

Blekinge Tekniska Högskola
Sektionen för Management



Utvärdering av Projektet Nätverk Aspö

Författare Katrin Andersson
Handledare: Gunilla Albinsson och Kerstin Arnesson

Innehållsförteckning

1. UPPDRAGET	3
2. PROJEKTET NÄTVERK ASPÖ	3
2.1 BAKGRUND, SYFTE OCH MÅL	3
2.3 PROJEKTETS ORGANISATION	6
3. UTVÄRDERINGSMETOD.....	7
3.1 UTVÄRDERING	7
3.3 DATAINSAMLING	7
3.4 BEARBETNING AV DATA	9
4. RESULTAT	10
4.1 LOKALT RESURSCENTRUM FÖR KVINNOR	10
4.2 PROJEKTET	12
4.3 NÄTVERK ASPÖ	15
5. SLUTSATSER	20
5.1 LOKALT RESURSCENTRUM FÖR KVINNOR	20
5.2 PROJEKTET	20
5.3 NÄTVERKET.....	21
5.4 PRAKTISKA IMPLIKATIONER	21

REFERENSER

FIGUR- OCH TABELLFÖRTECKNING

<i>Figur 1:</i> Projektet Nätverk Aspö	3
<i>Figur 2:</i> Lokalt Resurscentrums- projektets och nätverkets måls och syfte	5
<i>Figur 3:</i> Projektets organisation	6
<i>Tabell 1:</i> Utvärderingens respondenter	8

BILAGOR

Bilaga A – Intervjuguide

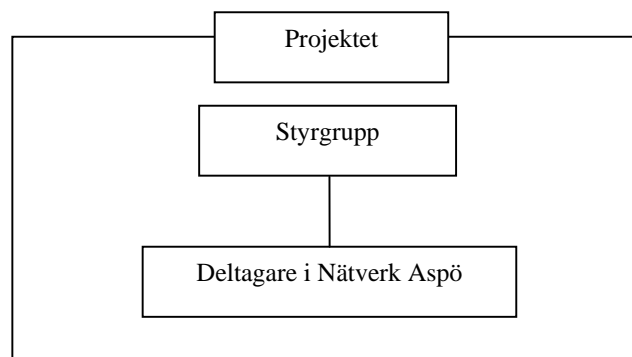
1. Uppdraget

Projektet Nätverk Aspö har bedrivits under tiden januari 2004 till december 2005. Hösten 2005 beslutades att en extern utvärdering av projektet skulle utföras. Ett beslut som fattades av Näringslivsenheten, Karlskrona kommun tillsammans med projektets finansiärer. Dessa är Mål2 öarna, Lokalt resurscentrum för kvinnor, Karlskrona kommun, Nutek och Region Blekinge. Utfallet av utvärderingen ska användas som utgångspunkt för bildandet av nya nätverk gällande kvinnliga företagare i Karlskrona kommun.

Utvärderingen fokuserar dels om projektet lyckats nå uppsatta mål, dels hur projektdeltagarna upplevt projektet samt vilken betydelse det har haft för deltagarna att ingå i projektet.

2. Projektet Nätverk Aspö

Initiativtagare till projektet Nätverk Aspö var Lokalt resurscentrum för kvinnor, Karlskrona kommun och målsättningen var att bilda ett nätverk för kvinnliga företagare på Aspö. Lokalt resurscentrum bildade tillsammans med Britt-Marie Havby Landsbygdsutvecklare, Karlskrona kommun och Birgith Juel, Carlskrona Nyföretagarcentrum en styrgrupp och de utsåg Gun Lejhall, boende på Aspö till projektsamordnare. Dessa har tillsammans med 12 kvinnliga företagare bildat Nätverk Aspö. Projektet kan beskrivas i två nivåer, nämligen styrgrupp och deltagare i nätverket. Båda grupperna ingår i projektet.



Figur 1: Projektet Nätverk Aspö

2.1 Bakgrund, syfte och mål

Lokalt resurscentrum för kvinnor, Karlskrona kommun vill satsa på kvinnligt företagande där målet är att:

- skapa mötesplatser
- bidra till en jämställd utveckling inom Karlskrona kommun
- utöka sin verksamhet till att omfatta kvinnor som är företagare i större utsträckning än i dag

- hitta en modell för hur Lokalt resurscentrum för kvinnor i Karlskrona kan arbeta för att stärka kvinnors företagande i Karlskrona/Blekinge.¹

Ett viktigt villkor för att få delta i Nätverk Aspö var att projektet inte skulle vara en del i de kvinnliga företagarnas ordinarie verksamhet. Projektet skulle vara ett nytt sätt för Lokalt resurscentrum att stödja kvinnliga företagare samt ett försök att skapa en plattform för ett lokalt samarbete på Aspö. Ett annat villkor var att minst 10 företag skulle delta samt att alla företagare hade F-skattsedel²

Företagen skulle ägas av kvinnor eller av kvinnor och män gemensamt, men i projektet fick endast kvinnor delta. Målgruppen var kvinnor som permanent bodde på Aspö, men de behövde nödvändigtvis inte bedriva sitt företag där. Ett annat alternativ var att de hade sitt företag på Aspö men inte bodde där permanent eller att de både var bosatta och bedrev sitt företag där. Målgruppen var även potentiella kvinnliga företagare som uppfyllde något av ovanstående alternativ.³ Målet med projektet var att:

- bilda ett nätverk för företagarkvinnor på Aspö
- öka besöksnäringen och tillväxtpotentialen i företagen på Aspö

Målsättningen skulle uppnås genom samarbete, gemensam marknadsföring och utvecklandet av produkter och tjänster i form av paket. Ytterligare ett syfte var att kunskapsinnehållet i befintliga branscher skulle öka. Detta skulle i sin tur leda till att främja utvecklingen av nya ideer och produkter hos de kvinnliga företagarna. Utifrån ett övergripande perspektiv, skulle projektet bidra till en ökad turistnäring med en förlängd säsong, ett ökat antal kvinnliga företagare samt fler arbetstillfällen på Aspö.⁴

Projektet skulle vara miljöneutralt och bidra till en hållbar utveckling inom turismnäringen. Det innebar att projektet skulle arbeta för att turisterna skulle uppleva Aspö med cykel och promenader. Detta för att minska antalet bilar på såväl färjan som ön med miljövinster som följd.⁵ Nätverkets mål och syfte var att:

- främja det kvinnliga företagandet på Aspö
- öka besöksnäringen på Aspö
- förstärka det lokala näringslivets konkurrenskraft och förmåga till utveckling på Aspö

Nätverket inleddes 2004 med marknadsföringsseminarium motsvarande 30 timmar. Målet var att deltagarna skulle skapa en gemensam plattform och utforma en handlingsplan för gemensam marknadsföring, såväl nationellt som internationellt.⁶ Nedan presenteras en bild över Lokalt resurscentrums- projektets och nätverkets mål och syften.

