

Företagaren på landsbygden – En kvinna!

The entrepreneur in the country side - A woman!

Sofia Riedmüller

Handledare: Erik Westholm, Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för stad och land

Examinator: Kjell Hansen, Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för stad och land

Omfattning: 30 hp

Nivå och fördjupning: Avancerad nivå A1E

Kurstitel: Självständigt arbete i landsbygdsutveckling

Kurskod: EX0757

Program/utbildning: Agronomprogrammet - landsbygdsutveckling

Utgivningsort: Uppsala

Utgivningsår: 2014

Omslagsbild: Illustration, Sofia Riedmüller

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

Nyckelord: **entreprenörskap, företagande, företagande kvinnor, landsbygd,**

Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för stad och land

Sammanfattning/Abstract

Entreprenörskap och företagande ses som en viktig komponent för att utveckla det svenska näringslivet. I Sverige drivs fler företag av män än av kvinnor och kvinnor står för bara en tredjedel av alla nystartade företag. Därför avsätter regeringen medel för att främja kvinnors företagande. I den här studien fokuserar jag på kvinnor som driver företag på landsbygden inom den gröna näringen. Studien bygger på tio intervjuer som ska hjälpa mig att svara på varför kvinnorna har valt att bli egenföretagare, hur de ser på sig själva och andra i rollen som företagare/entreprenör. Jag vill även ta reda på vad företagarna anser om satsningarna på företagande kvinnor och hur de generellt ser på utbildning kring företagande.

Genom att lyfta fram och jämföra informanternas svar med forskning kring entreprenörskap och genus vill jag ge en bild av kvinnornas verklighet. Att integrera genusteori med forskning inom entreprenörskap görs allt mer. Genusteori lyfter fram skillnader mellan män och kvinnor och hjälper oss att se mönster i vår livsvärld. Entreprenörskapsforskning får kritik från vissa håll för att i för hög grad bygga på vita, medelålders västerländska män. Därför är det viktigt att kombinera entreprenörskapsteori med genusteori. Det visar sig att kvinnorna har flera olika motiv och orsaker till att de startat sina företag. Den största fördelen som de tar upp är möjligheten att kunna planera och styra sin egen tid. Mycket av det kvinnorna säger stämmer överrens med det forskningen pekar på. Forskning visar att tidigare erfarenheter, familjebakgrund, förändrade livssituationer och stöd från omgivningen är viktiga komponenter för att våga ta steget att bli företagare. Vilken roll kvinnorna tillskriver sig själva varierar, några ser sig som entreprenörer, andra som företagare och en del känner sig som en mix. Jag undrar om vi behöver skilja på begreppen. Kvinnornas svar visar att det ena inte behöver utesluta det andra. Individerna kan ha egenskaper som gör att

hen känner sig mer som den ena kategorin än den andra även om de har egenskaper som passar in i båda kategorierna. Kvinnorna tycker det är bra att det görs satsningar på företagande kvinnor men de säger sig själva hellre delta i utbildningar där det är grupper med både män och kvinnor. Samtidigt visar en sammanställning från en annan utbildning för bara kvinnor att deltagarna där föredragit att det bara varit kvinnliga deltagare och att det var en förutsättning för dem att delta. Den anledningen informanterna främst nämner som motiv till blandade grupper är att de tror det blir mer fokus på lönsamhet och ekonomi med män i gruppen.

Nyckelord: Företagande, Entreprenörskap, Kvinnligt, Kvinnor, Landsbygd

Abstract

Entrepreneurship is seen as one of the solutions for the development of Swedish business. In addition, the Government has allocated funds to promote women's entrepreneurship. In Sweden only about a third of all new firms are started by women. This study focus in women who run's businesses in rural areas. The women's business is operated within the green industry. The study is based on ten interviews which will help me to answer way these women have chosen to become self-employed and hoe they see themselves and others in the role of entrepreneur / contractor. I also want to describe what the women think of the governmental investments in woman entrepreneurs and what they think about education for entrepreneurs.

