

Strategisk forsknings- och innovationsagenda

Genusmedvetet och Innovativt Ledarskap

Fiber Optic Valley AB

2013-04-29

Strategisk forskning- och innovationsagenda inom Genusmedvetet och Innovativt Ledarskap

1. Projektsammanfattning

Agendan fokuserar på hur svenskt näringsliv kan stärka sin konkurrenskraft genom ett **Genusmedvetet och Innovativt Ledarskap**. Svenska företag och organisationer står inför betydande utmaningar vad gäller innovationsförmågan. Det är inte bara i termer av produktivitet som innovationsverksamheten i svenska företag och organisationer behöver förändras, utan i hög grad gäller detta även *hur* verksamheterna skall organiseras och ledas. När organiserandet av innovationer sätts i fokus blir ett genusperspektiv centralt.

Genom VINNOVAS investeringar i genusforskning inom innovativa miljöer har ett antal specifika behov för att skapa innovativa och konkurrenskraftiga organisationer identifierats. Vår analys av näringslivets behov påvisar att det finns en uttalad efterfrågan på mer lättillgänglig och målgruppsanpassad kunskap kring genusmedvetet ledarskap och affärsutveckling. Ett viktigt fokus i strategin är därför att skapa förutsättningar för att tillämpa redan befintlig forskning inom området. Vi har under agendaarbetet identifierat ett stort gap mellan forskningsresultat, kunskap och befintliga lösningar och näringslivets behov av kunskap. Efterfrågan matchas inte av ett erbjudande, i det här fallet beroende på att det saknas en utvecklad bransch som kan erbjuda paketerade lösningar. Här finns en stor potential för tjänsteinnovationer som kan utveckla nya affärsmodeller, utveckla och verifiera kunskapen och sprida den.

I arbetet med agendan har ett flertal av Fiber Optic Valleys medlemsföretag varit involverade både under behovsanalysen och strategiarbetet. För att säkerställa att strategin är tillämpbar i praktiken har även ett flertal ledande forskare, konsulter och tongivande experter inom kunskapsområdet engagerats. De representerar en tvärvetenskaplig specialistkompetens i syfte att skapa en sektorsövergripande agenda.

Agendaarbetet har identifierat ett antal utmaningar och möjligheter för att nyttiggöra tvärvetenskaplig forskning och möta näringslivets behov av innovativa och effektiva produktionsprocesser, strategisk kompetensförsörjning och ökad innovationsförmåga. Agendan presenterar en strategi med elva konkreta åtgärder för att skapa en långsiktighet och för att uppnå visionen om ett genusmedvetet och konkurrenskraftigt näringsliv.

Genom en framgångsrik vidareutveckling av tjänsteinnovationer baserade på vår svenska expertkunskap inom området genusmedvetet ledarskap har vi mycket goda förutsättningar att positionera ett svenskt styrkeområde som både är av nationell strategisk betydelse och har stor potential att bli en internationell exportframgång.

2. Bakgrund

I takt med att innovationsbegreppet blivit ett centralt begrepp inom Europa så växer också intresset för ett genusmedvetet och innovativt ledarskap hos policymakers, forskare och företagsledare. Under arbetet med både EU2020 och den Nationella innovationsstrategin presenteras det normativa och stereotypa tänkandet som ett hinder för innovativt tänkande. Det behövs ett genusperspektiv som ökar medvetenheten om den manliga norm som råder inom många branscher och som utgör ett hinder för innovation.

Innovationssystemet Fiber Optic Valley med säte i Hudiksvall, är en av Vinnovas VINNVÄXT-vinnare år 2004. Fiber Optic Valley består i likhet med andra innovationssystem av ett antal medlemsorganisationer som representerar Triple Helix. Fiber Optic Valley utvecklade redan från start en egen forsknings- och innovationsagenda för att skapa en genusmedveten innovationsmiljö.

