



Sveriges lantbruksuniversitet  
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för ekonomi

## **Kvinnor och entreprenörskap**

Vad behöver förändras i samhället för att fler kvinnor ska driva företag?

Women and entrepreneurship

What needs to change in the society for more women to run a business?

*Emelie Jonsson*

*Annie Roos*

**Kvinnor och entreprenörskap – Vad behöver förändras i samhället för att fler kvinnor ska driva företag?**

Women and entrepreneurship – What needs to change in the society for more women to run a business?

*Emelie Jonsson  
Annie Roos*

**Handledare:** Cecilia Mark-Herbert, Sveriges lantbruksuniversitet,  
Institutionen för ekonomi

**Examinator:** Karin Hakelius, Sveriges lantbruksuniversitet,  
Institutionen för ekonomi

**Omfattning:** 15 hp

**Nivå och fördjupning:** G2E

**Kurstitel:** Självständigt arbete i företagsekonomi C

**Kurskod:** EX0538

**Program/utbildning:** Agronomprogrammet – ekonomi

**Fakultet:** Fakulteten för naturresurser och lantbruksvetenskap (NL)

**Utgivningsort:** Uppsala

**Utgivningsår:** 2012

**Serienamn:** Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi

**Nr:** 732

**ISSN** 1401-4084

**Elektronisk publicering:** <http://stud.epsilon.slu.se>

**Nyckelord:** genus, entreprenörskap, kvinnligt företagande, kvinnliga entreprenörer, kvinnor, entreprenörer, företagare



Sveriges lantbruksuniversitet  
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för ekonomi

# Förord

Vi vill börja med att tacka Ultunabiblioteket för all den hjälp vi fått med referenshantering samt inköp av nya böcker som vi behövt.

Vår handledare Cecilia Mark-Herbert har varit en klippa både i valet av ämne men även under arbetets gång, snabbare hjälp och återföring får man leta efter. Vi vill också tacka vår handledargrupp för all den hjälp och konstruktiva kritik vi fått under våra fikamöten. Era arbeten har gjort vårt arbete bättre genom opponering och inspiration.

Vi vill rikta ett extra tack till Ellinor Eineren, Rose-Marie Lewicki, Susanne Nilsson och Maria Larsson som ställde upp för vårt empiriska material. Utan er hade analysen inte varit den samma och vi hade definitivt inte lärt oss lika mycket. Tack!

Sist vill vi rikta ett stort tack till familj och vänner som stått ut med oss under arbetets gång, tack för uppslag och stöttning. Ett litet extra tack skickas till Johan Persson och Daniel Gustafsson för att de guidat oss bland genusteorins snåriga begrepp.

# Abstract

The essay deals with conditions for female entrepreneurs in Sweden and how society could be changed so more women will choose to become entrepreneurs. The five tentative conclusions drawn based on a literature review are: a need for a change in the support system for the industrial aid now available; a change of attitudes is needed in the society towards women and entrepreneurs; a nuanced research on the entrepreneurship field needs to be developed; pull factors, like a greater opportunity for self-fulfillment and higher income, should play a greater role in the creation of a business; and a need for the term female entrepreneurship to disappear.

There are fewer female entrepreneurs than male entrepreneurs. This is mainly due to different conditions in life. It should not matter if it is a man or a woman who wants to start a business. The conditions should be equal. It is beneficial for the society if more women choose to run a business because more business ideas, more job opportunities and a more dynamic business environment are created.

The study is illustrated with the theories of gender and entrepreneurship as a basis for the literature review, of primarily academic literature, and the case study. The empirical study consists of three female entrepreneurs. These case studies are based on interviews concerning the entrepreneur's experiences linked to their business start-up and how their company is run today.

The study hopes to raise the interest in and illuminate the differences in conditions between female and male entrepreneurs. The aim of the study is to raise an awareness of the gender aspects in entrepreneurship. An increased awareness would, ideally, lead to fewer calls for investigating gender related differences in the future.

# Sammanfattning

Arbetet behandlar hur det svenska samhället ska förändras för att fler kvinnor ska välja att starta företag. Slutsatserna som dras i arbetet är fem stycken och följer: det behövs ett förändrat bidragssystem för det företagsstöd som finns; en attitydförändring till kvinnor och företagare behövs i samhället; en nyanserad forskning på entreprenörskapsområdet behöver utvecklas; pullfaktorer, till exempel möjlighet till självförverkling eller högre inkomst, borde spela en större roll vid startandet av ett företag; och uttrycket kvinnligt entreprenörskap borde försvinna.

Det finns färre kvinnliga entreprenörer än manliga entreprenörer. Detta beror framförallt på olika förutsättningar i livet. Det bör inte spela någon roll om det är en man eller en kvinna som vill starta företag, förutsättningarna borde vara lika. Det är fördelaktigt för samhället om fler kvinnor väljer att driva företag eftersom fler affärsidéer, fler arbetsmöjligheter och ett mer dynamiskt näringsliv bildas.

I studien tas teorier om genus och entreprenörskap upp som en grund till litteraturgenomgången och det empiriska materialet. Den empiriska studien består av tre kvinnliga entreprenörer som intervjuats om sina upplevelser i samband med företagstarten och hur företaget drivs idag.

Förhoppningen med studien är att belysa och väcka intresse för de skillnader som finns i förutsättningar mellan kvinnliga och manliga företagare. En förväntan med studien är att arbetet hjälper till att sprida de kopplingar som finns i dagsläget mellan genus och entreprenörskap. En ökad medvetenhet skulle i slutändan kunna leda till färre studier som fokuserar på genusskillnader.

# Innehållsförteckning

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 INTRODUKTION</b> .....  | <b>1</b>  |
| 1.1 KVINNliga ENTREPRENÖRER UR EN HISTORISK VINKEL.....  | 1         |
| 1.2 PROBLEMBAKGRUND .....  | 2         |
| 1.3 SYFTE.....   | 3         |
| 1.4 DEFINITIONER .....   | 4         |
| 1.5 AVGRÄNSNINGAR.....   | 4         |
| 1.6 STRUKTUR.....  | 5         |
| <b>2 TEORI</b> .....   | <b>6</b>  |
| 2.1 GENUSTEORI .....   | 6         |
| 2.1.1 <i>Introduktion till genuskontraktet</i> .....   | 6         |
| 2.1.2 <i>Genuskontraktet försöker skildra Hennes och Hans åtskilda villkor i samhället</i> ..... | 7         |
| 2.1.3 <i>Kvinnornas rum</i> .....  | 8         |
| 2.2 ENTREPRENÖRSKAPSTEORI .....  | 8         |
| 2.2.1 <i>Entreprenöriella egenskaper</i> .....   | 8         |
| 2.2.2 <i>Push- och pullfaktorer</i> .....  | 9         |
| <b>3 METOD</b> .....   | <b>10</b> |
| 3.1 VAL AV TEORI .....   | 10        |
| 3.2 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT VID LITTERATURGENOMGÅNG .....  | 10        |
| 3.3 EMPIRISK MATERIAL .....  | 11        |
| 3.4 METODKRITIK .....  | 13        |
| <b>4 LITTERATURGENOMGÅNG</b> .....   | <b>15</b> |
| 4.1 ENTREPRENÖRIELLA EGENSKAPER .....  | 15        |
| 4.2 DRIVKRAFTER .....  | 16        |
| 4.3 UTBILDNING.....  | 17        |
| 4.4 NÄTVERK .....  | 17        |
| 4.5 KVINNORS ROLL I HEMMET .....   | 18        |
| 4.6 RUT-AVDRAGET .....   | 19        |
| 4.7 POLITISKA PROGRAM FÖR ATT ÖKA DET KVINNliga FÖRETAGANDET .....                               | 19        |
| 4.7.1 <i>Främja kvinnors företagande genom Tillväxtverket</i> .....                              | 19        |
| 4.7.2 <i>Kvinnligt företagande i Landsbygdsprogrammet</i> .....                                  | 20        |
| <b>5 EMPIRI</b> .....  | <b>21</b> |
| 5.1 ELLINOR EINEREN – AGRICAM .....  | 21        |
| 5.2 SUSANNE NILSSON – BF SKOR OCH VÄSKOR.....  | 22        |
| 5.3 ROSE-MARIE LEWICKI – FRISTÅENDE HUDVÅRDSKONSULT FÖR MARY KAY .....                           | 23        |
| <b>6 ANALYTISK DISKUSSION</b> .....  | <b>25</b> |
| 6.1 KVINNORNAS EGNA OCH EXTRA RUM.....   | 25        |
| 6.2 RUT-AVDRAGET – EN BRA BIT PÅ VÄGEN?.....   | 26        |
| 6.3 KVINNORNA UPPRÄTTHÅLLER SJÄLVA GENUSORDNINGEN .....  | 27        |
| 6.4 PUSH- OCH PULLFAKTORER .....   | 28        |
| 6.5 UPPVÄXTEN OCH SKOLANS ROLL .....   | 29        |
| 6.6 KVINNliga OCH MANliga ENTREPRENÖRIELLA EGENSKAPER .....                                      | 30        |
| <b>7 AVSLUTANDE KOMMENTARER</b> .....  | <b>31</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| 7.1 SLUTSATSER.....   | 31        |
| 7.2 VAD SÄGER NÅGRA FORSKARE OM FRAMTIDEN?.....                             | 32        |
| 7.3 FRAMTIDA FORSKNING SOM VI ANSER BEHÖVS PÅ OMRÅDET .....                 | 33        |
| <b>REFERENSER .....</b>   | <b>34</b> |
| <i>Litteratur och publikationer</i> .....                                   | 34        |
| <i>Rapporter</i> .....  | 35        |
| <i>Internet</i> .....   | 36        |
| <i>Personliga meddelanden</i> .....   | 37        |
| <b>BILAGA 1: INTERVJUFRÅGOR TILL KVINNLIGA ENTREPRENÖRER.....</b>           | <b>38</b> |
| <b>BILAGA 2: TELEFONINTERVJU MED ELLINOR EINEREN I SYNTESFORM.....</b>      | <b>39</b> |
| <b>BILAGA 3: SKRIFTLIG FÖRFRÅGAN MED SUSANNE NILSSON I SYNTESFORM .....</b> | <b>42</b> |
| <b>BILAGA 4: INTERVJU MED ROSE-MARIE LEWICKI I SYNTESFORM .....</b>         | <b>44</b> |

## Förteckning över figurer och tabeller

|   |    |
|---|----|
| Figur 1 Illustration av arbetets struktur .....                     | 5  |
| Figur 2 Illustration över sökord använda i litteraturgenomgång..... | 11 |
| Figur 3 Studiens slutsatser kortfattat .....                        | 31 |
| Tabell 1 Kriterier empiriskt material.....                          | 12 |
| Tabell 2 Tidsaspekt empiriskt material .....                        | 13 |





# 1 Introduktion

Den senaste tidens intresse kring entreprenörskap bottnar, enligt Bhatnagar och Kaushik (2009), i att ekonomiska analyser har visat att små företag tillför en stor del till den hållbara ekonomiska tillväxten. Författarna Bhatnagar och Kaushik påvisar att en stor bidragande faktor till varför människor väljer att bli egna företagare är att denna yrkesväg jämfört med att vara anställd på ett stort företag tycks ge större personliga och ekonomiska belöningar för individen.

Nystartade företag skapar förnyelse i näringslivet och ger extra kraft till ekonomin (www, Tillväxtverket 1, 2012). Sammanlagt startas ungefär 60 000 nya företag i Sverige varje år medan cirka 30 000 läggs ned. En rapport från Tillväxtverket visar att det är 22-28 procent av Sveriges företag som drivs av kvinnor (Holmquist och Wennberg, 2010). Av de företag som bildades 2010 startades 30 procent av kvinnor. Om kvinnligt företagande skulle fortsätta att öka till dess att företagande är lika vanligt bland kvinnor som bland män skulle det betyda ungefär 75 000 nya företag och cirka 278 000 nya arbetstillfällen (www, Tillväxtverket 2, 2012). Om Sverige jämförs med andra länder i Europa är andelen kvinnor som driver företag under genomsnittet (www, Regeringskansliet 3, 2012). Även i jämförelse med andelen kvinnor som driver företag i Skandinavien ligger Sverige under genomsnittet.

Intresset för företagande kvinnor har växt kraftigt under den senaste tiden (Näsman, 2000). År 1989 publicerade författarna och forskarna Elisabeth Sundin och Carin Holmquist en omfattande studie av kvinnliga företagare i Sverige. I denna studie lyfter de fram att det inte finns någon "Kvinnlig Företagare", i den meningen att en beskrivning skulle överensstämma med alla. De menar att kvinnliga företagare allt som oftast ses som någonting nytt i det svenska näringslivet men att så inte är fallet. Vidare konstaterade Sundin och Holmquist (1989) att kvinnliga företagare ofta ses som mindre professionella, mindre seriösa och mindre framgångsrika än sina manliga kollegor. Detta menar de är ett tecken på att de entreprenörskapsteorier som finns måste revideras. Sundin och Holmquist (1989) lyfter fram att dessa teorier har skapats efter studier av män och att de inte tar hänsyn till kvinnornas perspektiv.

## 1.1 Kvinnliga entreprenörer ur en historisk vinkel

Före mitten av 1800-talet hade kvinnor mycket begränsad möjlighet att bedriva näringsverksamhet eller att ha vissa yrken (www, Företagsamheten 1, 2012). Fattiga kvinnor kunde få tillstånd att bedriva enkel handel, så länge det inte var ett hot mot att konkurrera ut männens handel. De kvinnor som drev verksamhet fanns i korg-, slakteri- och bryggerisektorn.

Under lönearbetets frammarsch under 1850-talet startade diskussion om gifta kvinnors lönearbete (Hirdman, 2003). Hirdman menar att diskussionen inte handlade om att kvinnor arbetade utan att de arbetade utanför hemmet. De gifta kvinnorna ingick då i dubbla genuskontrakt, ett med maken och ett med arbetslivets chef. Många yrken var dock fortfarande stängda, antingen genom förbud eller genom utestängande för kvinnor att söka till högre utbildning (www, Företagsamheten 1, 2012). Framförallt offentliga tjänster var stängda för kvinnor.

Det lilla familjeföretaget var dominerande i de flesta branscher fram till slutet på 1800-talet (www, Företagsamheten 1, 2012). I familjeföretaget gjorde både männens och kvinnorna viktiga insatser. Det var dock formellt mannen som representerade rörelsen, även i de företag där det var kvinnan som var drivande. Kvinnorna fick driva företaget till exempel för att mannen var sjuk, alkoholiserad eller inte kompetent att utföra arbetet. Detta var påtagligt under stormaktstiden då många män befann och dog ute i fält. Kvinnorna fick då även chansen att inta betydande roller i Sveriges storföretag. Den bästa möjligheten en kvinna hade att driva företag var som änka (Pettersson, 2002). Så länge änkorna inte gifte om sig kunde de driva företagets verksamhet vidare.

Runt sekelskiftet 1800-1900-talet och de följande decennierna fördelade sig arbetet mellan könen till största del på tre faktorer (Göteborg Johannesson, 1996). Det berodde dels på de normativa föreställningarna om kvinnligt och manligt, de sociala möjligheterna och de ekonomiska möjligheterna. År 1921 blev gifta kvinnor myndiga och fick rätten att ha en egen, självständig, ekonomi (www, Företagsamheten, 2012).

Efter andra världskriget började många kvinnor arbeta inom yrken med sysslor som de redan hade kunskap om. Sysslor som att laga mat, städa, tvätta och diska (Gisselberg, 1991). Kvinnorna blev privata vårdbiträden och köksbiträden i skolornas kök. Efter att det sociala reformprogrammet och den då massiva utbyggnaden av barnomsorgen genomförts blev kvinnorna anställda som barnskötare, förskolelärare, sjuksköterskor och lärarinnor. Traditionellt sett finns också en stor del av de arbetande kvinnorna i samhället inom vård, omsorg och utbildning, det vill säga den offentliga sektorn där de största arbetsgivarna är kommuner och landsting (www, Statistiska Centralbyrån, 2012). Möjligheterna att driva eget företag är mindre inom den offentliga vård-, omsorgs- och skol- sektorn jämfört med den privata sektorn (Gisselberg, 1991). Den privata sektorn är dock oftast mer dominerad av män (Landström och Löwegren, 2009). Svårigheterna att driva privat företag inom den traditionellt offentliga sektorn beror till största delen på stora inträdesbarriärer och höga startkostnader.

Till följd av det ökade intresset för kvinnligt företagande under 1990-talet tillkom olika styrda insatser för att främja kvinnligt entreprenörskap (Danilda, 2001). Ett exempel på en riktad åtgärd är det så kallade Kvinnolånet som är ett riktat företagslån till kvinnor. Lånet tillkom eftersom kvinnliga företagare ofta upplevde misstro i samband med bankkontakter. 1992 började lånet förmedlas i Värmland och 1994 introducerades företagslånet hela landet. Danilda (2001) menar att dessa riktade åtgärderna visar att det finns ett stort behov av att rikta fler åtgärder direkt till kvinnor. Även intresset för företagsåtgärder riktade till kvinnor är mycket stort bland kvinnliga företagare.

I dagens samhälle finns det inga lagliga hinder mot kvinnligt företagande kvar (www, Företagsamheten, 2012). Enligt Företagsamheten möter dock kvinnor fortfarande ofta större svårigheter än män i egenföretagandet. Särbehandling och fördomar leder till att kompetenta kvinnliga entreprenörer kommer i andra hand i jämförelse med mindre kompetenta manliga entreprenörer.

## 1.2 Problembakgrund

Rådande regering anser att nystartade företag och företag som växer och utvecklas är en viktig grundbult för att skapa möjligheter till sysselsättning, ekonomisk tillväxt i samhället och en ständig förnyelse (www, Regeringskansliet 1, 2012). Historiskt sett har Sverige varit beroende av stora företag för att ha stabila samhällsfaktorer såsom ekonomisk tillväxt,

sysselsättning samt välfärd. Dock har den mer globaliserade ekonomin skapat stora förändringar i strukturen hos svenskt näringsliv och idag anses småföretag enligt Regeringskansliet allt viktigare för både tillväxt och sysselsättning.

Det finns idag ett stort politiskt intresse i att få fler nystartade företag i Sverige, speciellt företag startade av kvinnor (www, Regeringskansliet 2, 2012). Detta eftersom det är betydligt färre kvinnor än män som startar företag i dagsläget. Sveriges regering budgeterar pengar till program och satsningar för att bland annat främja kvinnligt företagande. Det är Tillväxtverket som har fått i uppdrag från regeringen att arbeta med programmet för att främja kvinnligt företagande.

Tillväxtverket (www, 2, 2012) menar att om fler kvinnor utvecklar och driver företag kommer fler affärsmodeller och affärsidéer tas hänsyn till. Att fler kvinnor leder företag ökar förnyandet och dynamiken i Sveriges näringsliv. Detta i sin tur kommer, enligt Tillväxtverket, att öka Sveriges konkurrensmöjligheter på världsmarknaden och bidra till en mer hållbar ekonomisk tillväxt. Gayle Tzemach Lemmon, författare och vice chef för ”Women and Foreign Policy program” på amerikanska utrikesdepartementet, menar att om den ekonomiska potentialen i kvinnligt entreprenörskap frigörs kommer stora förbättringar att ske på den globala jobbmaknaden (Tzemach Lemmon, 2012).

