



Rapport 2014:21



Länsstyrelsen
Stockholm

Struktur för förändring

En rapport om begränsande normer inom det företagsfrämjande systemet för kvinnor med utländsk bakgrund och förslag för förändring

Rapport 2014:21



Länstyrelsen
Stockholm

Struktur för förändring

En rapport om begränsande normer inom det företagsfrämjande systemet för kvinnor med utländsk bakgrund och förslag för förändring

Foto omslag: Annika Löfgren / Sisters in Business

Utgivningsår: 2014

ISBN: 978-91-7281-621-3

Länsstyrelsen i Stockholm

Telefon: 010-223 10 00

Länsstyrelsens rapporter finns på
www.lansstyrelsen.se/stockholm/publikationer

Förord

Länsstyrelsen i Stockholms län har antagit en handlingsplan för att integrera ett jämställdhetsperspektiv i det regionala tillväxtarbetet under perioden 2012–2014. Handlingsplanen har ett brett perspektiv på tillväxt och analyserar effekterna för kvinnor och män inom regionens prioriterade områden: bostäder, infrastruktur, arbetsmarknad- och kompetensförsörjning samt klimat och energi.

Som ett led i arbetet med jämställd tillväxt har inom området entreprenörskap en pilotutlysning genomförts. Utlysningen riktades till kvinnor, med ursprung i Afrika eller Latinamerika, som vill starta företag eller har ett befintligt företag. Ramböll Management Consulting (RMC) har genomfört en följeforskning av sex pilotprojekt. Samtliga projekt har riktat insatser mot målgruppen men även haft en metodutvecklande ambition med ett samarbete mellan en företagsfrämjande aktör och en ideell förening som bärande element. Följeforskningen genomfördes mellan februari och november 2014.

Rapporten lyfter fram lärdomar och resultat som Länsstyrelsen och andra aktörer kan använda i det fortsatta arbetet med att främja företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund. Tanken är att rapporten ska fungera som ett underlag för policy- och verksamhetsutveckling. Följeforskningens tonvikt har därför legat på pilotprojektens sammantagna strategiska avtryck och funktionssätt, snarare än på hur varje enskilt projekt fungerat.

Rapporten är framtagen av Ramböll Management Consulting i nära samarbete med en arbetsgrupp på tillväxtavdelningen. De slutsatser och rekommendationer som presenteras är konsulternas egna.

Stockholm i november 2014



Mats Hedenström

Tillväxtdirektör

Innehållsförteckning

Inledning.....	7
Om uppdraget	7
De sex pilotprojekten	8
Rapportens disposition.....	9
1. Framgångsfaktorer för att nå och stötta företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund.....	10
Den ideella föreningen som brobyggare mellan individ och företagsfrämjande aktör	10
Medarbetares bemötande är avgörande	12
Individanpassning bortom kön krävs för att lyckas	13
2. Långsiktiga effekter kräver organisatoriskt lärande.....	15
Det finns olika typer av hinder för företagande bland kvinnor	15
Organisatorisk förändring är avgörande – men svårt att generera....	16
3. Slutsatser och rekommendationer	19
Slutsatser.....	19
Rekommendationer	20
Referenser	28

Inledning

Ramböll Management Consulting (RMC) har på uppdrag av Länsstyrelsen Stockholm genomfört en följeforskning av sex pilotprojekt för att främja företagande bland kvinnor med ursprung i Afrika eller Sydamerika. Samtliga projekt har riktat insatser mot målgruppen men även haft en metodutvecklande ambition med ett samarbete mellan en företagsfrämjande aktör och en ideell förening som bärande element.

Följeforskningen genomfördes mellan februari och november 2014. Denna rapport utgör RMC:s slutrapportering.

Om uppdraget

Följeforskningen har i första hand syftat till att lyfta fram lärdomar och resultat som Länsstyrelsen och andra aktörer kan använda i det fortsatta arbetet med att främja företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund. Tanken är att rapporten ska fungera som ett underlag för policy- och verksamhetsutveckling. Följeforskningens tonvikt har därför legat på pilotprojektens sammantagna strategiska avtryck och funktionssätt, snarare än på hur varje enskilt projekt fungerat.

De sex pilotprojekten har haft en tudelad funktion. Dels har de fungerat som interventionsprojekt med syftet att stödja deltagande kvinnor. Dels har de syftat till att vidareutveckla det ordinarie företagsfrämjande systemet. Följeforskningens strategiska inriktning har medfört att uppdragets fokus i första hand legat på det sistnämnda perspektivet. Centrala frågeställningar som följeforskningen önskat besvara är exempelvis vilka generiska framgångsfaktorer som utmärkt de sex pilotprojektens arbetssätt, vad projekten säger om behov och brister i ordinarie system samt vad som krävs för att uppnå en långsiktig hållbar utveckling av det ordinarie systemet.

Följeforskningen har totalt omfattat drygt 180 timmar. Rapporten baseras på datainsamling som genomförts i två steg enligt nedan.

I maj 2014 arrangerade RMC en workshop med företrädare från de sex projekten samt Länsstyrelsen Stockholm. Syftet med workshopen var dels att ge projekten möjlighet att byta erfarenheter och lära av varandra, dels att ge Ramböll en bättre bild av projektens resa och genomförande.

Under oktober 2014 har RMC genomfört fallstudier av de sex projekten. Varje fallstudie har bestått av intervjuer med dels projektföreträdare, dels deltagare. Antalet deltagare, liksom grund för urval, har varierat från projekt till projekt. I vissa fall har projekten själva gjort urvalet och i andra fall har RMC besökt en projektaktivitet (exempelvis en konferens eller mäsas), och sedan slumpmässigt tillfrågat deltagare på plats om en intervju. Totalt har 15 deltagare samt 16 projektföreträdare intervjuats.

De sex pilotprojekten

Under hösten 2013 utlyste Länsstyrelsen i Stockholm två miljoner kronor till pilotprojekt inom kvinnors företagande för rådgivning riktade till kvinnor födda i Afrika eller Sydamerika, eller med föräldrar födda i dessa världsdelar. Utlysningen var en del av programmet *Främja kvinnors företagande*, som förvaltas av Tillväxtverket och som syftar till att skapa tillväxt, konkurrenskraft och förnyelse i svenskt näringsliv genom att fler företag drivs och utvecklas av kvinnor. För att beviljas medel krävdes att projektägarna kunde uppvisa en nära koppling till målgruppen, där rekrytering av deltagare kunde ske genom redan befintliga nätverk.

Totalt beviljades sex pilotprojekt medel, vilka startades upp i början av 2014 och avslutades 30 november samma år. Samtliga sex projekt var samverkansprojekt mellan en ideell förening och en eller flera företagsfrämjande aktörer (tabell 1).

Tabell 1. De sex beviljade pilotprojekten

Projekt	Projektägare	Samverkanspart	Målgrupp
Kvinnors företagande	Coompanion	Afentis	Kvinnor med ursprung i Afrika
Entreprenörskap för afrosvenska och latin-amerikanska kvinnor	Nyföretagarcentrum	Chilenska kvinnoföreningen, Afrosvenska föreningen	Kvinnor med ursprung i Afrika eller Latinamerika
Frilansa till företagande	Interfem	Affärsrådgivare som upphandlats inom ramen för projektet	Kvinnor och transpersoner med ursprung i annat land, företrädesvis Afrika och Sydamerika
Affärsprogram för afrikanska kvinnor – Framtidens företagare (Rizewomen)	Sisters in business	Kreo (företagsrådgivare) och Coaching2advance och SommensjöHR .	Kvinnor med ursprung i Afrika
Sisters in business & USWA entreprenurship program	Sisters in business	KREO (företagsrådgivare) och United Swedish Women Awareness (förening)	Utrikes födda kvinnor från Eritrea
Kvinnors företagande – GROW International	Scandinavian Peruvian Chamber of Commerce (SPCC)	Astarcan	Kvinnor som är medlemmar i SPCC

Rapportens disposition

Rapporten är disponerad i tre kapitel.

