



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

Diarienummer
2010-3060001

Projektnamn Affärskraft Värmland	Diarienummer 2010-3060001
-------------------------------------	------------------------------

Slutrapport genomförande

Sammanfattning

Ge en sammanfattande beskrivning av projektidé och framkomna resultat.

Affärskraft Värmland genomförs i Värmlands län som ett kompetensutvecklingsprojekt riktat till företag med upp till nio anställda. Projektet finansieras av ESF och ägs av Handelskammaren Värmland. Det övergripande syftet med projektet är att genom strategisk kompetensutveckling av sysselsatta främja entreprenörskap och företagande bland solo- och mikroföretag i Värmland, för att därigenom skapa förutsättningar för regional tillväxt och ökad sysselsättning. Företagen erbjuds deltagande i projektet till en låg avgift, 1 000 kronor per företag, för vilken de får kompetensutveckling anpassad och paketerad utifrån företagets villkor. Initialt planerad projekttid var 2010-03-01 till 2013-02-28, men projektet blev förlängt till 2013-12-31.

Den externa följeutvärderingen visar att projektet har gett upphov till en hel del effekter för kursdeltagarna och deras organisationer. Kurserna har stärkt individerna och bidragit till att många upplever en mer stimulerande arbetssituation. Kurserna har också bidragit till att företagets interna processer och affärsnätverk vidgats. I en hel del fall har kurserna dessutom bidragit direkt eller indirekt till att företags omsättning och/eller avlönade arbetstid ökat.

Utvärderingen visar dessutom att de allra flesta av deltagarna är nöjda med projektet, nästan 60 procent av dem anser att kursen/kurserna skapat mycket eller ganska mycket nytta för dem, medan ytterligare drygt 30 procent upplever en viss nytta. Av de delägare/vd/chefer som besvarat effektenkäten anser nästan 70 procent att Affärskraft Värmland har skapat ett mervärde för företaget, det vill säga nyttan överstiger kostnaden.

Den externa följeutvärderarens genomgång av projektets alla huvud- och delmål visar att måloppfyllelse i de allra flesta fall är hög. Projektet har således varit lyckat! Några av de bakomliggande framgångsfaktorerna är kursledarna och deras förmåga att inspirera och motivera, kursernas upplägg som anses varit anpassade till målgruppen, diskussionerna under utbildningarna, det låga priset för att delta i projektet samt Handelskammarens roll som projektägare.

Projektets resultat

- Redogör kortfattat för det problem och de behov som projektet avsåg att fokusera kring.
- Redogör för projektets ambitioner att göra skillnad, det vill säga hur lösa problemet på ett bättre sätt. Ta utgångspunkt i den eller de programkriterier (lärande miljöer, samverkan, innovativ verksamhet, strategisk påverkan) som projektet valt, men också där så är aktuellt hur aktiviteterna av transnationell och regionalfondskaraktär bidragit.
- Vilka resultat och förslag till goda lösningar har projektet lett fram till?
- Vilken påverkan och genomslag har projektet åstadkommit på individnivå, organisationsnivå och system- och strukturnivå?

90 procent av alla värmländska företag tillhör gruppen solo- och mikroföretag, alltså företag med upp till nio anställda. Denna grupp företag är de som ökar mest, skapar flest nya



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

Diarienummer
2010-3060001

arbetstillfällena och har högst lönsamhet (SCB, NV 19 SM1004). Som exempel kan anges att fyra av fem jobb skapas i dessa företag. Därmed är de också helt avgörande för den värmländska tillväxten. Ett av de hinder som solo- och mikroföretagen upplever som tillväxthämmande är brist på kunskap och kompetens. 82 % av företagen menar att kompetensutveckling är helt avgörande för företagets fortsatta utveckling. Samtidigt vittnar många solo- och mikroföretag att brist på tid och pengar gör att det är svårt att prioritera kompetensutveckling.

Det är här Affärskraft Värmland kommer in. Affärskraft erbjuder solo- och mikroföretag i Värmland korta konkreta utbildningar som stärker företagets affärsmannaskap. Projektet, som pågått sen i mars 2010 och avslutas i december 2013, har erbjudit utbildningar inom marknadsföring, försäljning, ledarskap, projektledning, Office och ekonomi. Samtliga utbildningar är skräddarsydda och paketerade för att passa just solo- och mikroföretagens behov.

