

# Uppföljning SWOT

Presentation av enkätresultat 2010

Näringslivet FalunBorlänge



# Antal svar per kategori

- Målgrupp: Näringslivet FalunBorlänges medlemsföretag
- Urval: En kontaktperson per medlemsföretag
- Metod för datainsamling: E-postutskick
- Period för genomförande: April 2010
- Antal svar per kategori:

| Variabel               | Antal svarande | Antal skickade | Svarsfrekvens |
|------------------------|----------------|----------------|---------------|
| <b>Antal anställda</b> |                |                |               |
| 0-1                    | 62             | 158            | 39%           |
| 2-10                   | 56             | 182            | 31%           |
| 11-50                  | 43             | 111            | 39%           |
| Fler än 50 anställda   | 15             | 37             | 41%           |
| <b>Kommun</b>          |                |                |               |
| Falun                  | 103            | 296            | 35%           |
| Borlänge               | 66             | 161            | 41%           |
| Annan                  | 7              | 31             | 23%           |
| <b>Medlemstid</b>      |                |                |               |
| 0-1 år                 | 97             | 282            | 34%           |
| 2-5 år                 | 25             | 63             | 40%           |
| 6 år eller mer         | 54             | 143            | 38%           |
| <b>Totalt</b>          | <b>176</b>     | <b>488</b>     | <b>36%</b>    |

# Samtliga frågor 1 (2)

BPI = betyg med prioriteringsindex B = betyg, AE = alternativ enval, AF = alternativ flerval

## Frågeområde: Verksamhetsområden

*NFB verkar inom två verksamhetsområden. Vi ber dig att här bedöma hur viktigt du anser det är att NFB verkar inom området och hur nöjd du är med NFB:s arbete inom området*

(Betyg med prioriteringsindex, vikt 3-gradig skala: 1= Mindre viktigt 2= Viktigt 3= Mycket viktigt. Betyg 5-gradig skala: 1= Mycket missnöjd, 5= Mycket nöjd)

- BPI 1. Näringslivets röst.** *NFB är näringslivets röst dels genom att skapa debatt och dels genom att vara en resurs för det kommunala beslutsfattandet i frågor som berör och påverkar näringslivet i FalunBorlänge.*
- BPI 2. FalunBorlänges företagsnätverk.** *NFB verkar för att våra medlemsföretag får möjlighet att träffas, utbyta erfarenheter och göra affärer. NFB verkar för behovsrelaterad kompetensutveckling och jobbar med kompetensförsörjning till företagen genom att driva projekt med konkret nytta för våra medlemmar och FalunBorlänge.*

## Frågeområde: SWOT

(Alternativ, flerval)

- AF 3. Markera de faktorer nedan som du i nuläget anser är NFB:s största STYRKOR.** *Markera MAX FYRA alternativ.*
- AF 4. Markera de faktorer nedan som du i nuläget anser är NFB:s största SVAGHETER.** *Markera MAX FEM alternativ.*
- AF 5. Markera de faktorer nedan som du anser är NFB:s största MÖJLIGHETER i framtiden.** *Markera MAX SJU alternativ.*
- AF 6. Markera de faktorer nedan som du anser är de största HOTEN mot NFB i framtiden.** *Markera MAX FYRA alternativ.*

## Samtliga frågor 2 (2)

BPI = betyg med prioriteringsindex B = betyg, AE = alternativ enval, AF = alternativ flerval

### Frågeområde: Övriga frågor

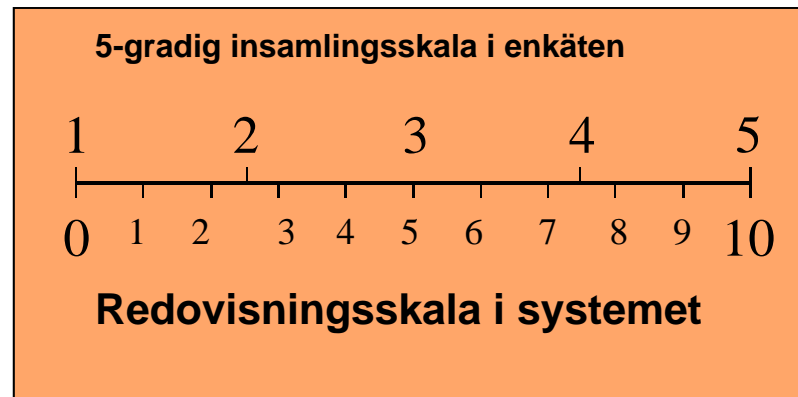
- AE 7. Känner du till projektet FIVE som NFB driver?**  
(Ja, känner till projektet och har en tydlig bild av innehållet  
Ja, har hört namnet men har ingen tydlig bild av innehållet  
Nej)
- B 8. I vilken grad tycker du att NFB är tydliga avseende mål och syften med verksamheten?**  
(1= Inte alls 2= Till liten del 3= Delvis 4= Till stor del 5= Helt)
- B 9. I vilken grad tycker du NFB är tydliga avseende nyttan med medlemskap?**  
(1= Inte alls 2= Till liten del 3= Delvis 4= Till stor del 5= Helt)
- B 10. Hur stor nytta ser du av att vara medlem i NFB?**  
(1= Mycket liten nytta 2= Ganska liten nytta 3= Varken eller 4= Ganska stor nytta 5= Mycket stor nytta)

### Frågeområde: Övriga frågor, forts

- B 11. Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera NFB till någon av dina affärsbekanta?**  
(Betygsfråga, 5-gradig skala: 1= Mycket osannolikt, 2= Ganska osannolikt, 3= Varken eller, 4= Ganska sannolikt, 5= Mycket sannolikt)
- AE 12. Vet du någon eller några affärsbekanta som skulle kunna vara intresserade av medlemskap i NFB som vi kan kontakta? Om du svarar ja, fyll i kontaktuppgifterna till aktuell affärsbekant nedan.**  
(Ja, Nej)

## Hur värderas kundens svar i enkäten?

- När enkätsvaren matas in i analysverktyget redovisas medelvärden för betygsskalor på en skala där 0 är lägsta värde och 10 är högsta värde. Detta görs för att underlätta jämförelse av medelvärden mellan olika frågor, oberoende av vilken mätskala man valt att använda i enkätformuläret.



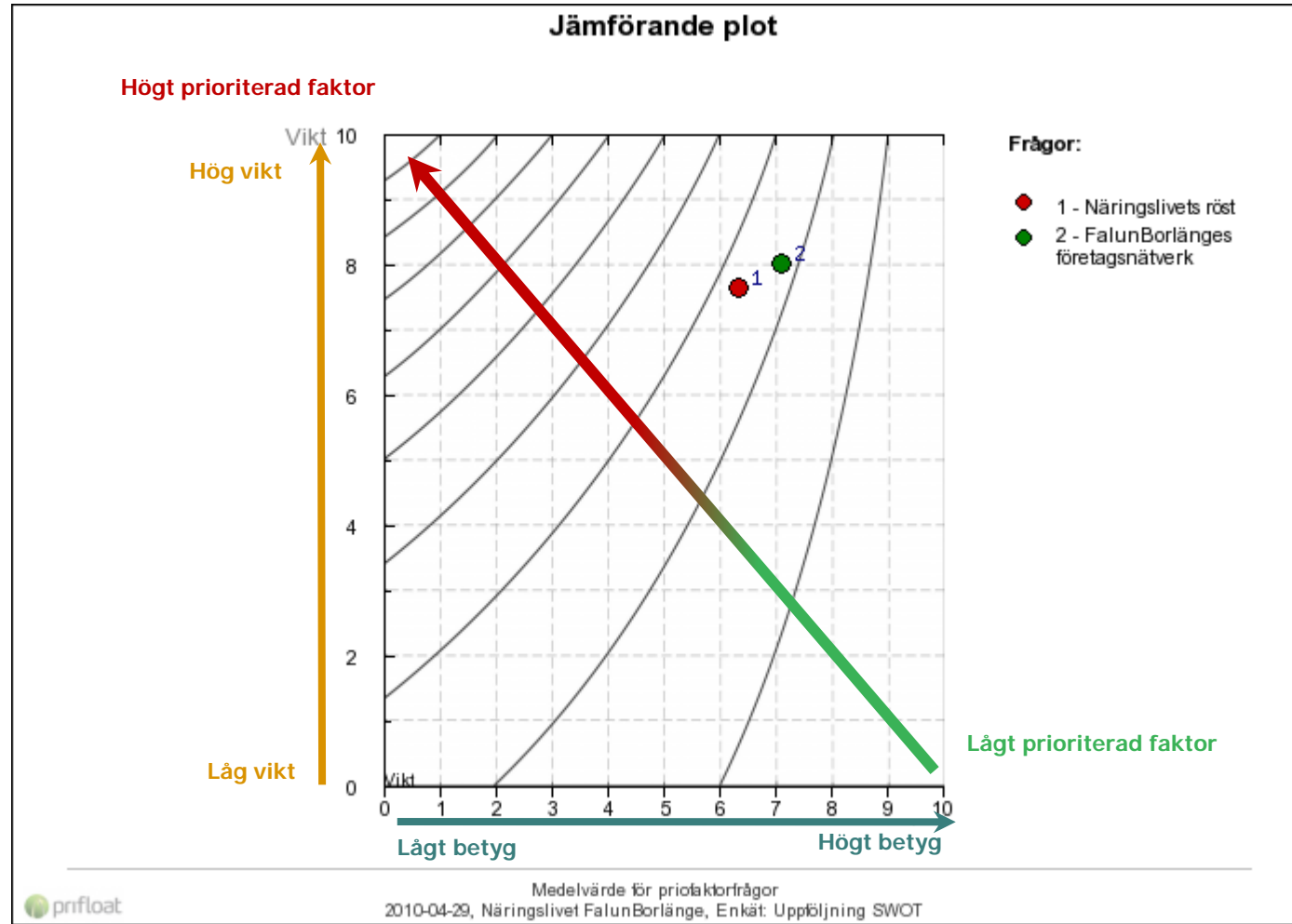
---

# Frågeområde: Verksamhetsområden

# Jämförelse BPI

NFB verkar inom två verksamhetsområden. Vi ber dig att här bedöma hur viktigt du anser det är att NFB verkar inom området och hur nöjd du är med NFB:s arbete inom området