Jordbruksverket (Nilsson och Petersson, 2011) har som utgångspunkt att en mångfald, till exempel kön och ursprung, bland företagsledare kan leda till fördelar för företagen och samhället. Tesen stöds av Alvesson m.fl. (1999) som menar att om företag utnyttjar mångfalden i samhället skulle organisationen bli mer kunskapsrik och kreativ. Är arbetskraften flexibel, och inte styrs efter konstruerade ramar kan organisationer arbeta mer effektivt. Alvesson m.fl. menar vidare att det är oförnuftigt att ha kvar de sociala strukturer, såsom roller och relationer (www, NE 1, 2012), som bidrar till att lite mindre än hälften av Sveriges arbetskraft, kvinnorna, inte utnyttjas till sin fulla kvalifikation och begåvning.

Ett annat argument för ett jämställt företagsklimat belyser Yvonne Hirdman i sin bok *Genus* (2003). Hon menar att en demokrati bygger på allas lika värde, alla människor ska ha samma rättigheter och skyldigheter. Hon menar också att om en stat har bestämt sig för att ha demokrati måste staten i sin tur även uppfylla kraven om allas lika värde. Detta medför att både kvinnor och män ska ha samma förutsättningar att kunna starta ett företag.

Att det finns så få kvinnliga entreprenörer i Sverige är ett problem eftersom det tyder på ett icke jämställt samhälle. I ett samhälle med bristande jämställdhet har inte alla individer samma förutsättningar att välja karriär. De få kvinnliga entreprenörerna tyder också på att det finns outnyttjade samhällsekonomiska resurser. Dessa ter sig i form av förlorade affärsidéer, färre arbetsmöjligheter och ett mindre dynamiskt näringsliv. Därför vore det fördelaktigt för samhället om antalet kvinnliga entreprenörer ökar.

Huvudfrågan som leder fram till syftet i den här uppsatsen handlar om hur samhället behöver förändras för att fler kvinnor ska driva egna företag.

### 1.3 Syfte

Syftet med studien om kvinnligt entreprenörskap är att undersöka ett fåtal av de förändringar som behövs för att fler kvinnor ska starta egna företag. Enligt både Tillväxtverket (www, Tillväxtverket 2, 2012) och Jordbruksverket (Nilsson och Petersson, 2011) skulle mer

kvinnligt företagande kunna leda till fördelar för samhället, varvid det är viktigt att förstå vad som behöver förändras för att de kvinnliga företagen ska bli fler.

För att skapa en god grund för att besvara syftet och huvudfrågan kommer det att läggas fokus på följande delfrågor:

- Hur påverkar Rut-avdraget och den roll som samhället ser att kvinnorna har i hemmet de kvinnliga entreprenörerna?
- Hur kan genusteorin förklara de skilda förutsättningar som kvinnliga entreprenörer möter i jämförelse med manliga?
- Vad är det som driver kvinnor till att starta företag?

## 1.4 Definitioner

Denna studie bygger på begreppen kvinnligt entreprenörskap och kvinnligt företagande. För att definiera kvinnlig entreprenör och kvinnlig företagare är utgångspunkten vad Landström (2009) och Nationalencyklopedin definierar en entreprenör som:

"[E]n entreprenör är någon som startat ett företag, och det är också så som vi kommer att definiera begreppet" (Landström, 2009, s. 19)

"[E]ntreprenör... en person som t.ex. startar nya företag eller utvecklar nya produkter." (www, NE 2, 2012)

I studien definieras en entreprenör som någon som startar och/eller driver företag. En kvinnlig entreprenör definieras som en kvinna som startar och/eller driver företag. I den här studien likställs begreppen kvinnlig företagare och kvinnlig entreprenör.

## 1.5 Avgränsningar

Studien är avgränsad till att behandla entreprenörskap inom Sverige. Några av teorierna är applicerade på andra länder. I dessa fall görs en avvägning ifall teorierna är applicerbara på Sverige. Metoden är avgränsad till att vara en litteraturgenomgång av ämnet och en kvalitativ empirisk studie. Den empiriska studien är avgränsad till tre kvinnliga entreprenörer och till att bestå av ett frågeformulär att antingen svara på muntligt eller skriftligt. Entreprenörernas synliggörande i texten avgränsas genom en kort introduktion till de kvinnliga entreprenörerna, en övergripande text av deras svar och med citat och tankar i de olika analysstyckena. Frågeformuläret finns med som bilaga, se bilaga 1.

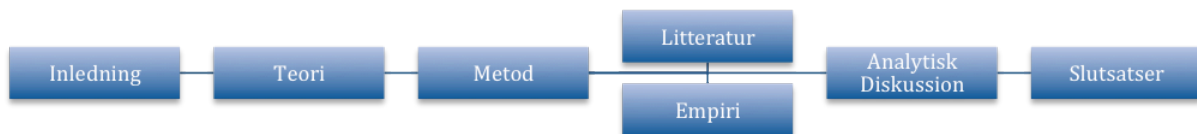
Den teoretiska delen av studien är avgränsad till ämnet kvinnliga entreprenörer. Avsnittet om genus är avgränsat till att ta upp teorier om genus i samhället. Det innefattar teorier om genuskontraktet, den underordning av kvinnor som existerar och det svar som samhället ger på genusproblematiken. Entreprenörskapet är avgränsat till att fokusera kring teorier om drivkraften till att bli entreprenör och hur rollen som entreprenör ser ut.

Den historiska vinkeln på kvinnligt entreprenörskap är avgränsad till att i korta drag ge en förståelse av vilka faktorer från 1800-talet och framåt som lett till det kvinnliga entreprenörskapet vi ser idag. Avsnittet med entreprenöriella egenskaper har avgränsats till att ta upp problematiken ifall egenskaperna egentligen finns och i så fall hos vilket kön. Drivkrafterna tar upp det som litteraturen anger som vanligaste anledningarna till att kvinnor

startar företag. I utbildningskapitlet ligger fokus på de skillnader som uppmärksammas mellan flickor och pojkar. Nätverken kopplas främst till självkänslan, förebilder och vilken vikt som nätverken har vid startande av företag. Avsnittet kvinnors roll i hemmet är främst avgränsat till att ta upp de fenomen som är kopplade till entreprenörskap. Rut-avdraget förklaras kortfattat men fokus ligger på hur avdraget påverkar kvinnliga entreprenörer. De program som finns för dagens kvinnliga entreprenörer avgränsas till att ta upp de två största nationella stödprogram som finns.

## 1.6 Struktur

Den disposition som är i arbetet visas översiktligt i Figur 1.



**Figur 1 Illustration av arbetets struktur**

Arbetet börjar med en introduktion till studien och en presentation av problemet som kommer att angripas. Sedan följer relevanta teorier, en metodbeskrivning och sedan en litteraturgenomgång. Det empiriska materialet i detta arbete presenteras och sedan följer en analytisk diskussion som mynnar ut i slutsatser och ett svar på problemet.

## 2 Teori

Teorikapitlet tar upp och belyser teorier som är väsentliga för syftet i studien och den litteratur som kommer analyseras. Grundläggande genusteori och entreprenörskapsteori presenteras för att läsaren ska få en teoretisk bakgrund till syftet. I båda avsnitten tas de teorier upp som är relevant för den analytiska diskussionen.

### 2.1 Genusteori

I dagens Sverige finns det jämställdhetslagstiftningar och förordningar som bestämt att kvinnor och män ska ha samma formella möjligheter i livet (Elvin-Nowak, 2003). De formella möjligheterna visar att det inte finns några lagliga hinder som motarbetar någon från att till exempel studera atomfysik, dansa balett eller bli statsminister, på grund av sitt kön. De praktiska möjligheterna är dock inte de samma som de formella. Praktiska möjligheter bygger på människans behov av bekräftelse, en process som ser olika ut mellan flickor och pojkar. Det är denna bekräftelseprocess som utgör skillnaden mellan människans biologiska kön och dennes sociala kön, alltså genus.

”[G]enus, engelska *gender*, begrepp använt för att förstå och urskilja de föreställningar, idéer och handlingar som sammantaget formar människors sociala kön.” (www, NE 3, 2012)

Enligt det Nationella sekretariatet för genusforskning på Göteborgs Universitet (www, 2012) handlar genus om hur människor blir kvinnor och män, om relationer och om makt. Sekretariatet menar att genus är det viktigaste verktyget för samhället att förstå hur kvinnor och män växer fram ur människor. Genus fokuserar på hur de sociala-, kulturella- och historiska aspekterna påverkar det som är att vara man eller kvinna. Begreppet Kön fokuserar istället på att skillnaderna i livsvillkor beror på det biologiska könet, det som skiljer oss kroppsligt åt

”Kön är något man föds med, men genus är något man formas till.” Yvonne Hirdman (Huddinge Kommun, 2009 s.2)

Thomsson (2003) skriver att kvinnor ofta kommer i andra hand och är det andra könet. Hirdman (2003) menar att det inte är naturen som utvecklar den manliga suveräniteten gentemot kvinnorna eller den manliga normen i samhället. Enligt Hirdman är det den sen länge pågående i särställningen mellan manligt och kvinnligt som legitimerar den manliga normen (Hirdman, 1988). Segregeringen mellan kvinnligt och manligt bevaras och återskapas genom genuskontrakt mellan kvinnor och män.

#### 2.1.1 Introduktion till genuskontraktet

Genuskontraktet innehåller konkreta förevisningar om hur män och kvinnor ska agera mot varandra på olika nivåer såsom i arbetet, kärleken och språket (Hirdman, 1988). Kontraktet är inte skrivet mellan två förhandlande jämstarka kamrater. Det är skrivet av en av parterna för den andra att följa och definiera sig genom. Kontrakten finns osynligt mellan män och kvinnor i olika situationer. Skapandet av ett genuskontrakt finns för att ha ett begrepp och ett fenomen att kunna teoretisera ifrån (Hirdman, 2003). Genuskontrakten ärvs från generation till generation, modern presenterar för dottern liksom fadern presenterar för sonen.

## 2.1.2 Genuskontraktet försöker skildra Hennes och Hans åtskilda villkor i samhället

I det stereotypiska idealkontraktet är det Han som är ansvarig, beskyddande, försörjaren och Hon är föderskan, uppfödaren, beroende (Hirdman, 2003). Detta visar tydligt på skilda samhällsställningar och nästan helt skilda förutsättningar i livet. Både Han och Hon har skyldigheter, rättigheter, möjligheter och begränsningar. Det som skiljer sig är att det aldrig är samma möjligheter eller samma begränsningar (Elvin-Nowak, 2003). Detta menar Hirdman (2003) gör att både män och kvinnor tyngs under kontraktet.

Hirdman menar att det till stor del är Hon, kvinnorna, som upprätthåller underordningen, kvinnornas andra ordning i samhället.

”Poängen med rejäl underordning är onekligen att den sköts bäst av de underordnade själva.” (Hirdman, 2003 s.91)

Med sina försök att leva drägligt med de möjligheter som Hon bjudits arbetar Hon hårt, menar Hirdman (2003), för att återbilda de gränser som kontraktet satt upp. Kvinnornas underordning sker i tystnad och de blir belönade för denna tystnad av samhället (Thomsson, 2003). Hirdman belyser historiska tillfällen, som det finns paralleller till idag, när det är ”kvinnor som agerar som de främsta fångvakterskorna i genusordningen fängelse.” (Hirdman, 2003 s. 91) Hon berättar om att gifta kvinnor på 1600- och 1700-talet mjölkade ogifta kvinnors bröst för att se om de hade fött barn. Att det fanns fruar som gifte bort unga fröknar till äldre män och sedan blundade för vad som hände. Hirdman lyfter även fram de moralanter som kritiserade och baktalade flickor som gjorde uppror mot normen. Även Thomsson (2003) trycker på att strukturer i vardagslivet är viktiga. Så länge strukturerna upprätthålls märks de inte men så fort någon går utanför strukturerna märks de väldigt tydligt. Att gå utanför strukturerna kan till exempel vara när en kvinna väljer karriär framför familj eller när en liten flicka leker med eld.

Hirdman menar vidare att underordning skapar slavmentalitet, inte glada och fria själar. Slavmentaliteten behövs i sin tur för att upprätthålla underordningen. Detta leder till att om något är förbjudet vänder sig människan bort, likgiltig och utan frågor. Detta gör att kvinnor vänjer sig vid att vara intellektuellt passiva eftersom intellektualitet ingår i det förbjudna.

Mannens, Hans, villkor har också många skyldigheter. De skyldigheter som Hirdman (2003) tar upp är till exempel överge inte, ta befälet, led dem, dra in pengar, byt däck. Hans villkor gör att mannen riskerar att alltid likställas med ett överhuvud eller en förtryckare. Emot eller med sin vilja.

För att förändra genuskontraktet finns det tre sätt enligt Hirdman, undvika kontraktet, fly kontraktet eller förhandla fram ett nytt kontrakt. Det är framförallt Hon som måste förändra genuskontraktet. Detta är enligt Hirdman en paradox eftersom det är svårt att ”bryta sig loss ur självklarhetens fasad och gå”. (Hirdman, 2003 s. 95) För att förändra kontraktet krävs ett kontraktsbrott av Hon (Hirdman, 2003). Det kostar att gå utanför de strukturer som finns i samhället (Thomsson, 2003). Kostnaderna kan vara en ökad ansträngning, straff samt att behöva motivera och förklara sig varför strukturerna bryts.

Genuskontraktet samverkar med andra strukturer i samhället (Hirdman, 2003). Samhället blir huset i ett vidgat perspektiv, där genuskontraktet blir källaren. Kontraktet förstärks och samverkar med samhällets ekonomi, politik och kultur. Thomsson (2003) belyser också att de

strukturer som bygger upp samhället är de som skapar orättvisorna. Strukturerna har inget eget liv utan det är de som lever i samhället som upprätthåller strukturerna och tillåter dem att existera.

### 2.1.3 Kvinnornas rum

I samhället skapas två lösningar på genuskonflikten: kvinnorna får egna rum eller extra rum (Hirdman, 2003). Rummet är ett konstruerat sätt att välkomna kvinnorna i den manliga normen, på lika villkor.

De extra rummen är en utvidgning av männens territorium (Hirdman, 2003). De rättigheter som kvinnor får i de extra rummen blir tillägg till de riktiga rummen, den manliga normen. Extra rum är till exempel flickskolor och kvinnoförbund i politiska partier och fackliga organisationer. Utvidgningen är en frigörelse men leder samtidigt till en ny segregation.

Det egna rummet är ett särskilt rum bredvid mannens (Hirdman, 2003). I det egna rummet får kvinnorna råda och göra ramar. Det egna rummet är ett rum utan manlig förebild eller motsvarighet, inte ett tillägg som i det extra rummet. Professionalisering av kvinnoyrken, skötande och hushållning, är ett typiskt eget rum. 1800-talets hushållsskolor för flickor var ett tecken på att kvinnors egna rum började bli fler. Även i de extra rummen finns en paradox. När kvinnliga yrken professionaliseras genom att yrkena kräver utbildning medför det att hela modellen lånas från den manliga normen. Rummet blir en imitation eller en kvinnlig översättning. Mannen blir ändå förebilden för hur rådan och ramarna ska ske. Det är det egna rummet som enligt Hirdman (2003) skapats mest de senaste åren.

## 2.2 Entreprenörskapsteori

Entreprenörskap anses ofta handla om att kunna både identifiera och skapa nya affärsmöjligheter, att kunna organisera de resurser som behövs, samt att kunna utnyttja dessa affärsmöjligheter på en marknad (Landström, 1999). Detta innebär att det finns en mångfald bland entreprenörer. En entreprenör kan både vara någon som startar ett företag kring en helt ny produkt eller tjänst och någon som startar ett företag kring en mer imitativ produkt eller tjänst, till exempel ett hantverks- eller serviceorienterat företag.

### 2.2.1 Entreprenöriella egenskaper

Det har länge funnits teorier och tankar kring att entreprenörer skulle ha vissa egenskaper som är unika och som andra människor inte har (Landström, 2009). Dessa egenskaper innebär bland annat en stark drivkraft, starkt självförtroende, kreativitet och en förmåga att ta initiativ. En entreprenör motiveras, enligt teorierna, av prestationer samt fokuserar på resultat (Holmquist och Sundin, 2002). Entreprenören har en medelhög benägenhet att ta risker och upplever att han/hon själv har förmågan att påverka världen.

Det har på senare tid visat sig vara svårt att identifiera entreprenörer genom att endast titta på egenskaper (Landström, 2009). Flera av de egenskaper som används för att beskriva entreprenörer är inte unika för entreprenörer, det finns många människor som innehar dessa egenskaper utan att nödvändigtvis vara entreprenörer. Detta gör att teorierna kring att entreprenörer skulle inneha vissa unika och specifika egenskaper har kommit att utsätta för mycket kritik. Landström (2009) menar att det är viktigt att komma ihåg att entreprenörer är en väldigt heterogen grupp med människor. Att alla dessa människor skulle inneha



gemensamma egenskaper, menar han, är osannolikt. Även Holmquist och Sundin (2002) lyfter fram att den entreprenör som skapats av forskares modeller sällan går att finna i verkligheten.

### 2.2.2 Push- och pullfaktorer

Varför någon väljer att starta företag beror ofta på flera olika faktorer. Det talas ibland om push – och pullfaktorer. Dessa begrepp används bland annat inom marknadsföringsteori (Burk Wood, 2004). I marknadsföringsteorin handlar begreppen om olika strategier för att påverka slutkonsumenten. Antingen genom att få slutkonsumenten att efterfråga en produkt genom en värdekedja (pull-effekt) eller att som producent påverka nästa steg i ledet – till exempel grossisten – och på så sätt få ut sin produkt till slutkonsumenten (push-effekt). Sundin och Holmquist (1989) tittar på push- och pullfaktorer i sin bok *Kvinnor som företagare*. De menar att dessa faktorer går att implementera även på frågan varför någon väljer att starta företag.

Pushfaktorer handlar om att en person är missnöjd med sin situation, till exempel arbetslöshet eller frustration på befintlig arbetsplats, och att detta missnöje tvingar eller driver personen till företagande. Sundin och Holmquist (1989) anser även att de som ärver ett företag, eller gifter sig till ett, kan betraktas som pushföretagare då ”valet av företagande som försörjning inte är motiverat av intresse för just den verksamheten” (Sundin och Holmquist, 1989 s. 79).

Med pullfaktorer menas faktorer som lockar människor till eget företagande (Sundin och Holmquist, 1989). Oftast är en person nöjd med den tillvaro han eller hon lever i men ser möjligheter till att få det bättre genom företagande. Sådana faktorer kan till exempel vara förhoppningar om högre inkomster, möjligheter till självförverkligande eller att slippa följa någon annans order. Generellt sett dominerar pullfaktorerna som anledning till varför både kvinnor och män startar företag.

## 3 Metod

”Valet av forskningsdesign är ett av de viktigaste besluten man har att fatta inom ramen för en undersökning.” (Esaiasson *et al.*, 2007 s. 97)

Att ha forskningsdesignen, metoden, klar för sig är viktigt eftersom den är svår att ändra under arbetets gång (Esaiasson *et al.*, 2007). Metod är det vetenskapliga sättet att angripa det valda ämnet (Ejvegård, 2003). Författarna till en uppsats ska alltid redogöra i klartext för vilken metod som använts i arbetet. Även tillämpningen av metoden ska klarläggas. I det här kapitlet återfinns detta arbetes metod.

