

SLUTRAPPORT

Branschfakta



© Sameslöjdstiftelsen Sámi Duodji

Omslag: Härmatta, väska och glasögonfodral av Lena Persson, hornask av Jon Utsi, skål av Max Lundström. Foto Sámi Duodji.

Form: Snoweye Design

Tryck: HS Copy, Luleå 2007.

ISBN 978-91-976863-1-0

SLUTRAPPORT EU-PROJEKTET

BRANSCHFAKTA

Birgitta Kuoljok, projektledare

Kapitel 1 – Sammanfattning.....	3
Projektets verksamhetsmål • Rapportens disposition	4
Kapitel 2 – Bakgrund	5
Slöjdnäringens bekymmer till följd av SNI-koder.....	5
Projekt Bällingebörsen – Innovation NORD – 2004 • Slöjdnäringen måste skaffa fram branschfakta! ..	6
Projekt En virtuell samisk marknadsplats – 2005 • Databasstruktur för branschfakta.....	7
Projekt Infrakulturens fysiska aktiviteter – 2005	7
Webb-site med hantverksgemensamma aktiviteter	7
Kapitel 3 – Projektbeskrivning	8
Syfte med projektet • Projektets övergripande mål • Projektets prioriteringar.....	8
Avgränsningar • Metod.....	8
Aktiviteter • Projektets målgrupp.....	9
1. Måluppfyllelse – Systematiskt samla in och bearbeta branschfakta -	9
2. Måluppfyllelse – Medverka till ökade kunskaper om det samiska kulturarvet slöjden.....	9
Marknadsföring av "Marknaden" • Dra igång då besökantalet på siten är stort	10
3. Måluppfyllelse – Skapa branschfakta för slöjden som näring	10
4. Måluppfyllelse – Sammanställa och delge insamlad fakta.....	10
Kapitel 4 – Förväntat resultat	12
Angivna indikatorer – 1,25 bevarade arbetstillfällen.....	12
Leveransförsening orsakar flera problem:.....	12
Statistik till branschfakta förs över till ny förstudie	12
Fortsatt marknadsföring av KÖP & SÄLJ annonser	12
Aktivitetserna hann aldrig i gång.....	13
Plattformen på plats nu är det arbete som gäller.....	13
Kapitel 5 – Projektets påverkan på horisontella kriterierna	14
Miljöförändrande insatser • Jämställdhet • IT-projekt.....	14
Kapitel 6 – Projektets övriga resultat och erfarenheter	15
Informationsmiss eller ointresse? • Vill slöjdarna men är det hjälp som fattas?	15
Rädd för att lämna ut sin SNI-kod?.....	15
Kapitel 7 – Resultatspridning	16
Presentation vid Branschträff i Jokkmokk maj/juni 2007.....	16
Info till samverkanspartner i FÖRSTUDIEN – Handens kraft.....	16
Statistikverktyget en intressant kunskapskälla • Välj IT-leverantör med omsorg	16
Kapitel 8 – Kopplingar till andra projekt	17
DUODJI Ealáhus – Att leva av sameslöjd.....	17
FÖRSTUDIEN – Handens kraft	17
Kapitel 9 – Övrigt	17
Dags för slöjdnäringen att ta en plats i statistiken!.....	17
Ska sameslöjds-konsulenterna finnas under Kulturdepartementet?.....	18
Marknadsföra hemsidan för näringen • Utöka hemsidan med Nyhetsbrev • Utveckla Dagens Fråga ..	18
Avdela organisatoriska resurser för drift av hemsidan	18
Avdela organisatoriska resurser för branschfaktaanalys.....	18
Utveckla slöjdarnas hemsidor • Återuppta kontakten med Hushållningssällskapet.....	18

1 Sammanfattning

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

Sámi Duodjis 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,
- Forskning och utveckling.

Detta projekt handlar om systematisk insamling av branschfakta för att skapa beslutsunderlag för slöjdnäringen som helhet och för enskilda samiska slöjd- och konsthantverkare.

Innovativa idéer stöter på patrull

Långsiktiga utvecklingen för samiska slöjdnäringen är beroende av tillgången på slöjdråvara. Slöjderna behöver affärsmässiga beslutsunderlag men officiell statistik saknas vilket medför att näringen saknar verktyg för att utvecklas under marknadsmässiga förhållanden.

Den samiska slöjden stod inför problem i form av

- Råvarubrist som är säsongsberoende
- Branschfakta saknas

Projektet ”Bällingebörsen” hade syftet att skapa en webbplats för slöjdråvarumarknaden vars syfte var att få fart på råvaruflödet genom att visa upp annonsutbudet. Vem ville ha vilken råvara och till vilket pris? Genom webbsitens annonser kunde slöjdaren följa utbud, priser och säsongsvariationer. Analysera råvarumarknaden utifrån sitt eget perspektiv. Projektet var ett sätt att samla in branschfakta som kunde fungera som beslutunderlag för enskilda slöjdföretagare.

”Bällingebörsen” ansågs vara en innovativ idé och blev utvald att delta i projektet Innovation NORD. 8 företag från Norrbotten och Nordnorge ingick tillsammans med Luleå tekniska universitet och Tromsø universitet. Projektdeltagandet finansierades av Sameslöjdstiftelsen och Strukturum i Jokkmokk AB.

Då Sameslöjdstiftelsen inte kunde ”bevisa” råvarubristen, ej heller branschens omsättning och andra basfakta, så kunde inte heller själva idén bedömas affärsmässigt och därför ej heller ”räknas hem”. Moment 22 med andra ord – branschfakta behövs för att argumentera för behovet av branschfakta. Resultatet av Innovation NORD blev slutsatsen att

- Slöjdnäringen måste skaffa fram branschfakta själva
- Samla samiska produkter på en webbplats så hittar kunden lättare
- Siten genererar dagsaktuell affärskunskap om näringen som helhet.

En virtuell samisk marknadsplats växer fram

Nästa steg blev att identifiera och definiera vilka tjänster och funktioner som en sådan webbplats skulle innehålla och vilken typ av branschfakta som skulle kunna samlas in via densamma. Arbetet fortsatte således och nu i form av projektet - ”En virtuell samisk marknadsplats” – som delfinansierades av Strukturum i Jokkmokk AB.

Projektet resulterade i en databasstruktur för grunduppgifter om företag – annonser – produkter – produktkategorier – annonsörer – aktiviteter. Vidare identifierades redan utvecklade webbaserade koncept som skulle kunna återanvändas – exempelvis www.eniro.se, Gula Sidorna för företagspresentationer, www.blocket.se Köp & Sälj – för annon-

sering av slöjdprodukter. Projektet tog även hänsyn till externa intressenters databehov - SNI-koder och önskemål om samordning av utbildningar för hantverkare.

Kan man samordna hantverksinriktade aktiviteter på samma site?

Hushållningssällskapet i Norrbotten efterfrågade samordning av hantverksinriktade utbildningar. Många kurser blev dyra på grund av så få deltagare. Liknande bekymmer gällde för sameslöjdens kursanordnare. 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. Och detta var bakgrunden till att tjänsten för aktivitetsannonsering inkluderades i nedanstående projekt.

Projektet BRANSCHFAKTA

En tydlig kravspecifikation fanns som underlag inför detta projekt. Nu är det dags för realisering - site ska byggas upp. Projektets huvudsyfte är att få till en faktaunderbyggd insamling av näringsrelaterad data om och kring den samiska slöjden. Näringsverksamma slöjdare och konsthantverkare är prioriterade målgrupper liksom innovativa inslag genom marknadsåtgärder och kunskapsförmedling.

Projektets verksamhetsmål

- Systematiskt samla in och bearbeta branschfakta
- Medverka till ökade kunskaper om det samiska kulturarvet slöjden
- Skapa branschfakta för slöjden som näring
- Sammanställa och delge insamlad fakta

Arbetet har skett i form av realisering av den tidigare definierade databasstrukturen med tillhörande funktioner/tjänster. Företagspresentationer skulle kunna registreras, annonser och aktiviteter likaså. Dessutom skulle besökartrafiken kunna analyseras. Webbsiten skulle tekniskt kopplas ihop med redan existerande och inarbetade hemsida - www.samesløjdstiftelsen.com.