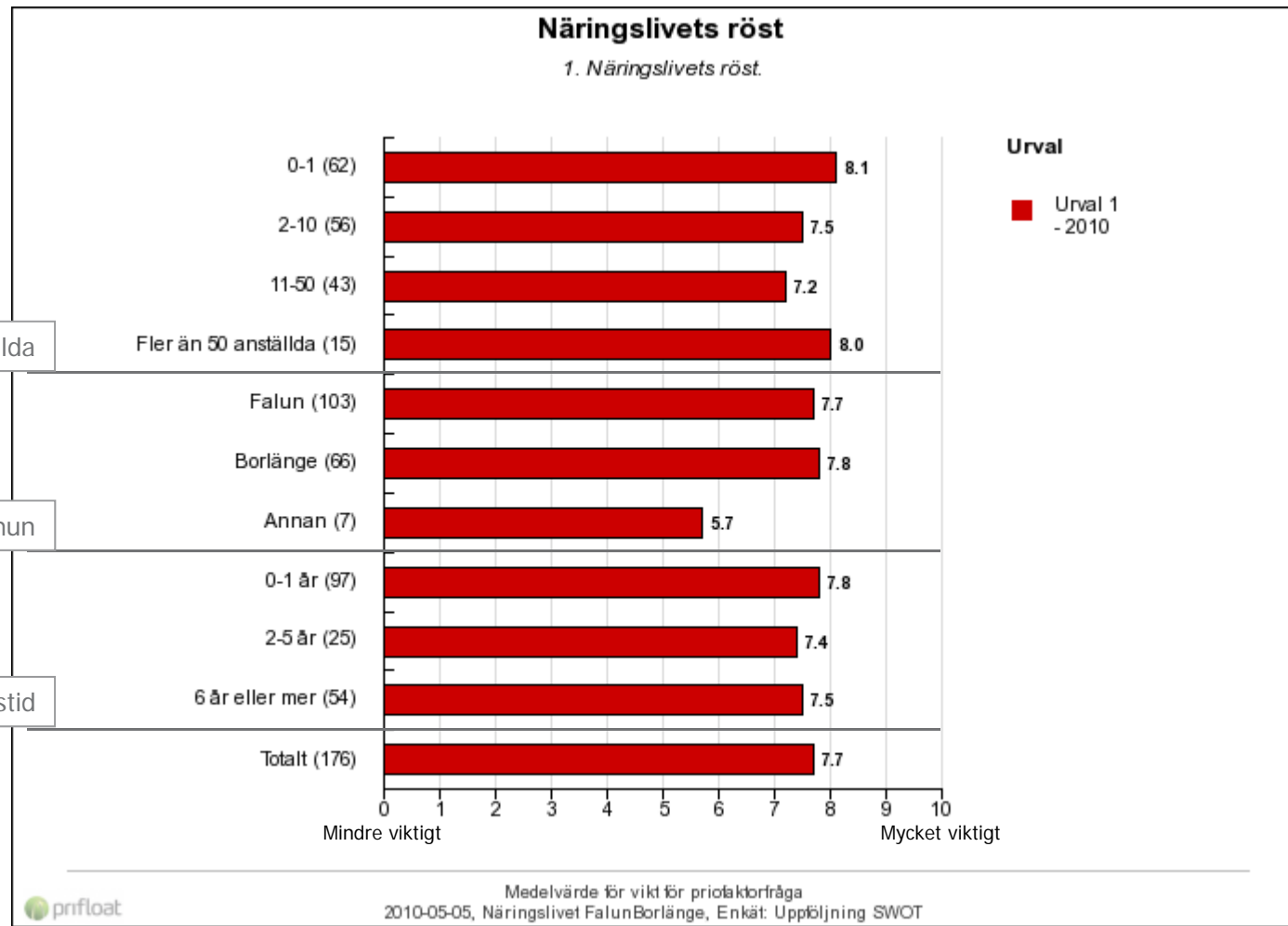
Svarsfördelning, samtliga svarande



# Näringslivets röst

## 1. Näringslivets röst.

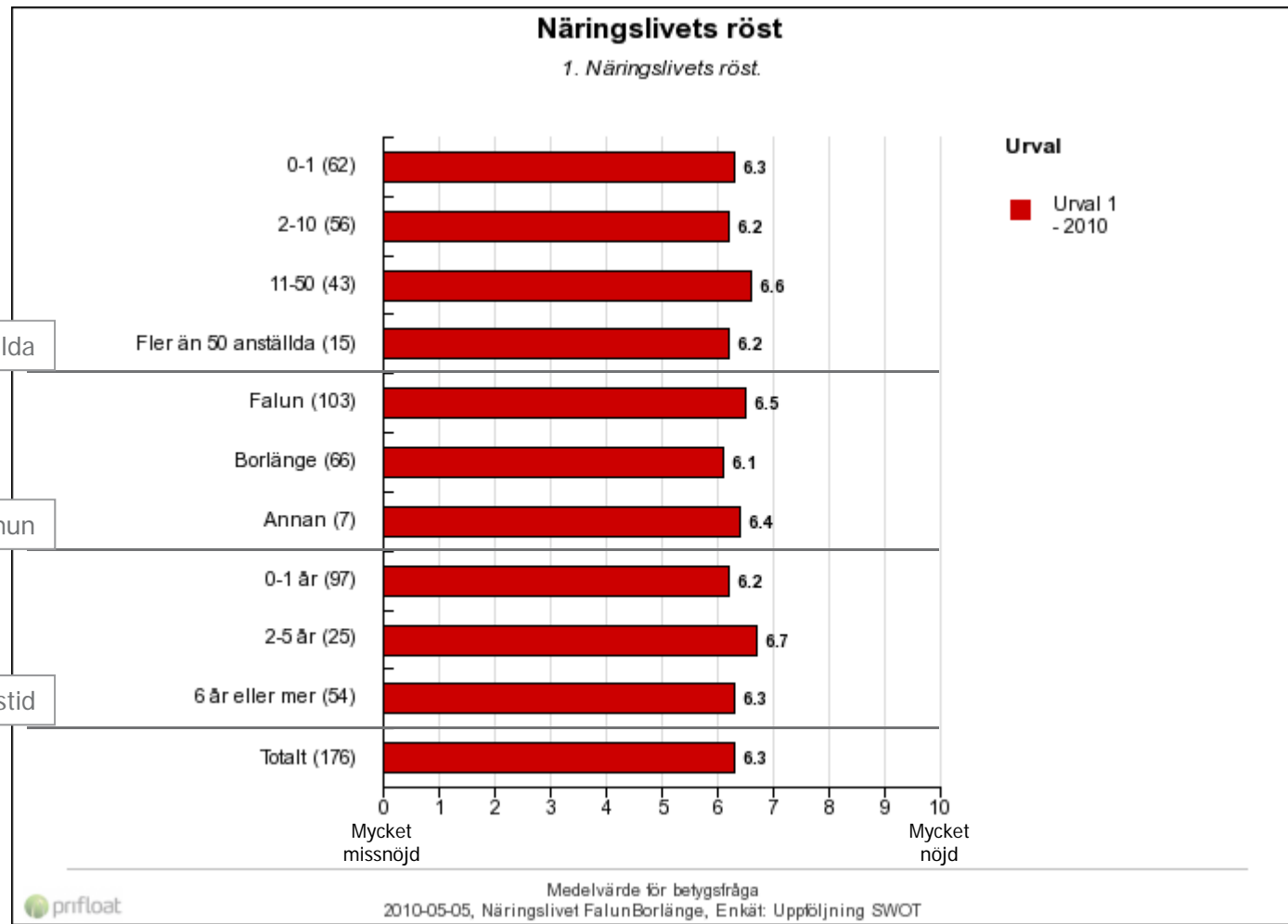
Jämförelse mellan kategorier, medelvärde vikt



# Näringslivets röst

## 1. Näringslivets röst.

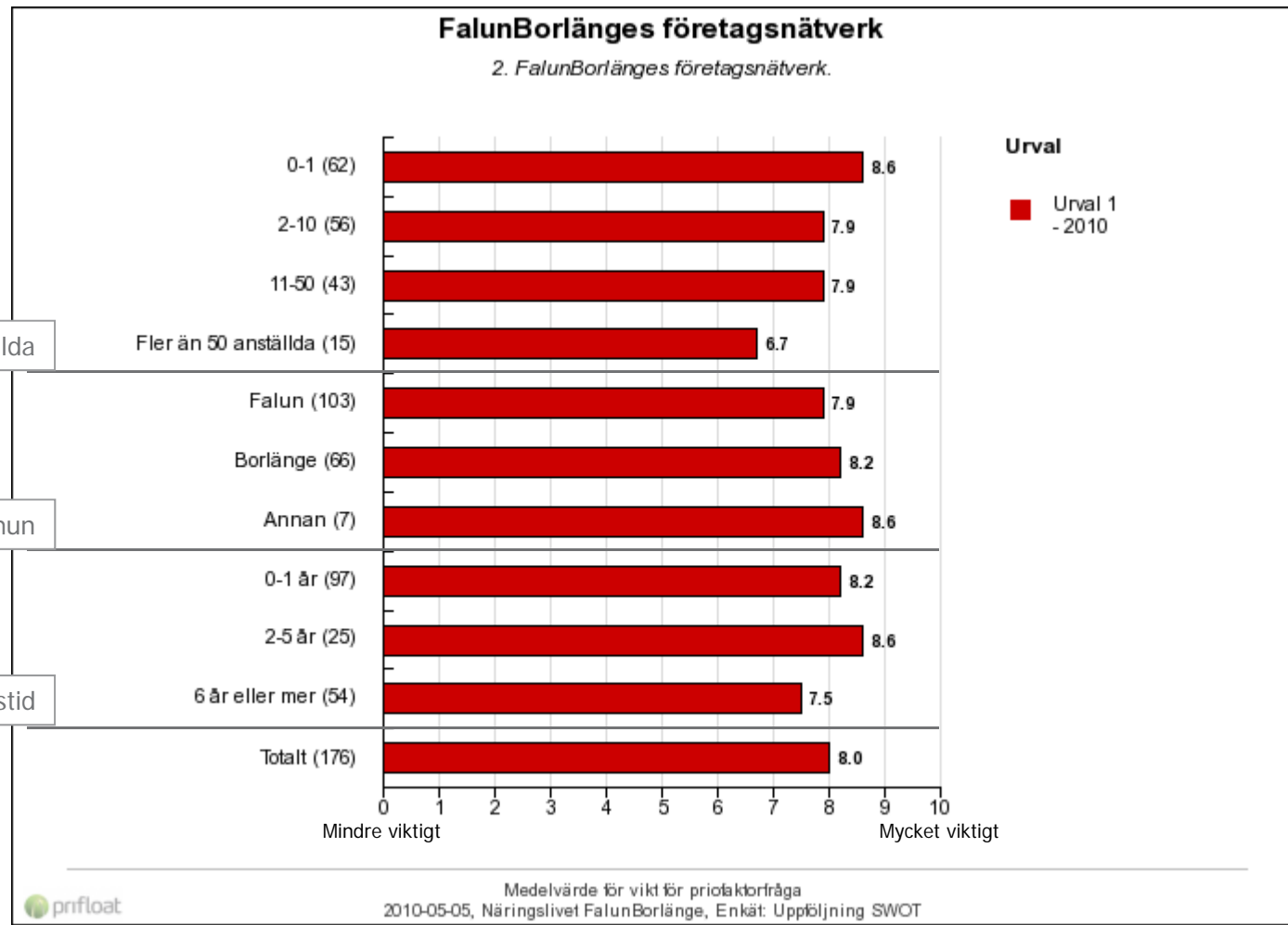
Jämförelse mellan kategorier, medelvärde betyg