¹ Projektbeskrivning, Nätverk Aspö, Karlskrona Kommun

² Projektbeskrivning, Nätverk Aspö, Karlskrona Kommun

³ Projektbeskrivning, Nätverk Aspö, Karlskrona Kommun

⁴ Projektbeskrivning, Nätverk Aspö, Karlskrona Kommun

⁵ Projektbeskrivning, Nätverk Aspö, Karlskrona Kommun

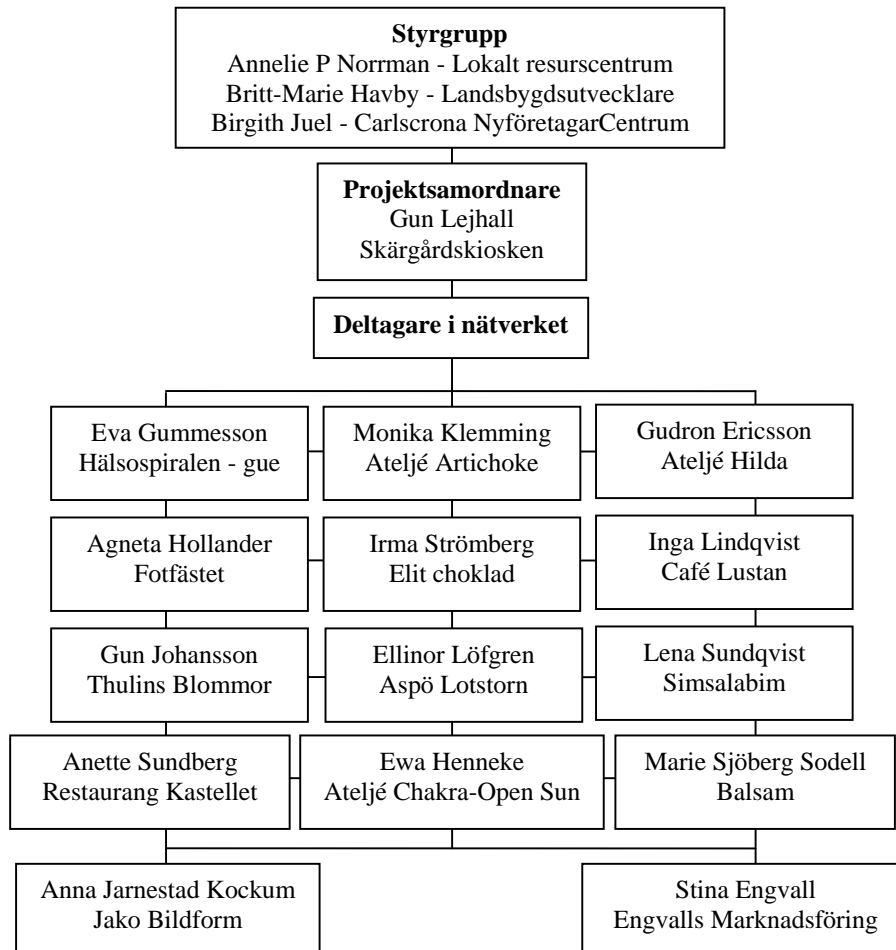
⁶ Projektbeskrivning, Nätverk Aspö, Karlskrona Kommun

	MÅL	SYFTE
Lokalt resurscentrum för kvinnor	<ul style="list-style-type: none"> • Skapa mötesplatser • Bidra till en jämställd utveckling i Karlskrona kommun • Utöka sin verksamhet till att omfatta kvinnor som är företagare i större utsträckning än idag • Hitta en modell för hur Lokalt resurscentrum för kvinnor i Karlskrona kan arbeta för att stärka kvinnors företagande i Karlskrona/Blekinge 	<ul style="list-style-type: none"> • Nytt sätt för Lokalt resurscentrum för kvinnor att stödja kvinnliga företagare • Skapa en plattform för ett lokalt samarbete på Aspö
Projektet	<ul style="list-style-type: none"> • Bilda ett nätverk för företagarkvinnor på Aspö • Öka besöksnäringen på Aspö • Öka tillväxtpotentialen i företagen på Aspö 	<ul style="list-style-type: none"> • Skapa samarbete • Gemensam marknadsföring • Paketering av deltagarnas produkter och tjänster • Öka kunskapsinnehållet i befintliga branscher • Främja utvecklingen av nya idéer och produkter hos de kvinnliga företagarna • Öka turistnäringen på Aspö. • Ge Aspö en förlängd säsong • Öka det kvinnliga företagandet • Skapa fler arbetstillfällen på Aspö • Minska belastningen av bilar på färjan
Nätverk Aspö	<ul style="list-style-type: none"> • Främja det kvinnliga företagandet på Aspö • Öka besöksnäringen på Aspö • Förstärka det lokala näringslivets konkurrenskraft • Utveckla Aspö • Skapa en gemensam plattform • Utforma en handlingsplan för hur marknadsföringen ska gå till såväl nationellt som internationellt. 	

Figur 2: Lokalt Resurscentrums- projektets och nätverkets måls och syfte

2.3 Projektets organisation

Nedan presenteras projektets organisation.



Figur 3: Projektets organisation

En utgångspunkt var att styrgruppen och nätverket skulle träffas varannan månad för att informera varandra. Annelie P Norrman ansvarade för administrationen och rapporteringen till finansörerna. Projektsamordnarens uppgift var att planera möten och informera deltagarna och styrgruppen. Tanken var att nätverket skulle träffas minst en gång i månaden och Aspö båtklubbs klubbstuga skulle användas som möteslokal.⁷

⁷ Projektbeskrivning, Nätverk Aspö, Karlskrona Kommun

3. Utvärderingsmetod

Avsnittet inleds med en kort beskrivning av utvärderingsprocessen. Därefter presenteras datainsamlingsmetoden samt bearbetningen av datamaterialet.

3.1 Utvärdering

Begreppet utvärdering innebär att systematiskt samla in data för att kunna värdera och uttala ett omdöme om en verksamhet. Jerkedal menar att en utvärdering kan ha olika inriktningar, t ex formativ utvärdering som har till uppgift att stödja och utveckla ett pågående program, summativ utvärdering som ska ge en övergripande beskrivning eller bedömning av ett genomfört program.⁸ Då jag har fått i uppgift att genomföra en måluppfyllelseanalys av projektet Nätverk Aspö kommer jag genomföra en summativ utvärdering.

Enligt Jerkedal är första steget i en utvärdering att definiera utvärderingens syfte, alltså svara på frågan varför en utvärdering behöver genomföras. Sedan avvägs huruvida utvärderingen ska vara extern eller intern, dvs. om det ska vara en person inom organisationen (intern) eller en utomstående (extern) som genomför utvärderingen.⁹ Finansiärerna beslutade att utvärderingen skulle omfatta alla i projektet såväl styrgrupp som deltagarna i Nätverket. Därmed uppstod behovet av en extern utvärdering av Projektet Nätverk Aspö. Annelie P Norrman kontaktade Sektionen för Management på Blekinge Tekniska Högskola och Katrin Andersson, universitetsadjunkt utsågs till utvärderare och till handledare för utvärderingen valdes Kerstin Arnesson, universitetslektor.

3.3 Datainsamling

Jerkedal förespråkar att utvärderaren ska välja ut frågor som används under utvärderingen. Det bestäms också vilken datainsamlingsmetod som ska brukas samt hur bearbetningen av data ska utföras. Exempel på datainsamlingsmetoder är intervju, enkät, frågeformulär, observation eller diskursanalys.¹⁰ Intervjuer i form av samtal ger goda möjligheter att generera oväntade svar. En annan fördel är möjligheten att under intervjun följa upp med ytterligare frågor. Viktigt är att respondenterna är noggrant utvalda och att den som intervjuar är väl förberedd. Erfarenhet har visat att ett genomtänkt urval av tio personer räcker för att kunna göra intressanta analyser.¹¹ Datainsamlingen i föreliggande utvärdering omfattar två avgränsande grupper, nämligen styrgruppen och deltagarna i Nätverk Aspö. Detta skapar förutsättningar för att fånga hur projektdeltagarna upplever projektet samt vilken betydelse det har haft för deltagarna att ingå i projektet.