Arbetet är en förklarande text som försöker svara på en *varförfråga* (Esaiasson *et al.*, 2007). Det ställs högre krav på att motivera en förklarande texts existens i jämförelse med en beskrivande text. Studiens litteraturgenomgång, teori och empiri är beskrivande texter för att kunna utforma ett förklarande svar på syftet. Slutsatsen som dras i arbetet ska särskilja sig från det som är skrivet i materialet.

### 3.1 Val av teori

Studien är en teorikonsumerande studie eftersom det används redan existerande teorier för att förklara en händelse (Esaiasson *et al.*, 2007), eller som i denna studie ett fenomen. Teorikonsumtion handlar i första hand om att förklara varför saker blir som de blir. Fenomenet i arbetet är kvinnligt entreprenörskap och teorierna är entreprenörskapsteori och genusteori.

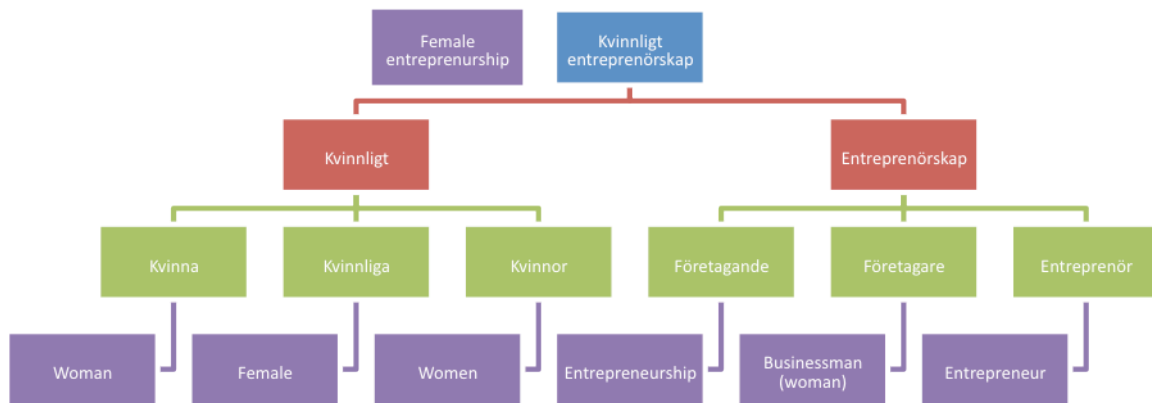
Att blanda två teorier är ett bra sätt att hitta ett nytt forskningsområde (Esaiasson *et al.*, 2007). Detta kan göras genom att titta på ett område utifrån andra människors referensramar. Samhällsvetenskapliga undersökningar handlar framför allt, enligt Esaiasson *et al.* (2007), om att söka efter belegg för att påverkan och samband finns mellan fenomenen. I studien väljs att titta på entreprenörskapsteorin genom genusteorins glasögon, om hur genusteorin påverkar sambandet mellan genus och entreprenörskap.

För att hitta litteratur till teorikapitlet används endast Ultunabibliotekets databas. Sökorden för teorin används främst på svenska men översätts även till engelska. Både synonymer och varianter av sökord används i teorin. Inga kombinationer mellan orden eller teorierna används. De sökord som används till entreprenörskapsteorin är entreprenör, entreprenörskap samt push- och pullfaktorer. De böcker och artiklar som används till entreprenörskapsteorierna är skrivna efter 1989 men de flesta källorna är skrivna efter år 2000. Till genusteorin används orden genus och genuskontrakt. Litteraturen till genusteorierna är framförallt skriven under tiden sent 1980-tal till tidigt 2000-tal.

### 3.2 Tillvägagångssätt vid litteraturgenomgång

Den litteraturgenomgång som görs i arbetet är deskriptiv (Ejvegård, 2003). Litteraturgenomgången är en beskrivning av verkligheten. Det är viktigt att fakta i ett deskriptivt kapitel är både riktiga och relevanta. En deskription är bra som underlag för andra nyttor och användningsområden. Detta påverkar utformningen av deskriptionen på grund av den värdering som ligger i vad deskriptionen ska användas till.

För en kvalitativ empirisk studie, se kapitel 3.3, är det viktigt att ta med sammanhanget runt omkring fallstudien (Leedy och Ormrod, 2005). Detta sammanhang innefattar en bakgrundsstudie för att hitta faktorer som påverkar fallstudien. I denna studie görs en litteratursökning för att besvara frågeställningarna om vilka faktorer som påverkar kvinnligt entreprenörskap. Att använda sig av bibliotekets databaser är ett bra sätt att få fram litteratur till litteratursökningen (Ejvegård, 2003). I detta arbete används framförallt Ultunabibliotekets databas Primo för att hitta böcker och artiklar, även Google har använts som sökmotor för att hitta artiklar och internetreferenser. De ord som framförallt används vid sökningar är illustrerade i figur 2.



**Figur 2** Illustration över sökord använda i litteraturgenomgång

Illustrationen visar de ord som kommer ur kvinnligt entreprenörskap och som används i sökningen. De lila boxarna är de engelska orden som används i stor utsträckning i sökandet. Olika kombinationer av orden används vid litteratursökningen. Den litteratur som används i studien är främst från början av 2000-talet. Ett fåtal källor är äldre och är skrivna under sent 1900-tal.

Att välja vilka aktörer som är bärare för litteraturen är viktigt (Esaiasson *et al.*, 2007). Detta eftersom det kan vinkla slutsatserna beroende på vilka aktörer som tas med i uppsatsen. De aktörer som valts till teorin är erkända forskare och välkända studentlitteraturskribenter. I litteraturgenomgången används främst avhandlingar och böcker och artiklar från erkända forskare på området. Statistisk data har tagits från statliga myndigheter.

I de fall det är möjligt används alltid originalkällan. De böcker som kommer fram i litteratursökningen refererar ofta till annan litteratur varvid detta är en stor del i att ta fram ny litteratur. Detta är enligt Ejvegård (2003) ett bra sätt för att ringa in de verk som är centrala för området. Även andra uppsatser på universitetsnivå används som grund för att hitta referenser och infallsvinklar.

### 3.3 Empirisk material

En fallstudie görs för att beskriva verkligheten (Ejvegård, 2003). Fallet som studeras får representera verkligheten. De slutsatser som dras av en fallstudie kan ses som indicier eftersom fallen representerar en liten del av verkligheten. En fallstudie kan vara ett sätt att förstå istället för att förklara. Empirin i studien är en illustration av litteraturgenomgången. Det är alltså ett sätt att förstå de saker vi analyserar, inte ett sätt att förklara varför det är så. Den empiriska studien är således inte generaliserbar över alla kvinnor som driver företag eller över de branscher de befinner sig i.

Metoden för empirin är därmed kvalitativ eftersom metoden är öppen och mångtydig (Alvesson och Sköldberg, 1994).

Den empiriska studien görs som ett komplement till den litteraturstudie som arbetet bygger på. De tre personerna till det empiriska materialet väljs med hjälp av kriterierna i tabell 1. Personerna informeras om syftet med studien och empirin. Möjligheten ges till personerna att själva bedöma om de vill delta i studien eller inte. Personerna har även möjlighet att hoppa av studien om de under studiens gång känner sig obehagliga. Att personerna i en studie får dessa möjligheter och den informationen är enligt Leedy och Ormrod (2005) viktiga etiska aspekter i en empirisk studie.

**Tabell 1 Kriterier för val av fallstudie med avseende på bakgrundsvariabler**

| Kriterier                       | Eineren                   | Nilsson och Larsson      | Lewicki                      |
|---------------------------------|---------------------------|--------------------------|------------------------------|
| Varierande branscher            | Teknik                    | Skor                     | Skönhet och coaching         |
| Kvinnor                         | X                         | X                        | X                            |
| Driver eget företag             | X                         | X                        | X                            |
| Varierande ålder                | X                         | X                        | X                            |
| Bor i Sverige                   | X                         | X                        | X                            |
| Drivit sitt företag olika länge | Sedan 2009/2010           | Sedan 2000               | Sedan 2007                   |
| Olika uppstarter                | Resultat av examensarbete | Köpte befintligt företag | Först hobby sedan heltid     |
| Olika orter i Sverige           | Linköping                 | Bollnäs                  | Uppsala                      |
| Varierande företagsmiljö        | Företagsinkubator         | Egen butik               | Kontor och företagsbas hemma |

En generalisering av namnen på de branscher där personerna är verksamma görs i tabellen, till exempel Einerens företag arbetar inte endast inom tekniksektorn utan också inom animalieproduktionssektorn. En variation bland branscher väljs för att kunna ge en bredare bild av de olika förutsättningar som finns. Lewicki startade sitt företag 2007, då på hobbynivå, och sedan 2009 drivs det på heltid. Relativt nya företag används för att uppstartsprocessen är av stor betydelse för studien.

Då studien ser till svenskt kvinnligt entreprenörskap är det av vikt att personerna i den empiriska studien bor i Sverige, är kvinnor och driver företag i Sverige. Detta är en gemensam nämnare för alla tre kvinnor. Att personerna bor på olika orter ger en mer nyanserad bild av verkligheten. För att skapa en så nyanserad bild som möjligt är personerna även i olika åldrar, har haft olika uppstartsformer av sina företag samt har en varierande företagsmiljö. Vi har tagit i beaktande att inte avslöja personernas ålder då det kan vara något som är känsligt. Hänsyn tas inte till personernas etniska eller geografiska ursprung, då vi anser att det inte är etiskt motiverat att ta denna hänsyn.

Den empiriska studien i arbetet består av två intervjuer och en enkät. En intervju är muntlig medan en enkät är skriftlig (Ejvegård, 2003). I tabell 2 redovisas metod för utfrågning samt tidpunkt för frågetillfälle och konfirmation.

**Tabell 2 Tidsaspekt empiriskt material**

| Namn               | Metod           | Frågetillfälle | Konfirmation |
|--------------------|-----------------|----------------|--------------|
| Ellinor Eineren    | Telefonintervju | 2012-04-22     | 2012-05-15   |
| Susanne Nilsson    | Enkät via epost | 2012-05-14     | 2012-05-16   |
| Rose-Marie Lewicki | Intervju        | 2012-04-24     | 2012-05-20   |

Alla i den empiriska studien får samma frågor, se bilaga 1, men i intervjuerna öppnas utrymme upp för följdfrågor. Alla frågor i studien är öppna, det finns inga svarsalternativ. Intervjuerna spelas in, efter godkännande av intervjupersonerna, detta för att kunna behålla alla svar till ett senare skede i studiens gång. De intervjuade ges möjlighet att godkänna och revidera texten om deras företag, intervjumaterialet och citaten vi använder. Anonymitet tas inte hänsyn till i arbetet. Detta eftersom den ingående beskrivning som görs av företagen och personerna som driver företagen äventyrar anonymitetens syfte. Den ingående beskrivningen behövs för att skapa ett sammanhang och en klar bild över personerna då detta behövs för att förstå analysen.

Kvinnorna i studien får information i tidigt skede om att deras och företagets namn är en viktig del av materialet och redovisas. Enligt forskare som Kvale (1997) är det etiskt viktigt med anonymitet. Detta går vi emot men anser att det är motiverat. Vi anser att det är motiverat eftersom personerna i den empiriska studien är medvetna om anonymitetens icke-existens och ges möjligheten att redigera i texterna om dem och deras företag. Vi ser dock ett problem med detta och anser att det finns en risk att personerna inte är helt ärliga när de vet om att deras namn kommer att synas.

### 3.4 Metodkritik

Generalisering i tid och rum är en viktig fråga vid samband och förklaringar (Esaiasson *et al.*, 2007). Tidens generalisering sträcker sig över båda sambandsparterna. Den statistik vi tagit till oss är från 2009 och framåt varvid vi bedömer den som färsk. Teorierna vi använder, både i genus och entreprenörskap är från slutet av 1900-talet samt början av 2000-talet. Idag används teorierna fortfarande av en bred front varvid vi anser att detta inte är något problem. De slutsatser som dras har en ganska snäv tidsrymd eftersom vi lever i ett dynamiskt samhälle. Vi ser dock att många av de åtgärder vi lyfter fram uppmärksammades redan på 1980-talet.

Rummets generalisering är en fråga ifall det är likadant till exempel världen över eller om det finns skillnader, var går studien att applicera (Esaiasson *et al.*, 2007). Studien är bara applicerbar på Sverige då kvinnligt entreprenörskap ser mycket annorlunda ut i andra länder. Redan så nära som i Lettland syns skillnader i hur många kvinnor som driver företag (www, Regeringskansliet 3, 2012). Bland annat USA skiljer sig mot Sverige i hur samhället uppfattar kvinnliga företagare (Näsman, 2000). I länder som till exempel Afghanistan möter företagande kvinnor hinder (Tzemach Lemmon, 2012) som skiljer sig starkt mot vad de svenska kvinnorna upplever. Genus är ett kontextberoende fenomen och det går därför inte att applicera studien på andra geografiska eller sociokulturella områden förutom Sverige.

I studien ses kvinnliga entreprenörer på en nationell nivå. Detta görs på grund av olika faktorer. Dels är kvinnliga företagare bosatta över hela landet och deras företag finns i olika branscher (Sundin och Holmquist, 1989). Enligt Näsman (2000) syns dock skillnader i det företagsklimat och genusklimat som kvinnliga företagare möter i olika regioner i Sverige.

Med ett varierat företagsklimat och genusklimat har de kvinnliga företagarna olika förutsättningar i olika delar av Sverige. En nationell syn kan ändå finnas eftersom de beslut och pengar som fördelas i Sverige sker på en nationell nivå. Även de lagar som reglerar företagandet styrs på riksnivå. Då denna studie syftar till att se till de förutsättningar samhället behöver förändra är det relevant att inte undersöka kvinnligt entreprenörskap i endast en viss region.

Det optimala i en studie är att läsa allt material som är relevant (Esaiasson *et al.*, 2007). I den stund som beslutet tas att inte läsa ett helt verk utan bara en del finns en större risk för att missa något väsentligt och i sin tur dra fler slutsatser. De flesta av verken i studien läses från början till slut, när detta inte är relevant läses alltid hela kapitlet eller den del av texten som stämmer in på området. Detta görs för att få ett så brett helhetsintryck som möjligt.

Referenserna i genusteorin har uteslutande skrivits av kvinnor – Hirdman, Elvin-Nowak och Thomsson. Detta är även den generella bilden som uppstår när vi söker efter källor inom detta område. Samma problematik syns i litteraturgenomgången där mest kvinnor undersöker området kvinnligt entreprenörskap – Ahl, Sundin, Holmquist, Danilda, Götebo Johannesson, Näsman och Pettersson. Att det nästan är uteslutande kvinnor som skriver om kvinnor anser vi är ett etiskt dilemma. Om det bara är kvinnor som skriver om kvinnor understryks kvinnornas i särhållning från männen i samhället. Samtidigt är det kanske viktigare att forskning bedrivs på ämnet så att problemen belyses.

Att kunna upprepa en undersökning och få liknande resultat är viktigt (Leedy och Ormrod, 2005). Alla de parametrar som tas hänsyn till i studien ska kunna identifieras och kunna användas i en upprepning. Om vår empiri skulle replikeras kan forskaren antagligen inte få samma svar som vi får. Vår kvalitativa studie gör att antalet utfrågade är mycket litet och svaren beror till stor del på vem som fått frågorna. Alltså är vår empiri inte generaliserbar utan är kontextbunden.

Förhoppningen med studien är att kopplingarna mellan entreprenörskapsteorin och genusteorin ska försvinna inom en snar framtid. Att genus ska ha spelat ut sin roll när det pratas om entreprenörskap samt att forskning och samhälle ser nya aspekter i diskussionen.

## 4 Litteraturgenomgång

Katarina Pettersson belyser i sin diskurs, en studie över hur saker kommuniceras, om Gnosjö ur ett könsperspektiv; *Företagande och män och synliggjorda kvinnor* (2002) om hur män och kvinnor framställs i det entreprenöriella mekat Gnosjö i Småland. Hennes slutsatser i avhandlingen är att männen är de som lyfts fram som företagare i media och i forskningssammanhang. Ändå är inte alla företagare i Gnosjö män utan 1988 var 33 procent kvinnor. Enligt Pettersson är en möjlig förklaring att det är allmänt förekommande och givet att företagare är män.

Både praktikfall och forskning har visat att kvinnliga företagare möter svårigheter i sitt företagande (Danilda, 2001). Kvinnliga företagare har svårare än manliga företagare att få lån, information, service och kompetensutveckling. De kvinnliga företagarna uppmanas att använda den service som företagsfrämjare har anpassat till manliga företagare. Detta innebär dock inte enligt Danilda (2001) att alla blivande eller nuvarande kvinnliga företagare upplever samma hinder eller ens några hinder på grund av sitt kön.

I Tillväxtverkets rapport ”Kvinnors och mäns företagande” framgår det att 22 procent av Sveriges småföretagare är kvinnor och 78 procent är män (Jedekog, 2009). När Jedekog sedan tittar på nyföretagare framgår det att könsfördelningen där är något jämnare. I nyföretagandet är andelen kvinnor drygt 30 procent och andelen män är drygt 60 procent. En tolkning av detta som författaren gör att den könsfördelningen som råder bland företagare håller på att minska.

Tjänsteföretag dominerar i Sverige och denna dominans gäller för både företag drivna av kvinnor och företag drivna av män (Jedekog, 2009). Även om män och kvinnor driver och startar företag inom alla branscher, följer företagandet samma könsuppdelade mönster som övriga arbetslivet när det kommer till val av bransch. Kvinnor dominerar ofta som företagare inom branscher som städning, hälso- och sjukvårdstjänster och utbildning, rekreation och annan service. Män dominerar ofta inom bygg, tillverkning, kommunikation och transporter. Inom handel, hotell och restaurang, företagstjänster samt uthyrning är fördelningen mellan män och kvinnor som driver företag mer jämn.

### 4.1 Entreprenöriella egenskaper

Helene Ahl studerar i sin bok *The Scientific Reproduction of Gender Inequality* (2004) de så kallade entreprenöriella egenskaper som forskare ofta pratar om och egenskapernas motsatser. Hon konstaterar att det finns tydliga polariteter som till exempel viljestark och svag, aktiv och passiv eller ledare och anhängare. Vidare menar Ahl att dessa polariteter på flera sätt liknar synen på vad ”manligt” och ”kvinnligt” är.

Sandra Bem, en amerikansk psykolog, gjorde 1981 en genomgående studie av vad det amerikanska folket generellt ansåg vara typiska maskulina och feminina egenskaper. Genom att göra en egen tolkning av Bems könsrollsinventering jämför Ahl vad som anses vara manliga och kvinnliga egenskaper med de egenskaper en entreprenör anses ha. Hon kommer fram till att det är stora skillnader mellan typiskt manligt och typiskt kvinnligt (Ahl, 2004). Samtidigt så tycks de typiska entreprenöriella egenskaperna stämma bättre ihop med det maskulina än med det feminina. Det gör att Ahl väljer att jämföra de kvinnliga egenskaperna med de entreprenöriella egenskapernas motsatser för att se ifall de stämmer överens. Ahl ser

då att de inte stämmer överens särskilt bra och drar således slutsatsen att femininitet och det som anses vara kvinnligt inte tycks finnas med i det språk som används för att beskriva entreprenörer.

