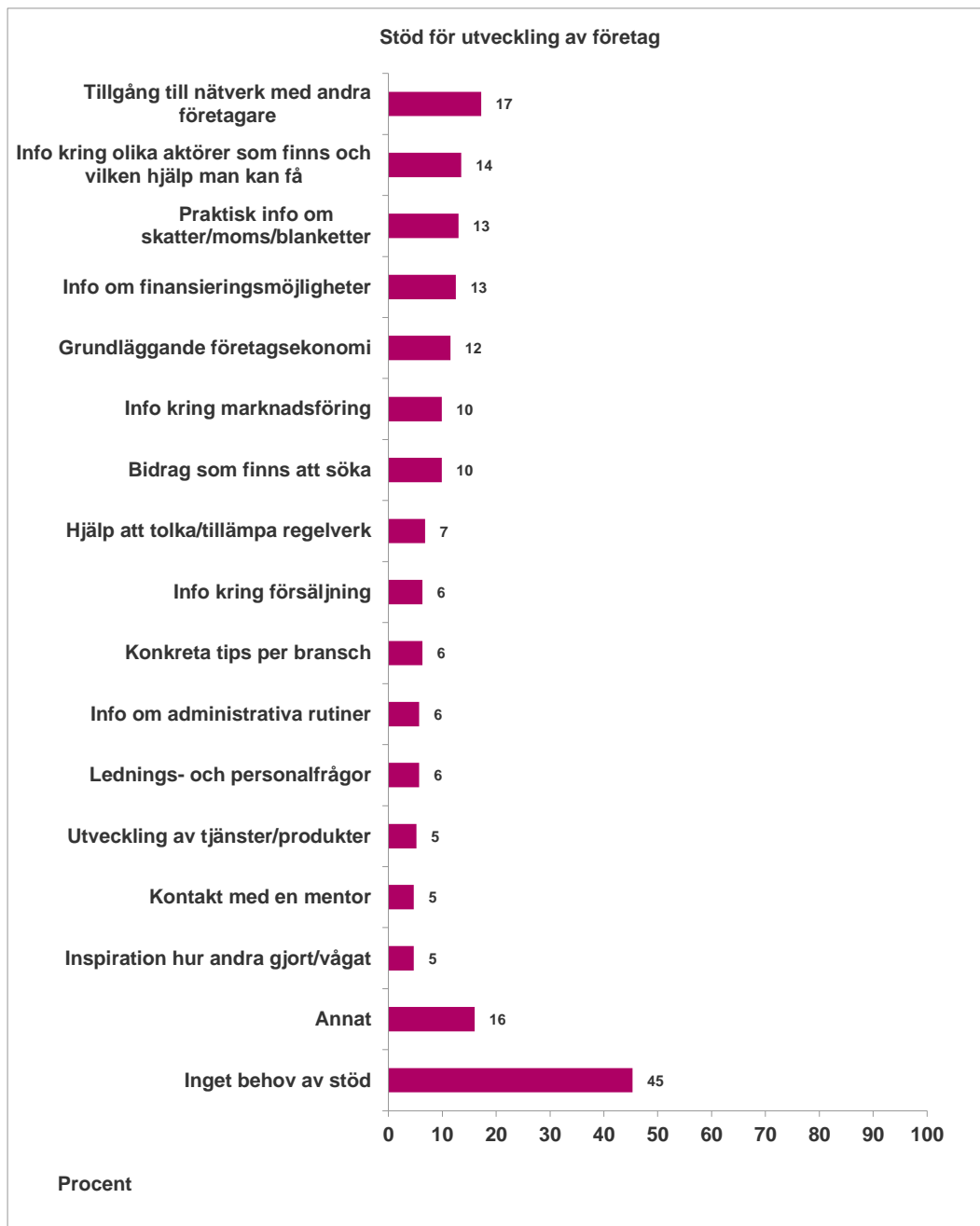
Omfattning: De respondenter som driver sitt företag på heltid svarar i större utsträckning ökad lönsamhet, ökad omsättning, fler anställda, samt nya/utvecklade marknader utanför Sverige. Det är fler bland respondenterna som driver sitt företag på deltid, om svarar att de är nöjda som det är.

Lönsamhet: Ju sämre respondenterna upplevt företagets lönsamhet 2012, desto fler är det som svarar ökad lönsamhet.

Ålder: Ju äldre respondenterna är, desto fler är det som svarar att de är nöjda som det är. På svarsalternativen ökad lönsamhet, ökad omsättning, samt fler anställda kan vi genomgående se att det är fler bland respondenter i ålder upp till 59 år som svarar dessa alternativ.

Utbildning: Ju högre utbildningsnivå respondenterna har, desto fler är det som svarar nya/utvecklade marknader utanför Sverige.

STÖD I UTVECKLINGEN



Frekvens av frågan "Vilket behov av stöd har du för att utveckla ditt företag?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=192.

För 17 procent av de etablerade företagen finns det ett behov av stöd med att få tillgång till nätverk med andra företagare. Det 14 procent av respondenterna som har behov av information kring vilka olika aktörer som finns och vilken hjälp man kan få av dessa. Vardera 13 procent svarar praktisk information om skatter/moms/blanketter respektive information om finansieringsmöjligheter. Under kategorin annat återfinns bland annat avtalsskrivning, näringslivsstöd, samt forskningsinstitutioner. Se bilaga 3 för samtliga svar under annat.

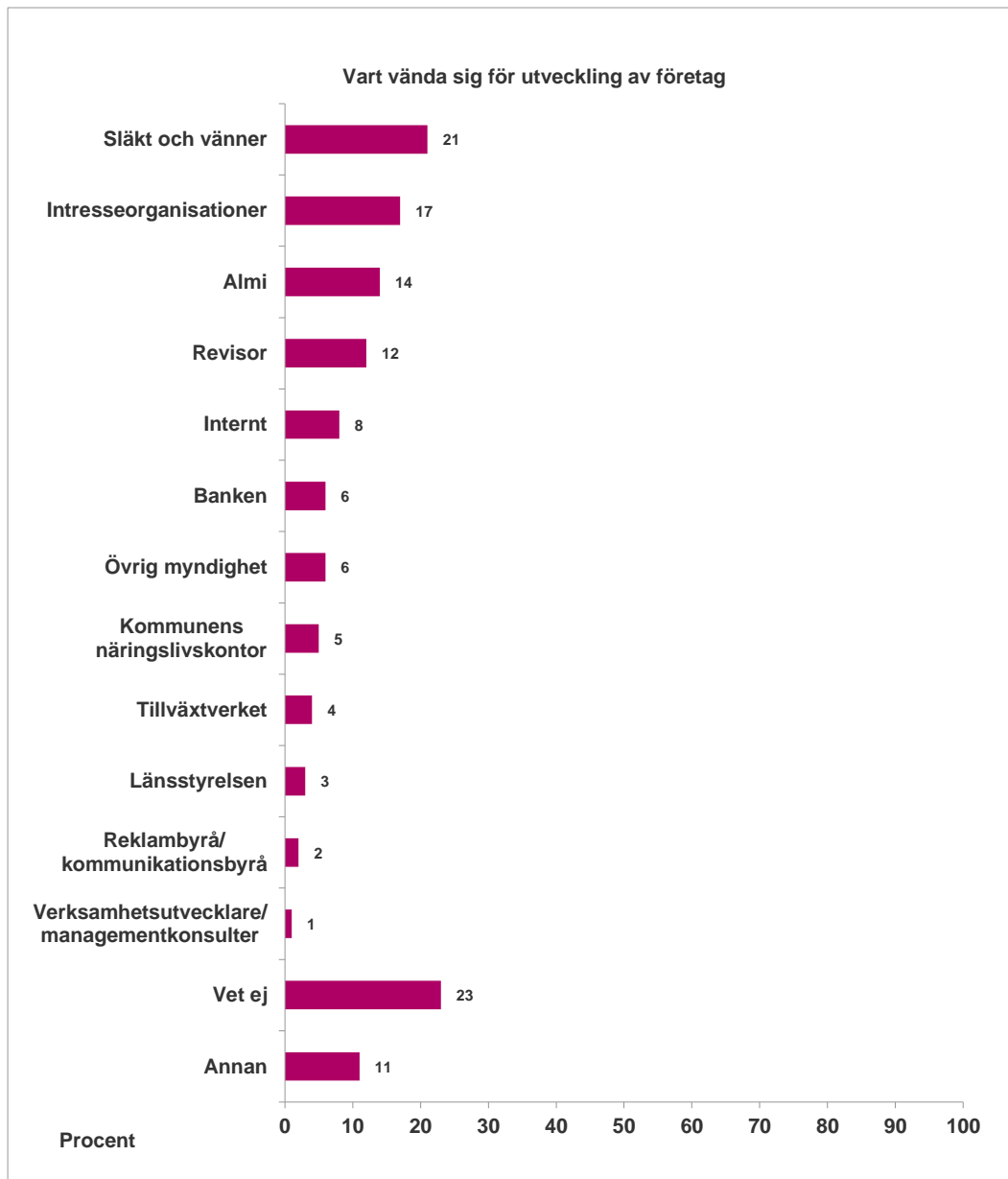
I kategorin annat har vi även lagt in Exportrådet, universitetet, samt verksamhetsutvecklare\managementkonsulter då det endast var en person vardera som svarade de alternativen.