Inför samtalsintervjuerna konstruerades en intervjuguide. Den var tematisk i tre teman; Lokalt resurscentrum för kvinnor / styrgrupp, projektet och Nätverk Aspö, (bilaga A). Dessa teman växte fram under förberedelserna och genomläsningen av

⁸ Jerkedal, Å. (2001) Utvärdering – steg för steg, Stockholm: Nordstedts Juridik AB.

⁹ Jerkedal, Å. (2001) Utvärdering – steg för steg, Stockholm: Nordstedts Juridik AB

¹⁰ Jerkedal, Å. (2001) Utvärdering – steg för steg, Stockholm: Nordstedts Juridik AB

¹¹ Esaiasson, P. (2002) Metodpraktikan, Stockholm: Nordstedts Juridik AB.

projektbeskrivningen. Med tematisk innebär att frågorna och de teman intervjun utgår ifrån knyter an till utvärderingens problemställning.

Intervjuer ska också vara dynamiska, vilket innebär att samtalet ska hållas flytande för att respondenten ska känna sig motiverad att berätta. Frågorna är vittomfattande och intervjupersonerna får möjlighet att utveckla det hon/han anser som viktigast.¹² Samtalsintervjuer genomfördes med de fyra kvinnor som ingår i styrgruppen, samt elva av deltagarna i Nätverk Aspö. Dessa genomfördes mellan den 1 mars och den 24 mars, 2006. I huvudsak genomfördes samtalsintervjuerna på respektive respondents arbetsplats, men vissa deltagare telefonintervjuades, eftersom de endast bor på Aspö sommartid. Varje samtalsintervju omfattade ungefär två timmar. Samtliga spelades in på ljudband som sedan överfördes till text. Respondenterna som deltog i utvärderingen presenteras nedan.

Tabell 1: Utvärderingens respondenter

Namn	Organisation/företag	Styrgrupp/deltagare
Britt Marie Havby	Landsbygdsutvecklare/ Karlskrona Kommun	Styrgrupp
Birgith Juel	Carlskrona NyföretagarCentrum	Styrgrupp
Gun Lejhall	Projektsamordnare/ Skärgårdskiosken	Styrgrupp/ deltagare
Annelie P Norrman	Lokalt Resurscentrum/ Karlskrona Kommun	Styrgrupp
Stina Engwall	Engwalls Marknadsföring	Deltagare
Gudron Ericsson	Atelje Hilda	Deltagare
Eva Gummesson	Hälsospiralen	Deltagare
Eva Henneke	Atelje Chakra - Open sun	Deltagare
Agneta Hollander	Fotfästet	Deltagare
Monika Klemming	Atelje Artchoke	Deltagare
Anna Jarnestad Kockum	JAKO Bildform	Deltagare
Inga Lindqvist	Café Lustan	Deltagare
Marie Sjöberg – Sodell	Balsam	Deltagare
Irma Strömberg	Elite Choklad	Deltagare
Lena Sundqvist	Simsalabim	Deltagare

Några av respondenterna har medverkat sedan projektet startades och de ger ett tidsperspektiv på projektet, medan de som deltagit en kortare tid har ett mer nutidsorienterat perspektiv. Dessa två perspektiv förväntas komplettera varandra för att Nätverk Aspö ska kunna skildras i både dåtid- och nutidsperspektiv. De deltagare som inte ingår i utvärderingen har själva valt att inte delta. Den främsta orsaken har varit att de avbrutit sitt deltagande i nätverket i ett tidigt skede och känner att de inte har något att tillföra. Någon har jag dessutom inte lyckats komma i kontakt med.

¹² Esaiasson, P. (2002) Metodpraktikan, Stockholm: Nordstedts Juridik AB.

3.4 Bearbetning av data

När datainsamlingen är färdig analyseras materialet och skrivprocessen påbörjas. Det finns många olika sätt att redovisa insamlad data. Beroende på metoden som använts kan redovisningen ske i t ex löpande text, citat och statistiska modeller. Det viktigaste med resultatredovisningen är, oavsett form, att läsaren får en översiktlig uppfattning om resultatet. När utvärderingen är sammanställd informeras beställaren, vilket leder fram till den sista punkten i utvärderingsprocessen, användandet av resultatet. Ett utvärderingsresultat som inte används av beställaren och andra intresseparter har inget faktiskt värde. En officiell presentation av resultatet inför beställaren och övriga intresseparter genomförs ofta efter slutförandet.¹³

Bearbetning av datamaterialet innebär att informationen som har inhämtats extraherats på sin mening och ställts mot de frågor som utvärderingen ska ge svar på. Viss analys sker även under datainsamlingen, eftersom utvärderaren påverkas och tar in information som ges av t ex en intervjuperson. De transkriberade intervjuerna läses igenom vid flera tillfällen för att få en översiktlig bild över det insamlade materialet. En helhetsanalys görs genom att bilda sig ett allmänt intryck av en genomläsning.¹⁴

Parallellt med genomförandet av samtalsintervjuerna påbörjades analysarbetet. Efter varje intervju genomlästes textmaterialet i sin helhet. När samtliga samtalsintervjuer genomförts lästes återigen hela datamaterialet. I texten markerades det som handlade om de olika teman och det nödvändigaste plockades ut och utgör därmed utvärderingens resultat.

¹³ Jerkedal, Å. (2001) Utvärdering – steg för steg, Stockholm: Nordstedts Juridik AB.

¹⁴ Halvorsen, K. (1992). Samhällsvetenskaplig metod. Lund: Studentlitteratur

4. Resultat

Resultatet presenteras i tre delar och bygger på samtalsintervjuer med styrgruppen och deltagarna i nätverket. Resultatet redovisas i form av en sammanställning av intervjuerna och direkta citat från respondenterna. Vid återgivningen används citat för att göra kvinnorna i utvärderingen närvarande. Citatanvändningen möjliggör dessutom för läsaren att själv bilda sig en uppfattning om tillförlitligheten i tolkningen. Citaten är delvis redigerade från talspråk till skriftspråk. För att garantera respondenterna anonymitet, kommer inte deras namn att presenteras i utvärderingen. Jag kommer att redovisa resultaten i tre nivåer, Lokalt resurscentrum för kvinnor, Projektet och Nätverk Aspö. Detta för att knyta an till de syften och mål som presenteras i kapitel 2, avsnitt 2.1.1.

4.1 Lokalt resurscentrum för kvinnor

Lokalt resurscentrum för kvinnor hade som mål att *skapa mötesplatser*. Frågor om dessa mötesplatser har gett många olika, men ändå intressanta svar. Några respondenter svarar att de anordnade aktiviteterna inom nätverket är mötesplatser. Andra menar, att deras gemensamma möten, hemma hos någon av deltagarna, i Guns skärgårdskiosk, Aspö båtklubbs möteslokal eller kommunhuset är mötesplatser. Vissa respondenter påstår att de inte funnits några självklara mötesplatser och någon ställde exempelvis motfrågan vad en mötesplats är. En respondent säger:

/.../i och med att vi har ett nätverk är det en mötesplats och vi har ju en hemsida som också är en mötesplats. Den information som vi har producerat under året är ju också en form av mötesplats.

Citatet samt flera samtalsintervjuer visar att deltagarna har olika uppfattningar om vad en mötesplats är.

Ytterligare ett mål var att *bidra till en jämställd utveckling i Karlskrona Kommun*. Styrgruppen anser att Lokalt resurscentrum har stärkt och främjat de kvinnliga företagarna och menar att detta ska ha bidragit till en jämställd utveckling i kommunen. Enligt deltagarna är detta mål svårt att nå eftersom de anser att projektet är för litet för att få den effekten och genomslagskraften, men att de tillsammans är starkare och vågar mer än tidigare.