Danilda (2001) konstaterar att i de tidiga studierna kring kvinnliga företagare betonades främst skillnaderna i "företagaregenskaper" mellan män och kvinnor. Kvinnor fanns inte med i den beskrivning av "företagare" som fanns och information samlades in för att fylla upp hålrummen. Mäns företagande sågs som normen och kvinnors företagande jämfördes med denna norm. Danilda (2001 s. 83) menar att:

"Bristen på småföretagsforskning med ett könsperspektiv har lett till att skillnaderna mellan män och kvinnor som företagare överdrivits. Framförallt kvinnors "bristande" företagaregenskaper i jämförelse med mäns."

Danilda anser att det inom forskningen lagts fokus på fel saker. Att det lagts fokus på skillnaderna mellan kvinnor och män istället för de skillnader i förutsättningar som finns för kvinnor och män som driver företag. Det har heller inte lagts någon fokus på de skilda förutsättningar kvinnors företagande möter inom bland annat olika regioner och branscher. Svensk forskning har, enligt Danilda, visat att det finns betydligt mindre skillnader mellan kvinnor och män, som grupper, än vad det gör mellan företagare inom olika branscher. Danilda (2001) anser att diskussionen kring vad som är "manliga" respektive "kvinnlige" företagaregenskaper måste lämnas för att synen på kvinnors företagande ska kunna nyanseras. Hon menar att det måste uppmärksammas att kvinnliga företagare, precis som manliga, har olika intressen, motiv och drivkrafter och att om fokus stannar på skillnaderna, eller bristen på, företagaregenskaper förstärks de myter och traditionella uppfattningarna som finns. Sundin och Holmquist (1989) menar att den stora skillnad som finns mellan kvinnor och män som driver företag är att de driver sina företag inom olika branscher.

## 4.2 Drivkrafter

Näsman (2000) belyser att könsdiskriminering under tidigare yrkesarbete kan vara en anledning till att starta eget företag. Företagandet blir då ett sätt att undkomma könsdiskriminering. Den diskriminering som bidrar till att kvinnor byter yrkeskarriär är bland annat lönediskriminering, särbehandling och att cheferna är unga och med mindre erfarenhet än kvinnorna själva.

I Jedeskogs (2009 s. 26) rapport framgår att "möjligheterna att påverka sin arbetssituation" är något som majoriteten av alla som driver företag ser som bättre med att vara företagare än att vara anställd. Även "möjligheterna till personlig utveckling" anses vara bättre som företagare jämfört med att vara anställd. Män uppger i högre grad än kvinnor att "inkomst och personlig ekonomi" är något som gör företagande bättre än att vara anställd, medan kvinnor i sin tur i större omfattning uppger "möjligheterna till familjeliv" som en viktig faktor. Enligt Näsman (2000) prioriterar kvinnor ofta "sociala" vinster framför ekonomiska resultat. Friheten som entreprenörskapet bidrar till är något som kvinnliga företagare ser som en värdefull möjlighet (Näsman, 2000). Att kunna bestämma över sin vardag och kunna anpassa olika sammanhang till familjen ses av entreprenörerna som viktigt.

Män och kvinnor startar oftast företag av positiva anledningar, till exempel att de har en bra idé eller att de uppfattar fördelarna med eget företagande som starkare än fördelarna med att vara anställd. Detta är dock starkare för män än för kvinnor (Sundin och Holmquist, 1989).



Kvinnor startar, enligt Sundin och Holmquist (1989), oftare företag på grund av mer negativa anledningar än män. Dessa anledningar kan till exempel vara arbetslöshet eller vantrivsel på arbetsplatsen. Sundin och Holmquist (1989) säger dock att det viktigaste skälet för många kvinnor att starta företag är omsorg om familjen och möjligheten att kombinera barn och hushållsarbete med förvärvsarbete. Samtidigt menar Näsman (2000) i sin avhandling att flera av de kvinnor hon intervjuat har sett företagandet som en möjlighet att minska på hushållsarbetet. Detta genom att företagandet blir ett sätt att få resurser till att hyra in någon som utför hushållsarbetet åt dem.

## 4.3 Utbildning

Enligt Birgitta Näsman (2000) har utbildning fått en liten plats i empirin om kvinnligt företagande. Däremot inte sagt att kvinnliga entreprenörer har lägre utbildningsnivå än andra kvinnor i riket, tvärtom har kvinnliga entreprenörer generellt sett högre utbildning.

Småföretagare har historiskt sett haft en relativt låg utbildningsnivå men detta har förändrats i takt med den generella höjningen av befolkningens utbildningsnivå. Jedeskog (2009) jämför andelen svenska företagare med eftergymnasial utbildning mellan åren 1996 och 2008. Bland kvinnliga företagare har andelen med högre utbildning ökat från 34 procent till 46 procent. Det är en större ökning än hos männen, där andelen män med högre utbildning gått från 27 procent till 33 procent. Jedeskog (2009) noterar att utbildningsnivån generellt är högre hos kvinnor än hos män.

Även om utbildningsnivån har jämnats ut mellan kvinnor och män så syns fortfarande stora skillnader i hur pojkar och flickor behandlas i skolan. I utredningen *Visst är vi olika* från utbildningsdepartementet (Heister, 1996 s.2) skriver forskarna "Ett stort antal undersökningar har visat att pojkar och flickor bedöms och bemöts olika. Deras skolsituation påverkas i hög grad av deras könstillhörighet."

I slutbetänkandet från Delegationen för jämställdhet i skolan (2010) dras slutsatserna att flickor och pojkar inte får samma förutsättningar att trivas och lära sig i skolan. Även om flickor får högre betyg mår de sämre än vad pojkar gör. Dock hindras både pojkar och flickor av de traditionella könsrollerna. En av anledningarna till att pojkar har sämre betyg än flickor bedömer delegationen bero på att pojkar i tidig ålder lär sig att hantera misslyckanden eftersom de möts av negativa förväntningar. Föreställningen om att pojkar ofta presterar sämre bottnar sig dels i fördomar och dels i att pojkar i genomsnitt mognar senare biologiskt sett. Delegationen (2010) belyser att trots att flickor får högre betyg får de sämre självkänsla under puberteten. Självkänsla är viktig att ha för kvinnor när de startat företag (Näsman, 2000). Även Sundin och Holmqvist (1989) trycker på vikten av att kvinnor har bra självkänsla när de startar ett företag.

## 4.4 Nätverk

Nätverk är viktiga för att bygga upp kvinnors självkänsla (Näsman, 2000). Nätverk för enbart kvinnor har visat sig vara särskilt viktiga för kvinnor i deras företagande. Både lokala och regionala nätverk är viktiga för att de blivande kvinnliga företagarna ska ha egna mötesplatser att kunna ventilera sitt företagande (Danilda, 2001). Nätverken finns för dels för att kvinnorna ska kunna undvika marginalisering i det regionala näringslivet, dels för att kunna påverka de existerande samhällsstrukturerna.

Pia Götebo Johansson (1996) menar att de kvinnliga träffpunkterna är mer rörliga än mäns träffpunkter. Kvinnor möts och samtalar vid föräldramöten, vid skjutsning till barnaktiviteter, på kvällskurser och andra studiecirkel. För att lära känna bygden och knyta kontakter är det lokala föreningslivet en träffpunkt som är både social och inspirerande. De manliga träffpunkterna resulterar i ekonomiska vinster av till exempel ett samarbete. De kvinnliga träffpunkterna är å sin sida ett kunskaps- och erfarenhetsutbyte. Många kvinnliga nätverk har startat som riktade utbildningstillfällen för kvinnliga företagare (Näsman, 2000).

Positiva förebilder är viktiga för alla entreprenörer som ska starta företag. För kvinnliga entreprenörer eller blivande entreprenörer är det extra viktigt med förebilder (Holmquist och Wennberg, 2010). Holmquist och Wennberg (2010) refererar till Helene Ahl (2006) och menar att kvinnor värdesätter kvinnliga förebilder mer på grund av att den traditionella bilden av en företagare är manlig. En annan anledning till att kvinnor efterfrågar förebilder är enligt Holmquist och Wennberg (2010) det faktum att kvinnliga företagare är så få till antalet i jämförelse till män. I dagsläget har kvinnor fortfarande färre förebilder i företagandet än män.

## 4.5 Kvinnors roll i hemmet

Kvinnor upplever ofta hinder i sitt företagande på grund av sitt kön (Danilda, 2001). Även om inte alla kvinnor gör detta upplever de flesta att de har svårt att hitta en balans mellan familjelivet och företagandet. Detta ses av kvinnorna som ett hinder i utvecklingen. Ahl (2004) belyser att den forskning som gjorts på entreprenörskap har varit helt bortkopplad från familjelivet och frågan kring könsuppdelat arbete.

Danilda (2001) skrev om Lundkvists (1994) studie över kvinnliga företagande i Halmstad. I studien framkom det att många av kvinnorna ville ha en ökad avlastning när det kom till hushållsarbete för att kunna satsa mer på tillväxt och expansion i sina företag. Det ökade företagandet av kvinnorna tycks enligt Danilda (2001) inte ha medfört att kvinnors ansvar för hem och familj har minskat.

Statistiken visar tydliga tendenser på genussystemet redan i tonåren. Flickor i åldrarna 15-19 år lägger nästan dubbelt så mycket tid som jämnåriga pojkar på hemmasysslor (Molén, 2012). Den arbetsfördelning som är mellan kvinnor och män både på arbetsmarknaden och i hemmet reflekteras i företagandet som kvinno- och mansdominerade branscher (Danilda, 2001). Det arbete som utförs av kvinnor värderas ofta inte lika högt som det utförs av män. Detta visar sig bland annat som löneskillnader på arbetsmarknaden.

Det totala arbetet, där både förvärvsarbete och obetalt hushållsarbete är inräknat, fördelar sig arbetstiden jämt mellan könen (Molén, 2012). I fördelningen mellan betalt och obetalt arbete finns det dock skillnader, kvinnor arbetar mer med obetalt arbete än vad männen gör. Antalet totala arbetstimmar är densamme som för 20 år sedan, alltså jämnt mellan könen. Kvinnorna har dock förändrat sin fördelning mellan betalt och obetalt arbete. I genomsnitt jobbar en kvinna för betalning en halvtimme mer varje dag i jämförelse med för tjugo år sedan. För männen är det motsatt förhållande, de har minskat sin arbetstid och ökat sin obetalda tid de arbetar. Det görs dock mindre hushållsarbete än för 20 år sedan. Kvinnorna har alltså minskat sin arbetstid mer än vad männen har ökat sin. Även om skillnaderna har minskat de senaste 20 åren är det fortfarande kvinnor som gör den övervägande delen av hushållsarbetet.

## 4.6 Rut-avdraget

Rut är det avdrag privatpersoner kan göra för att anlita hushållsnära tjänster (www, skatteverket 1, 2012). Avdraget ges för halva arbetskostnaden. Detta gäller om arbetet utförs av en privat firma (www, skatteverket 2, 2012). Exempel på hushållsnära tjänster är barnpassning, städning och tvättning. 2011 uppgick skatteavdraget till 1,8 miljarder kronor, en summa som har ökat sedan de första utbetalningarna 2008 (Håkansson, 2012). År 2009 var det fler kvinnor än män som utnyttjade avdraget (Sköld, 2009).

Ett av syftena med att införa Rut-avdraget var att kvinnor och män skulle få bättre förutsättningar för att kunna kombinera familjeliv och förvärvsarbete på ett mer jämställt sätt (Sköld, 2009). Framförallt kvinnorna, som står för en stor del av hushållsarbetet, skulle kunna öka sin arbetstid.

”Skattereduktionen ska ge familjer större möjligheter att köpa tjänster som underlättar vardagen.”(Sköld, 2009 s. 2)

Hushållningsbranschen är en dominerad sektor bland kvinnliga företagare (Jedeskog, 2009). Rut-avdraget kan därmed utgöra ett viktigt stöd i utvecklandet av kvinnliga entreprenörer.

Sedan Rut-avdraget infördes i Sverige 2007 har sysselsättningen ökat med 4 procent i lokalvårdsbranschen, vilket motsvarar ungefär 49 000 jobb (Håkansson, 2012). Ökningen i branschen har dock kunnat ses under en längre tid. Sedan 2000 har ökningen i sysselsättning inom branschen varit nästan 20 procent. Detta kan jämföras med den totala sysselsättningen i alla branscher som ökat med 10 procent. Antalet företagare i lokalvårdsbranschen har efter införandet av Rut blivit 24 procent fler (Håkansson, 2012). Det kan jämföras med hela arbetsmarknaden där det ökat med 7 procent. Av de nya företagarna i lokalvårdsbranschen var 59 procent kvinnor.

## 4.7 Politiska program för att öka det kvinnliga företagandet

Den svenska staten har skapat program för att främja kvinnligt företagande och här presenteras två av dessa program.

### 4.7.1 Främja kvinnors företagande genom Tillväxtverket

Programmet ”Främja kvinnors företagande” är den största ekonomiska satsningen som Regeringen gör inom ramen för att främja kvinnligt företagande (Tillväxtverket, 2010). Syftet med programmet är att skapa förutsättningar för att kvinnor som vill driva företag ska kunna göra det på samma villkor som männen. Programmet arbetar bland annat med att synliggöra det kvinnliga företagandet, lyfta fram förebilder, nyföretagande kvinnor ska bli fler och att allmänhetens kunskap om kvinnligt entreprenörskap ska öka.

Mer konkret arbetar Tillväxtverket med affärsutveckling, rådgivning, finansiering, mentorskap, att skapa ett ökat entreprenörskapsintresse hos studenter, attityder gentemot kvinnligt entreprenörskap, lyfta fram förebilder och med att ta fram fakta och statistik (Tillväxtverket, 2010). Programmet startades 2007 och förlängdes 2009 till att även omfatta 2010. År 2011 beslöt Regeringen att förlänga programmet till 2014 (www, Tillväxtverket 3, 2012).

Som en av programpunkterna i "Främja kvinnors företagande" återfinns nätverket Ambassadörerna (www, Tillväxtverket 4, 2012). Ambassadörerna är en grupp kvinnliga företagare som arbetar med att sprida kunskap om och synliggöra kvinnligt entreprenörskap. Det finns 880 ambassadörer och de sprider framförallt vetskapen om möjligheten till eget företagande. Detta genom att ambassadörerna är förebilder och själva berättar om sitt företagande. Varje ambassadör ska göra fyra besök varje år, i en skola, förening eller ett nätverk.

#### 4.7.2 Kvinnligt företagande i Landsbygdsprogrammet

Landsbygdsprogrammet har som mål "att öka antalet företag som drivs av kvinnor och personer med utländsk bakgrund" (Nilsson och Petersson, 2011). Regeringen vill öka antalet kvinnor och personer med utländsk bakgrund eftersom de anser att de behövs för att säkerställa jämställdheten och det ekonomiska och sociala livet på landsbygden. Rapporten från Jordbruksverket (Nilsson och Petersson, 2011) påvisar dock att mångfalden bland de som erhåller stöd från landsbygdsprogrammets företagsstöd är relativt låg.

I landsbygdsprogrammet finns främst åtgärder för mångfald genom att söka pengar för projekt eller direktstöd till företag (Nilsson och Petersson, 2011). Företagsstöd finns bland annat som starstöd för unga lantbrukare, modernisering av jordbruksföretag, diversifiering från jordbruk och mikroföretag. Det ekonomiska stöd som företagsstödet kan bestå av kan bidra till att fler startar företag. Nästan alla branscher, inte bara jordbruksföretag, kan få stöd. Företagsstödet kan utformas som ett direktstöd där vissa grupper kan prioriteras att få pengar. Vissa verksamheter och branscher går att främja. Projektstöden grundar sig i att det ska komma fler personer, företag eller organisationer till nytta än bara den enskilde företagaren. Många projekt siktar in sig på företagare och framtida företagare som sedan går vidare till att söka företagsstöd.

Andelen kvinnliga företagsledare som fått företagsstöd från landsbygdsprogrammet är lägre än andelen kvinnor som generellt sett fått stöd från något rikstäckande program (Nilsson och Petersson, 2011). En förklaring till detta som författarna till rapporten ger är att en stor del av budgeten är avsedd för jordbruksverksamhet, som är en mansdominerad bransch. Å andra sidan menar Nilsson och Petersson att bland de företag som fått avslag från stödprogrammet har antalet företag med en kvinnlig företagsledare varit större än de företagen med en manlig ledare. Anledningen till detta är något som jordbruksverket vill följa upp.

# 5 Empiri

För att få perspektiv på och illustrera litteraturgenomgången i den analytiska diskussionen görs en mindre empirisk studie. I kapitlet presenteras tre kvinnliga företagare som deltagit och det ges sammanfattningar av deras intervjuer. I bilaga ett redogörs de frågor som kvinnorna besvarar. Varje intervju redovisas i syntesform i bilagor. För att läsa intervjun med Ellinor Eineren, se bilaga två. Se bilaga tre för att läsa Susanne Nilssons svar på den skriftliga förfrågan hon fått och i bilaga fyra finns intervjun med Rose-Marie Lewicki. I detta kapitel görs en sammanfattning av svaren som personerna i den empiriska studien gav.

## 5.1 Ellinor Eineren – agricam

agricam grundades i april 2010 av Biototal och Termisk Systemteknik (www, agricam, 2012). Biototal är ett företag inom den gröna sektorn med lantbruket i fokus. Termisk Systemteknik arbetar med värmekamerateknik och termografi. I februari 2011 tillkom Hushållningssällskapet som delägare.

Eineren startade sitt företag i årsskiftet 2009/2010 (pers. med., Eineren, 2012). Sedan starten har företaget tagit in riskkapital, utökat styrelsen och anställt ytterligare personal till teknikteamet. Produkten, en värmekamera för att tidigt upptäcka juverinflammationer hos kor, är färdigutvecklad och är i installationsfasen. Företaget vänder sig till lantbrukare men även större aktörer.

Eineren hade inte tänkt starta företag utan hade som plan att bli konsult i Stockholm. Sedan fick produkten stor uppståndelse och Eineren med sina kollegor bestämde sig för att testa och se hur långt de kunde komma med konceptet. De vann en tävling som heter Venture Cup och har sedan både lyckats få kunder och riskkapital till företaget.

På frågan om hennes drivkrafter alltid varit att testa nya marker svarar Eineren att det bästa och sämsta med hennes karaktär är att hon alltid gör sådant som egentligen är för svårt för henne, som att till exempel läsa till civilingenjör fastän matematik inte är hennes starkaste ämne. Hon känner av det stora ekonomiska ansvaret som företagare och det skapar sömnlösa nätter och helger utan fritid. Eineren menar att det är svårt att hinna med alla de roller hon har som egen företagare under vardagarna. Idag drivs Eineren mycket av tanken på att företaget ska växa och bygga värde. Även nya projekt och att kunna anställa är viktiga drivkrafter för henne.

Eineren var med i ett nätverk som heter Kvinnors Innovationer som handlade om att främja kvinnors företagande. Hon säger att hon nog var den enda som hade en teknisk idé och som vid gruppens start redan hade startat ett företag. Eineren fick i nätverket hjälp både ekonomiskt men också med att tänka i nya banor. Hon säger att det hjälpte henne att få en kvinnas perspektiv på olika delar i sitt företag, då styrelsen förutom Eineren själv till största delen består av män. Eineren sitter i en så kallad företagsinkubator i Linköping. De erbjuder stöd och utbildning för hur en företagare kan få sitt företag att växa och ta sig genom olika faser. Hon var även med i en "språngbrädeprocess" som hon uttrycker fungerade nästan som tv-programmet Draknästet. Varje deltagande företagare fick presentera sitt företag och sin affärsidé för en grupp investerare som sedan ställde frågor och beslutade om de ville vara med eller inte. Företaget agricam blev nekade statligt startbidrag men 2010 gick Hushållningssällskapet in med riskkapital.