By highlighting and comparing informants' answers with research about entrepreneurship and gender, I want to give a picture of women's reality. Integrating gender theory in entrepreneurship research is being done more often these days. Gender theory highlights the differences between men and women and helps us see patterns in our life-world. Entrepreneurship research has come under criticism from some quarters to build on white, middle-aged Western men. With that in mind I believe it is important to combine entrepreneurship theory with gender theory. In the study it turns out that the women have several different motives and reasons why they started their companies. The main advantage that they see is the ability to plan and manage their own time. Much of what they say conform with research that shows that past experiences, family background, changing life situations and support from the community are essential components to make the leap to become an entrepreneur.

Which role women attribute to themselves varies. Some feel more like entrepreneurs than a business owner while some feel like a mixture of both of them. Do we need to separate these two concepts? As the woman stress-

es in the interviews, a person can be both an entrepreneur and business owner, but have characteristics that lean more in one direction than the other. The women think it is good that the government is funding education for women entrepreneurs. But they prefer themselves to participate in training where both men and women participate. In comparison, there is a compilation from another education that turned to women where the majority of the participants said that it was a prerequisite submit to them that the participants only were women. The main reason that women in the study want to have mixed groups is that they believe there will be more focus on profitability and economics with men in the group. What advantages and disadvantages there are with homogenous or mixed groups is a question that would be interesting to study further.

Keywords: Business, Entrepreneurship, Female, Women, Countryside, Green Industry, Rural enterprises

Innehållsförteckning

Inledning	6
Syfte och frågeställningar	7
Uppsatsens disposition	8
Bakgrund till ämnet	8
Kvinnors företagande i världen	9
Kvinnors företagande i Sverige	11
Tillväxtverket	13
Qvinst	13
METOD	16
Grundläggande utgångspunkter	16
Begreppsförklaring	16
Kvalitativ metod	17
Metoddiskussion	18
Avgränsning	19
Urval	19
TEORETISKA PERSPEKTIV	21
Entreprenörskap	22
Vem blir entreprenör	22
Push och Pullfaktorer	23
Entreprenöriella egenskaper	24
Genus	25
Genuskontraktet	27
Kvinnligt företagande eller företagande kvinnor?	27
Empiri och Analys	29
Kvinnorna i studien	29
Fallstudien	31
Varför bli egenföretagare?	31
Vem är företagare och vem är entreprenör?	35
Satsningar och utbildningar, vad ger det?	38
Diskussion	44
Varför bli egenföretagare?	44
Vem är företagare och vem är entreprenör?	45
Vad ger satsningar och utbildning?	46
Slutsatser	49
Referenslista	50
Bilaga 1	54

Inledning

Efter fyra års studier på SLU i Uppsala på agronomprogrammet med inriktning på landsbygdsutveckling har många frågeställningar, problem, möjligheter och frågetecken diskuterats gällande landsbygdens historia, nutid och framtid. Hur ser landsbygdens framtid ut, vilka aktörer är viktiga och behövs det alltid en eldsjäl för att driva landsbygden framåt? Det är några av frågorna vi tittat närmare på under studietiden. Genom detta examensarbete ger jag möjligheten att undersöka en fråga som jag anser vara av värde för landsbygden och utvecklingen av densamma. Därför kommer jag i den här uppsatsen att fokusera på frågeställningar gällande företagande kvinnor på landsbygden och främst på företag inom eller kopplade till den gröna näringen.

Det finns ett flertal utbildningar och föreläsningar som riktar sig till kvinnliga företagare. Företagande kvinnor är inget nytt fenomen men forskningen kring dem har varit skral under en lång period. Sverige sägs vara ett av de mest jämställda länderna i världen men trots det är det fortfarande en majoritet av män som driver egna företag både i staden och på landsbygden. Statistiken visar att de flesta företagare är män men det finns flera faktorer som pekar på att kvinnorna i många fall är högst delaktiga i männens företag kanske framförallt i de företag som är kopplade till de gröna näringarna. Idag är kvinnligt företagande en prioriterad fråga från politiskt håll. Till exempel har tillväxtverket ett regeringsuppdrag att främja kvinnors företagande (Tillväxtverket, 2011). Vissa av dessa insatser ska