Det tredje målet, att Lokalt resurscentrum för kvinnor *vill utöka sin verksamhet till att omfatta kvinnor som är företagare i större utsträckning än idag* har inte undersökts. Det fjärde och sista målet var att hitta *”en modell för hur Lokalt resurscentrum för kvinnor i Karlskrona kan arbeta för att stärka kvinnors företagande i Karlskrona/Blekinge”*. De såg projektet som en försöksmodell att ta lärdom av och som senare kan användas i liknande projekt. Alla respondenter är överens om att modellen inte kan användas rakt av utan att den behöver omvärderas. De menar att denna utvärdering är en förutsättning för vidare arbete. En respondent påstår att:

/.../ jag brukar säga att inget är negativt utan vad finns det för möjligheter, vad har varit hinder och hur kan vi tillsammans överträda dessa hinder.

Den citerade kvinnan framhåller att hon försöker tänka positivt och se möjligheter och ta lärdom av de hinder som uppstått på vägen.

Enligt projektbeskrivningen skulle styrgruppens fyra medlemmar träffas varannan månad. Samtalsintervjuerna visar att deras möten inte har varit särskilt ofta, kanske tre gånger under 2005, någon vill till och med påstå allt för sällan. Två av styrgruppens medlemmar har samma arbetsplats och de anser därför att de träffas nästan varje dag.

Projektet Nätverk Aspö har under projekttiden haft tre olika projektledare, vilket för vissa inte har setts som något problem, medan andra har upplevt det som frustrerande. Den första projektledaren var med och skrev projektplanen. Hon arbetade med projektet det två första månaderna. Därefter tillsattes den andra projektledaren. Hon hade tidigare arbetat på Turistbyrå och hade ingen tidigare erfarenhet av projektledning. Hon arbetade med projektet i åtta månader. Den tredje projektledaren arbetade från december 2004 och har medverkat den resterande tiden. Det är svårt att säga vad byte av projektledare har betytt för projektet och nätverket. Det har dock framkommit att de olika projektledarna inneburit att det har varit svårt för deltagarna att se "den röda tråden" i sitt arbete med nätverket.

Majoriteten av deltagarna har inte varit insatta i projektets budget. Några av deltagarna har framfört att de gärna hade tagit del av informationen angående ekonomin. Detta för att de tillsammans skulle lägga upp en budget för vad pengarna skulle användas till. De anser att projektledaren haft budgetansvar och därmed styr vad de kan och inte kan göra.

Styrgruppen har bestått av ytterligare två medlemmar, varav en har tidigare erfarenheter av ett liknande nätverk i Halland. Deltagarna är överens om att styrgruppens kompetens har varit viktig för projektet. Att de har mycket kunskaper och är väldigt engagerade, men att de inte har träffat dem i så stor utsträckning. Deltagarna anser att det har varit deras eget ansvar att ta vara på de kunskaper som funnit i styrgruppen.

Enligt projektbeskrivningen valdes Gun Lejhäll till projektsamordnare, syftet var att ta vara på hennes tidigare erfarenheter från liknande projekt. Många av respondenterna menar att hon har varit en kapacitet för nätverket och uppskattar det arbete hon lagt ner på att hålla samman projektet. Alla deltagare har arbetat ideellt och endast projektsamordnaren har avlönats. Styrgruppens uppfattning var att det behövdes en "eldsjäl" för att få med de andra deltagarna och att lön därmed var en förutsättning. Detta har upplevts som lite olika hos deltagarna:

/.../ Jag tycker det är dåligt att alla inte har varit medvetna om att Gun har haft betalt för sitt arbete som projektsamordnare. Jag tycker att alla som har deltagit i projektet ska passa på att dra nytta av det och se det som att indirekt har ju vi också fått betalt för det vi har varit med om.

/.../.hon har ju haft en lön under tiden och det har hon haft för det arbetet hon har gjort med projektet. Men jag tycker man har fått en del signaler från vissa att de har gnällt lite över det.

/.../...hon har haft all kontakt med kommunen och vet lite vad de sysslar med. Att hon har haft betalt för att ha denna roll är ett fel som gjordes, det var inte varit klart för många att hon hade betalt. Det tycker jag är en dumhet. Jag tycker gott att hon kan ha betalt och jag missunnar inte henne det, men alla ska veta om det från början, det ska inte komma sipprande efterhand och skapa ont blod.

/.../... ja det kan man tänka sig, att hon har haft betalt för det...inte undra på att hon vill ha massor med möten och sånt. Hade det varit klart från början hade ingen behövt gnälla på det. Det var väl jättebra att hon hade betalt. Hon la ju ner mer tid på det och gjorde saker och ting med glädje, typ broschyren och allt sånt och jag var glad att jag slapp det.

/.../Jag tycker det är helt suveränt det måste vara en som är samordnare i ett sånt här projekt annars blir det ingenting. Jag tycker det är helt rätt att hon har haft betalt under tiden. Varför ska hon sitta och gör allt detta utan betalning? Jag tycker det är positivt att någon vill ta det på sig för det är inget lätt jobb. Det är ju oftast den personen som får all skit också.

Citaten visar, att alla deltagarna inte har varit medvetna om att projektsamordnaren varit avlönad för sitt arbete med projektet, samt huruvida projektsamordnaren förtjänat avlöningen eller inte.

4.2 Projektet

Alla är överens om att målet med projektet var ”att bilda ett nätverk och att detta skulle främja kvinnligt företagande”. Vissa nämner även att Aspö skulle utvecklas och att besöksnäringen skulle öka. Det har även framkommit lite andra förslag, några menar att målet var att lära känna varandra och göra någonting ihop i form av paketerbjudande. Ytterligare ett mål, enligt projektbeskrivningen, var ”att öka besöksnäringen och tillväxtpotentialen i företagen på Aspö.” Detta skulle uppnås genom samarbete, gemensam marknadsföring och utvecklandet av deltagarnas produkter och tjänster i form av paket. Två respondenter uttrycker att:

/.../ vissa anser att projektet har kretsat mycket om Aspö och att öka turistnäringen där men en del har sett det som att de själv ska bli större, starkare och bättre. Jag ser projektet som där jag vill utvecklas och mitt företag ska bli bättre. Jag tror inte riktigt att det har varit så, jag tycker inte att man ska koncentrera sig så mycket på ön. Ön är ju det som binder samman oss, vår gemensamma nämnare och det är där vi hämtar kraft och inspiration.

/.../ Målet var att få fler kvinnliga företagare och att bilda ett eget nätverk, ett eget företag eller en förening att stärka kvinnligt företagande på landsbygden och Aspö.

De två citaten åskådliggör att det råder delade meningar om målet med projektet. Någon respondent påstår sig inte vara medveten om målet, eller att målet inte har varit klart och tydligt. Hon säger att:

/.../ det går inte att driva ett nätverk utan ett mål. Målet är den bilden du har när du går in i ett nätverk och du vet vad som gäller samt när det ska vara klart. På vägen dit finns det olika delmål och det första delmålet ska vara klart vid ett visst datum som innebär att vi tillsammans måste göra vissa saker. Finns inte det så kan du inte nå målet. I ett nätverk måste det finnas ramar.

Citatet visar att målformuleringen är viktigt för ett fungerande projekt. Några andra anser att det har varit svårt att uppnå målen. Anledningen till detta har då varit att alla i gruppen

inte har varit lika engagerade, vilket har medfört att vissa ”åker snålskjuts på de andra”. Bildandet av nätverket gick enligt en respondent till enligt följande:

/.../ Gun ringde en dag och sa ska du inte vara med i ett nätverk som vi ska bilda, och då kände man liksom att jovisst det kan jag väl vara för vi var tvungna att vara ett visst antal. Ska man krasst se på effektivitet och sånt så tror jag det hade varit mycket effektivare om vi hade fått växa fram och diskuterat ihop oss och inte bara skrapa ihop så många för att man skulle bli ett visst antal personer för att det skulle vara genomförbart.

