



SLUTRAPPORT

**Magnet**

KOMPETENSUTVECKLINGSBEHOV  
INOM DUODJI

© Sameslöjdstiftelsen Smi Duodji

Form: Smi Duodji

Tryck: HS Copy, Luleå 2009.

ISBN 978-91-976863-8-9

SLUTRAPPORT EU-PROJEKTET

**MAGNET**  
**KOMPETENSUTVECKLINGSBEHOV**  
**INOM DUODJI**

Åsa Larsson, projektledare

<b>Kapitel 1 – Sammanfattning</b> .....	3
Näringslivsutveckling i Sameslöjdstiftelsens regi .....	3
Projektet MAGNET – Kompetensutveckling, Rapportens disposition .....	4
<b>Kapitel 2 – Bakgrund</b> .....	5
<b>Kapitel 3 – Projektbeskrivning</b> .....	7
Projektaktiviteter – måluppfyllelse .....	8
<b>Kapitel 4 – Företagarenkäten</b> .....	9
OMVÄRLDSFRÅGOR • AFFÄRSMÄSSIGHET .....	10
YRKESIDENTITET • UTBILDNING OCH REKRYTERING • PRODUKTER; TJÄNSTER OCH SERVICE • MARKNADSFÖRING & KOMMUNIKATION .....	11
ARBETSMILJÖ OCH LÄRANDEMILJÖ .....	12
<b>Kapitel 5 – Personal- och styrelseenkäten</b> .....	13
OMVÄRLDSFRÅGOR .....	13
AFFÄRSMÄSSIGHET • IDENTITET • UTBILDNING OCH REKRYTERING • PRODUKTER; TJÄNSTER OCH SERVICE .....	14
MARKNADSFÖRING & KOMMUNIKATION • ARBETSMILJÖ OCH LÄRANDEMILJÖ .....	15
<b>Kapitel 6 – Branschrådet – HANDLINGSPLANER</b> .....	16
Branschrådets VISION för sameslöjdsbranschen år 2014 .....	16
Sammanställning av FÖRETAGARNAS KOMPETENSUTVECKLINGSBEHOV .....	17
Sammanställning av ORGANISATIONENS KOMPETENSUTVECKLINGSBEHOV .....	18
Projektets övergripande måluppfyllelse .....	20
<b>Kapitel 7 – Övriga resultat och erfarenheter</b> .....	21
<b>Kapitel 8 – Resultatspridning och återkoppling</b> .....	23
<b>Kapitel 9 – Koppling till andra projekt</b> .....	24
<b>Kapitel 10 – Övrigt</b> .....	25
Vad lärde vi oss? .....	25
<b>Bilagor</b>	
Handlingsplan för branschen .....	29
Handlingsplan för organisationen .....	32
Analys av företagarens behov – BRANSCHANALYS .....	34

# 1 Sammanfattning

Sámi Duodji – Sameslöjdstiftelsen – är en stiftelse som bildades 1993 av de samiska riksorganisationerna Svenska Samernas Riksförbund (SSR) och Same Ätnam. Kansliet finns i Jokkmokk och ordinarie personal består av verkställande direktör, tre sameslöjds konsulenter och en administratör. Stiftelsens styrelse består av fem personer och verksamheten finansieras av Sametingets Kulturråd och Nämnden för Hemslöjdsfrågor.

Sameslöjdstiftelsens övergripande mål är att:

- främja, stödja och utveckla samisk slöjd- och konsthantverk,
- värna om det samiska hantverks- och kulturarvet.

Arbetet bedrivs inom tre verksamhetsområden:

- Hantverk- och kulturarv,
- Näringslivsutveckling,
- Marknadsföring och kommunikation

Detta projekt – som är en förprojektering – handlar om inventering av sameslöjdnäringens kompetensbehov och hur detta lett fram till en övergripande handlingsplan för kostnadseffektiv optimerad kompetensutveckling, efterfrågad av slöjdare och till gagn för slöjdnäringen som helhet. Inventering är också gjord på Sameslöjdstiftelsens egen organisation och som resulterade i en handlingsplan.

## Näringslivsutveckling i Sameslöjdstiftelsens regi

Arbetet har under de senaste åren skett på bred front. Ett flertal projekt har samordnats och bidragit till att det finns

- Ett slöjdarregister med över 400 slöjdare, indelat i företagare (F-skatteregistrerade) och hobby/husbehovsslöjdare. Detta projekt är inriktat mot de aktiva slöjdarföretagen.
- Fakta om slöjdens kunder via kund-, slöjdar-, butiks- och utställningsenkäter

- Försäljningsstatistik för den egna butiken, antalet kunder, vad som säljs, när butiken får besök etc. Vad säljs, vad är hyllvärmare.
- Företags och produktannonser på hemsidan – [www.sameslojdstiftelsen.com](http://www.sameslojdstiftelsen.com) – analyser av internetbesökarens beteende på hemsidan, sökordsstruktur, varifrån besökare länkats till hemsidan, vilka produktord söker de efter, etc.
- Kalender på hemsidan, för annonsering av aktiviteter såsom utställningar, kurser etc.
- Årligen återkommande nationella branschträffar där branschfakta, trender och nyheter presenteras för företagarna.

I samband med branschträffarna har seminarier/föredrag/workshops hållits inom skilda områden. Det finns ett stort och brett behov av kompetensutveckling inom näringen men det fordras ett nytt arbetssätt för att kunna genomföra insatser på ett kostnadseffektivt sätt.

## Praktiska problem med kompetensutveckling inom hantverk

Slöjdarna är utspridda över hela landet. När en kurs annonserats ut så är kanske flera slöjdare intresserade men av praktiska skäl så kan de inte resa iväg för att gå på kurs. Kontentan blir dyra kurser med få deltagare och ett kompetensutvecklingsbehov som inte kunnat tillfredsställas.

Hushållningssällskapet i Norrbotten – som också arbetar med hantverkare – efterfrågade samordning av hantverksinriktade utbildningar. Många av deras kurser blev också dyra på grund av för få deltagare. Skulle det gå att på Sameslöjdstiftelsens hemsida gemensamt kunna annonsera ut aktiviteter och utställningar, för alla typer av hantverkare inte bara samiska? Norrbottens Läns Landsting, Kulturdivisionen, finansierade en undersökning som resulterade i att sameslöjdarna svarade JA till det förslaget. Det är bakgrunden till aktivitetsannonsering på hemsidan.

## Lokal samordning av kompetensutveckling gav arbetsmodell

Ytterligare ett försök har gjorts. Sameslöjdstiftelsen, – vars kansli är beläget i Jokkmokk där även landets enda utbildning inom sameslöjd är lokaliserad – provade ett lokalt perspektiv på kompetensutveckling – Förstudie Handens kraft. Resultatet blev bland annat *MAGNET – Branschanalys Jokkmokksmodellen* – som utvecklades som en lokal samverkan mellan Sameslöjdstiftelsen och Samernas Utbildningscentrum,

Kunskapens Hus och Jokkmokks kommun. Det var en glesbygdmodell för just småföretagare inom hantverksyrken. Målet var att samordna utbildningsanordnare, näringsliv och hantverksföretag på ett effektivt sätt. Skapa lokal utveckling genom samordnad kompetensutveckling. Det är det arbetet som är bakgrunden till detta projekt. Nästa steg för Sameslöjdstiftelsen blev alltså att inventera behovet av kompetensutveckling inom hela sameslöjdbranschen och därefter skapa en nationell handlingsplan för genomförande. Hur inventeringsarbetet gick till och hur handlingsplanen växte fram – det kan du läsa här.

## Projektet MAGNET – Kompetensutveckling

Detta arbete är förprojekteringen i ett större kompetensutvecklingsprojekt som ska pågå till 2013, förutsatt att finansiering finns. I projektets förprojekteringsfas har kompetensutvecklingsbehovet hos sameslöjdsföretagen inventerats. Slöjdarna har rangordnat sina önskemål som därefter prioriterats via en branschanalys gjord av ett i projektet utvalt branschråd. Arbetet har resulterat i en handlingsplan för hela sameslöjdsnäringsen. Resultatet inkluderar i Sameslöjdstiftelsens strategiska arbete för utveckling av sameslöjdsnäringsen. Sameslöjdstiftelsen har själv som organisation också genomfört inventeringen och har nu en handlingsplan för att bli bättre som branschorganisation för slöjdnäringsen i svenska Sápmi.

I projektet har slöjdföretag fått möjlighet att göra egna företagsanalyser. Företagens önskemål har sammanställts, diskuterats och analyserats av ett i projektet utsett branschråd. Utgångspunkten var slöjdnäringsens framtidsvisioner. Branschrådet har därefter värderat och prioriterat önskemålen och en handlingsplan för kompetensutveckling för sameslöjdsnäringsen som helhet har arbetats fram.

### Projektets mål

- Genomföra företagsanalyser på 85 företag
- Genomföra företagsanalys på Sameslöjdstiftelsens egen personal och styrelse
- Sammanställa dagsaktuellt kompetensutvecklingsbehov hos slöjdnäringsen som helhet
- Välja ut ett branschråd av slöjdföretagare där hänsyn tagits till ålder, kön och verksamhetsområde.

- Branschrådet formulerar vision för slöjdnäringsen och prioriterar det uttalade behovet till en handlingsplan för genomförande av kompetensutveckling för slöjdnäringsen.
- Slöjdföretagarna får ta del av handlingsplanen och återkoppling sker mot deras uttalade kompetensutvecklingsbehov.

Arbetet har följt MAGNET-modellen som ursprungligen är framtagen av Hantverkarnas Riksorganisation. Den har anpassats för och blivit *MAGNET – Branschanalys Jokkmokksmodellen*. Under projektet har enkäten ytterligare förfinats för att passa just slöjdarföretag.

## Projektaktiviteter

Intressebrev har skickats ut till sameslöjdare och samiska konsthantverkare inom svenska Sápmi. MAGNET-koordinatorer har utbildats för att ge stöd vid analysarbete och workshops. Enmansföretag har först gjort en egen analys och därefter diskuterat utvecklingsfrågor med andra företagare. Enkäterna har ställts samman och ett branschråd har utsetts som i workshops analyserat och utvärderat företagsanalyserna. Branschrådet har sorterat och prioriterat fram en handlingsplan som omfattar de kompetensutvecklingsinsatser som bäst gagnar näringsen som helhet. Företagen har fått återkoppling via handlingsplanen och givits möjlighet att uttala intresse för handlingsplanens kompetensutvecklingsalternativ.

## Rapportens disposition

Ville slöjdföretagare delta? Fungerade enkätfrågorna? Vilken typ av kurser ropade slöjdarna efter? Hur bedömdes företagares individuella behov i jämförelse med nyttan för näringsen som helhet? Hur blev handlingsplanen? Fanns slöjdarnas önskemål i handlingsplanen?

**Kapitel 2** – BAKGRUNDEN till Projekt MAGNET visar problematiken kring att driva kompetensutveckling i glesbygd, med enmansföretag inom hantverk, spridda över hela landet. En besvärlig kombination både avseende kursutbud, logistik och kostnadseffektivitet.

**Kapitel 3** – PROJEKT BESKRIVNING MAGNET visar syftet med projektet och hur arbetet skulle gå till. Aktiviteternas måluppfyllelse visar i stora drag hur det gick.

**Kapitel 4** – FÖRETAGARENKÄTEN visar hur projektet arbetade för att få med så många företag

som möjligt. Företagarna kunde delta på träffar eller arbeta enskilt. Här redovisas ålder, kön och verksamhet hos de företag som deltog. Enkätresultaten visar hur de uppfattade sin situation som slöjdföretagare.

**Kapitel 5 – PERSONAL- OCH STYRELSEENKÄTEN** var inriktad på Sameslöjdstiftelsen personal och styrelse. Utgångspunkten för de båda grupperna är organisationens övergripande mål och dess verksamhetsplan. Här ställs enkätresultaten bredvid varann så att en direkt jämförelse kan göras mellan hur personal och styrelse uppfattar en frågeställning.

**Kapitel 6 – BRANSCHRÅDET – HANDLINGSPLANER.** Kompetensutvecklingsbehoven ställdes samman och jämfördes med branschfakta och enkätresultat. Branschrådet formulerade en vision och sorterade, värderade och prioriterade företagarnas kompetensutvecklingsbehov som resulterade i en handlingsplan för hur slöjdbranschen som helhet ska kompetensutvecklas. Sameslöjdstiftelsens personal och styrelses kompetensutvecklingsbehov ställdes också samman på liknande vis och resulterade i en handlingsplan för organisationen.

**Kapitel 7– ÖVRIGA RESULTAT OCH ERFARENHETER** är precis vad det låter. När ett projekt genomförs upptäcker man saker som man inte tänkte på vid starten. Valet av tidpunkt för att starta upp ett projekt, arbetsmodeller man följer och beroendet av andra system och andra aktörers arbetsresultat.

**Kapitel 8 – RESULTATSPRIDNING OCH ÅTERKOPPLING.** Här kan vi läsa om hur slöjdarna – som gjort sina analyser och noterat sina prioriterade kompetensutvecklingsbehov – fick feedback. Ett personligt brev visade var i handlingsplanen deras unika önskemål kunde hittas. Inventeringen av kompetensutvecklingsbehovet gäller ju för hela näringen och här visas hur icke deltagande slöjdare ska få kännedom om projektets resultat.

**Kapitel 9 – KOPPLING TILL ANDRA PROJEKT** fanns redan vid projektstarten men då i form av att MAGNET-projektet tog vid efter andra projekt i samma riktning. Eftersom Sameslöjdstiftelsen genomfört ett flertal projekt med näringslivsriktning så framträder det tydligt och klart vilken betydelse en långsiktig strategi har – även på projektnivå. Tidigare projekterfarenheter vidareutvecklas till nya som går att återanvända.

**Kapitel 10 – ÖVRIGT – VAD LÄRDE VI OSS?** En avslutande betraktelse kring tidigare projekt i relation till detta projekts resultat och erfarenheter.

## 2 Bakgrund

Sameslöjdstiftelsen vill förbättra och utveckla förutsättningarna för sameslöjden, den samiska föremålskulturen samt stimulera lokalt företagande, regional och nationell utveckling av sameslöjden som bransch. Genom åren har många projekt tillsammans utvecklat slöjdnäringen till vad den är idag. Den nyfikne bläddrar redan nu till Kapitel 8 för att se vilka projekt som avses.

Sameslöjdstiftelsen genomför sedan ett par år tillbaka nationella branschträffar för sameslöjdare. Stiftelsen har dessutom startat ett långsiktigt arbete för att samla in data branschen. Då SNI-koder ej fungerar för samiska hantverkare så kan inte heller företagarna via SCB finna näringsfakta som kan fungera som beslutsunderlag i deras affärsmässiga utveckling. Läs gärna *SLUTRAPPORT – Branschfakta, 2007*.

Sameslöjdstiftelsen har genomfört enkätundersökningar bland butikskunder och utställningsbesökare, samlat in försäljningssiffror och intervjuat näringsverksamma slöjdare. Läs gärna EU-projektet *Utveckling av företagsamhet inom sámi duodji 2004–2005*.

Sameslöjdstiftelsen har byggt upp ett register över slöjdare och grundstrukturen till framtidens branschfakta har börjat växa fram. Vid de årliga branschträffarna redovisas ny fakta som inkommit och slöjdare kan då agera utifrån ny kunskap om sin bransch och lämna feedback i allehanda frågor.

### Kompetensutvecklingsproblematiken

Slöjdarna är spridda över landet, de är enmansföretagare i glesbygd vilket skapar bekymmer. Slöjdarna vill utveckla sig som företagare och utveckla sina produkter och tjänster men det är inte så lätt i praktiken. Kurser som de behöver finns inte alltid lokalt, de slöjdspecifika kurserna de önskar kanske bara genomförs en gång per år och då på annan ort. Vill det sig illa så krockar kurstillfället med något tidigare inplanerat i kalendern. Det är helt enkelt

väldigt svårt att få ihop det. Om de själva råkar vara den ende anmälda kursdeltagaren, då blir prislappen alldeles för hög, eller så ställs kursen helt sonika in. Kompetensutvecklingen måste göras på ett nytt sätt.

*Samverkan kring hantverkskurser i andra branscher?*

Sameslöjdstiftelsen och sameslöjdare är inte ensamma med problematiken. Frågan har varit uppe till diskussion tidigare. Då var det Hushållningssällskapet i Norrbotten som tog kontakt på grund av de problem de själva upplevde med sina hantverksgrupper. Hantverkare har ett utbud av kurser och allehanda utbildningar som arrangörer har svårt att fylla och få kostnadstäckning på.