När hon får frågan om hon upplever att hon blivit särbehandlad på grund av sitt kön någon gång svarar Eineren att självklart blir hon behandlad på ett annat sätt, fast det behöver inte alltid vara negativt. Hon menar att män och kvinnor tänker olika, deras beslutsprocesser kan se väldigt olika ut och ta olika lång tid. Det, menar hon, skapar en grund för att frågetecken kan uppstå. Lantbruksbranschen är en manlig miljö och Eineren säger att hon ibland blir lite testad när hon kommer ut till en gård. Samtidigt tycker hon att hon ser fördelar med att inte vara uppvuxen på landsbygden. Hon kan dra nytta av lantbrukarens goda kunskaper han/hon har om sin gård för att hitta möjligheterna för den teknik hon presenterar.

När Eineren ser till sitt företags svårigheter idag berättar hon att hon inte kan anställa personal till den grad hon skulle vilja. Hon tycker att studenter ofta förväntar sig en hög lön direkt när de kommer från universitetet, en lön som mindre företag inte kan leva upp till. Eineren menar att småföretagen kanske skulle behöva någon form av ekonomiskt stöd för att kunna locka fler personer med rätt kompetens till företagen.

Samtidigt tror inte Eineren att det ska finnas för mycket stödpengar i startprocessen. Hon menar att om företagare får för mycket ekonomiskt stöd tappar de hela känslan om varför de driver företag. Att anledningen till att driva företag kan bli att vara stödberättigad och då kommer företaget aldrig att generera någon vinst.

Eineren ser gärna en attitydförändring i skolan. Hon menar att hon hela livet lidit av vad hon kallar "duktiga flickan"-syndromet. Hon tror att pojkar i större utsträckning än flickor får lära sig att det inte är så hemskt att göra fel och att en konkurs gör dig till en starkare människa. Eineren menar att hon tror att det är svårt att vara flicka i dagen samhälle. Att det är svårt att leva upp till de skönhetsideal och akademiska krav som finns och att allt ska vara så perfekt. Hon menar att det kan vara positivt för flickor att få höra att ibland går det riktigt dåligt och ibland går det väldigt bra, och att det är mänskligt.

Sist undrar Eineren varför det inte lyfts fram fler exempel på när företagandet inte har fungerat, när allt gått i kras. Hon berättar att hon aldrig lärt sig så mycket som när hon var på en föreläsning med en kvinnlig företagsledare som berättade om alla fel de gjort i företaget och alla nitar de gått på. Eineren säger att många kallar deras företagshistoria som en solskenshistoria men menar att det inte betyder att det inte finns några moln. Hon vill se fler "dåliga" exempel utan att folk skäms för det.

## 5.2 Susanne Nilsson – BF Skor och Väskor

År 2000 köpte systrarna Susanne Nilsson och Maria Larsson det familjeägda BF Skor och Väskor som då funnits i Bollnäs i två år (pers. med., Nilsson, 2012). De säljer dam-, barn- och herrskor samt skinnväskor och är inte anslutna till någon större kedja. Innan systrarna köpte företaget arbetade Nilsson på en särskola i kommunen och Larsson arbetade i Stockholm. De arbetar själva i butiken och har en deltidsanställd.

Nilsson berättar att de köpte företaget för att de såg det som en utmaning och tyckte det var spännande med eget företagande. Hon säger att den största drivkraften i början var att det var så roligt att testa något nytt och att det var spännande att företaget var deras eget.

Idag motiveras de av ett fortsatt stort intresse för skor och att de fortfarande står på egna ben. Nilsson menar att de inte anslutit sig till någon av de större butikskedjorna och att det varit ett

medvetet val. Hon tycker att det är positivt att vara självstående och att det öppnar för att de kan köpa in de produkter de tror på. Samtidigt, menar Nilsson, följer nackdelen att de inte kan få samma rabatter som de stora kedjorna.

Nilsson och hennes syster driver idag företaget som ett aktiebolag vid namn Susma Skor i Bollnäs AB och Nilsson berättar att de fick starta-eget-bidrag i sex månader när de köpt skobutiken. Hon säger att de inte använde sig av några nätverk vid startprocessen och gör det heller inte idag. Nilsson har inte upplevt några särskilda attityder eller att hon blivit bemött på något särskilt sätt för att hon är kvinnlig företagare.

Vad gäller satsningar på företagande ser Nilsson gärna mer stöd från kommuner genom lokalhyror och mer fokus på stadskärna istället för köpcentrum i utkanten av staden. Hon tror också att ett starta-eget-bidrag under en längre tidsperiod skulle göra fler nyfikna och locka fler till att skapa något eget.

### 5.3 Rose-Marie Lewicki – Fristående hudvårdskonsult för Mary Kay

Företaget Mary Kay Inc är ett av världens största företag med direktförsäljning av kosmetika och hudvård (Mary Kay Inc, 2009). Mary Kay finns på 35 marknader över hela världen och har 5000 anställda. Men det är de över 2 miljoner fristående hudvårdskonsulter som säljer Mary Kay Incs produkter. Mary Kay Inc introducerades i Norden 1992 och idag arbetar mer än 20 000 kvinnor i Norden med företagets produkter (www, Mary Kay 1, 2012).

Lewicki startade sitt företag 2007 efter att ha arbetat som hudvårdskonsult på hobbynivå i ett och ett halvt år (pers. med., Lewicki, 2012). År 2009 tog hon tjänstledigt från sin anställning på bank för att helhjärtat satsa på sitt egna företag. Hon berättar att hon försökt säga upp sig men att chefen inte gått med på det utan föreslagit en tjänstledighet istället. Lewicki menar att det både fungerar som hängslen och som livrem. Hon tycker att det är en viss trygghet att veta att hon har anställningen att falla tillbaka på ifall företagandet inte skulle gå bra men samtidigt tycker hon att det gör att hon inte arbetar lika hårt som hon skulle kunna göra.

På frågan om hon ångrar sig och skulle vilja gå tillbaka till sin anställning svarar Lewicki att det vill hon inte. Hon menar att hon är trött på att vara fast i vad hon kallar strukturer konstruerade av manliga normer. Lewicki säger att hon idag är sin egen chef men ändå tillhör en ny form av struktur, ett koncept skapat av en amerikansk kvinna, och att hon trivs bättre här. Hon tror inte att hon hade startat företag genom att själv komma på en affärsidé från grunden utan är glad för att hon kom i kontakt med detta koncept att anknyta sig till. Lewicki säger att hon haft stor hjälp och inspiration av de förebilder som finns inom strukturen Mary Kay och att de varit avgörande för många av de val hon har gjort. Valet att satsa på ett eget företag grundades i personligt välbefinnande och att hon ansåg att konceptet höll karriärmässigt. Hon trycker på att hon hade det bra på banken där hon hade sin anställning men att hon trivdes bättre som hudvårdskonsult.

Lewicki berättar att hon själv inte tyckte att hon tog någon risk med att starta eget företag men att andra tyckte hon gjorde det. Det anser hon har att göra med att de inte hade den information som hon själv hade. Hon menar att hon fått höra att hon varit modig men tycker själv att hon har skapat sig någonting som hon trivs med men som många inte förstår. Lewicki tycker att hon möttes av flera positiva reaktioner när hon startade sitt företag. Samtidigt berättar hon att hon mött människor som inte har trott på konceptet Mary Kay. Hon menar att

många tror att det är ett pyramidföretag för att strukturen är uppbyggt på ett annorlunda sätt jämfört med många andra företag och kedjor. Det tycker Lewicki är tråkigt och menar att det beror på att hon och hennes "kollegor" inte finns i den box som folk vill ha dem i.

När Lewicki får frågan vad som driver och motiverar henne idag svarar hon att hon vill ha mer och ge mer för hon vet hur mycket hon kan få och hur mycket hon kan ge till andra människor om hon fortsätter. Hon menar att hon tycker att det är väldigt givande att arbeta med utbildning och stöd och på så vis hjälpa andra kvinnor att utveckla sina företag inom samma koncept.

Lewicki tog inte del av några stödprogram när hon startade sitt företag. Hon säger att hon haft möjligheten att kunna använda sin bostad som säkerhet i byggandet av företaget och att det hjälpte. Hon hyr inga lokaler i Uppsala och menar att hon på så sätt kan hålla fasta kostnader relativt låga. Vid företagsstarten tog Lewicki kontakt med en bank i Uppsala för att låna pengar. Hon blev dock bemött av ointresse av de kvinnliga medarbetarna, de ville inte titta på hennes marknadsplan. Den enda som tittade på marknadsplanen var en manlig rådgivare och han såg inga bekymmer. På grund av det som hände på banken tog Lewicki istället hjälp av en extern finansiär.

Hon har inte använt sig av några nätverk utanför Mary Kay och tycker inte att det finns behov för det. Lewicki säger att hennes kollegor kommer med en bredd av kompetenser och därför kan hon få all hjälp hon behöver genom dem.

Lewicki vill gärna se att det blir accepterad att tänka i mjuka värden i samhällets befintliga strukturer. Att det blir accepterat att sätta familjen framför karriären. Hon tycker inte att människor ska dömas i den grad de blir idag utan att de ska få testa företagande, samtidigt stryker hon under att det är viktigt att vara realistisk och affärsmässig. Hon menar dock att gå det åt skogen så gör det. Lewicki lyfter fram skillnaderna mellan samhällets syn på konkurser i Sverige och i USA. Att någon som går i konkurs i Sverige ses som svartmålad och misslyckad medan en konkurs i USA ses som en hemläxa personen lärt sig. Hon tror att anledningen till varför inte fler vågar ta steget och bli egna företagare handlar om att de är rädda för att misslyckas.



## 6 Analytisk diskussion

I den analytiska diskussionen analyseras och diskuteras de teorier och den litteratur som tagits upp i tidigare kapitel. Citat från det empiriska materialet används för att koppla teorier och litteraturgenomgång till verkliga händelser.

### 6.1 Kvinnornas egna och extra rum

Genusteorins egna och extra rum (Hirdman, 2003) går att koppla ihop med många aspekter i det kvinnliga entreprenörskapet. Just ordet kvinnliga företagare eller kvinnliga entreprenörer är ett exempel på hur samhället skapat ett extra rum. Detta understryker också Pettersson (2002). Även om Pettersson inte använder ordet extra rum skriver hon att när vi pratar om kvinnliga företagare bekräftar det den manliga normen. Bekräftandet sker genom att man markerar att kvinnor som är entreprenörer avviker från det normala och att det kvinnliga blir ett tillägg till det manliga entreprenörskapet. Även Danilda (2001) understryker att orden kvinnliga företagare och kvinnors företagande leder till att kvinnor som företagare är något som skiljer sig från normen. Danilda menar att vi inte hör någon prata om manliga företagare och mäns företagande i samhällsdebatten.

De specifikt kvinnliga nätverken visar på en parallell struktur gentemot de manliga nätverken. Danilda (2001) belyser att kvinnor gärna ser sig i nätverk enbart med kvinnor. Detta visar på två genusstrukturer, dels det extra rummet och dels att det är kvinnorna själva som upprätthåller genusordningen (Hirdman, 2003). Eieren deltog i ett kvinnligt nätverk och säger såhär om sin upplevelse:

”Men jag gick dit för att kvinnor har ett annat sätt att tänka och driva företag och jag hade väldigt stor nytta av att gå dit och få en kvinnas perspektiv på det hela.” (pers. med., Eieren, 2012)

Kvinnliga och manliga företagare finns i olika branscher. Jedeskog (2009) visar statistisk att de finns flest kvinnliga entreprenörer inom renhållning, hälso- och sjukvårdstjänster, utbildning, rekreation och annan service. Detta följer den könsuppdelade arbetsmarknaden i stort (Jedeskog, 2009). Här syns kvinnornas egna rum, de kvinnliga hushållssysslornas professionalisering (Hirdman, 2003).

Även forskningen och satsningarna på kvinnligt företagande hamnar i facket för egna rum. I början av 1900-talet utgicks det ifrån att kvinnliga företagare var en homogen grupp (Danilda, 2001). Danilda menar dock att det enda de kvinnliga företagarna hade gemensamt var att de var kvinnor och företagare. Hon menar vidare att kvinnor inte består av en homogen grupp, precis som männen inte gör. Programmet för att främja kvinnors företagande arbetar för att kvinnorna ska integreras i det ordinarie företagsfrämjande systemet (Tillväxtverket, 2010). Tillväxtverket belyser alltså att det extra rummet (Hirdman, 2003) för kvinnligt företagande ska arbetas bort.

Både Landsbygdsprogrammets utvärdering (Nilsson och Petersson, 2011) och Danilda (2001) trycker på att de bidragssystem som finns i Sverige inte är anpassade till de kvinnliga branscherna och de kvinnliga entreprenörerna. Detta är något som borde ändras eftersom alla borde få chansen att starta ett företag. Danilda (2001) menar att just skatter och arbetsrättslagstiftning inte slår olika mot manliga eller kvinnliga företagare. Näsman (2000) å sin sida trycker på att trygghetssystem, lagar och bestämmelser ofta försvårar för den kvinnliga entreprenören. Framförallt syns problemen vid till exempel barnafödande och vård av sjukt barn. Här kan Rut vara en bit på vägen mot att det är lättare att ha familj och företag som kvinna. Därmed är det intressant att se på hur ett förändrat bidragssystem kan öka det kvinnliga företagandet. Einerens poängterar dock:

”Jag tror det handlar om att det inte ska finnas för mycket stöd heller. För om vi får för mycket stöd, då tappar vi hela känslan om varför vi driver företag. För driver vi företag för att vara stödberättigade då kommer vi ju aldrig generera någon vinst.” (pers. med., Eineren, 2012)

Även Lewicki trycker på vikten av att starta ett företag av rätt anledning.

”Sen måste man ju vara realistisk och affärsmässig, vi kan inte bara starta företag hej och hå och tro att det ska bli guld och gröna skogar.” (pers. med., Lewicki, 2012)

Nilsson lyfter fram två helt andra aspekter av vad som behöver förändras.

”Även här gäller det att man har lokaler som inte är för dyra. Har man billigare lokaler och kanske starta eget bidrag under en längre tid, då tror jag att fler skulle bli nyfikna och göra något eget.” (pers. med., Nilsson, 2012)

## 6.2 Rut-avdraget – en bra bit på vägen?

En av det kvinnliga företagandets vanliga myter är att kvinnor inte är intresserade av expansion och tillväxt företagen (Danilda, 2001). Detta tror Danilda bottnar sig i att kvinnor till större del har huvudansvaret för hushållsarbete och familjen. Kvinnor uppfattas därför som mindre riskbenägna och mindre intresserade av tillväxt. Danilda menar vidare att den tid och kraft som kvinnorna avsätter för hushållsarbete och familj begränsar kvinnornas tid och kraft att kunna arbeta med tillväxt i det egna företaget.

Ellinor Eineren visar att tillväxt är något som både skett i hennes företag och som hon vill se mer av. Första citatet är svaret på frågan om hur hennes företag har förändrats sedan starten och det andra citatet är svaret på frågan vad som driver henne idag.

”Ja, grundföretagen är ju kvar men det största är ju att vi har tagit in riskkapital och med riskkapital har vi utökat styrelsen. Vi har även tagit in ytterligare kompetent personal in i teknikteamet, vi har gått från två till elva så det har sammanfattningsvis varit en mycket expansiv fas.” (pers. med., Eineren, 2012)

”Man drivs av nya projekt och att kunna anställa, alltså det handlar väl helt enkelt om att man drivs av att växa och utveckla företaget.” (pers. med., Eineren, 2012)

I Regeringens satsning på att främja kvinnligt företagande är en av grundpelarna att fler företag som drivs av kvinnor ska växa (Tillväxtverket, 2010) alltså att det ska bli en ökad tillväxt i de kvinnliga företagen. Eftersom kvinnor generellt har minskat sitt obetalda

förvärvsarbete, hushållsarbetet (Jedekskog, 2009), de senaste 20 åren borde alltså företagande kvinnor numera ha en större tid till att ägna sig åt tillväxt i sitt företag. Att Rut-avdraget finns borde underlätta för de kvinnliga entreprenörer som upplever problem med att kombinera eget företag med hushåll och familj (Danilda, 2001; Lundkvist, 1994; Sköld, 2009). Även Lewicki poängterar under intervjun vikten av att kunna kombinera företaget med familjen.

”Att kunna ha balans i livet, kunna kombinera med familj och framförallt sina värderingar och vad man tror på och vad man tycker känns rätt och riktigt här inne (Lewicki rör vid hjärtat).” (pers. med., Lewicki, 2012)

”... [A]tt det är okej att få sätta familj framför karriär.” (pers. med., Lewicki, 2012)

Rut-avdraget är ett bra exempel där politiska beslut har lett till ekonomiska fördelar för en kvinnlig bransch, renhållningsbranschen även kallad lokalvårdsbranschen. Sedan införandet av rut-avdraget har 49 000 nya jobb och 59 % av de nya företagen i branschen varit kvinnor (Jedekskog, 2009). Det får ändå ses som ett steg i rätt riktning trots att det är viktigt att uppmärksamma att genusordningen stärks genom att fler kvinnor arbetar i stereotypt kvinnliga branscher.

Problematiken kring ifall det är bättre att kvinnor arbetar i kvinnliga branscher eller att de inte arbetar alls är svår att angripa. Samtidigt som det finns massor av fördelar med att kvinnorna arbetar medför arbetet i kvinnliga branscher att genusordningen understryks. Detta syns tydligast på att lönerna i de kvinnliga branscherna är mycket lägre än de stereotypt manliga branscherna (Danilda, 2001). Frågan är vad alternativet är, att kvinnorna inte arbetar alls. Det understryker också genusordningen eftersom det då visas att kvinnorna inte är kapabla att arbeta.

Men genusordningen och genussystemet är föränderliga. Alla de kvinnor som arbetar i manliga branscher är med och omförhandlar genussystemet, varje dag. Även kvinnliga entreprenörer omförhandlar systemet eftersom företagare ofta associeras till män.

### 6.3 Kvinnorna upprätthåller själva genusordningen

Wendeberg (1982) problematiserar i sin empiri att många av kvinnorna i Gnosjö inte såg sig som företagare, trots att kvinnorna skötte både kontor och representation under många år. Detta understryker att kvinnorna bidrar till att upprätthålla genusordningen (Hirdman, 2003). Även Näsman (2000) har stöd från sin empiri att dra slutsatsen att genussystemet påverkas av kvinnornas eget handlande.

En bit av genusteorins delar belyser att det är kvinnorna som själva upprätthåller genusordningen genom att de försöker själva återbilda gränserna som genuskontraktet satt upp. Detta leder till att alla de kvinnor som bryter mot genuskontraktets normer motarbetas av andra kvinnor. Ett exempel som Hirdman (2003) tar upp är moralanten som motarbetar det som samhället kallar omoral för en kvinna, till exempel lösaktighet eller att utsätta sig för risk. Avund är något som även Näsman (2000) tar upp i sin empiriska studie. Även om många av de intervjuade inte upplever någon avundsjuka drar Näsman ändå slutsatsen att det är när den kvinnliga företagaren skördar stora framgångar som problemen med avundsjuka uppstår. En av de intervjuade sammanfattade sin upplevelse med ”... det skall gå bra, men det får inte gå för bra...” (Näsman, 2000 s. I:52).