Projektet har utbildat 1032 personer, genomfört 52 företagsanalyser, 144 utbildningar, 366 utbildningsdagar och 27321 utbildningstimmar. I projektets externa slutrapport, som sammanställer konsekvenserna av Affärskraft, visar följeutvärderingen att projektet har gett upphov till en hel del effekter för kursdeltagarna och deras organisationer. Kurserna har stärkt individerna och bidragit till att många upplever en mer stimulerande arbetssituation. Kurserna har också bidragit till att företagets interna processer och affärsnätverk vidgats. Företagens affärsmannaskap har alltså stärkts. I en hel del fall har kurserna dessutom bidragit till att företags omsättning och/eller avlönade arbetstid ökat. Vi kan exempelvis se att 49 % av företagen har ökat sin omsättning som ett direkt eller indirekt resultat av Affärskraft och att 29 % har ökat sin avlönade arbetstid. Affärskraft är alltså ett verktyg som skapar tillväxt i de värmländska solo- och mikroföretagen.

Lärande miljöer

Konkret har detta arbetet bland annat inneburit en årlig träff med utbildningsleverantörerna för att diskutera hur utbildningsmetodikerna kan förfinas. Dessutom har projektets involvering i arbetet med de regionala kompetensplattformarna lett till att den kompetenskartläggning som tillämpats har använts som underlag vid uppbyggandet av Servicecollege Värmland. I övrigt har erfagrupper (projektet Affärskraft Värmland, Dalalyft, Företagsakademien och Företagslyftet Östhammar) varit ett viktigt forum för att kontinuerligt utbyta erfarenheter.

Innovativ verksamhet

Vad gäller området innovativ verksamhet har projektledningen arbetat kontinuerligt med att finjustera projektets metodik. Projektledningen har bland annat varit lyhörd för åsikter som lämnats av deltagarna, vilket bland annat lett till att kursen "Officepaketet för småföretagare" lanserades samt att möjligheten till en bonuskurs infördes. Som en del av det transnationella utbytet med Cumbria University har projektledningen dessutom fått inspiration kring hur en utbildningskostnad kan räknas hem med hjälp av ROI (Return of Investment). Diskussioner har förts kring hur projektet kan stärka de effekter som skapas för deltagarna och deras företag, det vill säga tydligare förankra kompetensutvecklingen i organisationen. Avslutningsvis har involvering i arbetet med de regionala kompetensplattformarna till viss del också bidragit med input till projektets arbete med att utveckla projektmetodikerna.

Främja samverkan

Avseende området främja samverkan har det hänt mycket under projektets gång. Erfagrupperna är en viktig aspekt i detta, likväl som en än mer utförlig dialog med systemprojektet Dalalyft. Projektet har arrangerat ett flertal öppna solo- och mikroföretagsseminarier innefattande både affärsmannaskapsrelaterade diskussioner och mingel. De kanske viktigaste aspekterna för att främja samverkan är de informationsmöten



som genomförts med projektets samarbetsparternas, samt den informations- och spridningsturné, Frulle på rull, som genomförts. Avseende informationsmötena är det respektive samarbetspartner som hållit i dessa och bjudit in projektet som en medverkande part. Mötena har genomförts hos samtliga sexton kommuner (totalt 49 möten). Motsvarande informationsmöten har även genomförts hos AMLI, INOVA, Kreditgarantiföreningen, The Packaging Arena, The Paper Province och Region Värmland. Frulle på rull är ett informationsinitiativ i form av frukostmöten hos projektets samarbetspartners, där solo- och mikroföretagare kan få ytterligare information om Affärskraft Värmland. Vid dessa träffar deltar bland annat respektive kommunledning vilket gjort att även de informerats om projektet och dess resultat, vilket i sin tur har varit en viktig del i projektets strategiska påverkansarbete.

