

<u>INLEDNING</u>	2
<u>BAKGRUND</u>	2
<u>METOD</u>	2
<u>BORTFALL</u>	3
<u>RESULTAT</u>	4
<u>FRÅGA 1 & 2 – VAD ÄR SMIL FÖR DIG OCH DITT FÖRETAG? SAMT ”VARFÖR ANSER DU ATT DITT FÖRETAG ÄR MED I SMIL?</u>	4
<u>FRÅGA 3A - DELTAR/ALTERNATIVT HAR DITT FÖRETAG DELTAGIT I SMIL:S PROGRAM?</u>	6
<u>FRÅGA 3B - DELTAR/ALTERNATIVT HAR DITT FÖRETAG DELTAGIT I SMIL:S NÄTVERKSAKTIVITETER?</u>	7
<u>FRÅGA 5A & 5B - HUR UPPFATTAR DU DITT FÖRETAGS DELTAGANDE I SMIL:S PROGRAM OCH NÄTVERKSAKTIVITETER?</u>	8
<u>FRÅGA 4 - HUR MÅNGA GÅNGER PER ÅR UPPSKATTAR DU ATT DITT FÖRETAG DELTAR I SMIL:S VERKSAMHETER?</u>	10
<u>FRÅGA 6 - HUR STOR BETYDELSE ANSER DU ATT SMIL, PÅ EN SKALA 1-5 HAR HAFT FÖR DITT FÖRETAGS TILLVÄXT OCH UTVECKLING?</u>	11
<u>FRÅGA 7 - HUR STOR BETYDELSE TROR DU ATT SMIL, PÅ EN SKALA 1-5 KOMMER ATT HA FÖR DITT FÖRETAGS TILLVÄXT OCH UTVECKLING I FRAMTIDEN?</u>	12
<u>FRÅGA 8 - HUR STOR BETYDELSE ANSER DU ATT SMIL, PÅ EN SKALA 1-5 HAR HAFT PÅ DITT FÖRETAGS MÖJLIGHET ATT SKAPA KONTAKTER MED ANDRA FÖRETAG?</u>	13
<u>FRÅGA 9 - SAKNAR DU NÅGOT I SMIL:S VERKSAMHET?</u>	14
<u>SAMMANFATTNING AV RESULTATET</u>	17
<u>BILAGA 1</u>	19

Inledning

Bakgrund

SMIL har anlitat SKILL Studentkompetens AB (fortsättningsvis SKILL) för att genomföra en medlemsundersökning i föreningen. Undersökningen har som syfte att kartlägga hur medlemmarna uppfattar SMILs verksamhet som den bedrivs idag. För att uppnå syftet har SKILL intervjuat, via telefon 97 av sammanlagt 143 medlemsföretag.

Varje intervjuperson har fått svara på sju huvudfrågor samt ett antal följdfrågor (se bilaga 1) där fokus har legat på respondentens och dess företags syn på SMILs verksamhet. Rapportens första avsnitt, metoddelen innehåller en beskrivning av hur medlemsundersökningen genomförts samt hur genomförandet eventuellt har påverkat resultatet. Därefter presenteras resultatet uppdelat efter respektive fråga. Rapporten avslutas med en sammanfattning av resultatet.

Metod

Vid första mötet med SKILL gick Carina Schärberg från SMIL igenom för SKILLs representanter, Simon Bergwall (projektledare) och Anna Sundberg vad syftet med medlemsundersökningen var, samt gav SKILLs representanter lite grundfakta om SMILs verksamhet. Utifrån detta möte utformade SKILL ett förslag på intervjumall som sedan omarbetades under ett andra möte mellan Carina, Simon och Anna. Då intervjumallen var godkänd av SMILs ledning började SKILL genomföra telefonintervjuerna. Intervjupersonen var i så gott som samtliga fall den person inom respektive företag som var huvudansvarig för företagets medlemskap i SMIL. Samtalsmallen (se bilaga 1) har följts på ett likartat vis vid samtliga intervjutillfällen. För att få med allt som sades under intervjun renskrevs svaren direkt efter.

Efter ett par telefonintervjuer kunde det konstateras att respondenterna svarade likadant på fråga 2 som fråga 1 (se bilaga 1), vilket medförde att fråga 1 och 2 slogs samman till en fråga. SKILL valde att ställa fråga 1 och i de fall där det kändes som om komplement behövdes ställdes även fråga 2.

Respondenterna verkar ha uppfattat frågorna i det stora hela som klara och tydliga. Dilemman som har uppstått vid intervjuerna är att vissa svarande har utgått ifrån dem själva (framförallt personer ifrån stora företag) medan andra respondenter har sett till hela företaget. Detta gäller framförallt fråga 4 (se bilaga 1) där vissa respondenter har haft svårt att svara för hela företaget utan svarat för egen del, men även fråga 3a och 3b har blivit drabbade av detta dilemma.

Från början var det tänkt att 100 stycken respondenter skulle bli intervjuade, men p.g.a. att det var svårt att få tag på 100 stycken ”SMIL-ansvariga” inom medlemsundersökningens tidsram blev det slutliga antalet respondenter i undersökningen 97 stycken. SKILL vill här framföra att respondenterna har varit mycket tillmötesgående och trevliga i telefonen, vilket tolkas som en stor välvilja att svara på frågor gällande SMIL. I och med att telefonlistan bantades ner allteftersom p.g.a. bortfall, genomförda intervjuer, konkurser samt avsaknaden av

telefonnummer ringdes telefonlistan igenom cirka tio gånger. Detta har medfört att urvalet som från början var tänkt att vara slumpartat blev istället en urvalsprocess där de respondenter som anträffades fick delta. Då de 97 telefonintervjuerna var genomförda var det 22 stycken ”SMIL-ansvariga” som inte hade kunnat nås en enda gång.

Då telefonintervjuerna var genomförda började SKILL sammanställa resultaten, för att sedan påbörja skrivandet av rapporten. Den inledande samt den avslutande frågan, fråga 1 och 9 (se bilaga 1) är helt öppna frågor där det har varit stor variation på svaren. Vid resultatsammanställningen har SKILL valt att inte kategorisera svaren allt för mycket eftersom ord kan ha olika betydelser för olika individer, vilket skulle kunna få ett missvisande resultat. Detta är anledningen till att det i resultatet för fråga 1 och 9 finns ”svarsalternativ” vilka liknar varandra, exempelvis kontaktyta och nätverk.