I projektet "En virtuell samisk marknadsplats – 2005" gjordes en undersökning om det var möjligt att på en samisk marknadsplats – det som därefter blev aktivitetskalendern på Sameslöjdstiftelsens hemsida – även släppa in andra annonsörer. De samiska slöjdföretagarna ställde sig positiva till att siten kunde marknadsföras som en hantverksgemensam INFRAKULTUR för fysiska aktiviteter som berörde just hantverkare. Bland aktiviteter i form av seminarier, utställningar, marknader så fanns även kurser. Hushållningssällskapet ville prova samkörning av kursverksamhet för hantverksföretagare. Kurser har annonserats ut på Sameslöjdstiftelsens hemsida men problemet kvarstår. Samordning måste helt enkelt ske tidigare – redan i urvalet av kurser. Det hjälpte alltså inte att samordna annonseringen. Det måste vara kurser som många efterfrågar, annars går det inte.

*Går det att sammanställa en hel branschs kompetensutvecklingsbehov?*

För att uppnå kostnadseffektiv kompetensutveckling måste ett brett angreppssätt appliceras på branschens företagare. Genom att samla branschen och tillsammans analysera fram vilka behov som föreligger och hur dessa ska prioriteras på ett för näringen effektivt sätt, så kan den samiska slöjden kompetensutvecklas på bred front. Utan en samordning av inköp, utveckling och genomförande av efterfrågade kurser skulle det vara ytterst kostnadskrävande att kompetensutveckla enskilda slöjdföretag.

Sameslöjdsbranschen är ganska liten och – av Sameslöjdstiftelsens personal, – väl känd ner på individnivå. Aktiva slöjdare som har F-skatt tillhör målgruppen. Problematiken är att slöjd säljs av slöj-

dare som inte har F-skatt, försäljningen går via annat företag i familjen. Hur vet man att hela branschen är med? Det vet man inte med säkerhet. Det vi vet – om de som är med – är att de är intresserade av att själv föra sitt slöjdande framåt och det är för dem som detta projekt är till. Sameslöjdstiftelsen med sina sameslöjds konsulenter är en samisk institution som slöjdare känner till.

*MAGNET-modellen – redan testad på småföretagare*

Via förstudien *HANDENS KRAFT 2007–2008* kom Sameslöjdstiftelsen i kontakt med MAGNET-modellen som redan var utprovad på småföretagare i hantverksbranscher. Så det fanns ett fungerande verktyg för att kunna genomföra en analys av kompetensutvecklingsbehovet hos en hel bransch. Hjulet behövde inte uppfinnas på nytt.

## Projektets prioriteringar

Fokus ligger på kompetensutvecklingsbehovet hos slöjdföretagare och de som avser att starta slöjdföretag. Utgångspunkten är Sameslöjdstiftelsens slöjdregister där över 400 slöjdare finns registrerade. Drygt hundra av dessa har F-skatt och fokus ligger på dessa företagare. Alla företagare som vill ska kunna vara med. Motprestationen är att de genomför företagsanalyserna enligt planen.

Sameslöjdsbranschen har visat sig – mot vad som sagts i tidigare skattningar i utredningar – vara en kvinnodominerad bransch. Projektet har därför tagit hänsyn till kön när urvalet och sammansättningen av branschrådet gjorts.

Sameslöjden har geografiskt sin tyngdpunkt i landets norra delar, men slöjdare är spridd över hela landet. Projektet har därför tagit hänsyn till geografisk lokalisering vid urval av branschråd och träffar.

Sameslöjden kan sorteras och delas in på många olika vis. Projektet har tagit hänsyn till hård och mjukslöjd, kvinna och man, nord eller syd osv. Ett flertal faktorer har tillåtits påverka valsituationer och beslut.

## Avgränsningar

På sikt ska kompetensutvecklade slöjdföretag leda till ökad tillväxt och sysselsättning. Projektet medverkar till samlingsbeslut där en hel bransch driver kompetensutvecklingsprojekt, gör analyser och fattar beslut om vilka kompetenshöjande åtgärder som är mest relevanta för branschen utifrån ett helhetsperspektiv. För att detta ska kunna genomföras



krävs ett arbetssätt som visat sig fruktbart. Därför har MAGNET-modellen valts ut som förlaga, vidareutvecklats till *MAGNET Branschanalys Jokkmokksmodellen* och till sist i projektet ytterligare förfinats för att passa just sameslöjdens företagare respektive Sameslöjdstiftelsens personal och styrelse.

## Metod

Aktiviteterna följer den för sameslöjdsföretag anpassade MAGNET-modellen och leds av utbildade MAGNET-handledare. Detta projekt drivs av näringen för näringens egen skull. Det är alltså deltagande slöjdföretagares samlade behov som tillsammans skapar en handlingsplan för näringens framtid och det egna företagens överlevnad. Företagarna har själva valt att arbeta för sin och näringens skull. Projektet genomsyras av Sameslöjdstiftelsen ledstjärnor för alla sina projektarbeten:

*– Vi ska inte prata om vad vi kan göra – vi ska visa resultat.*

*Vi ska samlas och jobba för realisering av idéer – lägga kraft där utvecklingsivern och framtidstron är störst.*

# 3 Projektbeskrivning

## Syfte var att inventera

- kompetensutvecklingsbehovet inom sameslöjdsnäringen
- kompetensutvecklingsintresset hos sameslöjdsföretagare
- kompetensutvecklingsbehovet inom sameslöjdnäringens organisation och styrelse
- genomföra de av företagarna prioriterade kompetenshövningarna inom branschen
- genomföra kompetensutveckling av personal och styrelse

## Projektets övergripande mål

- Företagsanalys på 85 företag inklusive de som avser starta företag inom kort – 50 kvinnor och 35 män
- Sammanställd företagsanalys blir branschfakta i form av dagsaktuellt kompetensutvecklingsbehov
- Företagsanalysen ger genusperspektiv på kompetensutvecklingsbehov
- Analys av Sameslöjdstiftelsens egen personal och styrelse
- Branschanalysen blir dagsaktuell inventering av kompetensutvecklingsbehovet i sameslöjdsnäringen som helhet
- Handlingsplanen blir branschfakta som visar vilka kompetensutvecklingsinsatser som i dagsläget prioriteras av branschrådet.

## Projekts målgrupp

Sameslöjdstiftelsen har över 400 slöjdare i sitt slöjdarregister. Bland dem finns personer som har F-skatt, vilket är det kriterium som används för att göra skillnad mellan slöjdföretagare och slöjdare i största allmänhet, hobby/husbehovsslöjdare.

Bland de F-skatteregistrerade finns slöjdare som endera är aktiva eller passiva som företagare.

Bland hobby/husbehovsslöjdare finns även aktiva slöjdare vars aktiviteter redovisas via exempelvis renskötsselföretag inom familjen. Det finns hobby/husbehovsslöjdare som säljer utan momsredovisning. Det är således samma bekymmer som gäller i hantverksbranschen i övrigt – det är inte så lätt att veta exakt hur det ser ut.

Målgruppen i detta projekt var när projektet planerades 141 stycken F-skattesregistrerade slöjdare. Parallellt med inventeringen av kompetensutvecklingsbehovet har även registret inventerats vilket innebär att målgruppen korrigerades till 133 slöjdare. Av dessa är 121 aktiva F-skatteregistrerade slöjdföretagare och de återstående 12 är slöjdande ungdomar i åldern 20–26 år som avser att starta slöjdföretag inom en snar framtid.

I Sameslöjdstiftelsens organisation arbetar 5 personer – 4 kvinnor och 1 man. Sameslöjdstiftelsens styrelse består av 3 män och 2 kvinnor.

## Projekttaktiviteter – måluppfyllelse

1. Sameslöjdstiftelsen kontaktar de samiska hantverkare
2. Utbilda MAGNET-koordinatorer
3. Företagen gör enskilda analyser
4. Analys – Branschanalys
5. Handlingsplan – branschnivå
6. Återkoppling till företagen

*Aktivitet 1: Sameslöjdstiftelsen kontaktar de samiska hantverkarna – målet uppfyllt*

I ett intressebrev – se bilaga *Intresseanmälan MAGNET* – skickades ut till slöjdföretagare inklusive de 12 slöjdungdomarna som planerar starta företag.

Slöjderna blev även uppringda. Alla gick ej att nå per telefon. I samband med rundringningen uppdaterades även registeruppgifterna. Målet är uppfyllt.

*Aktivitet 2: Utbilda MAGNET-koordinatorer målet uppfyllt*

Projektorganisationen genomförde en utbildningsdag hos Tullbergs Kommunikationsbyrå i Stockholm. De generella MAGNET-enkäterna gick igenom och specialanpassades till slöjderna. Likaså gjordes justeringar i enkäten till Sameslöjdstiftelsens personal samt till dess styrelse.

MAGNET-modellens ”spelplan” för branschanalys diskuterades ingående och kursdeltagarna fick ta del av erfarenheter av praktisk karaktär vilka kunde vara viktiga när branschrådet skall komma fram till sina värderade prioriteringar. De utbildade MAGNET-koordinatorerna var därmed förberedda inför det kommande branschrådet. Målet är uppfyllt.

*Aktivitet 3: Företagarna gör enskilda analyser – målet uppfyllt.*

De 76 som visade intresse fick analysmaterialet till-sänt. 45 besvarade enkäter blev det till slut.

Sameslöjdstiftelsens 5 anställda gjorde en medarbetareanalys på sin arbetsplats och 4 av styrelseledamöterna gjorde en liknande analys utifrån styrelseperspektivet. Målet för aktiviteten är uppfyllt.

*Aktivitet 4: Analys branschnivå – målet uppfyllt*

Företagarnas inskickade analyser ställdes samman och blev grundmaterialet som branschrådet skulle nyttja som dagsfärska fakta över hela näringens uttalade behov av kompetensutveckling

Den andra delen bestod av branschuppgifter som byggde på Sameslöjdstiftelsens insamlade branschfakta kring antalet företagare, åldersstruktur, könsstruktur och var de finns lokaliserade. Konjunkturtrender visades med försäljningsstatistik på Sameslöjdstiftelsens butik och förändringar i företagsregistret. Vidare gjordes sammanställningar av önskemål som framkommit vid tidigare genomförda projekt och besöksstatistiken från hemsidan. Målet är uppfyllt.

*Aktivitet 5: Handlingsplan – branschnivå – målet uppfyllt*

Vid urvalet av företagare som skulle ingå i branschrådet, togs hänsyn till kön, ålder, geografiskt lokalisering samt slöjdproduktion. Representationen från södra delen av landet uteblev på grund av sjukdom som inträffade väldigt sent. Det var svårt att på så kort varsel få ersättare. Planen var att branschrådet skulle bestå av 6 personer men det blev slutligen 4 – två kvinnor och två män. Målet att skapa ett branschråd är uppfyllt men inte storleken på gruppen. Målet bedöms ändå vara uppfyllt.

Branschrådet arbetade efter MAGNET-modellens ”spelplan” och formulerade en vision. Företagsanalysens resultat visade vilka områden företagarna kände brister i. Därefter gjordes en genomgång av alla önskade kurser – både generella och yrkesspecifika. Önskemålen sorterades och värderades utifrån branschfakta, vision och de brister företagen sade sig ha. MAGNET-modellens ”spelplan” fungerade som vägvisare och arbetet ledde fram till en handlingsplan för näringen som helhet och för Sameslöjdstiftelsen som organisationen. Handlingsplanerna kontrollerades mot visionen för branschen respektive Sameslöjdstiftelsens verksamhetsmål. Målet är uppfyllt.

*Aktivitet 6: Återkoppling till företagen – målet uppfyllt*

Deltagande företagare har fått handlingsplanen tillsammans med ett personligt brev som visar deras önskemål och var de finns representerade i handlingsplanen. Målet är uppfyllt

*Aktivitet 7: Slutrapport – målet uppfyllt*

Slutrapporten håller du i din hand och därmed är aktivitetens mål uppfyllt.

# 4 Företagarenkäten

## 133 fick frågan: 76 intresserade – 45 företagare deltog

133 personer fick intresseförfrågan via post – se bilaga *Intresseanmälan MAGNET*. I samband med tidigare branschträffar har frågan om ett gemensamt kompetensutvecklingsprojekt tagits upp och slöjdföretagen har ställt sig positiva till att delta. Vissa slöjdare visste därför redan vad det handlade om.

4 personer anmälde sig själva direkt efter de fått intresseanmälan. Projektledaren ringde runt till samtliga i målgruppen. 87 gick att nå per telefon. 16 tackade nej. 4 ville fundera på saken, men återkom aldrig.

45 personer fick brev men gick ej att nå per telefon. 2 av dessa återkom under projektet och deltog i träffar.

2 nya personer tog kontakt med projektledaren under projektet och var intresserade. Dessa personer fanns inte med i urvalsgruppen av F-skatteregistrerade slöjdare i Sameslöjdstiftelsen register. De kontaktade Sameslöjdstiftelsen och finns nu med i registret.

Totalt anmälde sig 76 företagare till projektet.

## Slöjdarnas motprestation ett krav

Kravet var att de skulle genomföra och lämna in en nulägesbeskrivning av sitt företag. De skulle också analysera sitt individuella behov av kompetensutveckling och föreslå tre yrkesspecifika områden de önskade utveckla samt tre generella områden som de som företagare behövde bli bättre på. För att hjälpa slöjdarna på traven anordnades träffar på olika orter:

Karesuando	18/2	4 pers
Övre Soppero	19/2	5 pers
Jokkmokk	25/2	7 pers
Porjus	26/2	3 pers
Umeå	28/2	2 pers
Gällivare	2/3	inställd pga att ingen kunde komma
Kiruna	3/3	6 pers

En planerad videokonferens med Arvidsjaur, Östersund och Funäsdalen 4/3 inställdes pga för få deltagare. Träffarna lockade knappt 40 % av de intresserade, totalt 27 personer. Slöjdarna som inte kunde vara med på träffarna fick arbetsmaterialet med post och skulle skicka in det.

## Specialanpassad företagsenkät

MAGNET-modellens företagsenkät är anpassad för småföretagare och hantverkare. Projektorganisationen hade i samband med utbildning i MAGNET-modellen gått igenom fråga för fråga. Nu bollades enkäten fram och tillbaka till dess alla frågor blivit anpassade för sameslöjdnäringens enmansföretag. Se bilaga *Analys av slöjdföretagarens behov av KOMPETENSUTVECKLING*.

Vidare lades frågor till för att kunna ställa samman uppgifter avseende kön, ålder och verksamhetens inriktning. Uppgifter som sedan används för att uppdatera Sameslöjdstiftelsen företagsregister.

### Kön och ålder på de 45 deltagarna

75 % var kvinnor – 25 % män. Medelåldern var 43 år. Den äldste 69 år och den yngste 24 år.

### Nästan hälften arbetade med traditionell mjukslöjd

Deltagarna indelades efter vad de angivit i enkäten och den grova sorteringen visade att:

45 %	arbetade med traditionell mjukslöjd
21 %	med traditionell hårdslöjd
9 %	med design av kläder
9 %	med silver
7 %	med textiltryck/textildesign
7 %	med målning
2 %	med glas

### Skinn och textil i topp

Den mera detaljerade indelningen visade mera precisa beskrivningar av företagets verksamhet i form av att:

15	st angivit skinn/textil
8	st trä/horn
3	st silversmide/trä och hornkonst
3	st samisk design, kollektion i skinn & päls, traditionell sameslöjd

## Nya inriktningar och nya kombinationer

Silver, glas/gravyr/målning, väskor/smyckestillverkning, skinn/textil/återförsäljare av slöjdmaterial, textiltryck/sameslöjd, traditionell sömnad/nyskapande/målning, konst, silversmide/design mattor och filtar, låvvutillverkning, skinn/textil/moderna sportmössor med broderade figurer från spåtrumman, textiltryck och textildesign, illustrationer, måleri, grafisk design, konfektion, accessoarer, ny design, traditionell samisk mjukslöjd, konst/akrylmålningar.

## Så läser du enkätresultatet

Enkäten är indelad i olika områden. Varje område har grupperade frågor. Om värdet är 5,0 innebär det att företagarna instämmer i påståendet. Om värdet är 0 innebär det att företagarna inte alls instämmer i påståendet.

Den nyfikne uppmanas att ta sig tid att titta igenom tabellerna. Att lokalisera de områden där 5-or respektive riktigt låga värden redovisats kan ge information om hur slöjdföretagare ser på sitt sätt att arbeta. Den djupare analysen av enkätresultaten kommer att användas som branschfakta och redovisas vid Branschträffen för slöjdare som hålls på försommaren 2009.