Strategiskt påverkansarbete

Projektet har genomfört en mängd aktiviteter kopplat till strategisk påverkan. Massmediala kanaler har på olika sätt använts för att förmedla information om projektet i sig och dess effekter, bland annat artiklar i Värmlands Affärer (42 000 ex), Handelskammarens nyhetsbrev (till 1 200 medlemsföretag) och debattartiklar i Värmlands Folkblad (18 900 ex) och Nya Wermlands Tidningen (51 900 ex). Projektet har dessutom medverkat vid en rad större sammankomster för att på olika sätt marknadsföra projektet. Det handlar exempelvis om Handelskammarens höstmöte (Värmlands största affärsmöte), Värmlands innovations- och tillväxtdag, ett regionalt spridningsseminarium i Karlstad arrangerat av Tillväxtverket, Almedalsveckan samt Kreativt forum. En stor spridningsinsats gjordes även i samband med Handelskammarens Affärsresa, i vilken 1 100 resenärer från värmländska företag deltog. Projektet hade 20 ambassadörer på plats med uppgiften att sprida resultat om deras deltagande i Affärskraft Värmland. Projektledningen har dessutom genomfört enskilda möten med en rad viktiga personer och organisationer. Som exempel kan nämnas nästan samtliga kommunchefen och kommunalråd i Värmland, Region Värmlands styrelse, Näringsdepartementet, ansvarig strateg för Värmlandsstrategin, samt riksdagsledamöter. Ett flertal regionpolitiker har givit uttryck för att deras möten med Affärskraft Värmlands projektledning gjort att förutsättningar för solo- och mikroföretag har hamnat högre upp på deras prioriteringslista.

Transnationalitet

Det transnationella inslaget i projektet har framför allt innefattat tre övergripande aktiviteter. För det första deltog delar av projektledningen i evenemanget Open days i Bryssel i slutet av 2011. I ett senare skede genomförde projektledning en studieresa till Cumbria för att bekanta sig mer med deras LEAD-modell. Flera uppföljande samtal följde därefter. För det andra genomförde projektledningen ett utbyte i slutet av 2012 med projektet SME Competence Development, som drivs av JobInVest i Esbjerg, Danmark. Projektledningen anser själva att dialogen gav relevant information avseende hur kunskapen som kursdeltagarna erhåller kan implementeras i deras företag, det vill säga hur nyttan av kurserna kan öka. För det tredje genomfördes ett utbyte med Oslo Handelskammare i början av 2013. Fokus låg då på att informera de norska kollegorna om Affärskraft för att därmed ge dem input i deras eget arbete med solo- och mikroföretag.

Regionalfondsaktiviteter

Tack vare finansiering från regionalfonden har projektet kunna utveckla ett webbaserat utbildnings- och adminsystem som strukturerat upp företagets hela process i utbildningskedjan.



- Redogör för projektets syfte/projekt mål, delmål och avsedda resultat.
- Vad har projektet uppnått i förhållande till mål och planerat upplägg? Redogör dels med kvantitativa mått, dels kvalitativt i form av till exempel erhållna kunskaper och förändringar i attityder, riktlinjer, beteende etc.
- Vilket lärande åstadkom ni i projektet såväl internt som externt?
- Redogör för orsaker till avvikelser i förhållande till planerad verksamhet i projektansökan och hur detta har påverkat projektbudgeten.

Det övergripande syftet med Affärskraft Värmland är att genom strategisk kompetensutveckling av sysselsatta främja entreprenörskap och företagande bland företag med 1-9 anställda i Värmland, för att därigenom skapa förutsättningar för regional tillväxt och ökad sysselsättning.

Projektet har mål av både kvantitativ och kvalitativ karaktär. Dessa är uppdelade i övergripande, projekt- och delmål. Nedan följer ett utdrag ur projektets externa slutrapport som visar det slutgiltiga utfallet av måloppfyllelsen. Den uppnådda siffran presenteras inom parentes. Vad gäller de indikatorer som mäts med hjälp av en skalmmodell, var målsättningen att det sammanlagda utvärderingsresultatet skulle vara minst fem på en sexgradig skala.

Övergripande mål

- Ökad omsättning i de medverkande mikroföretagen (49 procent av de deltagande företagen har ökat sin omsättning).
- Fler anställda i de medverkande mikroföretagen (29 procent av de deltagande företagen har ökat den avlönade arbetstiden).

Projekt mål

- 1 000 anställda i mikroföretag i Värmlands län upplever ökad kompetens i affärsmannaskap. Medelvärde minst fem på sexgradig skala avseende de tre första relaterade delmålen för individen, se nedan (1032 och medelvärde på 5,25).
- Deltagarna är jämnt fördelade mellan könen (55 procent kvinnor och 45 procent män).
- Genomföra 27 000 utbildningstimmar (27 321).

Delmål företagen

- 50 procent av de deltagande företagen drivs av kvinnor (45 procent).
- 10 procent av de deltagande företagen drivs av en person med utländsk bakgrund (10 procent).
- Företag från samtliga värmländska kommuner deltar i projektet (ja).

