



INKLUDERANDE INNOVATIONS- SYSTEM

YOURWILL FÖR COOMPANION NOVEMBER 2023



COOMPANION
KOOPERATIV UTVECKLING

REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN 



Medfinansieras av
Europeiska unionen

Bakgrund

Uppdrag

Fokus i vår förstudie är på vad och hur företagsfrämjande aktörer har gjort för medvetna förändringar eller tillämpade processer för att utveckla ett mer hållbart och inkluderande innovationsstöd.

Jag söker 5–10 A4 sidor med referenser. Det kan gärna vara en blandning av lokala, nationella eller internationella exempel eller kunskapsunderlag som visar på vinsten att arbeta mer inkluderade och hur det kan göras i en innovations- o företagsfrämjande miljö.

Smart specialisering är ett begrepp som EU-kommissionen initierade och är ett arbetssätt för att kraftsamla kring innovation och tillväxt inom de områden där det finns störst potential.

Målet med denna förstudie är att ta fram kunskapsunderlag från forskning och praktiska initiativ för det **stödjande innovationsekosystemet att kunna bygga stödstrukturer** utifrån våra unika förutsättningar i länet som kan främja utförarnivåns arbete med att bidra till en god styrning och implementering av de regional smarta specialiserings strategierna.

Definitioner och innebörder

FÖRETAGSFRÄMJANDE AKTÖRER OCH INNOVATION

Uppdraget handlar om "Vad och hur företagsfrämjande aktörer har gjort för medvetna förändringar eller tillämpade processer för att utveckla ett mer hållbart och inkluderande innovationsstöd."

I denna mening finns ett antal begrepp att reda ut.

En företagsfrämjande aktör är i vår tolkning en organisation eller ett företag som stödjer och hjälper andra företag att växa och utvecklas. Dessa aktörer kan erbjuda en rad tjänster, inklusive finansiering, rådgivning, utbildning, nätverksmöjligheter och andra resurser. Målet är att hjälpa företag att övervinna utmaningar, utnyttja möjligheter och uppnå framgång. Ett närliggande begrepp är innovationsfrämjande aktör vilket utgörs av en organisation, institution eller enhet som syftar till att stimulera, stödja och påskynda innovation inom olika sektorer eller regioner. Medan både företagsfrämjande och innovationsfrämjande aktörer arbetar för att stödja och påskynda tillväxt, ligger fokus för innovationsfrämjande aktörer särskilt på att främja nya idéer, produkter, tjänster, processer eller affärsmodeller. För frågeställningen kring inkludering är båda dessa system intressanta.

INKLUDERING

När man talar om inkludering i företags- och organisationskontexter, refererar det till att skapa en miljö där alla individer känner sig värderade, respekterade och har lika tillgång till möjligheter och resurser.



MÅNGFALD

Vi har valt att definiera mångfald som en samling individer som har olika förutsättningar, erfarenheter och egenskaper i enlighet med Mlekov & Widell (2013). Denna definition bygger på den moraliska grunduppfattningen om allas lika värde.

Litteraturen behandlar dock huvudsakligen etnisk mångfald och de flesta forskningsstudierna har en definition i stil med "the range of citizens with different origins, religions, and traditions living and interacting together". (ex. Bove och Elia 2017) dvs. etnisk mångfald i någon form. Väldigt få av mångfald/diversity studierna hanterar kön, funktionsbestånd, ålder, sexuell identitet eller sexuell läggning – när det är fallet påtalas det särskilt.

HANTERING AV BEGREPP OCH AVGRÄNSNING

När det gäller inkluderande företagande finns det i särklass mest rapporter statistik och forskning kopplat till kön. Fokus i denna rapport har legat på kön och etnicitet även om vi gör vissa inspel kring andra målgrupper. Vi har inte hanterat ålder i någon utsträckning även om det är ett område som man skulle kunna djupdyka i. När det kommer till frågor om exempelvis sexuell läggning finns väldigt lite forskning att luta sig emot. När det gäller funktionsvariation görs vissa exempel men de stora strukturerna vi följer för att synliggöra hur normsystemet inom det företagsfrämjande systemet ser ut är kön och etnicitet. Nog så viktig är att synliggöra vem systemet faktiskt är anpassat för och vilka utmaningar det kan leda till.

Är inkludering lönsamt?

NÄR MAN SÖKER SVAR på den övergripande frågan så hamnar man i skärningspunkten mellan många olika forskningsfält. Det kan handla om lönsamhet för en individ, en grupp, ett land, för ett företag, en organisation eller för utveckling generellt. Det spänner över fält som psykologi, ledarskap/grupputveckling, nationalekonomi med mera. Beroende på vilken aspekt av mångfald man hanterar kan det också se olika ut. Etnisk mångfald och kön är dock de vanligaste grunderna att undersöka och där det finns i särklass mest forskning att ta av.

Hur ett land gynnas av mångfald:

Forskning kring invandringens effekter på ett land är relevant och bör nämnas för att förstå varför organisationer engagerar sig i mångfald. Det är ett aktivt forskningsområde kring mångfald och ekonomisk utveckling som spänner över discipliner som ekonomi, organisationsteori, ledarskap och samhällskunskap (Bove och Elia 2017). Mycket av litteraturen handlar om mångfald i en nationell kontext, exempelvis hur etnisk fragmentering påverkar Afrika (Posner, D. N. (2004)) eller hur mångfald har bidragit till USA:s utveckling (Ottaviano, G. I., & Peri, G. 2006). I Sverige har Jesper Strömbäck (2016) uttryckt att "Utan invandring stannar Sverige", vilket framhäver invandringens centrala roll i landets framtid. Samtidigt poängterar han att det är viktigt att skilja mellan om invandring är bra och om integrationen är framgångsrik. Strömbäck betonar att även om integration i vissa fall misslyckas, bör lösningen vara bättre integration snarare än minskad invandring (Strömbäck, 2016:18).

Integration kan ha flera ekonomiska fördelar för ett land, inklusive förbättrad effektivitet inom internationella relationer (van der Mensbrugge & Roland-Holst, 2009), möjligheten att rätt matcha global arbetskraft (Gagnon, 2014), och ökad innovation (Chellaraj, Maskus, & Mattoo, 2008). Bove och Elia (2017) fann att länder med större heterogenitet upplevde större ekonomisk tillväxt.

Hur en organisation/företag gynnas av mångfald:

På en organisatorisk nivå handlar det om hur grupper och organisationer fungerar beroende på om de är homo- eller heterogena. Företag som prioriterar mångfald upplever bättre lönsamhet, enligt en rapport från McKinsey & Company betitlad "Diversity Wins."

HÄR ÄR EN SAMMANFATTNING AV RAPPORTENS HUVUDPUNKTER:

1. Sedan den första upplagan av rapporten 2015 har klyftan mellan de mest och minst mångfaldiga företagen ökat.
2. Rapporten "Diversity Wins" 2020 analyserade över 1 000 företag från 15 länder, inklusive Sverige. Den visade att framstegen inom mångfald och representation går långsamt, men vissa företag har gjort anmärkningsvärda framsteg.
3. Företag som framgångsrikt har integrerat mångfald i sina affärsstrategier visar att det krävs systematiskt arbete, modiga beslut och konsistenta insatser för ökad inkludering.
4. Även om många företag har avancerat inom mångfald, behöver de fortsätta att förbättra sin inkludering.

5. Fyra huvudsakliga fakta från rapporten är: a. Företag med jämn könsfördelning är 25% mer benägna att vara lönsamma än genomsnittet. b. Företag med över 30% kvinnor i ledningsgruppen presterar ofta bättre än de med 10–30% kvinnliga ledare. c. Det finns en 48% lönsamhetskillnad mellan de mest och minst jämställda företagen. d. Företag med etnisk och kulturell mångfald visar en 36% ökning i prestation jämfört med genomsnittet.
6. Trots satsningar på mångfald och opartiska rekryteringsprocesser garanteras inte en inkluderande kultur, då arbetsplatsupplevelsen avgör om medarbetare väljer att stanna och utvecklas.

I rapporten konstaterade också att:

”The most important drivers identified were advantages in recruiting the best talent, stronger customer orientation, increased employee satisfaction, and improved decision making.”

Lazear (1999) argumenterade att ekonomer kunde studera kulturella frågor och visade att mångfald kunde öka produktiviteten när det finns kompletterande kunskaper. Hong and Page (2001) fann att heterogena grupper var bättre på problemlösning än homogena grupper, med tanke på mångfald av erfarenheter och kompetenser. Forskning från Leung (2008) kopplade samman kreativitet med multikulturella upplevelser, och det visade sig att flerspråkighet och andra multikulturella faktorer ökade kreativitet. Allt högre krav ställs på företag när det kommer till innovation och flexibilitet (Pless & Maak, 2004). Ett diversifierat samhälle ställer krav på företagen att integrera mångfaldsarbete, vilket leder till långsiktiga och värdeskapande konkurrensfördelar (Mlekov & Widell, 2013).

