

Vi förändrar arbetsmarknaden

Slutrapport

Uppgifter om projektet

Namn på projektet	Stärkt kompetens i handeln	Startdatum	2016-10-01
Kontaktperson för projektet	Susanne Lind	Slutdatum	2019-05-31
Telefonnummer	0709-30 42 01		
E-post	susanne.lind@karlskrona.se		

Syftet med en slutrapportering är att skapa en enhetlig struktur för insamling av information om projektet i sin helhet och ska bidra till lärande. Slutrapporten ska också underlätta spridning av resultat och metoder från Socialfondsprojekt i Sverige. I slutrapporten ombeds ni därför beskriva uppnådda resultat samt redogöra för ett antal centrala delar i projektets genomförande.

Under varje rubrik finns en inledande text om avsnittets innehåll. Det är viktigt att slutrapporten bygger på en diskuterande redogörelse.

Sammanfattning

Sammanfattningen kommer att användas av ESF-rådet i olika sammanhang. Lägg därför stor vikt vid att få en så rättvisande sammanfattning som möjligt

Handeln är en av näringslivets största arbetsgivare och utgör den enskilt viktigaste arbetsgivaren för unga kvinnor och unga män samt för personer med utländsk bakgrund. Svensk Handels rapport "Handeln – möjligheternas bransch" visar på att handeln genomgår en kraftfull tillväxt och strukturomvandling. Handeln påverkas av nya konsumentvanor, digitalisering och internationalisering. Köpcentrum har etablerats i stor omfattning. Näthandeln har vuxit starkt. Konsumenterna är aktiva, de är uppkopplade, informerade - experter. Konkurrensen har hårdnat på de trender som finns i branschen. Allt fler köpcentra öppnas och unika företag väljer att bli del av en kedja. De företag som finns i mindre orter har allt svårare att klara konkurrensen och att genomföra de förändringar som de nya kraven ställer på företagen. Varje dag går tre handelsföretag i Sverige i konkurs.

Handeln har haft en mycket stark produktivitetsutveckling sedan 1993 och analyser pekar på att denna produktivitetsökning kommer att hålla i sig trots den strukturomvandling som sker i branschen. Fortsatt produktivitetsökning kräver att företagen kan klarar sitt rekryteringsbehov. 25% av handelsföretagen ser rekryteringsproblem som ett tillväxthinder. Effekten blir att företag inte får tag i den kompetens och arbetskraft som de har behov av för att utvecklas. Internutbildning räcker inte.

Projektets målgrupp är små företag inom detaljhandelsbranschen i Blekinges fem kommuner som i huvudsak säljer fysiska produkter till slutkonsument samt deras anställda kvinnor och män. Projektet kartlade genom en kompetenskartläggning ett 90-tal företag med ca 330 medarbetare för att få fram deras kompetensförstärkningsbehov. Samtidigt lämnade 2/3 av företagen in en preliminär kompetensförsörjningsstrategi. Analysen av kompetenskartläggningen och kompetensförsörjningsstrategierna resulterade i en utbildningsplan med följande kurser:

- Affärsutveckling och ledarskap
- Kundbemötande
- Sociala media som marknadsföring
- Butiksexponering och event
- e-handel

Måluppfyllelse kvantitativa mål

De ursprungliga volymmålen beträffande deltagande företag och personer har inte uppnåtts på grund av kontinuerliga förändringar av antalet deltagande företag och deltagare genom hela projektet. Vi anser dock att de kvantitativa målen har uppnåtts med förändringar i antalet deltagande företag och deltagare som underlag.

Måluppfyllelse kvalitativa mål

Trots den stora förändringen i antalet deltagare har vi ändå genomfört de utbildningar som planerades som ett resultat av analys- och planeringsfasen.

Inför upphandlingen av e-handel visade sig att intresset hade sjunkit drastiskt och behovet var väldigt skiftande. Därför beslutades det att ställa in den aktiviteten. De 10-tal deltagare som fortfarande var intresserade erbjöds kontakt med ESF-projektet DigiBuiss på Kalmar Science Park.

Vid samma tidpunkt som vi beslutade att ställa in de planerade föreläsningarna i e-handel intensifierades uppmaningen att lämna in Kompetensförsörjningsstrategier. Flera av företagen kände sig fortfarande inte bekväma med det och därför tog vi ett beslut i projektorganisationen att vi skulle erbjuda ytterligare stöd i affärsutveckling. Alla 57 företag fick erbjudandet i november 2018 och 18 företag nappade på erbjudandet. 4 företag hoppade av efter första telefonintervjun med den upphandlade konsultbyrån, 14 företag fullföljde insatsen. En enkät skickades ut i april där 13 av de 14 företagen svarade att de hade fått ny kunskap och överlag ny energi och mod att gå vidare med idéer för att utveckla sina företag.

Utbildningarna har av de faktiskt deltagande fått mycket positiva omdömen såväl när det gäller innehåll som genomförande. Kostnader och medfinansiering har hållits inom budgetramar.

Det finns vissa skillnader mellan hur kvinnor respektive män har värderat utbildningarnas nytta, potential att stärka de medverkande deltagarnas och företagets ställning på arbetsmarknaden samt möjligheter att utvecklas. Dessa skillnader förklaras delvis av olika förkunskaper, olika attityder till utbildningarna, enbart kvinnliga utbildare samt kvinnors och mäns olikheter i hur man uttrycker sig. Sammantaget bedömer deltagarna att utbildningarna i hög utsträckning har stärkt deras ställning på arbetsmarknaden och ökat möjligheterna för de företag där de är verksamma att utvecklas.

40 procent av de svarande i enkät och intervju inför slutrapport uppfattar att deltagandet i utbildningarna i hög/mycket hög utsträckning har lett till ökad samlad kompetens i företagen. Lika stor andel anser att företagets förmåga att förändras har ökat i hög/mycket hög utsträckning. Detta, tillsammans med att 23 procent av de tillfrågade anser att verksamhetens effektivitet har ökat genom projektdeltagandet, indikerar att en betydande andel av de medverkande företagen har stärkt sin konkurrenskraft.

Servicegraden bedöms av 27 procent av de svarande i hög/mycket hög utsträckning ha ökat. Intervjuerna visar att detta har skett utifrån en redan hög nivå då många företag menar att det är något man prioriterat under lång tid.

Kunskapen om mångfald har enligt de medverkande företagen ökat med 23 procent genom deltagandet i projektets e-learning utbildning inom området. Även detta är en bedömning utifrån en redan hög nivå enligt genomförd underökning under projektets analys- och planeringsfas. Innehåll och genomförande har över lag upplevts positivt av deltagarna. Effekter av en kompetensutvecklingsinsats är ofta svåra att mäta inom det tidsspann som projektet omfattar.

Projektidé och förväntade resultat

Redogör för projektets syfte och övergripande projektmål, delmål och avsedda förväntade resultat. Har syfte, mål och målgrupp förändrats under projektiden? Varför i sådana fall? Hur många kvinnor och män har deltagit i projektet?

Det finns en outnyttjad tillväxtpotential inom handeln. I en enkät som Svensk Handel har gjort uppger 52% av företagen att nyrekrytering av personal med högre kompetens skulle öka tillväxten. Detaljhandels framtida tillväxt och utveckling beror på deras förmåga att attrahera personer med kvalificerad utbildning och att arbeta strategiskt med kompetensförstärkande insatser av befintlig personal. 25 % av unika detaljhandelsföretag har problem med att rekrytera kvalificerad personal. Detaljhandelsföretag behöver personal som har sälj-, service- och ledarkompetens samt ökad kunskaps om produkterna. Annan viktig kompetens som behövs i detaljhandelsföretag för att de ska utvecklas, bli konkurrenskraftiga och hållbara är marknadsföring, butikskommunikation och butiksdessin. Detaljhandelsföretag behöver jobba mer effektivt med marknadsföring för att få fler besökare och arbeta mer med butikskommunikation för att påverka konsumenterna i butiken. Att skapa tillgänglighet, trivsel och inspiration inne i butiken skapar försäljning och lönsamhet. Effektiv exponering är viktigt eftersom 80 % av köpbesluten tas i butik.