Delmål individen affärsmannaskap

- Deltagarna anser att utbildningen gett inspiration till fortsatt affärsmässig utveckling av företaget (5,39).
- Deltagarna anser att utbildningen gett kunskap till fortsatt affärsmässig utveckling av företaget (5,18).
- Deltagarna anser att utbildningen gett dem färdigheter som kan användas i det vardagliga arbetet (5,18).
- Deltagarna anser att utbildningen gett dem en positiv attityd/positivt förhållningsätt till företagande (ja, enligt den externa slutrapporten).

Delmål individen jämställdhet och tillgänglighet

- Deltagarna upplever utbildningen som jämställd (5,51).
- Deltagarna upplever utbildningen som tillgänglig (5,38).

Delmål nätverk



- Deltagarna anser att de kommer att ha användning av de kontakter och relationer som skapats inom utbildningen (4,11).
- Projektets samarbetspartners anser att samverkan kring kompetensutveckling för mikroföretag har förbättrats (ja, enligt den externa slutrapporten).

Delmål utbildning/utbildare

- Deltagarna anser att utbildningen är anpassad till personer som leder eller arbetar på ett mindre företag (5,06).
- Deltagarna är nöjda med utbildarens insats (5,63).
- Deltagarna rekommenderar andra att delta i liknande utbildningar (5,64).

Lärande

En av de största interna lärdomarna som gjorts är att en utbildningsmodell av denna karaktär är av ständig utveckling. Metoden har aldrig varit konstant utan hela tiden justerats utifrån input från kursdeltagare, andra projekt eller samarbetspartners. En annan viktig lärdom är att för att kunna slussa igenom 1032 anställda på solo- och mikroföretag krävs stöttning i form av personella resurser. Projektteamet måste hela tiden vara närvarande och följa företagen genom processen. Med tanke på mängden deltagare har det också varit viktigt med tät uppföljning inom projekttemat för att hålla flödet av deltagare konstant. Externt sett är en av de viktigaste lärdomarna att solo- och mikroföretag, trots den effekt de ser att utbildning ger, har svårt att avsätta tid och pengar för kompetensutveckling. Alternativkostnaden är hög i form av minskad produktion eller inhyrning av extrapersonal. Det krävs ett långsiktigt attitydpåverkande arbete för att få denna grupp företag att integrera kompetensutveckling som en naturlig del i affärsplanen.

Avvikelser

Affärskraft har i princip uppnått alla uppsatta mål. Det är enbart ett delmål som inte har uppnåtts och det handlar om att skapa nätverk för deltagarna som de har nytta av. På en sexgradig skala är deltagarnas egna skattningar är detta uppnås till 4,11 (målsättningen var ett värde över fem). Enligt projektets externa utvärderare finns det sannolikt flera anledningar till denna målavvikelse. En sådan är att själva målnivån i sig är väldigt ambitiös, särskilt som kontaktskapande till väldigt stor del uppstår som en konsekvens av deltagarnas egna initiativ. Det går att skapa hur mycket förutsättningar som helst för nätverkande och samverkan men tar deltagarna inte chansen spelar det ingen roll. Samtidigt finns det ofta saker som kan göras annorlunda under en utbildning för att underlätta än mer. Att återkommande träffa samma personer ökar möjligheterna till mer stadigvarande kontaktytor. Sammantaget måste utfallet i förhållande till delmål anses vara helt ok, även om det är en bit kvar till den formulerade målnivån. Det skall dock tilläggas att utfallet av den handfull öppna seminarier som projektledningen skapat för att öka nätverkandet mellan deltagarna inte är inkluderat i ovanstående medelvärde. Då seminarierna varit rätt välbesökta finns det anledning att tro att de bidragit till ökat kontaktskapande.

Arbetsätt

Vad var ert huvudsakliga arbetsätt? Beskriv kortfattat vilka metoder, utbildningar och andra aktiviteter som användes. Vad i metoderna och aktiviteterna var det som gjorde skillnad, d.v.s. som ledde fram till det önskade resultatet? Beskriv eventuellt nya metoder eller material som tagits fram i projektet.

Projektets huvudsakliga arbetsätt var att arbeta väldigt företagsnära. Hela projektiden uppkom som ett resultat av en medlemsundersökning som Handelskammaren Värmland genomförde 2009. I den medlemsundersökningen framkom tydligt att de minsta företagen behövde stöd i kompetensutveckling. Det var där och då som idén till Affärskraft Värmland föddes.