# FalunBorlänges företagsnätverk

## 2. FalunBorlänges företagsnätverk.

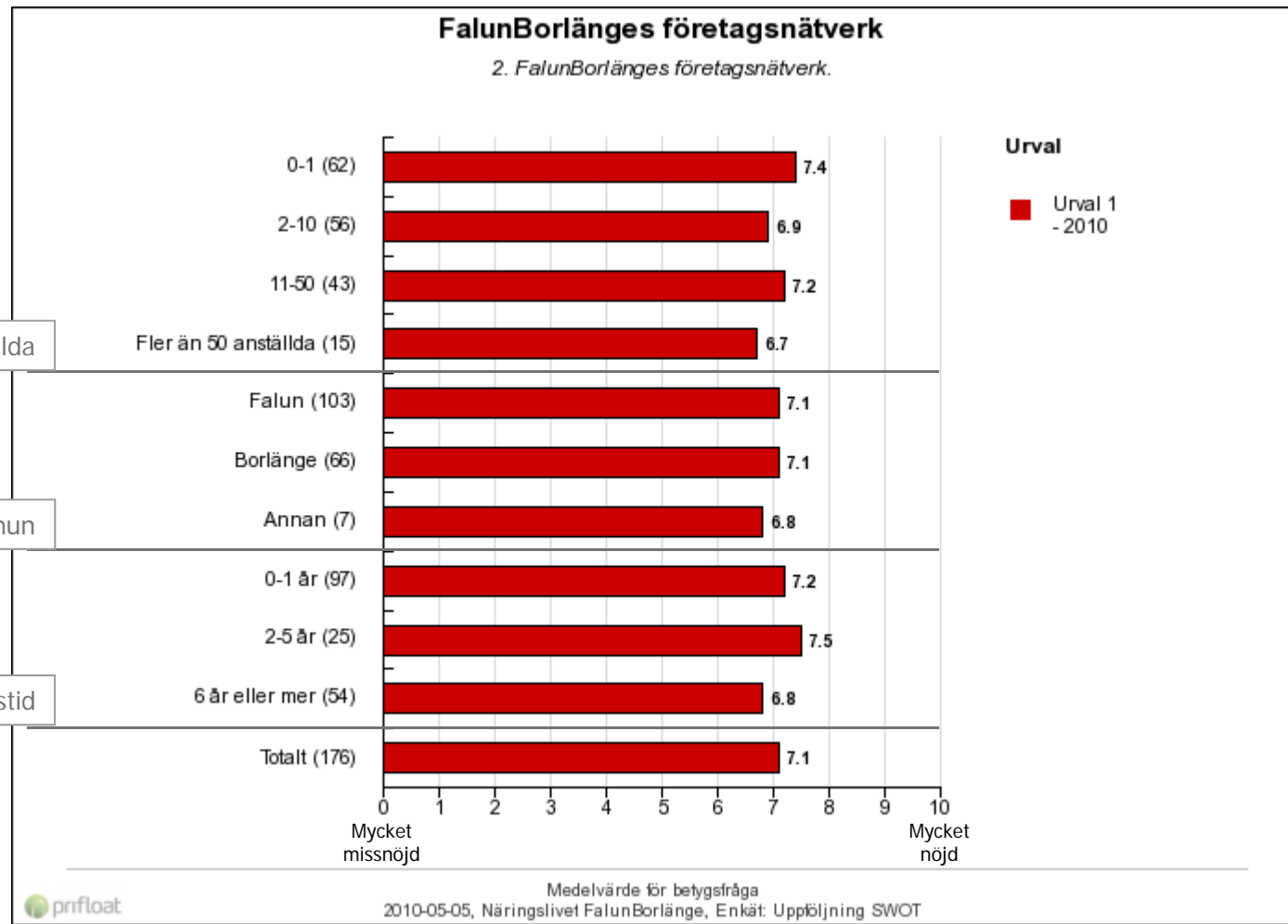
Jämförelse mellan kategorier, medelvärde vikt