Bortfall

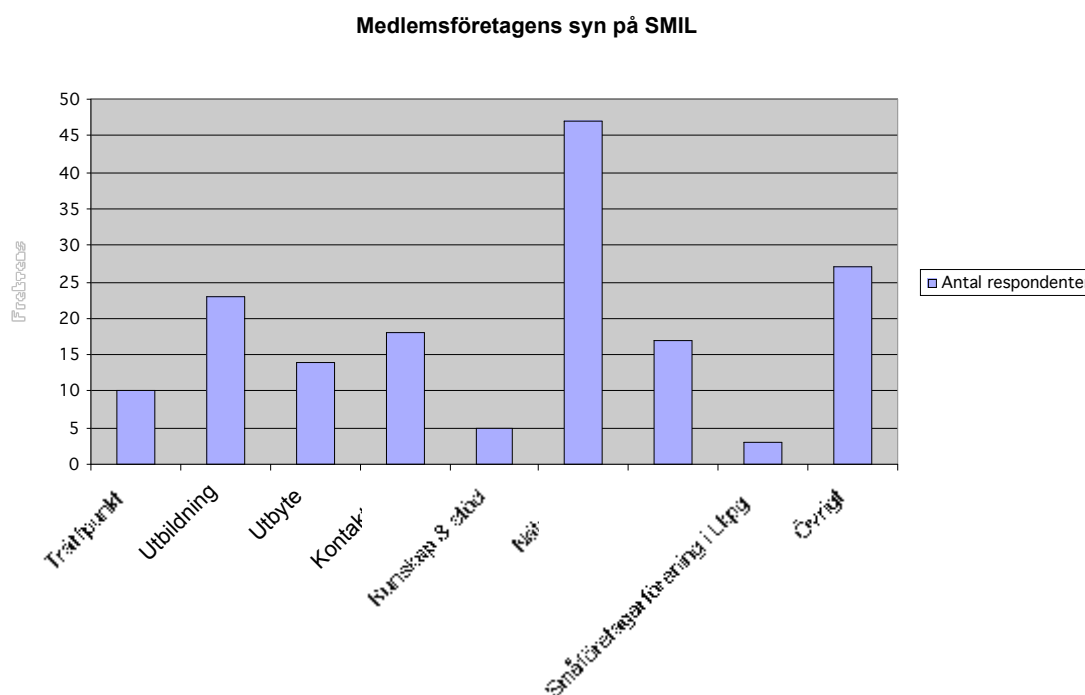
Under intervjuandets gång har det uppstått åtta stycken bortfall, varav fem av dem är personer som sitter i SMILs styrelse, två respondenter ansåg att de inte hade varit tillräckligt aktiva i SMILs verksamhet för att vilja/kunna delta samt det åttonde bortfallet består av ett företag som befinner sig på samma arena som SMIL och finansierar bl.a. ENP, vilket skulle skapa krystade svar och respondenten ville därför ej delta. Ytterligare bortfall är de som uppstått under telefonintervjuandets gång. För fråga 6 är bortfallet tre stycken respondenter, för fråga 7 fem stycken svarande, för fråga 8 två stycken samt fråga 9 innefattas av tre stycken intervjupersoner. Övriga frågor är inte drabbade av bortfall och vad bortfallen beror på redovisas i respektive frågas avsnitt i resultatdelen.

Resultat

I följande avsnitt presenteras resultatet för medlemsundersökningen uppdelat efter respektive fråga.

Fråga 1 & 2 – Vad är SMIL för dig och ditt företag” samt ”Varför anser du att ditt företag är med i SMIL?

Figur 1



I figur 1 ser vi att majoriteten, 47 stycken av respondenterna ser SMIL som ett nätverk. 23 stycken av respondenterna anser att deras företag är medlemmar i SMIL för utbildningarnas skull, medan 18 svarande ser SMIL som en kontaktyta. En av de 18 respondenterna uttryckte sig på följande vis; *”Det är viktigt att känna så många personer som möjligt inom företagarsbranschen.”* Ordet utbyte ligger nära orden nätverk och kontaktyta, men de respondenter som har besvarat fråga 1 med ordet utbyte har poängterat utbytet företag emellan, gällande kunskap, idéer, problemlösningar samt inblickar.

Figur 1 visar att 14 stycken av respondenterna har svarat att de ser på SMIL som en form av möjlighet till utbyte. Några röster kan nämnas; *”Skapa kontakter med företag i samma situation, för att diskutera problem och möjligheter”*. En annan svarande ser på SMIL som en möjlighet att *”/.../ gynna kommunikation och samarbete mellan företag”*. En tredje svarar att dennes företag är så pass stort att företaget inte drar nytta av utbytet för egen del men fortsätter med orden *”vi ger småföretag vår erfarenhet”*. Tio av de svarande väljer att beskriva SMIL som en träffpunkt, där en intervjuperson beskriver SMIL som *”/.../ en träffpunkt att träffa befintliga och potentiella kunder*. Fem respondenter väljer att beskriva sitt

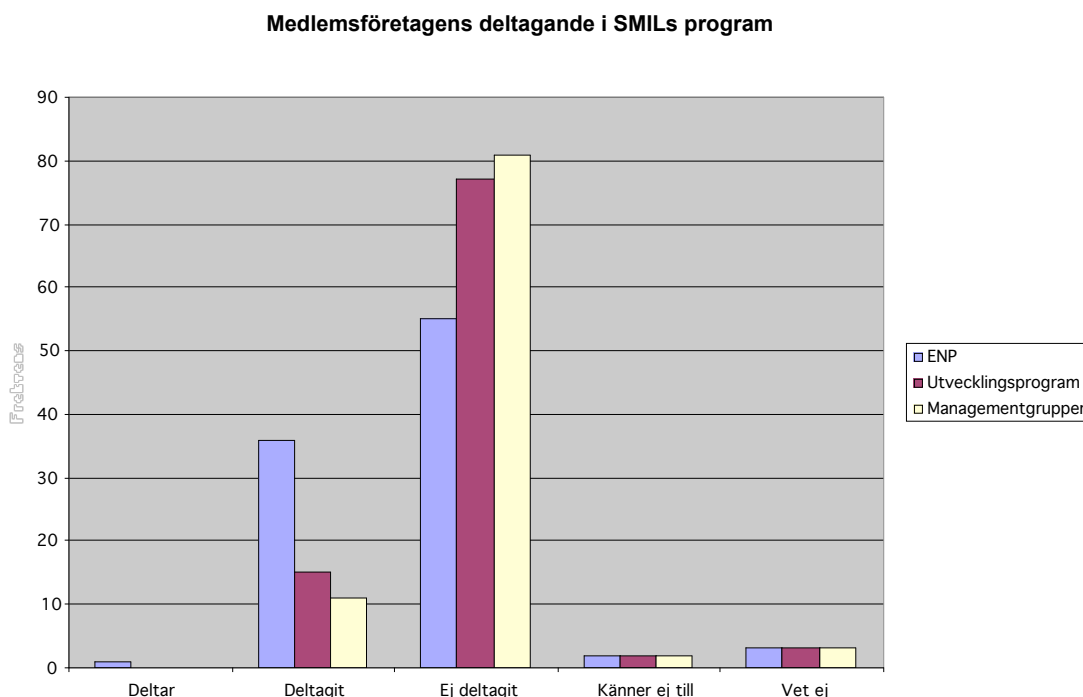
och det egna företagets förhållande till SMIL som en möjlighet till kunskap och stöd. En uttrycker sig som följer; *"En möjlighet att få kunskap om näringslivet i trakten."* medan en annan svarade *"SMIL ger oss stöd och support och vi har möjlighet att få rådgivning om så skulle behövas"*. Tre respondenter ser på SMIL som en småföretagarförening i Linköping.