Rapportens disposition

Hur gick det? Kunde den tidigare designade databasstrukturen användas? Gick det att bygga vidare på Sameslöjdstiftelsens hemsida? Fungerade tekniken? Annonserade företagarna? Vilka sökord använde besökarna?

Kapitel 2 – BAKGRUNDEN redovisar i detalj hur kraven på branschfakta vuxit fram från föregående projekt fram till den förfinade realiserbara datainsamlingen och vilka förutsättningar som gällde vid projektstarten juni 2006.

Kapitel 3 – PROJEKTBESKRIVNINGEN redovisar måluppfyllelsen. Skapade projektet ett systematiskt sätt att samla in och bearbeta branschfakta? Ökades kunskaperna om samisk slöjd? Kom det in annonser och företagspresentationer? Finns det fakta att sammanställa?

Kapitel 4 – FÖRVÄNTAT RESULTAT – vilka förväntningar lades på projektet och hur blev det?

Kapitel 5 – PROJEKTETS PÅVERKAN PÅ HORIZONTELLA KRITERIER visar hur projektet inverkat på Sameslöjdstiftelsens övriga verksamhet och på slöjdarna. Kunde site tidsmässigt samordnas med Jokkmokks marknad 2007? Hur ser könsfördelningen ut på de företagare som presenterat sig på site?

Kapitel 6 – ÖVRIGA RESULTAT OCH ERFARENHETER – visar upp hur det kan gå när man ska skapa något som inte finns sedan tidigare och hur näringsens representanter reagerar på något nytt och okänt.

Kapitel 7 – RESULTATSPRIDNING – visar hur projektet arbetat för att sprida ut information om site och ge näringsens representanter möjligheten att utnyttja annonseringsmöjligheter.

Kapitel 8 – KOPPLING TILL ANDRA PROJEKT var inte tydlig vid projektstarten. Hur blev det då? Blev branschfaktaprojektets arbete integrerat med arbete i andra projekt?

Kapitel 9 – ÖVRIGT – Vad lärde vi oss? En avslutande betraktelse kring utvecklingen av en webbsite för datainsamling.

2 Bakgrund

Redovisar i detalj hur kraven på branschfakta vuxit fram från föregående projekt fram till den förfinade realiserbara datainsamlingen och vilka förutsättningar som gällde vid projektstarten juni 2006.

Samisk slöjd och konsthantverk är en näring vars företagare befinner sig i ett slags vänteläge. Det påstås mycket om slöjdmarknaden men det läggs inga fakta på bordet som gör att slöjdföretagare kan fatta strategiska beslut. De avvaktar eftersom affärsmässiga beslut inte går att ta på hörsägen – det är beslut som bygger på siffror. Utifrån kan näringen kanske uppfattas som stagnerad men ett inifrånperspektiv visar upp en frustrerad situation för näringsidkare i en bransch som saknar användbar offentlig statistik.

Erfarna slöjdare har en fingertoppskänsla och lyhördhet inför den del av slöjdmarknaden där de själva verkar - det blir magkänslan som får väga tyngst – inte statistiskt säkerställda trender och analyser.

Ungdomar som vill satsa på slöjdmarknaden vet inte vad de ger sig in i eftersom fakta som kan vägleda dem inte finns tillgänglig. Deras framtid ligger som ett tomt kartblad där de själva är tänkta att rita in både omgivning och färdväg.

Slöjdnäringen kan inte fortsätta vänta på att omvärlden samlar in erforderlig statistik – under väntetiden har samisk kvalitetsslöjd ersatts av massproducerade plagiat. Slöjden som kulturarv är hotad då rekryteringen av nya slöjdare bromsas upp. Sameslöjdstiftelsen kan inte längre stillasittande vänta på att någon annan löser branschfakta-problemet – vi måste själva börja datainsamlingen, göra en långsiktig och strategisk insamlingsmetod med hjälp av den teknik som finns att tillgå.

Näringsens svagheter idag

Identifierade problem som ej kan redovisas i form av offentlig statistik men som signalerats till Sameslöjdstiftelsens personal via kontakter med näringen:

- Minskad bärighet per slöjdare eller företag.
- Svaga försäljningskanaler
- Avsaknad av grossistorganisation
- Brist på information om branschen

Den sista punkten är ett återkommande problem vars symptom visar sig på alla nivåer. Sameslöjdstiftelsen som organisation har själv svårt att argumentera för tänkbara finansiärer att samisk slöjd och konsthantverk är en näring med omsättning och företagare. Branschen är inte känd – den ”finns inte”.

Slöjdnäringsens bekymmer till följd av SNI-koder

Statistik om näringsars företagande är ett av många beslutsunderlag som krävs för att företagarens skall kunna göra affärsmässiga bedömningar. För all slags statistik gäller att kvaliteten på det man matar in också styr det som kommer ut.

Svensk Näringsgrens Indelning - SNI-koder är ett sätt av samhället att klassificera olika näringsgrenar. SNI-koden växte fram under industrialismen, det var tillverkningsindustrin som dominerade upplägget av kodsystelet. Den är skapad under och för en annan tid än idag. Det som definierades utifrån industrin skall nu nyttjas i ett tjänstesamhälle vilket leder till problem. Nu är det fler verksamheter inom tjänstesektorn – det gäller båda könen. Beslut om villkor för företagande bygger på statistik och det är svårt att finna information om kvinnor som företagare. Kvinnor kan bli ihop buntade med andra företagare och det kan försvåra för den kvinnliga företagaren. Detta gäller också den samiska slöjden.

När en slöjdare startar ett företag fyller denne i blanketten för skatte- och avgiftsanmälan. Där specificerar slöjdaren sin verksamhet och där finns en ruta för företagets SNI-kod. Det slöjdaren skriver om sin verksamhet tolkas av Skatteverkets handläggare som väljer en kod på eget bevåg om inte slöjdaren själv hittat en passande. Ibland kan företagare reagera på att den tilldelade koden är felvisande.

Vissa koder berättigar till lägre energiskatter och arbetsgivaravgifter. Slöjdaren får F-skattebeviset och i statistikens SNI-kod finns det nu ytterligare en företagare att samla information om som läggs till den branschens sammanlagda branschfakta. Och det är här slöjdens problem börjar – sameslöjden finns dold under olika SNI-koder och i olika företagsregister.

SNI-koden administreras av SCB och täcker två olika aspekter – entreprenöriell verksamhet och aktiviteter som utförs av anställda i landets företag och organisationer. Entreprenörer är lite svåra att hantera statistiskt. Och än värre blir om företagen är verksam inom flera områden – en slöjdare som bedriver renskötsel och dessutom jobbar extra åt annan entreprenör. Kanske dessutom jobbar som slöjdlärare på konsultbasis emellanåt.

Idag används 778 koder för att klassificera företaget i landet och det är SNI 2002 som gäller. En revision av hela systemet pågår och skall vara genomförd under 2008 så fram till dess är det bara att "gilla läget". Koden används av FN, EU och OECD och i vår närhet nyttjas den för statistik hos myndigheter, institut, forskare, beslutsfattare, politiker och företag. SNI-koden används i en stor del av landets näringsstatistik och klassificeringssystemet som sådant påverkar statistiken som kommer fram. Många forskare ser problem med användningen av SNI-koder och ifrågasätter tillförlitligheten på den statistik som baseras på koden. Se vidare Klassificering och perception – en studie av genusperspektiv på SNI-koden som klassificeringsverktyg av näringsgrenar. R 2006: 20 NUTEK. Där utdelas ett varningens ord för att risken finns att kvinnor i största allmänhet löper risk att försvinna i statistiken. För den samiska slöjden finns risken att hela näringen försvunnit in som delmängder i helt andra näringars siffror...