Innovationssystemet har under åren positionerat sig som en nyskapande aktör inom området genusmedvetet ledarskap och har utvecklat ett flertal innovativa FoU-projekt inom området. De olika konstellationer av medlemsföretag som deltagit i projekten har utgjort testbädd för aktionsorienterad genusforskning och har aktivt deltagit i ett gränsöverskridande samverkansarbete mellan chefer på ledningsnivå, processledare och genusforskare.

2011 avslutades projektet Gen(us)vägar, ett treårigt forskningsprogram inom VINNOVAS Tigerutlysning (Tillämpad genusforskning för starka forsknings- och innovationsmiljöer). Resultatet från projektet finns dokumenterat i boken, *Genusmedvetet ledarskap – resan från ickefråga till tillväxtfråga (2012)*. Plattformen för projektet skapades i det forsknings- och utvecklingsprojekt som pågick mellan åren 2005 - 2008, Genusnätverket, där mellanchefer från Fiber Optic Valleys medlemsorganisationer deltog med målsättningen att skapa genusmedvetna organisationer. Resultatet från projektet beskrivs i boken, *Mellancheferna en maktpotential (2009)*.

Under 2011-2012 utvecklades programmet ”Gender and Innovation – cluster development of the future” för klusterledare. Baserat på FOVs forskningsresultat, metodik och erfarenheter har ett program utvecklats där de innovativa processernas organiserande inom kluster står i fokus.

Forskningen inom Fiber Optic Valley har påvisat att det finns en stark koppling mellan genus och innovationsförmåga och att sociala konstruktioner av genus är en hämmande struktur för utvecklandet av innovation. Det finns ett stort behov av att fördjupa och verifiera resultaten från denna forskning och samtidigt identifiera vägar för att tillämpa och nyttiggöra kunskapen.

I arbetet med agendan har flera av Fiber Optic Valleys medlemsföretag samt ett flertal andra bolag varit involverade både under behovsanalysen och strategiarbetet. För att säkerställa att strategin är nationellt förankrad och tillämpbar i praktiken har vi även engagerat ett antal ledande forskare, konsulter och tongivande experter inom kunskapsområdet. De representerar en tvärvetenskaplig specialistkompetens för att skapa en sektorsövergripande agenda.

Svenskt management – behov av förnyelse

Vår svenska organisationstradition och kunnandet kring arbetsorganisation och ledningssystem har historiskt sett varit en stark konkurrensfördel för Sverige och anses fortfarande vara ett viktigt svenskt styrkeområde. Den värderingsstyrda och tillåtande miljö som till stor del finns i den svenska ledarskapstraditionen kännetecknas av tillit, delaktighet och självständiga medarbetare. Under de senaste 20 åren har trenden dock varit att svenska organisationer i allt större omfattning importerat anglosaxiska framgångsmodeller. Dessa koncept har utvecklats inom helt andra managementtraditioner än den svenska och saknar ofta den långsiktighet som tidigare kännetecknat traditionellt svensk management. Detta kombinerat med att den svenska ledarskapstraditionen ursprungligen kommer ur en industriera som vi snart lämnar bakom oss, gör att vi nu står inför utmaningen att förnya svenskt management.

Agendan påvisar att med stöd av tjänsteinnovationer inom området genusmedvetet ledarskap kan svenskt management återta sin position som ett svenskt styrkeområde. Nyskapande tjänster har potential att bli en internationell exportframgång då behovet av förnyelse inom management även finns på andra marknader i världen.