Flertalet är dock överens om att *ett nätverk har bildats* trots vissa tvivelaktigheter:

/.../ Ja, både ja och nej, ett nätverk har ju bildats men vi är så olika, vi är väldigt spretiga, från att vissa bara har sommarverksamhet på Aspö till att andra har året runt verksamheter inne i stan. Därför har det varit svårt att samla oss och utbyta erfarenheter. Visst vi har ett nätverk, vi kan träffas, vi trivs ihop och tycker det är roligt.

/.../ Javisst men det finns inte ett nätverk idag, inte vad jag kallar nätverk i alla fall. Visst fanns det ett nätverk, men det var inte ett nätverk som var intresserade av att jobba för att de skulle nå det här målet som var satt därframme. Det verkar som vissa gick med i nätverket för att de skulle få pengar eller utbildning. Sen att de var tvungna att göra någonting för att få det, upplevde jag, att många av dem inte var beredda att satsa och det är ju väldigt kontigt.

/.../ Nej det kan jag inte säga, inte helt och hållet för vi är väldigt olika, jag kan säga att jag har gjort det med ett par stycken där. Om det blir ett nätverk eller ej tror jag visar sig nu när projektet är slut, om det finns ett fortsatt samarbete. Innan har det varit mer ”påtvingat” nu har vi upptäckt varandra och sett den möjligheten som vi har. Hur långt ifrån varandra våra företag än är så finns det något som man kan dra nytta av gemensamt men det är väldigt mycket prestige i gruppen.

Citaten visar att det råder delade meningar huruvida ett nätverk har bildats och om det finns ett fungerande nätverk idag.

I samtalsintervjuerna har många respondenter haft uppfattningen att syftet och målet är detsamma för projektet, vilket inte stämmer. Ett syfte var att *tillväxtpotentialen i företagen skulle öka*, vilket majoriteten av respondenterna anser att den har gjort, medan någon påstår att det är möjligt att det har gjort det, men är inte speciellt övertygad. Någon säger att det kan ha gjort det för en del, men inte för andra. Tre kvinnor uttrycker det så här:

/.../ Ja det har den nog kanske gjort, dock olika för oss eftersom vi är så olika inom gruppen, vissa vill heller inte växa.

/.../ Det är svårt att säga, det är ju sånt som inte visar sig efter så kort tid egentligen, det kan ju ha ökat oavsett projektet eller inte.

/.../ Det är svårt att avgöra vilket som har påverkat vilket. Det är svårt att säga om det beror på projektet eller egen verkan. Jag tror att en stor del av projektet har påverkat till det.

Citaten visar på en oenighet om tillväxtpotentialen har ökat eller inte i företagen samt vad den eventuella ökningen beror på. I de fall de anser att tillväxtpotentialen har ökat har jag ställt frågan vad de tror att det beror på. Någon anser då att ökningen har uppkommit i och med deras *gemensamma paketeringar* och/eller att vissa har fått ett större kundunderlag. Resterande respondenter har uppfattningen att tillväxtpotentialen inte har ökat och hävdar också att det inte kan göra det efter så kort tid. Kvinnorna är dock övertygade om att de stärker varandra och kanske vågar lite mer genom att delge varandra erfarenheter.

För att uppnå de uppsatta målen var ett syfte att deltagarna skulle *paketera sina produkter och tjänster*. Respondenterna är överens om att det har legat för stort fokus på paketeringen, men framhåller att de gjort ”så gott de kunnat”. Det är oklart om alla har varit medvetna om vad paketering är. Detta blir tydligt när en respondent säger att hon trodde det var en form av ”brainstorming”, vilket var en del av marknadsföringsseminariet. En annan ser ett paket som en gästföreläsning eller exemplifierar de gemensamma aktiviteterna i tex. Wämöparken.

Genom paketeringar av deltagarnas produkter och tjänster samt de aktiviteter som de har deltagit i under projektiden är alla respondenterna övertygade om att ett *samarbete* mellan deltagarna har skapats. En respondent uttrycker sig så här gällande samarbetet:

/.../ Ja det har det ju gjort, det är grupper och det är grupper för inbördes beundran. Jag är ärlig för det är min uppfattning. Hade jag blivit tillfrågad idag om jag ville vara med, hade jag tackat nej. Jag inte känner att jag tillhör där, för mig är en tidsplan, en målfokusering och ett drivande projekt där man arbetar för att lyfta varandra, ta hand om varandra och tar fram fördelarna hos alla deltagarna. Tillsammans tittar man på det vad vi har för kompetens och sen gör man något jättebra av detta och då är alla med och arbetar för att detta ska bli så bra som möjligt.

Respondentens svar kan tolkas som att samarbete har skapats mellan vissa deltagare. De är överens om att de har gjort *gemensam marknadsföring* i form av annonseringar, broschyrer och deltagit i vissa aktiviteter som Hembygdensdag i Wämöparken, Turistmässan i idrottshallen och arrangerat Cykeldagen på Aspö. De har även anordnat seminarier med gästföreläsare.

Ytterligare ett syfte med projektet var att *öka kunskapsinnehållet i de befintliga branscherna*. När det gäller kunskapsökningen anser sex av respondenterna följande:

/.../ Ja det kan man nog säga att jag har, man ökar ju sin kunskap om företaget eftersom man får det här utbytet. Sen kanske det inte gynnar just mitt yrke men som företagare, ja det tycker jag att det har tillfört mycket.

/.../ Nej det kan jag inte säga att jag har lärt mig någonting nytt, men kanske om jag hade varit en helt grön företagare.

/.../ Marknadsföring i så fall. Att arbeta i nätverk har jag gjort förut.

/.../ Jag har nog lärt mig två saker, marknadsföring och hur man arbetar i nätverk.

/.../ Jo men det gör man ju alltid, att man har lärt känna varandra och våga fråga om råd.

/.../ Ja det finns ju positiva och negativa saker som jag har lärt mig, jag har haft förmånen att vara med i nätverket och lärt mig hur ett nätverk inte ska byggas upp och fungera. Jag har också fått förmånen att följa med på tex studiebesöket i Halland, vilket är ett annat nätverk som fungerar skit bra och där kan jag tycka att vi skulle ta lärdom av det. Jag har också fått lära känna en del människor som jag tycker väldigt bra om och som är toppen. Det har ju också varit intressant att få en inblick i de andras verksamheter.

Citaten åskådliggör att kunskapsutvecklingen kan vara såväl positiv som negativ.

Fortsättningsvis i projektbeskrivningen står det att *den ökade tillväxtpotentialen ska främja utvecklingen av idéer och produkter hos de kvinnliga företagarna*. Respondenterna är här helt överens om att de ser samarbetspotential och att det inte finns någon konkurrens mellan deltagarnas företag. Vissa av dem har tillsammans skapat paket som kan ses som nya produkter.

Då de har haft aktiviteter på Aspö tidigt på våren samt gästföreläsare inpå hösten har deltagarna försökt att ge Aspö *en förlängd säsong*. Många av respondenterna säger att de tycker att säsongen har blivit längre, men tror inte att det beror på projektet. En del hänvisar återigen till att det är svårt att redan nu se vilken effekt projektet haft, men att det är möjligt att detta kommer att visa sig i framtiden.