# FalunBorlänges företagsnätverk

## 2. FalunBorlänges företagsnätverk.

Jämförelse mellan kategorier, medelvärde betyg



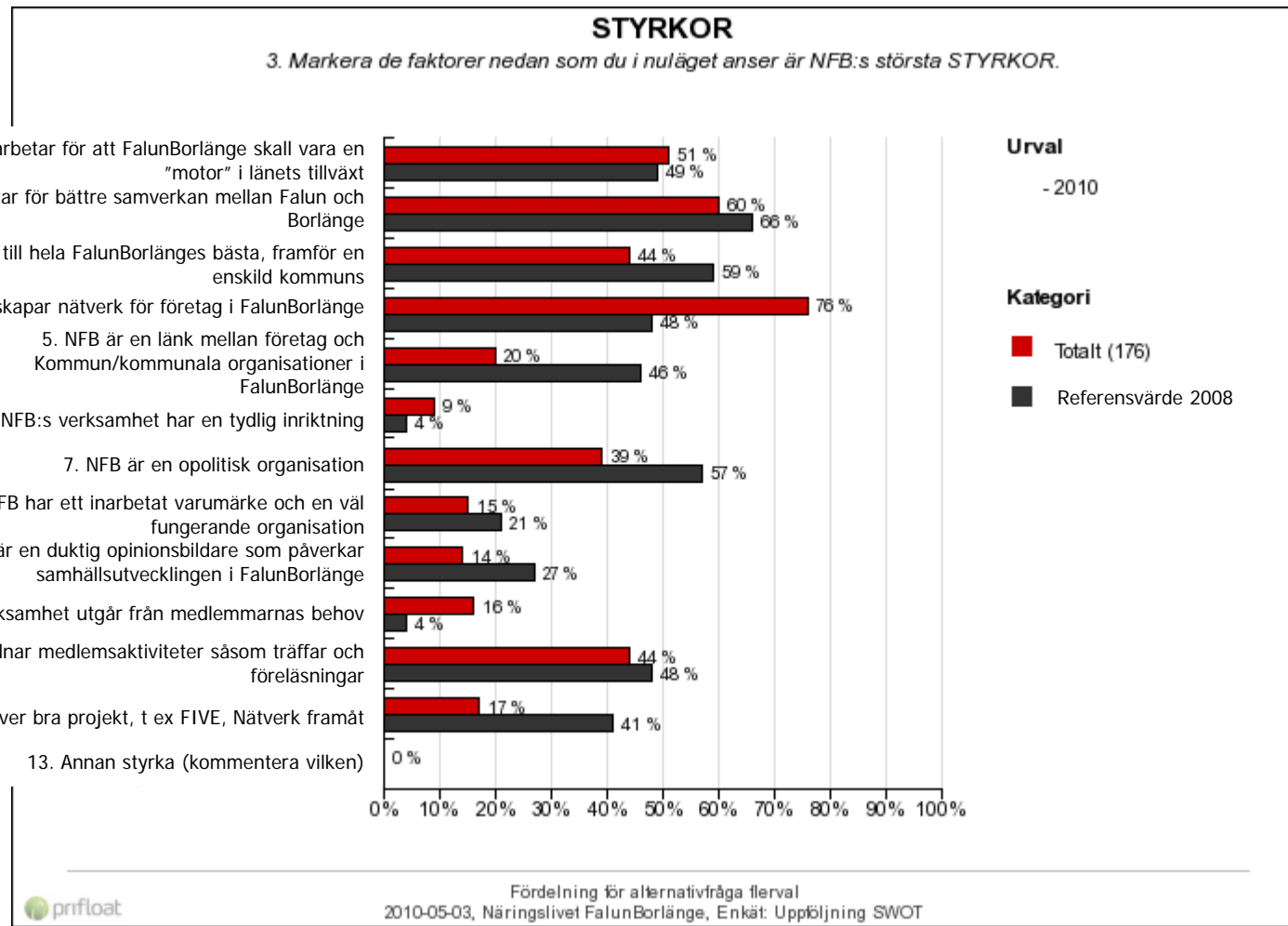
---

# Frågeområde: SWOT

# STYRKOR

3. Markera de faktorer nedan som du i nuläget anser är NFB:s största STYRKOR.

Andel som svarat på respektive alternativ, jämförelse med 2008

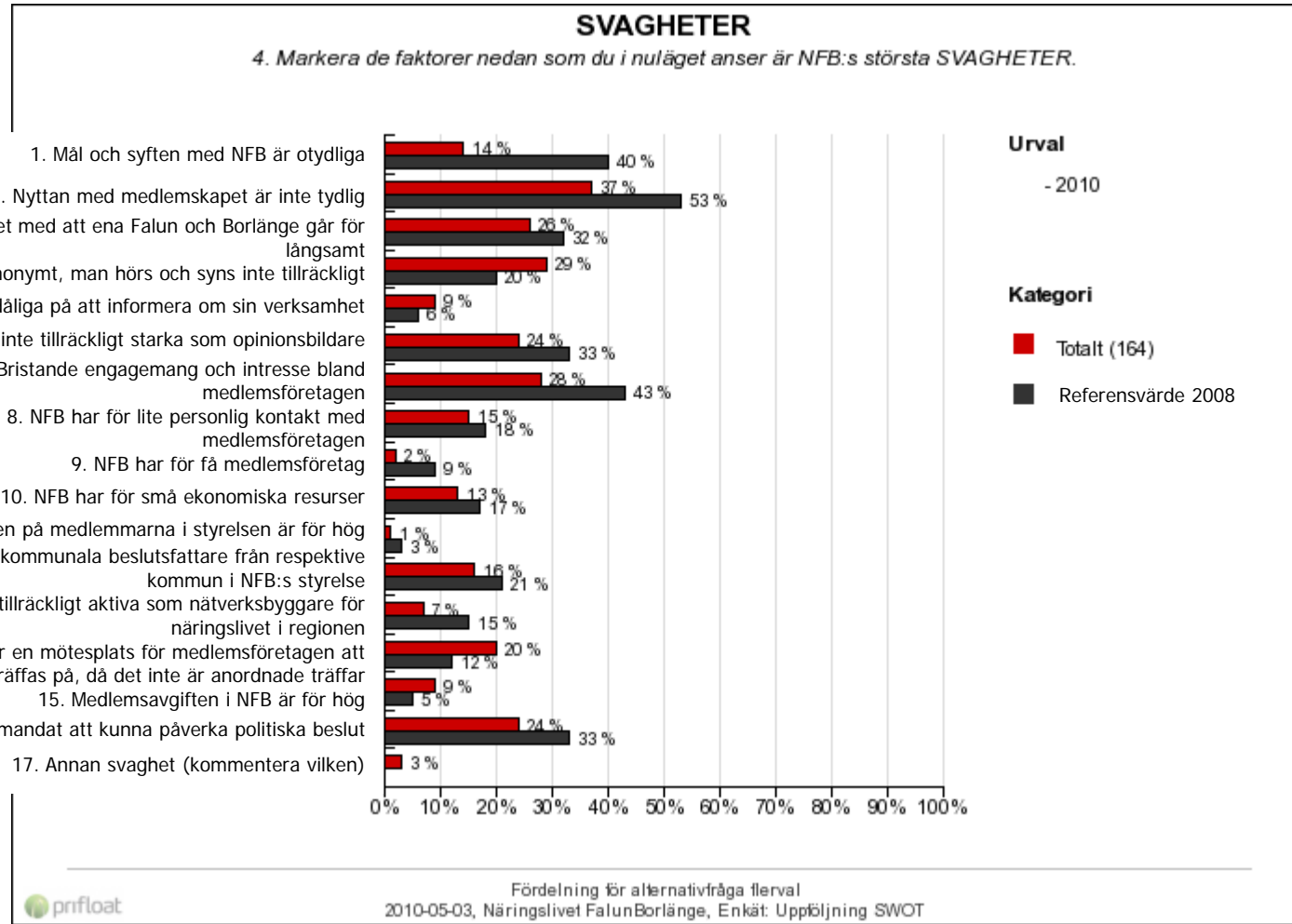


\* Obs, 2008 fick respondenterna markera max 6 alternativ, 2010 endast 4 alternativ. Förändringar jämfört med 2008 års mätning ska därför tolkas med försiktighet

# SVAGHETER

4. Markera de faktorer nedan som du i nuläget anser är NFB:s största SVAGHETER.

Andel som svarat på respektive alternativ, jämförelse med 2008



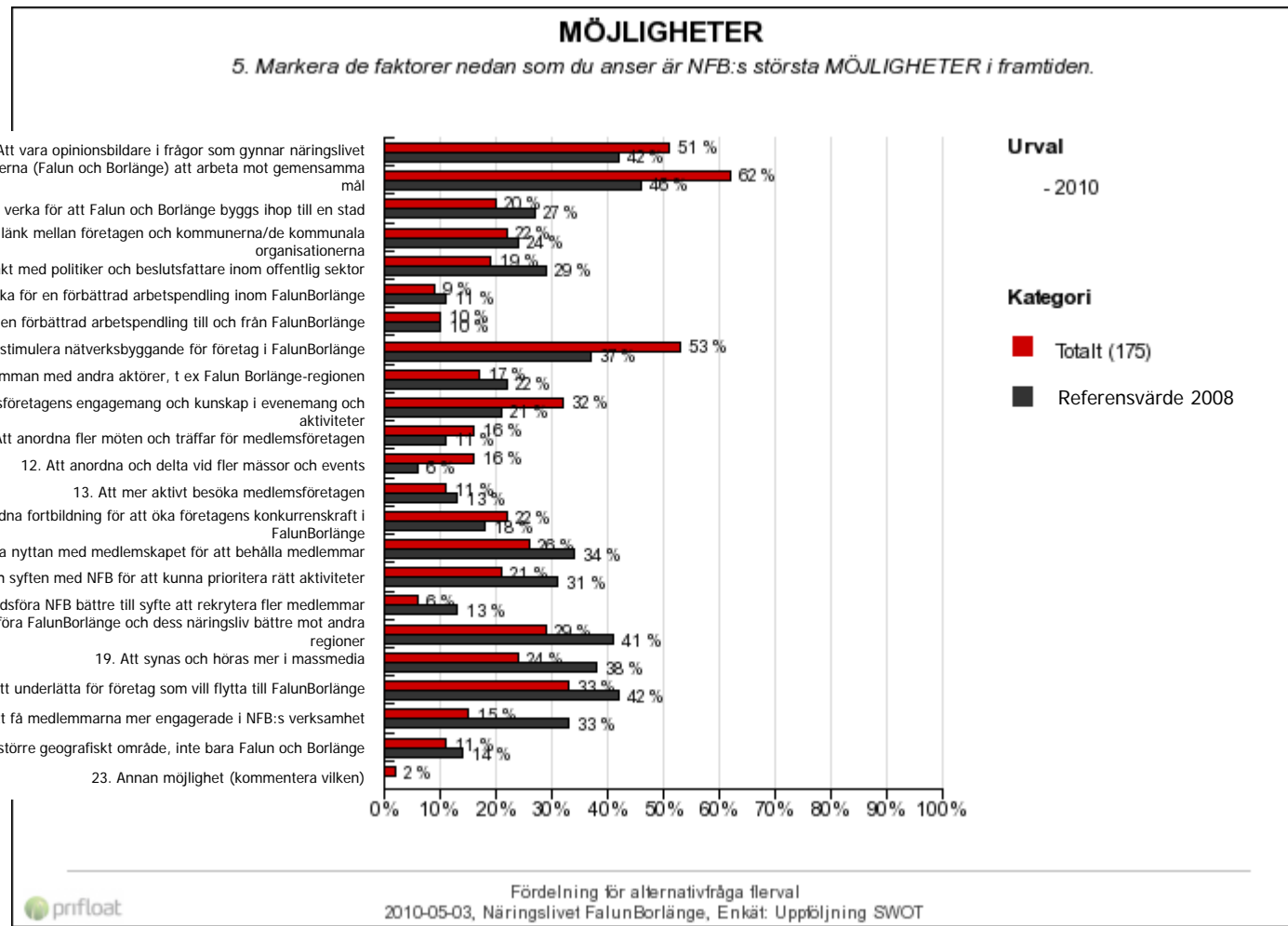
*Kommentarer till alternativ 17. Annan svaghet:*

- Nyss blivit medlem
- Har svårt att hitta något då jag inte varit engagerad så länge.
- För lite info till ensamföretagare
- Man bör inte ta in medlemmar som inte har en anknytning till Dalarna, så att jobben slussas utanför regionen.
- Medlemsavgiften är för hög i förhållande till nyttan.

# MÖJLIGHETER

5. Markera de faktorer nedan som du anser är NFB:s största MÖJLIGHETER i framtiden.

Andel som svarat på respektive alternativ, jämförelse med 2008



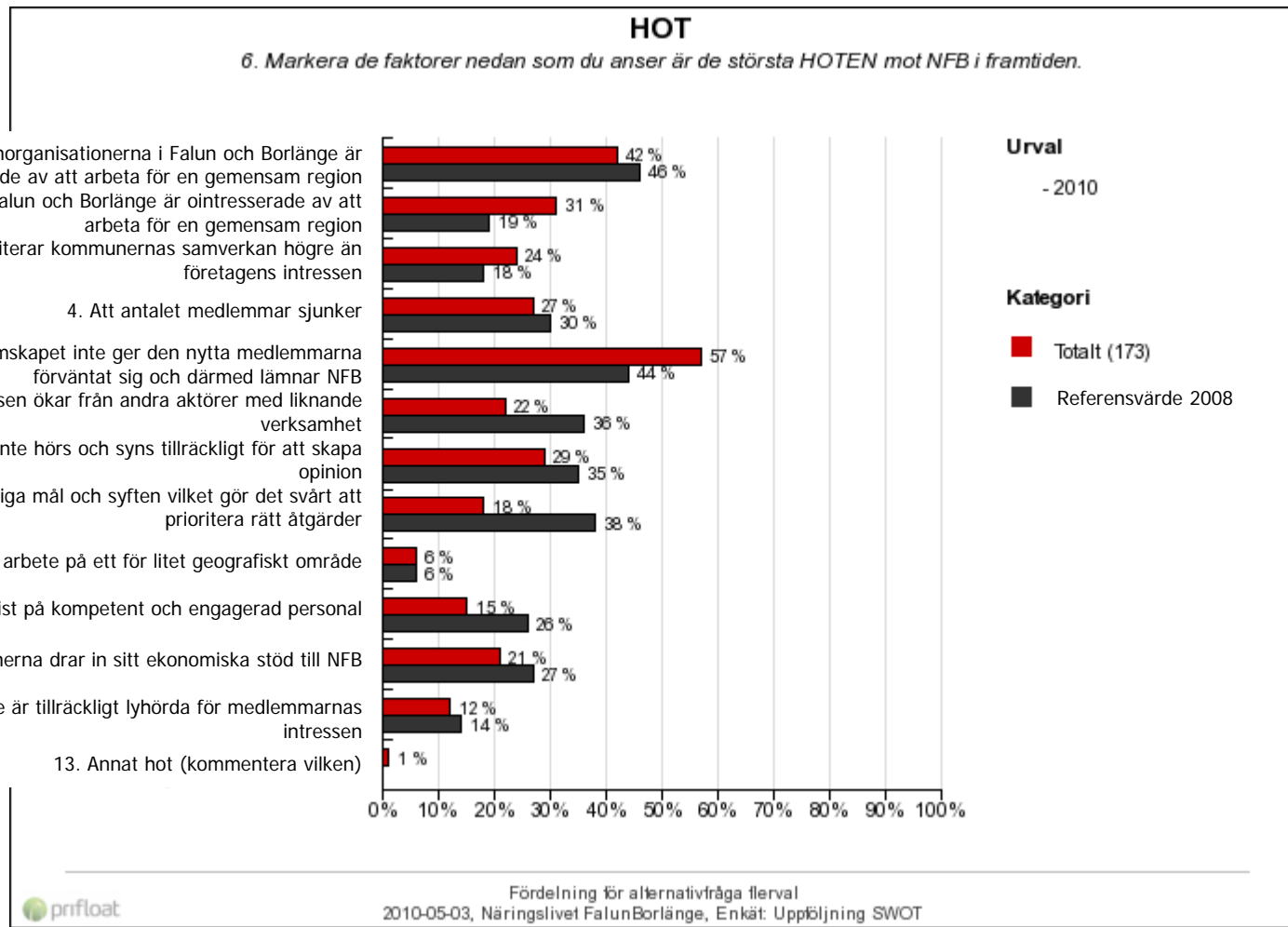
*Kommentarer till alternativ 23. Annan möjlighet:*

- Det finns redan näringslivsansv i de båda kommunerna. Se till att de samarbetar.
- Digital mötesplats för nätverkande
- Jobba med skolan skapa bästa skolorna i Sverige, jobba med projekt som gör att fam företagare vill flytta hit
- Medlems"tidning/utskick" oftare.