Under 2023 utförde Kantar Sifo en studie på uppdrag av Järvaveckan Research och PwC Sverige för att undersöka hur mångfald och inkludering hanteras inom svenska företag. Studien inkluderade 1 046 små och medelstora företag som deltog via en slumpmässigt rekryterad webbpanel. Målet var att förstå företagets inställning till inkludering och mångfald. Av de deltagande företagen arbetade 24 procent aktivt för att främja dessa områden, medan endast 12 procent hade fastställda mål i detta avseende. En majoritet på 53 procent anser att svenska företag i större utsträckning bör bidra till samhällsintegration. Trots detta har blott 1 procent valt att etablera kontor i socioekonomiskt utsatta områden. Omkring 60 procent anser att incitament såsom reducerade arbetsgivaravgifter skulle kunna stimulera mångfald, och 76 procent ser ett behov av politiskt stöd för språkutbildning för de som inte talar svenska. Dessutom menar 49 procent att det inte finns någon motsättning mellan att sträva efter etnisk mångfald och att prioritera meriter. Endast 4 procent har en dedikerad ledningsperson för mångfald och inkludering. Slutligen tycker 26 procent att det är viktigt för svenska företag att erkänna fler kulturella högtider för att främja förståelsen och kunskapen om mångfald.

Vidare visar forskning från Cambridge att företag med könsdiversifierade styrelser har fler patent och mer nyskapande patent, samt en högre innovationsförmåga. De använder en ny databas över företagspatent och styrelsekaraktärer i 45 länder för att undersöka både inrikes och utrikes faktorer som påverkar styrelsers könsdiversitet och dess relation till företagets innovation. Styrelser med könsdiversitet är också förknippade med mer toleranta attityder gentemot misslyckanden och mer långsiktiga incitament för verkställande direktörer (VD), mer innovativa företagskulturer och en större mångfald bland uppfinnare. Dessa egenskaper bidrar till en förbättrad innovationsprestation. (Griffin, Li, Xu (2020))

Är det företagsfrämjande systemet exkluderande?

EN STOR MÄNGD FORSKNING är gjort på detta område, framförallt 2009-2015. Forskningen är relativt samstämmig, något som konstateras inte minst i den omfattande forskningssammanställning som Branten och van der Bruggen på Institute for Transition gjorde 2020. De konstaterar hur slående det är att man under så lång tid forskat så mycket på kvinnors företagande och vem det företagsfrämjande systemet är anpassat för med samma slutsatser men utan att beslut om förändring genomdrivits. Att komma till handling i olika frågor verkar utmanande. Statistiskt finns oändligt mycket mer information om kvinnors företagande än företagande med annan etnisk bakgrund än svensk, HBTQ personer och andra kategorier av olikhet. Forskningen på vem det företagsfrämjande systemet är anpassat för berör dock bredare kategorier.

Statistiskt brukar vi prata om att kvinnor driver cirka 30% av företagen, en siffra som enbart gått upp från 29% sedan 2008. Branten och van der Bruggen (2020) konstaterar dock att begreppen är förvirrande och att vi mäter olika saker. Kvinnor står som ägare till 31% av de totala bolagen 2020, 26% är inrapporterade till bolagsverket som verkliga huvudmän och endast 24% är ägare till aktiebolag. Män ägnar sig i större utsträckning åt företagande med anställda och har större ambitioner att växa medan kvinnor driver företag som mest sker på deltid, utan anställda och med lägre intäkter. Kvinnor äger endast 16,7 % av alla företag som omsätter mer än 1 miljon. En siffra som sattes upp som kriterium för att man ska kunna ta ut en lön. Detta utgör en stor utmaning.



Vi ser att det lever kvar många gamla föreställningar om hur kvinnor är som entreprenörer; allt ifrån att de skulle vara mindre riskbenägna till att familjelivet är ett hinder i entreprenörskapet för just kvinnor. Det är just dessa föreställningar som ofta sedan leder kring lägre finansiering och mindre stöd i sitt företagande för kvinnor.”

Branten och van der Bruggen (2020)

ÄR DET FÖRETAGSFRÄMJANDE SYSTEMET EXKLUDERANDE?

Vidgar man dessutom begreppet företagande något och tittar på andelen styrelseledamöter så har vi 2020 följande statistik att förhålla oss till:

- ➔ andelen kvinnor i styrelser är 37%
- ➔ kvinnor på chefsposition inom näringslivet 29,9%
- ➔ andelen kvinnor som är VD:ar i alla typer av bolag 17%.
- ➔ I startupvärlden med de mest innovativa företagen som varje år utses av 33-listan, är andelen kvinnor 7 procent (lite oklart dock om man här åsyftar ägande eller annat engagemang).

Intressant att notera, vilket också Branten och van der Bruggen gör, är det framväxande sociala företagandet och det kooperativa företagandet som går att driva i olika juridiska former. Detta är ett område med betydligt bättre jämställdhet. (Mann 2020) Det sociala företagandet är inte särskilt tydligt definierat ännu och det finns begränsad statistik kopplat till kön att tillgå. Däremot menar författarna att alla de intervjuat som jobbar med stödjande insatser kring sociala företag är överens om att andelen kvinnor som driver och uttrycker en önskan om att driva den typen av företag i absolut majoritet. Vi återkommer till detta resonemang i avsnittet: Sociala företag och kooperations särart i relation till frågan. på sidan 15.

Om vi ska försöka förstå vad problemet ofta är i det främjande systemet så finns en hel del forskning. Branten och van der Bruggen rapporten går igenom all forskning kring kvinnors företagande fram till 2019 från samtliga svenska universitet. Man konstaterar att de flesta studier om kvinnors företagande ligger på en strukturnivå. Det handlar om synen på en företagare och de strukturer som skapar bilden av hur "en riktigt företagare" är och hur denna ska stöttas.

Branten och van der Bruggen synliggör hur man i det företagsfrämjande systemet under decennier har enats om begrepp och odlat gemensamma sanningar. Och det är med den världsbilden som stödet för kvinnors entreprenörskap har utformats under de senaste decennierna. Bilden har varit att kvinnor behöver utbilda sig, få access till företagarevärlden, lära sig hur det funkar där, vara "stark", "ta för sig" och "kavla upp ärmarna". Författarna kallar det assimilering. Redan 2014 slog Emma Dalborg på Mittuniversitetet hål på myten att kvinnliga företagare inte har samma självförtroende och mod i sitt företagande.

"Kvinnor och män känner en stor passion för och har en stark självförtroende att starta och utveckla företag men då företagande kvinnor inte uppfattas som potentiella tillväxtföretag får de endast ta del av en bråkdel av det totala företagsstödet. Detta leder till att de uppfattar högre risker med företagande, vilket också neutraliserar den identifierade effekt som passionen annars har för att starta företag." Dalborg 2014

Vad händer om det företagsfrämjande systemet istället skulle ha ett inkluderande perspektiv, där hänsyn i större utsträckning tas till en bredd av behov som olika företagsformer och branscher har – då de kan ha andra förutsättningar, värderingar och ambitioner än vad systemet traditionellt är vant vid? I en sådan ansats kan man tänka sig att systemet anpassas till många fler. Inte bara till kvinnor utan en bredd av människor som idag inte passar in.

Även om statistiken kring utlandsfödda utgör en svårighet då man inte får registrerar människors härkomst så kan man följa olika kategorier på statistisk nivå. Även inom detta område finns dock en stor förvirring kring vad man faktiskt mäter. Statistiken kan ofta brytas ner på första generationens invandrare och andra generationens invandrare. Vi kan dock konstatera att utlandsfödda entreprenörer i Sverige representerar en betydande och växande del av företagslandskapet.

ÄR DET FÖRETAGSFRÄMJANDE SYSTEMET EXKLUDERANDE?

- ▶ Enligt statistik från SCBs arbetskraftsundersökningar finns det ungefär 83 000 företagare i Sverige som är födda i andra länder och 408 000 som är födda i Sverige. Sedan 2014 har antalet företagare födda utanför Sverige ökat snabbt, en utveckling som delvis drivits av den omfattande flyktinginvandringen som började 2015. Dock har trenden vänt sedan pandemin i början av 2020, och antalet företagare födda utomlands har minskat med cirka 10 000 personer, motsvarande nästan 11 procent. För företagare födda i Sverige är motsvarande minskning mindre än två procent. (SCB)

Många invandrare som försöker etablera företag stöter på hinder såsom språksvårigheter, svårigheter att få krediter och ett dåligt kontaktnät, vilket försvårar deras möjligheter att få hjälp från etablerade stödsystem. Dessa problem förvärrades under kriser, och många företagare har känt sig särbehandlade av banker och kreditinstitut. Invandrade företagare har återkommande uttryckt utmaningar med att få finansiering (ex. Kerimo 2023). En utmaning som man delar med företagande kvinnor.

Flera forskningsrapporter har specifikt undersökt hur investerare och banker ger stöd och finansiering i högre utsträckning till män än kvinnor, endast på grund av normer och föreställningar om deras kön. En sådan studie är genomförd av Johansson & Malmström (2015) som utforskade frågan om vem som mottar företagsfinansiering.