Vår tes har hela tiden varit att solo- och mikroföretag är oerhört duktiga på deras eget hantverk, men att de (som de också uttryckte i medlemsundersökningen) behövde kompletterande kompetenser i affärsmässiga områden, såsom sälj, ekonomi och marknadsföring. Och eftersom dessa företag ofta har ont om tid och svårt att prioritera kompetensutveckling har mantrat varit att utbildningarna skulle vara skraddarsydda, korta och konkreta och ge resultat på företaget redan dag ett.

Metoden går till så här. Företagen anmäler vd eller ägare till en fyra timmar lång företagsanalys. Där diskuteras, tillsammans med tio andra företagare, var företaget befinner sig i nuläget, önskat läge om tre år, vilka hinder som finns och vilka resurser som behövs för att ta sig till det önskade läget. Utifrån det fastställs utbildningsbehovet. Företaget får sedan samma antal utbildningar som de har anställda. De anställda får välja mellan utbildningar inom sälj (både handel och tjänster och business to business), Officepaketet, ekonomi, marknadsföring, projektledning, ledarskap och sociala medier. De företag som behövde stöd på hemmaplan för att komma fram till rätt utbildningsprogram kunde avropa något som kallades för hemma-hos som byggde på att den processledare som höll i Företagsanalysen höll en intern workshop på det enskilda företaget. Företagets åtagande avslutades då samtliga anställda som valt en kurs avslutat densamma.

Att 49 procent av företagen uppger att de ökat sin omsättning som ett resultat av Affärskraft och att 29 % menar att de ökat den avlönade arbetstiden beror i hög grad på kursernas upplägg (korta och konkreta) samt att de var anpassade till målgruppen (skraddarsydda). Kursledarnas förmåga att inspirera och motivera samt de diskussioner som hölls under utbildningarna nämns också som framgångsfaktorer i den externa slutrapporten.

Något som kan utvecklas i ett eventuellt nytt projekt är implementering av kunskaper. Projektmetoden var framtung, såtillvida att företagen först genomgick en analys och sen utbildningar. Med den erfarenhet vi har nu tror vi att man med fördel kan lägga ett starkare fokus på vad som händer på företagen efter genomförd utbildning. Alltså hur de anställdas kunskaper ska omsättas i praktiken.

Deltagande aktörer i projektet

Redogör för vilka aktörer (organisationer, företag, myndigheter) som ingick i projektet, samt vad de konkret bidrog med, både vad gäller engagemang, ekonomiska resurser och påverkansarbete. Redovisa dessutom arbete i projektgrupp, styrgrupp och/eller referensgrupp samt gruppernas sammansättning. Hur har grupperna fungerat?

Företag

Den primära målgruppen för projektet var värmländska företag med upp till nio anställda. 443 företag deltog i själva utbildningen.

Leverantörer

En förutsättning för att genomföra projektet på ett bra sätt var samtliga upphandlande leverantörer. Projektet inleddes med en omfattande upphandlingsfas där vi valde utbildare, lokaler, reklambyrå och adminsystem. Ingen leverantör har hoppat av, och inget avtal har sagts upp under projektets gång, vilket får ses som en framgång.

Samarbetspartners

Projektet hade 28 samarbetspartners som i mångt och mycket varit involverade i projektet. De kanske viktigaste aspekterna för att främja samverkan är de informationsmöten som genomförts med projektets samarbetspartners, samt den informations- och spridningsturné, Frulle på rull, som genomförts tillsammans med delar av (de kommunala) samarbetspartnerna. Avseende informationsmötena är det respektive samarbetspartner som