I *kapitel 1* beskrivs tre framgångsfaktorer för att nå och stötta företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund med utgångspunkt i lärdomarna från de sex pilotprojekten.

I *kapitel 2* redogörs översiktligt för vilka hinder som finns för kvinnors företagande i det befintliga företagsfrämjande systemet. Därefter förs ett resonemang om i vilken grad projekten bidragit till att utveckla detta system med avseende på de medverkande aktörerna.

I *kapitel 3* presenteras RMC:s sammanfattande slutsatser och rekommendationer för hur arbetet med att främja företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund kan vidareutvecklas.

1

Framgångsfaktorer för att nå och stötta företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund

Som nämns i inledningen har det primära syftet med följeforskningen inte varit att värdera projektens resultat för deltagande kvinnor. Projekten hade dessutom inte avslutats vid tiden för datainsamlingen, vilket gör det svårt att bedöma effekterna på längre sikt i termer av till exempel antal nystartade företag. De intervjuer som RMC genomfört med deltagande kvinnor tyder dock på att projekten bidragit med ett stort värde. Deltagarna är överlag mycket nöjda med sin medverkan. Flera menar att de fått en bättre bild av vad som krävs för att starta och driva ett långsiktigt hållbart företag i Sverige. Deltagarna anger också att de fått inspiration samt en ökad förståelse för hur de kan minimera riskerna i företagandet. Många uppger att de genom sin medverkan antingen redan startat ett företag alternativt är mer benägna att göra det nu jämfört med innan de började i projektet.

De sex pilotprojekten har delvis arbetat på olika sätt för att nå och stötta deltagarna. Följeforskningen pekar dock på att det finns tre generiska framgångsfaktorer, som mer eller mindre kännetecknat samtliga sex projekt. Dessa är:

- Den ideella föreningen som brobyggare
- Medarbetares bemötande
- Individanpassning

I följande avsnitt beskrivs de tre framgångsfaktorerna närmare.

Den ideella föreningen som brobyggare mellan individ och företagsfrämjande aktör

Ett bärande element i pilotprojekten utgörs av samarbetet mellan den företagsfrämjande aktören och en ideell förening. Följeforskningen visar att detta samarbete överlag också skapat ett stort värde. Tidigare studier som RMC genomfört visar att ordinarie företagsfrämjande aktörer har svårt att nå utrikes födda kvinnor. Inte sällan dras slutsatsen att detta är en grupp som inte är intresserad av det stöd som det företagsfrämjande systemet erbjuder. Denna satsning utmanar dock den typen av föreställningar, mycket på grund av att den ideella föreningen överbyggt klyftan mellan gruppen och det ordinarie företagsfrämjande systemet.

För det första har föreningen bidragit med nätverk och informationskanaler som har haft en avgörande betydelse för rekryteringen av deltagare. Informationen har spridits via exempelvis sociala medier, lokala

radiostationer, medlemsregister och personliga nätverk och på så sätt nått kvinnor som tidigare inte nåtts av information om rådgivning och seminarier. I intervjuer med föreningsrepresentanter lyfts fotarbetet fram som viktigt, det vill säga att vara på plats där kvinnorna redan rör sig snarare än att passivt bjuda in och förvänta sig att de kommer. I vissa fall har projekten även identifierat och använt sig av särskilda nyckelpersoner med stora nätverk som fungerat som ambassadörer för projektet och dess aktiviteter. Flera företagsfrämjande företrädare vittnar i intervjuer om att de helt saknade kunskap om att dessa kontaktytor existerade, och att de än mindre hade kunnat lokalisera dem på egen hand. En person berättar:

Ofta är informationsvägarna kopplade till informella nätverk och grupperingar som är svåra att känna till för en utomstående. Man måste själv vara en del av dem för att veta att de finns.

För det andra har föreningarna bidragit till att verksamheten och därmed informationen uppfattats som legitim och intressant av fler personer. Ett antal kvinnor anger att de inte skulle ha några problem att kontakta aktörerna i det ordinarie företagsfrämjande systemet. Men det finns också flera deltagare som uppger att de medvetet valt bort att ta hjälp från exempelvis Almi eller Nyföretagarcentrum eftersom de inte känt sig bekväma eller välkomna. För dessa personer har föreningen fungerat som en förtroendeskapande brobyggare som påverkat beslutet att delta. En deltagare berättar:

När jag fick höra talas om det här kände jag bara 'yes'. Äntligen något som vänder sig till just mig, i en miljö där jag känner mig hemma.

För det tredje har de ideella föreningarna bidragit med kunskap om de deltagande kvinnornas kultur och kontext, vilket i vissa fall underlättat kommunikation och inneburit att projektet kunnat erbjuda ett adekvat stöd. Skillnaderna, som lyfts fram av medarbetare från både den företagsfrämjande och ideella aktören, handlar bland annat om vad som anses vara status i olika länder eller hur sätten att kommunicera varierar. En intervjuad företagsfrämjande aktör exemplifierar den sistnämnda skillnaden på följande sätt:

Om jag träffar en kund som säger 'vi kan ju höras någon gång' betyder det ofta att personen inte är intresserad. Men om en kund säger samma sak i ett annat land kan det lika gärna betyda 'snart blir det ett köp', och det är så många av våra deltagare tolkar svaret även här i Sverige.

Även om de ideella föreningarna överlag bidragit med ett stort värde, visar samtidigt intervjuerna att det i många fall tagit tid att hitta fungerande former för samarbetet. Projekten har inneburit att två delvis skilda verksamhetslogiker har mötts. Den företagsfrämjande aktören respektive den ideella föreningen har i regel också haft varierande resurser och erfarenhet av att driva projekt sedan tidigare. Ett annat hinder för samarbetet har handlat om

att det ekonomiska regelverket ser annorlunda ut för ideella föreningar jämfört med företag. I några projekt har den företagsfrämjande aktören behövt lägga relativt mycket tid på att hjälpa den ideella föreningen att strukturera upp ekonomi och administration på ett sätt som följer rådande lagstiftning.

Vid sidan av de trösklar som ovan beskrivs, tycks samarbetssvårigheter i vissa fall vara kopplade till en otydlighet kring premisserna för den ideella föreningens medverkan. I ett projekt säger till exempel föreningsrepresentanten att de i första hand ser projektet som ett sätt att utveckla sin kärnverksamhet. Målet med projektet är enligt hen att föreningens förutsättningar och allmänna kapacitet ska stärkas. Den företagsfrämjande representanten menar å sin sida att projektets främsta syfte är att vidareutveckla den företagsrådgivande verksamheten, med en förväntan på att föreningen ska leverera ett specifikt värde i relation till detta mål. I andra projekt har de två aktörerna haft en mer samstämmig syn på den ideella föreningens roll. I dessa projekt har samarbetet fungerat betydligt bättre.