För att samla data användes metoder som intervjuer med statliga finansiärer, observation av hur dessa finansiärer utvärderade och fattade beslut, samt analys av deras uttalanden. Resultaten från denna studie identifierade sju betydande skillnader i hur män och kvinnor behandlas i dessa sammanhang.

- I beskrivningar framställs män ofta som affärsmän och innovatörer, medan kvinnor endast refereras till som "hon".
- Det är ovanligt att kvinnor framställs som innovatörer.
- Positiva beskrivningar är mindre vanliga för kvinnor, som endast får positiva attribut 54 % av tiden och negativa 46 %, jämfört med män som beskrivs positivt i 86 % av fallen och negativt i 14 %.
- Samma ord används för att beskriva både män och kvinnor, men med skilda betydelser.
- Exempelvis, att vara "ung" associeras med "ung och oerfaren" för kvinnor, medan det för män kan innebära "ung och ambitiös".
- Positiva attribut för kvinnor tenderar att vara mer generella, medan män får mer specifika positiva beskrivningar. När det gäller negativa attribut, är det motsatta sant – kvinnor beskrivs mer detaljerat negativt, och män mer allmänt.
- Superlativ används oftare för att beskriva män jämfört med kvinnor.
- Kvinnliga företagare framställs i en mer passiv kontext, ofta beskrivna som de "är och har", medan män framställs som mer aktiva, som de "gör och kan".
- Män porträtteras oftare som unika och nyskapande, en bild som sällan appliceras på kvinnor.

Undersökningen gjordes på nationell nivå. På regional nivå i Västernorrland genomförde Elisabeth Sundin och Yvonne von Friedrichs på Mittuniversitetet en studie som heter "Företagande på lika villkor? Kartläggning av företagsfrämjande aktörers attityd, strategier och operativa arbete avseende jämställt företagande i Västernorrlands län". Studien konstaterar i huvudsak att den bild vi har av en företagare är en man inom tillverkande industri och att denna bild påverkar det företagsfrämjande systemet.

"De problem som kvinnor möter när de driver företag i länet har sin bakgrund i länets starka industriella tradition med stora företag inom den tillverkande sektorn. /.../ det finns föreställningar och myter om företagandet som inkluderar eller exkluderar kvinnor från att ta del av företagsfrämjande system." (Sundin och von Friedrichs 2014:4)

ÄR DET FÖRETAGSFRÄMJANDE SYSTEMET EXKLUDERANDE?

Tillväxtverket stärker denna bild i sin egen nationella kartläggning "Kartläggning av det företagsfrämjande systemet i Sverige" från 2015. Man konstaterar att det företagsfrämjande systemet är komplext och svårt att få ett grepp om samt att det inte når mäns och kvinnors företagande i lika utsträckning.

Här har vi inte hittat några motsvarande studier när det kommer till företagare med utländsk bakgrund. Man kan dock tänka sig att bilden av en företagare som en man inom tillverkande industri i Västernorrland sannolikt är "en vit man inom tillverkande industri". Bara som en illustrativ ögonblicksbild av hur normer skapas kan AI robotar vara intressant. En AI robot har tillgång till extremt stora mängder information som människan skapat över tid. När man ber Midjourney skapa en bild av en företagare så får man denna bild:



*En företagsägare.
Fyra vita män med bestämd kroppshållning.*



*En kvinnlig företagsägare.
Fyra vita kvinnor med mjuk framtoning.*

Här spelar många normsystem som vi kartlagt i denna rapport in, normsystem som påverkar oss alla. Slående är dock att ingen av de personer som AI:n genererar har en annan hudfärg än vit. Jag genererade om resultaten flera gånger och tillslut så skrev jag "a company owner of color" alltså "en färgad företagsägare".

Jag fick då denna bild på fyra vita män som driver färgbutik.



ÄR DET FÖRETAGSFRÄMJANDE SYSTEMET EXKLUDERANDE?



En entreprenör. Vita män med världen för sina fötter.



En kvinnlig entreprenör. Fyra kvinnor, tre vita med fokus inåt och lätt sexualiserat.

Dessa utmaningar sträcker sig från företagsstöd till innovation. 2020 skriver exempelvis innovationsforskaren Malin Lindström så här i sin skrift "inkluderande innovation i skärningspunkter";



Traditionell innovation har ofta tillvaratagit ett fåtal människor och perspektiv i utvecklingen av nya varor, tjänster och verksamheter. Vanligen har experter inom teknik, industri och näringsliv involverats."

Hon menar att fyra mekanismer har visat sig ha särskilt stor påverkan på inkludering och exkludering i innovationsprocesser, och då pratar hon inte enbart om kön:

- 1. STRUKTURER** – representation av olika målgrupper, intressenter och personal inom ett visst verksamhetsområde, vad gäller kön, ursprung, ålder m.m. Inom denna del ligger också strukturer kring finansiering.
- 2. SYMBOLER** – kommunikation om innovatörer och innovationer i text och bild, exempelvis på webbplatser, i sociala medier och annonsering.
- 3. RELATIONER** – kontaktnätverk, bemötande och samskapande mellan målgrupper, intressenter och personal.
- 4. IDENTITETER** – självbild och självkänsla hos olika grupper, vad gäller att identifiera och framställa sig som innovatörer eller innovationsfrämjare.

Vi känner igen dessa rubriker från annan forskning och tänker oss att de är särskilt intressanta när vi sammanställer exempel på hur olika aktörer arbetat konkret kring dessa frågor.

Sammanställda exempel

RAPPORTEN SOM SAMMANSTÄLLT forskning för kvinnors företagande sedan 2015 konstaterar att det är svårt att omsätta strukturella och strategiska satsningar till en praktisk skillnad. (I Branten och van der Bruggen 2020) Det finns flertalet exempel på konsultstöd och företagsstöd som getts till mindre bolag. De flesta av dessa följer upp statistik kring hur många kvinnor, män, utrikesfödda och inrikesfödda som tar del av stöden.

Strukturer

Man kan prata om systembevarande och systemförändrande insatser. En systembevarande insats är till exempel kvinnliga nätverk i mansdominerade miljöer. Genom att ha ett kvinnligt nätverk stöttar man kvinnor i att lyckas i en miljö som är svår för kvinnor att lyckas i. Insatsen hjälper just den kvinnan men möjliggör samtidigt den orättvisa strukturen att fortsätta. Systemförändrande insatser handlar om att ändra strukturer långsiktigt, att skapa samma möjligheter för exempelvis kvinnor och män. Här känns det viktigt att konstatera att många av de exempel som är kopplade till utlandsfödda entreprenörer det facto är systembevarande.

I detta avsnitt försöker vi sammanställa exempel på aktiviteter som har som ambition att agera systemförändrande.

KUNSKAPSHÖJNING Att höja kunskap om frågorna kring inkludering och mångfald är en enormt viktig insats. Den bygger på insikten att väldigt få människor vill agera orättvist och diskriminerande. Genom kunskap om maktordningar och verktyg för att se sina egna fördomar, sin bias, väljer vi att agera på nya sätt. Här följer några exempel på aktörer som arbetat med kunskapshöjning och hur de arbetat.

THE YES WAY är en satsning, initialt finansierad av bland andra Vinnova, med syfte är att verka för ett jämställt och inkluderande innovationsfrämjande. Satsningen leddes av Ideon Innovation, en inkubator. The yes way arbetar strukturerat och långsiktigt med kunskapshöjningsövningar, planer, policys, riktlinjer för att bli mer inkluderande som inkubator eller innovationsfrämjande. Kunskapshöjningen bygger på att skapa insikter kring ett eget och ett organisatoriskt bias.

Program med erfarenhetsutbyte: Exempelvis genomförde man 2022 ett program i Västerbotten med tre av regionens innovationsfrämjare, Skellefteå Science City, eXpression och Almi Nord.

DIVERSITY CHARTER SWEDEN, ett nätverk inom mångfalds och inkluderings frågor.

Livesända samtal. Man genomför bland annat livesända samtal kring intressanta områden på temat inkludering. Organisationen arrangerar också träffar mellan sina medlemsföretag i syfte att de ska stötta varandra i frågorna.

SUPPORT GROUP NETWORK, (Intervju med Nigar Ibrahim) finns i Göteborg, Trollhättan. De har identifierat det tydliga strukturella hindret att inkubatorer är på svenska och även om du är inflyttad till Sverige och har lärt dig svenska så är den nivå av svenskar du behöver inom företagsvärlden en helt annan. Det är svårt att förstå även när svenska är ditt modersmål. Support group network startades 2014 och stöttar personer som flyttat till Sverige inom det mesta, från mottagande till arbete och etableringar.