Etablerade, signifikanta skillnader

Kön: Kvinnorna svarar i större utsträckning än männen att de har behov av grundläggande företagsekonomi.

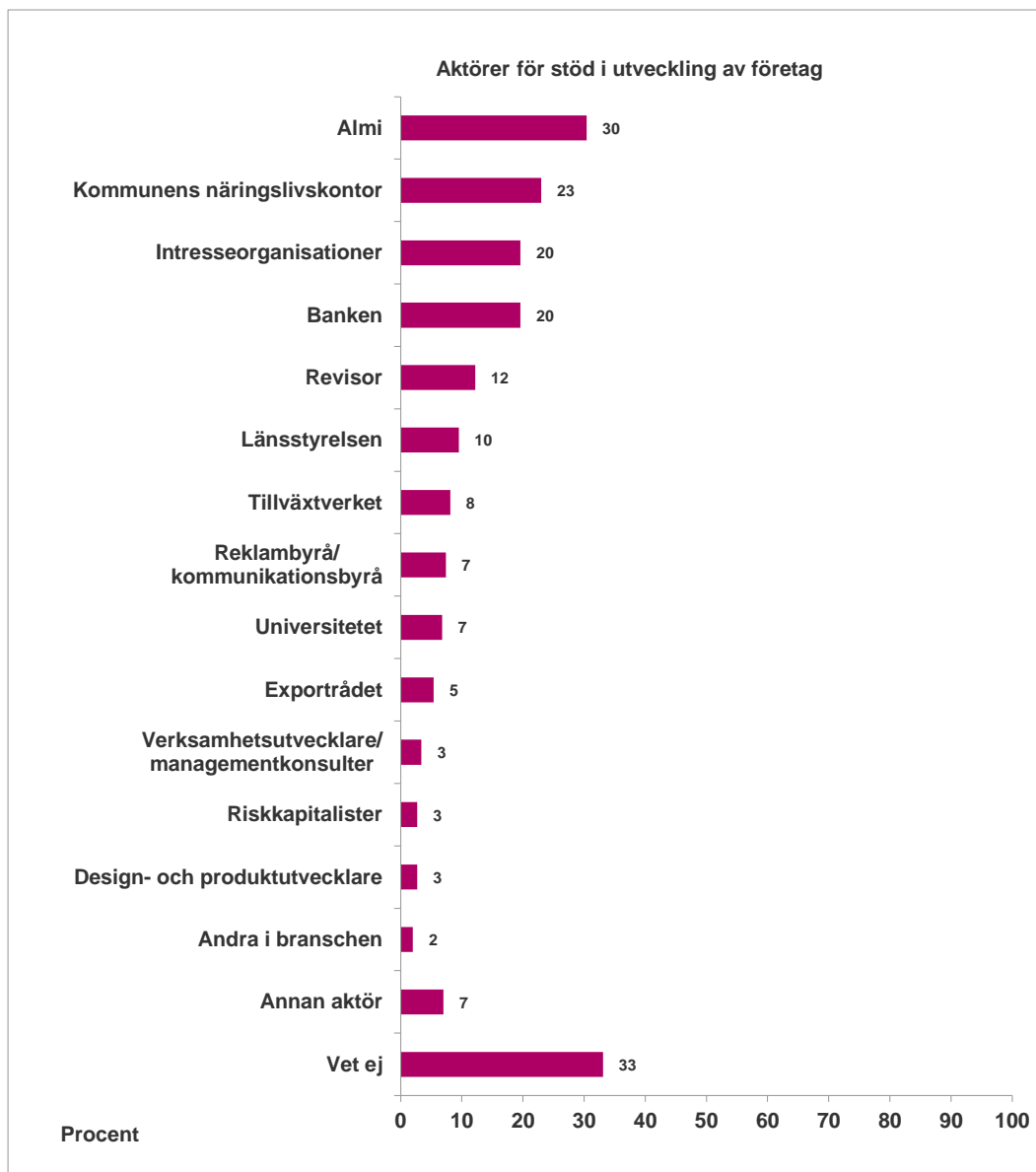
Liksom för frågan kring behov av stöd för nyföretagare, så har vi grupperat svarsalternativen för etablerade företagens behov av stöd under nedanstående områden. Se enkät (bilaga 1) för vilka svarsalternativ som hör till vilken kategori.

Inriktning på stödet	Procent
Rådgivning	32
Kontakter	24
Finansiering	18
Konsulttjänster	12
Övrigt/Annat	9
Inget behov av stöd	45



Frekvens av frågan "Vart vänder du dig för att få stöd i att utveckla ditt företag?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=100.

En femtedel av de befintliga företagen vänder sig till släkt och vänner för att få stöd i utvecklingen av deras företag. 17 procent vänder sig till olika intresseorganisationer och det är 14 procent av respondenterna som vänder sig till Almi. Under annat nämner respondenterna bland annat nätverk, Internet och tekniska avdelningen. Se bilaga 3 för samtliga svar.



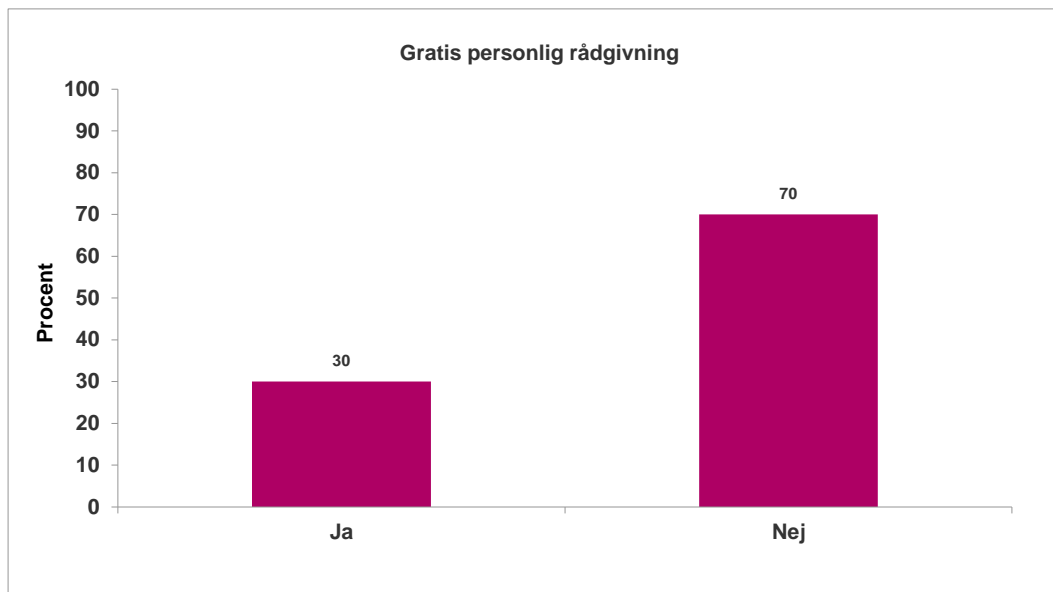
Frekvens av frågan "Vilka aktörer/vilka ytterligare aktörer känner du till som kan vara ett stöd i att utveckla ditt företag?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. Flervalsfråga. n=148.

Det är 30 procent av respondenterna som svarar att de känner till Almi som ytterligare en aktör som kan vara till stöd vid utveckling av företaget. 23 procent svarar kommunens näringslivskontor och en femtedel vardera svarar intresseorganisationer respektive banken. Under annat återfinns svar såsom jurister, övriga myndigheter, internt, fastighetsägare, Däckteam, samt en respondent som svarar att relationen med kunderna ger dem allt jobb de vill ha.

Etablerade, signifikanta skillnader

Grundare: Det är fler bland befintliga företagare som också är grundare till företaget som svarar att de känner till Almi som en aktör som kan vara ett stöd i att utveckla företaget.