Jämställdhet ökar innovationsförmågan

Under agendaarbetet har en omfattande genomgång av aktuella studier och rapporter gjorts och utifrån de refererade studierna går det att dra slutsatsen att jämställdhet bidrar till förbättrad ledning och styrning, kompetensförsörjning och verksamhetsutveckling. Hur företag lyckas attrahera och behålla kompetent personal och hur de tar tillvara medarbetares kunskaper, erfarenheter och färdigheter har stor betydelse för ett företags innovationsförmåga. En förutsättning för att kunna göra det är att kvinnor och män arbetar på lika villkor och det gäller på alla nivåer i ett företag. Inte minst gäller det villkoren för utveckling och förflyttning i företaget det vill säga hur företaget förädlar och kompetensförsörjer sin verksamhet. I en forskningsöversikt konstateras att jämställdhet bidrar till att medarbetare får utveckla sin fulla potential. Vidare synliggörs hur ett jämställt klimat ökar företagets innovationsförmåga. I forskningsöversikten refereras studier som visar att en jämn representation av kvinnor och män bland medarbetarna bidrar till att sannolikheten för innovationer är nästintill dubbelt så hög i jämförelse med starkt enkönade verksamheter.¹

Kvinnornas representation i ledningssammanhang har också studerats utifrån ledning och styrning. I en studie om styrelser förbättrades styrningen av företag när styrelserna blev mer jämställda, bland annat genom att styrelserna mer noggrant följde upp vd:s prestationer. Det visade sig också att kvinnornas närvaro i styrelsen var högre än mäns och att det i sig över tid förbättrade männens närvaro.² Liknande resultat och med en ännu tydligare koppling till

¹ Danilda och Granath Thorslund j(2011).

² Adams och Ferreira (2009).

konkurrenskraft och lönsamhet har ett VINNOVA-finansierat forsknings- och utvecklingsprojekt, Case Indexator kunnat påvisa.³ Verkstadsföretaget Indexator har genom ledning och styrning av ett värdegrundsarbete med ett integrerat jämställdhets- och genusperspektiv utvecklat nya idéer som omsatts i nya innovativa förändringsstrategier och nya mer effektiva arbetsätt. Arbetet har bland annat bidragit till att företaget ökat sin attraktivitet som arbetsgivare och därigenom ökat sin framtida konkurrenskraft. Som en ytterligare effekt har företaget även stärkt sitt varumärke. Att jämställdhetsarbete kan bidra till ett företags varumärkesbyggande konstaterades även i den refererade forskningsöversikten.

Framtidens Lean produktion

Agendan har identifierat Lean produktion som ett exempel på management där önskade effekter av förändringsarbetet ökar om ledningen samtidigt integrerar ett genusperspektiv. För att skapa effektiva processer inför allt fler verksamheter Lean produktion i sina organisationer. Samtidigt visar flera studier, bland annat forskning från Gävle Högskola, att en mycket stor andel – omkring 90 procent⁴ av alla leanimplementeringar inte når önskade effekter. Ledarskap beskrivs som en nyckelfaktor för att lyckas med implementeringen och uppnå långsiktig uthållighet av såväl Lean⁵ som ”The Toyota way”.⁶ Processen vid införandet av Lean skapar behov av ett bredare perspektiv och ställer krav på ett ledarskap som är både inkluderande och stödjande. Detta insåg ledningen inom verkstadsföretaget Indexator som arbetat med införande av Lean integrerat med ett jämställdhets- och genusperspektiv. Indexator tilldelades *Industrins Jämställdhetspris 2012* för sitt framgångsrika förändringsarbete.

³ Franzén m fl. (2011).

⁴ Baker, 2002

⁵ Emiliani et al 2007

⁶ Liker & Meier 2007, Osono et al 2008

3. Syfte och mål med agendan - måluppfyllelse

Det övergripande målet med agendan var att utveckla ny kunskap kring näringslivets behov och framtida utmaningar inom området genusmedvetet och innovativt ledarskap. Detta för att utveckla strategier för hur organisationer på bästa sätt kan hantera de genomgripande framtida utmaningar som de i står inför i en alltmer konkurrensutsatt omvärld.

Vi har under arbetet med agendan fått bekräftat att det behövs en fördjupning av forskningen inom området men framför allt att det krävs en tillämpning och verifiering av redan befintlig forskning. Nyttiggörandet och verifieringen måste ske interaktivt och i nära samverkan med näringslivet. Detta både för att kunna skraddarsy behovsanpassade lösningar och för att få den nödvändiga spridningen av redan befintlig forskning och kunskap. Det krävs nya innovativa affärsmodeller för att kunna erbjuda den målgruppsanpassade kunskap kring genusmedvetet ledarskap och affärsutveckling som näringslivet efterfrågar. De förändringsmodeller som finns idag är kunskapsintensiva koncept som kräver verifiering både metodmässigt och kommersiellt.