Ingen av respondenterna anser att projektet har *skapat fler arbetstillfällen på Aspö*. Det arbetstillfället som i så fall har skapats är arbetet som projektsamordnare. Medan någon annan påstår att fler arbetstillfällen kanske kan komma att skapas om några år, då nätverket har vuxit ytterligare.

Att det *kvinnliga företagandet skulle ha ökat* i och med projektet är respondenterna tveksamma till. De har tillförts nya företag i projektet men dessa hade förmodligen startats med eller utan nätverket. Dessutom bedrivs inte dessa företag på Aspö utan de som äger företagen är endast bosatta där. Respondenterna är överens om att *antalet turister har ökat*, men återigen är de tveksamma till om det beror på projektet. En respondent uttrycker det som att antalet turister och besökare har kanske ökat just de dagar då deltagarna har arrangerat aktiviteter, men inte totalt.

Projektet ska vara miljöneutralt och det önskvärda var att turisterna skulle uppleva Aspö med cykel och genom promenader. Detta för att *minska antalet bilar på såväl färjan som ön*. Respondenterna upplever att många turister cyklar på Aspö. Skärgårdskiosken som hyr ut cyklar har gjort en undersökning som visar att 75 % av all uthyrning var till förstagångshyrare. Däremot är det ingen som har undersökt om belastningen av bilar har minskat eller ökat på färjan. Många anser dock att i och med att besökarna har ökat har det nog belastningen av bilar inte minskat.

4.3 Nätverk Aspö

Nätverk Aspös mål var att *främja det kvinnliga företagandet på Aspö*. Många har åsikten att det har främjat deras företag då vissa har fått större kundunderlag med en ökad

omsättning som följd. Andra menar att nätverket har främjat vissa företag, men inte andra. En orsak kan vara att några kvinnliga deltagare i nätverket inte bedriver sin verksamhet på Aspö eller att de har varit egna företagare en länge tid och att nätverket därför inte har främjat dem avsevärt. Två deltagare uttrycker det så här:

/.../ Ja en del har det främjat, därför en del prioriterades en del gjorde det inte. Så visst helt klart har det gjort det för en del men mig har det inte främjat.

/.../ Ja det tycker jag, för min del har det verkligen varit positivt. Framför allt att jag fått kontakt med ett par i nätverket som jag fortfarande har jättebra kontakt med och vi utbyter tjänster. Jag hade aldrig fått sån marknadsföring om jag inte hade varit med i projektet, vilket har gynnat mig. Jag hoppas att vi fortfarande ska kunna samsas om vår marknadsföring.

Ur citaten kan vi läsa att nätverket helt eller delvis främjat de kvinnliga företagen.

Ytterligare ett mål var att *öka besöksnäringen på Aspö*, vilket har upplevts olika av deltagarna. Vissa menar att besöksnäringen har ökat i och med projektet, medan andra påstår att den inte har ökat. Cykeluthyrningen har som tidigare nämnts ökat och det har även framkommit att Café Lustan hade 25 % mer besökare sommaren 2005 jämfört med sommaren 2004. En förklaring kan vara att vissa deltagare, som inte bedriver sin verksamhet på Aspö, inte är intresserade av att öka besöken på ön. Någon säger att:

/.../ När projektet lades fram hade vi delade meningar om målet var att främja kvinnlig företagsamhet och öka turismen eller gynna besöksnäringen. Jag tolkade det som att det skulle gynna kvinnligt företagsamhet och det var därför jag gick med för jag är inte ett dugg intresserad av att öka besöksnäringen.

Ur citatet kan utläsas att det råder delade meningar om vad målet med Nätverk Aspö var. Det tredje och sista målet för Nätverk Aspö var att *stärka det lokala näringslivets konkurrenskraft* och förmågan att *utveckla Aspö*. Här råder det delade meningar om målet har uppfyllts. Vissa hävdar att det inte har gjort det, medan andra säger att:

/.../ Ja det tycker jag väl, de har gjort satsningar på marknadsföringen som har slagit väl ut. Annonseringar i olika branschtidningar och även de lokala gratistidningarna som tex. Commersen.

/.../ Vi har gjort vad vi har kunnat för att stärka Aspös konkurrenskraft gentemot andra liknande besöksmål, men jag vet inte om vi är tillräckligt stora för att göra detta och att det skulle ha någon inverkan. Det är nog ganska höga visioner eftersom vi är ensamföretagare allihopa och inte stora företag som Ericsson eller Vodafone.

/.../ Ja det tycker jag faktiskt, de har ju byggt upp cykelleden och gjort vissa aktiviteter som stärkt näringslivet ute på ön.

/.../ Det är svårt att säga, jo men visst det kan jag nog säga ja på. Det är ju alltid så när man går samman och stärks.

Citaten kan tolkas som det lokala näringslivets konkurrenskraft har stärkts, det råder dock delade meningar om på vilket sätt. Målet att *Aspö ska ha/har utvecklats som ö* är inte övertygande. Vissa respondenter menar att det har det, andra inte:

/.../ Ja nya besöksmål har tillkommit så som museet, man har iordningställt cykelleder och de har kultur dagar.

/.../ Ja, kanske inga mängder men visst har det kommit mer folk dit.

/.../ Nej jag tycker inte att Aspö har utvecklats. Det ska mer till än ett litet projekt med kvinnligt nätverk. Visst vi har ju utvecklats, så indirekt har väl ön utvecklats också. Med tanke på att det är ungefär 450 personer som bor på ön och vi var 15 stycken, vilket är en ganska stor procentuell del av de boende så borde vi ha utvecklat ön som sådan.

/.../ Nej, ja lite kan man väl säga. En ökning som är nu omen har nog inget med projektet att göra. Cykelmedvetandet har ökat.

/.../ Tveksamt, jag tror att det är fler som har upptäckt Aspö och att det har utvecklats .

Citaten visar att det är svårt att bedöma om Aspö har utvecklats i och med nätverket eller om ökningen hade kommit ändå. En sak som är ganska säker är att den gemensamma marknadsföringen har bidragit till utveckling av såväl ön som besöksnäringen.

Enligt tidsplanen ska nätverket ha genomfört en *seminariumserie* motsvarande 30 timmar. Målet var att *skapa en gemensam plattform* och *utforma en handlingsplan* för hur den gemensamma marknadsföringen ska gå till. Denna marknadsföring hade för avsikt att nå ut såväl *nationellt som internationellt*. Alla respondenter som har deltagit i marknadsföringsseminarierna ser det som väldigt givande. Någon tyckte att det var för mycket utbildning och att det tog för lång tid. Många respondenter reagerar på ordet plattform och undrar vad det är. Under intervjuerna har det framkommit att vissa inte kan minnas att de har varit med och format en gemensam marknadsföringsplan. Andra säger att den formades under marknadsföringsseminarierna och att den har varit användbar.

Den gemensamma marknadsföringen har bland annat resulterat i annonser i hela Blekinge och delar av Småland. Dessutom har de skapat en hemsida, men det är svårt att veta hur den har nått ut. Ingen annonsering eller marknadsföring har gjorts internationellt. Styrgruppen har inte upplevt något engagemang från deltagarna för den typen av marknadsföring. Deltagarna är medvetna om att marknadsföringen inte har nått ut internationellt, men anser också att det har varit svårt att samla så många ”spretiga viljor” på så kort tid. Deltagarna hävdar ändå att de delvis har marknadsfört sig internationellt, eftersom de finns omnämnda på olika hemsidor om Karlskrona kommun. Deras egen hemsida finns enbart på svenska. Även turistbyrån tillhandahåller information om nätverket och de har besökare från olika nationer. De vet dock inte hur turistbyrån marknadsför Aspö.