GRATIS PERSONLIG RÅDGIVNING

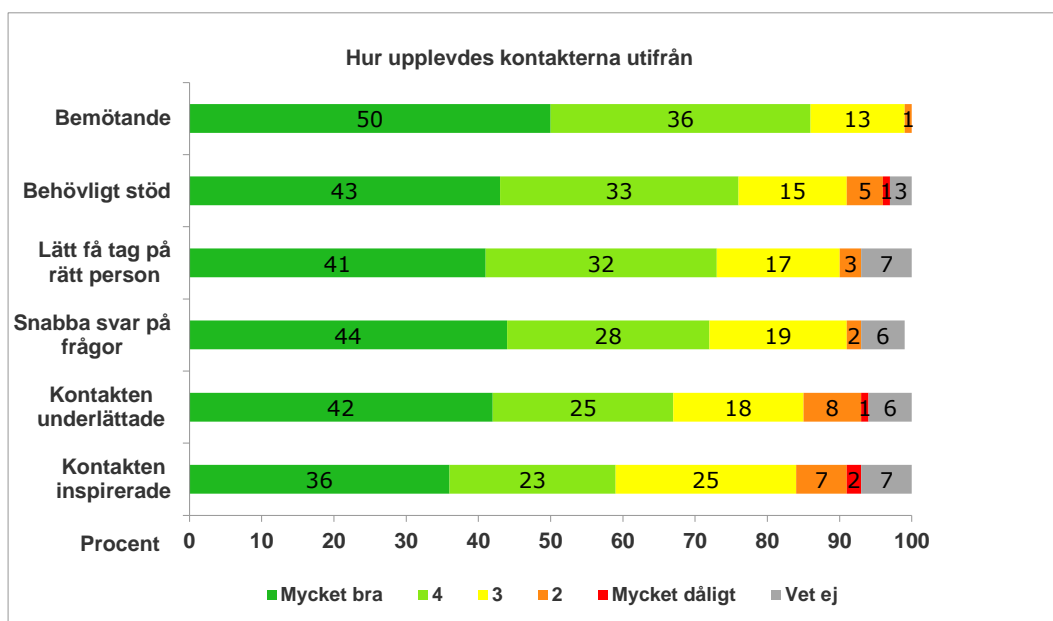


Frekvens av frågan "Har du någon gång fått gratis personlig rådgivning i form av möten, telefon eller mail i ditt arbete med att utveckla företaget?". n=289.

Majoriteten av de befintliga företagen, 70 procent, svarar att de aldrig fått gratis personlig rådgivning i deras arbete med att utveckla företaget.

Etablerade, signifikanta skillnader

Drivit/driver företag – familj/släkt/närstående: Respondenter som har någon i familjen, släkten eller annan närstående som driver eller har drivit företag svarar i större utsträckning att de någon gång fått gratis personlig rådgivning.



Frekvens av frågorna som rör upplevelsen av kontakterna utifrån olika perspektiv. n=88 på respektive fråga.

Generellt sett kan vi se att respondenterna har upplevt kontakten som övervägande bra sett till de olika perspektiven. Störst andel positiva svar ser vi på frågan om bemötande, där 86 procent svarar att de har blivit mycket eller ganska bra bemötta. Lägst andel positiva svar, med 59 procent, får påståendet att kontakten inspirerade dem som företagare.

Etablerade, signifikanta skillnader

Kontakten inspirerade

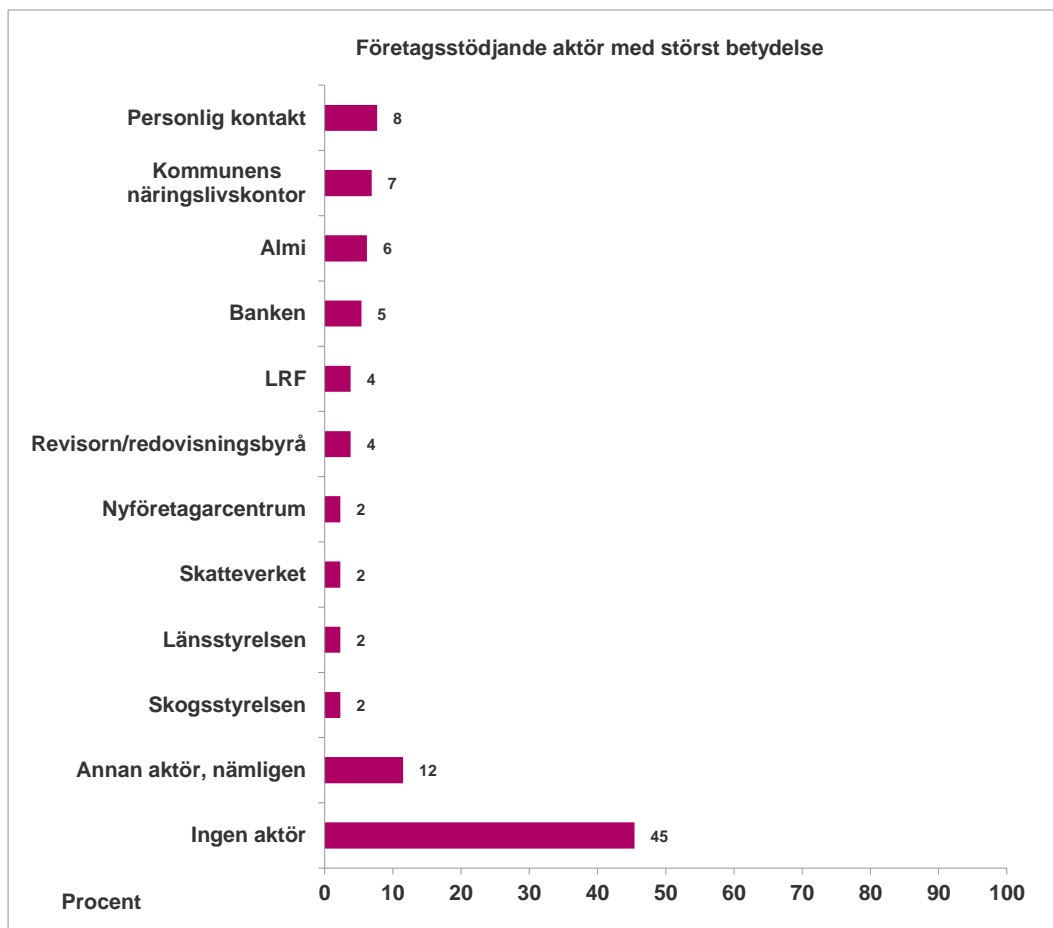
Lönsamhet: Ju bättre lönsamhet för företaget 2012 som respondenterna upplevde, desto fler är det som svarar att de upplevde att kontakten inspirerade mycket eller ganska bra.

Upplevelsen av...	Medelvärde	Antal
Bemötande?	4,4	88
Fick det stöd du behövde?	4,2	85
Lätt att få tag i rätt person?	4,2	82
Snabba svar på dina frågor?	4,2	83
Kontakten underlättade för dig som företagare?	4,1	83
Kontakten inspirerade dig som företagare?	3,9	82

Medelvärde samt antal som på en femgradig skala svarat på frågorna som rör upplevelsen av kontakten.

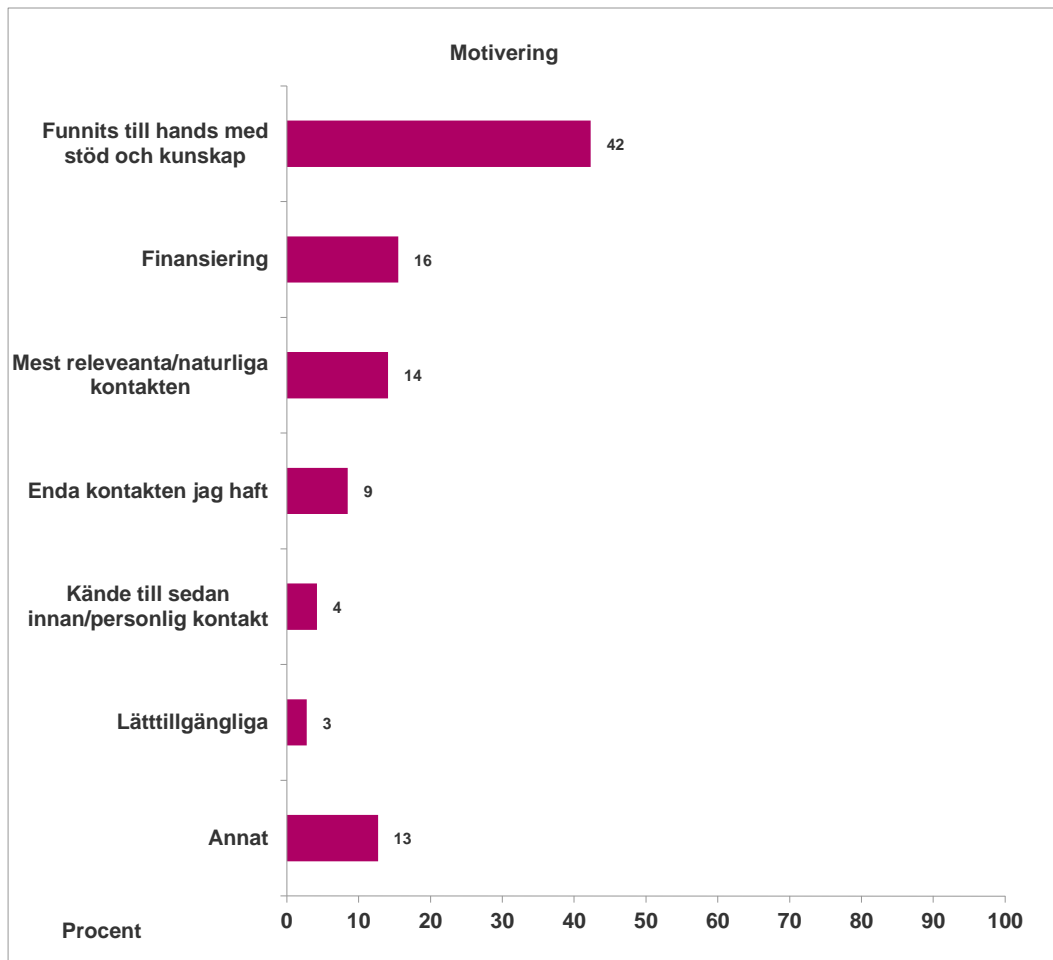
Respondenterna hade möjlighet att kommentera sin upplevelse av kontakten. Nedan presenteras samtliga svar på frågan.