4. Behovet av en strategisk innovationsagenda för genusmedvetet och innovativt ledarskap

Agendan adresserar behovet av ett nytänk vad gäller ledarskap och utvecklingen av ett genusmedvetet och innovativt ledarskap. Ett företags innovationskraft är beroende av *alla* medarbetares förmåga att vara innovativa. Det är därför av avgörande betydelse att utveckla ett ledningsstyrkt arbetssätt för organisations- och verksamhetsutveckling med ett integrerat genusperspektiv för att kunna ta tillvara alla medarbetares kunskaper och erfarenheter i syfte att öka företagets innovationsförmåga och konkurrenskraft. Vår analys är att olika managementskolor, där Lean management är ett exempel, får en större genomslagskraft med ett integrerat jämställdhets- och genusperspektiv. Något som skapar en stor potential för nya tjänsteinnovationer inom området.

Sverige anses redan idag ligga i framkant i en internationell jämförelse vad gäller forskning och utveckling kring genusmedvetet ledarskap i organisationer. Ett viktigt fokus inom agendan är därför att skapa förutsättningar för nyttiggörandet och tillämpningen av befintlig forskning. Genom att investera i utvecklingen av tjänsteinnovationer inom området har vi möjligheten att säkerställa att vi även fortsatt har ett försprång samtidigt som vi har alla förutsättningar att positionera svenska tjänsteföretag som världsledande leverantörer av den kunskap som växer fram inom området. Innovationsagendan skapar förutsättningar för en marknad med stor kommersiell potential och nyhetsvärde då frågan allt oftare hamnar i fokus i internationella diskussioner om de globala samhällsutmaningarna.

Behovsanalys - näringslivet

Vi bedömer att det finns ett uttalat intresse för att arbeta för jämställdhet och ett genusmedvetet ledarskap men att många företag saknar kunskapen om hur de skall agera för att nå långsiktigt hållbara resultat. Det stämmer också med McKinsey & Companys senaste rapport, Women Matter 2012. I den konstateras att 90 procent av de 235 tillfrågade Europeiska företagen på något sätt arbetar för jämställdhet men att de är frustrerade över att de inte når förväntade resultat. Vår analys är att företagen inte arbetat ledningsstyrkt och att de saknar kunskap om genusmedvetet ledarskap något som är en grundförutsättning för att nå hållbara resultat.

Behovsanalysen har påvisat att näringslivet ofta saknar kännedom om var man hittar den nödvändiga kunskapen kring genus och affärsutveckling. Flera av de intervjuade har även uttryckt ett behov av att befintliga forskningsresultat och metoder utvecklade inom genusvetenskaplig forskning, görs mer lättillgängligt och anpassat till näringslivets behov. Forskarnas intresse av att fördjupa och utveckla nya frågeställningar i sin forskning går inte alltid hand i hand med näringslivets behov av mer företagsanpassad kunskap och skräddarsydda modeller med lönsamhetsfokus.

Det är inte heller alltid tydligt vilket akademiskt område den nödvändiga kunskapen tillhör – om det är genusvetenskap, beteendevetenskap, företagsekonomi, produktions- och innovationsprocesser eller organisation och ledarskap. För att täcka in näringslivets behov behövs därför en vidareutveckling av metoder och verktyg som spänner över flera kunskapsområden, men med ett tydligt fokus på resultat från aktionsorienterad genusforskning.

Behovsanalysen har identifierat tre specifika behov inom näringslivet som efterfrågas för att skapa innovativa och konkurrenskraftiga organisationer:

- **Strategisk kompetensförsörjning**

En viktig förutsättning för konkurrenskraft och tillväxt är tillgången på välutbildad arbetskraft. Inom både traditionell basindustri, kunskapsintensiva tjänsteföretag och den offentliga sektorn har strategisk kompetensförsörjning högsta prioritet.