Medarbetares bemötande är avgörande

En andra central framgångsfaktor i pilotprojekten utgörs av medarbetarnas bemötande och engagemang. I stort sett samtliga intervjuade deltagare anger att de bemötts på ett mycket professionellt, engagerat och förtroendeskapande sätt. Det goda bemötandet har enligt deltagarna varit avgörande för att de fått ut så mycket av sin medverkan. Så här uttrycks värdet av en deltagande kvinna som intervjuats:

Jag har känt mig sedd och tagen på allvar. Det har gjort att jag börjat tro mer på sig själv, men också att jag känt att jag kunnat fråga och säga det jag tänker på. Att ha förtroende för personen som ger råd är ju också viktigt för att man ska kunna ta till sig råden. Annars tänker man lätt att 'du förstår mig inte, så varför ska jag lyssna på dig'.

Några deltagare som har erfarenhet av företagsfrämjande stöd sedan tidigare upplever att de blivit sämre bemötta i kontakten med ordinarie verksamhet. En kvinna berättar att handläggaren inte alls verkade förstå hennes affärsidé utan avfärdade den med orden att hon borde försöka få en anställning i stället. Med stöd från projektet har hon nu dock gjort verklighet av sin affärsidé och börjat få kunder. En annan kvinna säger att hon upplevde att handläggaren inte tog henne på allvar, utan såg henne som ”någon det är synd om, som man vill ta hand om men inte egentligen tror på”. Ytterligare en kvinna berättar att hela mötet ensidigt var inriktat på alla hinder och problem som handläggaren såg med affärsidén. Hon säger:

Det kändes som att han redan när jag kom in i rummet hade bestämt sig för att min idé var dålig, och sen handlade hela mötet om att få mig att också förstå det.

En nyckel bakom det goda bemötandet i pilotprojekten tycks mot denna bakgrund således vara projektmedarbetarnas förmåga att bemöta deltagarna som potentiella företagare, snarare än utifrån en stereotyp bild av utrikes födda kvinnor. En grundläggande utgångspunkt har varit att stötta individen utan att för den skull passivisera eller omyndigförklara. Denna inställning kan illustreras med hjälp av följande citat från en rådgivare som intervjuats i ett av projekten:

För mig handlar det om att se varje individs företagarpotential och resurser. Att satsa mot ett tillväxtföretag redan från start, och inte utgå från att det bara kommer bli ett levebrödsföretag som knappt täcker lönen. Att stötta men samtidigt vara tydlig med vad som krävs, att inte klappa på huvudet och dalta. Om personen säger 'jag har svårt att passa tider' så säger jag 'då får du jobba på det för ditt företag behöver det' Det här är inte en social insats, utan det handlar om företagande.

Individanpassning bortom kön krävs för att lyckas

En sista central framgångsfaktor handlar om att projekten i hög grad lyckats individanpassa sin verksamhet. Individanpassningen har kommit till uttryck på olika sätt. Flera projekt har exempelvis erbjudit aktiviteter på helger och kvällar för att underlätta för deltagare med arbeten att medverka. Enligt en intervjuad projektföreträdare har ett flexibelt upplägg varit särskilt viktigt för denna deltagargrupp, då många haft arbeten som till sin natur varit svårare att lämna för några timmar.

Det gäller både de som är anställda och som redan driver eget. Det är till exempel ganska vanligt att kvinnorna som deltagit driver serviceföretag av typen skönhetssalonger, eller arbetar inom vård och handel. Då kan man inte bara lämna mitt under dagen.

Det finns också exempel på projekt som erbjudit affärsrådgivning på deltagarnas modersmål för att ge kvinnor med begränsade svensk-kunskaper möjlighet att delta. Rådgivningen har även inkluderat en form av gloslista över de mest centrala svenska begreppen som en företagare i Sverige behöver för att kunna navigera i systemet, exempelvis ordet "nettoomsättning". Den företagsfrämjande aktören har i detta fall fungerat som en kulturbrygga, som utgått från de svenska orden men utvecklat och förklarat på modersmålet. Orden har också förklarats i relation till hur det svenska systemet är uppbyggt med hänvisning till deltagarnas ursprungsländer. En intervjuad projektföreträdare menar att det är mycket viktigt att företagsrådgivningen på detta sätt öppnas upp också för personer som har begränsade svensk-kunskaper. Hen

menar vidare att det ibland finns en felaktig bild av att kunskaper i svenska är en förutsättning för att driva företag i Sverige och att därför även företagsrådgivningen ska genomföras på svenska. Men i projektet finns flera exempel på företagare vilkas affärsidé går ut på att de erbjuder tjänster på sitt modersmål till kundgrupper som efterfrågar just detta. När företagsrådgivningen förutsätter svenskkunskaper stängs med andra ord en stor grupp potentiella företagare ute.

Projektet har överlag även varit framgångsrika i att anpassa verksamhetens inriktning och innehåll på ett sätt som mött kvinnornas individuella behov av stöd. Denna anpassning har i sin tur vilat på en insikt om att deltagargruppen är mycket heterogen trots att den, som i detta fall, avgränsats vad gäller kön och härkomst. Kvinnor som haft en relativt vag, bred affärsidé när de började i projektet uppger i intervjuer att de fått stöd att trätta ned idén till en konkret affärsplan. Andra deltagare berättar att de fått hjälp att lösa praktiska problem kopplat till sin affärsidé som medfört att de nu ser hur de kan arbeta vidare för att realisera den. Vidare anger kvinnor som redan hade ett företag vid projektstart att de fått stöd i arbetet med att utveckla företaget.

För att möjliggöra en maximal individanpassning har de flesta projekt erbjudit en kombination av individuell coaching och gruppaktiviteter, då det upplevts som svårt att tillgodose varje deltagares behov endast genom gruppinformation. Stödet har även anpassats efter kvinnornas kunskap om och erfarenhet av att navigera i det svenska systemet i stort. Deltagare som saknat kunskap om det svenska systemet och samhället har fått ett mer konkret och handgripligt stöd av typen ”kontakta den här personen”, ”gå dit och gör så här” etc.

Sammanfattningsvis har utgångspunkten för pilotprojektens individanpassning varit faktorer såsom fas, bransch, tidigare företagserfarenhet, språkkunskaper och livssituation. Den gemensamma nämnaren för dessa faktorer är att de alla har betydelse för deltagarens behov och möjligheter att ta till sig olika typer av företagsstöd utifrån målet att driva ett framgångsrikt företag. En indirekt framgångsfaktor har således varit att projekten inte försökt individanpassa verksamheten utifrån det faktum att deltagarna är kvinnor. Inom ramen för programmet Främja kvinnors företagande har det tidigare genomförts projekt baserade på idén om att kvinnor i sitt företagande är i behov av något essentiellt annorlunda än män. Det har resulterat i insatser som inte varit fokuserade primärt på företagande och tillväxtskapande utan andra värden. Forskning visar dock att företag i samma bransch, av samma storlek och i samma utvecklingsfas liknar varandra oavsett om de drivs av kvinnor eller män. Branschskillnader är alltså viktigare än olika kön.¹ En central framgångsfaktor är således att de sex pilotprojekten främst använt kön som en urvalsvariabel och sedan låtit andra parametrar styra innehåll och utformning på insatser och stöd.

¹ Holmquist och Sundin (2002).