Almi lovade ett lån som de sedan tog tillbaka, tog lång tid.
 Bra att prata med någon.
 De pratade mycket, men sedan hände det inte mycket mer.
 Den var bra, jag fick den hjälp och rådgivning som jag behövde.
 Det har varit både bra och dåligt.
 Dom gjorde det jag förväntade mig. Det funkade bra.
 Jag tycker att Almi borde jobba på att hjälpa företagare som har tillverkning mer, så att man har ett bättre skydd så du inte blir utsatt för stöld.
 Jättebra.
 Kontakten var bra.
 Lite skeptisk till personlig rådgivning. Vill själv bestämma vad eller vem jag vill ha och betala för.
 Lättillgängligt.
 Mycket bra information.



Frekvens av frågan "Vilken företagsstödjande aktör upplever du haft störst betydelse för dig i ditt företagande?". Öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. n=130.

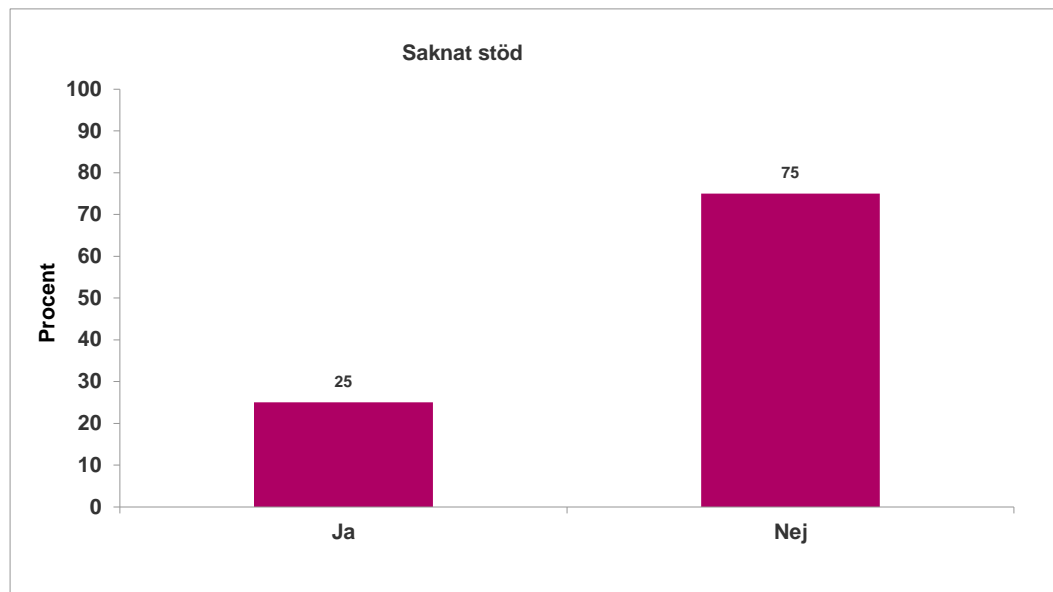
Den företagsstödjande aktör som respondenterna upplevt har haft störst betydelse i deras företagande är en personlig kontakt. Detta enligt åtta procent av respondenterna. Det är sju procent som svarar kommunens näringslivskontor och sex procent svarar Almi. Under annan aktör har respondenterna bland annat svarat andra i samma bransch, Hushållningssällskapet och Skogsägareföreningen. Se bilaga 3 för samtliga svar.



Frekvens av frågan "Varför har just den aktören haft störst betydelse?". Öppen fråga som kategoriserats i efterhand. n=71.

42 procent av de befintliga företagen svarar att aktören haft störst betydelse för att aktören funnits till hands med stöd och kunskap. Det är 16 procent som svarar att aktören haft störst betydelse för att de har bidragit med finansiering och för 14 procent har det varit den mest relevanta eller naturliga kontakten. Under annat återfinns svar såsom marknadskommunikation, att det bara blev så, samt att det finns inget att göra mer än att jobba hårt själv. Se bilaga 3 för samtliga svar.

SAKNAT STÖD



Frekvens av frågan "Finns det något stöd du saknat i ditt arbete med att utveckla företaget?". n=289.

Avslutningsvis fick de etablerade företagen också besvara frågan om det finns något stöd som de saknat i sitt arbete med att utveckla sitt företag och tre fjärdedelar saknar inte något stöd.

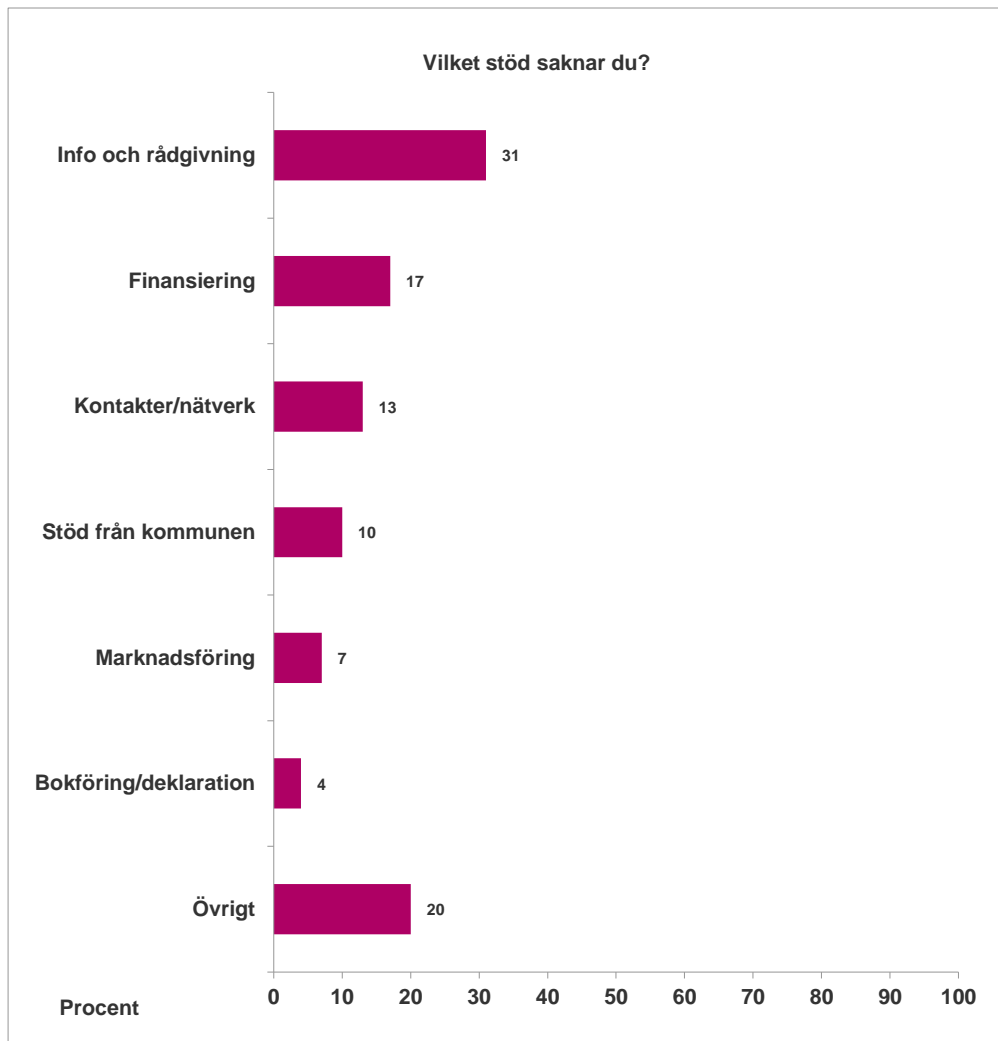
Etablerade, signifikanta skillnader

Grundare: Respondenter som är grundare av företaget svarar i större utsträckning att det finns något stöd som de saknar.

Omfattning: Respondenter som driver företaget på heltid svarar i större utsträckning ja på frågan om det finns något stöd som de saknar och det är fler bland respondenterna som driver sitt företag på deltid som svarar nej på ovannämnd fråga.

Drivit företag tidigare – själv: Respondenter som själva drivit företag tidigare svarar i större utsträckning att det finns stöd som de saknat.

Start av företag: Ju nyare företaget är, desto fler är det som svarar att det finns stöd som de saknar i arbetet med att utveckla sitt företag.



Frekvens av frågan "Om ja, vilket stöd saknar du?". Öppen fråga som kategoriserats i efterhand. n=72.

31 procent av respondenterna svarar att de saknar stöd i form av information och rådgivning. För 17 procent saknas finansieringsstöd och det är 13 procent av respondenterna som upplever att de saknar stöd i att finna kontakter och nätverk. Under annat återfinns svar såsom företagsanalys, att det är för många aktörer och de söker en väg in, samt datorkunskap. Se bilaga 3 för samtliga svar.