”Det kändes verkligen som om de var avundsjuka” (pers. med., Lewicki, 2012)

Lewicki berättar om sin upplevelse gentemot de kvinnliga medarbetarna på banken när hon sökte finansiering. Även hos bankchefen, som också var kvinna, upplevde Lewicki motarbetning.

”Men jag tror att, framförallt chefen, var livrädd för konceptet, hon trodde inte på det. Hon trodde på mig och var jätterädd för att jag skulle göra någonting dumt, hon ville *skydda* mig.” (pers. med., Lewicki, 2012)

## 6.4 Push- och pullfaktorer

Många av de anledningar till varför någon startar eget företag går att koppla till de push- och pullfaktorer som Sundin och Holmquist diskuterar i sin studie *Kvinnor som företagare - osynlighet, mångfald, anpassning* (1989). Arbetslöshet, vantrivsel på arbetsplats och könsdiskriminering är några av de anledningar som stöter eller tvingar människor att starta företag och platser som push-faktorer. Näsman (2000) menar att företagandet blir ett sätt för kvinnor att undkomma könsdiskriminering i form av till exempel lönediskriminering medan Sundin och Holmquist (2002) lyfter fram att kvinnor i större utsträckning startar företag på grund av arbetslöshet i regioner med hög arbetslöshet.

Pullfaktorer är mer positiva än pushfaktorer. Här platser anledningar som en bra idé, chanser till större inkomst eller större möjligheter till personlig utveckling. Kvinnor ser friheten som entreprenörskapet bidrar till som en värdefull möjlighet (Näsman, 2000) och det är en stark pullfaktor.

Susanne Nilsson och Marie Larsson startade sitt företag på grund av pullfaktorer:

”Företaget köptes färdigt och vi gjorde det eftersom vi tyckte det var spännande med ett företag och en riktigt stor utmaning... Vi tyckte att de var så otroligt roligt att göra något nytt. Sen var det spännande att de var vårt eget, det blev en drivkraft.” (pers. med., Nilsson, 2012)

Lewicki å sin sida startade sin hobbyverksamhet på grund av pushfaktorer men startade företaget och sedan började driva det på heltid på grund av pullfaktorer:

”Jag är så trött på att vara fast i befintliga strukturer som faktiskt har konstruerats av manliga normer... Och jag är så trött på att se mina kvinnliga kollegor på banken tvingas vara i de här normerna och strukturerna för att bli framgångsrika och kunna göra karriär.” (pers. med., Lewicki, 2012)

”Det ena var att jag kände i hjärtat, vad är viktigt för mig, när mår jag bra, när är jag glad, lycklig, när är jag mitt bästa jag. Då upptäckte jag att det faktiskt var när jag var i Mary Kay, det var inte när jag var på banken.” (pers. med., Lewicki, 2012)

Både män och kvinnor startar oftast företag av positiva anledningar. Män startar dock företag i större utsträckning tack vare pullfaktorer än vad kvinnor gör (Sundin och Holmquist, 1989). Enligt Jedeskog (2009) uppger män i högre grad än kvinnor att det är den personliga ekonomin och chanserna till högre inkomst som spelar stor roll medan kvinnor, enligt Näsman (2000), prioriterar ”sociala” vinster framför ekonomiska resultat. Lewicki uttrycker

den sociala vinsten, andra människors välbefinnande, hon får gentemot den ekonomiska vinsten, diamantringarna:

”Tänk hur många människor vars liv jag kan berika om jag fortsätter och jag kan ge möjligheten att de förändrar sin situation.” (pers. med., Lewicki, 2012)

Trots att pushfaktorerna är starkare för kvinnor än för män menar Sundin och Holmquist (1989) att det viktigaste skälet för många kvinnor att starta företag är omsorg om familjen och möjligheterna till att kombinera förvärvsarbete med barn och hushåll. De ser familjelivet som en pullfaktor.

Danilda (2001) lyfter fram att många kvinnor har svårt att hitta en balans mellan företagandet och familjelivet och att det ökande företagandet av kvinnor inte tycks ha medfört att kvinnors ansvar för hem och familj har minskat. Samtidigt menar Näsman (2000) att flera av hennes intervjuer visat att kvinnor sett företagandet som ett sätt att få resurser till att hyra in hushållsnära tjänster och på så vis minska den egna belastningen i hemmet. Det visar att hushåll och familj spelar stor roll för kvinnliga företagare.

## 6.5 Uppväxten och skolans roll

Uppväxten är mycket viktig för att bygga självkänsla och känslan av att det är accepteras att misslyckas (Delegationen för jämställdhet i skolan, 2010). Båda dessa egenskaper är mycket viktiga i det kvinnliga företagandet (Sundin och Holmquist, 1989; Näsman, 2000). Skolan har en viktig roll i uppväxten och måste uppfylla att alla pojkar och flickor behandlas på samma sätt, något som inte sker i dagsläget (Delegationen för jämställdhet i skolan, 2010). Uppväxten är viktig eftersom genuskontraktet introduceras av modern och fadern i denna ålder (Hirdman, 2003).

”Vad häftigt det är att se när kvinnor faktiskt får en bättre självkänsla och självförtroende. Det är obetalbart, då kan de komma med hur mycket diamantringar som helst med det spelar ingen roll.” (pers. med., Lewicki, 2012)

Ett sätt för att få fler att tänka tanken att starta företag är att visa på förebilder. Tillväxtverket och i sin tur ambassadörerna har i uppdrag att gå ut i skolor för att sprida det kvinnliga entreprenörskapet (Tillväxtverket, 2010; www, Tillväxtverket 4, 2012). De har då en bra chans till att visa unga kvinnor att våga starta företag, att det är okej att det inte alltid går som man tänkt sig. Både Lewicki och Eineren trycker på att förebilder är viktiga. Eineren poängterar även vikten av att visa att allt inte behöver vara perfekt.

”Det har hjälpt mig och det har varit avgörande, faktiskt, för mitt val. Hade jag inte haft fantastiska förebilder då hade jag inte gått dit.” (pers. med., Lewicki, 2012)

”För jag tror inte att det är lätt att vara tjej idag. Det är rätt så svårt att leva upp till skönhetsideal och akademiska krav och det ska vara så himla perfekt. Det kan vara skönt att höra att ibland kan det gå riktigt tokigt och ibland kan det gå jätte, jättebra. Men att det är helt mänskligt.” (pers. med., Eineren, 2012)

Eineren lyfter fram de akademiska krav som finns på kvinnor. Statistiken visar att flickor får högre betyg än pojkar i skolan (Delegationen för jämställdhet i skolan, 2010). Detta är något som även visar sig i statistiken om utbildningsnivån hos entreprenörer. Att kvinnliga entreprenörer har högre utbildning än manliga entreprenörer (Jedekskog, 2009) visar på att

genusordningen håller på att omförhandlas (Hirdman, 2003). Detta brott i strukturen i samhället (Thomsson, 2003) visar Jedeskog (2009) har pågått under en tid. Statistiken som Jedeskog lägger fram visar att andelen kvinnliga företagare med högre utbildning var 1996 ungefär lika stor som andelen män med högre utbildning år 2008. Detta är intressant eftersom det historiskt sett funnits hinder för kvinnor att utbilda sig varvid deras utbildningsnivå varit lägre (www, Företagsamheten1, 2012; Hirdman, 2003; Götebo Johannesson, 1996).

## 6.6 Kvinnliga och manliga entreprenöriella egenskaper

Enligt många teorier har en entreprenör bland annat en stark drivkraft, starkt självförtroende, kreativitet och en förmåga att ta initiativ (Landström, 2009). Han/hon motiveras av prestationer, fokuserar på resultat och har en medelhög benägenhet att ta risker (Holmquist och Sundin, 2002). Men denna vinkel i forskningen har fått kritik (Landström, 2009). Vidare forskning har kommit fram till att de egenskaper som så gärna tillskrivs en entreprenör eller en företagare är inte unika för dessa människor. Helene Ahl (2004) skriver om dessa så kallade entreprenöriella egenskaper och deras motsatsord. Hon ser tydliga kontraster som till exempel viljestark och svag eller aktiv och passiv och menar att detta på flera sätt liknar synen på som är "manligt" och "kvinnligt".

Ahl (2004) gör en tolkning av Bems könsrollsinventering och jämför genom den vad som anses vara kvinnliga och manliga egenskaper med de egenskaper som en entreprenör anses ha. Hon kommer då fram till att det är stora skillnader mellan vad som generellt anses vara manligt och kvinnligt samtidigt som de entreprenöriella egenskaperna tycks passa bättre ihop med de manliga egenskaperna än de kvinnliga. Inte heller de entreprenöriella egenskapernas motsatser stämmer överens med de kvinnliga egenskaperna. Ahl (2004) drar då en slutsats att feminitet och det som anses kvinnligt inte finns med i det språk som används för att beskriva entreprenörer.

Kvinnor fanns inte med i de tidiga beskrivningarna av "företagare" och alla studier betonade främst skillnaderna i "företagaregenskaper" mellan män och kvinnor (Danilda, 2001). Mäns företagande sågs som normen och kvinnorna jämfördes ständigt med denna norm. Danilda (2001) anser att skillnaderna mellan kvinnor och män som företagare har överdrivits och beror på bristande småföretagsforskning. Hon menar att forskningen lagt fokus på fel saker. Det har lagts fokus på skillnaderna mellan män och kvinnor, som grupper, istället för de skillnader i förutsättningar som finns för kvinnor och män som driver företag. Det har heller inte lagts någon fokus på de skilda förutsättningar kvinnors företagande möter inom bland annat olika regioner och branscher (Danilda, 2001).

Den största skillnaden som finns mellan manliga och kvinnliga företagare är att de driver sina företag i olika branscher (Sundin och Holmquist, 1989). Som Danilda (2001) säger, så länge det fortsätter att läggas fokus på skillnaderna mellan kvinnors och mäns "företagaregenskaper" eller brist på dem förstärks de myter och traditionella uppfattningar som finns istället för att nya skapas.

Einerens uttrycker de företagaregenskaper hon anser behövs som entreprenör:

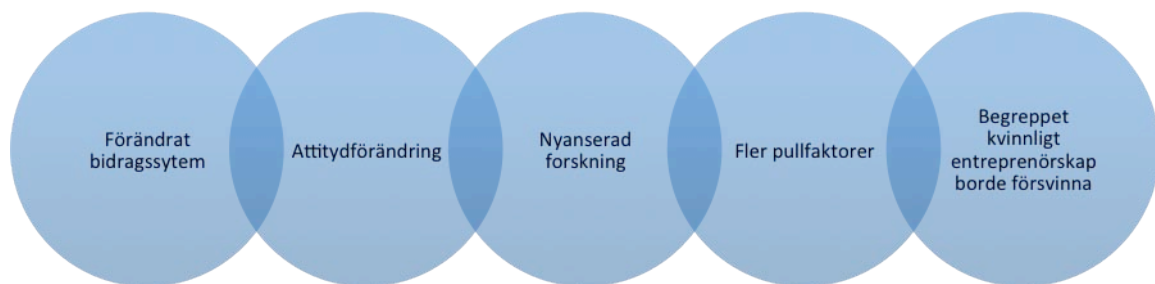
"Det handlar helt enkelt om att man ska ha de karaktärsdrag som är du och trivas med dem och göra så bra som möjligt i sak. För då får man respekt." (pers. med., Eineren, 2012)

## 7 Avslutande kommentarer

I det avslutande kapitlet redovisas de slutsatser som kan dras från arbetet. I kapitlet återfinns även vad forskare säger om framtiden och vad som behöver förändras. En kort redogörelse görs över den forskning vi anser nödvändig för vidare förståelse inom området.

### 7.1 Slutsatser

Studien kommer fram till några förändringar som behövs för att det kvinnliga entreprenörskapet ska öka i samhället. Slutsatserna redovisas kortfattat i figur 3 nedan.



**Figur 3 Studiens slutsatser kortfattat**

Figuren illustrerar att de olika åtgärderna hänger ihop. För att det kvinnliga entreprenörskapet ska öka behövs mer än en åtgärd. Kortfattat är de slutsatser som dras i uppsatsen ett förändrat bidragssystem, en attitydförändring, en nyanserad forskning inom entreprenörskap, fler pullfaktorer och att ordet kvinnligt entreprenörskap borde försvinna. Slutsatserna förklaras mer ingående nedan där styckena följer samma ordning som figuren visar.

Kriterierna för det svenska företagsstödet behöver ändras. I dagsläget är stödet anpassat till stereotypa manliga branscher och därmed manliga företagare. För att fler kvinnor ska bli entreprenörer behövs bidragen fördelas mer jämt, alltså mer till de branscher som traditionellt ses som kvinnliga, till exempel tjänstesektorn. En bit på vägen är Rut-avdraget, ett indirekt bidrag till en sektor med många verksamma kvinnor. Rut-avdraget kan vara till stor hjälp för de kvinnliga entreprenörer som tycker sig ha svårt att kombinera företag och hushållsarbete.

Attityderna till kvinnor och entreprenörer behöver förändras. Det behövs större anstängningar under uppväxten för att flickor och pojkar ska behandlas lika och få samma förutsättningar i samhället, bland annat i skolan. För att kunna ge samma förutsättningar behöver attityderna i samhället förändras. Idealbilden, genuskontraktet och normerna av kvinnan och mannen behöver nyanseras. Stor vikt behöver läggas i att flickor får bättre självförtroende och att den avundsjuka som finns mellan kvinnor upphör. Flickor bör få möjligheten att utveckla ett starkt självförtroende i samma utsträckning som pojkar får. Självförtroende är en mycket viktig del i att våga starta företag. Den avundsjuka som finns mellan kvinnor medför att de inte vågar gå utanför normen och starta företag eller bli framgångsrika. Eftersom de kvinnliga företagarna går utanför normen är de med och förändrar samhället, just för att de verkar i en stereotypisk manlig roll, som entreprenör.

Den forskning som bedrivs på entreprenörskap behöver nyanseras och flyttas ut ur det egna rummet. I dagsläget läggs fokus på de egenskaper som forskare anser att en entreprenör besitter. De egenskaperna som lyfts fram är stereotypiska manliga egenskaper. I och med detta ser samhället en entreprenör som manlig. Samtidigt ses kvinnor som en homogen grupp i forskningssammanhang, något som de inte är. Fokus behöver flyttas från skillnaderna mellan de kvinnliga och manliga företagaregenskaperna och bristen på dessa. Detta eftersom skillnaderna mellan män och kvinnor som grupp är mindre än skillnaderna mellan företagare i olika branscher.

Drivkrafterna hos kvinnorna behöver bestå av fler pullfaktorer. Hos kvinnor är pushfaktorerna i dagsläget starkare än vad de är hos männen. Flera av pushfaktorerna beror på könsdiskriminering på tidigare arbetsplats. Könsdiskriminering visar på samhällets orättvisor och kvinnornas underordning. Fler pullfaktorer visar på att kvinnorna väljer att starta företag på grund av en drivkraft inte för att det inte finns något annat alternativ. Att fler kvinnor väljer, av egen vilja, att starta företag är något som bör eftersträvas.

Ordet kvinnlig och ordet entreprenör borde inte finnas i samma mening. Att skapa det extra rummet, som orden tillsammans innebär, understycker den manliga normen som finns i företagandet. Att skriva speciellt om kvinnor visar på att genusordningen, att det är skillnad på kvinnor och män, verkligen finns. Även i detta arbete har termer som kvinnlig företagare och kvinnliga entreprenörer använts. Problematiken kring detta är att för att kunna uppmärksamma att det finns skillnader i förutsättningarna mellan kvinnliga och manliga entreprenörer så måste någon skriva om dem, alltså skriva om underordningen. Frågan är vilken förändring som kan ske om forskning inte görs på området. Precis som Thomsson skriver så sker underordningen bäst i tysthet, något som det är viktigt att forskningen står upp emot.

## 7.2 Vad säger några forskare om framtiden?

Näsman (2000) är övertygad att antalet kvinnliga företagare kommer att öka i framtiden. Hon menar också att deras betydelse i det svenska näringslivet kommer att öka. Detta beror till stor del på att dagens företagande är kunskapsintensivt och kvinnor och män har lika hög utbildningsgrad. Hon menar också att företagande i framtiden kommer i större utsträckning bli ett försörjningsalternativ för kvinnor. De anledningar som Näsman (2000) ser till att fler kvinnor kommer starta företag är ren försörjning, ökad social vinst och möjligheter till personlig- och kompetensutveckling.

Danilda (2001) belyser att forskning om kvinnligt entreprenörskap och andra åtgärder för att främja kvinnliga entreprenörer gör att de hinder som kvinnor möter på allvar har börjat uppmärksammas. Istället för att fokusera på vilka egenskaper som kvinnliga och manliga entreprenörer innehar är det viktigare att fokusera kring kvinnliga och manliga roller i hemmet och i arbetslivet. Det är enligt Danilda (2001) rollerna som har betydelse för om vi väljer att bli företagare eller inte. Det har även betydelse i valet av bransch och på vilka villkor företagen drivs. Danilda (2001) menar vidare att det är irrelevant om kvinnor ska bli mer företagsamma utan det viktiga är att förändra de föreställningar som finns i samhället om kvinnliga entreprenörer.

Sundin och Holmqvist belyser i avslutande kommentarer i boken *Företagarskan-om kvinnor och entreprenörskap* (2002) att det inte finns några genvägar till förändring av samhället. Ett långsiktigt- och processperspektiv behövs i alla analyser. Det långsiktiga perspektivet behöver



forskare vara sparsamma med då mycket påverkar de slutsatser som oftast dras. Ett exempel som författarna till boken ger är den omorganisering av den offentliga sektorn som håller på att genomföras. Det är svårt att förutsätta hur detta kommer att påverka de kvinnliga företagen. Författarna pratar även om introduktionen av tre nya begrepp, företagerskor, entreprenörer och ledarinnor, detta som ett komplement till den manliga normen. Paret belyser även avsaknaden av könsuppdelas statistik och efterfrågar detta starkt. De vill även se en ökad statistik över olika grupper av kvinnor och män samt deras företagande.

Det behövs enligt Danilda (2001) riktade företagsåtgärder till kvinnor under en lång tid framöver. Detta behövs för att kunna förändra bilden av kvinnligt företagande i den företagsfrämjande strukturen. Samtidigt menar hon att kvinnor måste sluta ses som en specifik grupp då detta förstärker bilden av att kvinnligt- och manligt företagande är olika. Alltså måste utvecklingen gå mot både integrering och riktade åtgärder. Det räcker inte med nätverk eller satsningar på teknisk infrastruktur utan det krävs ett jämställt könskontrakt. För att uppnå ett jämställt könskontrakt behövs en långsiktig attitydförändring som leder till nya strukturer i samhället.

### 7.3 Framtida forskning som vi anser behövs på området

I dagens forskning finns inte så mycket information om hur det bidragssystem som finns idag påverkar de kvinnliga entreprenörerna och deras förutsättningar att starta företag. Detta tycker vi är något som borde utredas eftersom det har en stor betydelse för om man startar företag eller inte. Från en sådan utredning kan även förslag om förändringar i systemet att komma. Olika förändringar som gör att fler kvinnor känner sig säkra i att vilja starta företag. Inte heller de beslut som till exempel Regeringen tar finns det så mycket forskning kring hur det påverkar kvinnliga entreprenörer.