### OMVÄRLDSFRÅGOR

#### *Möjliga kunder*

Jag upplever att företagets marknad idag är tillräckligt stor –	2,5
Jag känner till vilka som kan bli företagets kunder	2,7

#### *Kunder*

Jag känner till kundernas nuvarande behov	2,9
Jag arbetar strategiskt med olika kundgrupper	2,3

#### *Konkurrenter*

Jag har identifierat företagets främsta konkurrenter	2,7
--	-----

#### *Yttre miljö*

Jag är uppdaterad på miljökrav och miljöutveckling	3,0
--	-----

#### *Samhällsförändringar*

Jag klarar att följa lagar och myndighetskrav	3,8
---	-----

### AFFÄRSMÄSSIGHET

#### *Planeringsinstrument*

Jag har en väl definierad affärsidé	3,1
Jag har en affärsplan som jag arbetar efter	2,2
Jag använder IT för att planera företagets ekonomi	1,6
Jag använder IT till marknadsföring	2,0
Jag använder IT till försäljning	1,8

#### *Översikt över ekonomiskt läge i företaget*

Jag har tillräckliga kunskaper i administration	2,3
Jag arbetar medvetet för att förbättra ekonomin i företaget	3,2
Jag arbetar med en medveten prissättning	3,0
Jag har tillräckliga kunskaper i avtalsskrivning	1,9

## YRKESIDENTITET

Jag känner en stolthet över att tillhöra det här yrket	5,0
Jag vet vad som gör oss sameslöjdare unika	4,6
Jag vet vad kvalitet innebär för oss slöjdare	4,8

## UTBILDNING OCH REKRYTERING

### *Kompetens att utföra arbetet*

Jag har de formella kvalifikationer som behövs för att arbeta i mitt yrke (ex utbildning vid Samernas utbildningscentrum)	4,2
Jag har den praktiska yrkeskunskapen som krävs i mitt yrke	4,2
Jag har tillräcklig praktisk skicklighet och handlag i yrket	4,2
Min kompetens räcker för nya arbetsområden och tjänster	3,6

### *Utbildning*

Jag brukar gå den vidareutbildning som behövs	2,5
Jag brukar gå olika kurser för att uppdatera kunskaper	2,8

### *OM jag i framtiden skulle rekrytera nya medarbetare*

Jag upplever att tillgången på välutbildade slöjdare är god idag	2,6
Medelåldern bland oss slöjdföretagare är hög idag	3,6
Jag tror att det i framtiden kommer att finnas tillgång till nya unga slöjdare. Jag är inte orolig för återväxten.	3,1
Jag skulle sträva efter jämn könsfördelning om jag anställde medarbetare.	3,1

## PRODUKTER; TJÄNSTER OCH SERVICE

### *Produkter och tjänster*

Jag arbetar inom ett väl definierat huvudområde som jag erbjuder	3,7
Jag undersöker nya tjänster att erbjuda	3,0
Jag arbetar aktivt med produktutveckling	3,4
Jag ägnar mig kontinuerligt åt att hålla mitt sortiment aktuellt	3,2
Jag nyttjar IT i arbetet	2,1
Jag har god kunskap om hur viktig designen är för min produkt	4,1

### *Service*

Jag hör alltid av mig samma dag jag får en kundförfrågan	3,5
Jag skriver alltid avtal med underleverantörer	1,7
Jag håller mina leveranstider	3,8
Jag kontaktar alltid kund om jag inte hinner bli färdig i tid	4,5
Jag eftersträvar alltid högsta möjliga kvalitet	4,9
Jag rättar snabbt till fel	4,7

## MARKNADSFÖRING & KOMMUNIKATION

### *Aktiviteter FÖR ATT FÅ KUNDER*

Jag har marknadsplan eller annan utarbetad strategi för hur jag ska få kunder	2,1
Jag arbetar strategiskt och kontinuerligt med marknadsföring	1,9
Jag använder IT-stöd i marknadsföring	1,8
Jag använder IT-stöd vid försäljning	1,8

### *Aktiviteter MED KUNDER*

Jag ägnar mig kontinuerligt åt aktiviteter för att behålla kunder	2,1
Jag har kontakt med mina kunder flera gånger under ett år	2,5

### *Mina KANALER TILL KUNDER*

Jag har material som presenterar företaget	2,1
Jag använder e-post	3,5
Jag har egen hemsida	2,2
Jag använder webben i min marknadsföring	1,7
Jag har en e-butik	1,2

### *Möjlighet att söka information på Internet*

Jag har tillgång till Internet	4,8
Jag kan hitta den information jag behöver på nätet	4,0

## **ARBETSMILJÖ OCH LÄRANDEMILJÖ**

### *Samarbete*

Jag samarbetar med andra slöjdföretagare	2,7
Jag samarbetar med andra slöjdare vid utställningar	3,0
Jag samarbetar med andra slöjdare vid produktutveckling	2,3
Jag samarbetar med andra slöjdare vid tillverkning	2,0
Jag samarbetar med andra slöjdare vid försäljning	2,6
Jag samarbetar med andra slöjdare vid marknadsföring	1,8
Samarbetet med andra slöjdare fungerar bra	3,3

### *Arbetsmiljö*

Jag har inga problem med arbetsmiljöskador	3,9
Min fysiska arbetsmiljö är bra (ljud, ljus, ventilation)	3,2
Jag har tillräcklig skyddsutrustning	3,5
Jag har bra möjligheter att kombinera arbetet/föräldraskap	3,9
Jag är tillfredsställd med den sociala miljön kring arbetet	3,4

### *Övrigt*

Jag tycker att utvecklingsmöjligheterna är lika för kvinnor och män som vill utöva slöjdyrket	2,9
Informationssamhället, IT kan bidra till ökad sysselsättning	4,0
Mitt slöjdföretag kan dra nytta av regional/lokal utveckling	4,2

# 5 Personal- och styrelseenkäten

## Personal med kvinnomajoritet – styrelse med män i majoritet

Sameslöjdstiftelsens personal består av 5 personer – 4 kvinnor och en man – och alla dessa besvarade enkäten. Styrelsen består också av 5 personer – 3 män och 2 kvinnor – en styrelseledamot (man) var frånvarande.

Personal- och styrelseenkäten anpassades till Sameslöjdstiftelsens verksamhet. Begreppet KUNDER diskuterades då verksamheten har såväl slöjdföretag, slöjdintresserade, butikskunder, myndigheter etc som sina kunder. Hänsyn togs även till att en stor del av verksamheten är återkommande utvecklingsprojekt i varierande storlek.

## Så läser du enkätresultatet

Enkäten är indelad i olika områden. Varje område har grupperade frågor. Vissa är lite olika formulerade för personal respektive styrelse.

OM värdet är lika i båda kolumnerna innebär det att personal och styrelse har samma uppfattning om påståendet.

OM värdet är 5,0 innebär det att de instämmer i påståendet.

Om värdet är 0 innebär det att de inte alls instämmer i påståendet.

Om värdet är olika i kolumnerna för styrelse och personal betyder det att de har olika uppfattning om fråga.

Den nyfikne uppmanas att även i Sameslöjdstiftelsens enkätresultat ta sig tid att titta igenom tabellerna. Det finns en del små avvikelser att fundera på. Att lokalisera de områden där 5-or respektive riktigt låga värden redovisats kan ge ytterligare information. Den djupare analysen av enkätresultaten från organisationen kommer att användas som fakta vid Sameslöjdstiftelsens organisationsutveckling.

## OMVÄRLDSFRÅGOR

	Personal	Styrelse
<i>Verksamhet</i>		
Vi upplever att Sámi Duodjjs verksamhet idag tillräckligt stor	3,0	3,5
<i>Målgrupp, de vi arbetar för</i>		
Vi känner till vilka som är Sámi Duodjjs målgrupp	3,2	4,6
Vi känner till målgruppens nuvarande behov	3,0	3,8
Vi arbetar strategiskt med olika ”kundgrupper”	3,0	3,8
<i>Konkurrenter</i>		
Vi har identifierat Sámi Duodjjs främsta konkurrenter	3,0	4,5
<i>Samarbetspartners</i>		
Vi har identifierat Sámi Duodjjs främsta samarbetspartners	3,5	4,2
Samarbetet med dessa aktörer fungerar bra	3,0	3,8
<i>Yttre miljö och samhällsförändringar</i>		
Vi är uppdaterade på miljökrav och miljöutveckling	3,0	4,5
Vi klarar att följa lagar och myndighetskrav	3,2	5,0

## AFFÄRSMÄSSIGHET

<i>Planeringsinstrument</i>	<i>Personal</i>	<i>Styrelse</i>
Vi har en väl definierad målbild för verksamheten	4,6	4,5
Vi har styrdokument och policys som vi arbetar efter	4,8	4,8
Vi har väl definierade roller i vårt arbete	4,0	4,8
Vi använder IT för att planera Sámi Duodjis ekonomi	3,8	4,6
<i>Översikt över ekonomiskt läge i företaget</i>		
Vi har tillräckliga kunskaper i administration	3,0	4,6
Vi arbetar medvetet för att förbättra Sámi Duodjis ekonomin	3,8	4,8
Vi arbetar med en medveten prissättning	3,4	3,4

## IDENTITET som medarbetare/styrelseledamot på Sameslöjdstiftelsen

Vi känner en stolthet över att arbeta på Sámi Duodji	5,0	—
Vi känner stolthet över att sitta i SámiDuodjis styrelse	—	5,0
Vi vet vad som gör oss unika	5,0	—
Vi vet vad som gör Sámi Duodji unikt	5,0	—
Vi vet vad kvalitet innebär för oss	5,0	5,0

## UTBILDNING OCH REKRYTERING

### *Kompetens att utföra arbetet*

Vi har de formella kvalifikationer som behövs för att arbeta med våra arbetsuppgifter (examen, utbildning etc)	4,2	—
Vi har de formella kvalifikationer som behövs för att utföra vårt uppdrag (examen, utbildning, etc)	4,0	—
Vi har den praktiska yrkeskunskapen som krävs i vårt arbete	4,2	—
Vi har den praktiska yrkeskunskapen som krävs för vårt uppdrag	4,0	—
Vi har tillräckliga kunskaper om projektarbete och projekt	4,0	3,6
Vi har tillräckliga kunskaper om projektadministration	4,0	3,6
Vår kompetens räcker för nya arbetsområden och tjänster	3,8	3,4

### *Utbildning*

Vi brukar gå den vidareutbildning som behövs	3,0	2,5
Vi brukar gå olika kurser för att uppdatera kunskaper	2,2	2,5

### *Rekrytering av nya medarbetare*

Vi upplever att tillgången på välutbildade medarbetare är god	3,0	3,0
Vi har en låg medelålder och är inte orolig för återväxten	3,0	3,3
Vi ser fördelar med att få in medarbetare från andra länder	3,0	2,7
Vi strävar efter jämn könsfördelning när vi nyrekryterar	3,2	4,0

## PRODUKTER; TJÄNSTER OCH SERVICE

### *Produkter och tjänster*

Vi har väl definierat tjänster som vi erbjuder	3,5	4,2
Vi undersöker nya tjänster att erbjuda	4,2	4,5
Vi arbetar aktivt med att utveckla verksamheten	4,7	4,6
Vi nyttjar IT i arbetet	5,0	4,8



## Service

	Personal	Styrelse
<i>Aktiviteter för att nå ut med vår verksamhet</i>		
Vi hör alltid av oss samma dag någon söker oss i vårt arbete	4,8	—
Vi hör alltid av oss samma dag någon söker oss i vårt uppdrag	—	4,0
Vi håller våra avtal och överenskommelser	5,0	4,6
Vi kontaktar alltid den som berörs om vi inte hinner bli färdig i tid	4,8	4,5
Vi eftersträvar alltid högsta möjliga kvalitet	5,0	4,8
Vi rättar snabbt till fel	4,8	5,0

## MARKNADSFÖRING & KOMMUNIKATION

Vi har marknadsplan eller annan utarbetad strategi för hur vi ska nå ut med vår verksamhet	4,6	4,0
Vi arbetar strategiskt och kontinuerligt med marknadsföring	4,2	4,0
Vi använder IT-stöd i marknadsföring och försäljning	4,0	4,4
<i>Aktiviteter med vår målgrupp</i>		
Vi ägnar oss kontinuerligt åt aktiviteter för att knyta fler ”kunder”(personer) till vår verksamhet (nå fler inom målgruppen)behålla kunder	3,8	4,2
Vi har tillräcklig kontakt med vår målgrupp	3,3	3,8
<i>Våra kanaler till kunder/målgrupp</i>		
Vi har material som presenterar Sámi Duodji	2,5	4,2
Vi använder e-post	5,0	5,0
Vi har egen hemsida	5,0	5,0
Vi använder webben i vår marknadsföring	4,0	4,8
<i>Möjlighet att ta till sig information på Internet</i>		
Vi har tillgång till internet	5,0	5,0
Vi kan hitta den information vi behöver på nätet	4,0	3,7

## ARBETSMILJÖ OCH LÄRANDEMILJÖ

<i>Samarbete</i>		
På vår arbetsplats fungerar arbets-/ansvarsfördelningen bra	4,0	—
På Sámi Duodji fungerar arbets-/ansvarsfördelningen bra	—	4,7
Den sociala miljön är tillfredsställande	4,7	5,0
Samarbetet inom styrelsen fungerar bra	—	4,7
<i>Ledarskap</i>		
Chefen/VD har god kompetens i ledarskap och chefskap	4,7	5,0
Chefen/VD skapar engagemang, delaktighet och motivation	4,7	5,0
Chefen/VD ser till att Sámi Duodjis möjligheter till mångfald tas tillvara	4,2	4,7
Vi /De håller kontinuerligt utvecklingssamtal med medarbetarna	3,7	4,7
<i>Styrelse</i>		
Styrelsen har god kompetens inom organisationsledning och ekonomi	3,0	3,5
Styrelsen är delaktig och engagerad i Sámi Duodjis utveckling	3,5	4,5
Styrelsen tar i sina beslut hänsyn till att mångfalden tillvaratas	3,0	4,2
Styrelsen vet vilka som är medarbetare	5,0	5,0
Vi medarbetare kan föra fram åsikter och idéer till styrelsen	3,8	4,7

## Medarbetarnas utveckling

Aktiviteter för att nå ut med vår verksamhet	Personal	Styrelse
Alla medarbetare känner engagemang/delaktighet i verksamheten	4,0	4,5
Hos oss får medarbetarna erkännande/arbetstillfredsställelse	4,2	4,2
Förhållandet medarbetare emellan fungerar bra	5,0	4,0
Vi arbetar aktivt med personalutveckling	3,5	4,2
Vi har lika utvecklingsmöjligheter mellan män och kvinnor	4,8	4,8
Vi arbetar aktivt för lika lön mellan män och kvinnor	3,7	4,8
Arbetsmiljö		
Vi har inga problem med arbetsmiljöskador	4,8	4,5
Vår fysiska arbetsmiljö är bra (ljud, ljus, ventilation)	4,0	4,0
Vi har tillräcklig skyddsutrustning	3,2	4,5
Vi har bra möjligheter att kombinera arbetet/föräldraskap	4,7	4,5
Övrigt		
Informationssamhället, IT kan bidra till ökad sysselsättning	3,5	4,8
Företaget kan dra nytta av regional/lokal utveckling	3,5	5,0

## 6 Branschrådet – Handlingsplaner

### Jämställt branschråd med medelåldern 33,7 år

Målet var att välja ut ett branschråd bestående av 6 slöjdföretagare. Hänsyn skulle tas till ålder, kön och geografisk placering. Det var inte så lätt. De etablerade hade inte tid. Eller så var det för kort förberedelsestider för att passa in deras kalender. Det sänkades en äldre person men ingen av de äldre hade möjlighet att delta på grund av att de var uppbockade. Vissa skulle fundera och höra av sig igen, men gjorde inte det. Fem slöjdare tackade ja till att delta i branschrådets träff som lokaliserades till Jokkmokk 26–27 mars 2009. Det var en sammankomst från lunch till lunch.

En av slöjdarna från det södra området blev akut sjuk. Då det var så nära inpå träffen kunde ersättare ej kallas in och därför blev området Västerbotten och söderut inte representerat. Följande slöjdare ingick i branschrådet: Solveig Labba, Lena Viltok, Nils-Jonas Persson och Jon Pittja.

### Branschuppgifter och analysmaterial

Branschuppgifter hämtade ur Sameslöjdstiftelsens register lades samman med resultatet av företagaranalyserna. Företagsuppgifter hämtades också ur analyserna. Via branschfaktauppgifter skapades tidsserier för försäljning samt ålders- och könsstruktur hos slöjdarkåren. Branschrådet skulle formulera en vision för tiden fram till 2014 och de behövde faktaunderlag för att kunna se trender.

Arbetsmaterialet som branschrådet fick hittar du under bilaga *Analys av företagarens och medarbetarnas behov – BRANSCHANALYS*. En genomgång av besökarstatistiken för Sameslöjdstiftelsen hemsida gjordes också. Det materialet är ej bilagt.

Arbetet följde *MAGNET Branschanalys* för kompetensutveckling med en tillhörande ”spelplan” som steg för steg sorterade, värderade och prioriterade företagens inlämnade förslag. Arbetet började med att formulera en vision och resultatet blev en handlingsplan för kompetensutveckling som ligger i linje med företagets önskemål och slöjdnäringens framtidsmål.