Deltagarna har haft möte en gång i månaden, ibland var sjätte vecka. När de planerat något arrangemang har de träffats oftare. Kommunikationen mellan mötena har varit per telefon, e-post, sms och/eller när de träffats på färjan eller i affären. E-post har varit lite problematiskt i och med att alla inte läser sin e-post.

Vissa av deltagarna säger att det idag finnas ett fungerande nätverk i form av en ideell förening. Vid sista mötet under 2005 beslutades att de inte ska träffas varje månad, utan träffas ett par gånger per år för dem som är intresserade av att delta i det framtida nätverket. Under våren 2006 har de ännu inte träffats.

Både styrgruppen och deltagarna i projektet är överens om att delar av målsättningen med projektet är uppfyllt:

/... / Ja de har bildat ett nätverk, det har främjat företagandet och besöksnäringen har ökat, så mer än väl tycker jag.

/.../ Nej det har det nog inte gjort då, med allt det här om att det skulle skapa arbetstillfällen och främja företag så kan man ju inte säga att det egentligen har gjort det.

/.../ Delar av dem, vissa kanske inte har uppfyllts men vi har försökt. Vissa saker kan man inte uppfylla, som tex öka det lokala näringslivet, var väl lite väl högt att tro att vi skulle kunna göra det.

/.../ Jag tycker inte det, men jag har gjort vad jag skulle och det har varit trevligt.

/.../ Ja delvis, till 50 procent tycker jag det uppnåtts, trots att paketeringen inte blev som vi hoppats på.

/.../ Ja det tycker jag, kanske inte till 100 procent men i stort sett.

/.../ Ja var det att skapa ett nätverk så att det skulle gynna företagsamheten så passar det perfekt, för vi har ju gjort det.

/.../ Nej inte alla, stärka Aspö kan jag se. Bilda nätverk tveksamt. Öka besöksnäringen – ja. Främja företagandet – tveksamt. Stärka det lokala näringslivets konkurrenskraft - till viss del, med tanke på Ingas Cafe och Guns kiosk.

/.../ Ja, enligt den förmågan vi har haft att göra det, med så många olika ställen och utplaceringar och olika möjligheter att engagera sig i det, så tror jag det. Vi har ju varit väldigt olika. Det finns ju sommarboende på Aspö som annars bor i både Stockholm och Lund. Jag kom nog med för att det behövdes deltagare och hade nog inte tänkt vara med annars.

/.../ Inget här inne i stan har ju stärkts, det har ökat näringsverksamheten ute på Aspö.

Ur citaten kan utläsas att målen för projektet helt eller delvis har uppfyllts. Deltagarna anser att de har varit engagerade, även de som endast är sommarboende på Aspö anser att de har varit entusiastiska när de har befunnit sig på ön. Någon nämner att kriterierna för att delta i nätverket skulle ha varit annorlunda och menar att nätverket endast skulle vara för dem som är permanent boende på Aspö och försörjer sig på sitt företag. Vidare menar respondenten att vissa deltagare enbart är sommarboende på ön och har en annan huvudsyssla än det företag som de uppger i nätverket, vilket naturligt har bidragit till olika grader av engagemang hos deltagarna.

Genom sitt engagemang har deltagarna bidragit med sina kunskaper, marknadsföring och diskussioner om hur deras företag ska utvecklas och gå vidare. Två deltagare säger sig ha bidragit med:

/.../ Att tala om vad jag tycker och tänker, att jag vågar stå för min sak och det jag tror på. Även om det kanske var chockartat för en del, så tror jag att i längden så har de förstått.

/.../ Jag står väl ganska stadigt på jorden som egen företagare så visst jag har nog både gjort och sagt något klokt. Både med idéer och stoppat andra.

De båda deltagarna menar att alla har bidragit med någonting även om det inte alltid varit företagsmässiga. Respondenterna är tillsammans övertygade att nätverket på ett eller annat sätt har *främjat deras företag*. För vissa av dem har nätverket givit dem arbete och på så sätt gynnat dem. Andra kan inte säga hur det konkret har främjat deras företag, men att det alltid gör det vid deltagande i något sammanhang och att deltagarna inte ska ha för stora förväntningar på det. En respondent vågar påstå motsatsen:

/.../ Nej det tror jag inte, inget som jag kan peka på nu. Vi har funnits sedan 1927 och inom denna tidsperiod är projektiden en nysning i historian.

Respondenten anser att Nätverk Aspö inte har främjat alla företag men att anledningen till detta är den långa erfarenheten av företagande.

5. Slutsatser

Syftet med denna utvärdering var att göra en måluppfyllelseanalys samt skapa en bild av hur projektdeltagarna upplevt projektet samt vilken betydelse det har haft för deltagarna att ingå i projektet. Slutsatserna redovisas i tre delar, först fokuseras Lokalt resurscentrum för kvinnor och därefter projektet samt Nätverk Aspö. Avslutningsvis presenteras några praktiska implikationer.

5.1 Lokalt resurscentrum för kvinnor

Styrgruppen och nätverket upplever att projektet bidragit till många nya *mötesplatser* och därför anser jag att detta mål är uppfyllt. Det som bör observeras är respondenternas olika uppfattningar om vad en mötesplats är eller kan vara. Detta indikerar att det initialt hade varit viktigt att skapa en gemensam definition av begreppet.

Det råder olika uppfattningar om projektet har *bidragit till en jämställd utveckling inom Karlskrona kommun*. Styrgruppen anser att målet är uppfyllt genom att projektet har *stärkt och främjat de kvinnliga företagarna*. Deltagarna däremot anser att projektet är för litet för att det skulle bidra till en jämställd utveckling inom Karlskrona kommun, men att de tillsammans är starkare. Därmed anser jag att *syftet* att främja och stärka företagarna har uppfyllts och att detta kanske till viss del har medfört att *målet*, att bidra till jämställd utveckling i kommunen, uppnåtts.

Utifrån perspektivet att projektet var en försöksmodell för hur Lokalt resurscentrum för kvinnor i Karlskrona kan arbeta för att stärka kvinnors företagande, menar jag att även detta mål är uppfyllt. Jag anser att de kan ta lärdom av mycket i projektet Nätverk Aspö, förmodligen är dock inte alla moment och handlingar överförbara på ett liknande projekt i framtiden.

5.2 Projektet

Ett av projektets mål var *att bilda ett nätverk*, vilket har uppfyllts. Huruvida det idag finns ett fungerande nätverk är svårt att bedöma.

Respondenterna är medvetna om några av projektets mål, dock har ingen nämnt att *tillväxtpotentialen* skulle öka i företagen, vilket bör beaktas. Däremot hävdar jag att tillväxtpotentialen har ökat i företagen och att det målet därmed är uppfyllt. Det råder dock delade meningar om tillväxtpotentialen beror på projektet eller inte. Min uppfattning är att den har ökat i olika grader för deltagarnas företag, beroende på olika faktorer. Dessa faktorer kan vara företagets branschriktningar och lokaliseringen samt det enskilda företagets strävan att utvecklas och växa.

Ett mål med såväl projektet som nätverket var att *öka besöksnäringen*. Alla är övertygade om att besöksnäringen har ökat, men det råder delade meningar om det beror på projektet och nätverket eller om ökningen är allmän. Genom utvärderingen har jag fått information om att 75 % av Skärgårdskioskens cykeluthyrning var till förstagånguthyrare samt att Café Lustan har haft 25 % fler besökare under 2005. Detta visar klart att besöksnäringen har ökat, huruvida det beror på projektet eller inte spelar egentligen ingen roll, målet var att öka besöksnäringen och det är därmed uppfyllt.