Kompetensutvecklingen ska leda till att chefer, övriga anställda och andra aktörer ska utvecklas så att deras kompetens överensstämmer med arbetslivets krav. Detta innebär följande:

- Ökad konkurrenskraft hos de deltagande företagen.
- Ökad servicegrad i försäljningen av de produkter som företagen erbjuder sina slutkunder
- Ökad kompetensnivå inom ett antal utvalda centrala kompetensområden
- Större möjlighet för de anställda att utföra mer kvalificerade och även bredda sina arbetsuppgifter.
- Ökade möjligheter att utföra sina arbetsuppgifter på ett effektivare sätt
- Ökad yrkesmässig och geografisk rörlighet för personer som genomgått utbildningarna
- Attitydförändring och kunskapsförhöjning om mångfalds- och icke-diskrimineringsfrågor på företagsnivå.

Allt detta ligger som grund för syftet med projektet Stärkt kompetens i handeln i Blekinge.

Syfte och målgrupp har inte förändrats under projektet. Däremot har antalet deltagande företag och deltagare minskat från 67 företag och 278 deltagare vid rapporten av fas 1, analys- och planeringsfasen till 50 företag och 198 deltagare när vi avslutade genomförandet 31 mars 2019.

Detaljhandeln är en bransch med en mycket rörlig arbetsmarknad. För många unga och nyanlända erbjuder detaljhandeln ett instegsjobb på arbetsmarknaden. Efter sommaren 2018 var det många som lämnade sina anställningar för nya anställningar men också många unga som gick vidare till studier. När vi startade upp genomförandet i augusti 2018 var det ett 10-tal företag som valde att lämna projektet då de inte fullt ut förstätt upplägg eller på grund av ändrade förhållanden i sina företag.

Målen är desamma förutom att vi har tagit bort kravet på planer angående mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering som en del av kompetensförsörjningsstrategierna då det enligt Diskrimineringsombudsmannen, <http://www.do.se/globalassets/stodmaterial/stod-faktablad-arbetsgivarens-aktiva-atgarder.pdf>, endast gäller företag med minst 25 anställda och vi i projektet inte har något företag med fler än 20 anställda. En ytterligare anledning till att vi tog bort det kravet var att 75% (50 av 67 företag) hade 5 eller färre medarbetare enbart 7% (5 av 67) hade

10 eller fler medarbetare. Flertalet av det totala antalet företag hade inte en affärsplan vilket är grunden för att kunna skapa en kompetensförsörjningsstrategi. Därav omfördelade vi resurser för att utveckla företagen att arbeta strategiskt och långsiktigt med hjälp av utbildning och stöd i affärsutveckling, affärsplaner och kompetensförsörjningsstrategier. Vi insåg att vi skulle lägga fokus på leverans av kompetensförsörjningsstrategier och arbeta med förändringar angående mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering via separata insatser.

Projektperioden kortades ner i rapporten fas 1 från avslut 190930 till 190531 på grund av felbudgetering vid ansökan.

Då antalet företag och deltagare förändrades under fas 1 gjordes en revidering av målen från projektansökan. När vi gick in i genomförandefasen var det dessa mål vi jobbade med:

- 278 anställda, 182 kvinnor och 96 män, har genomgått kompetensstärkande insatser som leder till stärkt ställning på arbetsmarknaden för de anställda kvinnorna och männen i deltagande företag.
- 67 kompetensförsörjningsstrategier är framtagna på företagsnivå inklusive planer angående mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering. Detta leder till ökad konkurrenskraft hos deltagande företag, ökad servicegrad i försäljningen av de produkter som företagen erbjuder sina slutkunder. Ökad jämställdhetskunskap hos de anställda kvinnorna och männen i företagen.
- Höjd kompetens inom mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering hos anställda kvinnor och män i företagen.

Målet är att 75 % av alla i företagsledning och anställda ska uppleva att företagskulturen är mer inkluderande efter det att projektet har genomfört insatser inom detta område.

Aktiviter, mål och indikatorer för analys- och planeringsfasen

Deltagare

- Aktivitet 1: Informationsmöten om projektet med de deltagande företagsledningarna/ detaljhandlarna. Fördjupad information om process, mål och krav.
- Mål/Indikator 1: Projektet är förankrat hos 67 företag, 182 kvinnor och 96 män (vid ansökan, revidering av siffrorna i redovisning av fas 1).
- Aktivitet 2: Kartläggning av kompetensbehov hos företagen samt kompetensinventering hos de anställda som resulterar i plan för kompetensförstärkning. Denna plan ligger som underlag för de kompetenshöjande aktiviteterna i Genomförandefasen, fas 2.
- Mål/Indikator 2: 182 kvinnor och 96 män har deltagit i den individuella kartläggningen och företagsanalysen.
- Aktivitet 3: Utifrån företagets behov av kompetensförstärkning och inventeringen kompetens hos de anställda upprättas en individuell utvecklingsplan för varje anställd. Denna kommer ligga till grund för projektets urval av utbildningar i Genomförandefasen, fas 2 och även för övergången till företagets vidare arbete med kompetensutveckling när projektet är avslutat.
- Mål/Indikator 3: 278 individuella kompetensutvecklingsplaner

Projektledning

- Mål/Indikator 4: En detaljerad tids- o aktivitetsplan är framtagen för genomförandefas där aktiviteterna är tydligt kopplade till förväntade resultat och effekter.
- Mål/Indikator 5: En fördelning av projektets beräknade kostnader fördelat per deltagande företag är gjord samt eventuellt tidigare mottaget statlig stöd eller stöd av mindre betydelse per företag är sammanställt.
- Mål/Indikator 6: En kommunikationsplan är framtagen som konkret beskriver hur projektet kommer att sprida resultatet till olika målgrupper.
- Mål/Indikator 7: En plan för strategisk påverkan är framtagen som konkret beskriver hur projektet ska arbeta strategiskt för att påverka involverade aktörer.

- Mål/Indikator 8: En uppföljnings- o utvärderingsplan är framtagen.
- Mål/Indikator 9: En plan är framtagen för arbetet med mångfald, principer för lika möjligheter, jämställdhetsmål och tillgänglighet vars aktiviteter har en koppling till projektets övergripande mål, projektmål och delmål. En plan som bidrar till projektets förväntade resultat och effekter.
- Analys av arbetsplatserna genomförs. Kartläggningarna av företagens och individerna kompetensförstärkningsbehov genomförs. Befintliga kompetensförsörjningsstrategier identifieras.
- Sammanställning sker över det individuella kompetensförstärkningsbehovet kopplat till företagens nuvarande och kommande behov. Framtagning av individuella kompetensplaner och företagens kompetensförstärkningsstrategier.
- Upphandling av föreläsare, utbildningsanordnare och utvärderare sker för perioden 2017-09-01 – 2019-03-31. Reservation i upphandlingen om att beslut krävs från ESF-rådet för att kunna gå vidare till fas 2, genomförandet. Kick-off möten genomförs riktat till de deltagande företagens ledning och anställda kvinnor och män.

Projektets resultat, mål och indikatorer

Beskriv projektets faktiska resultat i förhållande till den ursprungliga planeringen. Redogör kvantitativt och kvalitativt för t. ex. nya kunskaper och förändringar i attityder, riktlinjer och arbetssätt. Hur har projektverksamheten arbetat för att säkerställa deltagande på lika villkor för kvinnor och män?

Av ansökan framgår att projektverksamheten planerades för sammanlagt 336 deltagare, 230 kvinnor (68 procent) och 106 (32 procent) män. Projektet var i ansökningsfasen förankrat med 93 företag. Dessa skulle ta fram var sin kompetensförsörjningsstrategi.