Sluta ställa krav på svenska. Nigar menar att om du vill starta företag kan du göra det på vilket språk som helst. Vi har verktygen för att hantera affärsplaner på många olika språk. Vi får inte köra fast i språket. ►

SAMMANSTÄLLDA EXEMPEL

- ▶ **STATISTIK** Statistik kring inkludering är ett väldigt trubbigt verktyg. Hur många män respektive kvinnor som finns på olika befattningar eller i olika sammanhang är dock en indikation på hur organisationen mår i dessa frågor. Att titta på etnisk mångfald i en organisation är svårare då det finns regler för hur man får och inte får dokumentera vart människor kommer från. Om vi är säkra på att exempelvis män och kvinnor är lika kompetenta så kan en indikator som visar att många fler män än kvinnor finns i en inkubator ge en tydlig indikation på att vi gör någonting fel. Man kan sätta målet kring statistik på olika sätt antingen kan man tänka att 70 % av företagen i Sverige drivs av män alltså är det rimligt att en inkubator har 70 % företag som drivs av män. Man kan också tänka att en i huvudsak offentligt finansierad inkubator ska ge lika mycket stöd till kvinnor som till män även om männen är lägre hängande frukter. Det är ju just på denna plats som man kan utjämna andelen företag som drivs av män respektive kvinnor.

Boken "Osynliga kvinnor" av Caroline Criado Perez från 2020 synliggör vikten av data för att få syn på annars osynliga normer. Hon exemplifierar med härresande exempel på mannen som norm och kvinnan osynliggjord exempelvis skapar allt från diskriminerande rekryteringar till osynligt hushållsarbete.

Följ statistik på alla nivåer. Almi använder statistik för att följa hur det går för män och kvinnor i deras inkubatorer. Man räknar män och kvinnor i kommunikation och rådgivare har ett mål om hur många unika kunder de ska arbeta med under ett år samt hur många av de företagen som ska vara kvinnoleda. Även om arbetet även riktar sig mot utlandsfödda så finns restriktioner kring hur man får kartlägga insatser. (Intervju Mattias Walfridsson, Almi nord)

Hitta egna nyckeltal. The yes way: Organisationen the yes way stöttar företag i att hitta sina nyckeltal för att kunna följa och mäta insatser.

Mäta andra former av kapital än det ekonomiska. Handelshögskolan på Umeå universitet har under en längre tid arbetat för att mäta kapital som inte bara är ekonomiskt. Man tittar på mätal för socialt, kulturellt kapital med flra.

Finansiering

Från forskningshåll har det konstaterats att det finns stereotypa föreställningar om kvinnor och män inom riskkapitalmarknaden som påverkar hur kapital fördelas och i andra studier gjorda av ex Dagens Industri eller i 2021 rapporten "Nordic Startup Funding through the lens of gender diversity" så har det konstaterats att de företag som kvinnor grundat endast får ca 1% av det investerade kapitalet. Då en övervägande majoritet av all finansiering går till män finns det anledning att ställa sig frågan vad som är fel med systemet? När det gäller riskkapital går exempelvis inte ens 1 % till kvinnor men även inom de offentliga finansieringssystemet så söker män större summor pengar än kvinnor och blir beviljade dessa i högre utsträckning än kvinnor.

I studien "Varför äger inte kvinnor och män lika mycket än" av tankesmedjan Ownershift finns forskning samlad som beskriver normer och stereotyper och mannen som norm. Ett exempel är hur investerare föredrar när manliga entreprenörer pitchar företagsidéer, även när företaget och innehållet i pitchen är exakt samma när kvinnliga entreprenörer presenterar. Attraktiva män har en fördel både över mindre attraktiva än och kvinnor. Huruvida den kvinnliga entreprenören är attraktiv eller inte verkar inte påverka investerarna. Brooks A.W., L Huang and F. Murray. (2014)

Enligt Holmquist och Wennberg (2010) finns det i Sverige en rad hinder för kvinnor att få tillgång till kapital när de startat företag. De menar att dessa hinder måste undanröjas för att göra kapital mer tillgängligt för kvinnor. De främsta svårigheterna för kvinnor i Sverige för att få tillgång till kapital är sammanfattat i fyra punkter.

1. Kvinnors nätverk består i högre grad av familj och vänner.
2. Kvinnor har i allmänhet en mindre förmögenhet att ställa som säkerhet till lån, bland annat för att kvinnor har lägre lön.
3. Kvinnor ser mer omfattande på risk om de känner ansvar för sin familj.
4. Kvinnor som företagsledare möter ofta fördomsfulla attityder bland investerare och andra.

Aktivitetsguide för verksamheter. The yes way har tagit fram en aktivitetsguide med bland annat följande konkreta tips när det kommer till investerarrträffar:

- Kartlägg ert befintliga investeringsnätverk.
- Kartlägg ert potentiella investeringsnätverk.
- Identifiera entreprenörer/innovatörer från nya eller underrepresenterade målgrupper som behöver finansiering.
- Bjud in investerare och entreprenörer/innovatörer till ett gemensamt samtal. Bjud gärna in minst 6 och högst 20 personer. Eftersträva en mångfald i kön, bakgrund och erfarenheter.
- Känns tiden knapp så inkludera aktiviteten i ett annat planerat evenemang eller möten med investerare.

Investerarrträff som vänder perspektiven

Kreativ Industriell Symbios (KIS), ett projekt som drevs av RISE arbetade med inkluderande finansieringsträffar. Förutom stegen som the yes way listat ovan arbetade man med att få bort hierarkier genom att låta finansörerna pitcha för företagen och sedan lagade man kreativ mat tillsammans. Ett sätt att bygga bort hierarki i rummet.

Mikrofonden – finansiering för fler.

Mikrofonden som ligger under coompanion har vuxit fram som ett sätt att finansiera verksamheter som traditionellt har svårt att få finansiering. Ofta på grund av sin bolagsform. Finansiera byalag, stiftelser etc. garantier för banklån. Medlemsinsatser. Placera i förlagsinsatser ekonomiska föreningar.

Leksell Social Ventures är ett investmentbolag som investerar i sociala innovationer och sociala utfalls kontrakt. Privat investment bolag. (Länk)

ANDRA EXEMPEL PÅ STÖD OCH FINANSIERING

1. **VINNOVA:** Sveriges innovationsmyndighet, Vinnova, har olika finansieringsprogram som syftar till att stödja mångfald inom innovation och forskning. Dessa program kan rikta sig till kvinnor, etniska minoriteter eller andra underrepresenterade grupper inom innovation och teknik.
2. **ALMI:** Almi erbjuder lån och affärsutvecklingsstöd till små och medelstora företag i Sverige, med särskilt fokus på företag som drivs av kvinnor eller personer med utländsk bakgrund.
3. **EU:S SOCIALFOND:** Europeiska socialfonden har projekt och program som syftar till att öka sysselsättningen och främja social inkludering. De finansierar projekt som riktar sig till grupper som är underrepresenterade i arbetslivet eller har svårigheter att få tillgång till finansiering. ►

SAMMANSTÄLLDA EXEMPEL

- ▶ **4. IMPACT INVESTORS:** Impact-investerare, som sociala riskkapitalbolag eller impact-fonder, investerar ofta i företag och projekt som har en social eller miljömässig positiv inverkan, vilket inkluderar att stödja underrepresenterade entreprenörer.
- 5. CROWDFUNDING-PLATTFORMAR:** Plattformar som Kickstarter eller Indiegogo kan fungera som inkluderande finansieringskällor, eftersom de tillåter entreprenörer från olika bakgrunder att presentera sina idéer direkt till en bred publik.
- 6. MIKROFINANSINSTITUT:** Dessa institutioner, som Grameen Bank, erbjuder små lån till entreprenörer som vanligtvis inte har tillgång till traditionella banktjänster, ofta i utvecklingsländer.
- 7. STATLIGA OCH REGIONALA UTVECKLINGSPROGRAM:** Många länder och regioner har utvecklingsprogram som erbjuder stöd och finansiering till företag som drivs av underrepresenterade grupper eller i områden med lägre ekonomisk aktivitet.

KÄNDA IMPACT INVESTERARE

Impact investors är investerare som syftar till att uppnå både finansiell avkastning och positiv social eller miljömässig inverkan genom sina investeringar. Här är några exempel på kända impact investors och organisationer som är aktiva i detta område:

- 1. ACUMEN:** En global non-profit impact-investeringsfond som investerar i företag och projekt i utvecklingsländer med fokus på att lösa sociala problem som fattigdom och tillgång till grundläggande tjänster. Acumen
- 2. TRIODOS BANK:** En europeisk bank som erbjuder finansiella tjänster, inklusive impact investing, med fokus på hållbar utveckling. De finansierar projekt och företag inom förnybar energi, ekologiskt jordbruk, sociala projekt och mer. Triodos Bank
- 3. OMIDYAR NETWORK:** Grundad av Pierre Omidyar, grundaren av eBay, denna organisation investerar i entreprenörer som syftar till att lösa stora sociala utmaningar. De fokuserar på områden som digital identitet, utbildningsteknik och finansiell inkludering. Omidyar Network
- 4. THE GLOBAL IMPACT INVESTING NETWORK (GIIN):** Även om det inte är en investerare i sig, är GIIN en organisation som främjar impact investing och fungerar som en resurs för investerare intresserade av denna typ av investeringar. GIIN
- 5. TBLI GROUP:** De fokuserar på att utbilda finansiella experter om fördelarna med triple bottom line investing (ekonomisk, social och miljömässig avkastning). TBLI Group
- 6. ROOT CAPITAL:** En impact-investerare som fokuserar på att förbättra livsvillkoren för småbrukare i utvecklingsländer genom att erbjuda lån och rådgivning till små och växande företag inom jordbruket. Root Capital
- 7. BAMBOO CAPITAL PARTNERS:** En kommersiell privat kapitalfond som investerar i företag som arbetar inom sektorer som kan ha stor social inverkan, som energi, hälsovård och finansiella tjänster i utvecklingsländer. Bamboo Capital Partners
- 8. RESPONSABILITY:** En schweizisk investmentfirma som fokuserar på hållbara investeringar i tillväxtmarknader, särskilt inom mikrofinans, små och medelstora företag, samt hållbara energilösningar. ResponsAbility



Symboler

DET VI SER ÄR NÅGOT VI KAN TRO PÅ. Om det inte finns några förebilder som ser ut som oss är det svårt att känna sig tilltalad. Mycket kommunikation för företag och företagsfrämjande är fortfarande riktad utifrån den traditionella bilden av vad som är ett företag.