hållit i dessa och bjudit in projektet som en medverkande part. Mötena har genomförts hos samtliga sexton kommuner, det vill säga (antal möten inom parentes) Arvika (7), Eda (1), Filipstad (4), Forshaga (3), Grums (3), Hagfors (1), Hammarö (4), Karlstad (4), Kil (3), Kristinehamn (6), Munkfors (3), Storfors (1), Sunne (1), Säffle (1), Torsby (3) och Årjäng (5). Motsvarande informationsmöten har även genomförts hos AMLI (2), INOVA (2), Kreditgarantiföreningen (1), The Packaging Arena (1), The Paper Province (1) och Region Värmland (3). Frulle på rull är ett informationsinitiativ i form av frukostmöten hos projektets kommunala samarbetspartners, där solo- och mikroföretagare kan få ytterligare information om Affärskraft Värmland. Vid dessa träffar deltar bland annat respektive kommunledning vilket gjort att även de informerats om projektet och dess resultat, vilket varit en viktig del i projektets strategiska påverkansarbete. Vad gäller samverkan med övriga samarbetspartners har Företagarna varit med i projektets styrgrupp och Företagsakademien i erfagruppen. Dessutom medverkade Affärskraft Värmland som utställare och jury på RAMP (Värmlands innovations- och tillväxtdag) som arrangerades av INOVA. 24 av projektets 28 samarbetspartners har därmed varit delaktiga i projektets genomförande. Övriga fyra, Compare, IUC, Stål & verkstad och Värmlandskooperativen, har inte varit involverade mer än att de medverkade vid projektets uppstartsmöte. Efter detta möte fick de, tillsammans med övriga, ett informationspaket att använda för spridning i olika kanaler.

Styrgrupp

Projektets styrgrupp har varit aktiv och haft kontinuerliga möten under hela projekttiden. I styrgruppen deltog Region Värmland, Företagarna samt Handelskammarens vd. Adjungerade var projektets utvärderare samt ESF-rådet. Informationsspridning har även skett mellan styrgruppsmötena. Möten med styrgruppen hölls ca fyra gånger per år.

Erfagrupp

Ett erfarenhetsutbyte har skett mellan projekten Affärskraft, Dalalyft, Företagsakademien och Företagslyftet Östhammar. Gruppen har fungerat hyfsat och även gjort gemensamma inspel vad gäller strategisk påverkan. Upplevelsen är dock att benchmarkingen mellan projekten varit nyttigare än de gemensamma utspel som har gjorts.

Referensgrupp

Inledningsvis hade projektet en referensgrupp. Denna lades dock ner innan den var etablerad eftersom vi tidigt insåg att de synpunkter vi ville att referensgruppen skulle bidra med fick vi direkt från de deltagande företagen.

Jämställdhetsintegrering

Redogör för hur ni arbetat med jämställdhetsintegrering i ert projekt. Relatera till projektplan och utmaningar under arbetets gång.

När det gäller projektets arbete med jämställdhet har detta inte vänt sig explicit till deltagarna, utan jämställdhet har varit aspekter som istället integrerats i själva projektmodellen. Det innebär att projektledningen tillsammans med alla utbildningsleverantörer, åtta individer från fem företag, har genomgått en utbildning i jämställdhet (genomförd av Katarina Jakobsson på Länsstyrelsen Värmland). Detta skedde under första halvan av 2010. Under slutet av 2011 samlade projektledningen på nytt alla utbildningsleverantörer för en diskussion om jämställdhetsfrågor kopplade till projektet. Utgångspunkten för mötet var att leverantörerna fick redogöra för hur de arbetat med jämställdhet under utbildningarna, och utifrån det fördes en diskussion om vad som kan utvecklas. Projektledningen har bland annat försett leverantörerna med konkreta tips på hur de kan göra utbildningen jämställd (exempelvis könsneutrala exempel och jämt talarutrymme). För att få deltagarnas uppfattning om hur väl jämställdhet faktiskt integrerats i utbildningen innefattade kursutvärderingen frågor som relaterar till just detta. På frågan om deltagarna upplevde utbildningen som jämställd blev utfallet 5,51 på en sexgradig skala. Med



andra ord är deltagarna till stor del nöjda.

Vad gäller jämställdhet fördes ett resonemang i projektteamet om detta skulle lyftas som ett särskilt tema under utbildningen eller som en särskild utbildning. Vi kom dock fram till att jämställdhet skulle vara integrerat i hela projektmodellen och i samtliga utbildningar då vi ansåg att detta var det bästa sättet att nå ut till flest personer.

Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning

Redogör för hur projektet arbetat för att förverkliga visionerna vad gäller tillgänglighet i projekt. Relatera till projektplan och utmaningar under arbetets gång.