Vid rapport av analys- och planeringsfasen för ESF-medel för genomförandedelen av projektet var det 67 företag som hade skrivit på en avsiktsförklar för att delta. Totalt var det 278 personer, 182 kvinnor och 96 män som skulle delta i projektet fördelat på de 5 kommunerna. Kommunerna är väldigt skiftande in antalet innevånare (2018), se nedan. Avvikande är Sölvesborg med Karlskrona 96 personer, 60 kvinnor och 36 män – 66 675 innevånare Ronneby 51 personer, 30 kvinnor och 21 män – 29 695 innevånare Karlshamn 51 personer, 34 kvinnor och 17 män – 32 330 innevånare Olofström 23 personer, 18 kvinnor och 5 män – 13 516 innevånare Sölvesborg 57 personer, 40 kvinnor och 7 män – 17 468 innevånare Samtliga aktiviteter, indikatorer och mål är uppfyllda för deltagarna och projektledning. 144 kvinnor och 79 män har deltagit i olika aktiviteter/utbildningar, totalt 223 personer. Dock har antalet företag och deltagare förändrats under perioden.

42 av de återstående 50 företagen vid projektets slut har levererat kompetensförsörjningsstrategier på företagsnivå. Av de företag som ej har levererat är hälften av företagen företag som inte varit aktiva sedan hösten 2017. Då inget av företagen har fler än 20 anställda kunde vi inte kräva planer angående mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering. Se förtydligande under punkt 2. Projektidé och förväntade resultat.

80% av deltagarna genomförde e-learningen Stärkt Mångfald i Handeln.

Projektets resultat och effekter

Utifrån utlysningens intentioner visar utvärderingsresultaten att:

- 40 procent av företagsledarna uppfattar att företagets medverkan i projektet i hög/mycket hög utsträckning både har ökat företagets samlade kompetens och verksamhetens förändringsförmåga. Av detta bör slutsatsen dras att projektet påtagligt har bidragit till en ökad kompetens och förändringsförmåga både på individ- och verksamhetsnivå.
- Attitydförändring och kunskapshöjning inom mångfalds- och icke-diskrimineringsfrågor på företagsnivå ha varit begränsad. En anledning till detta kan vara att deltagarna redan i analys- och planeringsfasen uppfattade sig ha bra kunskaper inom detta område, 74 procent av de svarande ansåg att man på deras företag hade en inkluderande arbetsmiljö. Denna siffra bygger

på enkäter från företagsledare och medarbetare i projektet. Totalt svarade 220 personer på enkäten. Målet för projektet var 75%. I slutfasen av projektet svarade 20 procent av 30 tillfrågade företagsledarna att företagsklimatet var mer inkluderande efter deltagande i mångfaldsutbildningen. Frågan är vad man lägger i ordet mer? Man kan också ifrågasätta om underlaget på 30 personer, enbart företagsledare, är relevant för en mätning.

23 procent av de svarande ansåg att utbildningen hade bidragit till att öka kunskaperna på området, de flesta svarande ansåg att kursen i stor utsträckning innehöll redan känd kunskap. Det är svårt att jämföra resultaten i dessa undersökningar då underlaget är väldigt lågt i den uppföljande undersökningen och enbart baseras på företagsledarna.

80% av deltagarna genomförde e-learningen baserad på de 7 icke-diskrimineringsprinciperna vilket man får säga är ett högt resultat. I utvärderingsintervjuerna, som till största del genomfördes med ägare/ledare, framkom att innehållet var väldigt basic och inget nytt. I projektet kan vi ändå se en nytta att så många ägare och medarbetare genomförde e-learning, om det mesta var självklart och basic så uppnådde man en påminnelseeffekt kring ämnet. Till e-learningen fanns ett workshopmaterial tillgängligt. Företagen skulle själva följa upp innehållet i e-learningen och koppla det till den egna verksamheten. Tyvärr var det inget av företagen som genomförde den delen.

- När det gäller de gemensamma kompetensförsörjningsstrategierna har det lags ner mycket energi på att få deltagande företag att göra dessa. I april månad 2019 hade 41 kompetensförsörjningsstrategier levererats av de 52 företag som var kvar i slutfasen av projektet. En del av dessa hade tillkommit som ett resultat av den konsultinsats som erbjöds 18 företag i slutfasen av projektet. Vid intervjuer genomförda av utvärderaren hos ett trettiotal företag blev det tydligt att företagsledarna i mikroföretag, där det endast finns enstaka anställda, har en begränsad tilltro till skriftlig dokumentation av både affärsplaner och kompetensförsörjningsstrategier. Man avsätter inte den tid som behövs för långsiktig planering och dokumentation.

Vid arbetet med problemanalysen inför ansökan kom man fram till att:

Konkurrenskraften hos mindre, fristående detaljhandelsföretag i Blekinge minskar, på grund av att de saknar kompetens och strategi att möta den strukturomvandling som branschen befinner sig i beroende på ett förändrat konsumentbeteende och en global marknad. Rekrytering av kompetent personal är ett av de inom handeln upplevda problemen. I intervjuer med företrädare för de mikroföretagen, utan anställda eller med enstaka anställda, framgår att företagsledarna/ägarna är överbelastade med arbete eftersom de sköter det mesta själva. De är uppbundna av verksamheten från morgon till kväll och det saknas utrymme för att reflektera kring vad som bör prioriteras och hur saker och ting kan genomföras på ett effektivt sätt. Samtidigt finns en rädsla för att anställa, dels för att det är svårt att göra en bedömning av personens kompetens om man inte är van att rekrytera och dels för att man är osäker på om verksamheten kommer att bära två löner. För de som har anställda är ett sätt att komma runt detta att satsa på kompetensutveckling av befintlig personal. Nu är flertalet av företagens medarbetare fått ny kunskap inom nya områden och kan, om företagen vågar släppa taget och se möjligheten, frigöra tid för att nå sina mål. Detta var ett resultat som blev tydligt för de 14 företag som fullföljde insatsen Konsultstöd Affärsutveckling.

I övrigt formulerades följande målsättningar:

- Stärkt ställning på arbetsmarknaden för deltagande kvinnor och män.
- Ökad konkurrenskraft hos de deltagande företagen.
- Ökad servicegrad i försäljningen av de produkter som företagen erbjuder sina slutkunder.
- Ökad jämställdhetskunskap hos de anställda kvinnorna och männen i företagen.
- Höjd kompetens inom mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering hos anställda kvinnor och män i företagen.
- 75 % av alla i företagsledning och anställda ska uppleva att företagskulturen är mer

inkluderande efter det att projektet har genomfört insatser inom detta område.

Måluppfyllelse kvantitativa mål

De ursprungliga volymmålen beträffande deltagande företag och personer har inte uppnåtts på grund av kontinuerliga förändringar av antalet deltagande företag och deltagare genom hela projektet. Vi anser dock att de kvantitativa målen har uppnåtts med förändringar i antalet deltagande företag och deltagare som underlag.

Måluppfyllelse kvalitativa mål

Vi har ändå genomfört de utbildningar som planerades som ett resultat av analys- och planeringsfasen. Konsultrapporten visade att det saknades kunskaper i företagen på framförallt följande områden

- Ledarskap
- Medarbetarnas kompetens inom försäljning, bemötande och butiksexponering
- E-handel
- Kulturkompetens - nya målgrupper med utländsk bakgrund
- Marknadsföring, fokus online marknadsföring

Utifrån studien planerades följande utbildningar erbjudas under projektets genomförandefas:

- Ledarskap, affärsmannaskap, verksamhetsutveckling
- Kundbemötande, kundanalys, försäljning och butikens ekonomi
- Marknadsföring on-line och events
- Butiksexponering
- E-handel
- Jämställdhet och icke-diskriminering

Föreläsningsserien i e-handel som var planerad lades ner då intresset vid förfrågan inför upphandling sjunkit från närmare 80 deltagare till ett tiotal. Vid utvärderingen ett halvår senare framkom att ytterligare ett par företag fortfarande var intresserade. Kontakt togs med Kalmar Science park som driver ett ESF-finansierat projekt, DigiBuiss, och de tolv företag som fortfarande hade intresse kopplades ihop med detta projekt.