Under övrigt (27 stycken respondenter) ligger svarsalternativ som en eller max två respondenter har svarat. Till denna stapel hör följande svar; affärsmöjligheter, hålla sig ajour med teknikutvecklingen, möjligheter, forum, framåtriktat entreprenörskap, företagsbesök, idéorganisation, information, katalysator, kompetenstillgång, lokal intresseorganisation, navigatör, nya kunder, produktorienterad verksamhet, påtryckningsmedel, rekrytering, samarbetspartners i form av entreprenörsföretag, starthjälp, möjlighet att synas själv samt tradition.

18 stycken av de svarande har angett att SMIL inte är speciellt mycket för dem personligen och deras företag. Till denna gruppen hör företag som antingen är precis nya "SMIL-medlemmar" vilka inte har hunnit bli aktiva ännu trots att viljan finns, stora företag vilka inte påverkas direkt av SMILs verksamhet samt företag som anser att SMILs verksamheter inte ger dem speciellt mycket input. Röster till denna grupp är bl.a. *"SMIL är inte så mycket för oss längre, en gång i tiden var vi ett litet företag och då var SMIL viktigt för oss och vår utveckling men idag är vi medlemmar mest för den stödjande faktorn."* En annan respondent svarade *"SMIL är inget speciellt för oss utan vi är medlemmar för att vi anser att det är något som kan vara bra att vara med i"* medan en tredje sade *"SMIL är ingenting för vi är passiva medlemmar än så länge"*. Som vi ser i figur 1 finner vi fler än 97 stycken svar vilket beror på att majoriteten av respondenterna har svarat fler än ett "svarsalternativ".

Fråga 3a - Deltar/alternativt har ditt företag deltagit i SMIL:s program?

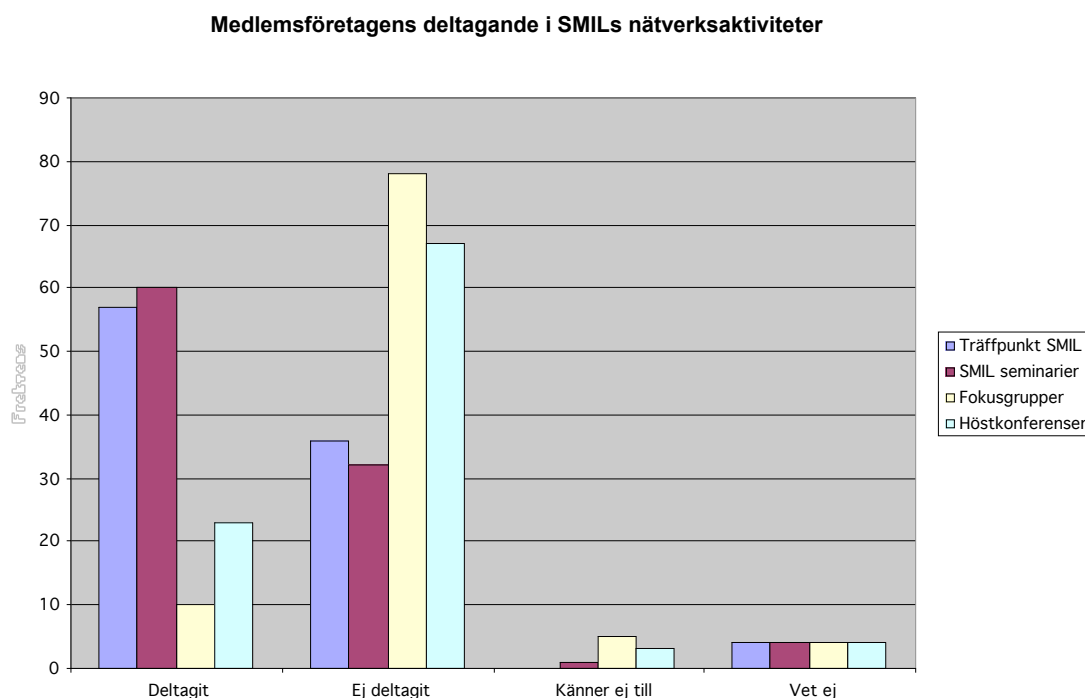
Figur 2



Figur 2 visar respondenternas och deras företags deltagande i SMIL:s program. Vi ser att det program flest medlemsföretag har deltagit i är ENP, där 37 medlemsföretag deltar alternativt har deltagit i. I utvecklingsprogram samt managementgrupper har 15 respektive 11 medlemsföretag deltagit. Det går även att utläsa i figur 2 att det är tre respondenter som har svarat att de inte vet om deras företag har deltagit i SMIL:s program, och det är personer som är nytillsatta eller relativt nytillsatta på posten som "SMIL-ansvarig". Figur 2 visar att alla tre programmen har fått två svarande som ej kände till programmen men till detta vill intervjuaren tillägga att denne vid några tillfällen fick en känsla av att respondenterna var mer ovetande gällande managementgrupperna än de övriga två.

Fråga 3b - Deltar/alternativt har ditt företag deltagit i SMIL:s nätverksaktiviteter?