### Branschrådets VISION för sameslöjdsbranschen år 2014

- 2014 är slöjden en stark näring med starkt stöd i det samiska samhället
- Vår näring består av både unga och gamla slöjdare i ett nätverk av 200 slöjdföretag med jämn könsfördelning

- Vi slöjdar för själen och kulturen och samverkar med lokala turistföretag, matproducenter, renskötsel och skapar paketprodukter till våra kunder.
- Via utbildningstjänster verkar vi för att traditionen stärks och återväxten tryggas, samt att kunskapen om våra produkter höjs.
- Näringen kännetecknas av ett unikt formspråk, kvalitet, tradition, kunskap, miljömedvetenhet och kreativt nyskapande.
- Vi når ut till våra kunder som får rätt produkter genom rätt forum.

## Sammanställning av FÖRETAGARNAS KOMPETENSUTVECKLINGSBEHOV

När enkätsvar kan lämnas som fritext släpper man lös de kreativa krafterna. Det fanns inga färdiga förslag till kurser, slöjdarna fick själva med ord beskriva vad de var ute efter. Förvisso gick det att i informationstexten se exempel som kanske kan ange riktning, men ordet var fritt.

Branschrådet ställdes inför att gruppera och sortera de skrivna orden. Ganska snart visade det sig att kompetensutveckling kunde genomföras på olika sätt. Det är inte bara kursverksamhet som är lösningen och företagets behov grupperades in enligt nedan:

### *Generella företagarkurser – IT och EKONOMI*

Det fanns två områden som var högt prioriterade av slöjdarkollektivet – IT och ekonomi.

IT bestod av två inriktningar. Ena inriktningen var mot att lära sig programvaror som underlättar administration – IT ur ett nyttoperspektiv.

Andra inriktningen var mot alla möjligheter som Internet kan ge via hemsidor, e-butiker, marknadsföring via mailinglistor, forum som FaceBook, Google blogga, etc. Många är redan uppkopplade på nätet och vill lära sig verktygen som finns för att nå alla möjligheter som finns när man som företagare använder Internet.

Ekonomi hade också två inriktningar. En var bokföring/redovisning där målet var att helt enkelt bli en bättre företagare genom nya rutiner och kunskaper om den praktiskt ekonomiska delen av verksamheten. (Programvara – nyttoIT ger verktyget, bokföringsprogrammet, som underlättar arbetet med bokföringen).

Andra inriktningen var mot mer strategiska företagsekonomiska tips. Som enmansföretagare kan det

vara svårt att applicera de planer och verktyg som företag nyttjar i form av marknadsplaner, strategier och planer för uppföljning. Här fanns ett behov att lära sig följa kom ihåg- eller checklistor för affärsplaner, marknadsplaner, kundstrategier, etc. Skapa enkla verktyg som enmansföretagaren kan använda när denne vill utveckla verksamheten.

Kunskap om projektarbete efterfrågades också. Kunskaperna kan plockas in via nätverket, via generella kurser inriktade mot projektansökningar, finansiering och administration men också via rådgivning från exempelvis Sameslöjdstiftelsen.

### *Lärlingssystem – en långsiktig lösning*

Här fanns önskemål som hattmakare, sticka mönsterrade vantar och mössor, gravyr, järn, guld, silver, gjuta i silver (andra metaller), hornknappar, effektivisering av arbetsmetoder/moment i slöjdandet, glASFusering, emaljering, horn teknik – svep, rätning, knivblad, smide, vävning, beredning. Den här typen av kompetensutvecklingen kan ske genom att slöjdaren går en praktisk kurs hos annan slöjdare. I framtiden utvecklat till ett lärlingssystem.

Det finns en annan sida av lärlingssystem: En erfaren slöjdare kan utöka sin verksamhet till att även omfatta utbildningstjänster och förbereda sig för lärlingsplatser. Lärlingssystem skapar utveckling både hos lärlingen och hos mästern, vilket överensstämmer med branschrådets vision.

### *Design och formgivning*

Design och formgivning kan ses som både ett tema och en nätverksfråga, likväl som en kurs. Ämnet återkommer egentligen överallt. Det är bara fantasin som sätter gränsen för hur det önskemålet ska tillgodoseas. Området är dock så viktigt att det gavs ett eget utrymme i handlingsplanen.

Utställningsdesign, materialutveckling (naturmaterial, miljövänligt) och paketering är andra områden där kursintresse finns.

### *Traditionell kunskap inom det samiska kulturarvet*

Bland önskemålen fanns kurser i traditionell kunskap. Många av önskemålen finns eller har funnits i kursutbudet på Samernas utbildningscentrum. Dessa kompetensutvecklingsbehov går att tillgodose via befintligt kursutbud i kombination med kurser som slöjdföretagare kan hålla för andra slöjdare. Exempel på önskade kurser: slöjdhistoria, slöjdterminologi, sentrådstillverkning, slöjdtekniker för tillverkning av skidor, akkijor, gietka, bellingskosömnad.

### Specifika kursönskemål

Dessa kunde passera hantverksgränserna och anordnas av externa kursanordnare. Bland önskemålen fanns kurser i bland annat industrimaskin, vävning, färgning (växt, syntet), konstekniker, skiss/modeteckning, materialkännedom, måleri (grund), design/formgivning, mönsterkonstruktion/tillskärning, päls/skinnkonfektion, beredning.

### Sameslöjdstiftelsens roll – rådgivare – samordnare

Sameslöjdstiftelsen var en given part som möjliggör kompetensutveckling. Rådgivning kring projektansökningar och projektfinansiering är nämnt. Men det fanns fler önskemål:

### Skapa en slöjdblogg via hemsidan.

Ett forum där slöjdfrågor kan ventileras. Ett discussionsforum har efterfrågats tidigare innan bloggfenomenet blivit känt. När bloggen blivit allmän kännedom så är önskan logisk, liksom att det är hos Sameslöjdstiftelsen – branschorganisationen – slöjdbloggen är.

Ett annat förslag var att Sameslöjdstiftelsen skulle tillhandahålla coachning för slöjdare som var på väg.

Ett konkret projektförslag fanns i enkätresultaten. Tillvarata spillmaterial med fokus på horn, var inte en kurs utan ett projekt enligt branschrådet. Det skulle kunna drivas av Sameslöjdstiftelsen.

Många önskemål ansåg branschrådet inte kunna lösas via utbildningar eftersom det egentligen var en fråga om att jobba i nätverk och utbyta erfarenheter och kontakter. Nätverksfrågor fanns rörande arbetsmiljö, prissättning, kundkontakt, Vad vill kunden ha?, teknik (verktyg), mässor, SilverPhoto (att teknik finns, låda) (anm. en kurs i digital fotografering är en specifik kurs kopplad till området), vävbandsmaskiner, materialutveckling, coachning/mentorskap, marknadsföringsknep och kanaler, kontakter till återförsäljare. Via det egna nätverket kan man snabbt nå ny kunskap och få nya kontakter. Möjliggör kunskapsöverföring, nytänkande, utveckling kring produkter och kreativitet. Där behoven är stora kan temagrupper/-träffar och idéverkstäder skapas och Sameslöjdstiftelsen sågs som en given samordnare av nätverksarbete. Detta kan utmyнна i projektidéer som kan gynna grupper av företagare.

### SLUTRESULTAT: Handlingsplan för sameslöjdsbranschen

- IT
- Ekonomi
- Lärlingsverksamhet
- Design och formgivning
- Traditionell kunskap

I den bilagda *HANDLINGSPLAN för BRANSCHEN* finns handlingsplanen i sin helhet.

### Sammanställning av ORGANISATIONENS KOMPETENSUTVECKLINGSBEHOV

Sameslöjdstiftelsens personal och styrelse genomförde också företagsanalysen. Sammanställningen av enkätresultatet tar även hänsyn till organisationens verksamhetsmål och de behov slöjdnäringen uttalat. Sameslöjdstiftelsen säljer slöjd i den egna butiken i Jokkmokk. En av de viktigaste uppgifterna är att marknadsföra och sprida information om sameslöjd och att stödja samiska hantverkare.

Sameslöjdstiftelsens övergripande mål är att

- främja, stödja och utveckla samiska slöjd och samiskt konsthantverk
- värna om det samiska hantverks- och kulturarvet.

### Kompetensutvecklingsbehov hos styrelsen

Styrelsen består till 80 % av företagare. Deras roll i styrelsen skiljer sig från när de är ledare för sina egna företag och behoven handlar om att bli bättre på styrelsearbete, vilket kan jämföras med vad slöjdarna efterfrågade för att bli bättre på att leda egna företaget. I båda fallen handlar det om att styra och följa upp. Styrelsearbete kräver ett effektivt helikopterperspektiv på verksamheten. Styrelsens behov kunde indelas i två olika områden:

### Organisationsutveckling

De efterfrågade kunskapsområdena är generell kunskap och utbudet av kurser är stort. De efterfrågade utbildningarna var Styrelsearbete för effektivare arbete. Ekonomi i styrelsearbete i form av fördjupade kunskaper i ekonomisk rapportering och uppföljning, projektredovisning, personalekonomi etc. Ledarskap och Strategier var andra viktiga kunskapsområden för att styra, driva och följa upp

planer och utvärdera uppsatta mål. Omvärldsanalys och Marknadsföring av organisationen var önskade utbildningsområden likaså fördjupade kunskaper och tips kring Lobbying/finansiering och effektiv användning av kontakter via Nätverk.

#### *IT – generellt*

Styrelsens behov skiljde sig inte nämnvärt från företagarnas. De ville också lära sig viktiga programvaror och Internets möjligheter. Styrelsens behov kan tillgodoses via personalens kunskaper i verksamhetens IT-stöd och Internetanvändning. Övriga önskemål sammanfaller med de kurser som handlingsplanen för branschen visar upp.

#### **Kompetensutvecklingsbehov hos personalen**

Personalen har under de senaste åren varit med om en snabb utveckling av verksamheten. Teknikinnehållet har ökat markant och interaktionen med omgivningen ställer krav på hög teknikhöjd. Det gäller att hänga med. Behoven har en tydlig koppling till de områden där utvecklingen tagit största tekniksprången – IT och Internet.

#### *Fotografering och digital hantering av bilder*

Det ropades efter kunskap i fotograferingsteknik och kreativitet i fotografering. Hemsidan och mängder av tryckta alster ställer helt nya krav. De måste ha kompetensen i organisationen av rent praktiska skäl – den digitala fototekniken idag är var mans egenom och ett omvärldskrav. Generella kurser finns att köpa.

#### *IT – webbhantering*

Personalens behov skiljde sig icke från företagarnas önskemål och insatser går att samordna. För att hantera digitala bilder fordras kunskap om programvara som hör till (PhotoShop). Programvaror kopplade till Office-paketet ansågs vara viktiga för att kunna effektivisera sina arbetsuppgifter. IT-Internetdelen bestod av kompetenshöjning kring att utveckla och administrera hemsidan och dess besöksstatistik på ett effektivt sätt. Man ville lära sig mer om Internets möjligheter och begränsningar och lära känna nya forum som FaceBook och YouTube.

#### *Ekonomi – baskunskaper och fördjupning*

Personal som ska rapportera in ekonomiska händelser behöver höja kunskapen om de företagsekonomiska reglerna som gäller. Den utbildningen kan ges

internt via ekonomipersonal. Personal som ansvarar för bokföring känner behov av fortbildning och fördjupning i bokslutsarbete, bokföring och redovisning vilket är generella kunskaper som det finns ett stort kursutbud i.

#### *Projektarbete*

Här önskades mer kunskaper om arbetsmetoder och verktyg för effektivare projektarbete. Även mera kreativitet kring formuleringar av nya projektidéer. Detta är generella kunskaper som i kursform kan inhandlas. Personalens behov sammanfaller med företagarnas önskemål med den skillnaden att finansieringsdelen inte efterfrågas av personalen. Detta kan förklaras av att Sameslöjdstiftelsen är väldigt duktiga på att finna finansiering och att projektresultaten många gånger fungerat som lärande exempel som andra organisationer valt att anamma, exempelvis Nämnden för hemslöjdsfrågor. Slöjdföretagare vänder sig till Sameslöjdstiftelsen för rådgivning i projektfrågor och därför är kunskapsområdet extra viktigt.

#### *Språk – kunskaper i samiska*

Samiska är fackspråket inom slöjden. I det samiska samhället jobbas det intensivt med att bevara språket. Samiska är viktigt vid kundkontakter och vid samverkan inom Sápmi. Det finns två sidor på språkfrågan: Den ena handlar om att kunna kommunicera i största allmänhet med den samisktalande målgruppen. Det andra är att behärska samiska i form av slöjden och hantverkets begreppsapparat. Språkkurser finns hos utbildningsanordnare på olika nivåer. Fackorden och begrepp inhämtas via slöjdarkären.

#### *Mönsterkonstruktion*

Mönsterförsäljning fordrar kunskaper om varan man säljer. För att kunna svara på kundens frågor och marknadsföra produkten måste därför kompetensen höjas. Kompetensen finns att tillgå inom sameslöjdsbranschen.

#### *Marknadsföring – säljteknik och mediaträning*

Butiksförsäljning och alla tillfällen då personalen behöver ”sälja in” något, ställer krav på säljtekniska finesser. Personalen kontaktas ofta av media och den trygghet som mediaträning ger skapar en säkerhet inför mikrofoner, kameror och publik. Generella kurser finns att köpa.

## **SLUTRESULTAT: Handlingsplan för organisationen**

- Fotografering och digital hantering av bilder
- IT – webbhantering
- Ekonomi
- Projektarbete
- Språk – kunskaper i samiska
- Mönsterkonstruktion
- Marknadsföring – säljteknik och mediaträning

I den bilagda *HANDLINGSPLAN* för *ORGANISATIONEN* finns handlingsplanen i sin helhet.

## **PROJEKTETS ÖVERGRIPANDE MÅLUPPFYLLELSE**

Projektet har genomfört alla planerade aktiviteter. Räckte arbetet för att uppnå de övergripande målet för projektet? Bedöm själv.

### ***Deltagande företag färre än planerat***

Målet var att 85 företag skulle ingå i analysen. Så blev nu icke. Projekttiden var kort och starten skedde i samband med Jokkmokks marknad. Brev följdes upp med telefonsamtal men alla gick ej att nå telefonledes. De flesta nappade efter telefonförfrågan. Urvalet var 133 personer och 76 uttalade intresse men i slutänden blev bara 45 företag som deltog. Kanske det gått att trycka på de som visade intresse. Erfarenheten har visat att slöjdarkåren ofta behöver påminnas om och om igen. En närmare undersökning av de slöjdare som först var intresserade och sedan ej deltog skulle kunna ge svaret. Av de som bestämde sig för att delta så fullföljde allihop. Oavsett så uppnåddes inte målet 85 företag. Projektet kom drygt halvvägs – 53 % måluppfyllelse.

Det var de yngre slöjdarna som var på hugget. Kanske de äldre inte kände nyttan med att vara med i projektet. Kanske målet var för högt ställt? Att få med 85 av initialt 141 momsregisterade slöjdföretagare var kanske väl optimistiskt. Läger man till det faktum att antalet företagare blev lägre när registret uppdaterades under resans gång så blir målet procentuellt sett lite lägre. Positivt är dock att två nya företagare anslöt sig – två som tidigare inte funnits med i registret och därför fått söka branschfakta via hemsidan och ej heller regelbundet fått information via DuodjiForum.

Målet med könsfördelningen var att i den kvinnodominerade slöjdnäringsen få med fler män. Men

det lyckades inte heller. Det var kvinnorna som ville vara med så kvinnodominansen blev ännu högre i projektet – 75 % – än i näringen som helhet. Det kan bero på att de flesta kvinnorna finns i de högaktiva åldrarna medan var fjärde manlig slöjdare faktiskt är äldre än 65 år. Kanske de äldre männen inte kände nyttan av kompetensutveckling?

### ***Företagaranalysen gav intressant branschfakta***

Det här målet uppnåddes. Här kommer några exempel hämtade ur enkätsammanställningen:

Slöjdare känner sig stolta, unika och är kvalitetsmedvetna. De har kompetensen att utföra sitt hantverk och de har designkunskaper. De meddelar kunden om leveransen blir försenad och rättar om något blir fel. De nyttjar mail och är uppkopplade på nätet och tror att IT kan öka sysselsättningen och att de kan dra nytta av regional utveckling.

De tycker sig inte vara några hejare på att skriva avtal, använda IT till ekonomi och försäljning. De använder inte IT-stöd eller webben till försäljning och marknadsföring heller. De tycker inte att de använder planeringsverktyg.