Precis som vi skriver i slutsatsen anser vi att den forskning som bedrivs om entreprenörskap behöver nyanseras. Vi tycker även att det är viktigt att förebilders betydelse studeras. Detta är något som vår empiriska studie trycker på är viktigt. Vi finner dock inte någon omfattande forskning på området varvid detta tomrum borde fyllas.

# Referenser

## Litteratur och publikationer

- Ahl, H., 2004. *The Scientific Reproduction of Gender Inequality - A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*. Liber AB, Malmö.
- Ahl, H., 2006. Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30, 595–621.
- Alvesson, M., Billing, Y.D., Torhell, S.-E., 1999. *Kön och organisation*. Studentlitteratur, Lund.
- Alvesson, M., Sköldberg, K., 1994. *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Studentlitteratur, Lund.
- Bhatnagar, U., Kaushik, S., 2009. *Entrepreneurship*. Aavishkar Publishers.
- Burk Wood, M., 2004. *Marketing Planning - Principles into practice*. Pearson Education Limited, Essex.
- Danilda, I., 2001. *Finns det ett speciellt företagsklimat för kvinnor som driver företag?*, i Ekstedt, E. (Ed.), *Kunskap Och Handling För Företagande Och Regional Utveckling, Arbetsliv i Omvandling*, 1404-8426; 2001:4. Arbetslivsinstitutet, Stockholm.
- Ejvegård, R., 2003. *Vetenskaplig metod*, 3rd ed. Studentlitteratur, Lund.
- Elvin-Nowak, Y., 2003. *Barn och utveckling - om att lära sig att "göra kön"*, i Elvin-Nowak, Y., Thomsson, H. (Eds.), *Att Göra Kön: Om Vårt Våldsamma Behov Av Att Vara Kvinnor Och Män*. Bonnier, Stockholm.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Wägnerud, L., 2007. *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*, 3rd ed. Norstedts Juridik AB, Stockholm.
- Gisselberg, M., 1991. *Arbetet utanför arbetsmarknaden*, i Furåker, B. (Ed.), *Arbetets Villkor*. Studentlitteratur, Lund, pp. 55–75.
- Götebo Johannesson, P., 1996. *Mjök, bär och eterneller*. Carlsson Bokförlag, Stockholm.
- Hirdman, Y., 1988. *Genussystemet - reflexioner kring kvinnors sociala underordning*. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*.
- Hirdman, Y., 2003. *Genus - om det stabila föränderliga former*, 2nd ed. Liber AB, Malmö
- Holmquist, C., Sundin, E., 2002. *Kvinnors företagande - siffror och synliggörande*, i *Företagarskan - Om Kvinnor Och Entreprenörskap*. SNS Förlag, Stockholm.

Huddinge Kommun, 2009. *Faktablad: Genussystemet*. Tillgänglig på:  
[http://huddinge2.episerverhotell.net/upload/OmKommunen/hallbar\\_samhallsutveckling/jamstallldhet/Faktablad\\_Genussystemet\\_OKny.pdf](http://huddinge2.episerverhotell.net/upload/OmKommunen/hallbar_samhallsutveckling/jamstallldhet/Faktablad_Genussystemet_OKny.pdf)

Kvale, S., 1997. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur, Lund.

Landström, H., 1999. *Entreprenörskapets rötter*. Studentlitteratur, Lund.

Landström, H., 2009. *Inledning*, i Landström, H., Löwegren, M. (Eds.), *Entreprenörskap Och Företagsetablering: Från Idé till Verklighet*. Studentlitteratur, Lund.

Leedy, P.D., Ormrod, J.E., 2005. *Practical research: planning and design*, 8. ed. ed. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

Mary Kay Inc, 2009. *Mary Kay: The Company*.

Näsman, B., 2000. *Pappas flickor: entreprenöriella processer i kvinnoföretagandets tillkomst*. Företagsekonomiska institutionen Stockholms Universitet.

Pettersson, K., 2002. *Företagande män och osynliggjorda kvinnor: diskursen om Gnosjö ur ett könsperspektiv*, *Geografiska regionstudier nr 49*. Uppsala Universitet, Uppsala.

Sundin, E., Holmquist, C., 1989. *Kvinnor som företagare - osynlighet, mångfald, anpassning - en studie*. Liber AB, Malmö.

Thomsson, H., 2003. *Makt, ansvar och viljan till förändring*, i Elvin-Nowak, Y., Thomsson, H. (Eds.), *Att Göra Kön: Om Vårt Våldsamma Behov Av Att Vara Kvinnor Och Män*. Bonnier, Stockholm.

Tzemach Lemmon, G., 2012. *Women entrepreneurs, example not exception*. [Video] tillgänglig på: [http://www.Tzemach.com/talks/lang/en/gayle\\_tzemach\\_lemmon\\_women\\_entrepreneurs\\_example\\_not\\_exception.html](http://www.Tzemach.com/talks/lang/en/gayle_tzemach_lemmon_women_entrepreneurs_example_not_exception.html)

Wendeberg, B., 1982. *Gnosjöandan: myt eller verklighet*. UBWendeberg, Värnamo.

## Rapporter

Delegationen för jämställdhet i skolan, 2010. *Flickor, pojkar, individer- om betydelsen av jämställdhet för kunskap och utveckling i skolan* ( No. SOU 2010:99), Statens offentliga utredningar (SOU). Utbildningsdepartementet, Stockholm.

Heister, C., 1996. *Visst är vi olika!* Utbildningsdepartementet, Stockholm.

Holmquist, C., Wennberg, K., 2010. *Många miljarder blir det - fakta och nyckeltal om kvinnors företag* ( No. Info 0124 Rev A). Tillväxtverket, Stockholm.

Håkansson, M., 2012. *Många nya företag i städbranschen*. Välfärd, Statistiska centralbyrån.

Jedekskog, V., 2009. *Kvinnors och mäns företagande - fakta & statistik* ( No. Info 0012 Rev

B). Tillväxtverket, Stockholm.

Lundkvist, G., 1994. *Kvinnliga företagare i Halmstads kommun. Rapport från en träff 6 september 1994*. Centrum för Arbetslivsutveckling. Högskolan i Halmstad, Halmstad.

Molén, M., 2012. *Mäns hushållsarbete ökar – men kvinnorna gör fortfarande mest hemma*. Välfärd, Statistiska centralbyrån.

Nilsson, J., Petersson, M., 2011. *Vem är chef här egentligen?* ( No. 2011:8). Jordbruksverket.

Sköld, L., 2009. *Hushållsnära tjänster– mest för höginkomsttagare*. Välfärd, Statistiska centralbyrån.

Tillväxtverket, 2010. *Fler kvinnor driver och utvecklar företag* ( No. Info 0140). Tillväxtverket, Stockholm.

## Internet

Agricam, <http://www.agricam.se>

1. *Om agricam*, 2012-05-03, <http://www.agricam.se/om/>

Ambassadörerna, <http://www.ambassadorer.se>

1. *Om ambassadörerna*, 2012-03-28, <http://www.ambassadorer.se/om-ambassadörerna>

Företagsamheten.se, <http://www.foretagsamheten.se>

1. *Kvinnliga företagare*, 2012-03-28, <http://www.foretagsamheten.se/Entreprenorer/Kvinnliga-foretagare>

Mary Kay Sverige, <http://www.marykay.se>

1. *Lesley Cosmetics AB*, 2012-05-09, <http://www.marykay.se/sub.php?page=49&spage=112&menu=6>

Nationalencyklopedin, NE, <http://www.ne.se>

1. *Social struktur*, 2012-05-03, <http://www.ne.se/lang/social-struktur>
2. *Entreprenör*, 2012-06-03, <http://www.ne.se/entrepren%C3%B6r/163135>
3. *Genus*, 2012-04-17, <http://www.ne.se/kort/genus/1065117>

Nationella sekretariatet för genusforskning, <http://www.genus.gu.se/>

1. *Genus handlar om*, 2012-04-16, <http://www.genus.gu.se/meromgenus/genus-handlar-om/>

Regeringskansliet, <http://regeringen.se>

1. *Varför förenkla för företag*, 2012-03-02, <http://regeringen.se/sb/d/5720/a/127403>
2. *Kvinnors företagande*, 2012-03-28, <http://regeringen.se/sb/d/8649>
3. *Jämförande statistik om kvinnors företagande*, 2012-05-22, <http://www.regeringen.se/sb/d/15319/a/179358>

Skatteverket, <http://www.skatteverket.se>

1. *Husarbete*, 2012-05-09,  
<http://www.skatteverket.se/privat/skatter/fastigheterbostad/husarbete.4.2e56d4ba1202f95012080002966.html>
2. *Exempel på hushållsarbete (RUT)*, 2012-05-09,  
<http://www.skatteverket.se/privat/skatter/fastigheterbostad/husarbete/exempelpahushallsarbeterut.4.2ef18e6a125660db8b080001424.html>

Statistiska Centralbyrån, <http://www.scb.se>

1. *Yrkesregistret med yrkesstatistik 2010*, 2012-03-29,  
[http://www.scb.se/Pages/Product\\_59061.aspx](http://www.scb.se/Pages/Product_59061.aspx)

Tillväxtverket, <http://www.tillvaxtverket.se>

1. *Fler och växande företag*, 2012-03-29  
<http://tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/flerochvaxandeforetag.4.418280eb12db85acaec80003590.html>
2. *Främja kvinnors företagande*, 2012-03-28,  
<http://www.tillvaxtverket.se/kvinnorsforetagande>
3. *Mer om programmet*, 2012-04-25,  
<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/flerochvaxandeforetag/framjakvinnorsforetagande/meromprogrammet.4.74f57d0f1283a4f88ff80007466.html>
4. *Ambassadörer för kvinnors företagande*, 2012-04-25,  
<http://tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/flerochvaxandeforetag/framjakvinnorsforetagande/ambassadorerforkvinnorsforetagande.4.74f57d0f1283a4f88ff80007488.html>

## **Personliga meddelanden**

Eineren, Ellinor. VD, agricam. Telefonintervju, 2012-04-22

Lewicki, Rose-Marie. Fristående hudvårdskonsult, Mary Kay Inc. Intervju, 2012-04-24

Nilsson, Susanne. Delägare, Susma Skor i Bollnäs AB. Skriftlig förfrågan via e-post, 2012-05-14

# Bilaga 1: Intervjufrågor till kvinnliga entreprenörer

1. Berätta om ditt företag, hur startades det, när, hur ser företaget ut idag, anställda?
2. Varför startade du ditt företag? Vad sysselsatte du dig med innan och vad var det som gjorde att du tog steget?
3. Vad var din största drivkraft vid uppstarten?
4. Vad är det som driver och motiverar dig idag?
5. Tog du del av några stödprogram vid startandet av ditt företag? Om ja, hur upplevde du det?
6. Använde/använder du några nätverk? Om ja, vilket/vilka, varför och hur upplever du det?
7. Vilka attityder har du upplevt hos de intressenter ditt företag har? Har du upplevt att du blivit bemött på något särskilt sätt just för att du är kvinnlig företagare? Intressenter kan vara kunder, bank, leverantörer och anställda.
8. Vilka satsningar på kvinnligt företagande skulle du vilja se?
9. Vad tror du skulle krävas för att fler kvinnor ska starta eget?

Tack än en gång för att du vill hjälpa oss med detta!  
Annie och Emelie

## Bilaga 2: Telefonintervju med Ellinor Eineren i syntesform

1. Berätta om ditt företag, hur startades det, när, hur ser företaget ut idag, anställda? Hur gick det till när ditt företag startades? Och det här var för hur många år sen? Startades företaget i samband med detta studentkonsultarbete eller skedde det lite senare?

Jag driver ett värmekamera-teknikföretag som sysslar med att hitta applikationer just inom lantbruket. Den första produkten riktar sig till mjölkindustrin och juverinflammationer. Jag fick kontakt med två stycken företag, ett värmekamera-teknikföretag och ett lantbruksföretag och de satt på en företagsinkubator i Linköping och där hade de pratat om att de borde göra lite affärer tillsammans. Jag fick då i uppgift som studentkonsult att bara para ihop de här områdena för de var ju rätt så skilda. Jag läste då industriell ekonomi i Linköping, som är en civilingenjörsutbildning. Företagsstarten skedde i samband med en vinst i en entreprenörskapstävling som heter Venture Cup. Detta var slutet på 2009, början på 2010.

Hur ser företaget ut i dag, vad har förändrats från starten?

Ja, grundföretagen är ju kvar men det största är ju att vi har tagit in riskkapital och med riskkapital har vi utökat styrelsen. Vi har även tagit in ytterligare kompetent personal in i teknikteamet, vi har gått från två till elva så det har sammanfattningsvis varit en mycket expansiv fas.

2. Varför startade du ditt företag? Fanns det någon personlig anledning?

Jag hade nog inte tänkt starta företag. Men när det här uppdagades att det fanns ett sådant stort behov för den här produkten och den fick så pass mycket uppståndelse var det väldigt roligt att kunna; ”nä men då testar vi det här och ser hur långt vi kan dra det”. Vi ser om vi vinner tävlingen. Den vann vi. Ska vi se om vi kan få riskkapital för att köra igång det? Ja men det fick vi. Ska vi se om vi får några kunder då? Ja, det har vi fått. Nämen så att det, det handlar mer om att testa lite.

3. Har din drivkraft alltid varit att testa och nya marker?

Det bästa och det sämsta med min karaktär är det att jag alltid gör någonting som egentligen är för svårt för mig. Att vara egen företagare gör ju att du har ju så enormt mycket ansvar för ekonomin. Det gör ju att du ligger sömlös. Som nu på en söndag, jag jobbar. Det är bara att åka in. Man hinner helt enkelt inte göra allting klart under arbetsveckan, man får åka in under helger också. För att som egen företagare har du huvudansvaret för att din personal mår bra, för att tekniken rullar som den ska, projektledare, ekonomiskt ansvarig. Du får väldigt många roller.

4. Har drivkraften förändrats? Vad är det som driver dig nu att fortsätta med företaget?

Man drivs av nya projekt och att kunna anställa, alltså det handlar väl helt enkelt om att man drivs av att växa och utveckla företaget.

5. Tog du del av några stödprogram vid startandet av ditt företag? Om ja, hur upplevde du det?

Jag var med i något som heter Kvinnors Innovationer. Stödprogrammet var väldigt bra uppstyrt för jag behövde framförallt stöd till patent. Och där fick jag jättemycket hjälp både ekonomiskt men även med att komma vidare och tänka i nya banor. Ja men den var väldigt bra. Den hade ALMI gjort en jättebra insats med. Sedan så om man sitter som jag då i en

företagsinkubator så är man ju med i deras utbildning, hur man går från ett litet bolag när man befinner sig i olika faser. Åh sedan var det nog något som heter Connect, en språngbrädeprocess. Man kommer och träffar investerare som sitter vid ett bord och sedan får man dra sin presentation på exakt samma sätt som i tv-programmet Draknästet och sedan frågar de ut en. Skillnaden är att det inte är Live-sänt, så att säga.

ALMI-forumet, kändes det som en trygghet att det var just kvinnor med när du gick dit eller kändes det som ett hinder?

Ingetdera, skulle jag vilja säga. Men jag gick dit för att kvinnor har ett annat sätt att tänka och driva företag och jag hade väldigt stor nytta av att gå dit och få en kvinnas perspektiv på det hela. Det var det som jag lockades av att gå dit. Sedan var det kanske ett hinder att det var rätt så många där som inte drev ett företag utan man hade en idé. Men det fanns ju goda tankar och så ändå.

Fick du någon statlig hjälp? Med något startbidrag eller så?

Nej, vi blev nekade faktiskt. Man får absolut inte bli ledsen för ett nej. Det handlar ju mest om att då kan du få ja någon annanstans.

6. ~~Använde/använder du några nätverk? Om ja, vilket/vilka, varför och hur upplever du det?~~

7. Vilka attityder har du upplevt hos de intressenter ditt företag har? Har du upplevt att du blivit bemött på något särskilt sätt just för att du är kvinnlig företagare?

Såklart du blir behandlad på ett annat sätt. Men det behöver inte alls vara negativt. Män och kvinnor tänker väldigt olika. Och kvinnans sätt att tänka kan ibland vara att man tänker i flera led – gör jag det här kommer det att påverka den här och det här. Medan en man tänker att – jag tar det här beslutet för att det är rätt, punkt. Vilket gör att en kvinnas beslutsprocess kan ta längre tid men oftast så har man, när man väl tagit beslutet, ja underbyggt det väldigt. Så att man är trygg i det beslutet. Och då förväntar man sig, man har en viss förväntan på hur män och kvinnor ska göra affärer, hur man ska vara och när man går utanför den normen, det är väl då det kan uppstå lite frågetecken eller att man blir lite – jaha, jag tyckte att du var rätt manlig på mötet. Ja definiera manlig, om ni förstår vad jag menar. Och jag är nog väldigt kvinnlig i min framtoning, jag har långt blondt hår, jag tycker om att ha högklackat och ha klänning. Men sedan har jag stor förståelse för att när jag åker ut och är på gårdar så ser jag ju inte ut sådär. Då är det ju hästsvans och jeans. Det finns ju inget annat alternativ. Om man är en tjejig tjej, man fnittrar väldigt, så ska inte det göra att man är en sämre affärsperson för det. Det handlar helt enkelt om att man ska ha de karaktärsdrag som är du och trivas med dem och göra så bra som möjligt i sak. För då får man respekt.

Du upplever alltså inte att du blir särbehandlad för att du är kvinna. Vi tänker när du åker ut på gårdar, som ofta drivs av manliga bönder.

Ja, det är ju en manlig miljö, definitivt. Jag kommer ut till en bransch där jag inte är uppvuxen, där jag inte är född. Jag kommer ju från innerstaden. Men ibland kan det vara en fördel att jag inte kommer därifrån. Då kan jag ställa alla dumma frågor. De är experter på sina gårdar och på sina djur, där har de sitt esse. Vad jag kan vara duktig på är att jag kan applicera den här tekniken på deras gård. Det är då man får en rätt så bra, ja vad ska man säga, pay-off. De får förklara hur deras gård funkar och vad som funkar på deras djur och jag får förklara hur tekniken skulle kunna användas.

8. Vilka satsningar skulle du vilja se på kvinnligt företagande?



Den enda svårigheten jag har är att jag inte kan anställa personal idag till den grad jag skulle önska just för att det är för dyrt, det är inte bara lönen man betalar. Och vi är i ett samhälle där, när man kommer och kanske har en utbildning så förväntar man sig en väldigt hög lön från början och den lönen kan man som litet bolag inte leva upp till. Vi kan inte nå upp till någon Siemens- eller Ericsson-nivå. Utan vad man istället kan erbjuda det är att man får en erfarenhet. Och det tror jag att jag skulle vilja se. Den erfarenheten man får i ett litet företag, den räcker inte till. Vi behöver kanske någon form av stöd, just pengamässigt för att kunna locka fler duktiga kompetenta studenter eller arbetsmänniskor. För det är för dyrt att anställa personal idag.

Du känner inte att man skulle behöva ändra något i själva startprocessen när man bara har en eller två anställda?