2

Långsiktiga effekter kräver organisatoriskt lärande

Vid sidan av att stötta enskilda deltagare, har pilotprojekten också haft en verksamhetsutvecklande ambition. I detta kapitel redogörs för hur projektens organisatoriska avtryck ser ut i medverkande organisationer. Kapitlet inleds med ett avsnitt om vilka barriärer för kvinnors företagande som finns generellt i ordinarie system.

Det finns olika typer av hinder för företagande bland kvinnor

Våren 2013 publicerade Tillväxtverket rapporten *Vision Hållbar tillväxt*, en aggregerad analys av de utmaningar och hinder som begränsar kvinnors företagande och som identifierats inom ramen för det nationella programmet Främja kvinnors företagande². I studien konstateras att hinder finns på olika nivåer.

Med *strukturella hinder* avses kvinnors och mäns delvis olika yrkesval samt relationen mellan arbetsmarknaden och företagande. I Sverige är kvinnor som grupp överrepresenterad inom vissa yrkesområden och män inom andra. Sett till företagande är att företagartätheten högre inom de yrkesområden där män som grupp dominerar.³ Historiskt sett har företagsfrämjande insatser utvecklats inom branscher med hög företagartäthet, vilket i förlängningen innebär att det företagsfrämjande systemet indirekt kommit att fokusera på mäns företagande.⁴ Ett annat strukturellt hinder handlar om att flertalet företagsstöd av konkurrensskäl inte får beviljas till företag som verkar på en lokal marknad. Det missgynnar kvinnor som i högre grad än män driver företag i branscher som konkurrerar lokalt.⁵

Systemets fokusering på mäns företagande har i sin tur skapat *institutionella hinder* som avser normer och värderingar. Studier visar att det företagsfrämjande systemet i viss utsträckning präglas av föreställningar om entreprenörskap och företagande som påverkar kvinnors företagande negativt.⁶ Företagande tenderar att beskrivas i maskulin form. ”Det finns företagare och det finns kvinnor som är företagare”, som Carin Holmquist uttrycker det i boken *Företagerskan - Om kvinnor och entreprenörskap*.⁷

² Analysen genomfördes av Ramböll Management Consulting på uppdrag av Tillväxtverket. Den byggde på en bidragsanalys för att synliggöra olika faktorer som påverkar ambitionen att öka andelen kvinnor som driver företag samt förändra attityder och kunskap i det företagsfrämjande systemet.

³ SOU 2005:66.

⁴ Tillväxtanalys (2010).

⁵ Tillväxtverket (2013).

⁶ Holmquist et. al (2011).

⁷ Holmquist och Sundin (2002), s.199.

Könsnormativa bilder av vem en företagare är leder exempelvis till att kommunikation och information om företagande utformas på sätt som exkluderar kvinnor. Exempel på företagande hämtas i regel från mansdominerade branscher, och metaforer och liknelser är ofta hämtade från stereotypt manliga arenor såsom sportens och teknikens värld.⁸

Det finns också *interpersonella och individuella hinder*, vilka avser organisatoriska utmaningar och enskilda individers kunskap och agerande. Forskning visar att könsnormativa attityder och okunskap hos handläggare riskerar att leda till att kvinnor som söker företagsrådgivning får ett sämre stöd.⁹ Det finns till exempel föreställningar om att kvinnor är mer försiktiga och saknar självförtroende i sitt företagande. Även uppfattningen att kvinnor som driver företag har låga tillväxtambitioner förekommer, trots att det motsägs av kända fakta.¹⁰ Kvinnor med utländsk bakgrund riskerar dessutom att bemötas utifrån dubbla stereotypa föreställningar. I studie från Mångkulturellt centrum framkommer till exempel att många afrosvenskar upplever att deras utbildningar, erfarenheter och kompetenser ifrågasätts generellt i kontakt med handläggare inom offentlig sektor samt att de behandlas på ett infantiliserande sätt.¹¹ Vidare visar studier att företagsfrämjande aktörer i regel har sämre kunskaper om branscher där kvinnor oftare driver företag, vilket gör att de därmed är sämre rustade att värdera och stödja kvinnors affärsidéer och företagande. Det leder bland annat till att kvinnor missgynnas i exempelvis lånesituationer.¹²

Organisatorisk förändring är avgörande – men svårt att generera

I föregående kapitel konstateras att pilotprojekten bidragit med ett stort värde för deltagande kvinnor. Samtidigt visar forskningen som ovan redogjorts för att hindren för kvinnors företagande i första hand är kopplade till strukturer, arbetsformer, kunskap och föreställningar i det ordinarie företagsfrämjande systemet. För att uppnå en hållbar effekt på kvinnors företagande räcker det således inte med effekter på deltagarnivå. Det krävs även att ett avtryck på organisatorisk och strukturell nivå (figur 1).

⁸ Göransson et al. (2008).

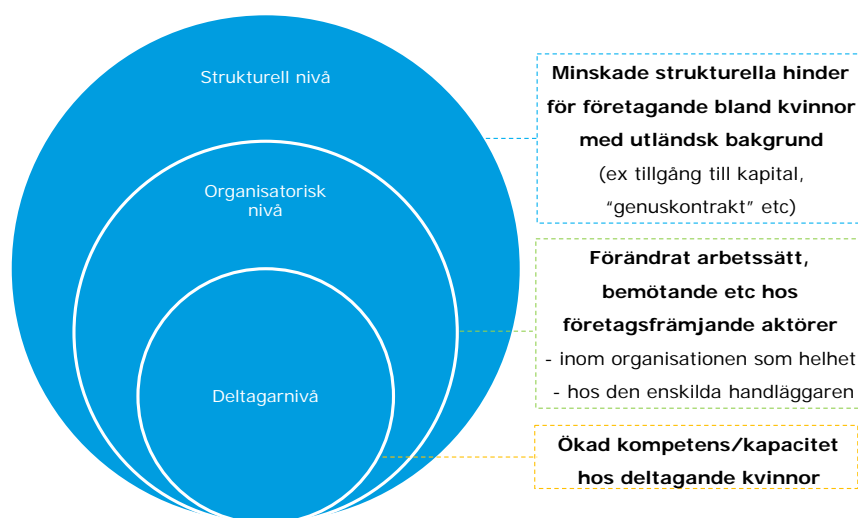
⁹ Se t.ex. Länsstyrelsen Stockholm (2012) och Hansson och Stridh (2008).

¹⁰ Tillväxtverket (2012).

¹¹ Mångkulturellt centrum (2014).

¹² Nutek (2007).

Figur 1. Tre nivåer där pilotprojekten kan bidra med ett värde



På organisatorisk nivå avses förändrade arbetssätt och bemötande dels hos den enskilde handläggaren som deltagit i projektet, men också inom den företagsfrämjande organisationen som helhet. Förändringar på den här nivån är också en förutsättning för att påverka den översta nivån som avser minskade strukturella hinder för företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund.

Följeforskningen pekar på pilotprojekten haft ett visst organisatoriskt avtryck. I första hand är det organisatoriska lärandet kopplad till de enskilda projektmedarbetarna. Föreningsföreträdare anger att de fått ökad kunskap om hur de själva kan bidra till att stödja företagande genom en rådgivande och coachande roll. Flera föreningsföreträdare upplever också att de blivit bättre på att driva projekt utifrån en projektledande roll, samt att deras administrativa kompetens ökat. Företrädare för de företagsfrämjande aktörerna anger å sin sida att de ökat sin kunskap om möjliga informationskanaler och kontaktytor, samt på vilket sätt som insatserna behöver individanpassas för att ge så stort värde som möjligt. Ett antal företagsaktörer anger även att de fått ökad insikt i ideella förenings kompetens och hur de kan bidra till att utveckla företagsrådgivningen.