prioritera företagare inom de gröna näringarna. Även inom landsbygdsprogrammets olika delar ska kvinnors företag prioriteras. Jag undrar hur dessa insatser tas tillvara och om det har någon betydelse för företagande kvinnor, det ska jag försöka svara på i den här studien. Genom studien vill jag även titta närmare på vilka kvinnorna är som blivit egenföretagare. SCB:s statistik visar att ca 43 % av kvinnor i åldern 20-24 år vill bo på en mindre ort eller landsbygden när det blir äldre (Ungdomsbarometern; Jordbruksverket, 2012). Statistiken visar även att kvinnor i högre grad än män väljer att studera vidare efter gymnasieexamen (SCB, 2013). Fördelningen på högskolor och universitet är idag ca 60 % kvinnor och 40 % män men bara ca 35 % av den kvinnliga befolkningen någon eftergymnasialutbildning, för männen ligger andelen på 28 %. Att ta tillvara dessa kvinnors kompetens och ambitioner kan vara en av nycklarna till en fortsatt levande landsbygd. I den här studien ska jag med hjälp av intervjuer undersöka hur tio kvinnliga företagare ser på situationen, varför de valt att bli egenföretagare och vad de tycker om satsningarna som görs på den grupp som de tillhör.

Syfte och frågeställningar

Syfte är att med beskrivningar kunna jämföra kvinnornas egna uppfattningar med tidigare studier kring företagande och entreprenörskap. Dessutom vill jag belysa kvinnornas berättelser med hjälp av genusteori. Detta ska jag göra genom att försöka svara på följande frågeställningar:

- Varför har de valt att bli egenföretagare?
- Hur ser kvinnorna på sig själva och andra i rollen som företagare/entreprenör?
- Vad anser företagarna om satsningarna på företagande kvinnor?
- Hur ser de på utbildning kring företagande?
- Vilken typ av utbildning/kunskaper efterfrågar de?

Uppsatsens disposition

Uppsatsen är indelad i fyra huvuddelar

- Inledning
- Metod
- Teoretiska perspektiv
- Empiri och analysdel

I inledningen presenteras syftet med studien samt ett bakgrundsavsnitt där en genomgång av hur det ser ut i världen i stort men i synnerhet hur det ser ut i Sverige gällande företagande kvinnor presenteras. I avsnitt två förklaras metod, urval och avgränsningar. I del tre lyfter jag fram tidigare forskning inom entreprenörskaps- och genusteori. Jag förklarar här varför dessa två teorier hör ihop och varför de är relevanta för studien. I den sista delen presenteras informanterna och empirin från intervjuerna kopplas samman med tidigare forskning. Detta gör jag genom att lyfta fram citat från kvinnorna och jämföra dem med tidigare forskning och teorier. Studien avslutas med en diskussion om materialet och de tankar det väckt hos mig.

Bakgrund till ämnet

Företagande kvinnor är ingen ny företeelse varken i utövande eller i det politiska sammanhanget. Dock har intresset för och forskningen inom området ökat de senaste decennierna. Enligt Global Entrepreneurship Monitor 2012 Women's Report så startades och drevs det företag av ca 126 miljoner kvinnor i 67 olika länder. De här företagen är inte bara viktiga för kvinnorna utan för hela ekonomin i de länder de befinner sig. Dessutom har många av dessa företag en eller fler anställda, vilket ytterligare förstärker nyttan av företagen (Kelley, et al., 2013). Det sägs även vara så att de flesta demokratiska länderna är de länder där kvinnor har störst möjligheter att

driva eget företag (Economist Intelligence Unit, 2010) Men hur ser läget egentligen ut idag?

Kvinnors företagande i världen

Mycket av informationen nedan bygger på statistik. Siffrorna ger en bild av verkligheten men det är viktigt att komma ihåg att förutsättningarna kan se olika ut från land till land. Dels beroende på hur landet styrs och hur kvinnans roll i samhället ser ut plus en rad andra faktorer som spelar in. Därför vill jag påminna läsaren om att siffrorna bör ses i ett större sammanhang.