Vid samma tidpunkt som vi beslutade att ställa in de planerade föreläsningarna i e-handel intensifierades uppmaningen att lämna in Kompetensförsörjningsstrategier. Flera av företagen kände sig fortfarande inte bekväma med det och därför tog vi ett beslut i projektorganisationen att vi skulle erbjuda ytterligare stöd i affärsutveckling. Alla 57 företag fick erbjudandet i november 2018 och 18 företag nappade på erbjudandet. 4 företag hoppade av efter första telefonintervjun med den upphandlade konsultbyrån, 14 företag fullföljde insatsen. En enkät skickades ut i april där 13 av de 14 företagen svarade att de hade fått ny kunskap och överlag ny energi och mod att gå vidare med idéer för att utveckla sina företag.

Utbildningar har av de faktiskt deltagande fått mycket positiva omdömen såväl när det gäller innehåll som genomförande. Kostnader och medfinansiering har hållits inom budgetramar.

Alla utbildningar har resulterat i intyg och diplom för de som har deltagit 75% av insatsen eller mer. Detta innebär att de som erhållit dessa intyg och diplom kan styrka sina nya kunskaper när de söker sig vidare i sin karriär. Detta är kanske viktigast för de grupperna som har kort arbetslivserfarenhet eller vill specialisera sig inom något av de områden vi erbjudit utbildning inom, t ex marknadsföring med sociala medier, events eller butiksexponering. Öppningar finns också till ledande roller för de som deltagit i affärsutveckling och ledarskap. Även för dem som är ägare och ledare idag är det mycket bra att ha dokumenterat sin kunskap om man vill ändra sin situation i sitt arbetsliv.

Det finns vissa skillnader mellan hur kvinnor respektive män har värderat utbildningarnas nytta

samt potential att stärka de medverkande deltagarnas och företagens ställning på arbetsmarknaden samt möjligheter att utvecklas. Dessa skillnader förklaras delvis av olika förkunskaper, olika attityder till utbildningarna, enbart kvinnliga utbildare samt kvinnors och mäns olikheter i hur man uttrycker sig. Sammantaget bedömer deltagarna att utbildningarna i hög utsträckning har stärkt deras ställning på arbetsmarknaden och ökat möjligheterna för de företag där de är verksamma att utvecklas.

40 procent av de svarande i enkät och intervju inför slutrapport uppfattar att deltagandet i utbildningarna i hög/mycket hög utsträckning har lett till ökad samlad kompetens i företagen. Lika stor andel anser att företagets förmåga att förändras har ökat i hög/mycket hög utsträckning. Detta, tillsammans med att 23 procent av de tillfrågade anser att verksamhetens effektivitet har ökat genom projektdeltagandet, indikerar att en betydande andel av de medverkande företagen har stärkt sin konkurrenskraft.

Servicegraden bedöms av 27 procent av de svarande i hög/mycket hög utsträckning ha ökat. Intervjuerna visar att detta har skett utifrån en redan hög nivå då många företag menar att det är något man prioriterat under lång tid.

Kunskapen om mångfald har enligt de medverkande företagen ökat med 23 procent genom deltagandet i projektets e-learning utbildning inom området. Även detta är en bedömning utifrån en redan hög nivå enligt genomförd underökning under projektets analys- och planeringsfas.

Mer fördjupad information angående projektets resultat, mål och indikatorer finns att ta del av den externa utvärderarens slutrapport.

Arbetsätt

Beskriv projektets huvudsakliga arbetssätt och kortfattat vilka metoder, utbildningar och andra aktiviteter som användes. Vad var det som gjorde skillnad, vad ledde fram till det önskade resultatet? Beskriv eventuellt nya metoder eller material som tagits fram i projektet.

Första uppdraget i projektet under analys- och planeringsfasen var att träffa alla företag enskilt eller i grupp för att förtydliga projektets syfte och mål. Vid dessa träffar förtydligades också att de utbildningar som skulle erbjudas utifrån behovsanalysen via kompetenskartläggningen inte skulle vara nischspecifika utan generella för branschen (ej produkt eller tjänsteutbildningar). Det underströks också vid dessa träffar vikten av att vara engagerad och delta vid de planerade utbildningarna och att förbereda med ersättare för att ägare och medarbetare skulle kunna delta fullt ut.

Kompetenskartläggning

Processen

Ett beslut togs att göra en ändring i projektet och budgeten för att kunna avsätta finansiella resurser för att upphandla en expertkonsult inom kompetenskartläggning. Offentlig upphandling genomfördes och avtal skrevs med Stig Fram AB i december 2016.

I januari 2017 genomfördes en Kick-off med deltagande företagsledare och butikschefer. En vecka senare skickades en enkät med ett 40-tal frågor ut till företagsledare och butikschefer för att få ett underlag om kompetensbehov- och gap på individuell-, kommun- och projektnivå.

Rapport och analys levererades. Sista veckan i februari skickades en enkät ut till företagets medarbetare för att få ett underlag om kompetensbehov- och gap på individuell-, kommun- och projektnivå. Rapport och analys levererades.

Efter att analysen var klar för båda enkäterna sammanställdes en rekommendation från konsultföretaget Stig Fram på utbildningar som borde genomföras. Till detta lades de insikter som projektet hade med sig in i ansökan och även Stig Fram's expertkunskaper inom detaljhandel när det gäller behov av kompetensförsörjning för att utveckla företag och deras medarbetare.

Syftet med kompetensutvecklingen inom Stärkt kompetens i handeln är att det ska leda till att chefer, övriga anställda och andra aktörer ska utvecklas så att deras kompetens överensstämmer med arbetslivets krav. Detta innebär följande:

- Ökad konkurrenskraft hos de deltagande företagen.
- Ökad servicegrad i försäljningen av de produkter som företagen erbjuder sina slutkunder
- Ökad kompetensnivå inom ett antal utvalda centrala kompetensområden
- Större möjlighet för de anställda att utföra mer kvalificerade och även bredda sina arbetsuppgifter.
- Ökade möjligheter att utföra sina arbetsuppgifter på ett effektivare sätt
- Ökad yrkesmässig och geografisk rörlighet för personer som genomgått utbildningarna
- Attitydförändring och kunskapshöjning om mångfalds- och icke-diskrimineringsfrågor på företagsnivå.

Sammanfattning resultat kompetenskartläggning

Syftet med denna kartläggning är att på organisations- och individnivå identifiera det kompetensgap som finns, så att projektet kan fastställa vilka kompetensförstärkande insatser som ska genomföras för att stärka medarbetares och ägares/chefer ställning på arbetsmarknaden. Samtidigt ska insatserna vara verksamhetsrelaterade så att företaget effektivare kan erbjuda efterfrågad servicenivå och kvalitet.

Under analysfas- och planeringsfasen har kompetensförsörjningsstrategier på organisations- och individnivå och kompetensutvecklingsplaner på individnivå tagits fram Dessa var underlag för planerade insatser under genomförandefasen.

Svarsfrekvensen för samtliga enkäter på individnivå har varit mycket hög; 80% (enkät 2, medarbetare) respektive 98% (enkät 1, ägare/chefer). Individuella intervjuer genomfördes med 120 kunder i fyra av de fem kommuner som Blekinge län omfattar, samt ett 10-tal intervjuer med ägare/chefer i de företag som deltagit i projektet.