Figur 3

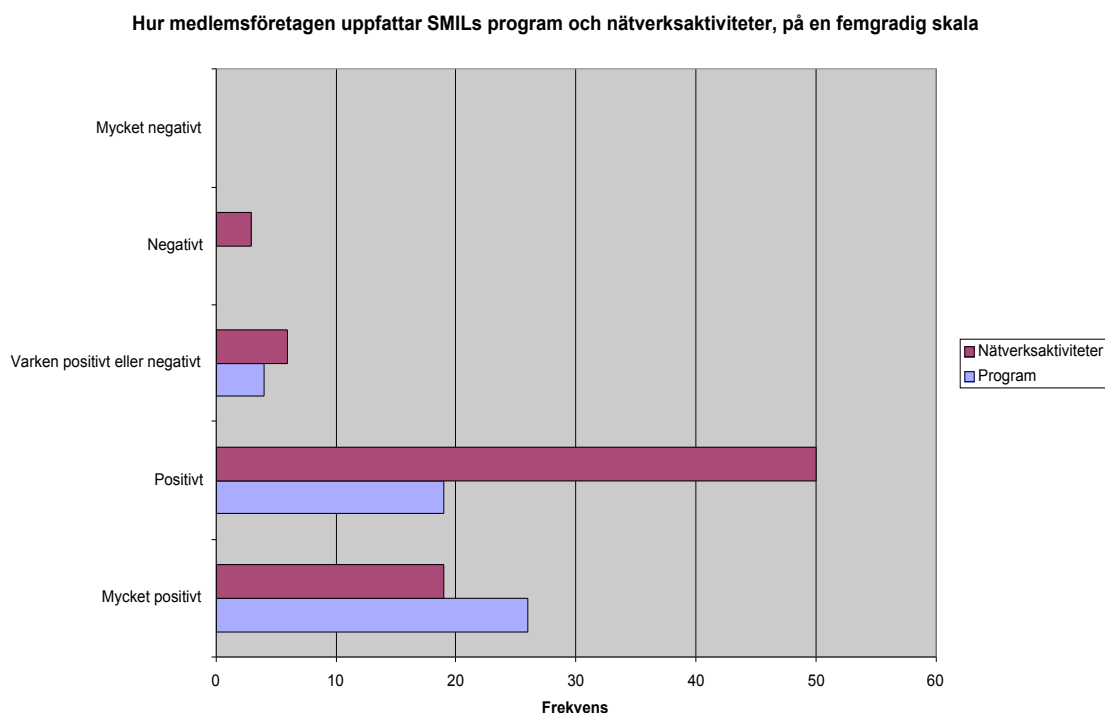


I figur 3 kan vi utläsa att de nätverksaktiviteter som medlemsföretagen främst deltar i är Träffpunkt SMIL samt SMIL seminarier, där 57 respektive 60 stycken respondenter svarade att de personligen eller deras företag hade deltagit i. För höstkonferensen samt fokusgrupperna var deltagande lägre, med en svarsfrekvens på 23 respektive tio. Alla utom en av de 97 tillfrågade visste vad SMIL seminarier var för någon aktivitet, medan tre respondenter inte kände till höstkonferensen. Minst kännedom hade de svarande om SMILs fokusgrupper där fem svarade att de inte kände till den nätverksaktiviteten. För fråga 3b har vi fyra respondenter som svarade "vet ej". Detta gjordes eftersom de inte visste om deras företag hade deltagit i några nätverksaktiviteter. En generell poängtering som intervjuaren vill göra för fråga 3b är att denne vid flera tillfällen då Träffpunkt SMIL nämndes möttes av en fundersam respondent, men så fort intervjuaren sa företagsbesök visste de precis. Med detta vill sägas att respondenterna verkar ha en någorlunda bra uppfattning om SMILs verksamhet, men kanske inte alltid på den beteckning/det namn som respektive nätverksaktivitet går under.

Om respondenten verkade ha bristande kännedom om SMILs verksamhet, vilket kunde visa sig om denne svarade "Känner ej till" på frågorna 3a och 3b ställdes frågan; "Känner du att du och ditt företag har tillräckligt med vetskap om SMILs verksamhet? På denna fråga svarade alla utom en av de berörda respondenterna ja. Den svarande som svarade ja fick följdfrågan; "Skulle det vara okej om SMIL kontaktade dig samt sände över lite information om sin verksamhet?" På detta svarade respondenten ja, men önskade endast skriftlig information.

Fråga 5a & 5b - Hur uppfattar du ditt företags deltagande i SMIL:s program och nätverksaktiviteter?

Figur 4



Figur 4 visar hur nöjda respondenterna och deras företag är gällande SMILs program och nätverksaktiviteter och vi kan se att 45 utav 49 stycken respondenter ställer sig positiva eller mycket positiva till SMILs program. Röster ur denna gruppen är att ledarna Magnus och Uno är oerhört kompetenta och skickliga. Någon väljer att beskriva dem som *"gamla rävar med stor erfarenhet"*. En respondent ansåg att *"/.../ deltagarna får ett enormt positivt utbyte mellan sig och denna nytta finns med lång tid efter avslutat program."*. Samma respondent fortsätter med orden; *"Det bästa jag någonsin gått, suveränt bra!"* Flera andra respondenter poängterar vikten av att ENP får nyföretagarna att tänka igenom frågor rörande företagarkerksamheten innan de kommer ut i verkligheten, samt få information kring bl.a. affärsmässighet och entreprenörskapsanda. ENP blir med andra ord positiv utifrån den bemärkelsen *"starta eget företagande på djupet"*. En stor andel av respondenterna ser positivt på SMILs program då de ger företagen en möjlighet att träffa andra företag i samma situation, vilket verkar stimulerande samt medför att företagen kan ge varandra tips, råd, idéer samt stöd. Andra röster som ofta har hörts är att programmets faktablock är mycket bra och kunskapsgivande samt att programmen verkar *"peppande"*. Flera av respondenterna ser positivt på programmen då de som en av de svarande väljer att uttrycka sig *"/.../ programmet berörde mitt företag och jag behövde input i just detta ämne i mitt företag"*.

Fyra stycken av de tillfrågade förhåller sig varken positiva eller negativa till SMILs program. Två röster som kan nämnas är *"Jag och mitt företag hade erfarenhet innan vi gick ENP, så ENP bekräftade därför bara tidigare erfarenhet och kunskap. Med andra ord så gav ENP oss inget nytt."* En annan respondent anser att *"/.../ vissa delar saknas för att få det att hänga samman, men jag kan inte riktigt lägga fingret på vad."*

Utifrån figur 4 kan vi se att majoriteten, 69 av totalt 78 stycken respondenter var positivt eller mycket positivt inställda till SMILs nätverksaktiviteter. Det de flesta har svarat som varför de är positivt inställda är att nätverksaktiviteterna äger rum under sociala, trevliga och relativt informella former. Ämnena på seminarierna ses som intressanta, utvecklande och tillämpbara, vilket ger en bra input i det egna företaget. De positivt inställda respondenterna anser att de i och med nätverksaktiviteterna får en inblick i andra företag, vilket gör att de kan lära sig av vad dessa företagen har gjort bra och vad de har gjort mindre bra. Förutom den kunskap respondenterna anser sig få genom inblicken i andra företag poängterar flera svarande att de har fått mycket input/kunskap i och med att det har varit kompetenta ledare/föreläsare som hållit hög klass. Förutom duktiga föreläsare samt lärorik inblick i andra företag betonar respondenterna de aktuella frågorna samt sammansättningen av nätverksaktiviteterna som något positivt. En av de svarande svarade att denne får värdefulla ”kickar” av att delta i nätverksaktiviteterna och då främst Träffpunkt SMIL och SMIL seminarier. Flera respondenter ser även positivt på nätverksaktiviteterna då de utvidgar företagets kontaktnät. Någon respondent poängterar att delta i nätverksaktiviteterna är ett utmärkt sätt för det egna företaget att synas på.

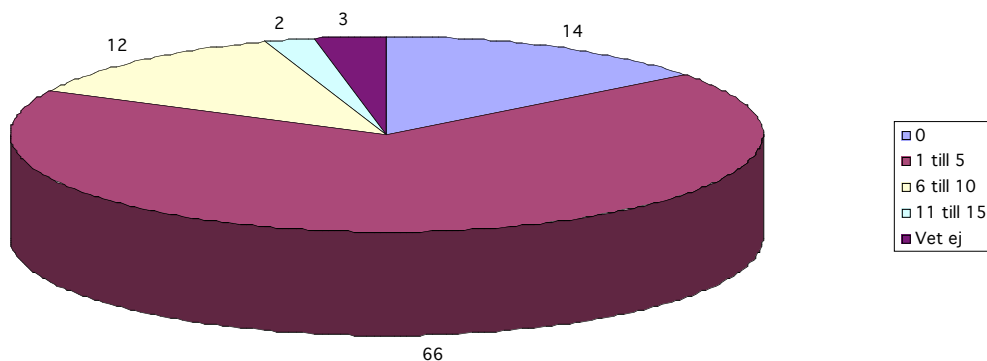
Sex stycken av de 78 svarande ställer sig neutrala till SMILs nätverksaktiviteter. Majoriteten av de som svarat detta svarsalternativ har gjort det p.g.a. att nätverksaktiviteterna inte ger deras företag någon direkt input, då seminarieämnena inte är av ”rätt” karaktär för deras företag. Flera av dessa sex respondenter anser att nätverksaktiviteterna har en för social karaktär för att kunna ge någon input, de är trevliga och sociala men ger inte företagen någon ny kunskap. En respondent svarade som så att ” /.../ det är precis vad jag känner, varken eller”.