Flertalet studier pekar på vikten av förebilder, sociala nätverk och mentorskap i fråga om sannolikheten att någon startar en ny verksamhet. Genom att se personer som liknar en själv genomföra saker som man själv önskar göra ökar sannolikheten att man gör det själv.

Tech har varit det dominerande utvecklingsområdet under de senaste decennierna och att det är ett fält där män historiskt dominerar. Fokus i media har varit att berätta historierna om enhörningsföretag och dessa mäns framgång. Företagande har då blivit något som lockar de som intresserar sig för detta. Denna företagarevärld attraherar en del kvinnor men långt ifrån alla. Denna uppfattning av företagandet har även kommit att prägla stora delar av det företagsfrämjande systemet där det funnits en syn på vad som är "riktigt" företagande, varpå kvinnor med en annan uppsättning drivkrafter eller värderingar inte har passat in. (Branten och van der Brugghen 2020)

I motsats till världsuppfattningen om företagaren som en tech-entreprenör finns det en synvinkel som utmanar etablerade strukturer och normer. Detta perspektiv bygger på en annan ideologisk grund, där fokus ligger på kollektivt arbete, samarbete, genusfrågor, feminism och samhällsnytta. I denna kategori ingår sociala företag och kulturella näringar, men även traditionella företag som leds av individer med denna världsbild. Dessa företag är ofta involverade i att omforma sina organisationsstrukturer och mål för att prioritera hållbarhet och inkludering. (Branten och van der Brugghen 2020)

EXEMPEL PÅ KOMMUNIKATIONSÅKTIVITETER

Lyfta icke traditionella investerare.

eXpression Umeå lyfte i en samtalsserie icke traditionella investerare. Investerare som tänker annorlunda än snabb avkastning och som i längre samtal förklarade sin värdegrund och tanke kring varför.

Projektet Schyst visar exempel på hur

Projektet kommer från region Värmland och har tagit fram exempel på hur man kan lyfta förebilder från olika perspektiv. ([Länk](#))

Genusfotografen

Tomas Gunnarsson kallas också genusfotografen. Han tar analyserar bilder och tar också normbrytande bilder. ([Länk](#))

SYMBOLER

Genuscertifierat kommunikationsmaterial.

Region Halland har genus certifierat kommunikationsmaterialet genom Främja kvinnors företagande. De anställde även en person med fokus på ökat inflöde till det offentligt finansierade stödsystemet där det under 2014 var extra fokus på bolag som ägs/drivs av kvinnor samt kulturella och kreativa näringar. (Branten Anna, Brugghen, Anna van der)

Identifiera könskodade ord och byt ut dem

Företagen Mondi och Holmens skog har arbetat med inkluderande rekrytering. De har gjort det här på många olika sätt och på många olika nivåer men en väldigt konkret aktivitet har handlat om att identifiera manligt och kvinnligt kodade ord i annonser. Vi vet att man känner sig tilltalad av tjänster i mycket högre utsträckning än vad kvinnor gör medan kvinnor ofta avstår från att söka ett jobb så länge man inte känner sig tilltalad av den exempelvis genom att orden är manligt kodade. Män söker jobb oaktat könskodning av ord medan kvinnor inte söker om de inte känner sig tilltalade. (Gaucher, Friesen & Kay 2011:10)



Relationer

Kontakt nätverk, bemötande och samskapande mellan målgrupper, intressenter och personal.

Crossinnovation. Subtopia, en inkubator för kulturella och kreativa näringar arbetar tillsammans med ett antal andra kreativa inkubatorer med det som kallas crossinnovation. Tanken är att skapa branschöverskridande möten. ([Länk](#)) Denna del kan också ligga under innovation.

”Skapa företag tillsammans” Coompanion kommunicerar och bygger nätverk på andra sätt än traditionella inkubatorer. ([Länk](#))

Mentorsprogram som skapar möten

Microsoft, har infört digitala mentorsprogram som kopplar ihop anställda från olika bakgrunder och geografiska platser. Detta främjar kunskapsutbyte och kulturell förståelse på en global skala. Deras app är också en produkt som andra kan använda. Programmet erbjuder en plattform för mentorstöd inom teknik, där deltagare från ”Humans of IT Community” delar med sig av sina erfarenheter av att använda appen och det värde de fått från denna kostnadsfria mentorplattform. För mer information om detta program kan du besöka deras [webbplats](#).

Identiteter

Självbild och självkänsla hos olika grupper, vad gäller att identifiera och framställa sig som innovatörer eller innovationsfrämjare.

FOKUS PÅ ICKE TRADITIONELLA AFFÄRMODELLER

Add perspectives – en släp för alla

Mångfaldsprojektet Add Perspectives är ett initiativ som Semcon lanserade 2018 för att visa på hur viktigt det är att få med tidigare förbisedda gruppers perspektiv i teknikbranschen och produktutvecklingsprocessen. Ett produktutvecklingsteam på Semcon, alla kvinnor, med nya perspektiv på gamla produkter inom UX-design, kunde redan efter två månaders intensivt arbete presentera konceptet Automatic Trailer Connection. ([Länk](#))

Sänka trösklar genom att göra tillsammans

Support group network väntar inte på att utlandsfödda ska starta bolag. Man sammankallar personer inom ett område som är intressant ex. matlagning och gör tematiska saker tillsammans. Ibland blir det företag, ibland jobb, ibland en bra sysselsättning. Skriva affärsplan på modersmål. Problem att kräva språk först. Börjar tidigare, bygger människor och nätverk mellan människor.

Nyföretagarhjälpen

Under flyktingvågen gjorde Nyföretagarcentrum en satsning för kvinnor med utomeuropeisk bakgrund. Man genomförde särskilda insatser för att nå ut till utlandsfödda och nyanlända. Stöd, information och rådgivning nådde över 4 500 utlandsfödda under 2020. Under samma år var 5 procent av de företag som startades genom Nyföretagarcentrum grundade av nyanlända. ([Länk](#)).

Snabbspår norr

Almis satsning som riktar sig till nyanlända på lätt svenska. ([Länk](#))



Företagsfrämjare i regionen

Vilka ses som företagsfrämjare?

På sidan Ta steget som handlar om att få etableringar till regionen så listar regionen nyttiga länkar för företagare. I dessa länkar finns bland annat företagsfrämjande aktörer, se listan nedan. Jag har delat upp listan i lite olika rubriker, se fetstil nedan och kan konstatera att de aktörer som omfattas av denna analys framförallt ligger under rubriken ”direkt företagsstöd - inkubator”. I den rubriken ligger Peak, Nyföretagarcentrum och Almi. Här borde coompanion finnas med som aktör och under finansiering saknar vi också exempelvis mikrofonderna.



Etableringar

Business Region Midsweden
The Power Region, marknadssite för regionen

Statliga insatser

Mittuniversitetet, universitet
Verksamt

Företagens vänner/nätverk

Företagarna
Handelskammaren
Samling näringsliv

Finansiering

Norrlandsfonden

Direkt företagsstöd - inkubator

Peak Innovation
Nyföretagarcentrum
Almi

Övergripande

Kommunernas näringslivskontor.

I Västernorrland och Jämtland finns inte heller inkubatorer för kulturella och kreativa branscher, i Västerbotten och norrbotten finns ex. eXpression, Gobusiness, Eberneser, nationellt har vi Subtopia med flera.

Hur beskriver de sitt arbete med inkludering?

En snabb scanning av olika aktörers hemsidor när det kommer till inkluderingsfrågor.

■ PEAK INNOVATION

Peak Innovation lyfter fram sitt engagemang i att organisera Special Olympics World Winter Games, ett stort idrottsevenemang för atleter med intellektuell funktionsnedsättning. Detta evenemang betonar vikten av inkludering och tillgänglighet inom idrotten. De strävar efter att engagera fler aktörer i att utveckla inkluderande idrottsverksamhet. Ett exempel är Jemtland Innebandy, som planerar att starta en parasektion. Deras mål är att förändra attityder och öka medvetenheten om vikten av inkludering.