ANALYS

I Sverige satsas ett antal miljarder per år i regionala utvecklingsprojekt som på olika sätt ska leda till utveckling och tillväxt i Sverige. I Värmland är det Region Värmland som har till uppgift att utveckla regionen för ökad tillväxt, bland annat genom att finansiera aktörer som på olika sätt arbetar för att stödja företagens utveckling. Region Värmland tillsammans med Almi Företagspartner Värmland är projektägare till projektet Det företagsamma Värmland. Projektet har till syfte att i samarbete med kommuner och aktörer i stödsystemet skapa förutsättningar för att öka tillväxten i Värmland genom att stärka entreprenörskapet, öka nyföretagandet, samt öka tillväxten i befintliga företag. På uppdrag av projektet genomförde Attityd under våren 2012 *Kartläggning av stödsystemet för företagande*. Samtidigt genomförde Dotank AB fokusgrupper med presumtiva och befintliga företagare för att identifiera behov av stöd. I arbetet fanns behov av att kvantifiera det behov av stöd som identifierades i Dotanks undersökning och det är det resultatet som vi ser i föreliggande rapport.

Syftet med den här undersökningen har varit att identifiera omfattningen av olika behov av stöd som kunder (nyföretagare och etablerade företagare) har av stödsystemet. I analysen följer våra kommentarer till det framkomna resultatet, där vi för ett resonemang sett till ovan nämnda undersökningar, samt annan sekundärdata.

REFLEKTIONER KRING TOLKNING AV RESULTATET

Undersökningen har varit ett omfattande uppdrag sett till antal frågeställningar som Det företagsamma Värmland ville få svar på. Innan vi närmare går in på att kommentera resultatet vill vi kort föra en diskussion kring vad vi bör tänka på när vi tolkar resultatet utifrån de avgränsningar och begränsningar som undersökningen har. När det gäller målgrupperna som ingår i undersökningen är en fråga ”när är man egentligen nyföretagare”? I den här undersökningen valde vi inledningsvis att utgå från bolagets registreringsdatum, men det är ju som vi tog upp inledningsvis i rapporten inte alltid som registreringsdatum och företagarnas bild av när företaget startade stämmer överens. En annan del är hur mycket nyföretagare man är om man tidigare har drivit ett eller flera företag tidigare. I den här undersökningen är det 44 procent av nyföretagarna som tidigare har drivit företag. Det kan jämföras med 47 procent i den undersökning som Fria företagare gjort tillsammans med Visma bland företagare i Värmland. Även om man startar ett nytt företag i en ny bransch finns vissa delar i startfasen som är samma oavsett, vilket gör att nyföretagare med tidigare erfarenhet står för andra behov än de som startar för första gången. Det resonemanget överensstämmer också med resultatet där det är fler

respondenter som själva har drivit företag tidigare som svarar att de inte har behov av stöd.

En viktig aspekt att ha med sig som läsare av den här undersökningen är att nästan samtliga frågor är ställda som öppna frågor, det vill säga respondenterna har fått svara helt fritt med egna ord. Det innebär att svaren är spontana, till skillnad från om de skulle fått de olika svarsalternativen upplästa för sig vid intervjutillfället, som då istället mäter en hjälpt erinran. I enkäten har det funnits förkategoriserade svarsalternativ som intervjuaren istället har markerat utifrån vad som de bedömt som bäst överensstämmande med det som respondenten har svarat. I alla frågor har intervjuaren haft möjligheten att skriva in det öppna svaret, om de inte har identifierat en befintlig kategori som överensstämmer med svaret.

I vår probleminventering diskuterade vi behovet av att få en bilden av vilket stöd som målgruppen presumtiva företagare har, men kom fram till att de var svåra att nå genom något befintligt register som skulle ge oss möjlighet att göra ett slumpmässigt urval. Vi valde därför att ställa frågor till nyföretagarna om deras minnesbild av tiden innan de startade företaget. Det gör att delar av vad som hände har förstärkts, andra har försvagats för att forma den minnesbild som nyföretagarna har idag av vad de tyckte och tänkte innan de startade företaget.

LÄTT ELLER SVÅRT ATT STARTA OCH DRIVA FÖRETAG?

Drygt hälften av svenskarna tror det är svårt att starta företag³, men vad tycker egentligen de som är företagare i Värmland? Bland nyföretagarna var det 53 procent som svarar att de upplever det som mycket eller ganska lätt, medan 21 procent upplever det som mycket eller ganska svårt. Resterande svarar varken eller. När vi ställde frågan till de etablerade företagarna om deras uppfattning om hur det är att driva företag får vi en spridning där en av tre tycker det är lätt, en av tre tycker varken eller och en av tre att det är svårt. Det gör att det enligt företagare är lättare att starta företag, än att faktiskt driva företag. Det krävs mycket kraft, engagemang och hårt arbete för att driva ett företag och om det då upplevs som svårt att driva företag gäller det ju att se vad som kan underlätta. I den här undersökningen har vi inte specifikt ställt frågor om vad det är i företagandet som de upplever som svårt, men delvis kan svaret vara en spegling av vilket behov av stöd som man har behov av.

³ Sid 68. Entreprenörskapsbarometern 2012. Tillväxtverket. Frågan besvarades inte av de som redan är företagare.

BEHOV AV STÖD

Mycket resurser satsas på att stödja presumtiva och befintliga företagare, men hur många företagare är det som själva upplever att de behövde stöd inför starten, som nyföretagare eller som etablerad företagare? En central fråga i undersökningen har därför varit att få en bild av hur många nyföretagare respektive etablerade företagare upplever att de har ett behov av stöd i företagandet.

7 av 10 har
behov av stöd
inför starten.

1 av 2
nyföretagare har
behov av stöd
just nu i sitt
företagande.

2 av 3
etablerade
företagare vill
utveckla sitt
företag. Bland
dessa har 1 av
2 behov av
stöd.

Resultatet visar att det finns behov av stöd och att behovet är som störst innan start och minskar när man är igång. Det är ändå drygt hälften av de etablerade företagarna som vill utveckla sitt företag som också har behov av stöd för att utveckla företaget. Totalt sett bland de etablerade företagarna finns det därmed ett behov av stöd bland en tredjedel. Detta kan jämföras med en förstudie som Länsstyrelsen i Stockholms län gjort⁴, där mer än hälften önskar stöd från myndigheter och andra aktörer för att expandera. Enkäten besvarades av företagarna där det fanns en spridning mellan startfas, driftfas, tillväxtfas, samt avvecklingsfas.

I *Kartläggningen av stödsystemet för företagande* var det 65 olika aktörer och verksamheter som ingick. I kartläggningen fick alla aktörer själva göra en bedömning om de arbetade med frågor som rörde frågor innan start av företag (vilja), nystartade företag inom 3 år (våga), samt etablerade företag (växa). I analysen av kartläggningen diskuterade vi fördelningen av innehållet i verksamheterna mellan de tre inriktningarna.

⁴ Heroiska män och pålästa kvinnor. En förstudie av det företagsfrämjande systemet i Stockholms län. Rapport 2012:19. Länsstyrelsen i Stockholms län.

Vilja, våga, växa	antal
Innan start (vilja)	97
Nyföretagande (våga)	157
Etablerade företag (växa)	186
totalt antal inriktningar bland aktörerna	258

Sammanställning utifrån om innehållet i verksamheten riktat sig mot vilja, våga, växa. Ett innehåll kan rikta sig mot olika kombinationer av vilja, våga och växa. Sid 84 i Kartläggning av stödsystemet för företagande, 2012.

I tabellen ovan från *Kartläggningen av stödsystemet för företagande* framgår att sett till fördelningen mellan de tre insatsområdena är det nästan två gånger vanligare att aktörer har insatser som riktar sig mot etablerade företag som vill växa, än mot att personer ska vilja starta företag.

Här är det viktigt att se att omfattningen av aktörernas insats inte framgick i kartläggningen, bara att insatsen fanns i någon grad. Men en jämförelse mellan utbud och behov ger ändå en indikation av om det finns en överensstämmelse eller inte. Så jämför vi därför utbudet av verksamheternas insatser i stödsystemet för företagande med behovet av stöd hos företagarna i de olika faserna, finns det ett större behov innan start än vad utbudet tillhandahåller. I analysen för *Kartläggningen av stödsystemet för företagande* konstaterade vi att det är förhållandevis få som lyfter fram att de arbetar opinionsbildande med attityder mot företagande och för en återväxt av nya företag – särskilt då många respondenter lyfte fram detta som ett av de viktigaste insatsområdena.