Rapporten som gjorts av NUTEK visar att 51 000 företag inte tilldelats någon SNI-kod och att ett okänt antal företag har blivit tilldelade felaktiga koder. Sameslöjden har ju visat sig vara en kvinnodominerad bransch enligt de siffror som Sameslöjdstiftelsen samlat in. NUTEK påpekar i sin rapport att branscher där det förekommer många kvinnor, i större utsträckning än män, blir kategoriserade i en kod som innehåller ordet "övrigt". Det går inte

att söka sameslöjdsfakta via SNI-koder eftersom många slöjdare har kombinationssysselsättning och därför blir slöjdens siffror överförda till andra näringars omsättning. Företagare som har idéer och vill utveckla sitt slöjdande söker råd och vill ha tips men kan inte arbeta med siffror och traditionella affärsmässiga verktyg.

Hur ska en näring som inte finns i offentlig statistik kunna argumentera för sin framtid?

Tidigare projektresultat bygger startpunkten

Om inte samhället har samlat in fakta – hur ska då vi själva kunna göra det? Problemet med bristen på mätbar fakta genomsyrar Sameslöjdstiftelsens arbete med näringsfrågor. Tre projekt har haft fokus på en långsiktig lösning av insamling av branschfakta.

Projekt Bällingebörsen – Innovation NORD – 2004

Slöjdnäringen måste skaffa fram branschfakta!

Startpunkten var tanken att bygga upp en materialbank – en "Bällingebörs" där slöjdråvara skulle annonseras ut. Genom att sammanställa statistik över annonsutbud, köp/sälj och vilka sökord som efterfrågas var avsikten att samla fakta kring slöjdnäringens råvaruflödet. Dessutom skulle slöjdare själva kunna söka bland annonser och på så vis analysera hur tillgång och efterfrågan ser ut på deras råvaror. Tanken var att visa upp ett flöde i form av köp och säljannonser och på så vis skapa incitament till att utöka näringen till att även producera slöjdråvaror. Trots att deltagande företag och forskare tyckte idén var innovativ så kunde de inte bedöma affärsmässiga värdet på utvecklingen av en sådan site. Projekt Bällingebörsen kunde inte visa siffror som pekade på behovet av att öka råvarutillgången, ej heller något värde på råvaruomsättningen. Så, innan "Bällingebörsen" skulle kunna värderas måste branschfakta samlas in. Resultatet av projektet blev att istället en kursändring. Innan "Bällingebörsen" kunde utvecklas måste först ett systematiskt insamlande och bearbetande av branschfakta startas upp. Hemläxan blev att identifiera vad vi skulle samla in fakta om – vad behövde vi veta och hur skulle vi komma åt den fakten? Och vem skulle vara intresserad av att delfinansiera det projektet?

Projekt En virtuell samisk marknadsplats – 2005

Databasstruktur för branschfakta

Detta projekt hade syftet att skapa funktioner/ tjänster vars indirekta uppgift var att samla in data över trafiken på en sajt där samiska företagare presenterade sin verksamhet, där köp & säljannonser visade upp såväl produkter som aktiviteter. En kalender skulle finnas med och även en värderingstjänst dit frågor rörande sameslöjd kunde kanaliseras. Det skulle finnas sök funktioner och sorteringar som möjliggjorde enklare analyser an den samiska marknaden.

Projektet skulle med redan existerande strukturer definiera upp hur statistik skulle kunna samlas in via siten. Resultatet blev en databasstruktur som innehöll data kring följande objekt: FÖRETAG – PRODUKTKATEGORIER – PRODUKTER – ANNONS – ANNONSÖR – PRIVATPERSON – AKTIVITET – AKTIVITETS-KATEGORI – SNI-kod.

Hänsyn var tagen till externa intressenters behov, exempelvis PRV uppgifter som finns på F-skattsedel och registreringsbevis. De SNI-koder som SCB nyttjar. Här fanns då den första skissen på hur datainsamling kunde gå till via en webbplats. Nästa fråga blev då; Hur ska vi få delfinansiering till uppbyggnaden av siten? Hur ska den virtuella marknadsplatsen finansiera sig själv i framtiden?

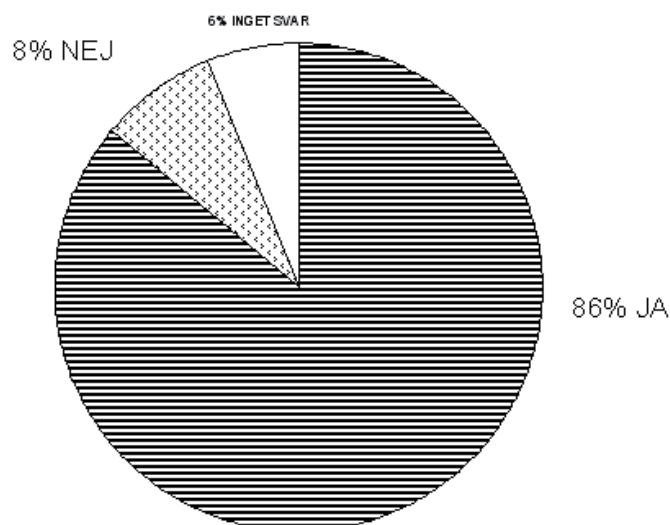
Projekt Infrakulturens fysiska aktiviteter – 2005

Webbsite med hantverksgemensamma aktiviteter

Nu ville vi ta reda på om det fanns intresse hos andra hantverkare än de samiska, att annonsera ut gemensamma kurser. Hantverkare, samiska och övriga, har ett utbud av kurser och allehanda utbildningar som arrangörer har svårt att fylla och få kostnadstäckning på. Detta projekt blev ett delprojekt vars syfte var att ta reda på om det var möjligt att på en samisk marknadsplats även släppa in andra annonsörer av aktiviteter. En demoversion av sitens utställningsdel presenterades under Branschdagarna för sameslöjdare i Östersund 2005. Slöjdföretagarna ställde sig positiva till att siten kunde marknadsföras som en hantverksgemensam INFRAKULTUR för fysiska aktiviteter som berörde just hantverkare. Ett önskemål som bland annat framförts av Hushållningssällskapet i Norrbotten för att möjliggöra samkörning av kursverksamhet.

Så, vid starten av projekt BRANSCHFAKTA fanns en skiss över funktioner och tjänster som via en site kunde samla in statistik om slöjden. Det fanns en databasstruktur över de objekt som initialt kunde generera in aktuell branschfakta. Vidare var idén förankrad hos slöjdarkollektivet och externa intressenter hade uttalat intresse för vissa funktioner. Det fanns en redan fungerande och inarbetad webbplats i form av Sameslöjdstiftelsens hemsida

Vill butikskunder som besvarat enkäten handla direkt av slöjdaren?



– www.sameslojdstiftelsen.com. Och det var här startpunkten var när projekt BRANSCHFAKTA rullade igång i juni 2006.

Projektet BRANSCHFAKTAS prioriteringar

Arbetet omfattar Sameslöjdstiftelsens verksamhetsområdena Näring och Kulturarv och ingår som en delmängd i verksamheten under 2006. Regeringen har utlyst 2006 till ett mångkulturellt år och projektet avser bidra med det samiska kulturarvet slöjden till det mångfacetterade kulturutbud som regeringen eftersträvar. Viktigt i projektet är att näring och kulturarv sker i samverkan.

Prioriterat är innovativa inslag genom marknadsåtgärder och kunskapsförmedling. Näringsverkssamma samiska slöjdare och konsthantverkare är prioriterade målgrupper.

Avgränsningar

Projektet är inriktat mot skapandet av den datainsamlade sidan som tidigare projekt utvecklade. Det handlar alltså om att gå från tanke till skapande handling. Nu skulle webbsiten byggas och sätts i drift.

Metod

Med funktionskrav och databasstruktur som grund designas sida för sida upp. Dessa kopplas efter hand upp på befintlig webbsida och testköras och revideras. Siten marknadsförs och ska vara i drift under Jokkmokks Marknad februari 2007.

Sameslöjdstiftelsens arbetsmotto visar vägen även i detta projekt:

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 finns.