- **Effektiva produktionsprocesser**

För att skapa effektiva produktionsprocesser krävs flexibla och dynamiska arbetsplatser som inkluderar både kvinnor och män. Ett genusmedvetet ledarskap bidrar till att synliggöra både medarbetarnas kompetens och kundernas behov samt bidrar till att skapa mer innovativa och attraktiva arbetsplatser för både kvinnor och män.

- **Innovationskraft – nya marknader, produkter och tjänster**

Att innovationer inte får genomslag beror ofta på organisatoriska utmaningar.

Genusperspektiv vidgar innovationsbegreppet och synliggör hindrande strukturer och normer inom organisationer. Det i sin tur frigör förmågan till innovationskraft som är en förutsättning för att tillgodose behovet av nya marknader, tjänster och produkter.

Det finns idag begränsad kunskap och forskning om hur organisationer reellt arbetar med att utveckla sin innovationsförmåga, något som därför behöver prioriteras.

5. Strategisk agenda

Agendaarbetet och dialogen med näringslivet har identifierat ett antal strategiska utmaningar som behöver adresseras för att uppnå vision och mål med agendan. Behovet av ett genusmedvetet och innovativt ledarskap är gränsöverskridande – oavsett bransch eller nuvarande organisationsstruktur står både näringslivet, akademien och den offentliga sektorn inför utmaningen att ompröva traditionella mönster och organisationsstrukturer. Den största skillnaden är främst att näringslivet efterfrågar en mer operativ karaktär på kunskap som kan tillämpas direkt i verksamheten och där man kan avläsa snabba resultat. Agendans generalitet öppnar dock för stora möjligheter vad gäller samverkan mellan olika aktörer både när det gäller behovsmotiverad forskning och utvecklingen av nya metoder och tjänster.

Som ett resultat av agendaarbetet har ett antal konkreta förslag på strategier utvecklats:

1. Positionera Sverige som ett föregångsland inom genus

Sverige har spetskompetens inom området genus, ledarskap och organisation, och ligger i framkant i ett internationellt perspektiv – det finns med andra ord en stor potential att hitta nya marknader och utvecklingsmöjligheter för svensk expertis inom området.

Genom att nyttiggöra vår svenska genusforskning och målmedvetet sätta frågor som ledningsstyrning, genus och arbetsplatskultur i fokus har Sverige goda förutsättningar att positionera sin ställning som ett nydanande föregångsland. Denna satsning kräver en kraftsamling av berörda aktörer och en uttalad strategi för att bygga trovärdighet och en marknadsposition. Svensk expertis bör synliggöras på både regerings- och EU-nivå.

2. Vidareutveckla relationen mellan akademien och näringslivet

Sverige har unika möjligheter till företagsnära forskning och utveckling inom området genus och ledarskap. Tack vare VINNOVAS investeringar i FoU-program kring genusperspektiv i innovationsmiljöer finns ett väletablerat och fungerande samarbete på både regional och nationell nivå mellan akademien och ett antal företag och offentliga organisationer. Det finns ett flertal exempel på lyckosamma forskningsprojekt med fokus på aktionsorienterad genusforskning. Något som bör vidareutvecklas och involvera fler forskare och aktörer inom näringslivet.

3. Utveckling av genusmedvetenhet inom SME

Hittills är det främst de större bolagen som varit involverade i FoU-projekt med genusperspektiv. Det finns ett stort behov av att denna kunskap också sprids inom SME, inte minst relaterat till de behov av kompetensförsörjning och stärkt innovationsförmåga som identifierats i agendaarbetet.