### ***Genusperspektiv på kompetensutvecklingsbehov***

Det visade sig inte vara några större skillnader i behovet av kompetensutveckling. Kvinnorna med yrkesspecifika behov samlades ju inom de verksamhetsgrenar där kvinnor dominerar – mjukslöjden. Det samma gällde för män. Kompetensutvecklingsbehovet följer könets val av verksamhetsområde. Men när det gällde kompetens som är kopplad till att vara företagare så var de generella kunskapsbehoven ganska könsneutrala.

### ***Analys av Sameslöjdstiftelsens egen personal och styrelse genomfördes***

Enkäterna anpassades till personal och styrelse och genomfördes enligt plan. Så Sameslöjdstiftelsen som slöjdorganisation är således en delmängd av projektresultatet.

### ***Dagsaktuellt kompetensutvecklingsbehov i slöjdnäringsen***

Om man väljer att godkänna att 45 av 133 i urvalsgruppen – tillsammans med Sameslöjdstiftelsen som organisation – kan sägas representera hela näringens behov, ja då kan projektet säga att handlingsplanerna är det dagsaktuella kompetensutveck-

lingsbehovet för näringen som helhet. Det man kan tillägga här är att samtliga av de 12 unga blivande företagarna ingick i analysen, vilket gör att det dagsaktuella visar vad den nya generationen slöjdare har behov av. Medelåldern hos deltagarna är lägre än i slöjdarregistret som helhet. Branschrådet bestod av ännu yngre företagare.

### *Handlingsplanerna visar prioriterade insatser*

Handlingsplanerna är ju resultatet av branschrådets värderings och prioriteringsarbete som bygger på beprövad erfarenhet av branschanalyser i andra typer av hantverksföretag. Sättet att arbeta – MAGNET-modellen och resultatet – Handlingsplanerna – motsvarar de branschfakta, sammanställningar och analyser som branschrådet haft som beslutsunderlag. Handlingsplanerna måste anses vara genomarbetade och väl underbyggda.

## 7 Övriga resultat och erfarenheter

*Visar hur det gick för ett projekt med kort start och körsträcka. Hur påverkade det resultatet?*

### **Innovativt att samla en hel bransch**

Det fantastiska är att – i ett och samma projekt – samla en hel näring för att ge dem möjligheten att uttala sitt behov av kompetensutveckling. Detta är unikt! Även om man räknar med ett visst mörkertal.

Branschen kan inte hitta fakta om sig själv i de statistiska strukturerna som finns. Därför har de aktiva näringsidkarna insett betydelsen av att själv delta i uppbyggnaden av branschfakta. De måste lämna ifrån sig uppgifter för att få kunskap om branschen som helhet. I det här projektet har branschorganisationen tillsammans med slöjdarna själv fattat beslut om att inventera kompetensutvecklingsbehovet för att få veta vad som näringen ropar efter. Helt unikt! Det intressanta är att två nya personer anmält sig som F-skatteregistrerade slöjdföretagare till slöjdarregistret i samband med detta projekt.

### **Lärande miljö via utprovat arbetssätt**

Det finns ingen anledning att uppfinna hjulet på nytt. När MAGNET-modellen vidareutvecklades till MAGNET – Branschanalys Jokkmokksmodellen – så fanns redan dokumenterad erfarenheter av hur modellen tagits emot av andra branscher med liknande förutsättningar såsom hovslagare, skräddare, frisörer, skorstensfejare etc. ,

MAGNET-modellen var utprovad och pedagogiken ligger i att samla företagare som tillhör en gemenskap och se vilka likheter respektive skillnader som föreligger. Först får de arbeta enskilt med analys av sin situation, därefter i diskussion med andra företagare. Det var utmaningen för projektorganisationen men det visade sig att modellen i sig var en lärande miljö.

### **”Jokkmokks Marknads-effekten”**

Projektet startade i samband med Jokkmokks marknad. Marknaden har en stor betydelse för många samiska slöjdare och perioden före och efter marknaden är full av arbete. Intresseanmälan sammanföll med många slöjdföretagares mest hektiska period under året. Det kan ha påverkat intresset för projektet.

### **Etablerade redan uppbokade**

Branschrådet skulle sättas samman av deltagare i projektet. Det fanns inte så många att välja på. Hälften av de etablerade manliga deltagarna föll bort eftersom de var bokade. Fyra äldre män fanns med, två av dessa var bokade.

### **Alla ungdomar ville vara med!**

12 blivande företagare fanns med bland de 133 företag som fick utskicket. Dessa ungdomar har uttalat ambitionen att bli slöjdföretagare och alla valde att delta i projektet. De yngre kanske är mer benägna att fånga tillfälle. De kanske ser ett kompetensutvecklingsprojekt som en chans. Noterbart är också att en tydlig dialog hade förts mellan andra unga företagare och branschrådets deltagare.

### **Geografiskt utspridda**

Slöjdare finns spridda över hela Sápmi. Sameslöjdstiftelsen register omfattar över 400 slöjdare i form av företag, hobby och husbehovsslöjdare. Om man utgår från de F-skatteregistrerade slöjdföretagen som är aktiva – enligt uppdateringen som gjorts under

detta projekt – så visar det sig att de flesta slöjdföretagarna finns i Norrbotten – 83 st. Västerbotten har 17, Jämtland 7 och resten är fördelade över Härjedalen, Dalarna och övriga landet.

Kanske siffrorna sammantaget ser lite annorlunda ut om man tar med alla registrerade slöjdare – kanske det finns några fler slöjdare söderut. Kanske siffrorna justeras lite om man tar lägger till slöjdare som har Duodjimärket men kanske inte finns i registret. Sameslöjdstiftelsens personal har dock en mycket god kännedom om slöjden och de som slöjdar. Via Samernas utbildningscentrum finns även möjlighet att följa upp vilka som gått på slöjdlinjen. I detta projekt ingår slöjdare som finns i registret, är aktiva, är F-skatteregistrerade eller ska bli i en snar framtid. De kan sägas representera den del av branschen som är på gång.

Projektledaren hade för avsikt att hålla träffar där slöjdare i ett närområde kunde göra sina företagsanalyser först i enskildhet och därefter i samverkan med andra företagare. Den geografiska spännvidden gjorde lösningen opraktisk.

### Lokala träffar och telefonkontakt gav bra feedback från målgruppen

Det genomfördes 6 analysträffar. Kanske det varit lika bra att skicka hela materialet till alla och istället lägga ner mera krut på att påminna dem att lämna in. Kanske det blivit lite mer effektivt eftersom det var svårt att i förväg bedöma hur uppslutningen skulle bli på träffarna. Träffarna gav projektorganisationen många goda synpunkter, vilket även telefonkontakten med slöjdarna gav. Så träffarna fick ett annat mervärde i slutänden.

### ”Man får värka fram det”

Under personalenkäten på Sameslöjdstiftelsen framgick det hur personalen ibland fått lösa arbetsuppgifter utan att ha först förberetts via kompetensutvecklingen. Organisationen består av en kunnig och lojal liten arbetsstyrka med kvalitet i fokus. Projekt har avlöst varandra och verksamheten har utvecklats snabbt de sista åren. Kompetensutvecklingsbehovet har ökat för varje lyckat utvecklingsprojekt som avslutats. Tiden har inte räckt till för att ”utbilda ikapp” de ökade kraven. En anställd beskrev hur det kändes att mitt i verksamheten använda en programvara som man inte kan nog bra och hur kunskapsbristen påverkar ens sätt att arbeta – ”Man får värka fram det”.

### Nyttan av beprövade arbetsmetoder

Enkäten gav möjlighet att själv formulera sina önskemål. Det fanns inga fasta kurser att kryssa för i enkäten men företagarna fick indirekt – via informationen kring vad som ansågs vara generella respektive slöjderspecifika områden – förslag på olika kunskapsområden. Det fanns inga givna alternativ men väl några exempel som kanske gav impulser.

Fritextsvar kan skapa en lätt panik i den mest strukturerade skalle. På de generella kompetensutvecklingsområdena lämnade företagen in 129 förslag. Dessa kunde sorteras in via var i enkäten som kommentaren var lämnad – exempelvis avsnittet EKONOMI etc – men snart framgick det att analysen kom att ge en annan grupperingsordning i slutänden.

MAGNET-modellen hade mycket goda vitsord och den fungerade bevisligen. Under branschrådets uppgift att värdera och prioritera inkomna förslag gick arbetet förvånansvärt snabbt även om prioriteringen ibland kunde te sig knivig vid en första anblick. Men när värderingen genomfördes enligt given mall så blev det nästan inga diskussioner – argumenten och bedömningen höll varandra i hand. Om du är intresserad så föreslås en närmare titt i bilaga *Analys av företagarens behov av BRANSCHANALYS* – se under avsnitt 6 och 7. Därefter i bilaga *HANDLINGSPLAN för BRANSCHEN* och se hur värdering och prioritering lett till konkreta kurser.

### Efterlyst lärlingssystem – flaskhals som måste kringgås

Ett lärlingssystem har varit uppe till diskussion flera gånger tidigare. Senast i samband med samarbetsprojektet som utvecklade *MAGNET Branschanalys Jokkmokksmodellen*. Då Sameslöjdstiftelsen inte är en utbildningsanordnare så har frågan hamnat på Samernas utbildningscentrums bord. Där pågår ett projekt med målet att skapa ett lärlingssystem men lösningen finns inte ännu.

Det går inte att – som företagare eller branschorganisation – vänta på att ett lärlingssystem ska utvecklas innan kompetensutvecklingen genomförs. Det är nu företagarna ropar efter kunskapen och lösningen blir – i väntan på lärlingssystem – specialkurser som slöjdare håller för andra slöjdare. En ung företagare kan gå på kurs hos en äldre erfaren slöjdare i en form som påminner om relationen mellan lärling och mästare.



# 8 Resultatspridning – återkoppling

Projektet har resulterat i två handlingsplaner – en för slöjdnäringen och en för Sameslöjdstiftelsen som organisation. Dessutom har analysen av enkäterna resulterat i ny viktig branschfakta.

Deltagande företag fick handlingsplan och personligt brev.

Ett personligt brev visar hur deras individuella önskemål kopplas ihop med handlingsplanens indelning. Önskemål som hamnade under nätverksarbete har tagits med i återkopplingen eftersom nätverkande var något som Sameslöjdstiftelsen fick i uppdrag att arbeta vidare med. Ett behov av datakunskaper kan därför i handlingsplanen till en viss del hamna under IT – programvaror/NytttoIT och andra halvan vara en delmängd av IT – Internet. Återkopplingen visar vad företaget önskade och var i handlingsplanen det går att finna. Företagarna kan även lämna feedback till Sameslöjdstiftelsen via projekttelefonen även efter projektet formellt avslutats 1/5 2009.

## Handlingsplanerna – innovativa dokument för organisationen

De båda handlingsplanerna blir tillsammans det innovativa i projekt. Helheten behöver kompetensutvecklas och insatserna måste kostnadsoptimeras. Branschorganisationen behöver själv bli bättre för att kunna förbättra för näringen. Genom att samla de företagare som är på hugget så får organisationen in dagsfärska branschfakta som visar vilka insatser som behöver prioriteras. Den förstahandsinformationen skapar en handlingsberedskap i organisationen och ger styrelsen möjlighet att lägga upp strategier för att utveckla näringen effektivt. För att bli bra utvecklare vill styrelse och personal höja egna kompetensen på bred front. Det vi ser i detta projekt är hur en hel närings kunskapsbehov vävs ihop med branschorganisationens strategi. ”Detta behövs och för att vi ska kunna realisera det behöver vi själva...”

## Nya uppgifter för Sameslöjdstiftelsen

Företagens önskemål om slöjdarblogg, rådgivning kring projekt, coachning och förslag till gemensamt projekt för spillmaterial(horn) har kompletterats tankar om att arrangera tematräffar för nätverk. Personalen jobbar vidare med nätverkande och kunskapsöverföring via branschträffarna. Återkopplingen har alltså skapat organisatoriska effekter redan under projektiden.

## 2009 års branschträff

Vid de årliga branschträffarna presenteras nya rön och insamlad branschfakta. Handlingsplanen för näringen och nya branschfakta som Sameslöjdstiftelsen fått in presenteras vid träffen. Det är ett viktigt återkommande tillfälle för resultatspridning och feedback.

## DuodjiForum

Slöjdarna i registret får nyhetsbrevet med posten. DuodjiForum informerar slöjdarna om resultatet av kompetensutvecklingsprojektet. Nyhetsbrevet ger möjlighet till ytterligare feedback.

## www.sameslojdstiftelsen.com

Hemsidan är ytterligare ett forum för resultatspridning och möjlighet att lämna feedback.

## Info till samverkansparter i FÖRSTUDIE – Handens kraft

MAGNET-modellen utvecklades i samverkan med Samernas utbildningscentrum, Kunskapens Hus, Jokkmokks Kommun och Sameslöjdstiftelsen till att bli den nu använda, för sameslöjdsnäringen anpassade, *MAGNET Branschanalys Jokkmokksmodellen*. Se nästa kapitel för närmare beskrivning av projektet. Resultat från MAGNET-projektet kan nu även användas i fortsättningen på Förstudien *Handens Kraft*.

Handlingsplanernas olika delar har koppling till berörda samverkansparter. Kurser i traditionell kunskap hör hemma hos Samernas utbildningscentrum (eftersom det är landets enda utbildning i traditionell slöjd) liksom lösningen på lärlingssystemet. Företagargenerella kurser i IT och ekonomi passar in under Kunskapens Hus arbetsområde och borde därför finnas att tillgå hos dem.

Det finns många slöjdare i Jokkmokks kommun och därför borde det vara av intresse för kommunen att dessa företagare ges möjlighet att växa. MAG-

NET-projektets handlingsplaner kan därför bli bra diskussionsmaterial på lokal nivå för kompetensutveckling för hantverkare. Förstudien *Handens kraft* var tänkt att samordna sådana insatser inom Jokkmokks kommun. Nu vet kommunen vad hantverkare från sameslöjdsidan är i behov av. Så återkopplingen till tidigare lokalt arbete är därför viktig.

### Slöjdtäta kommuner borde följa Jokkmokksmodellen!

Tänk om andra hantverkartäta kommuner i Sápmi kunde följa Jokkmokksmodellen så kanske slöjdare runt om i landet kunde få tillgång till ett betydligt större kursutbud? Och kanske på nära håll.

## 9 Koppling till andra projekt

I ansökan nämndes kopplingar till tidigare projekt. Eftersom Sameslöjdstiftelsen arbetar strategiskt så hänger allt ihop på ett eller annat vis. Tidigare i denna rapport har kopplingen till följande projekt beskrivits:

EU-projektet – Utveckling av företagsamhet inom sámí duodji 2004–2005 och

En virtuell samisk marknadsplats – 2005

Branschfakta – 2007

Inventeringen av kompetensutvecklingsbehovet har kopplingar även till dessa projekt:

### *DUODJI Ealáhus – Att leva av sameslöjd – 2006–2007*

- resulterade i datainsamling i form av enkäter till de butikskunder som besökte affärer som ingick i den så kallade butiksrundan. Intervjuer gjordes med butikägare och butikernas personal samt de slöjdföretagare som ingick i satsningen. Presentationen av analysen av den typen branschfakta har skett i samband med branschträff i Jokkmokk maj/juni 2007. I samband med den träffen blev näringsens företrädare informerade om branschfaktaprojektets arbete och möjligheten att nyttja företagspresentationen, KÖP & Sälj annonser samt aktivitetstjänsten på Sameslöjdstiftelsens hemsida. Projektet är redovisat och avslutat under våren 2007.

### Förstudien – *Handens kraft* – 2007–2008

- ett projekt vars avsikt var att lokala parter i Jokkmokk arbetar för ett partnerskap i syfte att utveckla såväl orten som slöjden/hantverket som näringsgren. Parter, förutom projektägaren Sameslöjdstiftelsen, som diskuterade samverkan på bred front var Samernas utbildningscentrum, Strukturum i Jokkmokk AB, Jokkmokks Kommun, Kunskapens Hus och Ájtte, Svenskt fjäll- och samemuseum. En del i projektet berörde branschfakta och etablering av slöjdnäringen. I det projektet gick avsnitt som är en direkt följd av utvecklingen av hemsidan till ett datainsamlande verktyg för branschanalyser. Vidare så diskuterades ett brett angreppssätt på kompetensutveckling i hantverksyrkena och lärlingssystemet var ett förslag. Likaså föreslogs generella hantverkskurser för att öka beläggningen och skapa kostnadseffektivitet vid kompetensutveckling. Ett resultatet av förstudien blev *MAGNET Branschanalys Jokkmokksmodellen*, alltså den modell arbetet i detta projekt bygger på.

# 10 Övrigt

## VAD LÄRDEVI OSS?

### Unga slöjdare i branschrådet

Framtiden har alltid hört ungdomen till. I det här projektet framträder en åldersstruktur som stöttar framtidsfolket. Medelåldern i det kvinnodominerade registret är 49,7 år. Företagarna som har deltagit i projektet representerar förvisso åldrar mellan 24 och 69 år men sammantaget så blev medelåldern 43 år. Visionen och handlingsplanerna arbetades fram av ett jämställt branschråd med medelåldern 33,7 år.