Ledarskapet är grundstommen i företaget. Viktiga uppgifter som ledare är att:

- Ha en långsiktig och hållbar strategi för sitt företag
- Förstå företagets ekonomi
- Coacha sin personal
- Arbeta med kompetensutveckling för alla företagets medarbetare för att få ett hållbart företag
- Utveckla sitt företag utifrån kunders behov och köpprocess

Insikt under analys- och planeringsfasen är att alla företagsledare behöver kompetensutveckla sig inom detta område. Genom att stödja ägare/chefer genom kompetensutveckling kommer också medarbetarna stärkas och klara mål och strategier för företaget. Att komplettera med utbildningar för alla medarbetare kommer skapa konkurrenskraftiga företag som blir förebilder för andra detaljhandlare och företag i länet.

Följande utbildningar och aktiviteter blev resultatet

Utifrån resultaten av enkäten, personliga intervjuer och expertkompetens från handels- och centrum samt av externa konsulter inom området beslutade projektet att gå vidare med följande utbildningar:

Ledarskap/affärsmanskap/verksamhetsutveckling

Ledarskapet i ett företag är avgörande för att företaget ska vara hållbart och kunna utvecklas. Genom ett gott ledarskap får man en engagerad personal som strävar mot samma mål och är engagerad i det dagliga arbetet. Delegering av uppgifter är viktigt för att ledaren ska kunna fokusera på företagets framtid och uppsatta mål och för att kunna vara lyhörd för förändringar på

marknaden och marknadssegment. Ett lyhört och delegerande ledarskap får medarbetarna att lära sig inom nya områden vilket leder till en starkare attraktion på arbetsmarknaden och större tillfredsställelse med sin tjänst.

Att arbeta aktivt med personalen och ställa individuella mål, coacha och följa upp ger i slutändan ett positivt resultat.

Kundbemötande, kundanalys, försäljning och butikens ekonomi

Att bemöta kunden på ett professionellt och förtroendebyggande sätt i butik är en av de viktigaste uppgifterna för en anställd inom detaljhandeln. Detta är en kompetensutvecklingsinsats som har prioriterats högt av de anställda kvinnorna och männen och är också det som branshexperter prioriterar för att stärka detaljhandeln och göra företagen mer hållbara. Huvuduppgiften för en övervägande del av deltagande kvinnor och män i projektet är att möta kunden i butiken, ta reda på kundens behov, presentera lösningar som ska leda till avslut/köp. Utbildningen ska också få deltagarna att förstå de ekonomiska förutsättningarna för att driva mindre företag och få det lönsamt.

Marknadsföring via Sociala (planerad Marknadsföring on-line och events)

Marknadsföringen för mindre företag går mer och mer över till on-linemarknadsföring. Att marknadsföra sig on-line är mycket kostnadseffektivt men att nå fram med rätt budskap till rätt målgrupp är ofta svårt. Fokus ska ligga på Sociala medier. Teoretisk och praktiska inslag ska varvas.

Butiksexponering och events

En av de viktigaste platserna att marknadsföra sitt företag och varumärke är i sin butik. Det är här du bygger förtroende för ditt varumärke och får kunder att bli trogna och din ambassadör mot potentiella kunder. Det är viktigt att ett besök i butik idag blir en upplevelse, inspiration och kanske till och med ger en ny kunskap. Det är viktiga delar, och kan vara avgörande, i konkurrensen med e-handeln.

Branschen pratar mycket om att ett besök på våra handelsplatser ska vara en upplevelse. Att skapa upplevelser i den enskilda butiken, i ett nätverk av butiker eller för hela handelsplatsen är viktigt för att nå och behålla sina kunder.

Konsultstöd Affärsutveckling (ersatte E-handel som tappade i intresse hos deltagarna då vi genomfört 4 av 5 utbildningar)

Flera av företagen behövde ytterligare stöd i affärsutveckling. Därför erbjöd vi deltagande företag 6 timmars enskilt konsultstöd där de kunde ta upp affärsutvecklingsfrågor som det fanns behov av. Jämställdhet och icke-diskriminering

En obligatorisk utbildning i projektet som ska öka kompetensen inom mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering generellt och kommersiellt. En e-learning baserad på de 7 icke-diskrimineringsprinciperna togs fram med exempel från detaljhandelsbranschen producerades. Ett workshopmaterial togs fram och distribuerades till arbetsledare och ägare för att kunna arbeta vidare med frågorna i e-learningen. Tyvärr verkar det vara väldigt få företag som har använt sig av materialet.

Integrerat i alla utbildningar ska frågor om jämställdhet, icke-diskriminering och mångfald på ett naturligt, lärande och intresseväckande sätt presenteras. På det sättet, är målet att attityden gällande dessa områden kommer höjas mer. Det finns idag ett motstånd i målgruppen att engagera sig i dessa frågor, på det här sättet blir de en naturlig del av deras "vardag".

Utbildningsplan

Höstterminen 2017 och Vårterminen 2018, detaljerad aktivitetsplan

- Ledarskap, affärsmanskap, affärsutveckling och affärsutveckling i relation till mångfald, 82 anmälda
 - Kundbemötande, säljteknik och butikens ekonomi, 227 anmälda
 - Sociala media som marknadsföring, 147 anmälda
- Hösttermin 2018 och Vårtermin 2019
- Butiksexponering, 143 anmälda
 - Blekinge detaljhandelsdag
 - Konsultstöd Affärsutveckling
 - Jämställdhet och icke-diskriminering, 278 anmälda
 - Avslutningsträffar av projektet.

E-handelsutbildningen/föreläsningar lades ner då intresset sjunkit från närmare 80 till ett tiotal. Kalmar Science Park driver ett ESF-finansierat projekt, Digi Buss med målgrupp småföretagare. De som fortfarande var intresserade slussades över till detta projekt.

Metod för alla utbildningar var att genomföra träffarna fysiskt för att få en dialog mellan utbildare och deltagare samt ett nätverkande mellan deltagarna. I varje pass skulle det finnas planerade små workshops då många i denna grupp inte är vana att sitta i långa teoretiska pass. Exempel av innehåll i utbildningarna skulle med enkelhet kunna relateras till deltagarnas vardagssituationer på sin arbetsplats. Verktyg inom ämnet som enkelt skulle kunna implementeras i deras roller på arbetsplatsen.

Mellan varje kurstillfälle fick deltagarna hemarbeten, baserade på "dagens" innehåll, som skulle genomföras till nästa kurstillfälle. OBSERVERA att det inte var läxor, utan träningsuppgifter för att de lättare skulle kunna arbeta med sina nya verktyg utifrån situationen på deras arbetsplats. Utvärderingen visar att i de fall där ledningen på företagen inbjudit till att gemensamt ta sig an hemarbetena kan vi i utvärderingen se en större andel positiva effekter.

Då hela projektet har haft som syfte att leverera nya kunskaper till målgruppen och inte haft resurser att vara en del av omvandlingen av kunskaper till kompetens och erfarenheter har en stor del av det ansvaret legat på ledningen hos de deltagande företagen. När projektet går in i avslutning kan vi se att flera av företagen inte har nått kompetensfasen med sina nya kunskaper. När det gäller Mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering valde vi att producera en e-learning med story i detaljhandelsbranschen. E-learningen var uppdelad i 6 kapitel med kontrollfrågor i varje kapitelslut. Frågorna måste klaras för att komma vidare. Sista modulen var ett kontrollprov baserat på alla moduler och som vid genomförande med alla rätt gav ett diplom. Detta var ett lyckat drag, 80% av deltagarna genomförde och fick diplom. Utvärderingen visar på att den upplevdes som ganska generell med "självklara kunskaper". Det får vi se som positivt att så många har en hög medvetenhet om dessa frågor. I enkäten av kompetenskartläggningen svarade 74% av de tillfrågade att man hade ett inkluderande på företaget när det gällde dessa frågor. Målet i projektet var 75%.