Vad kan det då bero på att det finns en skillnad i utbud och behov? En förklaring kan säkert vara att det finns en glidande skala för när exakt en person går från att vara en person som funderar på att starta, till att bli nyföretagare. Det gör att det stöd som nyföretagarna funderar på inför start av företag täcks in i utbudets nyföretagarfas. Det är också väldigt olika stora grupper som vi pratar om, sett till att det rent antalsmässigt är färre som är i gruppen nyföretagare, jämfört med etablerade företagare. Statistik från Tillväxtanalys⁵ visar att antalet nystartade företag under 2012 var drygt 1 500 företag i Värmland. Det kan jämföras med de knappt 16 000 företagsförekomster som enligt SCB⁶ fanns i Värmlands län 2012. Hur stor gruppen är som funderar på att starta vet vi inte,

⁵ <http://tillvaxtanalys.se/sv/statistik/nystartade-foretag/nystartade-foretag/2014-01-17-nystartade-foretag-tredje-kvartalet-2013.html>

⁶ http://www.scb.se/sv/_Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Arbetsmarknad/Sysselsattning-forvarvsarbete-och-arbetstider/Registerbaserad-arbetsmarknadsstatistik-RAMS/7895/7902/117037/

men enligt Entreprenörskapsbarometern 2012⁷ var det i Värmland 43 procent av befolkningen i åldern 18-70 år som kunde tänka sig att bli företagare och därför i någon mån ingår i målgruppen inför start av företag. Utifrån de begränsningar som finns mellan de båda kartläggningarna, är det relevant att göra en jämförelse? Vi anser att det finns en poäng i att ändå göra en jämförelse och att det kan ge en indikation på förhållandet mellan utbud av stöd och behov av stöd.

STÖD I OLIKA FRÅGOR

I Dotanks *Sammanställning av företagares behov av stödsystemet* framkom att kunskaper i grundläggande företagsekonomi både för att starta och driva företag var något som företagarna efterfrågade. Vidare var nätverk och mentorskap det viktigaste verktyget för att utveckla sitt företagande. Något mer som efterfrågades var hjälp med grundläggande frågor kring system och formalia. I den här kartläggningen har vi identifierat hur stora behoven är i olika frågor.

Ekonomi

Hur vanligt är då behovet hos företagare att få stöd i konkreta ekonomiska frågor?



Sett till resultatet från *Sammanställning företagares behov av stödsystemet* ser vi att det finns ett stort behov av grundläggande företagsekonomi som är generaliserbart till en större grupp än de företagare som ingick i den kvalitativa fokusgruppsundersökning som låg till grund för det resultatet. Den här typen av frågor står oftast privata aktörer för, till exempel revisionsbyråer och redovisningsbyråer, och ur konkurrenssynpunkt är det inte lämpligt om offentligt finansierade aktörer ska tillhandahålla gratis stöd inom detta. Å andra sidan framkom i *Kartläggningen av stödsystemet för företagande* att de flesta i

⁷ Entreprenörskapsbarometern 2012. Tillväxtverket. Sid 29.

stödsystemet är överens om att det tidiga stödet till företagare ska vara gratis. Vad finns det för alternativ till att organisera stöd inom grundläggande företagsekonomi sett till ett det finns ett stort behov, men inte någon tydlig offentligt finansierad aktör som själva lyfter fram att det ingår i deras verksamhetsinriktning?

Detsamma gäller behov av stöd kring praktisk information om skatter, moms, blanketter med mera som också är ett område där det finns stort behov av stöd, till exempel är det 37 procent bland nyföretagarna som svarar att de hade det behovet inför starten av sitt företag. När nyföretagarna svarar på vilket behov de har här och nu är det åtta procent som fortfarande har det behovet och praktisk information om skatter, moms och blanketter ligger fortfarande med på topp 3 av behov. Här finns det en tydligare offentlig aktör i och med Skatteverket som har till uppdrag att informera om skatter och moms, samt de blanketter som hör till redovisning av olika skatter.

Inom ekonomi återfinns också frågan om att få information om hur man kan lägga upp sina administrativa rutiner, så att så lite tid som möjligt behöver läggas på att uppfylla de krav på redovisning som finns, men utan att det tar för mycket tid och resurser. Det är flest som tar upp behovet av information kring administrativa rutiner bland nyföretagarna innan starten av företaget, men behovet finns fortfarande bland nyföretagarna i deras arbete just nu och bland etablerade företagare. I rapporten Behovsanalys driva – utveckla⁸ är detta något som särskilt lyfts fram som en viktig grund i att ha ”ordning och reda” i de administrativa processerna, för att frigöra tid till att kunna utveckla företaget istället. I rapporten problematiserar de kring hur myndigheter kan stödja rådgivare hos företagsstödjande aktörer i deras med företagare i dessa frågor. Att få till fungerande rutiner tidigt i företagandet borde vara en vinst rent resursmässigt längre fram i företagandet.

Finansieringsmöjligheter

I undersökningen framkom att information om finansieringsmöjligheter är ett viktigt behov för nyföretagare, såväl innan start som nu, men även för etablerade företagare som vill utvecklas. Det samma gäller information om vilka bidrag som finns att söka. I förstudien som Länsstyrelsen i Stockholms län⁹ gjort framkommer att ekonomiskt stöd genom lån, riskkapital och olika typer av bidrag var det näst viktigaste området där

⁸ Behovsanalys driva – utveckla. Målgrupp 2012-2014. Myndighetssamarbetet Starta och driva företag. Arbetsförmedlingen, Bolagsverket, Försäkringskassan, Skatteverket, Tillväxtverket, Tullverket.

⁹ Heroiska män och pålästa kvinnor. En förstudie av det företagsfrämjande systemet i Stockholms län. Rapport 2012:19. Länsstyrelsen i Stockholms län.

företagare önskar stöd, efter behovet av stöd för anställningar. Behov av stöd för finansiering är ett återkommande problem som aktörer i stödsystemet oftast är medvetna om. Det finns ändå en del offentliga bidrag att få beroende på olika förutsättningar, där ett första steg är att få ut information om vilka typer av ekonomiskt stöd som finns att få. Där kan verksamt.se vara en viktig kanal för att nå ut med den informationen.

Jämförelse med utbudet i stödsystemet

En viktig del i *Kartläggningen av stödsystemet för företagande* var att tydliggöra vilka frågeställningar aktörerna arbetar med och vad de erbjöd för stöd. Vidare skulle detta kunna användas för matchning mellan det utbud som finns och den efterfrågan som företagarna har av stöd. I den här undersökningen har det inte ingått att göra en sådan matchning, men vi har ändå gjort en första bild av hur en sådan matchning kan se ut.

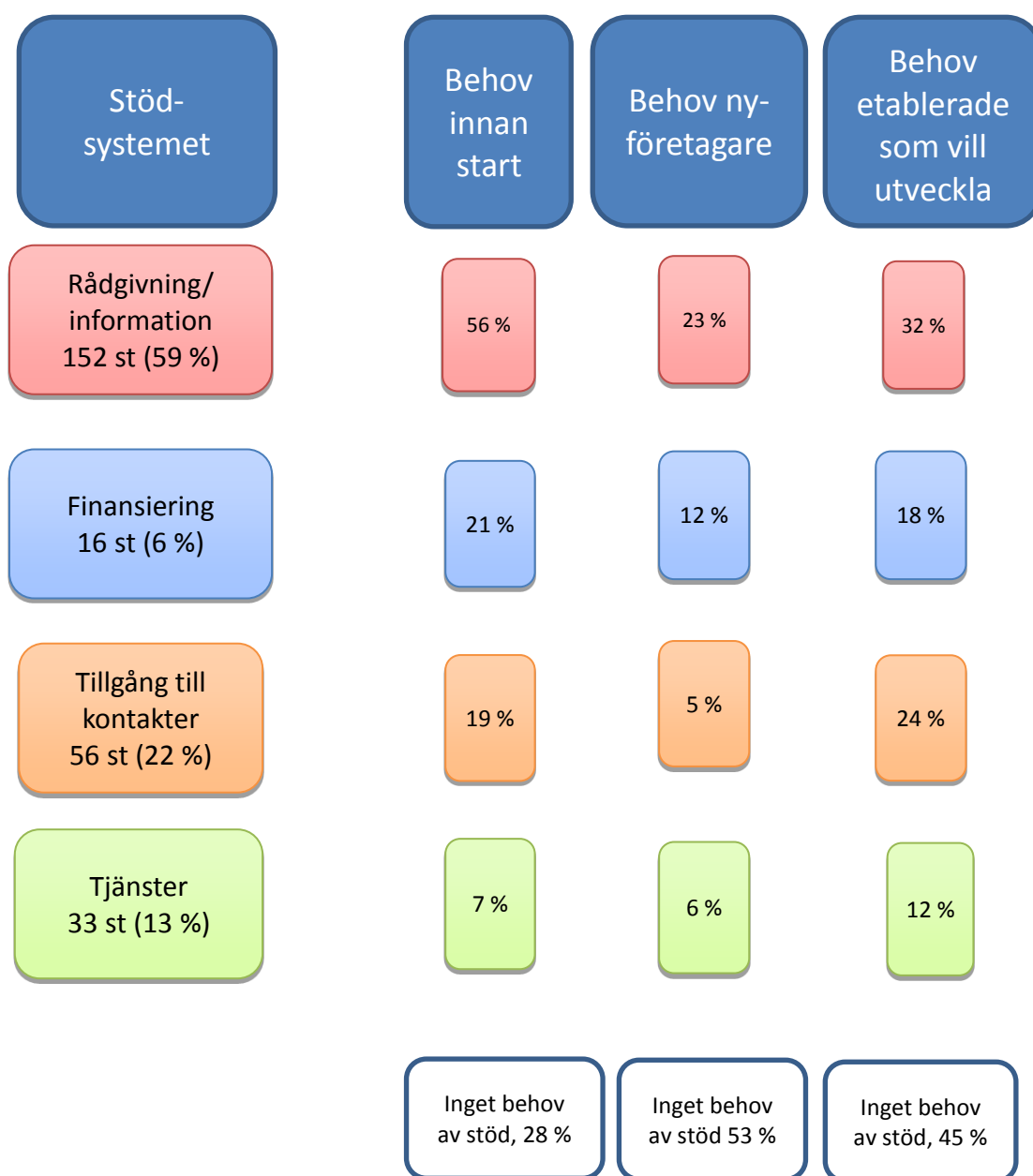


Bild över aktörernas verksamhetsinriktning, från *Kartläggningen av stödsystemet för företagande*, s 81 jämfört med behov av stöd hos nyföretagare inför start, nyföretagare här och nu, samt etablerade företagare som vill utvecklas.