### Kvinnodominerad bransch och projekt

Sameslöjdsnäringen är en kvinnodominerad bransch: 69 % kvinnor och 31 % män – vilket även återspeglades i könsfördelningen bland deltagarna. Där var kvinnodominansen ännu större: 75 % av deltagarna var kvinnor, 25 % var män.

### Manliga slöjdare är äldre

Tittar man på åldersstrukturen bland manliga slöjdföretagarna ser man att 62 % av männen är över 46 år. Detta kan jämföras med 57 % för kvinnorna. 25 % av manliga företagare är ålderspensionärer vilket kan jämföras med blott 4 % av kvinnorna. 91 % av kvinnorna befinner sig i produktiv ålder: 31–65 år. Männen är förskjuten uppåt och visar upp 64 % i produktiv ålder.

### Unga slöjdare på väg men räcker det?

Åldersstrukturen visar att gruppen ungdomar 20–30 år representerar 6 % av slöjdarkåren enligt Sameslöjdstiftelsens register. Tittar man lite närmare på könsfördelningen så är 5 % av kvinnorna ungdomar. Att jämföra med 12 % av männen. Kanske det är så att i framtiden löses männens stora ”pensionsavgångar” med att många unga män är på väg in. Poängteras bör att vi här talar i procentsatser.

Tittar vi på prognosen för år 2014 så tar den inte hänsyn till kön eller nyrekrytering. De företagare

som finns idag låter vi fortsätta sin verksamhet som idag. Det enda som händer är att de blir äldre och det är där problemet finns.

Utan någon nyrekrytering av slöjdare kommer andelen ungdomar att sjunka från dagens 6 % ner till 1 %. Samtidigt kommer andelen ålderspensionärer att mer än fördubblas från 10 % till 22 %. Ett kompetensutvecklingsprojekt som detta har därför väldigt stor betydelse för slöjdnäringens framtida utveckling! De som finns blir duktigare men hur ska näringen rekrytera nya företagare?

### ”Tänk att det stämde till slut!”

Branschrådet formulerade sin version. Den skrevs på en whiteboard tavla, justerades och kompletterades. På en tavla bredvid gjordes sorteringen av kompetensutvecklingsbehoven som företagarna hade lämnat in. Det skrevs här och ändrades där. Olika färger användes och bitvis såg det säkert ganska förvirrat ut.

När dimman lade sig till slut och de prioriterade insatsområdena var inringade och slutligt definierade, då var det dags att kontrollera om de högst värderade kurserna verkligen tillförde något till sameslöjdens framtidsvision. Kurs för kurs ställdes inför samma fråga, skulle den lämna ett bidrag till visionens uppfyllnad. Och svaret blev JA på alla kurser.

Branschrådets representanter tittade lite förvånat på varandra. De visste ju vad de valt ut och varför men det hördes röster av förvåning över att resultatet stämde så överens med den i början uttalade visionen. Så, att följa en väl beprövad arbetsmodell gör arbetet effektivare och precisare. Och mervärdet blir att deltagarna känner tillfredsställelse över sin egen arbetsinsats.

### ”Avdela organisatoriska resurser för drift av hemsidan”

*Rubriken är en slutsats från SLUTRAPPORT Branschfakta 2007.* En fungerande hemsida kräver att arbetet kring densamma blir inkluderad i verksamheten och att det avdelas personella resurser för att utföra det arbete som krävs. Enkäterna som var riktade till Sameslöjdstiftelsens personal och styrelse visade att kompetensen som behövs för att Sameslöjdstiftelsen – i likhet med andra ”företagare” – skall kunna ha en fungerande hemsida bygger på att kompetens inom områden internet införskaffas till organisationen. Så en gammal sanning är därmed bekräftad via projekt MAGNET. Nu är det upp till organisationen att i budget och bemanningsplaner ge plats för kompetensutvecklingen också.

## ”Avdela organisatoriska resurser för branschfaktaanalys”

*Rubriken är en slutsats från SLUTRAPPORT Branschfakta 2007.* Det hjälper föga att ha ett statistiskt verktyg bakom hemsidan om detta inte används rationellt och regelbundet. Det hjälper föga att det finns flera hundra annonser om ingen studerar dessa närmare ur ett branschfaktaperspektiv. Det var kontentan från Branschfakta projektet. Nu har det gått ännu ett år och ute i slöjdarkåren har medvetenheten höjts. Både Sameslöjdstiftelsen medarbetare och företagarna vill veta mer om hur Internet fungerar, vilka möjligheter som finns och hur man ska göra för att följa med. Så den gamla sanningen är därmed bekräftad via enkätsvar i Projekt MAGNET.

## ”Utveckla slöjdarnas hemsidor”

*Rubriken är en slutsats från SLUTRAPPORT Branschfakta 2007.* Tanken med Sameslöjdstiftelsens hemsida var att slöjdarna skulle kunna länka till sina hemsidor. För att företagspresentationer ska fungera så måste slöjdarna ha hemsidor att länka. Nu visade företagsanalysen att tiden antligen är inne för att kompetensutveckla sig inom internet. Det finns allt fler verktyg för att snabbt göra en egen hemsida. Med webbhotell inkluderat till en månadskostnad lägre än 100 SEK. Hemsidornas tid är inne hos slöjdarna nu. Kompetensutveckling först och bygga själv sen. Och så var den gamla sanningen bekräftad och möjlig att lösa.

## ”Återuppta kontakten med Hushållningssällskapet ”

*Rubriken är slutsats från SLUTRAPPORT Branschfakta 2007.* Aktivitetsannonseringen i kalendern på Sameslöjdstiftelsens hemsida skapades som en följd av förfrågan från Hushållningssällskapet i Norrbotten. Resultatet kom från projektet ”En virtuell samisk marknadsplats” 2005. Önskan var att samordna generella kurser genom att annonsera ut verksamheten på en gemensam site. Slöjdarkollektivet sa JA och då skapades funktionen. Nu levererar MAGNET-projektet in kursutbudet via handlingsplanerna. Kanske tiden är inne för samordning av uppköp av kurser?

## Lyser med sin frånvaro

Slöjdare är stolta och känner sig unika, det säger de själva i företagarenkäten. Slöjdare har vid olika tidpunkter ropat efter kurser och även önskat finansiering. När de får en dubbelchans – som nu i

MAGNET-projektet – finns det ingen garanti för att de verkligen dyker upp eller vill delta! Mycket märkligt.

Tidpunkten kan ha varit fel, den korta framförhållningen kan ställt till det och kanske det är så att flera äldre slöjdare inte riktigt känner nyttan. 76 sade sig vara intresserade och 45 deltog genom att göra sin hemläxa. Hur tänkte de 31 intresserade som bestämde sig för att inte vara med? Tidigare projekt har visat att det finns en viss tröghet som i andra projekt lösts genom upprepade telefonsamtal. I detta projekt fanns inget utrymme för extra ”telefonförsäljning”. Kanske de blev avskräckta när det ingick att de skulle göra en analys av sitt eget företagande? Eller fanns det inget kompetensutvecklingsbehov när det väl kom till kritan?

## Ingen jolk?

Branschrådets vision uttalade samverkan mellan slöjden och andra samiska näringar och aktörer. Så här i projektets sista skälvande sekunder slås man av tanken: Var tog jolken vägen? Den glömdes nog bara bort när alla önskemål skulle sorteras, prioriteras och värderas. Jolken finns nog med i tanken men inte preciserad på pappret.

## Fortsättning följer – dags för genomförande

När behovet nu är inventerat och handlingsplanerna klara så är förprojekteringen avslutad. MAGNET-projektet ska vidare in i nästa fas. Handlingsplanerna blir avstampet till nästa del av MAGNET-projektet. Det är då handlingsplanerna ska konkretiseras och det är först då företagarna får se förteckningen med alla preciserade kurser. Då först är det dags att skapa sin egen kompetensutvecklingsprofil och då börjar det stora arbetet. Så det är med spänning alla parter ser fram emot nästa projekt.

## Framåtanda skapar arbetsglädje

Sameslöjdstiftelsen – och även detta projekt – har ett arbetsmotto som passar väldigt bra in på arbetsprocessen i projektet. Deltagarna har alla jobbat för sin egen och näringens framtid. De som var med ville något, ville skapa och ville bli bättre. Arbetsglädje spirar upp kring personer med framtidstro och iver att utvecklas:

– *Vi ska inte prata om vad vi kan göra – vi ska visa resultat. Vi ska samlas och jobba för realisering av idéer – lägga kraft där utvecklingsivern och framtidstron är störst.*

# Bilagor

Handlingsplan för branschen

Handlingsplan för organisationen

Analys av företagarens behov – BRANSCHANALYS

### **VISION för sameslöjdsbranschen**

2014 är slöjden en stark näring med starkt stöd i det samiska samhället.

Vår näring består av både unga och gamla slöjdare i ett nätverk av 200 slöjdföretag med jämn könsfördelning.

Vi slöjdar för själen och kulturen och samverkar med lokala turistföretag, matproducenter, renskötsel och skapar paketprodukter till våra kunder.

Via utbildningstjänster verkar vi för att traditionen stärks och återväxten tryggas, samt att kunskapen om våra produkter höjs.

Näringen kännetecknas av ett unikt formspråk, kvalitet, tradition, kunskap, miljömedvetenhet och kreativt nyskapande.

Vi når ut till våra kunder som får rätt produkter genom rätt forum.

### **Handlingsplan för sameslöjdsbranschen**

Handlingsplanen består av de områden som det genom projektet framkommit att det finns störst behov av kompetensutveckling inom. Prioriteringen är gjord utifrån de enkätsvar som inkommit. De fem olika kompetensområdena är inte inbördes prioriterade.

- IT
- Ekonomi
- Lärlingsverksamhet
- Design och formgivning
- Traditionell kunskap

Dessa kompetensområden presenteras närmare här nedan.

#### Beskrivning av kompetensområden

##### • IT

Sameslöjdsbranschen behöver så som alla branscher kontinuerligt anpassa sig till nya förutsättningar. Detta innefattar även att ta tillvara de nya möjligheter som erbjuds via IT och Internet. I dagsläget finns en brist på kunskap inom detta område som gör det svårt för slöjdarna att ta tillvara de möjligheter som finns.

Målgrupp: Målgruppen för detta område uppskattas vara alla yrkesverksamma slöjdare, men även slöjdare som håller på att starta upp sitt företag eller funderar på att starta företag.

Val av utbildningsmetod: För detta område finns inte kompetensen inom sameslöjdsbranschen, utan området kräver kompetens utifrån. Kurser kommer att anordnas som speciellt anpassade kurser utifrån sameslöjdsbranschens behov i de fall det inte finns befintliga kurser som täcker behovet.

IT är ett brett område därför delas det in i olika delområden med exempel på vad som kommer att ingå.

#### Delområde 1: Programvara/ Nyttö-IT

Inom detta område kommer det att erbjudas kurser i de programvaror som slöjdare har nytta av i sin verksamhet. Allt från IT-stöd vid fakturering, utformning av kundmaterial, bokföring, fakturering och kundhantering, beräkningar och kalkylering etc. Exempelvis Office-programmet (Word, Excel, Publisher mm), Photoshop, Bokföringsprogram, Program för kundregister samt fakturahantering mm utifrån uttalade behov i branschen.

#### Delområde 2: Internet som marknadsföringskanal och marknadsplats

Internet är såväl kommunikationskanal som marknadsplats. För att effektivt kunna nyttja internet fördras en orientering i de möjligheter som finns att tillgå via nätet, exempelvis sökmotorer, domänhantering, länkning, hemsidor, webbutiker och e-handel. Inom detta område kommer det att erbjudas kurser kring hur internet fungerar och hur besökare hittar till hemsidor. Hur webbutiker byggs upp och hur Internetbesökarens köpbeteende fungerar, kunskap om e-handel. Hur man via besöksstatistik kan anpassa sin hemsida så att den får många besökare. Hur man anpassar den traditionella marknadsföringen till att passa internetmarknadens besökare.

I detta ingår upplägg och uppdatering av hemsida, webbutik, sökning på nätet, marknadsplatser (ex blocket.se), nätverksforum (ex FaceBook), domännamn och sökord, samt andra områden där Internet kan vara till användning för en slöjdföretagare.

- **Företagsekonomi**

Det är en ständig utmaning för småföretagare att hålla ekonomin i balans. Det är också en utmaning som egenföretagare att hålla sig uppdaterad inom ekonomiområdet. Många vill kunna sköta sin ekonomi på egen hand och inte behöva köpa tjänster. Det efterfrågas kunskaper inom bokföring och rena ekonomifrågor, men även inom områden som handlar om att effektivisera sitt företagande med hjälp av administrativa hjälpmedel och kom-i-håg-listor. I dagens läge finns många möjligheter till projektfinansiering, men det kan vara svårt att formulera sina projektidéer och söka finansiering. Det efterfrågas vägledning som kan hjälpa slöjdföretagare att söka projektmedel för att utveckla branschen och sitt företagande. Med de rätta hjälpmedlen kan ekonomihantering och administration göras smidigare och ta mindre tid från slöjdandet.

Målgrupp: Målgruppen för detta område uppskattas vara alla yrkesverksamma slöjdare, men även slöjdare som håller på att starta upp sitt företag eller funderar på att starta företag.

Val av utbildningsmetod: För detta område finns inte kompetensen inom sameslöjdbranschen, utan området kräver kompetens utifrån. Kurser kommer att anordnas som speciellt anpassade kurser utifrån sameslöjdbranschens behov i de fall det inte finns befintliga kurser som täcker behovet.

Inom detta område kommer det exempelvis att erbjudas kompetensutveckling inom dessa ämnen:

- Bokföring och redovisning för småföretagare
- Administrativa hjälpmedel för småföretagare. Detta kan röra sig om olika checklistor och kom ihåg-listor som underlättar ekonomihantering och pappershantering i företaget. System för kundregister och kunduppföljning. Hur man upprättar affärsidé/affärsplan och marknadsföringsplan samt hur man strategiskt arbetar efter dessa och följer upp sitt arbete.
- Prissättning och paketering, för produkter och tjänster
- Projektplaner och Projektfinansiering – hur man gör projektplaner, formulerar ansökningar, söker medel, genomför och avrapporterar till finansiär. Orientering av möjliga instanser att söka projektmedel från.

- **Lärlingsverksamhet**

Många av deltagarna i projektet har uttryckt behov av att bredda sin verksamhet med nya produkter eller nya tekniker. Många vill skapa en stabilare grund i sitt företag genom att producera nya produkter eller lära sig nya tekniker som lyfter produktionen. Många vill även bli mer självständiga i sin verksamhet istället för att vara beroende av andra leverantörer. Detta är sådant som skulle gå att tillgodose internt i branschen om det fanns ett fungerande system för lärlingsverksamhet. Det är därför angeläget att möjliggöra lärlingsutbildning för att kunna tillgodose så många behov som möjligt av kompetensutveckling inom de specifika tekniker som efterfrågas. Detta kommer att stärka var och en av företagarna i sitt yrkesutövande så att de har ett bättre utgångsläge att konkurrera med sina produkter på marknaden.

Ett system för lärlingsutbildning kommer även att innebära att de slöjdare som tar emot en lärling får en ny tjänst att erbjuda som stärker dennes verksamhet.

Målgrupp: Målgruppen för detta område uppskattas vara yrkesverksamma slöjdare som har behov av att bredda sin verksamhet med spetskompetens, ny teknik eller ny produkt. Lärlingsverksamheten kan även rikta sig till slöjdare som håller på att starta upp sitt företag eller funderar på att starta företag och behöver stöttning av någon erfaren slöjdare i sitt företagande.

Val av utbildningsmetod: Lärlingsverksamheten kommer att lösas internt i branschen. Det finns kompetens för att tillgodose behoven, men det som saknas i dagsläget är ett fungerande system för lärlingsverksamhet. Inom det kommande projektet kommer lärlingarna att ses som kursdeltagare och den som tar emot en lärling kommer att ses som kursledare. På så sätt kan projektet stå för omkostnader i samband med lärlingsutbildningen samt kostnader för kursledare.

- **Design och formgivning**

Slöjdare arbetar för att utveckla design och form hos sina produkter. I dag är kunderna medvetna om trender och design och det är viktigt för slöjdföretagarna att följa med i utvecklingen. Många slöjdare uttrycker ett behov av att få inspiration och nya idéer i sitt skapande för att kunna utveckla sitt slöjdande. De efterfrågar inspiration och

idéer från andra yrkesverksamma inom sameslöjdbranschen, både från andra inom samma slöjdinriktning men även från andra slöjdinriktningar som kan ge nya idéer. Sameslöjdarna är också intresserade av inspiration från andra branscher och verksamhetsområden utanför slöjdområdet som kan ge nya infallsvinklar på skapandet.