Kommunikation, spridning och påverkansarbete

Beskriv hur ni arbetat med spridning och påverkansarbete. I vilka sammanhang har i spridit erfarenheter från projektet? Vilka organisationer har ni riktat er till? Hur förs projektresultatet vidare?

Spridning och påverkansarbetet har gått som en röd tråd genom projektet sedan projektets start. I rapporten från analys och planeringsfasen identifierade vi tre målgrupper och nedan mål och effekter för spridning och påverkansarbete genom kommunikation:

Primär målgrupp

- Företagare och deras anställda i små företag inom detaljhandeln med färre än 50 anställda (De företag, kvinnor och män som deltar i projektet)

Sekundär målgrupp

- Stöttande organisationer (Styrgrupp, Handels/Centrumföreningar, Näringslivskontor och

Region förbundet)

- Övriga detaljhandlare i regionen
- Branschorganisationer
- Lokal media och press
- Bransch media

Övriga intressenter

- Andra företag/organisationer (Politiker och tjänstemän inom offentlig sektor i Blekinge, ALMI företagspartner, Nyföretagarcentrum m.fl)
- Allmänheten

Mål

Att få primär målgrupp att engagera sig i projektet och få en större förståelse för vikten att kompetensutveckla sig själva och sitt företag för att skapa ett hållbart företag.

Att få en större förståelse för vikten av kompetensutveckling även hos småföretagare, i detta projekt med fokus på detaljhandeln.

Att ta hänsyn till jämställdhet och mångfald i den dagliga verksamheten och se det som en möjlighet att utveckla sitt företag.

Effekt

Kommunikationen i projektet ska leda till att uppmärksamma projektet och behovet hos målgruppen. Resultatet av projektet ska leda till att detaljhandlare, dess organisationer och intressegrupper ska ta arbetet vidare efter projektets slut och implementera metoderna i sina organisationer.

Så här har vi använt Spridning och påverkansarbete

För att uppnå mål och effekter mot alla tre målgrupperna har vi fokuserat på olika digitala media, och när vi har haft möjlighet genom den fysiska dialogen.

Till deltagarna har vi ofta använt personliga e-mail för att nå ut med specifik information och kommunikation. Det visade sig inte vara det mest effektiva mediet då många bara sporadiskt använder sina e-mail, även butiksägare/ledare. En sluten facebookgrupp, Stärkt kompetens i handeln, skapades dit alla deltagare blev inbjudna. Vi uppmanade via e-mail och verbalt vid fysiska träffar att deltagarna skulle gå med, ca hälften valde att gå med. Vi nådde ytterligare deltagare via de utbildningsknutna, slutna facebookgrupperna. Viktigast har naturligtvis varit att genom att besöka butikerna kontinuerligt och genom utbildningarna kommunicera med deltagarna och skapa relationer. Det är fortfarande det bästa sättet att kommunicera budskapet när du kan ta det vidare i en fysisk dialog med den du kommunicerar med.

Digitala nyhetsbrev har skickats ut där alla tre målgrupperna varit mottagare. Innehållet har haft syftet att höja intresset för kompetensutveckling genom att referera till de olika utbildningsinsatserna och våra deltagare. Vi har också tipsat om arrangemang som kan intressera och som ligger i linje med huvudområdet för projektet kompetensutveckling.

Målgrupper för nyhetsbrevet har varit deltagare, intressenter (näringslivskontor, branschorganisationer, branschföreningar, fackförbund, affärsutvecklingsorganisationer, Regionen) och media (lokala- och branschmedia). Nyhetsbrevet har också spridits via sociala medier; Facebook och LinkedIn.

Under de sista månaderna producerades ett 10-tal "testimonials" från deltagande företag, företagare och medarbetare, som har spridits via nyhetsbrevet. Genom det publika kontot 'Blekinge – Stärkt kompetens i handeln' på Facebook och LinkedIn har vi publicerat citat från våra "testimonials" och hela artikeln i nyhetsbrevet nås med en länk. Facebookinläggen har sedan annonserats och där har vi uppnått följande resultat:

- räckvidd för inläggen 29 916
- inläggsinteraktioner 3 093

Förtydligande räckvidd och inläggsinteraktioner: Räckvidd är antalet personer som sett dina annonser minst en gång. Inläggsinteraktioner är det totala antalet klick, kommentarer, reaktioner och delningar för det marknadsförda inlägget eller kampanjen.

Under hela perioden har vi också bearbetat media för att få spridning till allmänheten om projektet. Personliga kontakter har hållits med journalister och dags- och fackpress. Vi har också skickat ut pressmeddelanden när vi har haft något viktigt att kommunicera. Man kan tro att de små lokaltidningarna är lätta att få att publicera men här slåss vi hela tiden med de väldigt lokala nyheterna. Vi har ofta fått ge vika för personliga, lokala nyheter. För att nå fram har vår projektgrupp med handels- och cityutvecklare gjort en stor insats då de har en mer personlig relation med lokala media.

Projektets syfte och mål har även spridits via handels- och cityutvecklare till medlemmar som ej deltagit i projektet. De har kontinuerligt uppdaterats via möten och digitala kanaler om vad som hänt i projektet. Naturligtvis har även deltagarna spridit projektet muntligen till sina "grannar på gatan" och via lokala branschföreningar. Alla näringslivsavdelningar har också kontinuerligt skrivit om projektet i sina nyhetsbrev som sprids bland alla företagare i de respektive kommunerna. Hösten 2018 genomfördes en Detaljhandelsdag av de 5 handels- och cityföreningarna. Dagen var ett resultat av projektet och dess syfte. Temat för dagen var kompetensförsörjning och alla handlare i länet var inbjudna och även de som spontant tog kontakt från angränsande län. Deltagarantalet nådde inte upp till förväntningarna men det 100-tal som var där var väldigt nöjda med innehåll och arrangemang, 12 olika 45-minutersföreläsningar. Stärkt kompetens i handeln stod som medarrangör.

I början av april 2019 träffade vi Handelsrådet för att dela med oss om projektet och prata om kompetensutveckling generellt för branschen. Vi delade också med oss om insikter och resultat. En 30-minuters föreläsning i kompetensens tecken genomfördes med en av våra leverantörer CaPiCa AB på den enda retailmässan 2019 i Sverige.

Projektet har också blivit kontaktat av handels- och cityföreningar i övriga landet som fått information om projektets syfte och resultat. De har också fått tips och råd om hur de ska kunna starta upp liknande projekt.

Projektresultatet har spridits via avslutningsträffar i varje kommun där deltagare, media och intressenter varit inbjudna. Avslutningsträffen i Karlskrona var den officiella då Karlskrona kommun är projektägare. En pressinbjudan skickades ut och ett pressmeddelande distribueras efter träffen.

En broschyr med ovan "testimonials" och fakta om projektet har tryckts och spridits på avslutningsträffan. Broschyren har också delats ut för spridning till deltagande kommuners näringslivskontor, handels- och cityföreningar och ESF Syds kontor.

Många av aktiviteterna som genomförts för spridning av projektet har gjorts på kommunnivå då hela upplägget i genomförandet har varit på kommunnivå. Dock har alla pressmeddelanden och nyhetsbrev både spridits på kommun och länsnivå till våra olika media; tryckta, digitala och visuella. Ibland har det resulterat i artiklar på kommunnivå och ibland på länsnivå. En länsövergripande aktivitet var detaljhandelsdagen som var en samaktivitet mellan alla 5 kommuner och som också spreds genom inbjudningar till våra kringliggande län. Ett tydligt budskap var att detta var ett resultat av projektet Stärkt kompetens i handeln som drevs på länsnivå. En stark faktor för spridning har varit den projektgrupp vi haft med handels-, city- och centrumutvecklare som har spridit information om projektet. Region Blekinge har kontinuerligt hållits uppdaterad via styrgruppen och med personliga kontakter från projektledaren.