Tre av de svarande är negativt inställda till nätverksaktiviteterna. De negativa kommentarerna som kom fram vid intervjuerna var att en respondent ansåg att nätverksaktiviteterna ”*inte har samma driv som programmen*”. En annan svarande hade en negativ erfarenhet ifrån ett seminarium där föreläsaren var en ” /.../ arrogant man som inte hade klart för sig vilken publiken var”, medan den tredje negativt inställda respondenten helt enkelt ansåg att nätverksaktiviteterna inte gav någon som helst input i företaget. Knappt fem stycken av de ”positiva” respondenterna har poängterat att SMILs nätverksaktiviteter stundtals blir ”*en klubb för inbördes beundran*”. Med detta menar de att det framförallt på Träffpunkt SMIL och Höstkonferensen är svårt för nya företag att komma in i gemenskapen. Till nätverksaktiviteterna skall även tilläggas att det var några stycken respondenter som tyckte att det var svårt att ge ett generellt svar då det varierar från gång till gång och från aktivitet till aktivitet.

Fråga 4 - Hur många gånger per år uppskattar du att ditt företag deltar i SMIL:s verksamheter?

Figur 5

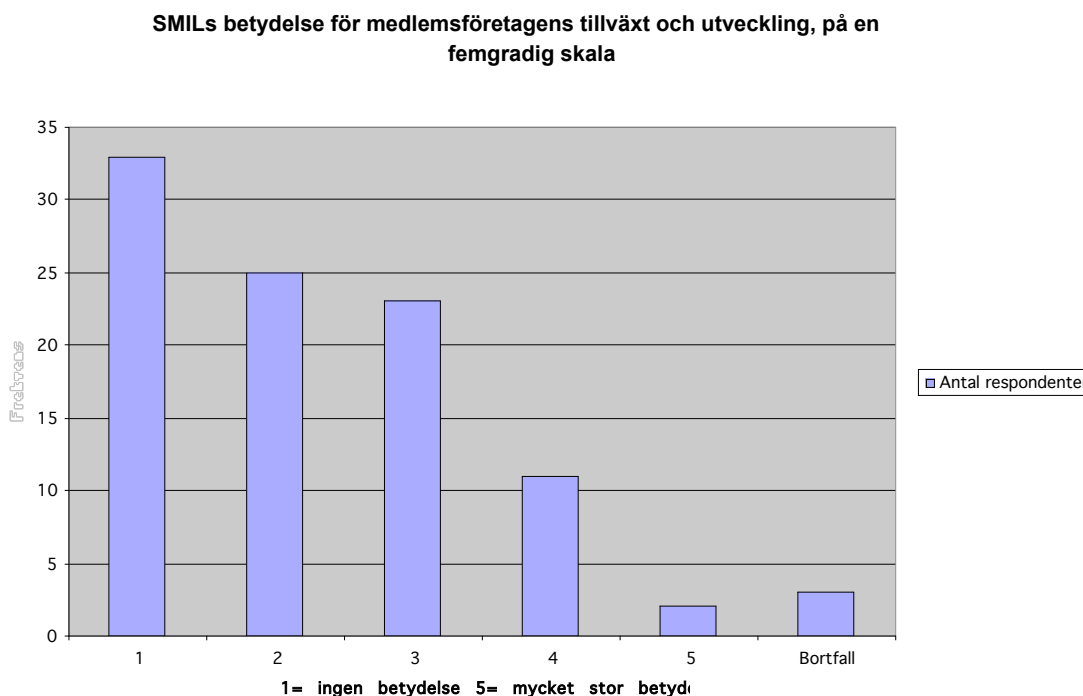
Antal gånger per år som medlemsföretagen deltar i SMILs verksamheter



14 stycken av de tillfrågade uppskattar att deras företag deltar noll gånger per år i SMILs verksamheter. Denna grupp består av två kategorier, dels de medlemsföretag som är precis nya medlemmar och har därför ej hunnit delta i någon verksamhet ännu dels de som är passiva SMIL-medlemmar. Med andra ord de företag som är medlemmar mestadels p.g.a. den stödjande orsaken då de anser att SMIL inte tillför deras företag någon direkt input. Majoriteten av de tillfrågade, 66 stycken anser att deras företag deltar i SMILs verksamheter 1 till 5 gånger per år. 12 stycken uppskattar en närvaro på 6 till 10 gånger per år. Två respondenter uppskattar en närvaro på 11-15 gånger per år. Gruppen som svarat vet ej består av personer som helt enkelt inte vet då de är nytilträdna på positionen som ”SMIL-ansvarig”.

Fråga 6 - Hur stor betydelse anser du att SMIL, på en skala 1-5 har haft för ditt företags tillväxt och utveckling?

Figur 6

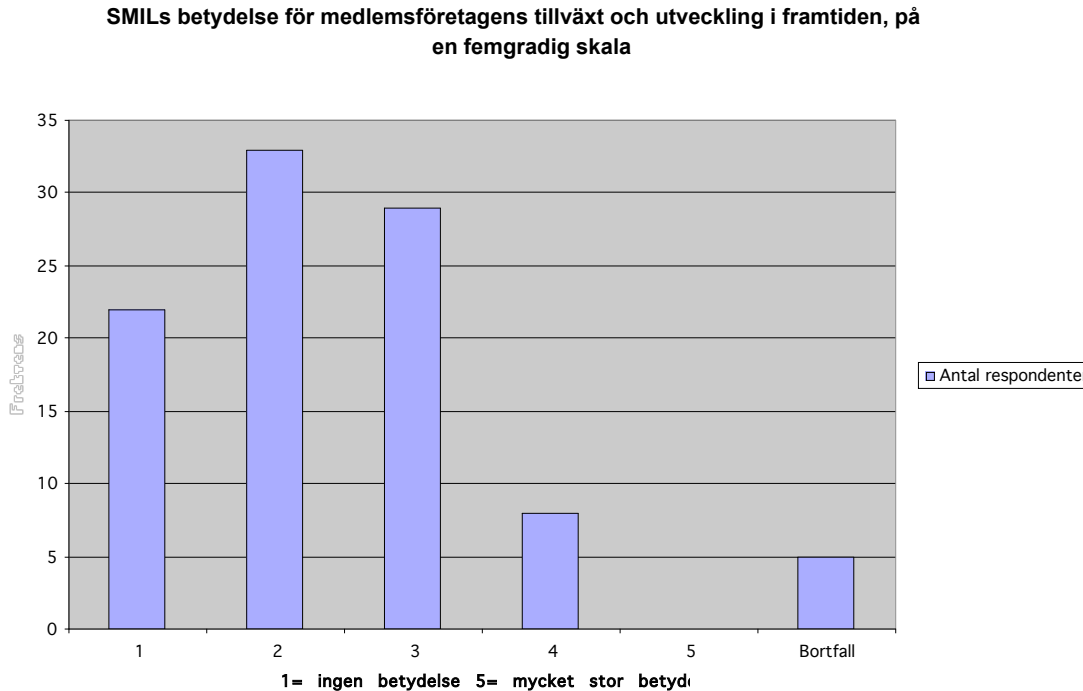


I figur 6 ser vi att majoriteten, 33 stycken av 97 tillfrågade anser att SMIL inte har haft någon som helst betydelse för företagets tillväxt och utveckling samt att det är två respondenter som anser att SMIL har haft mycket stor betydelse för det egna företagets tillväxt och utveckling. Emellan dessa två ytterligheter finner vi 59 stycken respondenter där majoriteten av dessa ligger på snäpp två och tre på den femgradiga skalan. Medelvärdet för denna fråga ligger på 2,2.