4. Stärk samarbetet mellan genusforskning och utveckling av produktionsmodeller

Produktionsmodellerna som används för att skapa konkurrenskraftig produktion börjar allt oftare identifieras med ett antal brister. Genus och innovation är ett relativt nytt forsknings- och kunskapsområde som hittills inte integrerats i dessa produktionsmodeller som nu allt oftare också implementeras inom de offentliga verksamheterna. Det har här identifierats ett nytt och mycket viktigt utvecklingsområde som kommer att få stor betydelse, inte minst vad gäller implementeringen av Lean inom den offentliga sektorn.

5. Överbrygga gapet mellan kunskap och lösningar

En central frågeställning i agendan är de kommersiella och marknadsmässiga förutsättningarna för att sprida befintlig forskning och kunskap. I behovsanalysen kan vi konstatera att det finns ett stort behov och en uttalad efterfrågan på mer lättillgänglig och målgruppsanpassad kunskap kring genusmedvetet ledarskap och affärsutveckling. Vi har identifierat ett stort gap mellan kunskap och befintliga lösningar och näringslivets behov av kunskap och kompetens. Efterfrågan matchas inte av ett erbjudande, i det här fallet beroende på att det saknas leverantörer och en bransch. Idag finns bara ett mindre antal genusutbildade managementkonsulter i Sverige som kan erbjuda näringslivet den kunskap som efterfrågas. På konferensen ”Stafettpinne” som arrangerades av Delegationen för jämställdhet i januari 2013, var den genomgående diskussionen hur man skall åtgärda glappet mellan kunskap och handling. Flaskhalsen måste åtgärdas genom att investera i utvecklingen av nya samverkansformer mellan forskare, praktiker och näringslivet, som kan generera marknadsinnovationer för spridning av den efterfrågade kunskapen.

6. Utveckla beställarkompetensen internt på VINNOVA

Agendaarbetet har identifierat ett behov av att man internt på VINNOVA utvecklar en beställarkompetens i utvärderingen och bedömningarna av ansökningar som har genus som strategiskt fokus eller i utlysningar där kravet finns att ansökningarna skall integrera ett genusperspektiv. Det behövs en tydlighet kring frågor som berör effektmätning och förväntade resultat av gjorda insatser. VINNOVAs interna kompetens och en förståelse och kunskap om näringslivets behov av genusmedvetet ledarskap är nödvändig även för att göra relevanta utlysningar som möter upp mot framtida behov.

7. Utveckla tjänster som kan tillgodose kunskapsbehovet inom näringslivet

Agendaarbetet har synliggjort hur offentliga satsningar på handlingsplaner och utbildningsinsatser främst riktas mot tjänstemän i offentliga myndigheter, kommuner, landsting och statliga förvaltningar medan företagen som skapar tillväxten inte nås av utbildningsinsatserna. Enligt regeringens *Handlingsplan för en jämställd regional tillväxt 2012-2014* är syftet med den nationella handlingsplanen att bidra till en jämställd regional tillväxt. Målgruppen är aktörer som arbetar med tillväxtfrågor regionalt och lokalt. Den offentliga sektorn har ett försprång genom utbildningar för chefer, politiker och nyckelpersoner. Offentliga aktörer ställer i sin tur krav på genusmedveten ledning och styrning när de upphandlar tjänster av företagen.

Andra statliga insatserna för näringslivet som vi identifierat är:

Resurscentra för kvinnor där syftet är att synliggöra kvinnors villkor och öka kvinnors inflytande i det regionala tillväxtarbetet.

Främja kvinnors företagande där syftet är att bidra till att skapa tillväxt och förnyelse i svenskt näringsliv genom att fler företag drivs och utvecklas av kvinnor.

It och jämställdhet – Tillväxtanalys har uppdraget att följa upp en handlingsplan som togs fram av KTH 2006.

Jämställdhetsstrategi för skogsbrukssektorn - Regeringen har i samverkan med skogsnäringen tagit fram en jämställdhetsstrategi.

Dessa insatser är riktade till specifika områden och branscher och får därmed begränsad spridning inom näringslivet. Näringslivets kunskapsbehov kring genusmedvetet ledarskap är en flaskhals som kräver en långsiktig strategi och specifika åtgärder.

