

Integrationsstrategier för utlandsfödda i detaljhandeln

Företag inom detaljhandeln berörs i allt större utsträckning av utmaningar kring integration av utlandsfödda på arbetsmarknaden och i samhället. Den här studien ger rekommendationer och vägledning till företag som överväger att bidra till integration av utlandsfödda på arbetsmarknaden.

Genom att följa tre fallföretag visar studien några strategier för hur detaljhandeln kan spela en roll som etableringsbransch för utlandsfödda på den svenska arbetsmarknaden.

Tre olika integrationsstrategier

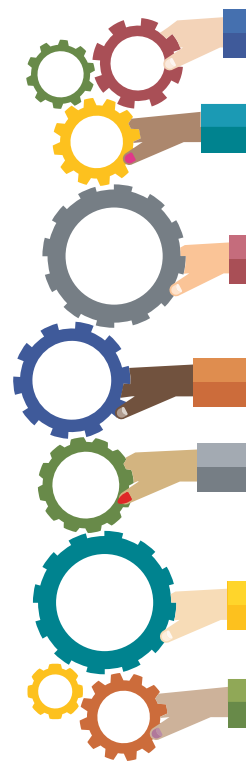
De tre fallföretagen använder olika integrationsstrategier, som på olika sätt bidrar till integration av utlandsfödda. *Fallföretag A* använder en samhällsorienterad integrationsstrategi. Företaget är engagerat i särskilda projekt tillsammans med kommunen och det lokala arbetsförmedlingskontoret, där arbetslösa som inte har kunnat hitta ett jobb erbjuds möjlighet att få arbetslivserfarenhet under en begränsad period. Målgruppen för dessa initiativ är oftast utlandsfödda. *Fallföretag B* använder en kundorienterad strategi. Företaget anställer många nya medarbetare varav flera är utlandsfödda, men är mindre intresserat av att göra undantag från de krav som ställs. Här anställs medarbetare utifrån vad företaget uppfattar som viktigt för att kunna erbjuda sina kunder bra service och ett positivt bemötande. I det tredje fallet – *fallföretag C* – är integration en del av företagets affärsidé. Den bygger på att tillfredsställa behov, både kundernas behov av varor och anställdas behov av arbete. Företaget försöker erbjuda största möjliga utbud. Oberoende av var kunderna kommer ifrån

så ska de kunna hitta sina favoritprodukter i butiken. Företaget försöker också hjälpa människor som har problem att hitta jobb.

Gemensamt för alla tre fallen är att integrationsstrategin är anpassad efter företagets affärsmässiga förutsättningar. Fallföretag C riktar sig främst till kunder med utländsk bakgrund. På samma sätt är fallföretag A verksamt i en kommun med relativt hög andel utlandsfödda, och där andelen anställda med utländsk bakgrund ökar. Att anställa utländskfödd arbetskraft betraktas därför av fallföretag A som en förutsättning för att kunna bedriva verksamheten på sikt. Företag B har lägst andel kunder med utländsk bakgrund, men verksamhetens storlek och behov av att anställa personal under hög-säsong innebär att företaget ändå bidrar i stor utsträckning (antalsmässigt) till att erbjuda utlandsfödda arbetslivserfarenhet.

Förutsättningar för integration

Studien visar att det inte nödvändigtvis finns ett bästa sätt för detaljhandelsföretag att bidra till integration av utlandsfödda på arbetsmarknaden. Det handlar snarare om att ha en genomtänkt integrationsstrategi och att strategin ligger i linje med företagets affärsstrategi. På så sätt skapas förutsättningar för integration av utlandsfödda på arbetsmarknaden. ▶



För vissa företag kan integrationsstrategin innebära att företaget inrättar särskilda åtgärder för att bidra till integration av utlandsfödda på arbetsmarknaden, till exempel genom att skapa tillfälliga lärlingsplatser i samverkan med kommunen eller arbetsförmedlingen. För andra bygger integrationsstrategin mer eller mindre på att erbjuda sysselsättning till utlandsfödda. Ytterligare andra företag anpassar inte sin HR-strategi på något avgörande sätt för att bidra till integration av utlandsfödda på arbetsmarknaden. Det är dock viktigt att poängtera att en sådan strategi ändå kan leda till, och bidra till integration av utlandsfödda. Företag som växer anställer också många personer. Olika strategier kan leda till integration av utlandsfödda på arbetsmarknaden.



- Utformningen av integrationsstrategi måste inte bara vara i samklang med företagets övergripande affärsstrategi. Den måste också leverera i förhållande till vad externa intressenter förväntar sig med avseende på integration.

- Vid utvecklingen av en hållbar integrationsstrategi är det viktigt att identifiera företagets viktigaste intressenter, vilka intressen och förväntningar de har och på vilket sätt företaget på bästa sätt kan tillfredsställa och leva upp till dessa förväntningar.

- Analysera hur integrationsaspekten kommer in i företagets personalarbete och bemanningsstrategier. Ska företaget utforma särskilda åtgärder som riktar sig till utlandsfödda eller ska företaget anpassa ordinarie HR-praktiker?

- Identifiera existerande resurser och överväg om den tänkta integrationsstrategin kräver att nya resurser behöver tillföras eller utvecklas.

Rekommendationer

Rekommendationer för detaljhandelsföretag som vill bidra till integration av utlandsfödda på arbetsmarknaden:

- Analysera hur trender och utvecklingstendenser påverkar butiken i framtiden. Genom en sammanvägd analys av utvecklingstrender kan företagets affärsstrategi och integrationsstrategi formuleras.

Balanserad diskussion

Studien är ett led till att skapa en mer balanserad diskussion om hur en av vårt samhälles största utmaningar gestaltar sig från detaljhandelsföretagens horisont. ■

Projektets övergripande syfte var att bidra med ökad kunskap och förståelse för detaljhandelsroll som etableringsbransch för utlandsfödda på den svenska arbetsmarknaden. Rapporten är en vägledning för butikschef och personalansvariga inom detaljhandeln för hur de ska bemöta integrationsutmaningar i sin verksamhet.

Projektamn: Etablering av unga och utlandsfödda i detaljhandeln

Projektledare: Ola Bergström, professor och Vedran Omanović, ek. dr, management och organisation Handelshögskolan vid Göteborgs universitet

Beviljat anslag: 1 700 000 kronor

Projektid: 2015–2017