Det innovativa landet

Publicerad: 2012-08-21 10:21
Sverige har under flera år fått utmärkelser som ett innovativt land. Nu kommer rapporter som visar värderingar på arbetsplatser som ger en annan bild av Sverige. Svenskar är mest glada och humoristiska enligt oss själva och kunden lyser med sin frånvaro på de svenska arbetsplatserna.
TESTA DIG OCH DIN ARBETSPLATS Arbetar du där det finns plats för kreativitet? Svara på tio JA/NEJ-frågor

Vi har tidigare skrivit om hur Sverige under flera år har toppat listan över innovativa länder i Europa. Det har vi rapporterat om inte utan stolthet och ska erkännas med en viss självbelåtenhet. Förra året späddes den på ytterligare då Sverige utsågs till världens mest kreativa land av Martin Prosperity Institute. Det var den svenska kombinationen av tekniskt kunnande, talang hos medarbetarna och ett öppet klimat för nya idéer som var skälen.

SVERIGE UNDER LUPP

Stoltheten visste inga gränser, men lät det inte för bra för att vara sant? Såg man sig omkring, så ärligt talat, kändes bilden lite skev. I år kom rapporten Sverigestudien med en inte lika smickrande bild, men kanske mer verklighetsnära – lite mer som det är här på många svenska arbetsplatserna.

VAR ÄR KUNDEN?

Sverigestudien visar att kunden, eller medborgaren i den offentliga sektorn, knappt existerar år 2012 på de svenska arbetsplatserna. Det är värdeord som lagarbete, ansvar, kostnadsjakt och resultatinriktat som speglar vilka värderingar vi har på jobbet. Kundtillfredsställelse kommer först på 47:e plats och svenskarna vill inte ha det på något annat sätt enligt studien. Vi verkar ha vårt fokus riktat inåt organisationen, snarare än utåt kunder och marknaden.

I många andra länder är kunderna det viktigaste på jobbet. I Kanada, USA, Australien och Storbritannien toppar kundtillfredsställelse värderingarna på arbetsplatserna. I vårt grannland Finland ligger det på andra plats. Det är värt att notera att för tre år sedan, 2009, låg det också

högt i här Sverige – på tolfte plats. Finns det skäl att oroa sig för vart vi är på väg? Har vi glömt bort varför vi går till jobbet, för vem företaget eller myndigheten finns till?

VI TYCKER TILL OM OSS SJÄLVA

När vi ska värdera oss själva dyker ”kreativitet” upp på femtonde plats och ”ständigt lärande” på nionde. Det är humor och glädje som bäst motsvarar svenskens personliga värderingar följt av familj, ansvar och först på femte plats det svenskaste av svenskt: ärlighet.

Det har hänt någonting med bilden av svenskarna och vårt fantastiska land. Vi kanske inte är bäst i världen? Eller är vi det? Vem ska vi tro på?

EN VERKLIGHET SOM POCKAR PÅ

Oavsett svaret är det självklart att det inte går att slå sig till ro. Det finns en verklighet därute som knackar på dörren. Konjunkturen (som enligt Konjunkturinstitutets prognos vänder uppåt först nästa år) och den djupa eurokrisen tillsammans med arbetslöshet har gett ökad press och stress, men också spridit otrygghet och osäkerhet på arbetsplatser. Och det vet man från forskning är hämmande för kreativiteten.

Arbetsplatser med starka innovationskulturer ger sina medarbetare frihet och trygghet, förnyelse och lärande. De har ett tillåtande klimat där det är okej att ta initiativ och att misslyckas, men du får också ryggdunkar när du lyckas, du har tid att tänka nytt och det finns plats för skratt.

INNOVATIONSKRAFTEN SKA TA SVERIGE LÅNGT

Den motsägelsefulla bilden av Sverige som målas upp i Sverigestudien vore väl inte så oroande om det inte var för att så många politiker hoppas så mycket på den svenska innovationskraften. Att den ska ge oss konkurrensfördelar internationellt. I regeringsförklaringen 2011 målade regeringen upp visionen år 2020 då ”innovationer ger framgångsrika företag, fler jobb och bättre livskvalitet för alla invånare”. Det tar tid att omsätta i praktiken och kopplingen till jobben och livskvaliteten är inte solklar.

Vi har sett teknikspång, till exempel när kontorsarbetet digitaliserades på 1980-talet, som faktiskt minskat antalet arbetstillfällen istället (Läs tidigare artikel In i en digital framtid). Det är ingen självklarhet att svensk innovationskraft ger fler jobb i Sverige och bättre liv för svenskarna.