I kartläggningen framkom att aktörerna arbetade med 152 olika innehåll inom verksamhetsinriktningen Rådgivning och information, 16 innehåll bland aktörerna inom finansiering, 56 olika innehåll inom tillgång till kontakter, samt 33 olika innehåll bland aktörer inom verksamhetsinriktning av olika tjänster mot företagare¹⁰. Frågorna kring

¹⁰ Såsom lednings- och personalfrågor, utveckling av tjänster och produkter, exportfrågor, samt juridik- eller patentfrågor.

företagarnas behov ställdes som öppna frågor, det vill säga utan att de fick alternativen upplästa för sig. Svaren från företagarna har vi sedan kategoriserat utifrån samma områden som vi använde i kartläggningen av stödsystemet. Som vi tidigare varit inne på är det enbart om aktören tagit upp att det har någon aktivitet inom den verksamhetsinriktningen, men vi vet inget om i vilken omfattning de tillhandahåller inriktningen. Detsamma gäller behov av stödet hos företagarna, att vi vet att stödet behövs, men vet inget om i vilken omfattning som stödet behövs – är det en timmes information kring vilka bidrag som finns att söka eller är det en utbildningsinsats på flera heldagar i grundläggande företagsekonomi som behövs? Här finns nu grunden för en mer djupgående matchning av utbud och behov av stöd, men på en övergripande nivå ser vi ändå att utbudet i stödsystemet och behovet bland företagarna i stort överensstämmer. Behov inom rådgivning är som störst inför nystarten av företaget, för att sedan minska, medan behov av mer specifika tjänster ökar till gruppen etablerade företagare som vill växa. Generellt sett är behovet av finansiering större i alla tre målgrupper av företagare, jämfört med utbudet i stödsystemet.

UTVECKLINGSOMRÅDEN



De etablerade företagarna fick frågan hur de skulle vilja utveckla sitt företag. 2 av 3 vill utveckla sitt företag, medan 1 av 3 är nöjd som det är. Ökad lönsamhet är det främsta utvecklingsområdet, 46 procent av de etablerade företagarna vill uppnå det. Ökad lönsamhet följs av ökad omsättning, 35 procent och fler anställda, 21 procent. Frågan ställdes som en öppen fråga och företagarna kunde därför svara flera utvecklingsområden. I snitt svarade företagarna att de ville utvecklas inom 1,5 områden, vilket ändå tyder på en fokusering av vad man vill utvecklas inom. Just fokusering är en av tio framgångsfaktorer som Grant Thornton identifierade som viktiga när de gjorde en studie på vad som utmärkte DI Gasell-företag.

FORM FÖR STÖDET

I Dotanks undersökning framkom att det som företagarna främst efterfrågade var individuell hjälp eller rådgivning. Även att nätverk och mentorskap är en form som företagarna ser som viktiga verktyg i arbetet att utveckla sitt företag.

Det här är en bild som överensstämmer med resultatet från vår undersökning. På frågan om vilken form för stödet som bäst skulle passa nyföretagarna, är det över hälften som svarar att de önskar individuell rådgivning. Det är 13 procent som svarade att de vill få stödet i form av nätverk och 12 procent som vill få stödet i form av mentorskap. Det är färre som vill få stödet via internet, åtta procent. Att det är färre som svarar att bästa

formen för stödet är internet, är något att arbeta vidare med i utvecklingen av verksamt.se/Varmland. Å andra sidan ser vi att internet är den näst största informationskanalen inför start – 40 procent svarar att de söker på internet för att få information i samband med att de ska starta företaget.

I *Kartläggningen av stödsystemet för företagande* var det 11 aktörer som tog upp att de erbjöd coaching och mentorskap och 16 aktörer som arbetade med att deras verksamhet gav tillgång till nätverk. Där är det ändå tydligt att den individuella rådgivningen står för det största utbudet bland aktörerna i stödsystemet, där 69 aktörer i sin verksamhet har allmän rådgivning, rådgivning utifrån demografi respektive rådgivning utifrån bransch.

VART VÄNDER SIG FÖRETAGARNA FÖR ATT FÅ STÖD?

Utifrån det stöd och den form som företagarna har behov av, hur och av vilka får de information och stöd? Och vilka känner de till och tar hjälp av? Det är frågor som vi kommer gå igenom i detta avsnitt.

I vilka kanaler söker företagarna stöd?

Vilka personer eller aktörer tar företagarna hjälp av idag, är det släkt och vänner, är det olika aktörer i stödsystemet för företagande eller är det olika marknadsaktörer inom de områden företagarna behöver stöd inom?

När det gäller i vilka kanaler som nyföretagarna sökte information i samband med att de skulle starta är det personliga kontakter som är vanligast, nästan hälften använder sig av detta. Det är nästan lika många som söker på internet för att få information inför starten av företaget.

- Personlig kontakt direkt med aktör, 48 procent
- Sökte på internet, 40 procent
- Kontakt med släkt och vänner som är företagare, 26 procent.

En utmaning som projektet *Det företagsamma Värmland* identifierat som viktigt i det fortsatta arbetet är att hitta lösningar för att kombinera den direkta personliga kontakten med sökningar på internet. Även om nyföretagarna upplevde det som att det gick ganska bra att få tag på rätt person när de hade kontakt med personer i stödsystemet (medelvärde på 3,9), är det ändå 14 procent som tycker att det mycket eller ganska dåligt. Det är något som framkom i *Dotanks* undersökning, liksom i den förstudie bland företagare som ingick i *Kartläggningen av stödsystemet för företagande*. Flera efterfrågar en väg in i stödsystemet och i och med regionssidans på verksamt.se kan den vägen realiseras.

Kännedom och stöd från aktörer i stödsystemet

Vilka aktörer inom stödsystemet har företagarna tagit hjälp av, vilka känner företagarna till och vad tycker de om stödet de får?

Nyföretagare
innan start



9 av 10 nyföretagare hade kontakt med någon extern part innan de startade. Skatteverket, släkt och vänner som är företagare, samt Bolagsverket var de parter som nyföretagarna främst vände sig till för att få information inför deras start.

Nyföretagare
just nu



Slår vi ihop bank och revisor med andra privata marknadsaktörer ser vi att det är drygt 1 av 3 som tänker att de kan vända sig till privata aktörer för att få stöd utifrån de behov de har. Bland nyföretagarna sett till vilket behov av stöd de har just nu är Almi den enskilda aktör som flest nämner att de kan vända sig till, 16 procent. Åtta procent nämner kommunens näringslivskontor och sju procent tar upp Skatteverket. Det är 1 av 3 som inte kan nämna någon aktör eller svarar att de inte vet var de kan vända sig för att få stöd.

Etablerade
som vill växa
och har behov
av stöd



Bland de etablerade företagarna som vill växa och som har behov av stöd är det 1 av 5 som svarar att släkt och vänner är de som företagarna vänder sig till för att få stöd i att utveckla sitt företag. Intresseorganisationer och Almi är det också många som nämner. Det är nästan 1 av 4 som har behov av stöd, men som inte vet var de ska vända sig.

Såväl bland nyföretagares behov här och nu, som etablerade företagares behov, så är det förhållandevis stora grupper som inte vet var de ska vända sig. Dessa grupper som inte

vet var de ska vända sig för stöd i sina behov är en viktig grupp att fånga upp för att tydliggöra vilka aktörer som finns och vilket stöd som olika aktörer kan tillhandahålla. Där kan regionssidan på verksamt.se vara en viktig kanal för att få företagarna att hitta rätt. Hur ser kännedomen generellt sett ut om verksamt.se i allmänhet och regionssidan i synnerhet i de olika målgrupperna? Det är kanske lättare att nå ut till nyföretagare med verksamt.se, då mycket av den praktiska registreringen sker via den sidan. Men hur når sidan ut till etablerade företagare?

Det är många som vänder sig till släkt och vänner som är företagare för att få stöd från dem i att utveckla företagen. Att släkt och vänner har viktiga roller för ökad kunskap om företagande framkommer också i Entreprenörskapsbarometern¹¹, där nio av tio svarar att de skulle vända sig till släkt och vänner för att få ökad kunskap om företagande. Hur kan den stödjande rollen hos släkt och vänner underlättas?