Kopplat till den egna organisationens arbete med inkludering hittar vi ingenting på hemsidan. Det kan vara så att man arbetar med frågan men inte anser att det hör hemma på en extern webbplats.

Peak Innovation, som inkubator och företagsfrämjare, visar tecken på att arbeta mot mer inkluderande verksamheter, även om det inte finns explicit information på deras hemsida om deras strategier för inkludering i denna roll.

Här är några punkter jag fann:

- 1. Stöd till Företag och Individer:** De erbjuder stöd till företag och individer för att utveckla idéer, matcha behov med kunskap, och hjälpa till med finansiering och marknadsföring.
- 2. Startup-program:** Peak Innovation arbetar med ett tiotal nystartade företag varje år, erbjuder individuell coaching och hjälp med att hitta finansiering och marknader.
- 3. Inkubatorbolag:** De stöttar ett flertal bolag som arbetar med inkluderande och samhällsförbättrande projekt, till exempel:

Wivra: En tjänst för kommunikation mellan personal och anhöriga till äldreboenden.

Delta: En digital lösning för att främja ett hälsosamt och inkluderande liv.

Knopp: En app för barn med funktionsvariationer för att främja lekbaserad inlärning och öka självkänsla.

4. Nätverk av Experter och Rådgivare: De har ett nätverk av experter och rådgivare, inklusive finansierare och affärsänglar, för att stödja tillväxtresan för startup-bolag.

Även om dessa punkter indikerar ett engagemang för inkludering och stöd till företag med sociala och miljömässiga mål, saknas specifik information om hur Peak Innovation som inkubator och företagsfrämjare explicit arbetar med att bli mer inkluderande i sin verksamhet.

När man visar upp personer på hemsidan så uppfattar man att kvinnor är något överrepresenterade, framförallt som rådgivare. På bild finns enbart en person som bryter mot vithetsnormen.

■ NYFÖRETAGARCENTRUM

På webbplatsen för NyföretagarCentrum Jämtland, finns inte specifik information som direkt adresserar inkludering och jämställdhet. Sidan fokuserar huvudsakligen på att erbjuda stöd och rådgivning till nyföretagare och presenterar information om deras tjänster, rådgivare och samarbetspartners. Det är möjligt att frågor om inkludering och jämställdhet behandlas i deras rådgivning eller interna policyer, men sådan information är inte explicit presenterad på de delar av webbplatsen som jag kunde granska.

■ ALMI

Almis hemsida för Jämtland hänvisar till den nationella hemsidan när det gäller jämställdhet och inkludering. De lyfter fram att de arbetar aktivt med dessa frågor som en integrerad del av sitt hållbarhetsarbete.

Här är några huvudpunkter från deras webbplats:

1. Mångfald och Effektivitet: Almi betonar vikten av mångfald i arbetsgrupper och strävar efter att främja ökad mångfald samt allas lika rättigheter och möjligheter inom alla områden av sin verksamhet. De ser mångfald som en förutsättning för att vara en attraktiv och utvecklande arbetsplats och för att fullgöra sitt uppdrag effektivt.

2. Mångfaldsarbetets Fördelar: Ett aktivt mångfaldsarbete ses som ett sätt att bidra till engagerade medarbetare, ökat förtroende från uppdragsgivare och samarbetspartners, samt en förbättring av Almis professionalism och anseende. Almi inkluderar även ett jämställdhetsindex i sin hållbarhetsredovisning, vilket speglar deras interna mångfald utifrån kön.

3. Medlemskap i Diversity Charter Sweden: Almi är medlem i Diversity Charter Sweden som är en del av

ett europeiskt nätverk. Deras mål är att mångfald och inkludering ska vara en självklar del av varje organisations strategi, vilket bidrar till att stärka konkurrenskraft och verksamhetsnytta.

4. Jämställdhet och Mångfald som Företagskultur:

Almi framhäver vikten av ett hälsosamt arbetsklimat, bra ledarskap, etisk och kulturell mångfald, och en jämn köns- och åldersfördelning för att skapa en framgångsrik företagskultur. De betonar att en inkluderande attityd är viktig för att rekrytera, utveckla och behålla talanger och färdigheter.

Utan djupare undersökning är det svårt att säga om Almi Jämtland adresserar frågorna i sin verksamhet.

■ COOMPANION

Coompanions webbplats för Jämtland Härjedalen diskuterar inkludering och jämställdhet, särskilt i samband med deras arbete med kooperativa företag och entreprenörskap (alltså deras grundverksamhet):

1. Kooperativa Företag: Coompanion framhåller att kooperativa företag spelar en viktig roll i en hållbar, jämlik och demokratisk samhällsutveckling. Genom kooperativ får fler människor möjlighet att utöva och praktisera demokrati och delaktighet, vilket stärker samhällsgemenskapen. De betonar att kooperativa företag grundas på internationellt antagna principer som inkluderar jämlikhet, samarbete, hållbarhet och delaktighet.

2. Värderingar inom Kooperativa Företag: De understryker även att kooperativa företag bygger på värderingar som självförsörjning, personligt ansvar, demokrati, jämlikhet, rättvisa och solidaritet. Etiska värden som hederlighet, öppenhet, socialt ansvar och omsorg om andra är centrala för de som är delägare eller medlemmar i ett kooperativt företag.

3. Främjande av Entreprenörskap: Coompanion framhäver sitt arbete med att främja entreprenörskap som värnar om social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet. De strävar efter att skapa företag som tar samhällsansvar, bidrar till lokal utveckling och främjar en mångfald av ägarmodeller i det svenska näringslivet.

Dessa punkter visar att Coompanion i Jämtland Härjedalen lägger vikt vid inkludering och jämställdhet som en del av deras övergripande arbete med att stödja och utveckla kooperativa företag och hållbar entreprenörskap.

Analys och reflektion

Sociala företag och kooperationers särart i relation till frågan- ett regionalt genusperspektiv

NÄR I PRATAR OM INKLUDERING OCH JÄMSTÄLLDHET så finns många olika nivåer, under denna rubrik så bortser vi från hur företagsfrämjare arbetar för inkludering i sina verksamheter och tittar på systemperspektivet. Här handlar det om ett regionalt genusperspektiv som gör att tillverkande industrier med ständig tillväxt ses som riktiga företag medan andra branscher, exempelvis kooperativa företag, kreativa företag, enskilda firmor och socialt företagande inte prioriteras. Genus-perspektivet är att de företag som ses som riktiga och som systemen är utformade utifrån framförallt drivs av män medan fler kvinnor finns i de underprioriterade företagsformerna. Man kan notera att etablerade kooperationer också är mansdominerade men ändå betydligt mer jämställda än börsnoterade bolag. (Mann 2020)

I detta regionala genusperspektiv skulle vi också kunna prata om företagande i branscher och titta på hur företagsfrämjare adresserar exempelvis vård och omsorg inom det privata. Verksamheter som inte är självklart skalbara.

När regionen i Jämtland Härjedalen ska beskriva sitt företagsfrämjande system så tar man inte med exempelvis Coompanion. I Jämtland/Härjedalen och Västernorrland finns inte inkubatorer för kulturella och kreativa branscher. Den traditionella företagsvärlden omfattar i grunden inte modeller så som kooperativt och kreativt företagande. Det är intressant att notera att enda gången enskilda firmor ges en likvärdig status med aktiebolag är när man på nationell nivå räknar statistik kring hur många kvinnor som driver företag. Den konspiratoriska kan tänka att det ger bättre siffror kring antalet kvinnor som driver företag medan innovationssystemet anpassas efter skalbarhet och traditionell tillväxt – företagsformer där fler män finns.

Fler kvinnor driver företag inom kulturella och kreativa näringar samt inom kooperativt företagande och inom områden som syftar till att svara upp mot agenda 2030 målen. Här behöver man göra en distinktion på företag som inom ramen för sin ordinarie verksamhet försöker göra den så hållbar som möjligt och företag vars huvudsakliga syfte är att nå målen med agenda 2030. Dessa olika typer av företag svarar mot helt olika logiker och har också olika behov i sin utveckling. För ett socialt eller kooperativt företag är inte den ekonomiska lönsamheten det högst prioriterade och här möter man ett företagsfrämjande system som fokuserar på ständig tillväxt.

Branten Anna, Bruggen, Anna van der (2020) uttrycker det på följande sätt:

” I mötet mellan det som företagarevärlden är van vid - hur man ser på framgång, risk, det beprövade, det konkreta och mätbara - och det något mer svårbegripliga, symboliska tänkandet - uppstår mängder av missförstånd. Språkliga, värderingsmässiga, kulturella, konflikter mellan teori/praktik, mellan processmetod/organisk metod och det krävs därför en medvetenhet om dessa olikheter, mod och uthållighet från en verksamhet om den på djupet vill förstå dessa frågor och få dessa att leda till praktisk förändring. /.../ Så här ligger den stora utmaningen. För den "klassiska" företagarevärlden att förstå den tillväxtpotential eller potential till samhällsomställning som ligger i att pröva nya och kanske svårbegripliga vägar. Och för de som utmanar den rådande ordningen att formulera det man vill åstadkomma på ett sätt som gör ambitionerna begripliga för fler än de i de egna leden.”