Uppföljning och utvärdering

Hur har extern utvärderare konkret bidragit till projektarbetet? Hur har ni själva arbetat med uppföljning och

utvärdering i projektet? På vilket sätt har det varit ett stöd för projektverksamheten?

Extern utvärderare har varit Framtidsutbildning AB med Bo Eriksson som kontaktperson. Upphandling av extern utvärderare gjordes via det Ramavtal som ESF-rådet har med ett tiotal utvärderare. Valet föll på Framtidsutbildning för att de hade erfarenhet av program 1 projekt och även projekt kopplat till detaljhandeln. Samarbetet startade i och med ingången i Genomförandet. Löpande kontakt har hållits mellan projektledare och utvärderare. Enkäter togs fram av utvärderaren som genomfördes i ca 80% av alla träffar. Frågeställningen var densamma för varje kurstillfälle inom samma utbildningsblock för att kunna jämföra kurstillfällena gällande vissa frågeställningar som innehåll, genomförande, lokaler mm. Vid utbildningarna i Kundbemötande var det 4 olika utbildare och det var då viktigt att kunna jämföra om det fanns avvikelser. Projektledare och projektkoordinator gick igenom alla enkäter efter varje kursträff och deltog vid alla kursträffar för att snabbt kunna göra korrigeringar i innehåll och genomförande om så behövdes och även kunna korrigera praktiska saker på plats. En djupare analys har gjorts av utvärderaren i delrapporten som var baserad på enkäterna för utbildningarna Affärsutveckling och ledarskap samt Kundbemötande samt intervjuer med deltagare, projektgrupp och styrgrupp samt deltagande vid olika kurstillfällen. Förändringar som behövs göras under utbildningarnas gång har identifierats och genomförts av projektorganisationen. Ett fåtal ändringar inför nya upphandlingar har gjorts baserade på delrapporten.

Användande av resultat

Beskriv hur ert projektresultat helt eller delvis kommer att användas i ordinarie verksamhet och i befintliga strukturer. Om implementering uteblir - beskriv varför? Hur har ni arbetat för att resultaten tas om hand?

Företag och medarbetare i de deltagande företagen har fått en ny kunskapsbas. Denna kunskapsbas har eller kan utvecklas till en kompetens som kan komma till nytta både på företags och individnivå. Ansvar för att utveckla den till kompetens och erfarenheter som gör deltagande företag mer konkurrenskraftiga och mer professionella i att möta sina kunder och driva sina företag ligger nu hos ägare, ledare och medarbetare.

Handels-, city- och centrumföreningar har alla kommit fram till att kompetensutveckling är viktigt för detaljhandlarna och deras medarbetare för att bibehålla och skapa konkurrenskraftiga företag i framtiden. Flera av utbildningarna som genomförts i projektet kan repeteras inom några år. Vid avslutningsträffarna hölls en liten workshop där deltagarna fick lista vilka utbildningar de ville skulle genomföras i framtiden. Ett 20-tal olika förslag kom in som kommer förvaltas av handels-, city- och centrumföreningarna.

I workshoppen med intressenter från näringslivskontoren, föreningarna och Region Blekinge som hölls 30 januari 2019 kom man fram till ett beslut att jobba vidare med kompetensutveckling för detaljhandeln på regions- och kommunnivå. Regionen fick i uppdrag att göra en förstudie hur man skulle kunna bilda en paraplyorganisation på regionnivå. Gemensamma utbildningspaket ska erbjudas till i alla kommuner. Vid behov kommer man även ta initiativ på lokal nivå för att kompetensutveckla detaljhandlare och deras medarbetare.

Vid arbetsdagen med handels-, city- och centrumföreningar togs ett koncept fram för hur de 5 föreningarna ska jobba vidare med kompetensutveckling. Konceptet finns arkiverat via mötesanteckningar från arbetsdagen. Föreningarna kommer att fortsätta träffas enligt ett fastställt schema där en av de stående punkterna kommer vara kompetensutveckling.

Om man ska genomföra en Detaljhandelsdag 2 har inte tagits något beslut om.

Kommentarer och tips

Vilka tips vill ni delge framtida projekt? Vad gick bra och varför? Vad gick mindre bra och varför?

Mycket viktigt att det alltid finns en förstudie som underlag för ansökan för att vara säker på att det man ansöker om är det man vill och att det är realistiskt att uppnå de mål, effekter och

resultat som man har i sin ansökan.

Säkerställ att alla som deltar, företag och deltagare, har förstått och är villiga att lägga tid och energi för att vara med på den förändringsresa som ett projekt ofta innebär. Det är ett oerhört kostnads- och resursslöseri att man ska behöva jaga och tjata för att få deltagare att leverera det som de har bundit sig till att leverera.

Försök att hitta ett smidigt, gärna digitalt sätt, för tidrapportering, direkt mot deltagare. Låt projektorganisationen ha attesträtt för närvaro. Det är de som har bäst kontroll på vilka som deltagit.

Förlägg utbildningar så lokalt som möjligt i de fall där deltagarna inte är vana att förflytta sig. Att slå ihop flera orter för en aktivitet har i detta fall inte varit lyckat.

Fysiska träffar lokalt har gett mycket positiva resultat ur både ett kunskapsinhämtningsperspektiv och ett nätverksperspektiv.

Om det finns branschföreningar eller –organisationer, se till att de blir aktiva i projektet. I vårt fall har det varit en succés faktor.

Många av de företag som deltagit i projektet är mikro eller miniföretag. De har fått tillgång till en massa kunskap men har inte alltid kompetens, tid eller ork att förvalta den kunskap de har fått i projektet för att utveckla sina företag på ett positivt sätt. De 14 företag som valde att fullfölja insatsen Konsultstöd Affärsutveckling har blivit mycket stärkta i sitt agerande för framtiden. Av detta kan man dra slutsatsen att flera av företagen skulle behöva någon typ av mentor alternativt bollplank för att fortsätta sin utvecklingsresa. En möjlighet kan vara ett överlämnade till Almi Företagspartner när projektet stängs ner.

Kontaktperson för ytterligare information:

Namn: Susanne Lind
Telefon: 0709-304201
E-post: susanne.lind@karlskrona.se

Underskrift projektansvarig / projektledare:

Datum: Namnteckning

Namnförtydligande

Skicka även dokumentet till projektets ansvarige samordnare på Svenska ESF-rådet via e-post

Bedömning av slutrapport

Motivering till bedömning

Projektet Stärkt kompetens i handeln har redogjort för projektgenomförandet, de resultat man har uppnått, aktiviteter, metod samt hur man har arbetat med horisontella principer, vilket bedöms vara i linje med beslut. Projektägare är Karlskrona kommun och projektets målgrupp är småföretagare inom detaljhandelsbranschen i samtliga av Blekinges fem kommuner.

På grund av olika förutsättningar som har att göra med att mycket hunnit hända från det att förankring inför ansökan gjordes till att projektet kom igång med sin analys- och planeringsfas hade projektet en längre uppstartssträcka än planerat. Det längre tidsperspektivet från ansökan

till uppstart ledde till att vissa företag inte längre ansåg sig ha möjlighet att delta i projektet på grund av att de inte kunde avsätta den tidigare planerade tiden. Därav har projektet, precis som i flera andra projekt, en utmaning i uppstarten i att förankra och behålla deltagande företag som också kunde delta utifrån de krav som ställdes för deltagande. Det har utifrån detta under projektets gång skett en förändring från 67 företag till 50 företag vid projektets avslut (planerat antal deltagare efter ändring in i genomförande var 226 deltagare. I slutrapporten beskrivs tydligt de förändringar som gjorts avseende antalet företag, deltagare och i och med revidering av uppsatta mål.

Förväntade effekter i projektet har varit ökad konkurrenskraft hos deltagande företag, stärkt ställning på arbetsmarknaden för anställda kvinnor och män i företagen, ökad kompetens och förändringsförmåga på individnivå, attitydförändring och kunskapshöjning om mångfalds- och icke-diskrimineringsfrågor på företagsnivå.