5.3 Nätverket

Ett mål med Nätverk Aspö var att *främja det kvinnliga företagandet på ön*. Utvärderingen visar att projektet på ett eller annat sätt har bidragit till detta. Anledningen till att det kanske inte har främjat alla i samma utsträckning kan vara att alla kvinnorna inte bedriver sina verksamheter på Aspö eller att de har varit företagare länge och besitter mycket erfarenhet kring företagandet. Därmed kan jag säga att det kvinnliga företagandet på ön har främjats genom projektet.

Det råder delade meningar huruvida det *lokala näringslivetets konkurrenskraft ska ha/ har stärkts*. Respondenterna är frågade till vad det skulle vara som i så fall har stärkt det lokala näringslivetets konkurrenskraft. Här menar jag att det är viktigt att kommunikationen fungerar. Deltagarna bör föra en diskussion om hur det ska gå tillväga för att nå upp till detta mål. De framhåller att de känner sig starkare tillsammans och jag menar därför att det lokala näringslivet har stärkts på ön. Det kan dock ifrågasättas om dess konkurrenskraft har stärkts.

Jag kan inte utifrån utvärderingen säga om *Aspö som ö har utvecklats* eller inte. Det är dock säkert att den gemensamma marknadsföringen har bidragit till utveckling av såväl ön som besöksnäringen.

Ytterligare mål med nätverk Aspö var att marknadsföringsseminariet skulle medföra skapandet av en *gemensam plattform* och en utformning av en *handlingsplan* för hur den gemensamma marknadsföringen skulle gå till. I samtalsintervjuerna konfronteras jag på nytt med frågor angående vad en plattform är och vill återigen indikera att det initialt hade varit viktigt att skapa en gemensam definition av även detta begrepp. De som medverkade vid marknadsföringsseminariet och utformade handlingsplanen säger att den har varit användbar. Därmed kan jag påstå att målet att utforma en handlingsplan är uppfyllt.

5.4 Praktiska implikationer

Utvärderingen visar att den modell som framtagits av Lokalt resurscentrum för kvinnor i Karlskrona har utvecklingspotential. Utvärderaren föreslår därför att vid ett fortsatt arbete bör följande faktorer beaktas:

- Nätverksbyggandet bör ske utifrån deltagarnas behov och önskemål.
- Projektledare bör vara samma person under hela projekt tiden.
- Deltagarna i nätverket bör utse projektsamordnaren.
- Deltagarna i såväl styrgrupp som nätverket bör gemensamt utforma projektets mål och syfte samt definiera centrala begrepp.
- Deltagarna i styrgruppen bör formulera tydliga kriterier för medverkan i projektet.

Deltagarna i nätverket har lagt ett stort ansvar på kommunen/styrgruppen/Lokalt resurscentrum. Anledningen kan vara att initiativet har kommit ”uppifrån” och att *nätverksbyggandet* inte växt fram hos deltagarna själva. Den egna viljan och behovet hos deltagarna att skapa ett nätverk leder till ett större engagemang i jämförelse med om initiativet till nätverket kommer ”uppifrån”.

Det har framkommit i många samtalsintervjuer att det hade underlättat med samma *projektledare* under hela projekttiden. Vissa deltagare menar att det har varit problematiskt att byta projektledare, medan andra inte sett det som något problem. En slutsats som dock kan dras är att en projektledare är att föredra för att undvika att deltagarna tappar den "röda tråden" i projektet.

En annan sak som framkommit i samtalsintervjuerna som inte heller påverkar måluppfyllelsen direkt är valet av *projektsamordnare*. Det hade uppskattats från deltagarna om de tillsammans hade utsett en projektsamordnare. De är också av den åsikten att projektsamordnaren inte bör ingå som en deltagare i nätverket. Huruvida projektsamordnaren ska vara avlönad eller inte avgörs nog av om denne ska vara en extern eller intern person bland deltagarna.

För att uppnå sammanhållning i projektet anser jag att projektledaren och deltagarna *gemensamt formulera målsättningen och syftet med projektet samt definiera centrala begrepp*. Utvärderingen visar att det råder olika uppfattningar om vad en mötesplats är samt vad ordet plattform betyder. Det är viktigt att redogöra för vad vissa *begrepp* betyder, för att tillsammans kunna skapa strategier för att uppnå en målfokusering.

I samtalsintervjuerna har det framkommit att alla deltagare inte varit insatta i projektets budget. Detta tolkar jag som en brist i kommunikationen mellan styrgrupp och deltagare. För att detta ska undvikas i framtiden kan åtgärden vara att alla deltagare får någon form av "välkomstpaket" men innehåll av projektbeskrivning samt budgeten för projektet.

Inom nätverket är det viktigt att deltagarna känner samhörighet och att kommunikationen dem emellan fungerar. För att uppnå en högre samhörighet i gruppen bör *kriterierna för att delta i projektet* tydliggöras. I framtida nätverk bör kriteriet vara att alla deltagarna försörjer sig på sitt företag.

Alla deltagare är överens om att projektet på ett eller annat sätt har främjat deras företag eller utvecklat deras egen kunskap. Utifrån detta kan jag dra slutsatsen att det har varit av betydelse för deltagarna att få möjlighet att delta i Projektet Nätverk Aspö.

Referenser

Esaiasson, P. (2002) *Metodpraktikan*, Stockholm: Nordstedts Juridik AB

Halvorsen, K. (1992). *Samhällsvetenskaplig metod*, Lund: Studentlitteratur

Jerkedal, Å. (2001) *Utvärdering – steg för steg*, Stockholm: Nordstedts Juridik AB

Projektbeskrivning Nätverk Aspö

Intervjuguide

Kontextuella frågor

- Beskriv din roll i projektet
- Hur länge har du medverkat i projektet?

Lokalt resurscentrum / styrgrupp

- Skapandet av mötesplatser
- En jämställd utveckling i kommunen
- Modellen för hur Lokalt resurscentrum för kvinnor i Karlskrona
- Utanför den ordinarie verksamheten
- Projektledaren Annelie P Norrman
- Landsbyggsutvecklaren Britt-Marie Havby
- Projektsamordnaren Gun Lejhall
- Carlskrona Nyföretagarcentrum, Birgith Juel
- Hur ofta har styrgruppen träffats?

Projektet

- Målet med projektet
- Syftet med projektet
- Bildandet av nätverket
- Ökningen av tillväxtpotentialen i företagen
- Utvecklingen av Aspö
- Samarbetet mellan deltagarna
- Gemensam marknadsföring
- Paketering av produkterna och tjänsterna
- Kunskapsinnehållet i de befintliga branscherna
- Utvecklingen av idéer och produkter hos de kvinnliga företagarna
- Ökningen av turister

- Förlängd säsong på Aspö
- Ökningen av det kvinnliga företagandet
- Fler arbetstillfällen på Aspö
- Belastningen av bilar på färjan och ön

Nätverk Aspö

- Främja det kvinnliga företagandet
- Besöksnäringen
- Förstärkningen av det lokala näringslivets konkurrenskraft
- Marknadsföringsseminariet
- Gemensam plattform
- Handlingsplanen för hur marknadsföringen ska gå till
- Marknadsföring nationellt/internationellt
- Hur ofta har nätverket träffats?
- Kommunikationen mellan mötena
- Vad har du bidragit med i nätverket?
- Hur anser du att ditt engagemang har varit?
- Har nätverket främjat ditt företag?
- Måluppfyllelsen
- Finns det ett fungerande nätverk idag trots att projektet är avslutat?