KREATIVITET ÅT INGENJÖRERNA

Ingenjörer har en stor del av utvecklingsarbetet som leder till innovationer. Det ligger ett ansvar på yrkeskåren. För att lyckas med att ta fram det oväntade, det som ingen ännu tänkt, behöver ingenjörerna handlingsutrymme för att vara kreativa. Om självbilden hos svensken är en glad lax och inte i första hand genuint kreativ får vi hoppas att ingenjörsskrået har mer av den varan. Det kommer vi att behöva.

Att kunna krocka det logiska mot det kreativa löser ofta upp knutar i idéarbetet. Att få rum att vara lekfull på arbetsplatsen är också ett sätt att öppna upp för nya tankar och nya perspektiv. I Helsingborg pågår nu forskning som ställer frågan ”Kan lekfulla oförutsägbara

konferensrum öka kreativiteten?”. Det är kreativitetsforskaren *Samuel West* som tillsammans med designern *Niklas Madsen* i april startade superlab.se för att ta reda på svaret på den frågan.

I framtiden kommer kanske våra konferensrum att se annorlunda ut och ge ingenjörer en kick som de säkert behöver för att ta fram innovationer på världsnivå. Så att vi kan leva upp till utnämningar som världens mest innovativa land.

Av: Helena Thorén, helena.thoren@ingenjorsamfundet.se

Ansvarig utgivare: Terje Andersson, terje.andersson@ingenjorsamfundet.se

Kreativ arbetsplats?

Publicerad: 2012-08-21 10:56
Personer som jobbar på kreativa företag både sover bättre, oroar sig mindre och råkar sällan ut för hjärtflimmer. Här har du frågorna som ger dig svaret på hur kreativt ditt företag är.

Det är forskaren *Farida Rezulsada* som tagit fram tio frågor för den som vill ta reda på om hon eller han har en kreativ arbetsgivare.

Svara JA eller NEJ på följande tio frågor. Räkna samman hur många JA-svar du får.

1. Uppmuntras du att komma med nya idéer och vara kreativ på jobbet?

2. Vågar du och dina arbetskamrater ta egna initiativ även om ni inte vet hur slutresultatet blir?

3. Är det okej att misslyckas på ditt företag?

4. Är atmosfären levande och händelserik?

5. Finns det utrymme för humor och skratt på jobbet?

6. Lyssnar din chef på dig eller för han/hon snarare en monolog?

7. Har du tid att tänka ut nya idéer?

8. Har du och dina kollegor något inflytande över hur företaget styrs och utvecklas?

9. Använder ni ett uppmuntrande språk på jobbet?

10. Uppmuntras du att samarbeta med andra?

FACIT

0-3 JA:
Du får antagligen inte utrymme för din kreativitet.

Åtgärd: Berätta för ledningen och gör om testet igen efter 6 månader och om det inte har blivit bättre – byt jobb!

Exempel på företag: Företag som verkat länge på en statisk marknad utan hotande konkurrens, vilket kan leda till att företaget saknar förmåga att med kreativitet anpassa sig till förändringar.

4-6 JA:
Inte ett superkreativt företag men har rätt förutsättningar att bli det!

Åtgärd: Arbeta på de punkter som du har svarat NEJ på och förstärk de områden där du har svarat JA.

Exempel på företag: Har förmågan att vara mer kreativt än man är. Antagligen för att man inte värderar personalens kreativa förmåga. Orsaken ligger ofta i att man har lämnat det kreativa stadiet av att etablera företaget och nu gått in i ett stabilare stadium där energin läggs på organisationen. En plan saknas för att uppfatta den kreativitet som finns, vilket gör att företaget är sårbart om något förändras snabbt.

7-10 JA:
Du befinner dig antagligen i en organisation som kan prestera superkreativa resultat.

Åtgärd: Sprid ryktet och rekrytera fler superkreativa talanger som inte får utrymme hos de företag som endast fått 0-6 JA. Fokusera er kreativitet på att uppnå ännu bättre resultat, och belöna personalen ännu mer, så ökar både välmående och resultat.

Exempel på företag: Personalen ges tid att vara kreativa och företaget attraherar ännu fler kreativa personer som till exempel Google. Företaget kan snabbt anpassa sig till förändring och det kan skapa innovativa och oväntade lösningar som till exempel Apple's iPhone. Stämmer detta med ditt företag?