# HOT

6. Markera de faktorer nedan som du anser är de största HOTEN mot NFB i framtiden.

Andel som svarat på respektive alternativ, jämförelse med 2008



*Kommentarer till alternativ 13. Annat hot:*

- Vet inte ännu
- Att man ser på kommunerna med bevakande ögon och lägger "näsan i blöt" istället för med samarbetsvilliga och supportande ögon

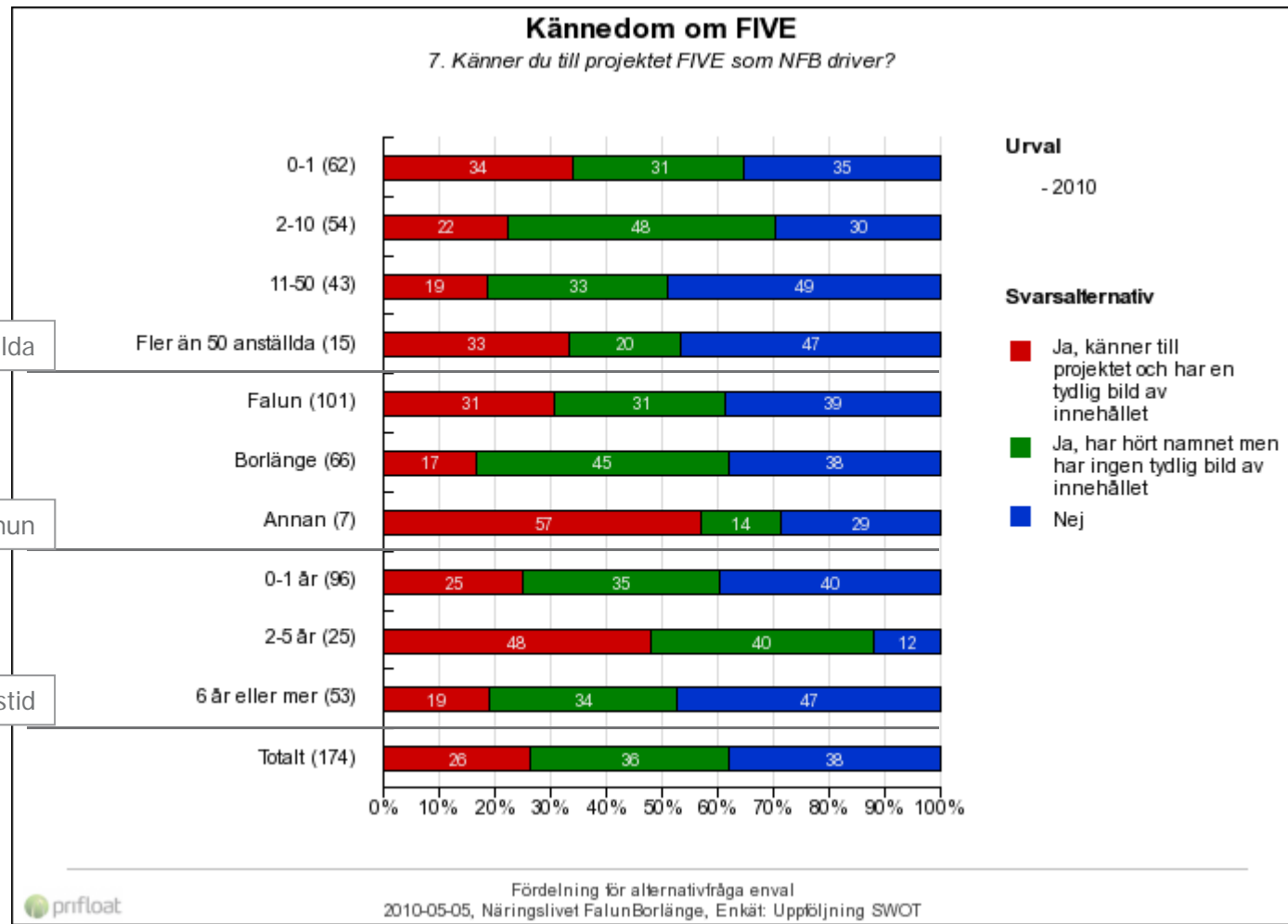
---

# Frågeområde: Övriga frågor

# Kännedom om FIVE

## 7. Känner du till projektet FIVE som NFB driver?

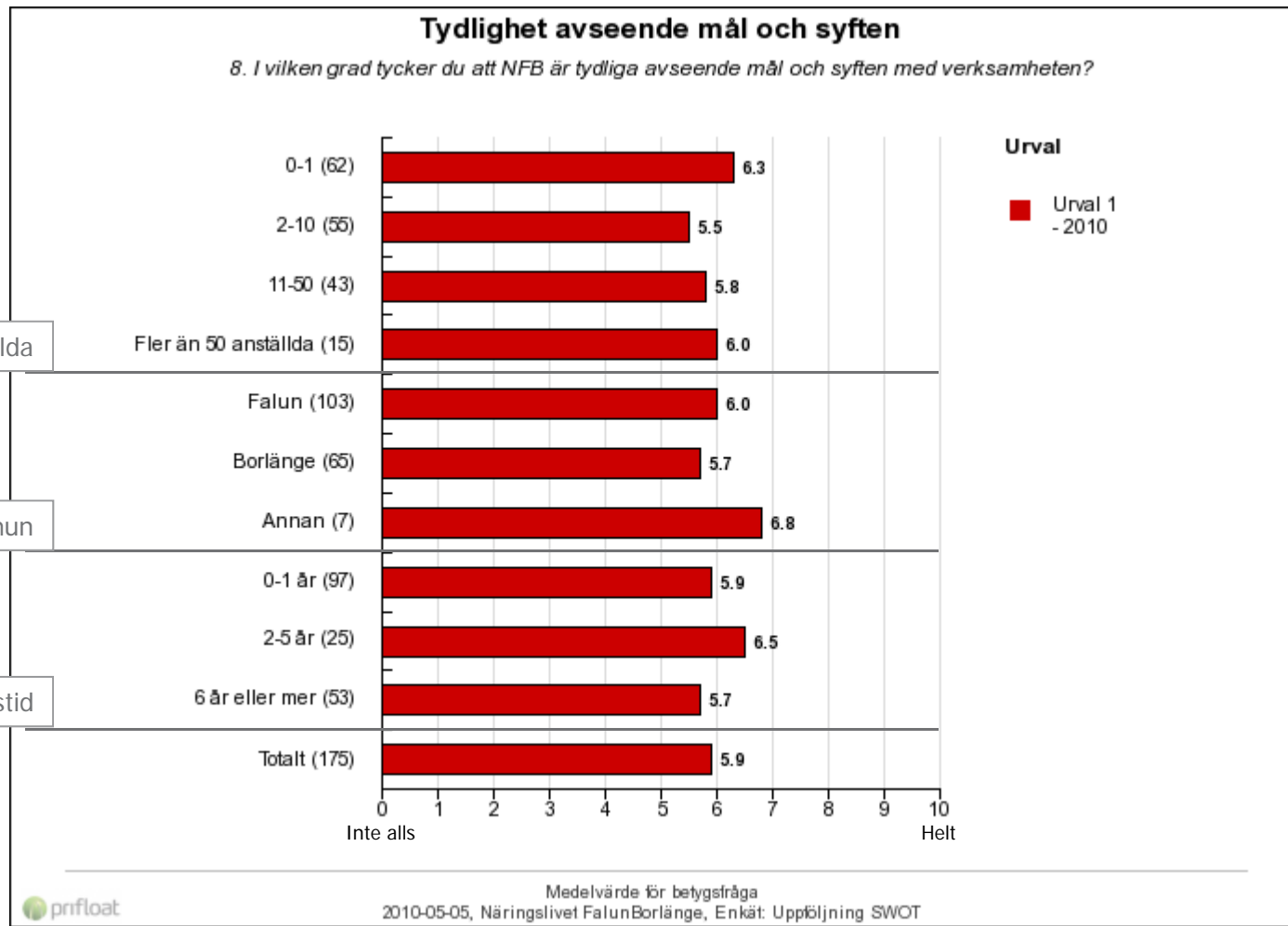
Jämförelse mellan kategorier, andel som svarat på respektive alternativ