Projektmedarbetarnas ökade kompetens har överlag dock inte har spridits till organisationerna i stort. Det gäller i synnerhet de större företagsfrämjande organisationerna. Formaliserade planer för hur utvecklade arbetssätt och arbetsformer ska tillvaratas efter projektslut saknas i regel. De flesta företagsfrämjare anger i stället att det fortsatta arbetet är beroende av att de får mer projektmedel. Kunskapen om möjliga informationskanaler och nätverk har inte förmedlats på ett systematiskt vis till kollegor, och projektens förankring på ledningsnivå framstår generellt som relativt svag.

Intervjuer med projektföreträdare indikerar att projekten i första hand betraktats som en kompletterande insats till ordinarie utbud, snarare än som en möjlig plattform för intern verksamhet- och organisationsutveckling.

En annan indikator på det svaga övergripande organisatoriska avtrycket är det faktum att flera intervjuade deltagare uttrycker oro för hur de ska klara sig när projektet tagit slut. Deltagarna förefaller överlag inte fått information om möjligheterna att få fortsatt stöd inom ramen för befintligt företagsfrämjande system. Projekten tycks i regel inte heller hjälpt deltagarna att etablera kontakt med en ordinarie rådgivare. Precis som de medverkande organisationerna, förefaller således även deltagarna uppfatta pilotprojekten som en enskild, isolerad insats med begränsad koppling till det ordinarie systemet.

Det bristande organisatoriska avtrycket är inte unikt för de sex pilotprojekten, utan återkommer i många andra projekt som RMC har utvärderat eller följeforskat. Inte minst har detta varit en utmaning inom ramen för programmet Främja kvinnors företagande vars ambition är att påverka strukturer hos såväl företagsfrämjande aktörer, regionalt tillväxtansvariga och nationella aktörer samt samhället i stort. En viktig fråga mot denna bakgrund är hur framtida satsningar bör riggas för att bidra till maximalt organisatoriskt lärande utifrån syftet att främja kvinnors företagande. I nästa kapitel presenteras RMC:s övergripande slutsatser och rekommendationer kring detta.

Slutsatser och rekommendationer

I detta avsnitt presenteras RMC:s övergripande slutsatser och rekommendationer.

Slutsatser

Att ordinarie företagsfrämjande aktörer inte når kvinnor med utländsk bakgrund betyder inte att de inte finns

Kvinnor med utländsk bakgrund från Afrika och Sydamerika tar i lägre utsträckning del av den företagsfrämjande verksamhet som erbjuds inom ramen för ordinarie system. En vanlig förklaring till detta är att målgruppen saknar kapacitet och vilja att bli företagare och därmed inte heller är intresserade av att ta del av den företagsfrämjande verksamheten. Ett viktigt resultat från projekten är dock att detta antagande inte stämmer. Pilotprojekten visar att det finns kvinnor med ursprung i Afrika och Sydamerika med både vilja och förutsättning att verka som företagare. Problemet är snarare att det ordinarie företagsfrämjande systemet inte förmår nå ut till denna grupp i dagsläget. Det innebär i sin tur att en viktig företags- och tillväxtpotential inte tillvaratas.

Ordinarie aktörers informationskanaler och representativitet behöver breddas för att stödet ska bli tillgängligt på lika villkor

För att etablera kontakt med potentiella deltagare har samtliga projekt använt sig av andra nätverk och kanaler än vad ordinarie verksamhet i regel använder sig av. Informationen har spridits via exempelvis sociala medier, lokala radiostationer, medlemsregister och personliga nätverk. På detta sätt har projekten nått kvinnor som tidigare saknat kunskap om möjligheterna att få företagsrådgivning. En slutsats från pilotprojekten är att de ordinarie företagsfrämjande aktörerna behöver sprida information via betydligt flera kanaler för att nå företagare också bland kvinnor med utländsk bakgrund.

Pilotprojekten visar vidare att det är viktigt att medarbetarna är representativa för målgruppen för att minska de upplevda trösklarna för kontakt. För att kvinnor med utländsk bakgrund ska vilja vända sig till företagsrådgivningen krävs med andra ord att denna grupp också finns representerad bland rådgivarna. Det är således centralt att de företagsfrämjande aktörerna kan spegla mångfalden bland företagarna, antingen genom att själva anställa medarbetare som är representativa för denna mångfald eller genom att knyta till sig samarbetsaktörer som är det.

Ordinarie aktörer måste bli bättre på att bemöta och stödja företagare utanför normen

Det behövs inte några essentiellt annorlunda insatser för att främja företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund. I likhet med all företagsfrämjande verksamhet handlar det om att stötta individen i sitt företagande genom olika typer av rådgivande, coachande och nätverksskapande insatser. För att dessa insatser ska bidra med värde krävs dock att insatserna genomförs på ett professionellt och individanpassat sätt, också i de fall individen avviker från den traditionella normen av vad en företagare är. En lärdom från de sex projekten är att det ordinarie företagsfrämjande systemet behöver bli bättre på att erbjuda stöd på lika villkor. Det kan till exempel handla om att i ökad grad anpassa stödet efter individens förutsättningar att ta del av stödet, exempelvis genom att ge rådgivning på fler tider eller på olika modersmål. Det kan också handla om att anpassa rådgivningen till individens förkunskaper om det svenska systemet och regelverket i stort. En annan viktig aspekt utgör handläggarens bemötande. Det är centralt att handläggaren förmår möta individen utifrån hens individuella behov och inte en stereotyp bild av utrikes födda kvinnor som grupp.

Rekommendationer

Sammantaget pekar följeforskningen på att det i längden är ineffektivt att främja kvinnors företagande genom tillfälliga projekt och program. För att nå en hållbar effekt måste system och strukturer i stort utvecklas så att behov av företagsstöd hos kvinnor med utländsk bakgrund kan tillgodoses inom ramen för ordinarie verksamhet.

I följande avsnitt presenterar RMC ett antal rekommendationer för hur aktörer på olika nivåer kan bidra till att utveckla det ordinarie systemet utifrån syftet att främja företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund. Inledningsvis diskuteras vad företagsfrämjande aktörer själva kan göra för att utveckla sin verksamhet. Därefter följer en redogörelse för hur regionalt tillväxtansvariga aktörer kan bidra. Slutligen presenteras RMC:s rekommendationer för hur regeringen kan främja utveckling av det ordinarie systemet i sin roll som beslutfattare och utformare av olika satsningar.

I linje med rapporten i övrigt fokuserar rekommendationerna på företagsfrämjande verksamhet. Många av de utmaningar som rekommendationerna syftar till att adressera återfinns dock även inom andra delar av offentlig sektor. Exempelvis visar studier att kommunen och Arbetsförmedlingen har svårt att nå ut med information om svenskundervisning för invandrare (sfi) och arbetsförberedande insatser till utrikes födda kvinnor via sina traditionella informationskanaler.¹³ Rapportens rekommendationer har därför även bäring för hur offentlig service i stort kan vidareutvecklas för att i ökad utsträckning bidra med ett värde för kvinnor med utländsk bakgrund.

¹³ SOU 2012:69.