När det gäller projektets arbete med tillgänglighet har detta inte vänt sig explicit till deltagarna, utan tillgänglighet har varit aspekter som istället integrerats i själva projektmodellen. Det innebär att projektledningen tillsammans med alla utbildningsleverantörer, åtta individer från fem företag, har genomgått en utbildning i tillgänglighet (genomförd av Fredrik Lindgren på Handisam). Detta skedde under första halvan av 2010. Under slutet av 2011 samlade projektledningen på nytt alla utbildningsleverantörer för en diskussion om tillgänglighetsfrågor kopplade till projektet. Utgångspunkten för mötet var att leverantörerna fick redogöra för hur de arbetat med tillgänglighet under utbildningarna, och utifrån det fördes en diskussion om vad som kan utvecklas. Projektledningen har bland annat försett leverantörerna med konkreta tips på hur de kan göra utbildningen tillgänglig (exempelvis korta utbildningspass och tydliga PowerPoint-bilder med stor text). Projektledningen själva har dessutom haft ytterligare ett möte med Fredrik Lindgren, Handisam, för att diskutera projektets tillgänglighetsarbete. De har även deltagit i en halvdagsutbildning om tillgänglighet hos Villmera Utveckling AB. Ett konkret exempel på konsekvenserna av projektets tillgänglighetsarbete är att projekthemsidan ger besökare möjligheten att förstora text i webbläsaren. En betydande del av utbildningarnas tillgänglighet relaterar till de lokaler som utbildningarna genomförts i. I projektets upphandling av dessa var därför tillgänglighetsanpassade lokaler ett viktigt kriterium. Handisams checklista "Tillgängliga konferenser" användes som utgångspunkt för detta. Ytterligare tillgänglighetsanpassningar av upphandlade lokaler har dessutom skett under projektets gång, bland annat av en konferenslokal på ett av Karlstads största hotell. Projektledningen anser att Handelskammarens storlek har varit en viktig bakomliggande faktor till att projektets påtryckningar faktiskt gett resultat och att lokalleverantörerna gått önskemålen tillmötes. För att få deltagarnas uppfattning om hur väl tillgänglighet faktiskt integrerats i utbildningen innefattade kursutvärderingen frågor som relaterar till just detta. På frågan om deltagarna upplevde utbildningen som jämställd blev utfallet 5,38 på en sexgradig skala. Med andra ord är deltagarna till stor del nöjda.

Vad gäller tillgänglighet fördes ett resonemang i projektteamet om detta skulle lyftas som ett särskilt tema under utbildningen eller som en särskild utbildning. Vi kom dock fram till att tillgänglighet skulle vara integrerat i hela projektmodellen och i samtliga utbildningar då vi ansåg att detta var det bästa sättet att nå ut till flest personer.

Regionala prioriteringar

Redogör för de eventuella regionala prioriteringar som ni arbetat med.

Projektet har inte haft några särskilda regionala prioriteringar.

Spridning och påverkansarbete

Redogör för hur ni arbetat med spridning och påverkansarbete.

- Vilka personer/organisationer har ni riktat er till?
- Hur kan projektets idéer och erfarenheter omsättas i annan verksamhet?



- Vilka ytterligare insatser för påverkansarbetet skulle behövas för att nå dit ni vill? Vem/vilka bör göra det?

Projektet har genomfört en mängd aktiviteter kopplat till strategisk påverkan. Massmediala kanaler har på olika sätt använts för att förmedla information om projektet i sig och dess konsekvenser, bland annat artiklar i Värmlands Affärer (42 000 ex), Handelskammarens nyhetsbrev (till 1 200 medlemsföretag) och debattartiklar i Värmlands Folkblad (18 900 ex) och Nya Wermlands Tidningen (51 900 ex). Projektet har dessutom medverkat vid en rad större sammankomster för att på olika sätt marknadsföra projektet. Det handlar exempelvis om Handelskammarens höstmöte (Värmlands största affärsmöte), Värmlands innovations- och tillväxtdag, ett regionalt spridningsseminarium i Karlstad arrangerat av Tillväxtverket, Almedalsveckan samt Kreativt forum. En stor spridningsinsats gjordes även i samband med Handelskammarens Affärsresa, i vilken 1 100 resenärer från värmländska företag deltog. Projektet hade 20 ambassadörer på plats med uppgiften att sprida resultat om deras deltagande i Affärskraft Värmland. Projektledningen har dessutom genomfört enskilda möten med en rad viktiga personer och organisationer. Som exempel kan nämnas nästan samtliga kommunchefer och kommunalråd i Värmland, Region Värmlands styrelse, Näringsdepartementet, ansvarig strateg för Värmlandsstrategin, samt riksdagsledamöter. Ett flertal regionpolitiker har givit uttryck för att deras möten med Affärskraft Värmlands projektledning gjort att förutsättningar för solo- och mikroföretag har hamnat högre upp på deras prioriteringslista.