(Branten Anna, Bruggen, Anna van der 2020)

Det pågår diskussioner om mätbarhet i företagandet kopplat till annat än ekonomi och det behövs utvecklas och formas nya hållbarhetsbegrepp. I ny forskning pratas det bla. om behovet av interdisciplinärt samskapande och cirkulär ekonomi som fokuserar på planetära gränser och fördelningar av makt och resurser. Inom dessa områden dominerar kvinnor. Både bland ekonomiska nytänkare och i andel som är intresserade av hållbarhetsfrågorna och som vill driva företag utifrån dessa mål dominerar kvinnor. Kopplat till samhällets behov av omställning och uppfyllande av målen i Agenda 2030 så behöver vi snabbt frigöra denna potential. (Branten Anna, Bruggen, Anna van der 2020)

Hur fördelningen mellan svenskfödda och utlandsfödda ser ut är väldigt svårt att följa och inkubatorer dokumenterar av juridiska skäl inte heller detta. Detta är en stort utmaning då stora grupper människor som inte är en del av normen riskerar att bli osynliggjorda.

Malin Lindberg mfl. (2022) skrev en rapport kopplat till social innovation och socialt företagande i Sverige, och konstaterade att det finns goda möjligheter i form av engagerade aktörer och en mångfald av enskilda initiativ. Samtidigt råder det brist på tydligt politiskt stöd och styrning för social innovation och socialt företagande i Sverige. Det krävs tillgång till mer långsiktig och systematisk finansiering till att etablera och skala sociala innovationer och sociala företag.

Analysmetoder och arbetssätt

EN VIKTIG GRUNDFRÅGA och slutsats i denna rapport är att det företagsfrämjande systemet är anpassat för män inom vissa typer av branscher. Det krävs mer tid och annan data för att säga exakt vilka branscher och hur utlandsfödda bemöts av innovationssystemet. Det krävs också mer kunskap för att visa hur andra diskrimineringsgrunder tas om hand i det företagsfrämjande systemet. Det vi kan göra är att synliggöra vem systemet är anpassat för idag. Kort sammanfattat: Vita män inom skalbara verksamheter.

Viktigt att notera är att Sverige när det kommer till att främja kvinnors företagande över tid har gått från systembevarande insatser i form av specifika lösningar för kvinnor till att försöka synliggöra utmaningarna i systemen och förändra systemen. Istället för att säga att kvinnor ska bli bättre på att ta för sig och gå olika mentorsprogram så pratar man om hur man ska bredda bilden av en företagare och utbildar inkubatorpersonal i vilken bias man har. När man tittar på konkreta aktiviteter har arbetet mot personer med utländsk bakgrund ännu inte gått i denna riktning. Här pratar man om hur man ska stötta utlandsfödda företagare i att bli bättre på svenska i att förstå administration och dokumentation och så vidare. Man pratar också om hur man ska hjälpa utlandsfödda att få bättre nätverk och förstå svensk kultur.

Här skulle man kunna tänka sig att i framtiden så har man insatser mer som Nigar Ibrahim på Support Group Network pratade om, att ge rådgivning på egna språk och att bjuda in till öppna tematiska träffar som leder till olika saker. Ibland arbete, ibland företagande. Att bygga på individens drivkraft. Även om Nigar inte använder begreppet så genomförde de en öppen innovationsprocess.

Vidare är nya former av arbetssätt så som crossinnovation och öppna innovationsprocesser intressanta att titta närmare på. Interdisciplinärt samskapande och cirkulär ekonomi. Troligtvis är det logiker som kan intressera fler. Här har aktörer såsom Coompanion en stor verktygslåda att utgå från. Det är också metoder som torde fungera relativt väl i ett län som Jämtland Härjedalen. Till skillnad från Västernorrlands industriella processer är länet van vid småföretagande. I det ligger en styrka. Det är dock viktigt att koppla på kunskapen kring fördomar, bias och normstrukturer annars riskerar man att gå i samma fällor igen.

Litteraturförteckning

- Ahmed, S., Hunter, S., Kilic, S., Swan, E., & Turner, L. (2006). Race, Diversity and Leadership in the Learning and Skills Sector. Final Report. London.
- Alesina, A., & La Ferrara, E. (2005). Ethnic diversity and economic performance. *Journal of Economic Literature*, 762–800.
- Brooks A.W., L Huang and F. Murray. "Investors Prefer Ventures Pitched by Attractive Men". *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 111, no. 12. (March 25, 2014; 4427-4431
- Bove, V. och Elia, L (2017) "Migration, Diversity and Economic Growth" *World Development*, Volume 89 react-text: 70 .: 71 January 2017: 72 , Pages 227-239
- Brunsson, N. (2002). The organization of Hypocrisy - Talk, Decisions and Actions in Organizations. Malmö: Liber.
- Branten Anna, Bruggen, Anna van der (2020) Institute of transition. VAD VET VI OM KVINNORS FÖRETAGANDE? En förstudie kring statistik, forskning och initiativ.
- Chellaraj, G., Maskus, K. E., & Mattoo, A. (2008). "The contribution of skilled immigration and international graduate students to U.S. innovation." *Review of International Economics*, 16(3), 444–462.
- Cecilia Dalborg (2014) GAMLA VILFÄRELSER och NYA VERKLIGHETER? En studie om föreställningar och förutsättningar för entreprenörskap. Mitt universitet
- DeBruin, L.M. (2002) "Facial resemblance enhances trust." *Proceedings of the Royal Society of London B: Biological Sciences*
- De los Reyes, P. (2001). Mångfald och differentiering – diskurs, olikheter och normbildning inom svensk forskning och samhällsdebatt. Solna: SALTSA: Arbetslivsinstitutet.
- Friedrichs Yvonne von, Sundin Elisabeth (2014) Företagande på lika villkor? Kartläggning av företagsfrämjande aktörers attityd, strategier och operativa arbete avseende jämställt företagande i Västernorrlands län.
- Gagnon, J. (2014). Chapter "Demographic change and the future of the labour force in the EU27, other OECD countries and selected large emerging economies". In OECD, & European Union (Eds.), *Matching economic migration with labour market needs*. Paris: OECD Publishing.
- Griffin, Li, Xu (2020) "Journal of Financial and Quantitative Analysis" Volym 56, Utgåva 1, Februari 2021, sidorna 123–154)
- Glaeser et al., 2000 "Measuring trust" *The Quarterly Journal of Economics* 115 3 2000 pp. 811
- Holmquist, K., & Wennberg, K. (2010). Många miljarder blir det : fakta och nyckeltal om kvinnors företag. Stockholm: Tillväxtverket.
- Hong, Lu; Page, Scott E. "Groups of diverse problem solvers can outperform groups of high-ability problem solvers" Edited by William J. Baumol, New York University, New York, NY, and approved September 17, 2004 (received for review May 25, 2004)
- Horwitz, S. K., & Horwitz, I. B. (2007). The effects of team diversity on team outcomes: A meta-analytic review of team demography. *Journal of Management*, 33(6), 987–1015. Lambert, W.E., Tucker, G. R., och d'Angelian, A (1973) "Cognitive and attitudinal consequences of bilingual schooling." *Journal of Educational Psychology*, 65:141-159
- Johansson, J., & Malmström, M. (2012). Företagande i Norrbotten & Tillgång till offentlig finansiering: – är genus en faktor? *Priorum* , s. 56.
- Johansson, J., & Malmström, M. (2015). Under ytan. Hur går snacket och vem får pengarna II? Tillväxtverket.
- Kerimo Feyyaz, Etniskt entreprenörskap, sociala nätverk och konflikthantering Fallstudie om assyriskt företagande i Sverige. 2023. KTH
- Leung, A., Maddux, W., Galinsky, A., Chiu, C. 2008. Multicultural Experience Enhances Creativity. *The When and How. American Psychologist*. Vol 63. No 3.
- Lindström Malin, 2020, Inkluderande innovation i skärningspunkter, Piteå: Piteå Science Park
- Mann Curt-Olof, 2020, KOOPERATIONEN VS AKTIEBOLAG, Vem är mest jämställd?. svensk cooperation
- McCuiston, V.E., Wooldridge, B.R., Pierce, C.K. 2004. 'Leading the diverse workforce: Profits, Prospects and Progress'. *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 25 10
- McKinsey & Company, 2020, "Diversity Wins – How Inclusion Matters" Iss 1 pp. 73 – 92. Available through: Copenhagen Business School Library website <http://www.cbs.dk/en/library> (Accessed 9 Feb 2016)
- Mlekov, K. & Widell G. 2013. Hur möter vi mångfalden på arbetsplatsen? *Studentlitteratur*: Lund.
- Nemeth, C. Och Kwan, J. (1987). "Minority influence, divergent thinking and detection of correct solutions." *Journal of Applied Social Psychology*, 17, 788-799
- Olsen, J.E., Martins, L.L. 2012. "Understanding organizational