3 Projektbeskrivning

Redovisar måluppfyllelsen. Skapade projektet ett systematiskt sätt att samla in och bearbeta branschfakta? Ökades kunskaperna om samisk slöjd? Kom det in annonser och företagspresentationer? Finns det fakta att sammanställa?

Som underlag för att kunna göra analyser och beslutsunderlag krävs i regel omfattande faktain-samling. När statistik inte är tillgänglig och gjorda undersökningar och utredningar bygger på uppskattningar, då går det inte att producera ett trovärdigt affärsmässigt beslutsunderlag. För att göra jämförelser mellan företag och branscher behöver den samiska slöjden och konsthantverket mätverktyg liknade de andra näringar har tillgång till via offentlig statistik.

Syfte med projektet

Huvudsyftet är att få till en faktaunderbyggd insamling av näringsrelaterad data om och kring den samiska slöjden.

Projektets övergripande mål

Långsiktigt utveckla tillgången på branschfakta för att få gehör för nya idéer gentemot andra branscher. I nuläget finns det nästan ingen eller lite information om branschen. En förutsättning för fortsatt utvecklingsarbete är att systematisera insamlingen av data och informationen om branschen. Målen är att

1. Systematiskt samla in och bearbeta branschfakta
2. Medverka till ökade kunskaper om det samiska kulturarvet slöjden
3. Skapa branschfakta för slöjden som näring
4. Sammanställa och delge insamlad fakta.

Aktiviteter

Insamling av branschfakta – utveckla webbsiten med funktioner /tjänster som bidrar till datainsamling kring förutbestämda objekt. Marknadsförasiten bland slöjdföretagare så att de lägger in sina företagsannonser och produktannonser på siten. Börja analysera trafik och annonser.

Projektets målgrupp

I första hand näringsverksamma samiska slöjdare och konsthantverkare.

1. Måluppfyllelse – Systematiskt samla in och bearbeta branschfakta –

Utvecklingen av webbsiten för datainsamling inledes med en offertförfrågan till fem företag. Det kom två svar varav ett antogs. Därefter samlades styrgruppen för genomgång av projektet tillsammans med Sameslöjdstiftelsen lokala datakonsult, representanten för det IT-företag som antogs vid offertförandet och projektledaren.

Arbetsmaterial i form av databasstruktur och funktioner/tjänster sändes till konsulten. Den lokale IT-konsulten redogjorde för teknik bakom stiftelsens hemsida och IT-företaget meddelade att teknikplattformarna kunde kopplas ihop. Arbetet påbörjades och skulle vara färdigställt 22 december, 2006. Dessvärre försenades arbetet. IT-företaget följde inte tidsplanen, vilket försenade hela projektet. En projektförlängning var nödvändig.

Till www.sameslojdstiftelsen.com utvecklades en ny del som kallas för Marknaden – ”Välkommen till Sameslöjdstiftelsens marknadsplats.

Här kan ni köpa och sälja produkter/föremål och tjänster som är kopplade till det samiska hantverket. Ni kan även söka samiska slöjd- och hantverksföretag samt olika aktiviteter.”

På Marknaden finns de förutbestämda objekten kring vilka data ska samlas in. Detta sker via nedanstående funktioner:

- Köp & Sälj – som bygger på koncept som påminner om www.blocket.se.

- Företag – bygger på www.eniro.se och Gula Sidorna. Här kan man välja sökning utifrån vilken kategori som företaget vill presentera sig under – sameslöjd/samiskt konsthantverk/samiskt hantverk/materialföretag
- Aktivitetstjänst – utannonserade aktiviteter som ska vara sökbara på ort, datum, arrangör, fritext.

Sameslöjdstiftelsen har inför projektet inskaffat en ny server för att kunna få fram statistik från hemsidan. Det statistiska verktyget visade att www.sameslojdstiftelsen.com har många besökare per dag, både från Sverige men även från utlandet. Stiftelsens hemsida har nu ett analyserande verktyg inbyggt som samlar in statistik avseende trafiken på hemsidan.

Det finns i dagsläget ett IT-verktyg som kan generera in analyserbar branschfakta. Det går att systematiskt samla in fakta om slöjden via hemsidan. Statistikverktyget kan visa vad Internetanvändare sökt efter och hur hemsidans besökare navigerar på sidan. Marknaden med annonser och företagspresentationer är i gång men behöver marknadsföras för att få trafik som genererar användbar statistik om näringen.

Målet bedöms vara uppfyllt eftersom verktyg för systematisk insamling och bearbetning av branschfakta nu finns.

2. Måluppfyllelse – Medverka till ökade kunskaper om det samiska kulturarvet slöjden

I detta projekt ligger www.sameslojdstiftelsen.com i fokus. En hemsida som uppdateras ofta och lockar besökare är en plats där sameslöjdsintresserade kan söka kunskap om slöjden och den samiska kulturen. Statistikverktyget gör det möjligt att identifiera unika ord som besökare sökt mera uppgifter om. Detta i sin tur hjälper att identifiera kunskapsområden som är av intresse för hemsidans besökare och som då behöver finnas representerade på siten.

Via verktyget går det att få fram alla sökord som använts och hur många besökare som kommit in på hemsidan.

Via KÖP & SÄLJ annonser upplägg i produkt-kategorier kan en novis inom samisk slöjd se vilka

typer av slöjdföremål det finns, se mångfalden i det samiska hantverket. När annonseringen vuxit och antalet annonser ökat kan besökaren lära sig ännu mera. Företagspresentationerna visar olika typer av företagare också så den nyfikne kan lära sig en helt del om samisk kultur genom att länka sig vidare till slöjdföretagares hemsidor också.

Marknadsföring av "Marknaden"

En webbplats med annonser har inget datainsamlade värde om det inte läggs in annonser som sitens besökare gör sökningar i. En tom site lockar inte nyfikna. Branschfakta avseende tillgång och efterfrågan ställer krav på att marknadsplatsen också marknadsförs. Parallellt med utvecklingen av webbsiten började därför projektledaren marknadsföra KÖP & SÄLJ platsen till slöjdföretagarna. En intresseanmälan skickades ut till slöjderna avseende annonsering i form av en företagspresentation. Se sidan 19.

Målgruppen var slöjdare med F-skattsedel. Ett kampanjerbjudande inför Jokkmokks marknad lanserades. Slöjderna fick möjlighet att annonsera på siten och förutom annons så ingick en länk till slöjdarens hemsida. Gensvaret var svalt från slöjdföretagarna. Styrgruppen fattade beslut att locka med gratis annonser till de som anmälde sig först.

Dra igång då besökarantalet på siten är stort

Planen var att webbsiten skulle vara idrifttagen och fungera inför Jokkmokks marknad första veckan i februari 2007. Den planen föll eftersom IT-företaget inte höll leveranstiden. De företagare som nappade på kampanjerbjudandet var lovade att deras företagspresentation skulle finnas på plats vid årsskiftet. Registreringsformuläret fungerade inte och projektledaren blev därför tvungen att lägga in företagspresentationerna manuellt så tredje man inte skulle drabbas av leveransföreningen.

Tanken att starta upp då trafiken på www.sameslojdstiftelsen.com brukar vara hög fungerade inte i praktiken. Målet för aktiviteten som helhet anses vara uppfyllt eftersom det finns ett verktyg som hjälper verksamheten att öka kunskapen om samiskt kulturarv genom att sprida information om sådant som väcker intresse just nu. Att följa med i tiden. Verktyget ger besökare möjlighet att titta, läsa och fråga.

3. Måluppfyllelse – Skapa branschfakta för slöjden som näring

Det går i dagsläget att via statistikverktyget göra olika typer av analyser av hur internetbesökare söker kontakt med slöjden via hemsidan. Lära sig förstå språk och termer som marknaden, i form av besökare på hemsidan, använder i kontakten med slöjden. Helt enkelt lära känna marknaden som slöjdnäringsen ska arbeta sig in på.