De fem länder som enligt Women's economic opportunity ligger i topp på deras ranking över "kvinnors överlag ekonomiska möjligheter" är Sverige, Belgien, Norge, Finland och Tyskland i fallande ordning. De fem länder som ligger i botten på samma ranking är Togo, Elfenbenskusten, Chad, Jemen och Sudan. Sudan har den lägsta rankingen (Economist Intelligence Unit, 2010). Hur stor andel kvinnor som är engagerade i entreprenörskap skiljer sig i hög grad runt om i världen. Ett av de länder som har lägst andel kvinnor inom entreprenörskap är Pakistan där bara 1 % av kvinnorna räknas som entreprenörer. En faktor som påverkar kvinnors framgång i att bilda ett företag är om de tror på sig själva som företagare eller om de är rädda för att misslyckas. De kvinnor som tror mest på sig själva som företagare finns i Afrika söder om Sahara. I Zambia, Ghana, Nigeria, Uganda och Malawi uppger 80 % av kvinnorna att de anser sig ha de rätta verktygen för att bli företagare. I Afrika söder om Sahara ligger den genomsnittliga procenten för kvinnor som själva tror att de har de rätta färdigheterna för att bli företagare på 73 % och för männen ligger samma siffra på 79 %. Detta kan jämföras med Västeuropa där 33 % av kvinnorna och 55 % av männen tror på sig själva som företagare. Lägst är siffrorna i de utvecklade delarna av Asien där bara 16 % av kvinnorna och 28 % av männen anser sig ha de

rätta verktygen för att bli egenföretagare. Det som är tydligt i dessa siffror är att männen genomgående har en större tro på sig själva och sina möjligheter att bli företagare.

GEM har även tittat på vilka motiv som är de vanligast för att starta företag. Är det levebrödsföretag eller är det för att ta vara på en möjlighet? Generellt sett visar deras studie att entreprenörer går in i företagande för att ta tillvara på en möjlighet. Möjlighetsmotivet är allra högst i de utvecklade ekonomierna. I Sverige, Danmark och Slovenien startas 90 % av företagen med möjlighetsaspekten som största motor. Studien visar även att det är vanligare att kvinnor i mindre utvecklade ekonomier känner sig tvingade att starta eget för att skapa en inkomst. Detta skäl är störst i länder som Makedonien, Pakistan och Bosnien- Hercegovina.

Rapporten visar även att det är vanligast att kvinnliga företagare driver soloföretag vilket innebär att deras företag inte har några anställda. Där skiljer sig dock Östeuropa där ca 80 % av de kvinnliga företagarna har en eller flera anställda. I den här regionen är det generellt lägre andel kvinnliga företagare men i stället har de kvinnliga företagarna i högre grad anställd arbetskraft i sitt företag. För den ekonomiska tillväxten i ett land är antalet arbetstillfällen en viktig faktor därför anses företag med anställda bidra på ett stabilt sätt till ekonomisk tillväxt. Det är även en metod att mäta företagets tillväxt genom att titta på antalet anställda.

En annan viktig fråga är finansiering. I många länder kan kvinnorna ha svårt att få lån beroende på lagar eller sociala koder. Dock växer det fram flera alternativa vägar där det i länder finns olika lösningar. Till exempel finns det i flera länder speciella mikrolån som vänder sig till kvinnor, det finns även banker som vänder sig till kvinnor som verkar i landsbygdsmiljöer. I Europa är det Tyskland och Belgien som får den högsta rankingen gällande tillgång på kapital till kvinnliga företagare. Sverige kommer på en tredjeplats i den rankingen.

Rapporten visar även att kvinnor som blir egenföretagare både i USA och i Europa är mer välutbildade än kvinnor som inte driver företag samt ofta mer välutbildade än män som är egenföretagare. Detta skulle kunna tyda på att det för kvinnornas del kan vara en karriärmöjlighet att starta företag efter att ha utbildat sig. Idag finns det en mängd olika projekt, utbildningar och organisationer som arbetar för att stärka kvinnligt företagande. Detta sker bland annat genom att lyfta fram goda exempel på kvinnliga företagare, arbete med attityder och jämställdhet och genom utbildningar där kvinnor får lära sig mer om till exempel marknadsföring, bokföring och prissättning. Kvinnligt företagande ses mer och mer som en viktig kraft för ett lands fortsatta utveckling.