- ▶ diversity management programs: A theoretical framework and directions for future research". (E-journal). 1168–1187. Available through: Copenhagen Business School Library website <http://www.cbs.dk/en/library> (Accessed 9 Feb 2016)
- Pless, N. & Maak, T. 2004. Building an Inclusive Diversity Culture: Principles, Processes and Practice. *Journal of Business Ethics*. 54. 129-147.
- Posner, D. N. (2004). Measuring ethnic fractionalization in Africa. *American Journal of Political Science*, 48(4), 849–863.
- Ramböll Management Consulting (2015) Kartläggning av det företagsfrämjande systemet i Sverige". Tillväxtverket. Info 0601

- Ottaviano, G. I., & Peri, G. (2006). The economic value of cultural diversity: Evidence from US cities. *Journal of Economic Geography*, 6 (1), 9–44.
- Sifo, 2023, Järvaveckan research, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://info.pwc.se/hubfs/perspektiv-naringslivet-2023.pdf?_hstc=14215524.c709fcb356d3784ebd56b58c2931bc1.1698596127424.1698596127424.1698596127424.1&hssc=14215524.1.1698596127424&_hsfp=2021333299
- Strömbäck, N (2016). Utan invandring stannar Sverige. *Volante*
- Simonton, D.K. (1999). "Origins of genius: Darwinian perspectives on creativity." New York: Oxford University Press

- Thomas & Ely (1996) "Differences Matter: A New Paradigm for Managing Diversity" September–October 1996 issue of *Harvard Business Review*.
- van der Mensbrugge, D., & Roland-Holst, D. (2009). Global economic prospects for increasing developing country migration into developed countries. United Nations Development Programme, human development reports, Research Paper 2009/50.

Intervjuer

- Nigar Ibrahim, Support Group Network. 20 oktober
- Jan Svensson, Mikrofonen Sverige. 20 oktober
- Melina Bergström, The Yes Way. 22 november

Övriga exempel

Här är några exempel på hur företag har utnyttjat mångfald för att stimulera innovation:

- **APPLE:** Apple har länge sett värdet av mångfald för innovation. De har team med medlemmar från olika bakgrunder och nationaliteter som arbetar med produktutveckling. Apple tror att de bästa idéerna kommer från ett mångsidigt team av tänkare.
- **PROCTER & GAMBLE (P&G):** P&G har skapat "Affinity Networks" och "Employee Resource Groups" som samlar medarbetare baserat på gemensamma intressen eller bakgrunder. Dessa grupper spelar en aktiv roll i företagets innovationsprocess, där medlemmarna bidrar med unika insikter baserade på deras specifika erfarenheter.
- **L'ORÉAL:** För att spegla sin globala kundbas har L'Oréal prioriterat mångfald i sin forskning och

utvecklingsavdelning. Genom att ha ett mångsidigt team av forskare kan de utveckla produkter som passar en större mängd hudtyper, hårtyper och skönhetsstandarder.

- **CISCO:** CISCO har flera Employee Resource Organizations (EROs) som representerar olika befolkningsgrupper. Dessa grupper är inte bara en plats för nätverk utan är också involverade i produktutveckling och feedback.

- **MASTERCARD:** Företaget har Mastercard's Women's Leadership Network och andra liknande nätverk som hjälper till att förbättra representationen av kvinnor i teknik och ledarskapspositioner. Dessa nätverk bidrar till att ge nya perspektiv som kan öka innovationen.

- **GENERAL ELECTRIC (GE):** GE använder sitt "Women's Network" för att förbättra kvinnors representation i teknisk positioner. Genom att

ge kvinnor möjlighet att samarbeta över olika avdelningar kan GE generera nya idéer och lösningar.

- **NESTLÉ:** Genom sin kulturella mångfaldsstrategi tar Nestlé med insikter från anställda av olika etniciteter och kulturella bakgrunder när de introducerar nya produkter på olika marknader.

- **ERICSSON:** Denna globala telekommunikationsjätte har flera initiativ för mångfald och inkludering. De har särskilda program för kvinnors ledarskap, LGBTQ+-inkludering och andra grupper.

- **SPOTIFY:** Den svenska musikstreamingstjänsten har förbundit sig att bygga en inkluderande arbetsplats med en mångfald av medarbetare. De har flera interna grupper och initiativ för att främja mångfald och inkludering.

- ▶ **SCANIA:** Denna lastbilstillverkare har uttryckt en stark förpliktelse för jämställdhet och mångfald inom sina led. De driver interna utbildningsprogram och initiativ för att säkerställa en inkluderande arbetsmiljö.
- **IKEA:** Företaget är känt för sin kulturella mångfald och sina initiativ för inkludering. IKEA lägger stor vikt vid jämställdhet, LGBTQ+-rättigheter och inkludering av människor med olika etniska bakgrunder.
- **SEB:** Denna stora svenska bank har ett särskilt fokus på kvinnors representation i ledande positioner och har satt upp kvantifierbara mål för att öka mångfalden på alla nivåer.
- **ACADEMIC WORK:** Ett rekryteringsföretag som har en särskild inriktning på unga talanger. De har lagt stor vikt vid mångfald och inkludering, särskilt när det gäller att hjälpa unga människor från olika bakgrunder att hitta jobb.
- **SVENSKA KYRKAN:** Även om det kanske är överraskande för vissa, har Svenska kyrkan varit progressiv i frågor om inkludering, med stöd för LGBTQ+-rättigheter och en inkluderande inställning till invandring.
- **MÅNGFALDSBAROMETERN:** En årlig undersökning utförd av Uppsala universitet som mäter inställningar till mångfald i Sverige. Undersökningen kan ge insikter om hur olika organisationer och sektorer presterar i fråga om inkludering.

■ **BLINDREKRYTERING:** För att motverka fördomar har vissa organisationer börjat med blindrekrytering. Det innebär att information som namn, kön, ålder eller etnicitet tas bort från ansökningar för att förhindra diskriminerande val. Ett exempel på detta är Sveriges Radio, som har använt sig av blindrekrytering för att främja mångfald bland sina medarbetare.

Källa: "Därför började Sveriges Radio med blindrekrytering", Dagens Media, 2017.

■ **MÅNGFALDSAMBASSADÖRER:** Vissa företag, som Ericsson, använder mångfaldsambassadörer som jobbar aktivt med att främja en inkluderande arbetsplatskultur och rekrytera från en bredare talangpool.

Källa: Ericsson's officiella hemsida, Diversity and Inclusion avsnitt.

■ **MENTORSPROGRAM FÖR MÅNGFALD:** Företag som Scania har inrättat mentorsprogram där erfarna personal parar ihop sig med nyare medarbetare från mångfaldiga bakgrunder för att ge dem en bättre start i företaget.

Källa: Scania's officiella hemsida, Diversity and Inclusion avsnitt.

■ **ANVÄNDNING AV AI I REKRYTERING:** Vissa företag, som Pymetrics, erbjuder AI-drivna verktyg som är utformade för att matcha potentiella kandidater med jobb baserat

på deras färdigheter och potential snarare än deras bakgrund.

Källa: "AI for Recruiting: A Definitive Guide for HR Professionals", Harver, 2019.

■ **DIVERSE INNOVATIONSGRUPPER:** McKinsey & Company's forskning visar att företag med större mångfald i sina team tenderar att vara mer innovativa. Genom att medvetet skapa diversifierade grupper för att ta itu med specifika affärsutmaningar kan företag dra nytta av en mängd olika perspektiv och erfarenheter.

Källa: "Delivering through Diversity", McKinsey & Company, 2018.

■ **INKLUDERANDE LEDARSKAP-UTBILDNING:** Företag som Accenture erbjuder ledarskapsutbildningar som betonar vikten av mångfald och inkludering, och tränar sina ledare att vara mer medvetna om och utmana sina egna fördomar.

Källa: Accenture's officiella hemsida, Diversity and Inclusion avsnitt.

Dessa metoder och initiativ visar på en växande medvetenhet om vikten av mångfald och inkludering i arbetslivet. Förutom dessa exempel finns det många andra metoder som organisationer runt om i världen experimenterar med för att skapa mer inkluderande arbetsmiljöer och dra nytta av innovation genom mångfald.

YourWill är ett konsultbolag som arbetar med regional utveckling och kreativa processer – alltid ur ett genus och mångfaldsperspektiv. Grundaren Stina Haglund är konsult med fokus på mångfald, innovation och kreativa möten. Utbildningsmässigt är hon kulturanalytiker och rättsvetare, hon undervisar återkommande vid Umeå universitet i ämnen som mångfald, jämställdhet och inkludering. Stina är entreprenör, hon driver konsultbolaget YourWill, det sociala bemanningsföretaget AllaTiders kompetenser och den kreativa mötesplatsen Il fornello i Italien.