De som kommer in på www.sameslojdstiftelsen.com – när är de aktiva? På dagtid, kvällar eller helger? Kan en anordnad aktivitet skapa nya sökord? Kan en utställning ge en ökning av sökningar på ett speciellt slöjdarnamn? Etc. Det finns möjligheter att på olika sätt sammankoppla verksamheten och se om det ger effekter som är mätbara på hemsidan. Det går att göra analyser av köp och säljannonser och lära sig vilka varor som efterfrågas via nätet och hur priser sätts på olika produktkategorier. Det finns ett verktyg att använda om än trubbigt och i sin linda.

Målet att skapa branschfakta för slöjden som näring är nu möjligt i och med att ett verktyg finns.

4. Måluppfyllelse – Sammanställa och delge insamlad fakta.

Till följd av leveransföreningen finns det i skrivande stund inte så mycket fakta att exemplifiera med. Marknadsföringen av hemsidan är i full gång och resultatet av det arbetet kommer att vara mätbart först efter projektets avslut.

Här nedan följer ett exempel på hur data från siten kan användas.

Besöksstatistik under oktober, november och december 2006 visade att det användes över 400 olika sökord. Högst upp på sökordslistan fanns duodji, sami och sameslöjd. Ordet duodji användes i mellan 5-8 % av sökningarna. Under samma tidsperiod fanns sökordet sameslöjdstiftelsen med på sökordens tio-i-topplista. Besöksräkningarna är högst i mitten på veckorna mellan klockan 10-13. En besöksstopp inträffade den 23 december 2006.

Vid månadsskiftet april/maj 2007 fanns följande på Marknaden:

- KÖP & SÄLJ-annonser – 10 sälj och 2 köpes
21 olika produktkategorier finns att välja mellan

1 KÖPER söker äldre slöjdföremål
1 köpes söker jokkmokkskolt
100 % av köpesannonserna går att nå via mail
50 % av annonsörerna är kvinnor
50 % av annonsörerna är män

2 SÄLJER koltar/dräkt detaljer
1 säljer guld/silversmide
1 säljer kniv
6 annonser ej sökbara bland produktkategori
(brevkniv, filter, tavlor, signaturbok och salt-
dosa.)
80 % av annonsörerna är kvinnor
20 % av annonsörerna är män
Alla annonserna har pris angivet.
60 % av säljarna går att nå via mail
40 % av säljarna har länkat till hemsida
6 kvinnor säljer, 50% har mail, 33 % har hem-
sida
2 män säljer, 0 % mail, 0 % hemsida
2 annonsörer är organisationer med hemsida.

- Företagspresentationer – 6 företag (4 kvinnliga
företagare och 2 män)

2/3 av dessa har länkar till sina hemsidor – alla
företagen går att nå via mail.
2 företag har valt att lägga sig under rubriken
sameslöjd (2 män)
3 företag finns under rubriken konsthantverk (2
kvinnor, 1 man)
2 företag finns under rubriken hantverkare (2
kvinnor)
0 företag finns under materialföretag.
1 företag har definierat sig under två rubriker (1
man, sameslöjd + konsthantverk)
Exempel på SNI-koder som slöjdföretagare blivit
registrerade under;
SNI-kod 26132 – tillverkning av hushålls och
prydnadsföremål,
SNI-kod 36220 – tillverkning av smycken och
guldföremål,
SNI-kod 74872 - annan formgivning

- Aktivitetstjänst – saknar helt annonser.

Branschfakta har blivit en röd tråd som genomsyrar Sameslöjdstiftelsens verksamhet. Överallt där det går att samla in fakta kring den marknad som slöjdarna ska arbeta i så görs intervjuer eller enkäter. Exempelvis under projekt Att leva av sameslöjd då 276 enkäter samlats in bland butiksbesökare, intervjuer gjorts med butiksägare och deltagande slöjdare. Resultatet sammanställs och redovisas under årligen återkommande branschdagar för näringsverksamma slöjdare. Årets sammankomst var i månadsskiftet maj/juni 2007 i Jokkmokk då uppgifterna presenterades för deltagarna.

Målet att sammanställa insamlad fakta måste anses uppnått även om mängden data att arbeta med nu vid starten är begränsad. Målet att delge fakta är uppfyllt då det finns ett årligt forum – branschträffen för näringsverksamma slöjdare – vilket också är målgruppen för detta projekt.

4 Förväntat resultat

Vilka förväntningar lades på projektet och hur blev det?

Angivna indikatorer – 1,25 bevarade arbetstillfällen

De arbetstillfällen som bevarats i organisationen som ett resultat av projektet är totalt 1,25.

Bevarade arbetstillfällen består av administratör 25 %, webbmaster och marknadsförare 100 %.

Förväntan var att hemsidan redan vid årsskiftet skulle vara i drift och generera in branschfakta. Företagspresentationerna skulle locka sitens besökare att länka in på företagarnas hemsidor. KÖP & SÄLJ annonserna skulle ge oss indikationer på vad som fanns till salu och vad som efterfrågades. I aktivitetskalendern skulle det synas massor av utställningar och kurser – det skulle synas att det var fart inom slöjden!

Tanken var att starta upp i samband med Jokkmokks Marknad 2007 – att marknaden skulle bli en naturlig kick off. I samband med projektstarten genomfördes ett arbetsmöte där IT-leverantören och Sameslöjdstiftelsens serveransvarig diskuterade teknik och upplägg OCH målet att sjösätta hemsidan med de nya funktionerna inför marknaden.

Tanken var att hemsidan skulle vara idrifttagen innan årsskiftet 2006-2007. Parallellt med utvecklingen av hemsidans nya funktioner jobbade projektledaren med att förbereda driftstarten genom att informera slöjdarna om vad som var på gång.

Avsikten var att slöjdarna skulle ges möjlighet att inför Jokkmokks Marknad februari 2007 presentera sitt företag på hemsidan. Under marknadsperioden brukar trafiken på hemsidan öka vilket var motivet bakom valet av tidpunkt.

Leveransförsening orsakar flera problem:

- Ett utskick gick till slöjdarna som kunde göra en intresseanmälan. Tidsplanen för utskicket samordnades med det planerade färdigställandet och idrifttagandet av de nya delarna av hemsidan.
- Leverantören av IT-lösningen blev inte färdig i tid. Det som utlovats i utskicket fungerade inte i praktiken.
- De företag som nappade på erbjudandet måste få in sin utlovade företagspresentation på hemsidan. Detta fick göras manuellt eftersom den automatiska företagsregistreringen inte fungerade.
- Att introducera företagspresentationen på hemsidan samtidigt men Jokkmokks Marknad var i sig en god idé MEN det fanns praktiska bekymmer. Slöjdarna hade fullt upp med produktion och egen planering inför marknaden. De prioriterade sina egna aktiviteter och hade inte tid att dessutom engagera sig i företagspresentation till hemsidan.

Eftersom IT-leverantören inte kunde hålla avtalad leveranstid så föll hela grundtanken med det tidsmässiga upplägget. Det blev ingen kick off i samband med Jokkmokks Marknad 2007. Allt blev försenat och projektiden fick förlängas.

Statistik till branschfakta förs över till ny förstudie

Drömmen om att regelbundet redovisa fina diagram över datatrafik och mått på hur länkar till företag används kom att hamna utanför projektiden. Verktöget för strategisk datainsamling om slöjdnäringen finns ju nu. Insamlad fakta kommer användas och vidareförädlas i förstudien Handens Kraft. Se vidare Kapitel 8 – KOPPLINGAR TILL ANDRA PROJEKT.

Fortsatt marknadsföring av KÖP & SÄLJ annonser

Drömmen om massor av annonser som man kan göra intressanta sökningar och sorteringar på hamnade också utanför projektiden. Vid projekt slut fanns ett fåtal annonser inom ett fåtal produktkategorier. Antalet företagare som gjort sina företagspresentationer var också begränsade. Arbetet fortsätter och organisatoriskt behöver resurser avdelas för att inkludera datainsamling och sammanställ-

ning av fakta som en del av verksamhetens dagliga rutiner. Bara för att verktygen finns så genererar inte det branschfakta av sig själv – det är ett analysarbete som ligger bakom fakta som ska redovisas.