Vidare har projektets förväntade uppsatta mål och resultat varit:

226 anställda (144 kvinnor och 82 män) har genomgått kompetensstärkande insatser som leder till stärkt ställning på arbetsmarknaden för de anställda kvinnorna och männen i deltagande företag.

58 kompetensförsörjningsstrategier är framtagna på företagsnivå inklusive planer angående mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering. Detta leder till ökad konkurrenskraft hos deltagande

företag, ökad servicegrad i försäljningen av de produkter som företagen erbjuder sina slutkunder. Ökad jämställdhetskunskap hos de anställda kvinnorna och männen i företagen.

Höjd kompetens inom mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering hos anställda kvinnor och män i företagen. Målet är att 75 % av alla i företagsledning och anställda ska uppleva att företagskulturen är mer inkluderande efter det att projektet har genomfört insatser inom detta område.

Målen är desamma sedan genomförandefasens start. Totalt har antalet unika deltagare landat på 247 (enligt SCB), vilket är en differens på 24 individer i jämförelse med de 223 individer som projektet utgår från i slutrapporten. 42 av de återstående 50 företagen har vid projektets slut levererat kompetensförsörjningsstrategier som är en del av målen. Inom ramen för de kompetensförsörjningsstrategierna som skulle tas fram på företagsnivå skulle företagen också ta fram planer för arbetet med mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering. Detta mål har projektet inte lyckats nå. Enligt slutrapport beror detta på att projektet inte har kunnat ställa detta krav på företagen då inget av företagen haft fler än 20 anställda vilket enligt diskrimineringslagstiftningen reglerar kravet för dessa planer. Dock är bedömning också att företagets bild av meningsfullheten och förståelsen för att arbeta integrerat med dessa perspektiv i sina verksamheter inte är tydlig nog hos deltagande företag. Detta har kontinuerligt påtalats i avstämningar mellan ansvarig samordnare och projektledare. För att öka förståelsen för och öka kompetensen inom mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering i företagen har projektet fått tänka om under genomförandet för att få så många deltagare som möjligt att ta del av dessa insatser. Detta ledde till att projektet tog fram och genomförde en e-learningutbildning för att nå så många deltagare som möjligt. I e-learningen fanns även tips och verktyg för hur företagen kunde arbeta vidare med dessa frågor ute i sina verksamheter. 80% av deltagarna genomförde e-learningutbildningen vilket är bra måluppfyllelse i sig, dock har projektet fått arbeta hårt för att så pass många skulle ta del av aktiviteten samt upplever projektet att få företag arbetat vidare utifrån denna kunskapshöjning. En anledning kan bero på att företagen under analys- och planeringsfasen skattade sig själva högt kunskapsmässigt avseende dessa frågor och således har en bild av att behovet för fortsatt kunskapshöjning inte finns.

Projektet har utifrån plan genomfört samtliga av de utbildningar och aktiviteter som planerades utifrån resultatet av kartläggningen under analys- och planeringsfasen. Projektet har kontinuerligt

stämt av med deltagande företag så att fortsatt intresse och behov funnits. I utvärderingsrapporten syns skillnader i hur kvinnor respektive män inom deltagargruppen värderat de olika insatserna, vilket är en intressant aspekt att ta med sig. Projektet redogör för de olika utbildningsinsatserna väl i slutrapporten.

Projektet har på ett tydligt sätt utgått från den inledande kartläggningen vad gäller individuella kompetensplaner i upphandling av kompetensutvecklingsinsatser och har parallellt med detta fört dialog med företagen för att säkerställa att kartlagt behov fortsatt varit aktuellt. Även detta bedöms ha lett till högt deltagande.

Projektet bedöms vidare ha gjort ett försök i att integrera de horisontella principerna i projektet, enligt utlysning. Detta har dock varit en utmaning för projektet och lärdom att ta vidare i hur detta på ett bättre sätt vävs in de olika aktiviteterna istället för att läggas vid sidan av. Intentionen kopplat till att integrera horisontella principer i ansökan var god och hög, men bedöms i praktiken vara svår i relation till målgruppen.

Resultaten som kommit ur projektet bedöms dock som goda i och med att den externa utvärderingen visar på en ökad kompetensutveckling hos en målgrupp där det finns tydliga behov utifrån ursprunglig behovsanalys. Utifrån detta fortsatta behov och där projektet har sett tydliga resultat hos enskilda företag har fokus även lagts på tillvaratagande av resultat i deltagande kommuner där samtliga handels- och centrumföreningar gått samman för att möta detta behov. En detaljhandelsdag har genomförts på prov och fortsatta diskussioner förs om hur detta kan vara något att fortsätta med för att öka kunskap och kompetens inom handeln.

Utifrån vad som redovisas i slutrapport, kontinuerliga uppföljningar under projektets genomförande samt utifrån vad slututvärderingen visar har projektet avseende de flesta uppsatta mål nått måloppfyllelse, både vad gäller den individuella kompetenshöjningen, företagets kompetensförsörjningsstrategier samt till viss del ökad kunskapen inom jämställdhet och mångfald. Samtliga projekt- och effektmål bedöms i hög utsträckning eller i viss utsträckning vara uppfyllda.

Projektet har genomfört och uppfyllt planerade aktiviteter i form av kompetensutvecklingsinsatser, konsultstöd i framtagande av kompetensförsörjningsstrategier och e-learningutbildning. De har uppnått sitt kvantitativa resultat, sett till rapporterade individer till SCB (247 st unika deltagare). Det har under genomförandet fallit bort deltagande företag vilket inte är förvånande, men där projektet bedöms ha uppnått uppsatta mål (förutom planen för mångfald, jämställdhet och icke-diskriminering) vilket de motiverat och ses som ett resultat i sig att ta lärdom från.

Projektet har redovisat samt avslutat samtliga deltagare till SCB, där det finns namnunderskrifter. Till SCB har projektet redovisat 247 unika deltagare med ett totalt antal slutdatum på 251 deltagare. Projektet utgår i sin slutrapport från 223 unika deltagare. Målen är desamma sedan genomförandefasens start. Det finns således en differens på 24 individer i jämförelse med de 223 individer som projektet utgår från i slutrapporten.

När uppgifter om deltagare stämms av mot återrapportering till SCB ombads projektet stämma av med SCB då myndigheten bedömde avvikelser i återrapport. Även myndigheten gjorde avstämning hos SCB. Enligt SCB är förklaringen att projektet satt startdatum när de rapporterat deltagare första gången, men då har redovisat 0h deltagaraktivitet för individen. Då försvinner deltagarna från räkningen av nya deltagare i återrapporten. Enligt projektet har även 4 deltagare blivit avslutade tidigare men inte plockats bort från listan och därmed blivit avslutade igen vilket förklarar differensen mellan 247 unika deltagare och 251 slutdatum (förtydligat i dialog med projektet 190509). Vidare beskriver projektet att ett antal deltagare avbrutit deltagande i förtid på grund av studier eller nya jobb, därav utgår de från 223 deltagare som fullföljt projektet. Det finns således en mindre differens i rapporteringen till SCB men som bedöms vara motiverat.

Slutrapport bedöms utifrån inkomna uppgifter godkänd.
Medfinansieringsgrad är avstämd mot beslut, något högre utfall än beslut och krav i aktuell utlysning, beror på att projektet levererade medfinansiering enligt beslut tidigt i projektet. Projektets slututvärderingsrapport är inkommen och avstämd. Beslutade villkor bedöms uppfyllda. Projektets mål och delmål bedöms uppfyllda. Slutrapport bedöms godkänd, 20190514, Marianne Östlihn

Bedömningsdatum

2019-05-14 09:43:53

Samordnare som bedömt slutrapport

Marianne Östlihn