Kvinnors företagande i Sverige

I statistiken ter sig Sverige som ett land med bra förutsättningar för att starta och driva företag i. I Sverige idag är ca 10 % av de som har en sysselsättning egenföretagare. Av dessa 10 % ligger rikets värde på 30.3 % kvinnliga företagare år 2013 vilket kan jämföras med 28,5 % år 2005. Ungefär en tredjedel av alla nya företag som startas drivs av kvinnor samt ca en fjärdedel av alla existerande företag (Företagarna, 2013). Regeringen vill se fler egenföretagare och satsar mycket på olika insatser för att stötta personer som vill starta företag och framförallt kvinnor (Näringsdepartementet, 2007). Mellan 2007 och 2014 satsar regeringen 100 miljoner varje år för att stötta företagande kvinnor. Den största delen av de 100 miljonerna går till programmet *Främja kvinnors företagande* som i huvudsak drivs av Tillväxtverket. Även Almi¹ har del i främjandet av kvinnors företagande. Satsningarna ska leda till att fler kvinnor vågar ta steget att bli företagare, det ska hjälpa befintliga företag att växa, kvinnors företagande ska lyftas fram och synliggöras samtidigt som attityder ska förändras. Landsbygdspro-

¹ Almi är ett företag som erbjuder lån, riskapital och rådgivning till företag.
<http://www.almi.se/Om-Almi/>

grammet är ett annat politiskt verktyg vars syfte är att se till att man uppnår målen för landsbygdspolitiken genom att ge stöd och ersättningar till företag på landsbygden (Jordbruksverket, 2013). Landsbygdsprogrammet har tre huvudfokusområden vilka är att förbättra miljön och landskapet, öka konkurrenskraften i skogs- och jordbrukssektorn men även att bredda landsbygdens näringsliv samt öka livskvaliteten på landsbygden. I programmet anges kvinnor, unga och personer med utländsk bakgrund som prioriterad målgrupper. Av tradition är det männen som tagit över jordbruk och som står som registrerad ägare även om kvinnan arbetar lika mycket på gården eller lägger ner mycket av sin tid där utan att få någon lön från företaget (Nordregio, 2009). Idag är det vanligt att lantbruksföretag har flera ben att stå på, till exempel kompletteras verksamheter med turism, gårdsbutiker, häst och energi. Inom dessa grenar, förutom energi, är andelen kvinnor högre än i traditionella verksamheter på landsbygden (Nilsson, et al., 2009). I jordbruksverkets senaste statistik över det svenska jordbruket visar det sig att antalet företag inom jord- och skogsbruk har minskat sedan 2007 (Lundgren, 2011). 2007 fanns det 72 609 registrerade företag 2010 har siffran sjunkit till 71 091 företag trots att gränsen för vilka företag som får räknas med sänkts. Detta betyder att enligt de gamla reglerna om vilka företag som ska räknas med så har företagen sjunkit till 68 150 företag enligt samma definition som 2007. Statistiken visar även att antalet företagande kvinnor inom sektorn knappt har ökat sedan 2007. 2010 fanns 10 136 stycken företagande kvinnor jämfört med 9 973 2007. Kvinnorna som företagare är framförallt representerade när det kommer till driftsinriktningen småbruk och är således oftare ägare på företag/gårdar med mindre areal (ibid.).

Det har tidigare genomförts åtgärder för att stärka kvinnors position inom arbetslivet (Holmqvist, 2002). Till exempel drevs ett projekt kallat ”Fler kvinnor till industrin” vilket gav resultat. Grandin hävdar att det behövs riktade insatser för att få till en förändring det räcker inte med att

skapa lika möjligheter (Grandin, 1998). Även Messing är inne på samma spår och skriver att politiken måste gå före i sakfrågan för att det ska hända något (Messing, 1998).

Tillväxtverket

Tillväxtverket är en nationell myndighet som ligger under näringsdepartementet (Tillväxtverket, 2013). Tillväxtverket arbetar med regional tillväxt och entreprenörskap och har tilldelats ett regeringsuppdrag att främja kvinnors företagande. Detta gör myndigheten genom att arrangera olika utbildningar, föredrag och seminarier. Uppdraget går under namnet *Främja kvinnors företagande*. Insatserna som görs delas in i tre huvudkategorier

- gör nytta
- gör möjligt och
- gör synligt.