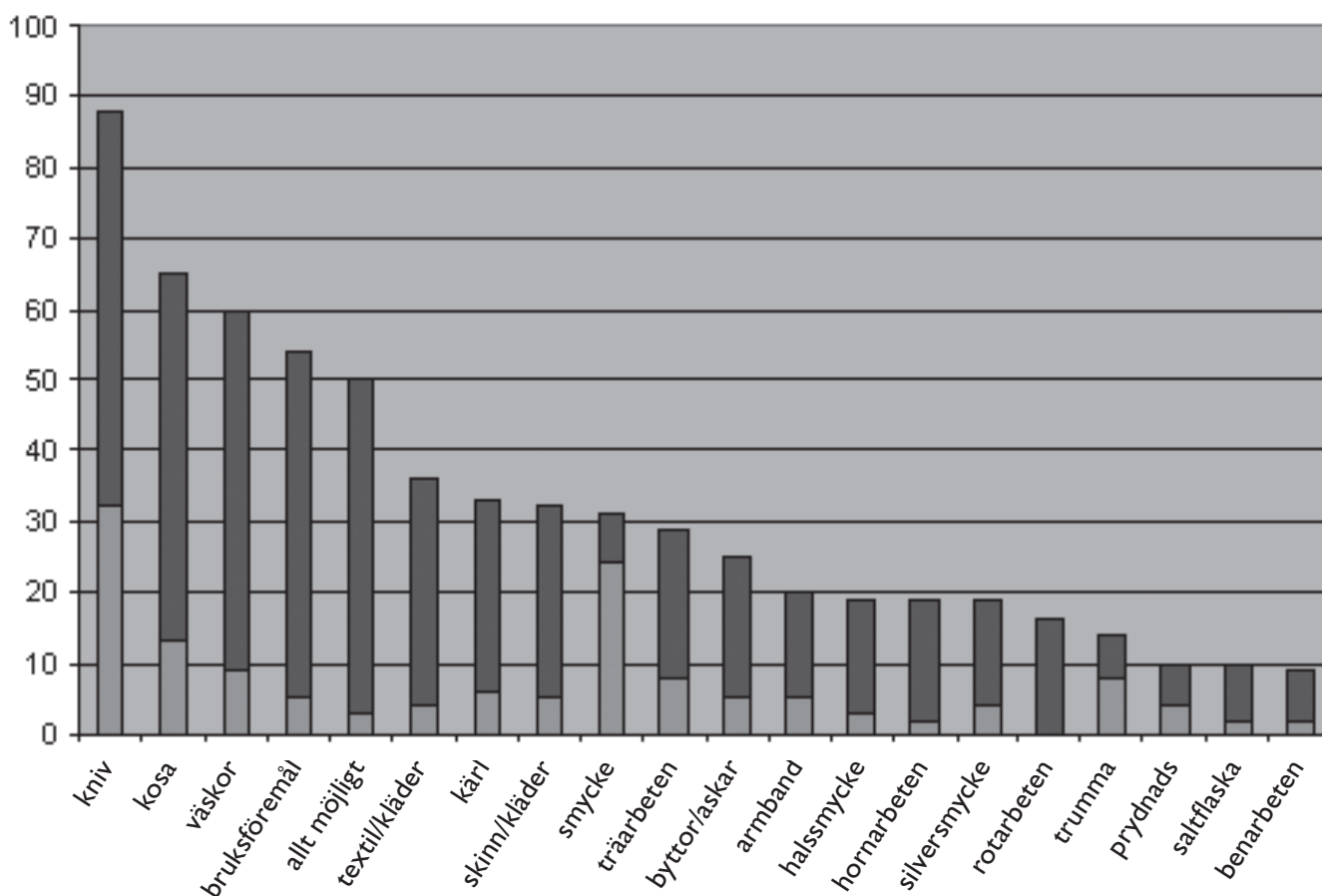
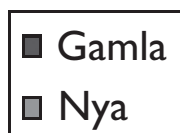
Aktiviteterna hann aldrig i gång

Kalendern med möjlighet att annonsera utställningar, kurser etc kom på plats sist. Marknadsföring av den möjligheten till samiska hantverkar och andra hantverkare hanns ej med inom projekttiden på grund av leveransföreningen.

Plattformen på plats nu är det arbete som gäller

För att näringen ska få de affärsmässiga beslutsunderlag, som offentlig statistik kan tillhandahålla åt andra näringar, måste Sameslöjdstiftelsen och slöjdarna själva aktivt arbeta för att skapa branschfakta åt sig själv. Det finns verktyg på plats som kan samla in data och nu finns de förutsättningar som krävs för att kunna starta ett effektivt arbete med näringsfakta. Dags att kavla upp ärmarna!

Kundernas önskelista



5 Projektets påverkan på horisontella kriterier

Visar hur projektet inverkat på Sameslöjdstiftelsens övriga verksamhet och på slöjdarna. Kunde siden tidsmässigt samordnas med Jokkmokks marknad 2007? Hur ser könsfördelningen ut på de företagare som presenterat sig på siden?

Miljöförändrande insatser

Projektet har inte haft den uttalade inriktningen men effekten av att vidareutveckla en befintlig IT-miljö påverkar i det långa loppet verksamhetens miljö. Marknadsundersökningar kan utföras på många olika sätt som exempelvis intervjuer och enkäter. De kan kräva resurser i form av exempelvis papper och transporter. Uppbyggnaden av denna plattform för datainsamling kan i det perspektivet

ses som naturresursbesparande. Projektet sammanfaller därför med ett vidgat samiskt miljöperspektiv som förmedlar en filosofi och miljösyn som bygger på långsiktighet och hållbarhet. Att nyttja de befintliga resurserna optimalt.

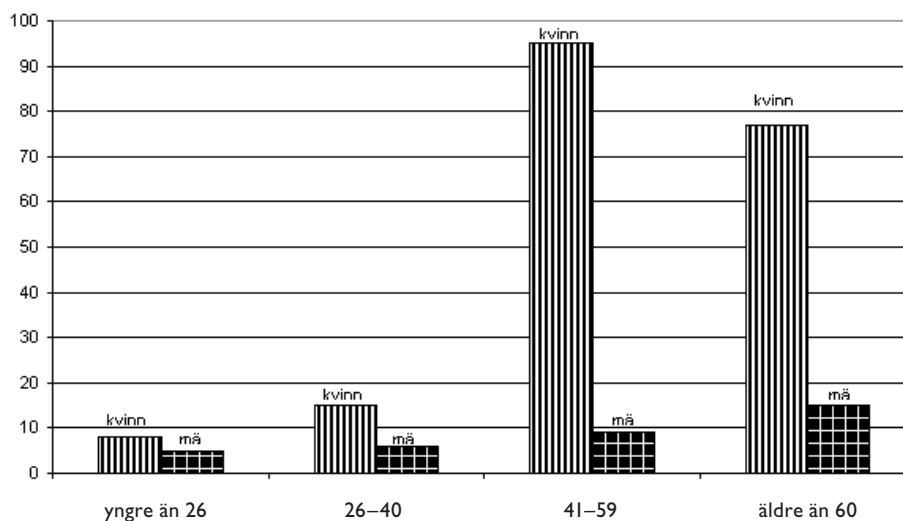
Jämställdhet

Sameslöjdstiftelsens företagsregister visar att slöjden är en kvinnodominerad bransch. Insamlingen av branschfakta via www.sameslojdstiftelsen.com visar att det är kvinnorna som är aktiva. Det är kvinnor som har flest SÄLJ annonser och det är flest kvinnor som valt att gratis presentera sitt företag via siden.

IT-projekt

En plattform för insamling av branschfakta lever i symbios med övrig verksamhet. En fungerande hemsida integrerar alla typer av informationsbehov som organisationen ställs inför. Detta projekt är ett i en rad av projekt som byggt upp en IT-struktur som stöttar verksamheten och ger plats för vidare utveckling. När IT-verktyg utvecklas sker det i en kreativ miljö vilket innebär att nya idéer dyker upp under arbetets gång.

Ålder och kön på butikskunder som har handlat sameslöjd förr



6

Projektets övriga resultat och erfarenheter

Visar upp hur det kan gå när man ska skapa något som inte finns sedan tidigare och hur näringsrepresentanter reagerar på något nytt och obekant.