Bortfallet för fråga 6 är tre stycken respondenter. Bortfallen beror på att antingen är det tillfrågade företaget ny medlem och vet därför inte så mycket om SMILs inverkan i företaget eller så är respondenten nyanställd eller ny "SMIL-ansvarig" och kan därför inte svara. Till denna fråga kan poängteras att några av de "låga" svarsalternativ beror på bristande engagemang ifrån medlemsföretagens sida. Knappt tio stycken respondenter har framfört att det har varit svårt och inte riktigt rättvist för SMILs räkning då de själva (företaget) inte har tagit del av SMILs verksamhet i så stor utsträckning, vilket har medfört att SMIL inte har haft så stor inverkan på tillväxten och utvecklingen.

Fråga 7 - Hur stor betydelse tror du att SMIL, på en skala 1-5 kommer att ha för ditt företags tillväxt och utveckling i framtiden?

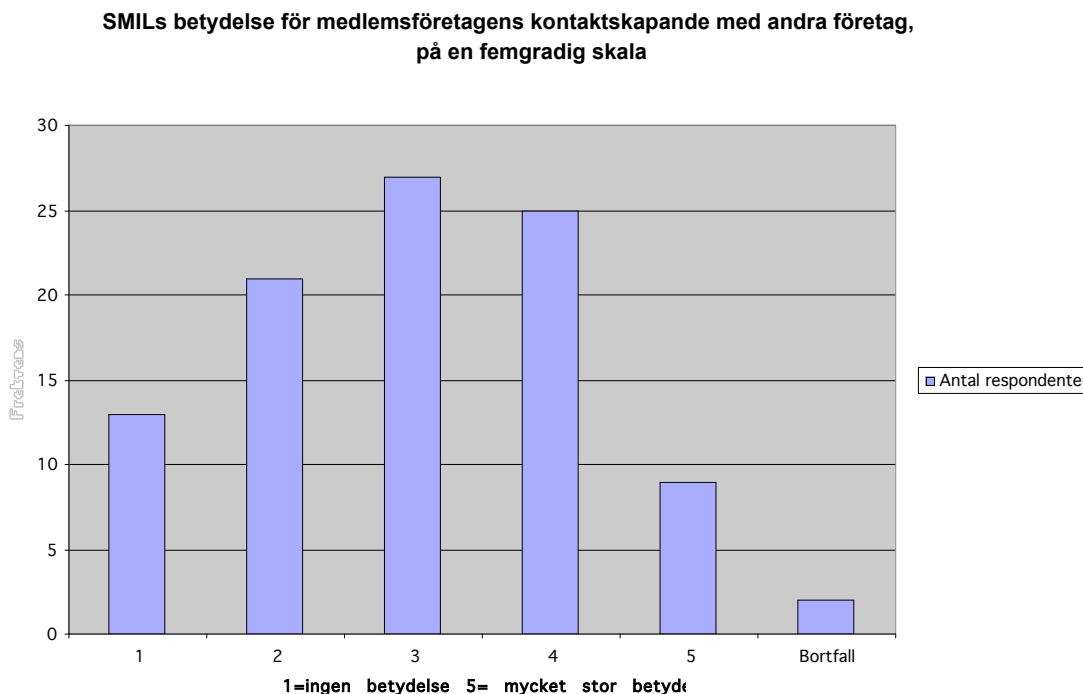
Figur 7



I ovanstående figur kan vi se att majoriteten, 62 av de 92 svarande har angett steg två eller tre på den femgradiga skalan. 22 svarande har angett att de tror att SMIL inte kommer att ha någon betydelse för deras företags tillväxt och utveckling i framtiden. Ingen av respondenterna tror att SMIL kommer att ha mycket stor betydelse för den framtida tillväxten och utvecklingen, däremot angav åtta stycken svarande den näst högsta nivån. Medelvärde för fråga 7 ligger på 2,3. I denna fråga existerar fem stycken bortfall vilka har uppkommit p.g.a. att intervjupersonen är nyanställd eller ny "SMIL-ansvarig" och besitter därför inte tillräckligt med kunskap om SMIL och dess verksamhet för att kunna förutspå framtiden, eller så har respondenten inte kunnat svara p.g.a. att dennes företag vänder sig till större företag än SMILs medlemsföretag och då dessas framtida tillväxt är osäker kände den svarande att denne ej kunde svara. Ett annat bortfall berodde på att intervjupersonen skulle göra ett uppehåll med sitt företag medan en annan inte kunde svara då denne inte alls jobbar med tillväxt och utveckling då denne endast har sitt företag som ett *".../ litet sidoprojekt på ålderns höst"*.

Fråga 8 - Hur stor betydelse anser du att SMIL, på en skala 1-5 har haft på ditt företags möjlighet att skapa kontakter med andra företag?

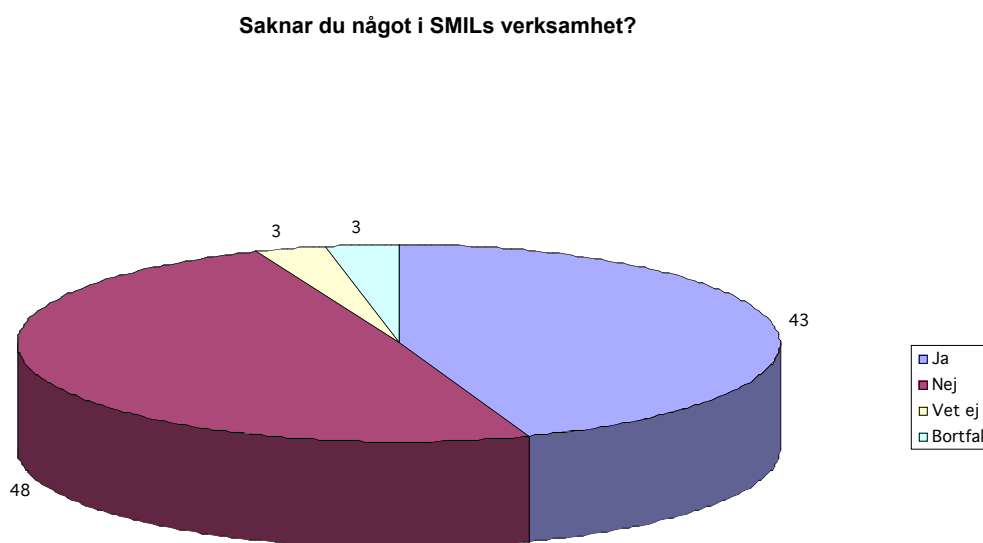
Figur 8



I figur åtta ser vi att 13 svarande angav att de ansåg att SMIL inte har haft någon som helst betydelse för det egna företags möjlighet att skapa kontakter med andra företag medan nio stycken respondenter ansåg att SMIL har haft mycket stor betydelse för kontaktskapandet. Majoriteten, 28 stycken respondenter har svarat mittenalternativet d.v.s. en trea på den femgradiga skalan. 21 intervjupersoner angav en tvåa och en fyra sattes av 25 respondenter, vilket leder till ett medelvärde på 3,0. Fråga 8 har ett bortfall på två personer vilka har avstått att besvara frågan p.g.a. den ene av dessa endast hade deltagit i ett Träffpunkt SMIL möte och besitter ännu så länge inte tillräckligt med kunskap om SMIL för att kunna besvara frågan på ett rättvisst sätt. Det andra bortfallet uppstod genom att som respondenten själv väljer att uttrycka sig; *"Möjligheten till ett kontaktskapande har funnits men jag har inte tagit dom eftersom jag inte har haft något behov. Jag känner därför att jag inte kan besvara fråga 8 då det skulle vara orättvisst mot SMIL att säga en etta"*.