Kännedom

I undersökningen ställde vi både frågan vart företagarna vände sig för att få information i samband med att de skulle starta företaget, men också vilka ytterligare aktörer de känner till som kan vara ett stöd i företagandet. Båda frågorna ställdes som öppna frågor, så det är deras spontana erinran vi får svar på, till skillnad från om vi hade läst upp aktörernas namn och därefter bett respondenterna säga om de kände till aktören eller inte. Här i analysen har vi slagit samman svaren på dessa frågor för att få en bild av vilken spontan kännedom som företagarna har om aktörer där de kan få stöd och hjälp.



Ordmoln kännedom bland nyföretagare

¹¹ Sid 61, Entreprenörskapsbarometern 2012. Tillväxtverket.

Bland nyföretagarna är det Almi som flest nämner, följt av Skatteverket och Nyföretagarcentrum.



Ordmoln kännedom bland etablerade företagare

Bland de etablerade företagarna är det fortfarande Almi som flest nämner, men där är det fler som tar upp kommunens näringslivskontor, samt olika intresseorganisationer.

Almi är därmed den aktör som såväl nyföretagare som etablerade företagare främst kommer att tänka på när de ska nämna aktörer de kan få hjälp av. I förstudien som genomfördes i Stockholms län¹² fick företagarna svara på frågan vilka aktörer de bäst känner till. I den undersökningen var det flest företagare som nämnde Almi, följt av Arbetsförmedlingen, Exportrådet, Länsstyrelsen, Nyföretagarcentrum, samt näringslivsenheten i kommunen.

Sett till det breda utbudet av aktörer i stödsystemet i Värmland är det ändå förhållandevis få aktörer som företagarna spontant tänker på. I *Kartläggningen av stödsystemet för företagande* var det många i själva stödsystemet som upplevde att stödsystemet består av många olika aktörer med sina olika inriktningar och målgrupper. Stödsystemet består också av olika projekt som finns under vissa perioder och som under den tiden behöver bygga kännedom om sin verksamhet för att nå ut på ett bra sätt. Som företagare som inte dagligen arbetar med den här typen av frågor kan det gissningsvis vara än svårare att känna till vilka aktörer som finns och vilken hjälp man som företagare kan förvänta sig att få från de olika aktörerna. Bland de etablerade företagarna är information om olika aktörer som finns och vilken hjälp man kan få ett av de största behoven av stöd som de

¹² Heroiska män och pålästa kvinnor. En förstudie av det företagsfrämjande systemet i Stockholms län. Rapport 2012:19. Länsstyrelsen i Stockholms län.

har. Här gäller det att fortsätta arbetet med att tydliggöra stödsystemets aktörer och vilken hjälp företagare kan förvänta sig från respektive aktör.

VAD TYCKER FÖRETAGARNA OM DEN PERSONLIGA RÅDGIVNINGEN?



I den här undersökningen är det 3 av 10 företagare som någon gång fått gratis, personlig rådgivning i form av möten, telefon eller mail. Den andelen gäller såväl nyföretagare som etablerade företagare som vill utveckla sitt företag.

Nyföretagare som inte tagit del av gratis personlig rådgivning fick följdfrågan om vad de tror det beror på? 70 procent svarar att de inte haft behov. Det är ändå 23 procent som svarar att de inte vet vem de ska vända sig till (11 procent), att de inte haft tid att söka stöd (10 procent), eller att de har sökt stöd från en eller flera aktörer, men inte fått någon kontakt (2 procent). Det gör att knappt 1 av 4 företagare ändå har haft frågor och behov av stöd, men av olika interna eller externa anledningar inte fått det.

I Dotanks undersökning framkom att det generellt sett fanns ett stort missnöje med den rådgivning som de deltagande företagarna tagit del av. Företagarna upplevde en rådgivning som karaktäriserades av okunskap, ointresse, bristande resurser, samt att de erbjöds för generella stödverktyg.

Det är en bild som inte helt överensstämmer med resultatet från den här undersökningen. Här ser vi istället att när vi till exempel frågar om bemötande, om företagarna fick det stöd som de behövde, fick snabba svar på sina frågor, samt om kontakten underlättade för dem som företagare så får stödsystemets aktörer medelvärden mellan 4,1 till 4,4 från de etablerade företagarna. Motsvarande medelvärden från nyföretagarna är något lägre, men ändå 3,9 till 4,3 som också är godkända omdömen.

Det är en fråga som får något lägre medelvärde och den gäller om kontakten inspirerade dem som företagare som får 3,7 i medelvärde från nyföretagarna och 3,9 av de etablerade företagarna. Det kanske det är så att företagarna inte heller i alla kontakter har en förväntan på att bli inspirerad, jämfört med en förväntan på att få ett bra bemötande eller

att få snabba svar på sina frågor. Men det är ändå en aspekt som är viktig oavsett om det är Skatteverket eller Nyföretagarcentrum företagarna har kontakt med.

FÖRETAGSSTÖDJANDE AKTÖR MED STÖRST BETYDELSE

Både nyföretagarna och de etablerade företagarna fick svar på vilken företagsstödjande aktör som de upplevde haft störst betydelse för dem i deras företagande.



Hälften av nyföretagarna och knappt hälften bland de etablerade företagarna har en aktör som de upplever har haft stor betydelse för dem i deras företagande. Bland nyföretagarna toppas listan av Skatteverket, Nyföretagarcentrum och Almi och bland de etablerade företagarna toppas listan av personlig kontakt, kommunens näringslivskontor och Almi.

När företagarna har fått motivera varför de valt just den aktören, är det att de har funnits till hands med stöd och kunskap som är den största kategorin av svar för såväl nyföretagarna som för de etablerade företagarna. Finansiering återfinns också inom topp-3 i båda målgrupperna, så vikten av finansiering är något som är betydelsefullt. Genom att få finansiering är det också ett kvitto på att någon tror så mycket på ens företag att de är beredda att ekonomiskt också bidra till att företaget utvecklas.

Här är det positivt att se att allt det arbete som de olika aktörerna gör för att hjälpa och stödja också gör skillnad och har betydelse för den enskilde företagaren.

STÖD FÖRETAGARNA SAKNAR



1 av 4 företagare saknar stöd och detta gäller såväl nyföretagare som etablerade företagare som vill utvecklas. Bland nyföretagarna är det främst finansieringsstöd som de efterfrågar, men även allmän information/rådgivning finns det behov av. Bland de etablerade företagarna är det samma frågeområden som återkommer som de två viktigaste, fast i omvänd ordning. Att det finns en större efterfrågan på finansiering än vad som finns som utbud är kanske inte så anmärkningsvärt. Men att det finns behov av mer allmän information och rådgivning, som det ändå finns ett stödsystem som arbetar med, visar att det finns potential att utveckla stödsystemet i att nå ut med de erbjudanden som redan finns.

SPRIDNING AV RESULTATET FRÅN UNDERSÖKNINGEN

I flera undersökningar, såväl i *Kartläggningen av stödsystemet för företagande* som i *Sammanställning företagares behov av stödsystemet*, framkommer ett önskemål om en gemensam plattform med information om aktörer och vilket stöd som företagare kan få. Detta för att underlätta både för företagare, men även för rådgivare som arbetar i stödsystemet och behöver vara uppdaterade på vilka aktörer som finns, för att på bästa sätt kunna hjälpa företagarna i sina frågor. Som beställare av denna undersökning ska projektet Det företagsamma Värmland bland annat använda resultatet för att vidareutveckla Värmlands regionsida på verksamt.se. Sidan är en pilot i att regionsanpassa det samarbete som redan finns mellan Tillväxtverket, Bolagsverket och Skatteverket. Regionssidan ska kunna vara den gemensamma plattform som många har efterfrågat. Den här rapporten är skriven för att kunna vara ett konkret arbetsmaterial in i den utvecklingsprocessen. Men vi ser att resultatet är intressant för en bredare målgrupp än projektet. Almi Företagspartner Värmland och Region Värmland är naturliga målgrupper i och med att de är projektägare till Det företagsamma Värmland, men arbetet med att sprida resultatet från undersökningen och få fler aktörer att få en mer nyanserad bild av företagares behov av stöd är ett viktigt fortsatt arbete för projektet.

SAMMANFATTNINGSVIS

Projektet Det företagsamma Värmland är inne i sin slutfas och under projekttiden har ett antal olika undersökningar genomförts för att öka kunskapen och insikten om å ena sidan stödsystemet och dess aktörer, å andra sidan företagares behov av stöd.

Sammanfattningsvis ser vi att det viktigaste bidraget till den kunskapsökningen från den här undersökningen bland företagare är:

- Behov av stöd inom grundläggande företagsekonomi återfinns i topp både när det gäller nyföretagare inför start och just nu i deras företagande. Samma behov finns hos de etablerade företagarna, även om det inte då är lika många som svarar det.
- Generellt sett är nyföretagarna och de befintliga företagarna nöjda med det stöd de har fått när de har haft gratis personlig rådgivning.
- Släkt och vänners roll i att ge information i samband med att personer står inför att starta företag, men att de även har en viktig roll bland de etablerade företagarna när de ska utveckla företaget.