Rekommendationer riktade till företagsfrämjande aktörer

Anställ representanter från målgruppen som brobyggare

Följeforskningen visar att föreningsrepresentanterna tillfört ett stort värde i projekten utifrån en brobyggande funktion. För det första har de bidragit med nätverk och informationskanaler som har haft en avgörande betydelse för rekryteringen av deltagare. Flera företagsfrämjande företrädare anger att de helt saknade kunskap om att dessa kontaktytor existerade, och att de än mindre hade kunnat lokalisera dem på egen hand. För det andra har föreningsrepresentanterna, genom att själva vara kvinnor med samma bakgrund som målgruppen, bidragit till att verksamheten uppfattats som legitim och intressant av fler personer. Slutligen har föreningsföreträdarna bidragit med kunskap om de deltagande kvinnornas kultur och kontext, vilket i vissa fall underlättat kommunikation och inneburit att projektet kunnat erbjuda ett adekvat stöd.

För att ordinarie system i ökad utsträckning ska kunna nå och stötta kvinnor med utländsk bakgrund, är en rekommendation att anställa personer som i sin roll som företagsrådgivare också kan fungera som brobyggare. Det handlar således om att efterfråga och premiera sökanden som inte endast är kompetenta affärsrådgivare, utan som även har nätverk och kunskap om grupper som normalt är underrepresenterade bland dem som får rådgivning.

Den brobyggande kompetensen kan även säkras genom att inrätta en särskild specialistfunktion med uppgift att stötta och utveckla verksamheten internt. Arbetsuppgifter för en sådan funktion skulle kunna vara att öka rådgivarnas kunskap om alternativa informationskanaler, främja samarbete med ideell sektor, vid behov fungera som ”kulturbrygga” samt delta vid större informationsarrangemang som ett ansikte utåt.

Använd ideella föreningar som informationskanal

Följeforskningen samt andra studier¹⁴ pekar på att ordinarie företagsfrämjande system inte når ut till vissa grupper, såsom kvinnor med utländsk bakgrund från Afrika och Sydamerika. Ett sätt för företagsfrämjande aktörer att bredda sina informationskanaler är att i likhet med aktörerna i projekten sprida information om verksamheten via ideella föreningar vars medlemsbas består av personer från målgruppen. Mer konkret skulle detta exempelvis kunna ske genom att fråga relevanta föreningar om de, via exempelvis hemsida eller nyhetsbrev, kan informera om möjligheterna att få företagsrådgivning. Företagsfrämjande aktörer skulle även kunna besöka föreningarna för att ge muntlig information till medlemmarna på plats. Pilotprojekten pekar på att det kan finnas ett särskilt värde att samarbeta med just etniska kvinnoföreningar, eftersom organisationer som endast har fokus på etnicitet av flera föreningsföreträdare upplevs som relativt mansdominerade.

¹⁴ Tillväxtverket (2013).

Sänk praktiska hinder för deltagande genom att till exempel erbjuda rådgivning vid fler tidpunkter och på olika modersmål

Många kvinnor som deltagit i pilotprojekten arbetar eller driver företag inom servicesektorn, vilket innebär att de i regel har svårt att lämna sina arbeten för några timmar. För att underlätta deltagande har därför flera projekt erbjudit rådgivning och andra aktiviteter utanför traditionell kontorstid, det vill säga på kvällar och helger.

I projektet finns exempel på företagare vilkas affärsidé går ut på att de erbjuder tjänster på sitt modersmål till kundgrupper som efterfrågar just detta. Det har därför förekommit affärsrådgivning på deltagarnas modersmål för att ge företagare med begränsade svenskkunskaper möjlighet att delta. Rådgivningen har inkluderat en form av gloslista över de mest centrala svenska begreppen som en företagare i Sverige behöver för att kunna navigera i systemet. Orden har också förklarats på deltagarnas modersmål i relation till hur det svenska systemet är uppbyggt med hänvisning till deltagarnas ursprungsländer.

Enligt RMC kan den ordinarie företagsfrämjande verksamheten sänka de praktiska trösklarna för deltagande genom att i likhet med projekten erbjuda rådgivning på olika tider och modersmål. Det kan också handla om att i större utsträckning anpassa rådgivningen till individens förkunskaper om det svenska systemet och regelverket i stort.

Rekommendationer till regionalt tillväxtansvariga aktörer

Tillhandahåll stödstrukturer som underlättar samverkan mellan företagsfrämjare och ideella föreningar

Som tidigare konstaterats, utgör ideella föreningars nätverk och kompetens en viktig resurs för att det företagsfrämjande systemet på ett bättre sätt ska kunna stötta företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund. Länsstyrelsen och andra regionala aktörer kan bidra till att denna resurs tillvaratas genom att tillhandahålla en stödstruktur för samarbetet mellan de två sektorerna.

Exempel på en sådan stödstruktur är en regional bank som listar relevanta ideella föreningar som företagsfrämjande aktörer kan kontakta för att till exempel sprida information om sin verksamhet. Länsstyrelsen skulle även kunna sätta samman en form av ”säljkår” bestående av enskilda individer med nätverk och kunskap både om det företagsfrämjande systemet och de grupper som idag är underrepresenterade bland rådgivningens kunder. Ett tredje sätt är att i likhet med pilotprojekten bevilja ideella föreningar särskilda utvecklingsmedel utifrån syftet att bistå det företagsfrämjande systemet med kompetens, kunskap och nätverk.

För att samarbetet mellan företagsfrämjande och idéburna organisationer ska bidra med så stort värde som möjligt är det enligt RMC viktigt att premisserna för samarbetet är tydliga. Som redogjorts för i kapitel 2 har samarbetet fungerat olika väl i olika projekt, vilket delvis tycks hänga samman med att det funnits skilda förväntningar på föreningens bidrag i projektet.

Figur 2. Idéburna organisationers roll utifrån två idealtyper



Enligt RMC kan de skilda förväntningarna i sin tur härledas till hur föreningen sett på sin övergripande identitet och roll i förhållande till offentlig sektor. I figur 2 beskrivs två olika roller utifrån ett idealtypiskt resonemang. Idealtyperna är en vidareutveckling av ett resonemang som Statskontoret för i en rapport från 2004 om statsbidrag till ideell sektor.

Den första idealtypen utgörs av ideella organisationer som enligt staten har ett egenvärde i sig. I relationen till denna typ av organisationer betonas i första hand värdet av att de finns (existens) utifrån ledord såsom delaktighet, demokrati och ideellt arbete. Den andra idealtypen utgörs av organisationer vars existensberättigande istället ligger i vad de gör (aktiviteter). I statens relation till denna typ av organisationer ligger fokus främst på vilken verksamhet som bedrivs där ledord såsom professionalitet, kompetens och tjänsteutbud är centrala.

RMC menar att samarbetet bör inriktas mot föreningar som ligger närmare den aktivitetsbaserade idealtypen, där föreningarna förväntas bidra utifrån en brobyggande, dialogorienterad och stödjande roll. Rekommendationen bygger på att den aktivitetsbaserade idealtypen ligger mer i linje med privata och offentliga aktörers verksamhetslogik, samt i högre grad svarar mot samarbetets syfte och sammanhang. Föreningar som ligger närmare den existensbaserade idealtypen har en viktig roll i samhället generellt. Deras verksamhet bör dock finansieras med organisationsbidrag, inte med hjälp av särskilt avsatta utvecklingsmedel som är kopplade till ett specifikt leveranskrav.