Fråga 9 - Saknar du något i SMIL:s verksamhet?

Figur 9



I ovanstående figur kan vi se att 48 intervjupersoner har svarat att de inte saknar något i SMILs verksamhet, medan 43 respondenter svarade ja på frågan "Saknar du något i SMILs verksamhet?". Till de tre respondenter som svarade vet ej hör personer som känner att de har för lite kunskap om SMILs verksamhet för att kunna besvara frågan. Det är nya medlemsföretag samt nytillsatta "SMIL-ansvariga". Bortfallet är för denna fråga tre stycken svarande. Dessa intervjupersoner valde att inte svara p.g.a. "Svårt att säga, har ej tänkt på det. Kan inte svara." eller kort och gott "Kan ej svara på det" och det sista bortfallet berodde på att respondenten kände att denne inte var särskilt insatt i SMILs verksamhet ännu då denne svarande var nytillsatt "SMIL-ansvarig" och ville därför inte besvara fråga 9.

Figur 10



Ovanstående figur visar vad de 43 respondenter som svarade ja i fråga 9, ”Saknar du något i SMILs verksamhet?”, saknar inom SMIL. Som vi ser är idéerna och tankarna vitt skilda. Det som flest respondenter, fyra stycken har angett är kortare utbildningar. Röster som har hörts här är förslag på en kort utbildning vilken skulle ligga mellan ENP och ordinarie träffar, kortare utbildningar vilka tar upp aktuella ämnen så som t.ex. nya skatteregler men även utbildningsprogram vilka tar upp försäljningsbiten har nämnts samt önskemål om fler managementkurser och förhandlingsteknikkurser.

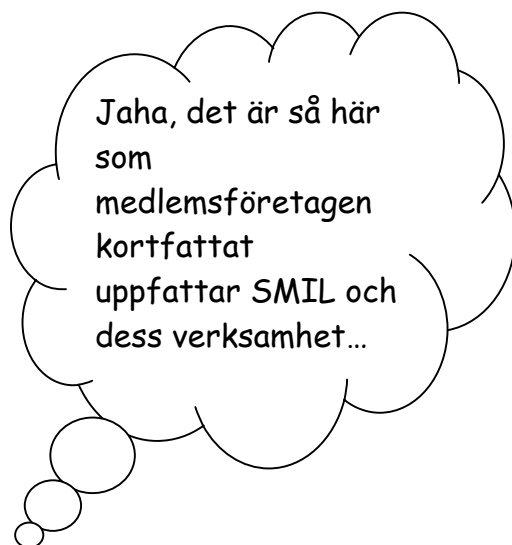
Tre av respondenterna betonar vikten av att SMIL sätter samman ett kalendarium för året alternativt halvåret så att medlemsföretagen har en möjlighet att planera in SMIL-aktiviteterna. En trio svarande eftersöker mer marknadsföring i SMILs aktiviteter samt att SMILs verksamhet blir mer affärsinriktad än vad den är idag. Några respondenter påpekar att det används för mycket akademiska termer inom SMILs verksamhet vilket hör samman med den affärsinriktade biten en aning då de svarande som angett detta känner att verksamheten är alldeles för teoretisk och akademisk och inte så affärsinriktad som den borde vara. Tre respondenter önskar ha SMIL mer som ett bollplank där företaget kan få bolla idéer samt få råd och stöd. Samma antal svarande söker större engagemang ifrån medlemsföretagen medan tre andra intervjupersoner önskar att SMIL inte vore så endimensionellt. Med detta menar de att det är lite väl mycket fokus på IT, teknik och entreprenörskap. En av dessa söker ett större utbud av verksamhet kring etablerade företag.

Två stycken svarande önskar fler företagsträffar samt fler fokusgrupper. Förslag på fokusgrupper som nämntes är management, försäljning, ledarskap samt system där det sistnämnda skulle vara mer komplext än de två fokusgrupper som finns i dagsläget. Två respondenter eftersöker mer otvunget deltagande samt fler sociala arrangemang. Utveckling av ENP nämntes av två respondenter. Det som dessa två personer poängterade kring ENP var en önskan om finansieringshjälp till affärsidén samt att det är för lite färdighetsträning exempelvis säljteknik inom programmet. Ett par respondenter eftersökte nya tag inom SMIL,

dels ifrån SMILs lednings sida och dels ifrån medlemmarna. En av de svarande betonar vikten av förändringar för att kunna åtgärda den inbördes beundran som finns inom SMILs verksamhet idag. Ytterligare ett par svarande rekommenderar SMIL att arbeta med sin positionering. Vad är SMIL? Det måste enligt dessa två skapas en tydligare bild av vad SMIL är och vad SMIL gör. En av dessa två svarande poängterar att detta är viktigt då SMIL idag till stor del är en ”klubb för inbördes beundran” vilket enligt denne intervjuperson endast kan förhindras genom att SMIL börjar arbeta mer utåt. Två av intervjupersonerna söker nätverk på nationell basis och två andra respondenter betonar vikten av att formalisera nätverket så att det finns en möjlighet för medlemsföretagen att veta vilken kompetens medlemsföretagen besitter. Detta för att medlemsföretagen skall kunna utnyttja denna kompetens vid behov, en slags ”SMIL-pool” skulle bildas.

Stapeln för ”övrigt” innefattas av 21 respondenter och de har nämnt följande tankar och idéer angående vad de saknar i SMILs verksamhet; medlemsregister, ”oss själva”, personlig kontakt, politisk påtryckning, tydligare information, utnyttjande av medlemsföretag vilka inte är av typisk ”SMIL-karaktär”, variera veckodagarna för Träffpunkt SMIL, nätverk på specialistsidan, färre utbildningar och seminarium, SMIL i hela Östergötland, andra lokaler, rekryteringspool, exjobbsbank, riskkapitalföretag, höstträffar med endast lokala företag, fler medlemsföretag, fler nätverksaktiviteter riktade till VD, mer utbyte gällande försäljning och marknadsföringserfarenheter mellan företagen, förfrågan hos medlemsföretagen angående vilka teman de önskar samlas kring, internationella nätverk samt slutligen juridisk rådgivning.