# Tydlighet avseende mål och syften

8. I vilken grad tycker du att NFB är tydliga avseende mål och syften med verksamheten?

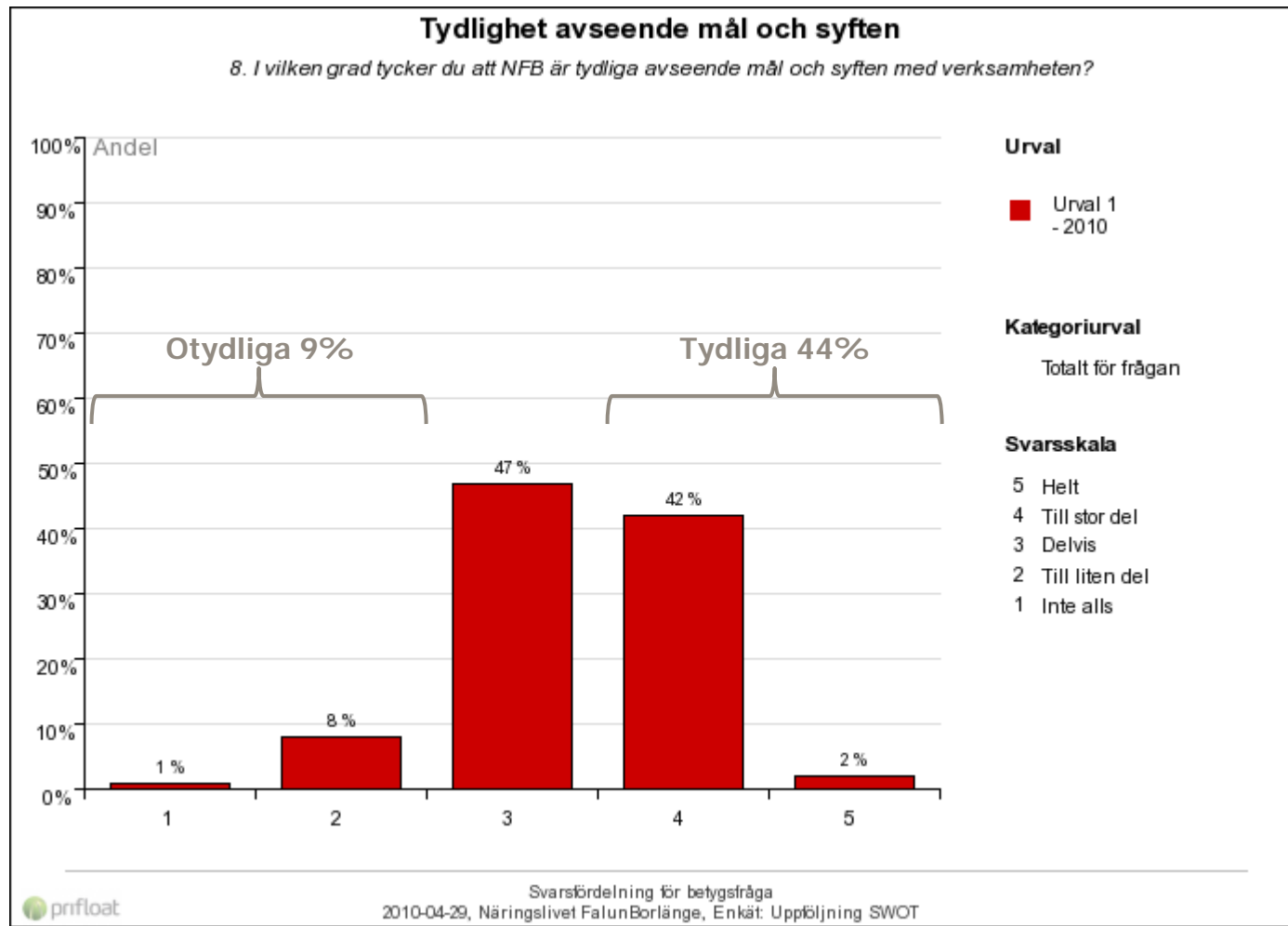
Jämförelse mellan kategorier, medelvärde betygsfrågor



# Tydlighet avseende mål och syften

8. I vilken grad tycker du att NFB är tydliga avseende mål och syften med verksamheten?

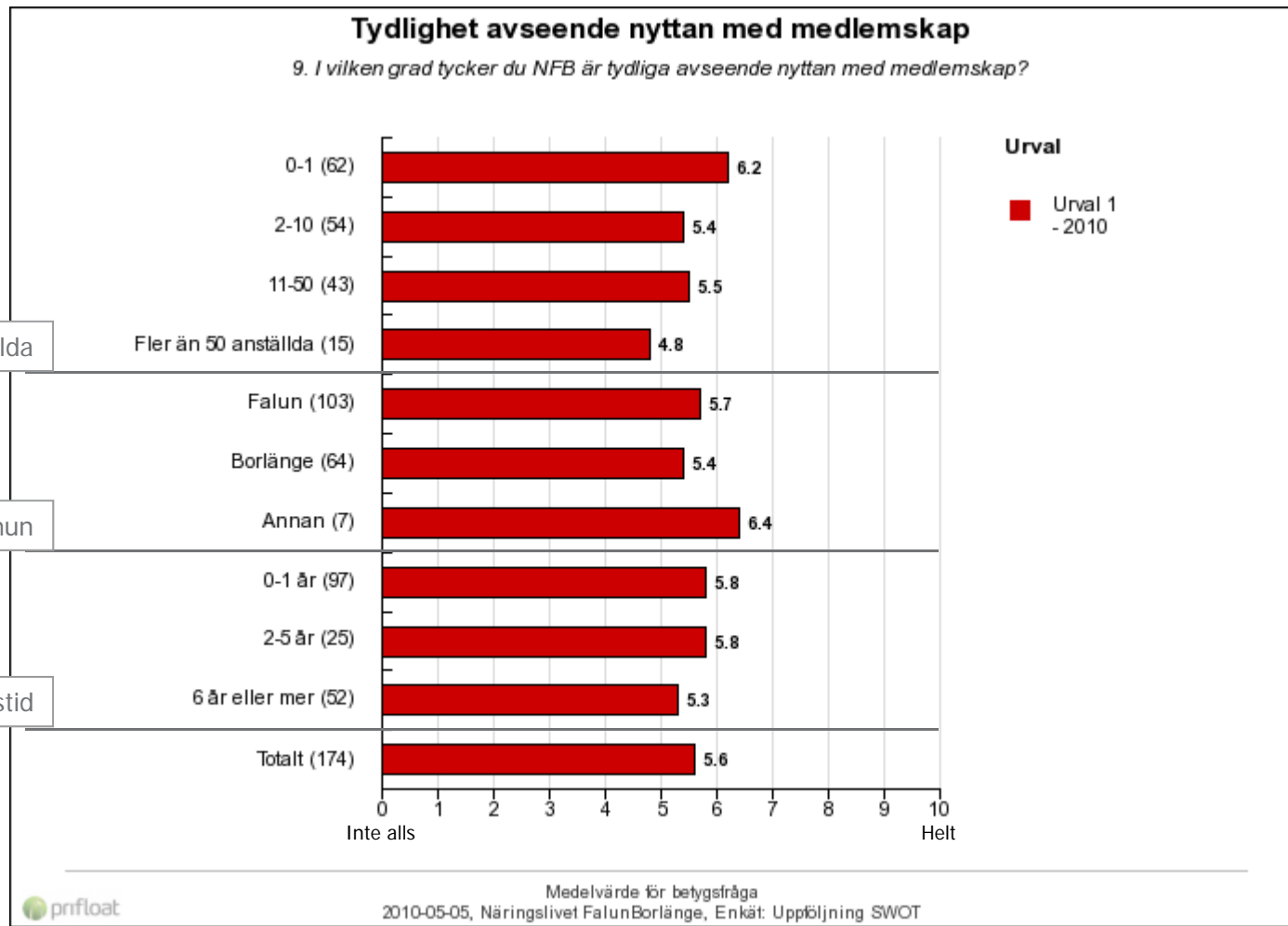
Svarsfördelning, samtliga respondenter



# Tydlighet avseende nyttan med medlemskap

9. I vilken grad tycker du NFB är tydliga avseende nyttan med medlemskap?

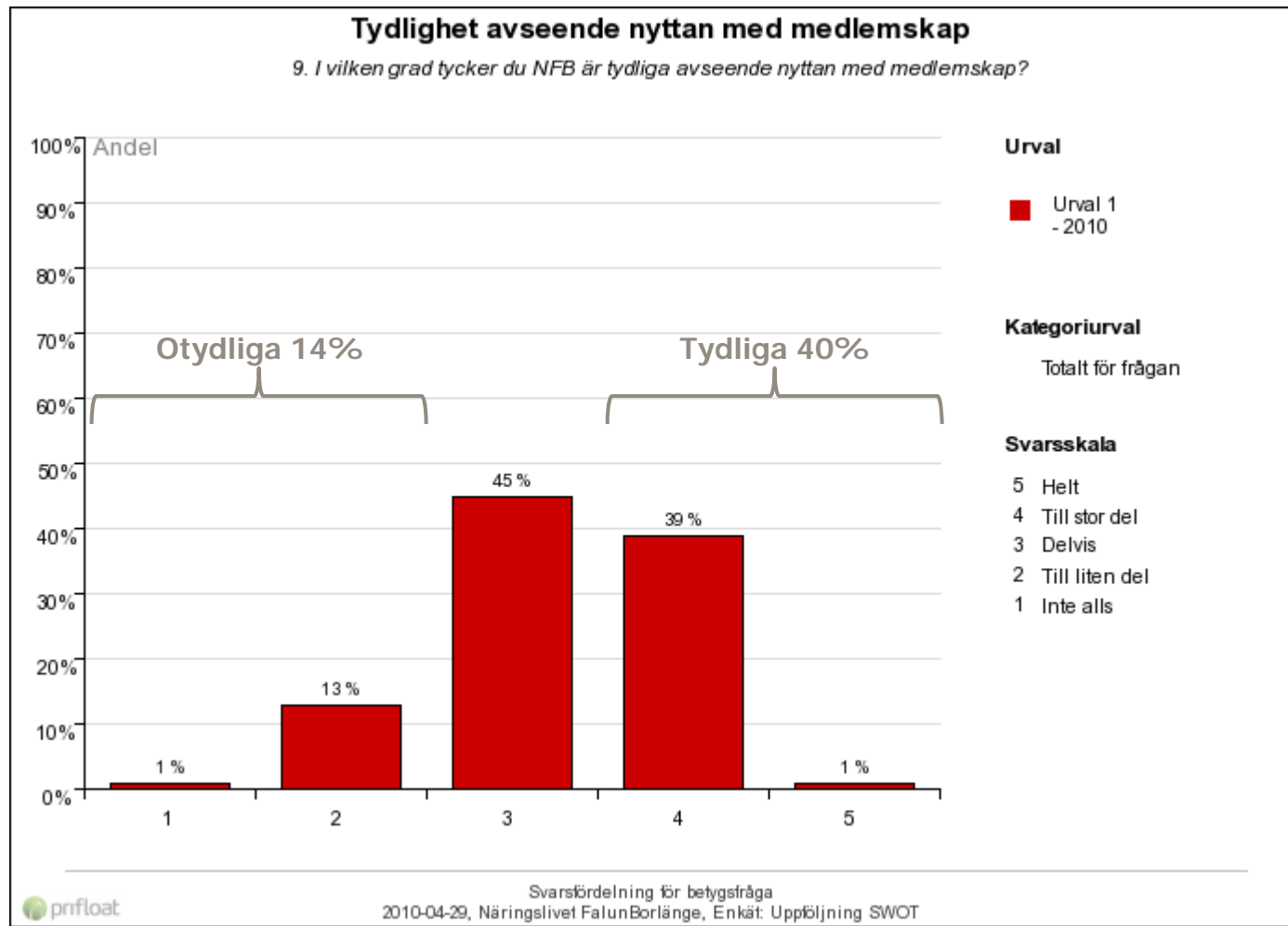
Jämförelse mellan kategorier, medelvärde betygsfrågor