Arrangera forum där ideella föreningar och företagsfrämjare kan mötas

Regionala tillväxtansvariga aktörer kan även bidra till samverkan och kapacitetsuppbyggnad i det ordinarie företagsfrämjande systemet genom att arrangera forum där ideella föreningar och företagsfrämjare kan mötas. Ett exempel på ett sådant forum är dialogseminarier, vilka inleds med en presentation av utmaningar i befintligt system samt erfarenheter från till exempel pilotprojekten med en efterföljande gemensam diskussion mellan inbjudna föreningar och företagsfrämjare. Ett annat exempel på forum är mer strukturerade utbyten av typen mentorsprogram, där en företagsfrämjare paras ihop med en ideell förening vilka sedan återkommande träffas för att diskutera och byta erfarenheter.

Enligt RMC skulle denna typ av forum kunna underlätta kontakten och därmed samarbetet mellan ideella föreningar och företagsfrämjare. De ger också de företagsfrämjande aktörerna möjlighet att genom föreningarna få en bättre bild av hur kvinnor med utländsk bakgrund uppfattar det företagsfrämjande systemet, vilka barriärer och utvecklingsområden som finns samt hur systemet eventuellt kan utvecklas för att bättre möta målgruppens behov.

Lyft frågan i policydokument, återsrapporteringar och befintliga forum

Vid sidan av att stötta företagsfrämjarna själva, kan regionalt tillväxtansvariga aktörer även indirekt bidra till att utveckla det företagsfrämjande systemet genom att systematiskt lyfta frågan i strategiska sammanhang. Exempel på sådana sammanhang är policydokument såsom regionala utvecklingsstrategier och formulering samt implementering av strukturfondsprogrammen. Ett annat sammanhang är återsrapporteringar till regeringen samt befintliga regionala forum eller mötesplatser där aktörer som arbetar med företagsfrämjande och innovationsutveckling möts.

För att ge full effekt, är det enligt RMC centralt att frågan inte endast uppmärksammas i diskussioner som rör integration, jämställdhet eller utanförskap. Att nuvarande system inte fullt ut förmår nå och stötta kvinnor med utländsk bakgrund är med andra ord inte primärt ett integrations- eller jämställdhetsproblem, utan ett tillväxtproblem. Sammantaget handlar det om att mobilisera de regionala aktörerna som en helhet, så att företagande bland kvinnor med utländsk bakgrund och behovet att vidareutveckla ordinarie system inte ses som ett sidospår, utan som en kärnfråga för arbetet med att främja tillväxt och företagande i stort.

Utforma utlysning och uppföljning av projektmedel med fokus på organisationsutveckling

Enligt RMC:s erfarenhet finns det i många projekt ett antagande om att så länge en insats är bra, kommer implementeringen att ske av sig själv. Alla resurser satsas därför på att skapa så goda resultat som möjligt på deltagarnivå. Forskning visar dock att implementeringen i stor utsträckning även är beroende av den organisatoriska kontexten, och att implementering och

spridning av en insats i sig själv kräver ett aktivt förändringsarbete.¹⁵ Denna bild bekräftas av pilotprojekten, som i låg grad bidragit till att utveckla medverkande organisationer som helhet, även om de enskilda deltagarna och projektmedarbetarna fått ut mycket av projekten. Det är därför viktigt att framtida deltagarprojekt inte bara fokuserar på att generera ett värde för de enskilda deltagarna, utan att det redan från början finns en medveten styrning mot organisationsutveckling.

Det organisatoriska avtrycket är i grunden beroende av att projektägaren själv vill använda projektet för att utveckla sin verksamhet. Projektfinansiärer och programförvaltare kan dock indirekt påverka projektägarens intresse för detta genom att i ökad grad styra mot organisatoriska effekter i utlysningen och uppföljningen av projekt. I tabell 2 ges ett antal exempel på hur utlysnings- och uppföljningsfasen kan utformas för att stärka förutsättningarna för organisationsutveckling.

Tabell 2. Exempel på hur utlysnings- och uppföljningsfasen kan utformas för att styra mot organisationsutveckling

Fas	Finansiären/förvaltaren kan...
Utlysning av projektmedel	...ställa krav på att projektansökan innehåller en avsiktsförklaring som inte endast beskriver vilka resultat som ska uppnås på deltagarnivå, utan också vad projektägaren och eventuella samverkanspartners själva önskar få ut av projektet.
	...ställa krav på att projektansökan innehåller en övergripande strategi för hur projektägaren och eventuella samverkanspartner ska kommunicera och tillvarata projektresultaten internt, samt kräva att denna strategi vidareutvecklas om projektmedel beviljas.
	...ställa krav på att projekten är förankrade på ledningsnivå, exempelvis genom att ledningsnivån står som avsändare eller har undertecknat underlagen som beskrivs i ovanstående två punkter.
	...ställa krav på att projekten aktivt ska arbeta för att deltagarna vid behov får stöd från ordinarie företagsfrämjande system efter projektslut, ex genom att etablera kontakt med en handläggare under projekttiden samt informera deltagarna om stödmöjligheter i ordinarie system.
Uppföljning av projekt	...i ökad grad följa upp organisatoriska effekter samt informera om att detta kommer att ske redan under utlysningsfas.
	...ställa krav på att eventuellt processtöd inte bara ska styra mot måluppfyllelse på deltagarnivå, utan också ska stödja projektägaren och eventuella samverkanspartners i att säkra ett organisatoriskt lärande.

¹⁵ Fixsen et. al (2005).

Formulera upphandlingskrav som styr mot organisationsutveckling

Regionalt tillväxtansvariga aktörer kan även bidra till att utveckla ordinarie system i sin roll som upphandlare av företagsfrämjande aktörer. Det görs i viss mån redan idag, men enligt RMC sker det inte på ett systematiskt sätt eller överallt i Sverige. Det handlar till exempel om att efterfråga statistik över i vilken grad aktörerna som deltar i upphandlingen når ut till hela befolkningen idag, samt premiera aktörer som når ut till grupper som traditionellt är under-representerade. Upphandlingarna bör även ställa krav på att aktörerna har en tydlig strategi för hur de tänker tillgängliggöra och anpassa sitt insatsutbud för en bredare grupp av potentiella företagare. Om aktörerna efter uppföljning visar sig ha misslyckats med att nå ut till alla grupper skulle detta kunna hanteras som en nackdel i framtida upphandlingar.

Rekommendationer till regeringen

Utvecklingsmedel bör i högre grad styra mot organisationsutveckling inom det företagsfrämjande systemet

Programmet Främja kvinnors företagande har, i likhet med många andra satsningar, haft ett förhållandevis starkt deltagarfokus, även om ambitioner att påverka regionala strukturer tillkommit under programmets senare delar. För att uppnå hållbara effekter på organisationsnivå menar RMC att framtida utvecklingsmedel i högre grad bör riktas direkt mot verksamhetsutvecklingsinsatser hos regionalt tillväxtansvariga aktörer och företagsfrämjande aktörer. Exempel på sådana insatser är kompetensutvecklingsprogram om normer och föreställningar kopplade till kön och etnicitet i syfte att säkra ett mer individualiserat bemötande bland handläggare. Ett annat exempel är stöd för att utöka aktörernas rekryteringsbas och samlade kompetens. Aktörerna skulle exempelvis kunna få medel för att genomföra en översyn av vilka som arbetar hos den företagsfrämjande aktören idag, vilken kompetens, erfarenhet och kunskap dessa har samt i vilken grad det finns behov av att rekrytera in kompletterande kompetens för att kunna möta företagare från olika kulturer och med varierande svenskkunskaper.