Jag tror det handlar om att det inte ska finnas för mycket stöd heller. För om vi får för mycket stöd, då tappar vi hela känslan om varför vi driver företag. För driver vi företag för att vara stödberättigade då kommer vi ju aldrig generera någon. Man ska inte ens få starta företag om man inte kan leverera en vinst och generera positivt resultat. Och det är ju det de här företagsinkubatorerna, de testar ju oss i ett halvår innan vi får komma in. De måste kunna se att vi kan generera en vinst, att vi har en solid grund att starta ett företag på.

#### 9. Vad tror du skulle krävas för att fler kvinnor ska starta eget? Till exempel normförändringar?

Om man ska se det väldigt enkelt så tycker jag bara att det kunde få starta med en attitydfrämjande, ja, i skolan, att man ser det så tidigt som möjligt, för det här ”duktiga flickan”-syndromet det har jag lidit av hela tiden. Och det lider säkert ni av också. Men det är inget konstigt. Ambitiösa tjejer sätter sig ofta i den sitsen att det är ”duktig flicka” som gäller och en ”duktig flicka” är nog rätt så riskavert. För varför skulle jag vilja sätta mig i den här situationen och vad finns det för trygghet? Den ekonomiska tryggheten finns inte där på samma sätt när du startar eget företag, därför måste du brinna för din idé. Men sedan finns det ju hur mycket hjälp att få som helst. Jag kunde inte allt om kamerorna när jag började och jag kunde inte allt om ekonomi när jag började men jag hade en bra akademisk bakgrund att falla tillbaka till. Jag är en stark förespråkare att man tar ut sin examen så att man har någonting att falla tillbaka till. Men gå gärna tillbaka ett steg längre i utbildningarna och fråga er hur kommer det sig att det är bara killar? Det är inte lika farligt att göra fel. Och får man det inpräntat att det inte är så farligt, att en konkurs gör dig till en starkare människa, att du får lära av dina misstag. Du ska absolut inte vara vårdslös men det är inte hela världen. Då kanske det är lättare som tjej att släppa lite på tyglarna. För jag tror inte att det är lätt att vara tjej idag. Det är rätt så svårt att leva upp till skönhetsideal och akademiska krav och det ska vara så himla perfekt. Det kan vara skönt att höra att ibland kan det gå riktigt tokigt och ibland kan det gå jätte, jättebra. Men att det är helt mänskligt.

Fick du höra mycket av det när du var med i t ex ALMI-nätverket? Om kvinnor som hade satsat där det sen inte gick vägen?

Nej, varför lyfter vi inte fram fler exempel där det inte har funkat? Och kanske de som har gjort helomvändningar? Ett exempel som ni kan titta lite på är Indiska:s VD, hon höll en presentation, som jag blev väldigt inspirerad av, där det handlade just om att Indiska ser väldigt bra ut till det yttre och sedan berättade hon om alla fel de gjort i företaget, alla nitar de hade gått på. Och jag har aldrig lärt mig så mycket som av hennes föredrag för hon beskrev alla brister. Och det är ju det man lär sig av. Jag har gått på flera, flera nitar också. Och folk kallar vår historia som någon form av solskenshistoria, det betyder ju inte att det inte finns en massa moln. Det är väl självklart. Mer dåliga exempel utan att man skäms för det.

## Bilaga 3: Skriftlig förfrågan med Susanne Nilsson i syntesform

1. Berätta om ert företag, hur startades det, när, hur ser företaget ut idag, anställda? Vi köpte företaget 2000. Det var en familj som ägde vår butik och två till, en i Orsa och en i Edsbyn. Så började de annonsera ut sina butiker, en och en, i lokaltidningen. Idag jobbar vi och en anställd i företaget. Den anställde jobbar 70 %. Det är jag, Susanne Nilsson, och min syster Maria Larsson som driver företaget. Vi har en butik, BF Skor och väskor, där vi säljer skinnväskor och dam-, barn- och herrskor. Aktiebolaget heter Susma Skor i Bollnäs AB. När vi köpte företaget så låg butiken vid polishuset och vi delade lokaler med en herrklädesaffär. Efter ungefär två år fick vi veta att Wedins Skor i Bollnäs skulle läggas ner så jag ringde hyresvärden direkt och sa att vi var intresserade av lokalen. Vi hade tur och fick kontraktet. Så vi flyttade alltihop. Det gör jag inte om, med alla dessa skor, men det blev bra till slut och nu har vi varit på plats ett tag. Nu kommer vi kanske, kanske att få en handikappingång och det vore verkligen toppen om det blev så.

2. Varför startade ni ert företag? Vad sysselsatte ni er med innan och vad var det som gjorde att ni tog steget?

Företaget köptes färdigt och vi gjorde det eftersom vi tyckte det var spännande med ett företag och en riktigt stor utmaning. Jag hade jobbat på särskola i 15 år innan och Maria hade gjort lite ströjobb i Stockholm, bla i affärer.

3. Vad var er största drivkraft vid uppstarten?

Vi tyckte att de var så otroligt roligt att göra något nytt. Sen var det spännande att de var vårt eget, det blev en drivkraft.

4. Vad är det som driver och motiverar er idag?

Att det fortfarande är jätteroligt med skor, och att vi står på egna ben. Med det menar jag att vi inte tillhör någon kedja och då vi kan då köpa in de skor som vi vill ha och tror på. Det har nackdelar också eftersom man inte kan handla med samma rabatter som kedjorna kan.

5. Tog ni del av några stödprogram vid startandet av ditt företag? Om ja, hur upplevde ni det?

De enda vi hade när vi började var starta eget bidrag i 6 månader.

6. Använde/använder ni några nätverk? Om ja, vilket/vilka, varför och hur upplever ni det?

Vi använde oss inte av några nätverk och gör inte i dagsläget heller.

7. Vilka attityder har ni upplevt hos de intressenter ert företag har? Har ni upplevt att ni blivit bemött på något särskilt sätt just för att ni är kvinnliga företagare? Intressenter kan vara kunder, bank, leverantörer och anställda.

Inget märkbart för att vi är kvinnor, det kan jag inte påstå.

8. Vilka satsningar på kvinnligt företagande skulle ni vilja se?

Att kommunerna hjälper till med mer, till exempel föreslå lokaler. Och att kommunen satsar mer i centrum istället för utanför i köpcentrum med det gäller ju både kvinnliga och manliga företagare.

9. Vad tror ni skulle krävas för att fler kvinnor ska starta eget?

Även här gäller det att man har lokaler som inte är för dyra. Har man billigare lokaler och kanske starta eget bidrag under en längre tid, då tror jag att fler skulle bli nyfikna och göra något eget.

## Bilaga 4: Intervju med Rose-Marie Lewicki i syntesform

1. Kan du berätta lite om ditt företag? Hur startades det, när, hur ser företaget ut idag, anställda?
2. Varför startade du ditt företag? Vad sysselsatte du dig med innan och vad var det som gjorde att du tog steget?
3. Vad var din största drivkraft vid uppstarten?

Mitt företag. Jag har en enskild firma och jag jobbar med hudvård och make-up. Och utveckling av kvinnors företagande, faktiskt, det är en del av mitt företag. Jag har drivit företaget sedan 2007. Och innan dess gjorde jag de här sakerna på hobbynivå.

Sen blev du egen företagare, utan att vara anställd, 2009?

Ja, precis, så kan man väl säga. Jag byggde ju upp företaget parallellt under tiden som jag var anställd under två år kan man väl säga. Fast jag fick egentligen aldrig säga upp mig, så att jag är faktiskt tjänstledig från mitt andra jobb. De vägrade skriva på uppsägningspapperen. ”Nej Rosie du får inte säga upp dig, vi skriver inte på de här papperen, vi förlänger din tjänsteledighet. Jaja, men gör det då.” I och med att jag jobbar på bank så tyckte jag att det var helt okej så.

Är det som en trygghet?

Både och faktiskt. Det är klart att det är en trygghet och samtidigt så har jag ju märkt att i och med att man har det där i ryggen så gör det ju också att jag blir lite laid back kan man väl säga. Att jag inte alls jobbar på som jag skulle kunna göra. Det är både hängslan och livrem.

Men du känner inte att du ångrar det? Att du skulle vilja ha en anställning igen?

Absolut inte. Nej, nej, no way, never ever. Det är lite kul för jag har jobbat med kvinnors företagande på banken. Jag är så trött på att vara fast i befintliga strukturer som faktiskt har konstruerats av manliga normer. Jag är så trött på det här. Och jag är så trött på att se mina kvinnliga kollegor på banken tvingas vara i de här normerna och strukturerna för att bli framgångsrika och kunna göra karriär.

Och det jag är i nu är för det första mitt eget företag så jag är min egen chef, jag har inga anställda, men jag är i en struktur faktiskt. Jag har ju inte kommit på affärsidén själv eller så utan jag tillhör ett koncept där man då är egen men i en struktur. Man skulle kunna likna det med franchise men det är inte franchise. Den här strukturen är för det första konstruerad av en kvinna som också var trött på manliga strukturer och normer. Så hon har ju byggt hela det här företaget och strukturen på att kvinnor ska få kunna göra karriär utifrån att vi är just kvinnor och tänker som kvinnor. Att kunna ha balans i livet, kunna kombinera med familj och framförallt sina värderingar och vad man tror på och vad man tycker känns rätt och riktigt här inne (Lewicki rör vid hjärtat). Och det tycker jag är helt fantastiskt.

Har förebilderna i Mary Kay's struktur hjälpt dig eller stjälpit dig?

Det har hjälpt mig och det har varit avgörande, faktiskt, för mitt val. Hade jag inte haft fantastiska förebilder då hade jag inte gått dit. Och det var ingenting som jag visste från början utan det har varit något som vuxit fram succesivt.

Vad var det som gjorde att du kände att du vågade ta steget att starta företag?

Det var nog framförallt att jag faktiskt hade sett att det här konceptet, Mary Kay, att det höll, rent karriärmässigt. Annars hade jag inte vågat. Men det var väl två saker som var avgörande. Det ena var att jag kände i hjärtat, vad är viktigt för mig, när mår jag bra, när är jag glad, lycklig, när är jag mitt bästa jag. Då upptäckte jag att det faktiskt var när jag var i Mary Kay, det var inte när jag var på banken. Själva strukturen på banken gör ju att man hämmas lite grann, man får inte vara på ett speciellt sätt, man får inte vara såhär glad och hej å hå och inga applåder och sådär. För då tycker de att man är oseriös. Man får inte vara för mycket ”sticka ut”.

Hur hanterade du den risken det innebar att starta företaget?

Jag var bara glad. Jag funderade över den ekonomiska biten. Det var därför som jag trappade ner först, jag gick ner i tid på banken och jag har hela tiden haft en öppen och ärlig dialog och kommunikation med min chef. Men jag fick bara göra en översyn över min ekonomiska situation, vad har jag för kostnader och vad behöver jag få in för pengar, vad har jag sparat. Sen har jag lagt ett par år på att investera i mitt företag, det kan man ju inte säga något annat. Man måste investera och satsa, både tid och pengar faktiskt.

Den personliga risken du tog från att vara anställd till att starta eget, hur kändes det?

Jag tyckte inte att det var någon risk eftersom jag hade sett att det funkar. Däremot vet jag att andra tycker att jag tagit en risk men dem har ju inte fakta och information som jag har för dem vet inte hur vi jobbar. Många tycker jag har tagit en stor risk och ”Oj, vad du har varit modig” men man går ju alltid på sina förutfattade meningar och vad man tror. Men själv tycker jag ju inte att jag gjort det. Jag tycker snarare tvärtom att jag vet ju var jag har mig själv, jag vet ju inte var jag har en anställning. Det är inte alls en trygghet i att vara anställd tycker jag utan det har som egen företagare att jag har mig själv, mina händer och fötter, min personlighet. Sen måste man jobba med bra produkter såklart och en struktur som är vettig. Så det är bara upp till mig, ska jag ligga på soffan eller ska jag ut och jobba. Jag har jobb, det är bara upp till mig att göra någonting av det. Så jag tycker snarare tvärtom att jag verkligen har skapat mig någonting fantastiskt som många inte förstår.

Möttes du av attityden att du kommer misslyckas?

Nej, inte alls, snarare tvärtom. De flesta sa att, du har ju vart så himla duktig på banken, så driftig, så ambitiös och glad och du kommer säkert lyckas jättebra, vad modig du är, det kommer säkert gå jättebra för dig. Så det är tvärtom. Jag har inte haft någon som trott att jag ska misslyckas så, däremot har jag kanske haft människor runt omkring mig som inte trott på konceptet och som kanske tyckt att Mary Kay inte vart fint nog eller ett riktigt jobb och så. Och det har nog mångt och mycket att göra med att vi inte har någon butik eller salong utan vi åker hem till våra kunder eller de får komma hem till oss.

4. Vad är det som driver och motiverar dig idag?

Jag vill ha mer, jag vet ju hur mycket jag kan få. Och vad jag kan ge till andra människor om jag fortsätter, det driver mig också, väldigt mycket faktiskt.

Tror du att det driver dig att du faktiskt kan klättra på karriärstegen, i jämförelse med om du varit helt egen?

Ja, det tror jag, det är ju jätteroligt att kunna gå vidare. Att kunna få mer pengar i plånboken och fler diamantringar, rosa bilar och så. Det är jättekul. Om jag startat ett företag hade jag ju kunnat köpa det till mig själv, det hade väl vart lite roligt men det är just det här att få applåder och uppmärksamhet från andra och få gå upp på scenen och ta emot. Det blir ett plus

i kanten. Men det som driver mig mest det är när jag ser, vi arbetar med utbildning och coaching och jag jobbar med andra Mary Kay konsulter att utveckla sin business, och när jag ser att dem faktiskt tar ett steg och utvecklas och blir framgångsrika, det driver mig mycket, mycket mer faktiskt. Det är helt fantastiskt kul. Tänk hur många människor vars liv jag kan berika om jag fortsätter och jag kan ge möjligheten att de förändrar sin situation. Så de också kan få extra pengar på kontot och ökad självkänsla, den biten är helt fantastiskt. Vad häftigt det är att se när kvinnor faktiskt får en bättre självkänsla och självförtroende. Det är obetalbart, då kan de komma med hur mycket diamantringar som helst med det spelar ingen roll.

5. Tog du del av några stödprogram vid startandet av ditt företag? Om ja, hur upplevde du det?

Nej, ingenting alls utan jag har bara kört. Eget kapital och allt. Jag har ju byggt ett kapital i mitt boende så jag har ju kunnat använda min privata bostad för att kunna bygga mitt företag.

6. Använde/använder du några nätverk, utanför Mary Kay? Om ja, vilket/vilka, varför och hur upplever du det?

Nej, det gör jag faktiskt inte direkt. Jag har kunnat gå till någon personlig coach vid något tillfälle men det har inte handlat så mycket om business utan mer om mig personligen.

Berätta gärna lite mer om nätverket Mary Kay.

Men det som är så fantastiskt i Mary Kay är att vi har en så otrolig kompetens bland mina kollegor. I och med att alla kommer från så många olika håll när man startar som konsult så är kompetensen bland konsulterna enorm. Den är jättestor. Det är allt ifrån att man jobbar som lärare eller inom sjukvården eller drivit företag på annat håll. Alltså det är helt sjukt vad mycket kompetens vi har och duktiga kvinnor.

7. Har du upplevt några attityder hos de intressenter ditt företag har? Har du upplevt att du blivit bemött på något särskilt sätt just för att du är kvinnlig företagare? Intressenter kan vara kunder, bank, leverantörer och anställda.

Ja, eller nej, eller. Jag stötte faktiskt på lite patrull med banken, det är jättespännande faktiskt. Det kanske hade med att göra att jag var kvinna, jag vet inte. Och i så fall är det bara ett tecken på de här strukturerna jag ville ifrån. När jag slutade på banken och tog tjänstledigt på heltid och ville verkligen satsa på mitt företag så tog jag kontakt med banken här i Uppsala. Det bemötande jag fick var under all kritik, de var totalt ointresserade av att hjälpa mig, de ville inte ens titta på Mary Kays marknadsplan som vi har. Så det var riktigt dåligt faktiskt. Jag tror i och för sig att det handlade om, för den rådgivare jag träffade hon var också kvinna, och jag förstod på henne att hon initialt var väldigt imponerad över mig och mitt mod och också ville göra något annat säkert. Men när hon började titta på mina siffror och såg att de inte såg så bra ut som hon trodde så var det som att vända hand och det var verkligen rullgardinen ner. Jag vet inte riktigt vad det kom ifrån men sen drogs det vidare genom banken internt här i Uppsala och sen fick jag träffa högsta chefen här i Uppsala och hon var också kvinna. Det var samma sak där, det var jättekonstigt, de ville inte titta på marknadsföringsplanen. Det var när jag tryckte den under näsan på en manlig rådgivare som han läste den, då var det inga problem. Så jag vet inte om det handlar om egna rädslor, jag ska nog inte uttala mig om det. Jag försökte också innan att förklara flera gånger hur marknadsföringsplanen såg ut men de var inte intresserade av att ta reda på det, det är jättespännande faktiskt.

Men sen gick jag utanför banken och tog hjälp på annat håll. Jag behövde ha lite extra kapital för att kunna satsa, så jag gick externt. Men nu har jag tagit upp kontakten med mina rådgivare i Stockholm.

Det kändes verkligen som om de var avundsjuka, även om man tittar på siffrorna där hade hon helt rätt. Men jag vet också hur banken tar beslut när det kommer till finansiering av företag. Man kan gå in med mycket pengar om man tror på företaget. Men jag tror att, framförallt chefen, var livrädd för konceptet, hon trodde inte på det. Hon trodde på mig och var jätterädd för att jag skulle göra någonting dumt, hon ville "skydda" mig.

Av den externa finansiären, hur blev du bemött då?

Inga problem.

#### 8. Vilka satsningar på kvinnligt företagande skulle du vilja se?

Det är en svår fråga. Det handlar nog mycket om att se människor som dem de är och att det faktiskt inte bara är fina ord utan att det i strukturer är okej att tänka mjuka värden. T ex gör mot andra som du själv vill bli behandlad, att det också värderas och att man formar strukturer utifrån det. Och att det är okej att få sätta familj framför karriär tex, och hur gör man det då? Jag vet inte. Jag vet ju hur Mary Kay har lyckats. Att se människan. Sen måste man ju vara realistisk och affärsmässig, vi kan inte bara starta företag hej och hå och tro att det ska bli guld och gröna skogar. Utan du måste ha ett affärscase och ett businesscase där du ser att du faktiskt kan tjäna pengar, det måste vi. Vi måste kunna betala våra räkningar och kan vi inte det så får vi ont i magen och sen blir ingenting bra. Sen skyller man på koncept och affärsidé istället.

Inte döma människor utan faktiskt låta dem prova och testa. Och går det åt skogen så går det åt skogen men du har i alla fall fått testat. Men sen tror jag på att bygga i det lilla och ta ett steg i taget. Hoppa inte på stora kakan direkt utan bygg tryggt och säkert i det lilla. Då vet du när du kan gå över från, t ex en anställning. Så är man beredd att lägga några timmar på kvällar och helger för sig och sin business så kan man efter några år säkert försörja sig själv. Så det får man se som en liten investeringsperiod för att bygga tryggt och säkert. Har man möjlighet att kunna driva det heltid så är det ju jättebra men då behöver man ju ha en ekonomisk situation så man klarar det.

#### 9. ~~Vad tror du skulle krävas för att fler kvinnor ska starta eget?~~