Den första handlar om att stärka de företagare som finns idag, den andra om att göra det möjligt för kvinnor att både idag och i framtiden kunna starta företag och den sista kategorin handlar om att göra företag drivna av kvinnor mer synliga i samhället och näringslivet. En del av detta arbete riktar sig till kvinnor inom de gröna näringarna där fokus ligger på affärsutveckling

”Syftet är att skapa förutsättningar för företag att utveckla konkurrenskraftiga verksamheter där man vidareförädlar varor och/eller tjänster inom jordbruk, skogsbruk, trädgård eller renskötsel. Det kan till exempel handla om landsbygdsturism, grön omsorg, utbildning, fritids- eller kulturaktiviteter eller annan förädling av varor och tjänster som har sin grund i de gröna näringarna” (Tillväxtverket, 2013).

Qvinst

Tillväxtverket har upphandlat underleverantörer som utför utbildningar för kvinnliga företagare och det finns idag sex olika programgenomförare i landet. I den här uppsatsen intervjuas kvinnor som deltagit i utbildningen

Qvinst – Affärsutveckling för företagarkvinnor inom de gröna näringarna.
Upptagningsområde för denna utbildning är östra Mellansverige vilket omfattar Örebro, Södermanland, Uppsala, Västmanland och Uppsala. Syftet och mål som anges för denna utbildning är följande:

- Att du ska fördjupa dina insikter om dig själv och ditt företagande.
- Öka din handlingskraft genom långsiktiga och tydliga målsättningar och med kraftfulla verktyg nå dessa.
- Skapa en grund för affärsmässigt nätverkande med andra företagande kvinnor inom gröna näringar.
- Att du ökar din tillväxt antingen genom ökad omsättning och/eller ökad sysselsättning i antal timmar i företaget (ViljaLysa, 2013)

I samtal med Elisabeth Andersson Brinckmann² framkom att i tidigare utbildningar som hon genomfört med kvinnor har det varit betydelsefullt för många att det varit en kurs bara för kvinnor (pers. Brinckmann, A Elisabeth 2013). Nedan följer en sammanfattning av kommentarer från ett projekt kallat *Vidga inåt och växa utåt* som Andersson Brinckmann drev tillsammans med Agneta Ryten Martin. Målgruppen för det projektet var kvinnor som driver företag inom alla branscher. Även det projektet finansierades av Främja Kvinnors Företagande.

Jämställdhet/genusperspektiv - 20 av 22 deltagare i gruppen uppger att det haft betydelse för dem att programmet vänt sig enbart till kvinnor.

En deltagare uppger att hon inte hade anmält sig om det varit män med.

Andra upplever ett öppnare samtalsklimat och en kraft i att få träffa modiga kvinnor att utbyta erfarenheter med.

Deltagarna har upplevt att gruppen varit öppen, generös och prestigelös. Dessa förutsättningar har ökat både trygghet och kreativitet i gruppen.

² Ägare av företaget ViljaLysa och ledare för utbildningen Qvinst

Många av deltagarna upplever ibland svårigheter i en mansdominerande företagarvärld.

Att gruppen endast består av kvinnor har genom erfarenhetsutbyte och nya insikter stärkt dem och gett en ökad självkänsla som i sin tur kan leda till ökad jämställdhet mellan könen.

En ökad förberedelse för att möta oliktankande oavsett kön.

Ur ett genusperspektiv har vi belyst klassiska områden där kvinnor ibland kommer till korta och blir mer sociala än affärsmässiga.

Betydelsen av att kunna komplettera varandra och förstå hur vi alla har olika perspektiv.

METOD

Grundläggande utgångspunkter

Avsikten med denna studie är att beskriva hur kvinnorna själva ser på sin roll som företagare och vad de anser om satsningar på utbildningar för kvinnliga företagare. Alla företagare vare sig det är en man eller en kvinna har olika förutsättningar, upplevelser och erfarenheter. Vilket gör denna studie till en beskrivning av hur verkligheten ser ut för dessa specifika företagare med både likheter och olikheter dem emellan. Huvudfokus kommer ligga på entreprenörskapsforskning och teorier kring detta men även att koppla på ett genusperspektiv. Vissa frågor kommer belysas med större fokus på genus än andra.