Målgrupp: Målgruppen för detta område uppskattas vara alla yrkesverksamma slöjdare, men även slöjdare som håller på att starta upp sitt företag eller funderar på att starta företag.

Val av utbildningsmetod: Inom detta område krävs det både anlitad kompetens utifrån från andra branscher, men även internt från sameslöjdbranschen. Kurser kommer att anordnas som speciellt anpassade kurser utifrån sameslöjdbranschens behov i de fall det inte finns befintliga kurser som täcker behovet.

Exempel på ämnen som kan bli aktuella för kurser är:

- Design
- Formgivning
- Utställningsdesign
- Materialutveckling (naturmaterial, miljövänligt)
- Paketering

#### • Traditionell kunskap

Den traditionella kunskapen om slöjden och kulturen ligger till grund för dagens slöjduitövare. Många slöjdare har den traditionella samiska slöjden som utgångspunkt i sitt slöjdande. För att stärka sameslöjdbranschen och trygga återväxten av slöjdare är det viktigt att möjliggöra för fler att ta del av den traditionella kunskapen kring samisk slöjd, kultur och historia. I dagens samhälle förs inte längre denna kunskap vidare på samma naturliga väg som förr och det är därför viktigt att tillgodose att kunskapen fortfarande finns tillgänglig för dem som vill ta del av den. Genom att föra den traditionella kunskapen vidare och stärka den samiska kulturen stärks även sameslöjdbranschen. Detta genom att fler får kunskap om slöjden och branschen får en bredare grogrund och bredare rekryteringsbas som kan trygga återväxten av yrkesverksamma slöjdare.

Genom att tillhandahålla kurser internt får de slöjdare som anlitas som kursledare möjligheten att utveckla sitt företagande till att förutom slöjdprodukter även omfatta tjänster. Detta stärker dessa företagare i sin verksamhet. Branschen som helhet kommer att stärkas genom att man tar tillvara den kompetens och erfarenhet som finns inom branschen innan den försvinner.

Genom att tillhandahålla grundkurser inom olika traditionella områden kommer fler, även icke-slöjdföretagare att lära sig mer om slöjden och produkterna. Slöjdbranschen kommer således att få fler kunder som vet vikten av kvalitet och kan uppskatta hantverket. Detta kommer att ge branschen ett bredare kundunderlag.

Målgrupp: Målgruppen för detta område uppskattas vara alla. Både yrkesverksamma slöjdare, slöjdare som håller på att starta upp sitt företag eller funderar på att starta företag, samt de som slöjdar för husbehov eller endast som hobby.

Genom att slöjdare erbjuder utbildningstjänster externt kommer även icke-slöjdare att ingå i målgruppen för kurser inom detta område.

Val av utbildningsmetod: Kompetensen för dessa kurser finns internt i branschen. Beroende på kunskapsområde och inriktning kan det finnas olika praktiska lösningar, t ex sommarkurser, distanskurser mm.

Exempel på ämnen som kan bli aktuella för kurser är:

- Slöjdhistoria
- Slöjdterminologi
- Sentrådstillverkning
- Slöjdtekniker för tillverkning av skidor, akkior, gietka mm



**Handlingsplan för Sámi Duodji som organisation**

För att Sámi Duodji ska kunna möta de behov som finns inom slöjdbranschen och möta andra kunders behov i form av rådgivning, information och butiksförsäljning behöver organisationen kompetensutveckla både personal och styrelsen.

Kompetensutvecklingsbehov för Sámi Duodjis styrelse

- Organisationsutveckling
  - Styrelsearbete → roller inom styrelsen och gentemot organisationen, ansvarsfördelning, arbetsmetoder som effektiviserar styrelsearbetet mm
  - Ekonomi i styrelsearbetet → Kunskaper i ekonomi kopplat till hur organisationen arbetar, samt kunskaper att ta till sig information om ekonomin som presenteras för styrelsen t ex budget, resultaträkning och balansräkning, projektredovisning, budgetuppföljning, personalekonomi, mm.
  - Ledarskap → kunskaper kring ledarskapsfrågor för t ex ordförande
  - Strategier → hur man tar fram, arbetar efter, genomför, och utvärderar strategier för att arbeta långsiktigt inom organisationen för att nå uppsatta mål.
  - Omvärldsorientering/Analys → kunna se organisationen i sin kontext och se vilka möjligheter/begränsningar som finns. Detta kan möjliggöra nya arbetsätt och utvecklingsarbete
  - Lobbying/Finansiering → kunskaper kring att lobba mot t ex media och finansiärer. Detta kan möjliggöra nya finansieringsmöjligheter för organisationen, samt göra det lättare att få ut organisationens budskap
  - Nätverk → Kunskaper kring nätverkande och de möjligheter som finns i organisationens nätverk. Även hur styrelse och anställda kan nyttja de nätverk de har individuellt. Detta är ett komplement till att stärka organisationens position och knyta viktig kunskap och kontakter till organisationen
  - Marknadsföring av organisationen → kunskaper kring hur man från ett styrelseperspektiv bäst marknadsför organisationen, vilka kanaler som kan användas och vilka metoder som passar bäst. Vilka arenor man kan nyttja för att nå ut med organisationens budskap, samt hur detta budskap ska formuleras för att få genomslag.

Detta block med olika kompetensutvecklingsområden är speciellt anpassat för styrelsen för att de på bästa sätt ska kunna driva organisationen mot uppsatta mål, samt utveckla och förändra organisationen efter behov internt och externt. Även VD kan även delta inom vissa områden. För detta område finns inte kompetensen inom organisationen, utan det krävs kompetens utifrån. Kurserna anpassas utifrån styrelsens och organisationens behov. I de fall det finns befintliga kurser som täcker organisationens behov kommer dessa att användas.

- IT → Generell

Detta område är inte specifikt för styrelsen, utan kan samköras med andra grupper som behöver kompetensutveckling inom IT-området. Vissa baskunskaper kan tillgodoses internt inom organisationen, men även kompetens utifrån kommer att behövas.

## HANDLINGSPLAN FÖR ORGANISATIONEN

### Kompetensutvecklingsbehov för Sámi Duodjis personal

- Fotografering och digital hantering av bilder
  - Fotograferingsteknik och tekniker
  - Inspiration och kreativitet i fotografering
  - Programvara, t ex PhotoShop, samt möjligheter och begränsningar kring digital bildhantering.
- IT och Webbhantering
  - Nyttoprogram → programvara t ex Office-programmet och PhotoShop
  - Utveckling av hemsidan → lägga upp och administrera en hemsida, ta fram statistik om användandet av hemsidan, samt utveckla hemsidan efter vad användarna bäst behöver/vill ha.
  - Orientering av andra verktyg via internet t ex Facebook, You Tube mm.

Dessa ovanstående områden är inte specifika för Sámi Duodjis personal och kan anordnas tillsammans med andra grupper. Extern kompetens behövs då kompetensen inte finns inom organisationen.

- Ekonomi → baskunskaper kring ekonomi och ekonomihanteringen internt i organisationen, samt fördjupning kring bokslutsarbete, bokföring och redovisning för personal som hanterar ekonomin i organisationen.

Baskunskaper i ekonomi kan hanteras internt. För den fördjupning som behövs kommer extern kompetens att behövas. Kunskapen är dock inte specifik för Sámi Duodjis behov så någon egen kurs behöver inte anordnas. Det finns existerande kurser som kan täcka behovet av denna kompetensutveckling.

- Projektarbete → arbetsmetoder kring genomförande av projekt, verktyg för att effektivisera projektarbete, samt nytänkande och kreativitet kring formuleringen av nya projektidéer

Sámi Duodji driver idag projekt inom ramen för sin verksamhet. För att arbeta effektivt fodras projektadministrativa kunskaper men också kompetens för att formulera och göra projektplaner, budget, bemanning, uppföljning och redovisning. Ett organisationsgemensamt förhållningssätt till projektarbetet gör att ex projektkonsekvens och projektredevisning kan ske utan merarbete. Kompetensutvecklingen riktas mot organisationen internt. Kompetens utifrån kommer att behövas.

- Språk → kunskaper i samiska

Det samiska språket används inom branschen och är ett viktigt inslag i kundrelationer och samarbete med andra nordiska länder. Språkområdet är inte ett specifikt kompetensområde för personalgruppen inom Sámi Duodji. Kompetensen finns utanför sameslöjdbranschen i form av utbildningsinstanser. Befintliga kurser finns på olika nivåer och med möjligheter till olika studieformer.

- Mönsterkonstruktion → kunskaper kring mönsterkonstruktion för att kunna bemöta frågor om de mönster som finns till försäljning samt bättre kunna marknadsföra produkter

Detta område är inte specifikt för Sámi Duodjis personal. Kompetensen kring mönsterkonstruktion finns inom sameslöjdbranschen.

- Marknadsföring → säljteknik och mediaträning

Denna kompetens är inte direkt specifik för Sámi Duodjis personal, men till viss del specifik för sameslöjdbranschen. Kompetens utifrån kommer att behövas med anpassning utifrån organisationens behov i de fall befintliga kurser inte täcker behovet.

**MAGNET**

## Jokkmokksmodellen

### – Branschanalys för kompetensutveckling



#### STEG 2

ANALYS AV FÖRETAGARENS BEHOV AV:

### BRANSCHANALYS

Sameslöjd, samiskt konsthantverk, samiskt hantverk och övriga hantverksyrken

090324

## 1. Inledning och innehåll

Nu är det dags för steg två i genomförandet av MAGNET-Branschanalys Jokkmokksmodellen. Företagen har genomfört analyser av kompetensutvecklingsbehovet.

### Sammanställning

Efter det att företagen som deltar i projektet har lämnat in sina analyser har nu Sameslöjdstiftelsen gjort en sammanställning av resultatet.

### Workshop 1

Det är nu dags för arbetsgruppen att sammanställa branschens samlade behov av kompetensutveckling och analysera resultatet. Sedan sker värdering och prioritering.

Denna handling är gjord som en mall för att arbeta in resultaten från företagsanalyserna.

### Nästa steg

När branschanalysen sedan är färdig är det dags att slutföra projektet med workshop 2 och upprätta en handlingsplan. För att underlätta detta finns en särskild arbetsduk.



## Innehåll

1. Inledning
2. Branschuppgifter
3. Uppgifter om de som deltagit i analyser
4. Vision för branschen
5. Branschens kompetensutvecklingsbehov
  - 5.1 Omvärldsfrågor
  - 5.2 Affärsmässighet
  - 5.3 Yrkesidentitet
  - 5.4 Utbildning & rekrytering
  - 5.5 Produkt, tjänst & service
  - 5.6 Marknadsföring & kommunikation
  - 5.7 Arbetsmiljö och lärandemiljö
6. Sammanställning av branschens behov av kompetensutveckling inom generella områden
7. Branschens behov av specifika yrkeskunskaper



Copyright: Sameslöjdstiftelsen och Hantverkarnas Riksorganisation

## 2. Branschuppgifter

### 2.1 Uppgifter om bransch år 2009

Antal företag i branschen: 109 (exkl 3 poster) \_\_\_\_\_

Antal anställda i branschen: uppgift saknas \_\_\_\_\_

Medelålder i branschen: 49,7 (inkl 3 registerposter med skattad ålder) \_\_\_\_\_

Procent kvinnor: 69% (75% enkätsvar) \_\_\_\_\_

Procent män: 31% (25% enkätsvar) \_\_\_\_\_

Medelantalet anställda i branschens företag: uppgift saknas \_\_\_\_\_

*Ska vi göra något med tanke på medelåldern och den ökande andelen aktiva pensionärer.:*

\_\_\_\_\_

## 2.3 Antalet yrkesverksamma – trenden enligt SD registersiffror

Så här förändras åldersstrukturen med hänsyn till kön, här bor slöjdarna

Åldersgruppernas utveckling utan hänsyn till kön:

Åldersstruktur	20–30 år	31–45 år	46–65 år	66– uppåt				
Andel 2009	6%	34 %	50%	10%				
2009	7	37	54	11				
2010	7	35	54	13				
2012	3	29	59	18				
2014	1	17	67	24				
Andel av ftg 2014	1%	16%	61%	22%				
Könsfördelning	20–30 år	31–45 år	46–65 år	66– uppåt				
Kvinnor	5%	38 %	53%	4%				
Män	12%	26%	38 %	24%				
Geografi	Norrbottn	Västerbott	Jämtland	Härjedalen	Dalarna	Övrig		
Kvinnor	54	14	6	1		1		
Män	29	3	1	0		1		

## 2.2 Hur konjunkturen för branschen ser ut => SD-butiken som mått.

Fyll i hur ni tror att det kommer att bli. Ökar det (+), minskar (-) eller förbli oförändrat (0)

Utveckling	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2014
Omsättning	79,4*	275,9*	411,6	476,0				
Förändring		+347%	518%	+599%				
Besökare	1654*	2645*	2474	2750				
Förändring		160%	150%	166%				

\* ej hel redovisningsserie

Behöver vi göra något särskilt för att möta konjunkturen:

## 2.3 Hur konjunkturen för antalet yrkesverksamma ser ut => SD företagsregister som mått.

Ange (+) om ni tror antalet ökar, Ange (0) om är ungefär lika och (-) om antalet yrkesverksamma kommer att minska.

Yrkesverksamma	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2014
F-skatt/momsreg	94		96		112			

## **Tidigare via projekt framkomna önskemål från branschen:**

2004 - 2005

- Kreativa verkstäder,
- Handledning och coaching
- Småskalig serietillverkning
- Ändamålsenliga lokaler för slöjdare
- ungefär hälften av slöjdarna vill sälja via internet
- 85 % av slöjdarna vill ha utställning ihop med andra, 52 % vill arrangera egen utställning
- 17 % hade egen hemsida, 63 % hade e-post, 13 % hade sålt slöjd via Internet
- Många vill ta emot kunder i egna verkstan
- NYA kunder tog kontakt via telefon, e-post, brev, besök
- Slöjdarna vill möta sina kunder via telefon, besök, brev, e-post, butik
- Slöjdarna vill sälja via utställning, annans affär, hemma, Internet, turistanläggning, hotell
- de som deltar i SD aktiviteter vill sälja på kommission (51%) mot andra 35 %

2007

- Prisbilder, påslag och avtalsfrågor
- Juridisk avtalstjänst
- knappt 60 % av slöjdarna vill ta emot kunder hemma

2008

- Produktutveckling och design

## **Tidigare via projekt framkommen fakta om kunden**

2005

- nya kunder handlar för <500sek, gamla kunder handlar för mer
- vill handla direkt av slöjdaren men har köpt slöjd på utställning, marknad affär,
- de flesta kunderna är kvinnor
- ytterst få kunder har köpt slöjd via Internet men förhållandevis många slöjdare vill sälja via Internet
- fler kunder kontaktar slöjdarna via nätet

2006

- till butiker kommer mest kvinnor
- 86% ville köpa direkt av slöjdaren
- både kvinnor och män vi göra affär direkt med slöjdaren själv
- kvinnor vill köpa smycken och män vill köpa knivar
- kunder vill lära sig om slöjd => går att utveckla nya tjänster! => se röda pärmerna

2009

- 28 % av kunderna kan köpa slöjd via internet

## 3. Uppgifter om deltagarna i analysen

### 3.1 Allmänt

<u>Antal deltagare:</u>	44 personer
<u>Antal företag:</u>	30 företag
- kvinnor:	75 % (33 st)
- män:	25 % (11 st)
<u>Medelålder:</u>	43 år (äldst 69, yngst 24)

### 3.2 Branschindelning bland deltagarna

#### Grov indelning

24 – Mjukslöjd (trad)  
11 – Hårdslöjd (trad)  
5 – Design av kläder  
5 – Silver  
4 – Textiltryck/textildesign  
4 – Målning  
1 – Glas  
Totalt 53

#### Detaljerad indelning

15 – Skinn/textil  
8 – Trä/horn  
3 – Silversmide/trä- hornkonst  
3 – Samisk design, kollektion i skinn & päls, traditionell sameslöjd  
1 – Silver  
1 – Lavvutillverkning  
1 – Glas, gravyr, målning  
1 – Skinn/textil, och återförsäljare av slöjdmaterial  
1 – Konst  
1 – Traditionell sömnad, nyskapande och målning  
1 – Silversmide, design av mattor och filter  
1 – Textiltryck & Textildesign, illustrationer, måleri, grafisk design  
1 – Textiltryck, sameslöjd  
1 – Skinn och textil, samt moderna sportmössor med broderier på från spåtrumman  
1 – Konfektion, Accessoarer, ny design, Traditionell samisk mjukslöjd, Konst (akrylmålningar)  
1 – Mjukslöjd - traditionell och nyskapande med egna ritade mönster på textiler  
1 – Väskor och smyckestillverkning

## 4. Vision för sameslöjdsbranschen

En vision är en kort beskrivning om ett önskat framtida läge. Börja med att ta fram ett första förslag, då är det lättare att komplettera, lägga till och dra ifrån. Tänk er ett framtidsscenario på tre-fem år. Om ni har en vision av hur ni vill ha det i framtiden blir det lättare att diskutera vidare kring vilken kompetensutveckling som branschen behöver.