8. Integrera genus i managementkonsulternas erbjudanden – utveckla branschen

Agendan har identifierat en efterfrågan på kunskap kring hur man utvecklar ett genusmedvetet management, med chefer som kan agera i moderna och internationellt konkurrenskraftiga affärsverksamheter. För att skapa den nödvändiga konkurrenskraften och skapa hållbara affärer behövs professionella managementkonsulter och en bransch som kan erbjuda nödvändig kunskap, verktyg och tjänster som står på en genusvetenskaplig grund.

Både i Sverige och internationellt finns en väletablerad bransch av konsultföretag som erbjuder tjänster inom management. Företagen är en viktig resurs för att tillföra ny kunskap inom affärsutveckling och ledningskompetens. Denna bransch upplever att det finns en ökad efterfrågan från deras kunder kring hur de integrerar ett genusperspektiv i sina tjänster. Kunskap om jämställdhets- och genusperspektiv skapar mervärde genom att bredda deras marknad. För att kunna erbjuda managementkonsulter den nödvändiga kunskapen krävs investeringar i forskning och utveckling kring hur denna kunskap kan paketeras, testas och kommersiellt och kunskapsmässigt verifieras.

Varje år utexamineras ett stort antal genusvetare från våra svenska lärosäten. De saknar ofta den nödvändiga kunskapen och erfarenheten av ledarskap och affärsutveckling och har därför svårt att få uppdrag inom näringslivet. En branschutveckling inom området skulle därför gynna även denna grupp.

9. **Utveckla tjänsteinnovationer inom tillämpad genusforskning**

Vårt arbete med agendan har genererat ett stort intresse från flera olika aktörer då både forskargrupper och företag söker efter exempel på hur affärsmodeller för tjänsteinnovationer kan utvecklas. Vi föreslår en strategi för att nyttiggöra befintlig genusforskning genom att utveckla behovsstyrda lösningar i nära samverkan med näringslivet och basera dem på företagens specifika behov av genusmedveten affärsutveckling. Det finns stora möjligheter att tillämpa befintlig forskning genom att utveckla innovativa affärsmodeller, använda generiska arbetsmodeller, metoder och verktyg som paketeras och anpassas till företagens behov. På så sätt skapas tjänsteinnovationer som efter behovs- och målgruppsanpassningar blir värdefulla för både näringslivet och den offentliga sektorn, något som ökar tjänsternas marknadspotential.

10. **Verifiera tjänsteinnovationerna i olika testbäddar**

För att utveckla nya tjänster inom genusmedvetet ledarskap behövs investeringar för verifiering av forskningsresultat i olika testbäddar, där målgrupperna för de olika tjänsterna finns representerade.

11. **Utveckla ett Nationellt centrum för tillämpad genusforskning**

Agendaarbetet har identifierat ett behov av att kraftsamla kring frågor som berör tillämpad genusforskning, ledarskap och innovation. Genom att utveckla ett Nationellt centrum skulle kunskapsfältet och näringslivets behov få en större dignitet och utvecklingen skulle kunna snabbas på avsevärt.

6. Upplägg och genomförande av agendaarbetet

Agendaarbetet har involverat ett flertal av Fiber Optic Valleys medlemsföretag och även flera andra näringslivsrepresentanter för att få en nationell uppslutning kring agendan. Agendan bygger också på de kunskaper och erfarenheter som vi fått under många års forskningsarbete inom Fiber Optic Valley och andra VINNOVA-finansierade projekt.

För att stärka samarbetet och säkerställa att strategin är tillämpbar i praktiken har även ett flertal ledande forskare, konsulter och tongivande experter inom kunskapsområdet engagerats. De representerar en tvärvetenskaplig specialistkompetens för att säkerställa en sektorsövergripande agenda. Behovsanalysen har genomförts både i form av intervjuer och i olika workshops.

Hudiksvall 30 april 2013

Marita Svensson
Projektledare
Fiber Optic Valley AB