Informationsmiss eller ointresse?

Slöjdarkåren gavs möjlighet att göra en företagspresentation på hemsidan. Av olika skäl var det inte många som nappade på erbjudandet. De gavs möjligheten att annonsera ut slöjdföremål på KÖP & SÄLJ men det har i skrivande stund varit få som tagit den chansen. Ingen har heller valt att annonsera under Aktivitetskalendern. Vad beror detta på?

Projektledaren har ringt och skickat med post. Det har varit specialpriser och annonser har varit GRATIS. Vad mer kan man locka med? Saknas intresse hos det största flertalet att nyttja Internet och IT-teknikens möjligheter? I samband med branschträffen för slöjdföretagare i maj/juni 2007 i Jokkmokk informerades slöjdarna ytterligare en gång. Intresse fanns.

Vill slöjdarna men är det hjälp som fattas?

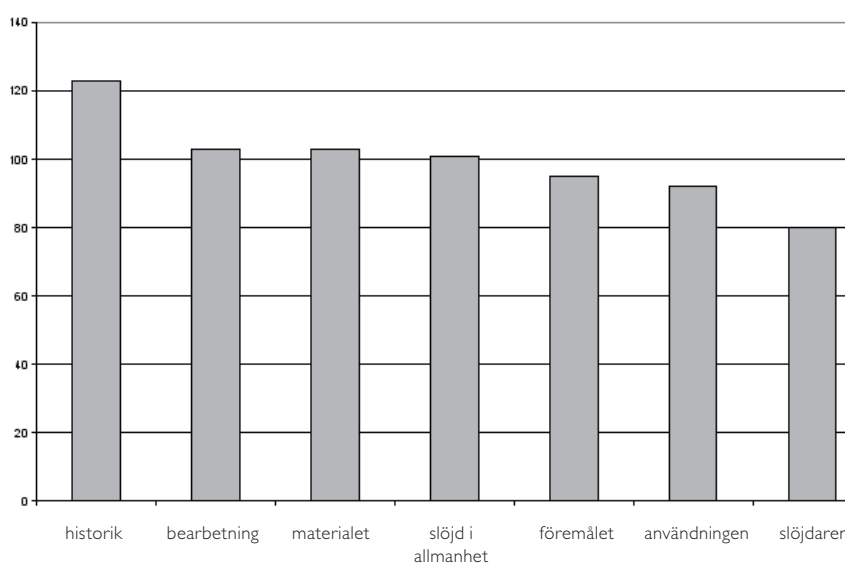
Kanske det är så att slöjdare inte är vana vid att effektivt nyttja IT i sin verksamhet. Många företagare har mail och vissa har hemsida att länka till men det kanske inte hör till vanligheten att sälja slöjd via kundkontakter man fått på Internet? Vid branschträffen i Jokkmokk maj/juni 2007 uttalades behov från slöjdföretagarhåll att få hjälp att komma igång med hemsidor och annonsering av föremål med digitalteknik som stöd.

Rädd för att lämna ut sin SNI-kod?

Företagsregistreringen ska ju hjälpa att samla in de SNI-koder som slöjdföretagare finns registrerade under. När en företagspresentation ska göras så ställs kravet att SNI-koden på F-skattebeviset redovisas. Det är det enda sättet för slöjden som näring att för samhället och staten visa upp hur slöjdares verksamhet klassificerats. SCB kan inte hitta igen alla slöjdare – det måste Sameslöjdstiftelsen göra för att näringen någon gång ska börja existera i statistisk bemärkelse.

När slöjdaren redovisar hur denne klassificerats så kan vi börja göra en lista över alla branscher där slöjdens siffror finns dolda. Det handlar absolut inte om att studera enskilda slöjdföretagare utan bara om att samla SNI-koder i hopp om att få argument för en enhetlig kod som kan föra näringen närmare de marknadsmässiga förutsättningar som gäller för andra företagare i samhället. Man måste ge själv för att kunna få något i slutändan. Projekt-

VAD butikskunder vill lära sig om slöjd



ledaren har vid förfrågan om SNI-kod fått nekande svar från slöjdföretagare som ej ville lämna ut sin SNI-kod. Varför kan man ju fråga sig? Om slöjdarkåren behöver hjälp att utvecklas så behöver Sameslöjdstiftelsen hjälp att samla in fakta. För att lösa detta ställs ett krav på motprestation.

Statistikverktyget en intressant kunskapskälla

Eftersom alla trafik på hemsidan loggas så ställs det samman trafiksiffror som i sig kan vara intressanta i ett längre perspektiv. Som en liten kuriositet så var det en trafiktopp dagen för julafton 2006. De flesta besökarna under december månad klickade in sig då.

Vidare så verkar det som sameslöjd och duodji är något som man söker efter under arbetstid – inte något man surfar med på fritiden. De flesta besöken under november och december 2006 skedde mitt i veckan på arbetstid efter kafferasten på förmiddagen och en stund strax efter lunch.

Välj IT-leverantör med omsorg

Valet av leverantör gjordes med priset som utgångspunkt. De två svaren som kom in till följd av offertförfrågan skilde sig betydligt i pris. Valet föll på den billigare och ett första möte gick av stapeln i Jokkmokk där den lokale IT-konsulten gick igen tekniska plattformen för hemsidan. Uppdraget gick igenom i detalj och mötet kändes bra. Därefter inträffade diverse små blesyrer såsom sjukdom och en viss förvirring kring uppdragets omfattning trots tydlig kravspecifikation. Problemet med leveransförseningen uppfattades inte som allvarligt av leverantören förrän allvaret i situationen klargjordes med frågan: Omfattar din företagsförsäkring även en ansvarsförsäkring? Att tänka på till en annan gång kan kanske vara att ta upp avtalsbrott speciellt då parten är ett enmansföretag och företagaren ganska ung och troligen orutinerad.

7 Resultatspridning

Visar hur projektet arbetat för att sprida ut information om siten och ge näringens representanter möjligheten att utnyttja annonseringsmöjligheter.

Slöjdarna fick ett utskick där intresseanmälan för företagspresentation på siten kunde göras. De blev uppringda av projektledaren som pratade sig varm för värdet av att synas på hemsidan. Men det gick trögt – det var få intresserade. Rundringningen fortsatte för att få locka slöjdarna att lägga in annonser. Nu var det GRATIS som gällde. Och några nappade men inte alls så många som vore önskvärt. Aktivitetsannonserna har inte hunnit aktiveras i praktiken till följd av leveransförseningen.

www.sameslojdstiftelsen.com

Resultatet av projektet sprids naturligtvis till alla besökare via hemsidan – arbetsresultatet syns i funktionerna som tillkommit och som når sitens alla besökare.

Presentation vid Branschträff i Jokkmokk maj/juni 2007

I månadsskiftet maj/juni – var det dags för de årliga branschdagarna för slöjdföretagare, detta år i Jokkmokk. Den utvecklade hemsidan marknadsfördes och förslag till vidareutveckling togs upp med slöjdarkollektivet. Då gavs möjlighet att närmare förhöra sig om varför slöjdare inte valde att ta chansen att få kundkontakter via annonser eller företagspresentation.

Info till samverkanspartner i FÖRSTUDIEN – Handens kraft

Resultatet av detta projekt påverkar i stort Sameslöjdstiftelsens fortsatta arbete på inslagen väg. När Branschetablering kommer på tal i förstudien så innefattar det fortsatt arbetet med datainsamling via siten och besluten vilar på de fakta som hittills samlats in om slöjden.

8 Kopplingar till andra projekt

Den kopplingen var inte tydlig vid projektstarten. Hur blev det då? Blev branschfaktaprojektets arbete integrerat med arbete i andra projekt?

DUODJI Ealáhus - Att leva av sameslöjd

– resulterade i datainsamling i form av enkäter till de butikskunder som besökte affärer som ingick i den så kallade butiksrundan. Intervjuer gjordes med butiksägare 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. Projektet är redovisat och avslutat under våren 2007.