Sammanfattning av resultatet



I denna rapport har vi sett att medlemsföretagen har en bred syn på SMIL. De flesta ser på SMIL som ett nätverk, men även en möjlighet till utbildning och kontaktskapande har nämnts av många respondenter. Ungefär en femtedel av respondenterna svarade att SMIL inte betydde så mycket för dem och denna grupp består främst av passiva medlemsföretag eller stora företag som inte har så stor nytta av SMILs verksamhet.

Lite mer än vad tredje tillfrågad har någon gång deltagit i ENP, medan deltagandet har varit lägre för utvecklingsprogrammen och managementgrupperna. Cirka 60 procent av respondenterna har någon gång deltagit i Träffpunkt SMIL samt SMIL seminarium. Deltagarantalet är lägre för fokusgrupperna samt Höstkonferensen. I undersökningen är det få av de svarande som har svarat att de inte känner till de olika programmen samt nätverksaktiviteterna, vilket ses som om SMILs medlemsföretag besitter en relativt god kännedom om SMILs verksamhet. Av de medlemsföretag som någon gång har deltagit i SMILs program och nätverksaktiviteter är 92 respektive 88 procent av dessa positivt eller mycket positivt inställda till dessa. Det är framförallt värdefull och ny input i det egna företaget som nämns som den största positiva faktorn. Majoriteten, 66 stycken respondenter av 94 svarande uppskattar att de deltar i SMILs verksamhet 1 till 5 gånger per år.

Om vi ser till medelvärdet för SMILs betydelse för företagets tillväxt och utveckling finner vi det på positionen 2,2 på den femgradiga skalan, vilket visar att majoriteten av medlemsföretagen anser att SMIL inte har haft så stor inverkan på det egna företags utveckling och tillväxt. Om vi ser till medelvärdet för fråga 7, "Hur stor betydelse tror du att SMIL, på en skala 1-5 kommer att ha för ditt företags tillväxt och utveckling i framtiden?", kan vi konstatera att det är 0,1 högre än ovanstående medelvärde vilket visar att respondenterna i genomsnitt tror att SMIL kommer att ha ungefär lika stor inverkan i framtiden gällande medlemsföretagens tillväxt och utveckling. Gällande SMILs betydelse för medlemsföretagens kontaktskapande med andra företag finner vi medelvärdet precis i mitten på den femgradiga skalan, vilket visar bilden av respondenternas syn på denna frågan relativt bra om vi ser till figur 8 där det är en relativt jämn utspridning ut mot ytterligheterna, "ingen betydelse" samt "mycket stor betydelse".

Knappt hälften att de tillfrågade anser att de saknar något i SMILs verksamhet så som den bedrivs idag, men det är en stor variation på vad respondenterna anser att de saknar och kanske är det beviset på att SMILs verksamhet i det stora hela bedrivs på ett bra vis idag, men med några finjusteringar kan det bli ännu bättre.

Som avslutning vill SKILL återigen betona det positiva med att trots att respondenterna är mycket upptagna människor har de varit mycket tillmötesgående gällande att genomföra en telefonintervju. Detta är något som ses som positivt utifrån SMILs räkning (SMIL engagerar) men även utifrån resultatets tillförlitlighet. Bortfallet har varit relativt sett lågt både för viljan/möjligheten att genomföra en telefonintervju samt bortfallet under intervjuandets gång.

Bilaga 1

SMIL - medlemsundersökning

Företag:

Respondent:

Telefonnummer:

Hej! Mitt namn är Anna Sundberg och jag genomför just nu en undersökning för SMIL angående medlemmarnas syn på SMIL:s verksamhet som den bedrivs idag. Jag undrar därför om du skulle kunna tänka dig att delta genom att svara på några frågor angående din och ditt företags syn på SMIL? Intervjun kommer maximalt att ta 10 minuter och dina svar kommer att behandlas helt konfidentiellt, d.v.s. ditt egna samt företagets namn kommer inte att nämnas i den slutliga rapporten.

1) Vad är SMIL för dig och ditt företag?

2) Varför anser du att ditt företag är med i SMIL?

3a) Deltar/alternativt har ditt företag deltagit i SMIL:s program? (*entreprenörskaps- och nyföretagarprogram, utvecklingsprogram och managementgrupper, ex förhandlingsteknik, business to business & styrelsearbete*)

*Om ja;
Vilka?*

3b) Deltar/alternativt har ditt företag deltagit i SMIL:s nätverksaktiviteter? (*träffpunkt SMIL, SMIL seminarier, fokusgrupper och höstkonferensen*)

*Om ja;
Vilka?*

Program	Deltar	Deltagit	Ej deltagit i	Känner ej till
ENP				
Utvecklingsprogram				
Managementgrupper				
Nätverksaktiviteter				
Träffpunkt SMIL				
SMIL seminarier				
Fokusgrupper				
Höstkonferens				

Om respondenten verkar ha bristande information om SMIL:s verksamhet;
 Känner du att du och ditt företag har tillräckligt med vetskap om SMIL:s verksamhet?

Om nej;
 Skulle det vara okej om SMIL kontaktade dig samt sände över lite information om sin verksamhet? Dina svar i telefonintervjun kommer att behandlas konfidentiellt.

4) Hur många gånger per år uppskattar du att ditt företag deltar i SMIL:s verksamheter?

0ggr 1-5ggr 6-10ggr 11-15ggr 16<ggr

Om respondenten svarat ja på fråga 3a;

5a) Hur uppfattar du ditt företags deltagande i SMIL:s program? (*entreprenörskaps- och nyföretagarprogram, utvecklingsprogram och managementgrupper, ex förhandlingsteknik, business to business & styrelsearbete*)

Om respondenten svarat ja på fråga 3b;

5b) Hur uppfattar du ditt företags deltagande i SMIL:s nätverksaktiviteter? (*träffpunkt SMIL, SMIL seminarier, fokusgrupper och höstkonferensen*)

	Mycket positivt	Positivt	Varken positivt eller negativt	Negativt	Mycket negativt	Känner ej till
Program						
Nätverksaktiviteter						

Följdfråga beroende på ovanstående svar;

Vad uppfattar/uppfattade du och ditt företag som negativt med SMIL:s program?

Vad uppfattar/uppfattade du och ditt företag som positivt med SMIL:s program?

Vad uppfattar/uppfattade du och ditt företag som negativt med SMIL:s nätverksaktiviteter?

Vad uppfattar/uppfattade du och ditt företag som positivt med SMIL:s nätverksaktiviteter?

6) Hur stor betydelse anser du att SMIL, på en skala 1-5 har haft för ditt företags tillväxt och utveckling? *1= ingen betydelse 5=mycket stor betydelse*

7) Hur stor betydelse tror du att SMIL, på en skala 1-5 kommer att ha för ditt företags tillväxt och utveckling i framtiden? *1= ingen betydelse 5=mycket stor betydelse*

8) Hur stor betydelse anser du att SMIL, på en skala 1-5 har haft på ditt företags möjlighet att skapa kontakter med andra företag? *1= ingen betydelse 5= mycket stor betydelse*

9) Saknar du något i SMIL:s verksamhet?

Om ja;

Vad saknar du?

Tusen tack för att du tog dig tid att svara på mina frågor.