# Tydlighet avseende nyttan med medlemskap

9. I vilken grad tycker du NFB är tydliga avseende nyttan med medlemskap?

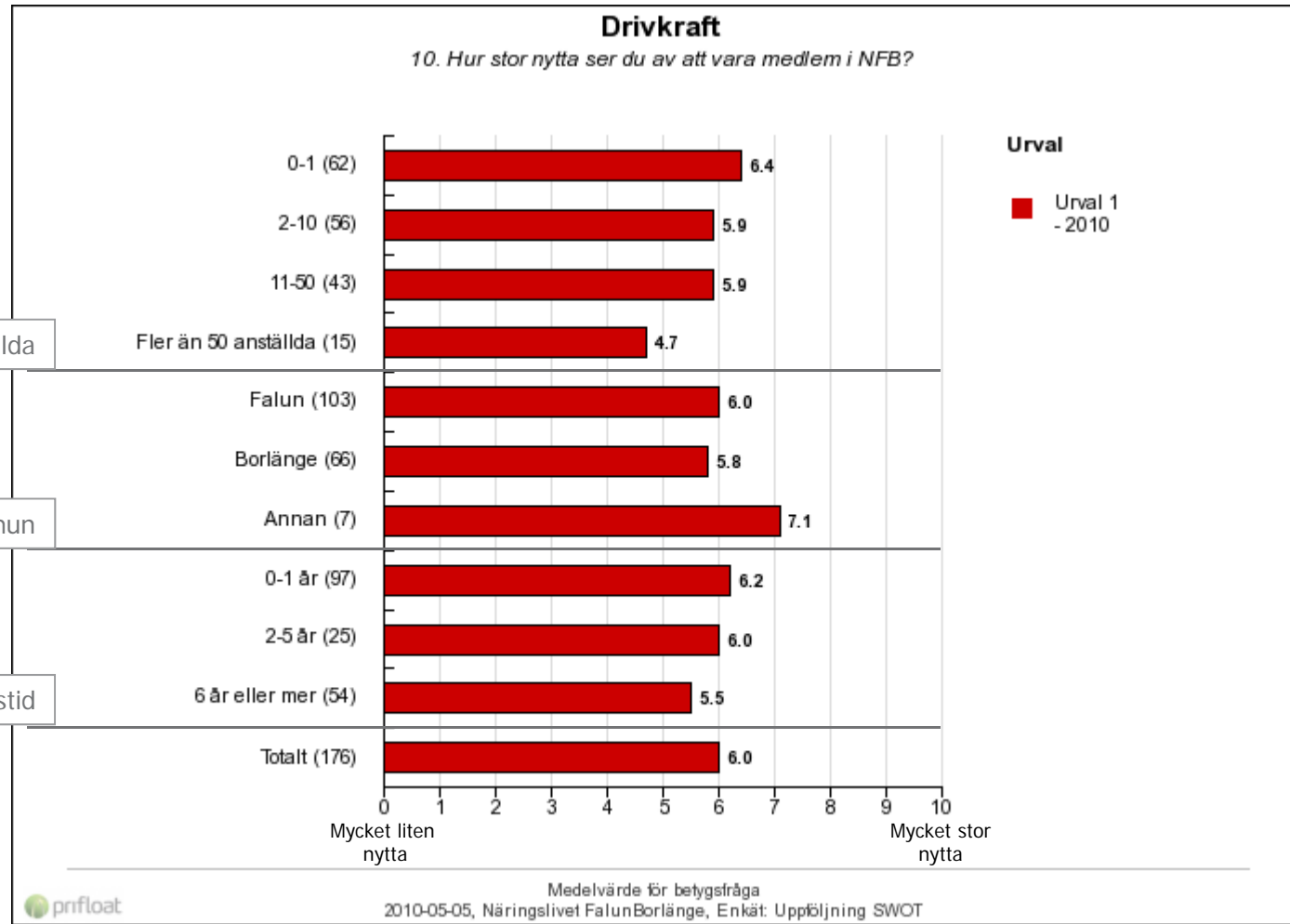
Svarsfördelning, samtliga respondenter



# Drivkraft

## 10. Hur stor nytta ser du av att vara medlem i NFB?

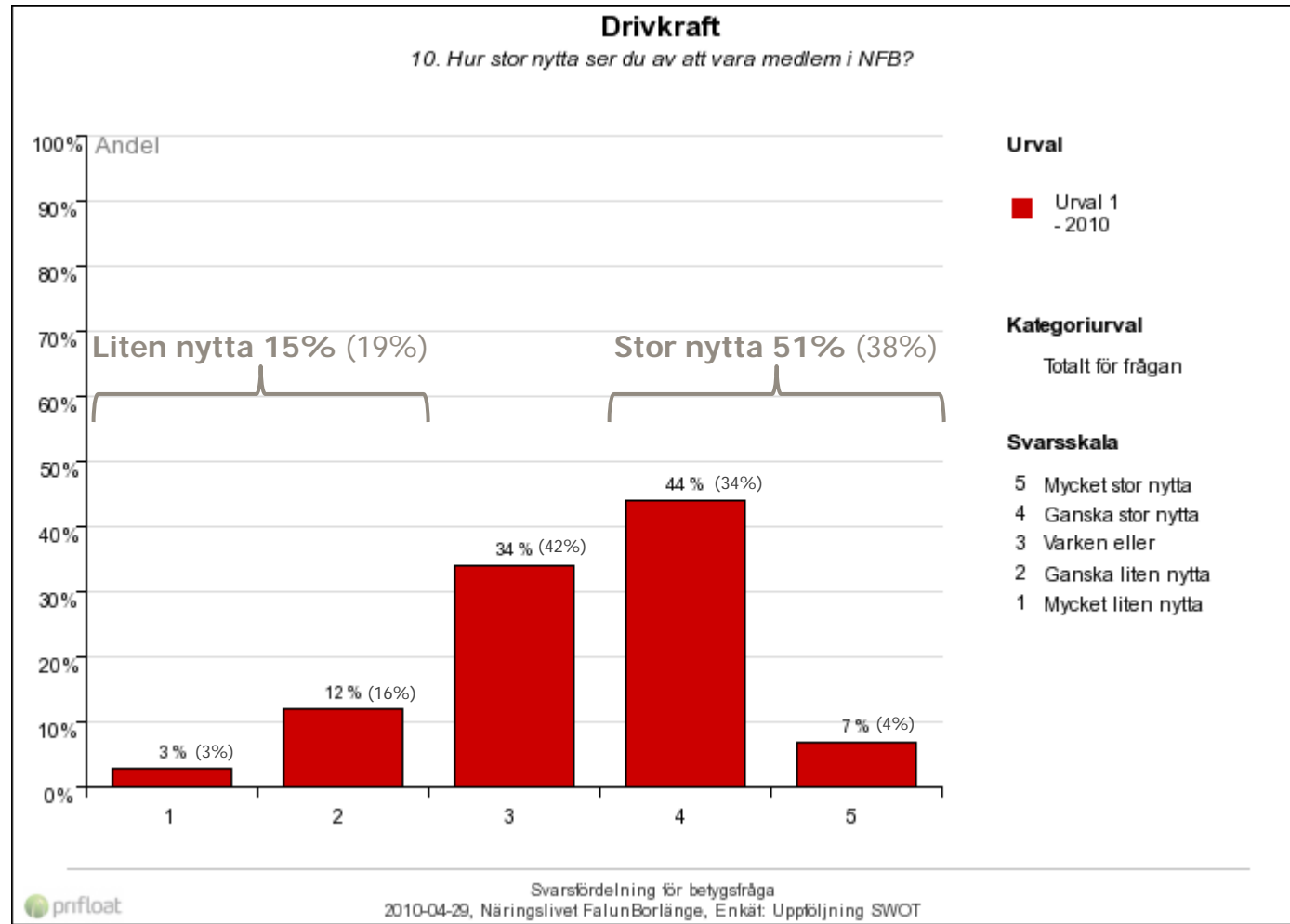
Jämförelse mellan kategorier, medelvärde betygsfrågor



# Drivkraft

## 10. Hur stor nytta ser du av att vara medlem i NFB?

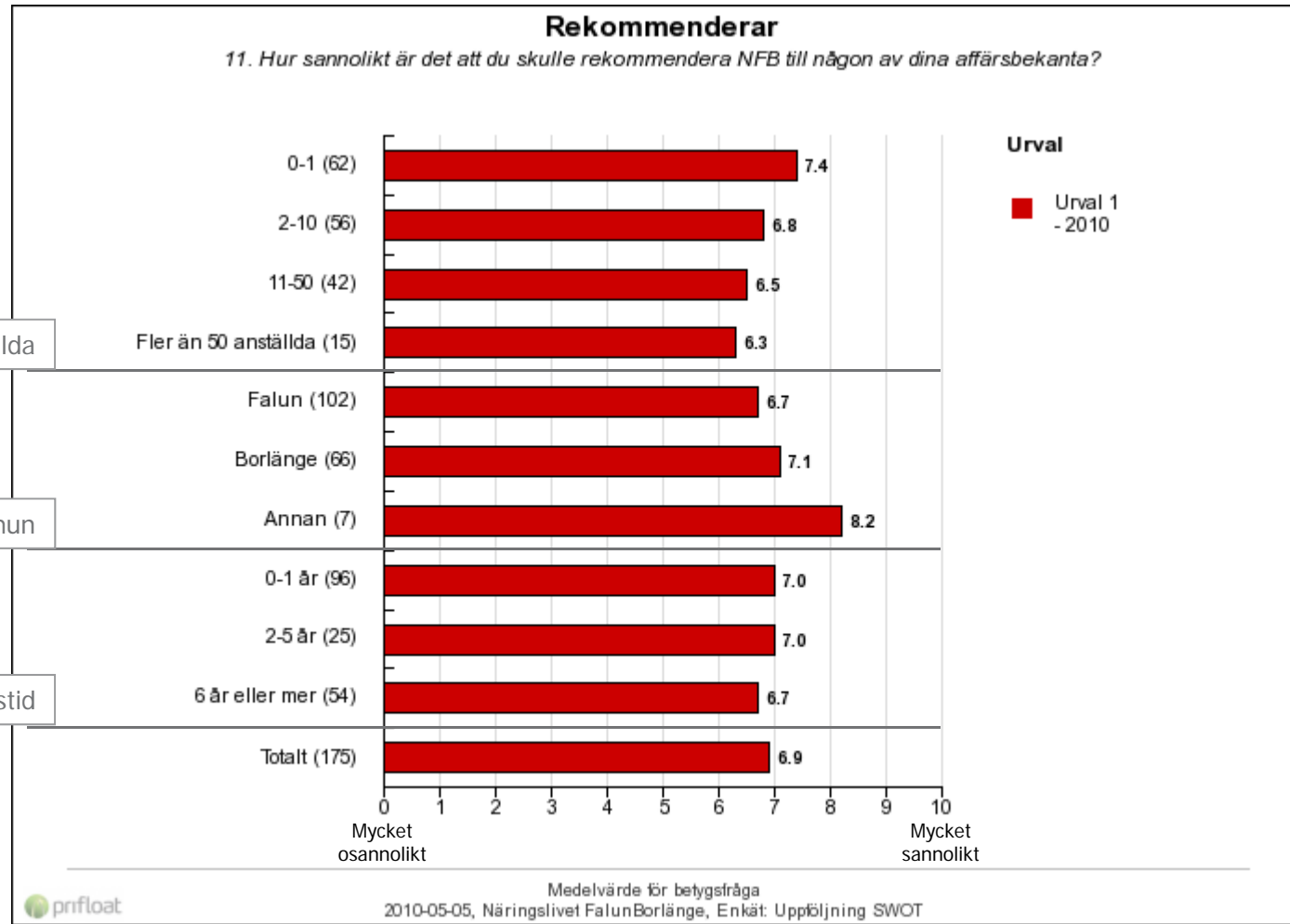
Svarsfördelning, samtliga respondenter, inom parentes resultaten från 2008



# Rekommenderar

11. Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera NFB till någon av dina affärsbekanta?