Stärk kopplingen mellan verksamhetsutveckling och aktörernas ekonomiska egenintressen

Som tidigare nämnts är utvecklingen av det företagsfrämjande systemet i hög grad beroende av att de enskilda aktörerna själva ser behovet att utvecklas. För anställda som drivs av ett stort samhällsengagemang och rättvisepatos kan den ojämlika rådgivningen i sig själv ses som ett tillräckligt starkt skäl. Enligt RMC:s erfarenhet är dock denna typ av eldsjälur relativt ovanliga. För de flesta organisationer räcker det inte med att en fråga är ett problem från ett samhällsperspektiv, utan det krävs även att det finns någon typ av egenintresse för att de ska vilja lägga tid, kraft och pengar på att utveckla sin verksamhet och organisation. Knäckfrågan handlar med andra ord om huruvida de företagsfrämjande aktörerna själva har något att vinna på att bli bättre på att nå och stötta kvinnor med utländsk bakgrund. Om inte,

kommer endast de delar av systemet som leds av eldsjälarna att utvecklas i denna riktning.

Enligt RMC kan regeringen bidra till att göra det ekonomiskt mer intressant för företagsfrämjande aktörer att nå också kvinnor med utländsk bakgrund genom att ställa högre krav på integrering av jämställdhets- och mångfaldsperspektiv i regionala tillväxtsatsningar än vad som är fallet idag. Givet att exempelvis regionala strukturfondsmedel historiskt har utbetalats till företagsfrämjande aktörer utan krav på att nå kvinnor med utländsk bakgrund, minskar aktörernas incitament att utveckla verksamheten med detta syfte. Aktörerna får ju finansiering ändå. För att nå effekt, krävs med andra ord att finansieringen av det företagsfrämjande systemet som helhet drar åt samma håll. I kombination med hårdare krav menar RMC att en ”mjukare” form av styrning bör användas, där företagsfrämjande aktörer som aktivt arbetar med att bli bättre på att nå ut till underrepresenterade grupper premieras vid utlysningar av projektmedel. Vid sidan av skall-kraven som en företagsfrämjande aktör måste möta för att beviljas medel, skulle programdokumenten även kunna ange att det exempelvis ska ses som meriterande om aktören vidtagit åtgärder för att bredda mångfalden bland de anställda.

Referenser

- Fixsen D et. al (2005), *Implementation research: A synthesis of the literature*, University of South Florida.
- Göransson U, Lagerholm M och Larsson P (2008), *Sesam öppna dig! Forskarperspektiv på kvinnors företagande*, VINNOVA VR 2008:20.
- Hansson A och Stridh K (2008), ”Statligt företagsfrämjande ur ett genusperspektiv” i *Sesam öppna dig! Forskarperspektiv på kvinnors företagande* (red. Göransson U, Larsson P och Lagerholm M), 2008:20.
- Holmquist C och Sundin E (2002), *Företagerskan- Om kvinnor och entreprenörskap*, SNS Förlag.
- Holmquist C, Barle A och Wennermark K (2011), *Varför ska man främja kvinnors företagande?*, Tillväxtverket.
- Länsstyrelsen i Stockholms län (2012), *Heroiska män och pålästa kvinnor. En förstudie av det företagsfrämjande systemet i Stockholms län*, Rapport 2012:19.
- Mångkulturellt centrum (2014), *Afrofobi. En kunskapsöversikt över afrosvenskarnas situation i dagens Sverige*.
- Nutek (2007), *Utfall och styrning av statliga insatser för kapitalförsörjning ur ett könsperspektiv*, Rapport 2007:34.
- SOU 2005:66, *Makt att forma samhället och sitt eget liv*.
- SOU 2012:69, *Med rätt att delta – Nyanlända kvinnor och anhöriginvandrare på arbetsmarknaden*.
- Statskontoret (2004), *Bidrag till ideella organisationer. Kartläggning, analys och rekommendationer*, Rapport 2004:7.
- Tillväxtanalys (2010), *Lika rätt och lika möjligheter till företagsstöd?*, Rapport 2010:02.
- Tillväxtverket (2012), *Kvinnors och mäns företagande - Företagens villkor och verklighet*, Rapport 0425.
- Tillväxtverket (2013), *Vision Hållbar tillväxt*, Rapport 0523.

Länsstyrelsens rapportserie

Utkomna rapporter under 2014

1. Lavar på kulturbyggnader – inventering av vedorangelav, sydlig ladlav, grå ladlav och ladparasitspik i Södermanlands, Stockholms, Västmanlands och Uppsala län, avdelningen för miljö
2. Energieffektivisering i kommuner – två pilotprojekt, avdelningen för samhällsbyggnad
3. Jämställdhetsintegrering i Stockholms län – en kartläggning och analys av behov och insatser, avdelningen för tillväxt
4. Välkommen in? – utrikes födda kvinnor på den svenska arbetsmarknaden och som företagare, avdelningen för tillväxt
5. Jämställdhetsintegrering – strategi för Stockholms län 2014–2018, avdelningen för tillväxt
6. Regionalt serviceprogram 2014–2018, avdelningen för tillväxt
7. Outnyttjade detaljplaner för bostäder – lägesbild i 13 av länets kommuner i mars 2014, avdelningen för samhällsbyggnad
8. Bostadsmarknadsenkäten – Stockholms län 2014, avdelningen för samhällsbyggnad
9. Lovö – Kårsö, en kungligt influerad bondebygd – kulturhistorisk utredning, avdelningen för miljö
10. Utsatta EU-medborgare i Sverige – Lägesrapport ur ett människohandelsperspektiv, avdelningen för tillväxt
11. Länsplan för regional transportinfrastruktur i Stockholms län 2014-2025, avdelningen för samhällsbyggnad
12. Läget i länet – bostadsmarknaden i Stockholms län 2014, avdelningen för samhällsplanering
13. Kvinnofridsamordnare – utredning av en nyckelfunktion, avdelningen för tillväxt
14. Ett robust samhälle – Regional handlingsplan för klimatanpassning i Stockholms län, avdelningen för samhällsbyggnad
15. Växtplankton i 33 sjöar i Västmanlands, Stockholms och Dalarnas län 2013, avdelningen för miljö
16. Regionalt miljöövervakningsprogram för Stockholms län 2015–2020, avdelningen för miljö
17. Regionalt program för efterbehandling av förorenade områden Stockholms län år 2015–2017, avdelningen för miljö
18. Skyddat boende för hedersvåldsutsatta personer–slutrapport av stöd till utveckling 2006–2014, avdelningen för tillväxt
19. Risk- och sårbarhetsanalys för Stockholms län 2014, avdelningen för samhällsbyggnad
20. Stockholm 2015 – Full fart framåt!, avdelningen för tillväxt
21. Struktur för förändring - En rapport om begränsande normer inom det företagsfrämjande systemet för kvinnor med utländsk bakgrund och förslag för förändring, avdelningen för tillväxt



Länsstyrelsen arbetar för att
Stockholmsregionen ska vara
attraktiv att leva, studera, arbeta
och utveckla företag i.

Länsstyrelsen i Stockholms län

Telefon: 010-223 10 00

Länsstyrelsen rapporter finns på

www.lansstyrelsen.se/stockholm/publikationer