**En konkret vision svarar på följande frågor:**

- Hur många är vi om tre-fem år?
- Vilka är vi?
- Vilka är våra huvuduppgifter?
- Hur har vi det med jobb?
- Hur är vårt utbildningsläge?
- Vilka nya kunder har vi?
- Vad gör vi som är unikt för oss?

**Vision för branschen:**

---



---



---

## 5. Sameslöjdbranschens kompetensutvecklingsbehov

Projektledaren har gjort en sammanställning av resultatet från företagsanalyserna till en branschanalys. Det vill säga att det svar som kommit in genom enkäterna har sammanställts och presenteras här nedan fråga för fråga.

Företagen fick värdera hur väl de ansåg att varje påstående stämde för företaget. 1 betydde att det inte stämde alls och 5 betydde att påståendet stämde till 100 %. I varje ruta anges hur många kryss företagen angav.

### 5.1 Omvärldsfrågor

Möjliga kunder	1	2	3	4	5	T	M
Jag upplever att företagets marknad idag är tillräckligt stor.	8	15	14	4	2	43	2,5
Jag känner till vilka som kan bli företagets kunder.	6	9	20	7	1	43	2,7
<b>Kunder</b>							
Jag känner till kundernas nuvarande behov.	5	7	21	9	1	43	2,9
Jag arbetar strategiskt med olika kundgrupper.	11	14	11	7	0	43	2,3
<b>Konkurrenter</b>							
Jag har identifierat företagets främsta konkurrenter	9	10	12	7	5	43	2,7
<b>Yttre miljö</b>							
Jag är uppdaterad på miljökrav och miljöutveckling.	7	10	10	6	9	42	3,0
<b>Samhällsförändringar</b>							
Jag klarar att följa lagar och myndighetskrav.	4	2	8	10	16	40	3,8



**Arbetsgruppens kommentarer kring uppgifterna i omvärldsanalysen:**

---

---

---

---

**Arbetsgruppens uppfattning om största behovet av kompetensutveckling:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

## 5.2 Affärsmässighet

Planeringsinstrument	1	2	3	4	5	T	M
Jag har en väl definierad affärsidé.	7	3	18	10	5	43	3,1
Jag har en affärsplan som jag arbetar efter.	15	10	12	5	1	43	2,2
Jag använder IT för att planera företagets ekonomi.	27	8	4	2	1	42	1,6
Jag använder IT till marknadsföring.	23	6	3	5	4	41	2,0
Jag använder IT till försäljning.	24	9	2	6	1	42	1,8
<b>Översikt över ekonomiskt läge i företaget</b>							
Jag har tillräckliga kunskaper i administration.	13	11	13	4	2	43	2,3
Jag arbetar medvetet för att förbättra ekonomin i företaget.	4	9	13	9	8	43	3,2
Jag arbetar med en medveten prissättning.	4	10	16	8	5	43	3,0
Jag har tillräckliga kunskaper i avtalsskrivning	19	12	10	1	1	43	1,9

**Arbetsgruppens kommentarer kring uppgifterna om affärsmässighet:**

---

---

---

**Arbetsgruppens uppfattning om största behovet av kompetensutveckling:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

## 5.3 Yrkesidentitet

	1	2	3	4	5	T	M
Jag känner en stolthet över att tillhöra det här yrket.	0	0	0	1	42	43	5
Jag vet vad som gör oss sameslöjdare unika.	0	0	4	10	29	43	4,6
Jag vet vad kvalitet innebär för oss slöjdare.	0	0	2	4	37	43	4,8

**Arbetsgruppens kommentarer kring uppgifterna om yrkesidentitet:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Arbetsgruppens uppfattning om största behovet av kompetensutveckling:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**5.4 Utbildning och rekrytering**

<b>Kompetens för att utföra arbetet</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>T</b>	<b>M</b>
Jag har de formella kvalifikationer som behövs för att arbeta i mitt yrke ( t ex utbildning vid Samernas Utbildningscentrum).	4	1	4	8	25	42	4,2
Jag har den praktiska yrkeskunskap som krävs i mitt yrke.	0	2	5	18	19	44	4,2
Jag har tillräcklig praktisk skicklighet och handlag i yrket.	0	1	11	12	20	44	4,2
Min kompetens räcker för nya arbetsområden och tjänster.	2	4	14	12	10	42	3,6
<b>Utbildning</b>							
Jag brukar gå den vidareutbildning som behövs	16	9	6	7	5	43	2,5
Jag brukar gå olika kurser för att uppdatera kunskaper.	13	6	9	8	7	43	2,8
<b>OM jag i framtiden skulle rekrytera nya medarbetare</b>							
Jag upplever att tillgången på välutbildade slöjdare är god idag.	6	10	21	6	0	43	2,6
Medelåldern bland oss slöjdföretagare är hög idag	2	2	15	11	11	41	3,6
Jag tror att det i framtiden kommer att finnas tillgång till nya unga slöjdare. Jag är inte orolig för återväxten.	3	8	18	8	5	42	3,1
Jag skulle sträva efter jämn könsfördelning om jag anställde medarbetare.	8	2	16	8	7	41	3,1

**Arbetsgruppens kommentarer kring uppgifterna om utbildning och rekrytering**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Arbetsgruppens uppfattning om största behovet av kompetensutveckling:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**5.5 Produkter, tjänster och service**

<b>Produkter och tjänster</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>T</b>	<b>M</b>
Jag arbetar inom ett väl definierat huvudområde som jag erbjuder.	1	3	13	15	10	42	3,7
Jag undersöker nya tjänster att erbjuda.	6	8	15	9	5	43	3,0
Jag arbetar aktivt med produktutveckling	4	2	18	10	9	43	3,4
Jag ägnar mig kontinuerligt åt att hålla mitt sortiment aktuellt.	7	6	11	11	8	43	3,2
Jag utnyttjar IT i arbetet.	19	11	6	3	4	43	2,1
Jag har god kunskap om hur viktig designen är för min produkt.	0	1	8	15	19	43	4,1

<b>Service</b>							
Jag hör alltid av mig samma dag jag får en kundförfrågan.	2	6	11	18	6	43	3,5
Jag skriver alltid avtal med underleverantörer	23	11	1	2	2	39	1,7
Jag håller mina leveranstider	2	4	8	15	15	44	3,8
Jag kontaktar alltid kund om jag inte hinner bli färdiga i tid.	1	1	3	9	30	44	4,5
Jag eftersträvar alltid högsta möjliga kvalitet.	0	0	0	3	41	44	4,9
Jag rättar snabbt till fel.	0	0	1	10	33	44	4,7

**Arbetsgruppens kommentarer kring ovanstående uppgifter:**

---



---



---

**Arbetsgruppens uppfattning om största behovet av kompetensutveckling:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**5.6 Marknadsföring & kommunikation**

<b>Aktiviteter FÖR ATT FÅ KUNDER</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>T</b>	<b>M</b>
Jag har en marknadsplan eller annan utarbetad strategi för hur jag ska få kunder.	18	9	11	4	1	43	2,1
Jag arbetar strategiskt och kontinuerligt med marknadsföring	22	9	8	3	1	43	1,9
Jag använder IT-stöd i marknadsföring.	27	5	5	2	3	42	1,8
Jag använder IT-stöd vid försäljning.	25	7	5	2	3	42	1,8
<b>Aktiviteter MED KUNDER</b>							
Jag ägnar mig kontinuerligt åt aktiviteter för att behålla kunder	16	12	9	5	1	43	2,1
Jag har kontakt med mina kunder flera gånger under ett år.	13	12	8	5	5	43	2,5
<b>Mina KANALER TILL KUNDER</b>							
Jag har material som presenterar företaget	23	2	5	5	6	41	2,2
Jag använder e-post	7	3	10	8	15	43	3,5
Jag har egen hemsida.	29	0	1	2	11	43	2,2
Jag använder webben i min marknadsföring.	33	1	2	1	6	43	1,7
Jag har en e-butik	40	0	3	1	0	44	1,2
<b>Möjlighet att söka information på Internet</b>							
Jag har tillgång till Internet.	0	1	2	1	40	44	4,8
Jag kan hitta den information jag behöver på nätet.	1	5	8	7	22	43	4,0

**Arbetsgruppens kommentarer kring ovanstående uppgifter**

---



---



---

**Arbetsgruppens uppfattning om största behovet av kompetensutveckling:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**.7 Arbetsmiljö & lärandemiljö**

<b>Samarbete</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>T</b>	<b>M</b>
Jag samarbetar med andra slöjdföretagare.	12	6	14	7	5	44	2,7
Jag samarbetar med andra slöjdare vid utställningar	11	4	9	8	10	42	3,0
Jag samarbetar med andra slöjdare vid produktutveckling	14	11	12	4	3	44	2,3
Jag samarbetar med andra slöjdare vid tillverkning	21	8	11	2	2	44	2,0
Jag samarbetar med andra slöjdare vid försäljning	14	4	18	3	5	44	2,6
Jag samarbetar med andra slöjdare vid marknadsföring	22	7	15	0	0	44	1,8
Samarbetet med andra slöjdare fungerar bra	5	3	15	8	8	39	3,3
<b>Arbetsmiljö</b>							
Jag har inga problem med arbetsmiljöskador.	3	5	7	6	20	41	3,9
Min fysiska arbetsmiljö är bra (ljud, ljus och ventilation).	5	5	15	11	7	43	3,2
Jag har tillräckligt med skyddsutrustning.	1	8	10	9	10	38	3,5
Jag har bra möjligheter att kombinera arbete/föräldraskap.	4	0	6	7	16	33	3,9
Jag är tillfredställd med den sociala miljön kring arbetet.	5	8	8	7	15	43	3,4
<b>Övrigt</b>							
Jag tycker att utvecklingsmöjligheter är lika för kvinnor och män som vill utöva slöjdyrket	9	11	8	5	9	42	2,9
Informationssamhället, IT kan bidra till ökad sysselsättning	1	0	9	19	12	41	4,0
Mitt slöjdföretag kan dra nytta av regional / lokal utveckling	0	1	10	9	22	42	4,2

**Arbetsgruppens kommentarer kring ovanstående uppgifter :**

---



---



---

**Arbetsgruppens uppfattning om största behovet av kompetensutveckling:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

## 6. Förslag till kompetensutveckling inom generella områden:

<b>PRODUKT- AFFÄRSUTVECKLING/FÖRSÄLJNING</b>	<b>21</b>
Produktutveckling	8
Produktutveckling, Vad vill kunden ha?	1
Produktutveckling av traditionell produkt till ny modern	1
Produktutveckling/förpackning	1
Affärsutveckling/produktutveckling	1
Affärsutveckling	3
Försäljnings och affärsutveckling	3
Försäljning	1
Försäljning/Marknadsföring	1
Hitta återförsäljare, få kontakt med gallerier mm (försäljning)	1

<b>DATA</b>	<b>21</b>
Utveckling av hemsida	5
Webbutik	5
It, utveckling av hemsida, webbutik mm	4
It	2
Data	1
Använda datorn för mönsterkonstruktion, vävmönster, produktutveckling, internet	1
Lära sig att använda datorn som hjälp vid: illustrationer, mönster, textilrapporter mm.	1
Hemsida: Dreamweaver, Webbutik	1
Utveckling hemsida, utveckling "varumärke" - hemsida, brochyror, visitkort mm, enhetlig design	1

<b>EKONOMI</b>	<b>20</b>
Ekonomi	8
Bokföring	5
Företagsekonomi, bokföring	1
Ekonomi/administration/bokföring	1
Ekonomi - prissättning	1
Prissättning	3
Prissättning, data	1

<b>MARKNADSFÖRING</b>	<b>18</b>
Marknadsföring	5
Marknadsföringskanaler	4
Marknadsföringsknap	4
Marknadsföring och Marknadsföringskanaler	1
Marknadsföringskanaler - knep - försäljning - utveckling	1
Marknadsföring/profilering	1
Hjälp med marknadsföring, gärna i kollektiv form	1
Marknadsföring och försäljning	1

<b>ÖVRIGT</b>	<b>13</b>
Materialutveckling	6
Utställningsdesign	2
Kundkontakt/relation/e butik	1
Lagar och regler kring materialhämtning, samt andra bestämmelser	1
Diskussionsforum för kvinnliga slöjdare om t ex prissättning och kundrelationer etc.	1
Att starta upp företaget	1
Arbetsmiljö	1
	<b>129</b>

**Arbetsgruppens kommentarer kring ovanstående uppgifter. Behövs omprioritering? Är några av områdena så lika så de kan slås ihop?**

---



---



---



---

## 7. Förslag till kompetensutveckling inom yrkesspecifika områden:

Lappskosömnad	5
Utveckling och nytänkande av bellingskosömnad	3
Beredning och tillskärning av skinn ex. kalvskinn, mårds�kinn, råvskinn	2
Päls och skinnkonfektion	2
Mönsterkonstruktion/kläddesign Tex koltar, byxor, jackor etc.	6
Mönsterkonstruktion, gamla fingermått/famnått	1
Skräddarkurs i klädsömnad	1
Designkurs - hur ska man tänka vid nydesign? Kurs med lärare inom området, inte nödvändigtvis ur ett samiskt perspektiv. Alltifrån formgivning, materialval, konkurrenskraftig tillverkning, till konsten att tolka nuet och göra en aktuell produkt.	1
Design av accessoarer	1
Formgivning	
Knivbladstillverkning (slipa, härda rostfria blad)	2
Smide	2
Hornslöjd, t ex hornsvepsteknik, rätning av horn	7
Ny teknik - trä/horn	1
Hornknappar; göra mina egna istället för att vara beroende av andra	1
Grunder i trä/horn för att kunna t ex använda horndetaljer i slöjddandet	1
Traditionell kunskap/Gamla kunskaper som försvinner snart - akkja?	2
Göra trästommen till gietka	1
Slöjdterminologi	1
Slöjdhistoria	1
Traditionellt praktiskt slöjdande	1
Sentrådstillverkning	2
Att lära sig sy med industrimaskin	1

Bilaga till MAGNET Kompetensutvecklingsbehov inom duodji

Hur man använder industrimaskiner, pälsmaskiner mm i slöjdandet.	1
Industrisömnad och tillverkning av produkter	2
Systematisering och effektivisering av slöjdandet för att få ut en större volym slöjd på mindre tid men utan att tappa i kvalitet	1
Materialanskaffning för produkter	1
Materialinskaffning för produktion	1
Förädla material	2
Ytbehandling av trä	1
Torkning av material	1
Mina hängmobiler - kan jag tillverka dem på annat sätt?	1
Coachning så att jag på något sätt får idéer till mina produkter av någon som inte arbetar i samma områden som jag	1
Nätverksbyggande	1
Möten mellan olika hantverksområden, produktutveckling, samarbete mellan slöjdare med olika kompetens	1
Modeteckning, skissa för att kunna presentera kollektion	1
Grafisk design: Photoshop, illustrator, indesign	1
Silver Photo, det är svårt att fota silver när man ska ställa in ljuset bakom	1
Inspirationskurser textil, broderi/textiltryck (mer mot konst, Inte grund)	1
Kunskap - tygtryck (avancerat)	1
Konsttekniker; skulptering, screentryck	1
Måleri, Akryl (akvarell), ny kompletterande produkt, tavlor	1
Glasfusering - ny teknik	1
Silver - glas	1
Fördjupning silver	1
Gjuta i silver	1
Silver – emaljering	1
Arbeta med järn/guld	1
Besöka mässor (verktyg special)	1
Utveckla eller göra verktyg för att förenkla arbete ex "stansar"	1
maskiner och teknik t ex installera utsug osv	1
gravyr	1
Jag önskar komma i kontakt med fabriker eller stora affärer för tyger för att få inspiration och tips på material, och även hur design av t ex tyger går till.	1
Kontakt med underleverantörer och grossister för att hitta nya material och jämförelsepriser	1
Ut på produktion av mina grejer	1
Sticka mönstrade vantar och sockar	1
Ylle/siden färgning, garn och tyg	1
Vävning med vävstol	1
Sjalvävning	1
Att få vara med en hattmakare	1
Inredning	1
Projektplaner	1
Olika spetskurser (tekniker inom olika områden)	1
Avtal mm	1
All ny teknik	1

**Arbetsgruppens kommentarer kring ovanstående uppgifter. Behövs omprioritering? Är några av områdena så lika så de kan slås ihop?**

---

---

---

---

---





Samesløjdstiftelsen  
**Sámi Duodji**



EUROPEISKA UNIONEN  
Europeiska socialfonden

ISBN 978-91-976863-8-9