FÖRSTUDIEN – Handens kraft

– ett projekt vars avsikt är att lokala parter i Jokkmokk arbetar för ett partnerskap i syfte att utveckla såväl orten som slöjden som näringsgren. Parter, förutom projektägaren Sameslöjdstiftelsen, som diskuterar samverkan är för närvarande Samernas Utbildningscentrum, Strukturm i Jokkmokk AB, Jokkmokks Kommun, Kunska-pens Hus och Ájtte Svenskt fjäll- och samemu-seum. En del i projektet berör just branschfakta och etablering av bransch. I det projektet ingår avsnitt som är en direkt följd av utvecklingen av hemsidan till ett datainsamlade verktyg för branschanalyser. Förslag som kommit ur detta projekt överförs därför till förstudien som pågår.

9 Övrigt

Vad lärde vi oss? En avslutande betraktelse kring utvecklingen av en webbplats för datainsamling.

Dags för slöjdnäringsen att ta en plats i statistiken!

När slöjdföretagare vänder sig till exempelvis NU-TEK, Vinnova, länsstyrelser, kommuner, Svenskt Näringsliv, kreditupplysningsinstitut och andra företag så söker dessa i regel fakta om slöjdnäringsen via just SCB. En näring som inte finns definierad i statistiken har svårt att visa resultat ...

Via företagspresentationerna har slöjdföretagares tilldelade SNI-koder samlats in. Vi vet att företagen är slöjdare men den offentliga statistiken räknar in företagarens omsättning i den bransch som SNI-koden styr. Sameslöjdens omsättning har exempelvis påförts dessa verksamheter/näringar;

- tillverkning av hushålls och prydnadsföremål
- tillverkning av smycken och guldföremål
- annan formgivning

Statistiken blir således skev, en branschomsättning tillförs värden från en annan. Både givare och mot-tagare har felaktiga värden på branschfakta.

Vill slöjden finnas med i landets företagsdatabas, i företagsregistret under egen rubrik, under arbetsmarknadsstatistik och ingå i arbetskraftsundersökningar, ja då är det dags att uppta en plats i offentlig statistik! Sameslöjdstiftelsen har möjlighet att med slöjdarnas hjälp justera SNI-koder för företagare eller åtminstone se var näringsens siffror försvinner. Men det absolut viktigaste är att ge slöjdföretagare samma marknadsmässiga verktyg som andra branschens företagare har som kan gå in och specialstudera trender och skeenden inom sin bransch- Kanske nyttja SNI-kod för att söka produkter, kunder eller leverantörer.

Genom att få ta del av slöjdarnas tilldelade SNI-koder kan näringen som helhet få en lite klarare bild av hur slöjdare klassificerats. Och kanske det också är möjligt att inför 2008 års uppdatering av SNI-koderna kunna arbeta för att slöjden tilldelas en egen kod. Kanske detta arbete bör bedrivas inom ramen för Sametingets näringspolitiska program i samverkan med Näringsdepartementet som styr SCB?

Ska sameslöjdskonsulenterna finnas under Kulturdepartementet?

Sameslöjdstiftelsens sameslöjdskonsulenter finansieras av Nämnden för hemslöjdsfrågor som är en myndighet som ligger under Kulturdepartementet. Kanske det går bättre att få gehör för näringsfrågor inför SCB om sameslöjden istället betraktades som näring och fanns placerad närmare Näringsdepartementet eller kanske tydligt definierad av Sametinget som en näringsgren inom det samiska samhället?

Marknadsföra hemsidan för näringen

För att branschfakta ska kunna analyseras via hemsidan fordras att det är full fart på den OCH att slöjdarkollektivet tar chansen och säljer och presenterar sig själv där. Genom att bygga upp en plats där den som vill få tag i slöjd verkligen hittar ett stort slöjduitbud så måste krafterna samlas. Startskottet på den insatsen kopplat mot slöjdarna sker i samband med Branschträffen i Jokkmokk.

Men hemsidan ska också locka besökare och viktigt är då att det hela tiden händer saker på siten och att besökaren finner det man söker där. Den ska bli den naturliga platsen att söka sig till om man är ute efter samisk slöjd och kultur. Siten måste vara lockande och uppdateras hela tiden. Skapa ett marknadsföringsmaterial som är direkt inriktat mot siten.

Utöka hemsidan med Nyhetsbrev

Ett sätt att hålla kvar besökare är att erbjuda ett Nyhetsbrev som sitens besökare kan teckna sig för att få. Det är ett billigt alternativ att skicka via maillistor och att samtidigt samla in namn och adress för att ge riktad information till redan intresserade.

Utveckla Dagens Fråga

Ett annat sätt att skapa fart på hemsidan och samtidigt lära känna besökaren är att införa *Dagens Fråga* som är en funktion som besökaren kan besvara och vars resultat redovisas på siten. Ett intressant sätt att samla in branschfakta kring olika områden inom slöjden.

Avdela organisatoriska resurser för drift av hemsidan

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.

Avdela organisatoriska resurser för branschfaktaanalys

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. Slöjdarkollektivet är beroende av att Sameslöjdstiftelsen utför detta arbetet målmedvetet och långsiktigt. Utan dessa analysresultat har slöjdföretagaren svårt att fatta affärsmässiga beslut. I dagsläget finns ingen annan som kan visa upp någon samlad bild av slöjdmarknaden eller slöjdföretagarna.

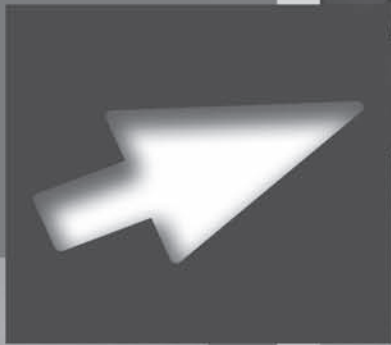
Utveckla slöjdarnas hemsidor

Om siten ska fungera så kanske slöjdföretagare behöver hjälp med hemsidor. Hjälp att kunna göra en riktig företagspresentation men länk till hemsida, hjälp att utveckla annonser med digitala bilder till. Behovet har uttalats av slöjdföretagare i samband med Branschträffen för slöjdarföretagare i Jokkmokk maj/juni 2007.

Återuppta kontakten med Hushållningssällskapet

Aktivitetsannonseringen skapades som en följd av förfrågan från Hushållningssällskapet i Norrbotten. Deras kursverksamhet för hantverkare fungerade inte. Få deltagare gav endera väldigt dyra kurser eller inställda kurser. Önskan var att samordna generella kurser genom att annonsera ut verksamheten på en gemensam site. Slöjdarkollektivet sa JA och nu finns funktionen på plats. Dags att ta tag i den biten.

INFÖR
JOKKMOKKS
VINTERMARKNAD
2007



annonsera på internet

Sámi Duodji erbjuder samiska slöjd- och hantverksföretagare att annonsera på vår hemsida från 1 januari 2007. 70 000 besökare hittills (mars–nov). Fördubblas till marknaden!

Marknadsspecial för dig som har marknadsplats 2007.

En annons + länk till din hemsida 400 kr
(För tiden 1 jan–1 maj, pris inkl. moms)

Naturligtvis går det bra att annonsera på vår hemsida även om du inte är med under marknaden.

En annons + länk till din hemsida 500 kr
(För tiden 1 jan–1 maj, pris inkl. moms)

**ÄR DU INTRESSERAD?
FYLL I DET BIFOGADE
ANNONSUNDERLAGET.**

Annonsunderlag kan även hämtas på
www.sameslojdstiftelsen.com/nyheter



Sameslöjdstiftelsen
Sámi Duodji

**SNABBHETSPREMIE
20 % rabatt
till de 25 första
som annonserar!**

Sameslöjdstiftelsen Porjusvägen 4. 962 31 JOKKMOKK. Tel 0971-128 97

www.sameslojdstiftelsen.com



Samesløjdstiftelsen
Sámi Duodji



EUROPEISKA UNIONEN
MÅL 1 SÁPMI

ISBN 978-91-976863-1-0