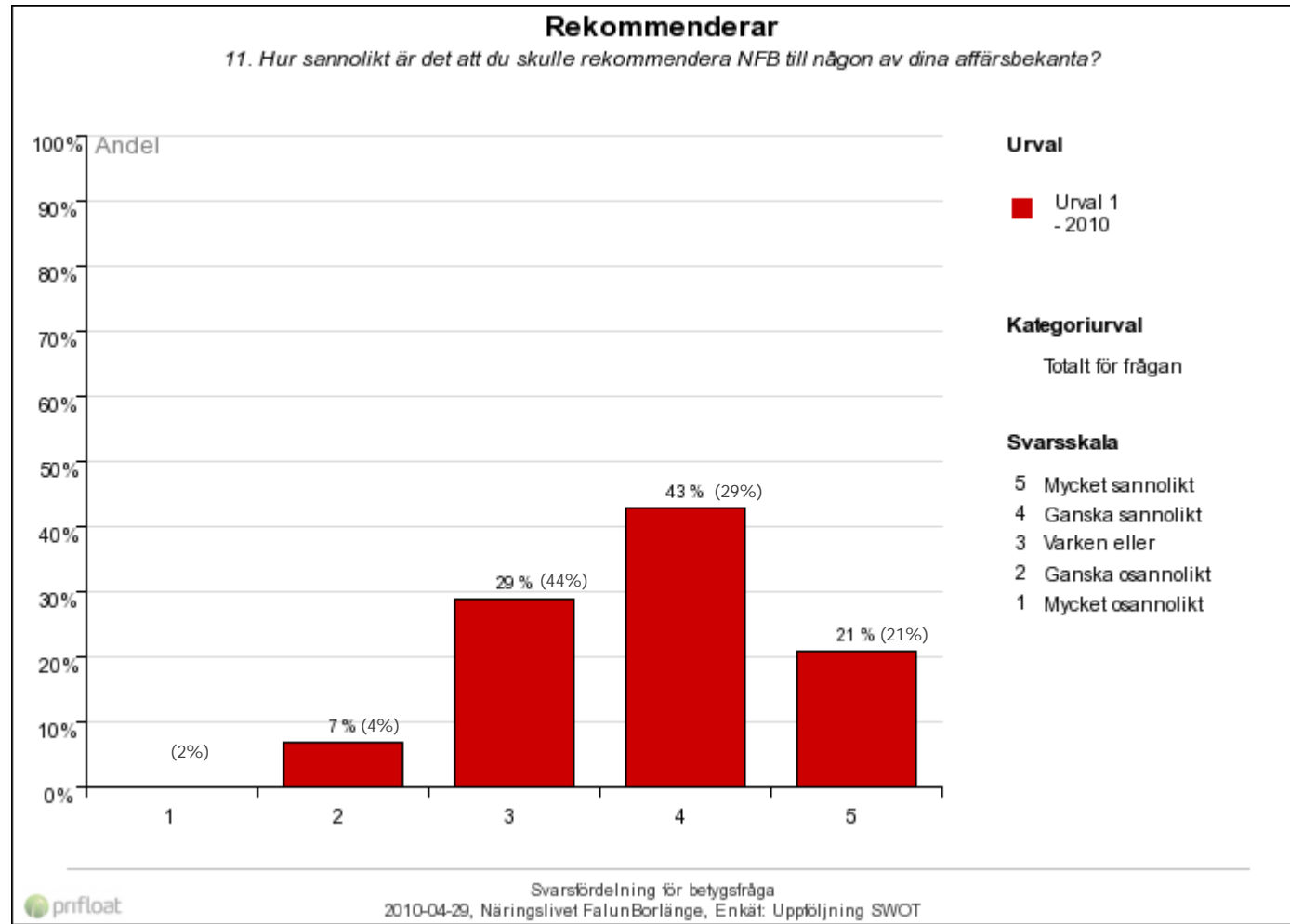
Jämförelse mellan kategorier, medelvärde betygsfrågor



# Rekommenderar

11. Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera NFB till någon av dina affärsbekanta?

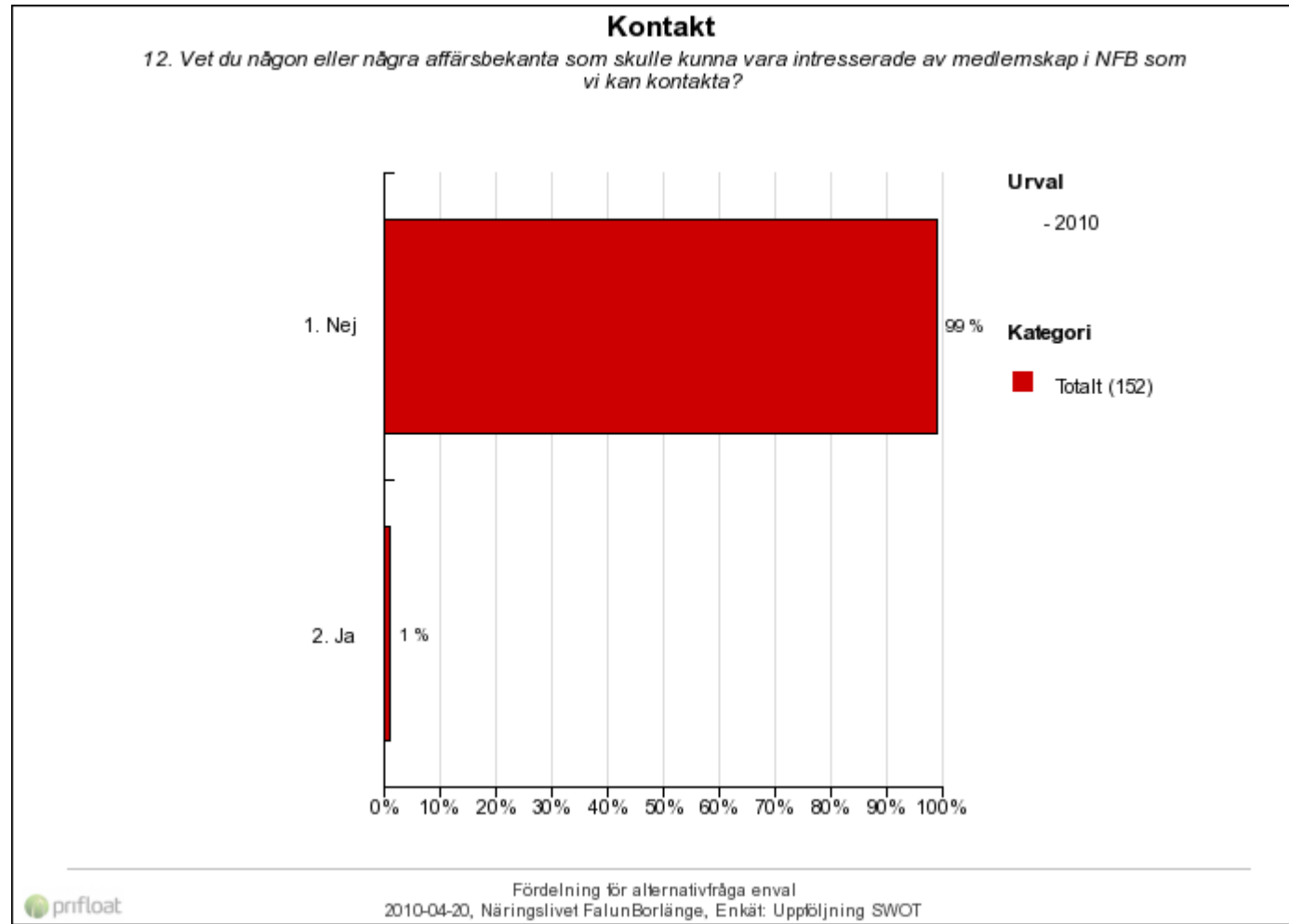
Svarsfördelning, samtliga respondenter, inom parentes resultaten från 2008



## Kontakt

12. Vet du någon eller några affärsbekanta som skulle kunna vara intresserade av medlemskap i NFB som vi kan kontakta?

Andel som svarat på respektive alternativ



*Kommentarer från de som svarat "Ja":*

- Anna Damberg, Headbanger, 023-19788
- SWEDCRAFT, Kalle Jansson
- Håkan Andersson Grafomekano
- Anders Molin, Contub, 024392190, anders@contub.se

- Medlemsföretagen anser att NFB:s verksamhetsområden är av stor vikt. Det finns dock viss potential att höja nöjdheten med NFB:s arbete inom områdena, främst "Näringslivets röst".
- Största styrkan anses vara att NFB skapar nätverk för företag i FalunBorlänge, hela 76% anser det vara en av NFB:s största styrkor 2010 jämfört med 48% 2008.
- Största svagheten anses vara att nyttan med medlemskapet inte är tydlig, vilket även var största svagheten 2008. 37% anser detta vara en av de största svagheterna 2010 jämfört med 53% 2008. Andelen som anser att en av de största svagheterna är att mål och syften inte är tydliga har minskat från 40% 2008 till 14% 2010.
- Största möjligheten anses vara att kunna påverka kommunerna (Falun och Borlänge) att arbeta mot gemensamma mål, 62% ansåg det vara en av NFB:s största möjligheter 2010 jämfört med 46% 2008.
- Största hotet anses vara att medlemskapet inte ger den nytta medlemmarna förväntat sig och därmed lämnar NFB. 62% anser detta vara ett av de största hoten 2010 jämfört med 46% 2008.
- 62% av medlemmarna har hört talas om projektet FIVE.
- 40% anser att nyttan med medlemskap är tydlig, 44% anser att NFB är tydliga gällande mål och syften.
- 51% anser att de har stor nytta av att vara medlem i NFB 2010 jämfört med 38% 2008.