Det som skulle behöva utvecklas är det nationella påverkansarbetet. Ett försök gjordes, tillsammans med erfagrupper, att uppvakta Näringsdepartementet. Erfagrupper gjorde också ett gemensamt nedslag i Almedalen, dels via ett eget seminarium och dels via allmän informationspridning. Detta var dock inte tillräckligt, utan mer fokus bör läggas på den nationella nivån i nästa programperiod. Med tanke på det resultat denna utbildningsinsats visar (vad gäller ökad omsättning och avlönad arbetskraft) borde det finnas ett nationellt intresse att stötta de minsta företagen i kompetensutveckling, istället för att som nu bygga denna struktur med icke-långsiktiga projektmedel.

Extern utvärdering

Redogör för hur den externa utvärderaren (om det är aktuellt) konkret bidragit i projektarbetet. Vilket stöd har det varit för projektledningen och hela projektet?

Projektet har haft en extern följeutvärderare. Intensiteten och nyttan har varit varierande under projektets gång, till stor del på grund av personalförändringar hos leverantören. Det började väldigt bra med en aktiv part som deltog på styrgruppsmöten och kom med bra löpande feedback. Då projektets kontaktperson bytte jobb försämrades kvalitén. Efter att projektledningen påtalat detta kom en tredje person in i bilden och arbetet levererades då med hög kvalitet. Den input som varit mest värdefull är i form av en Effektrapport och en Slutrapport.

Egenutvärdering

Redogör för hur ni själva arbetat med att utvärdera ert arbete. Vilket stöd har det varit för projektledningen och hela projektet?

Projektets uppföljning byggde på intern rapportering. Denna säkerhetsställde ett bra flöde av deltagare genom projektet, vilket innebar ständig koll på hur många som fanns i systemet och hur många utbildningstimmar som genomförts. För att säkerhetsställa en god deltagarredovisning användes ett kursadministrationssystem. Projektteamet inkom med kvartalsvisa delrapporter (till rapporterna bifogades en uppdaterad aktivitetsplan, projektets LFA-matris samt aktuellt budgetläge) och lägesrapporter samt en slutrapport. För att underbygga dessa användes en projektlogg, där den dagliga verksamheten löpande rapporterades. Härigenom skapades goda rutiner för uppföljning och datainsamling.



Kontinuerlig uppföljning och utvärdering gjordes också av samtliga utbildningar, som genomfördes inom projektet, genom att varje deltagare fick fylla i en tryckt enkät efter avslutat utbildningstillfälle.

Den interna uppföljningen kompletterades i halvtid med en LFA-matris där systemet fungerar som verifikationskälla för de flesta mål. Den kursutvärdering varje deltagare fick fylla i efter avslutad kurs var också en viktig källa för uppföljning av mål.

Kommentarer och tips

Vilka tips skulle Du vilja delge framtida projekt? Vad gick bra och varför? Vad gick mindre bra och varför?

Att måluppfyllelsen i Affärskraft är så pass hög beror till stor del på att projektet jobbat väldigt företagsnära. Den använda utbildningsmodellen har varit under ständig utveckling, allt för att tillgodose företagets behov. Det är det första tipset projektledningen vill bidra med, jobba nära målgruppen!

För det andra krävs det mycket personella resurser för att skapa ett bra flöde i en utbildningsprocess. Detta projekt slussade igenom 1032 personer på drygt tre år. Det krävs en närvarande och stöttande koordinator som hela tiden påminner och stöttar företagen i deras utbildningsprocess för att få till ett bra flöde. Denna insats tar tid!

För det tredje är rätt personal en förutsättning för att lyckas. Under projektets gång har olika funktioner bytts ut, vilket också har varit en förutsättning för att ro projektet i hamn.

Till sist, ett strukturellt projekt med så många inblandade aktörer (1032 deltagare, 28 samarbetspartners osv.) kräver en ständig uppföljning av uppsatta mål. Veckovisa avstämningar vad gäller rekryteringsläge, anmälningsläge osv. är en nödvändighet.

Kontaktpersoner

Vilka personer kan den som är intresserad av ytterligare information kontakta?

Frida Johansson, Projektledare, frida@handelskammarenvarmland.se eller 070-6187722.
Helena Englund, Koordinator, helena@handelskammarenvarmland.se eller 072-5614085.