Begreppsförklaring

I den här uppsatsen kommer jag använda mig både av ordet företagare och av ordet entreprenör. Entreprenör definieras på NE.se som:

entreprenö́r [en- eller aŋ-] (franska entrepreneur), en person eller ett företag som genomför en [entreprenad](#) eller en person som t.ex. startar nya företag eller utvecklar nya produkter. De flesta entreprenörer verkar såsom egenföretagare. Den s.k. [Gnosjöandan](#) är en lokalt utvecklad entreprenör-sanda (NE.se, 2013).

Företagare definieras på följande vis NE.se • person som äger och leder (mindre eller medelstort) företag: *småföretagare; storföretagare; etablera sig som egen* ~ (NE.se, 2013).

Skillnaden är således att en entreprenör skapar något nytt som en ny produkt eller en ny lösning på ett problem. Idag används ordet entreprenör även på företagare som startar eller driver företag inom en redan etablerad marknad så som byggbranschen eller restaurangbranschen. Man kan tala om innovativa företag gentemot imitativa företag (Landström, et al., 2009) I uppsatsen kommer jag använda mig av båda dessa begrepp när jag pratar om kvinnor som är företagare/entreprenörer.

De **gröna näringarna** är ett annat begrepp som förekommer i denna studie. Vad som räknas in i de gröna näringarna är inte alldeles självklart och kan variera beroende på sammanhanget. I studien använder jag mig av Tillväxtverkets definition för att delta i utbildningarna för de gröna näringarna ”... där man vidareförädlar varor och/eller tjänster inom jordbruk, skogsbruk, trädgård eller renskötsel. Det kan till exempel handla om landsbygdsturism, grön omsorg, utbildning, fritids- eller kulturaktiviteter eller annan förädling av varor och tjänster som har sin grund i de gröna näringarna” (Tillväxtverket, 2013).

Kvalitativ metod

Jag har valt att använda mig av kvalitativ metod genom semistrukturerade intervjuer. I semistrukturerade intervjuer använder man ett frågeformulär med öppna frågor. Informanterna får resonera fritt kring frågeområdena med viss styrning av mig för att få med de områden som varit tänkta. Intervjuerna har till viss del anpassats efter vilken inriktning på företaget intervjupersonen haft och beroende på vilket grupp de tillhör. Intervjuerna spe-

lades in och varade mellan 30-60 minuter. Jag har utgått från ett semistrukturerat frågeformulär samtidigt som jag tillåtit mig själv att ta med erfarenheter från den första intervjun till nästkommande och så vidare. Detta tillsammans med att det varit semistrukturerade intervjuer medför att intervjuerna har sett lite olika ut beroende på i vilken ordning jag träffat informanterna. Syftet med intervjuerna är att skapa en förståelse för hur företagande kvinnor själva ser på sin roll som företagare och hur de ser på de satsningar som regeringen gör för den kategori de tillhör. Informanterna har alla godkänt att bli intervjuade och inspelade, dock kommer de inte anges med sitt rätta namn i studien då tonvikten ska ligga på vad som sägs och inte på vem som säger det. Företagarna har delats in i två grupper, en som gått utbildningen Qvinst och en grupp som inte gått den utbildningen. Frågorna har haft samma grund till de båda grupperna men vissa frågor har bara ställt till de i Qvinst-gruppen vilket har medfört att grupp två har fått besvara andra frågor gällande utbildning.

Metoddiskussion

Den kvalitativa metoden kan ge en djupare förståelse för en frågeställning som är svår att få genom att använda kvantitativ metod. Genom att använda kvalitativa metoder kan man gå djupare in i en frågeställning för att få en bättre och djupare förståelse. I vissa fält blir dock den kvalitativa metoden ifrågasatt som forskningsmetod. Det är på grund av att det kan vara svårt att kvantifiera materialet. Det är svårt att göra om studien och få samma resultat, vilket är ett sätt att kvantifiera en kvantitativ undersökning. För att få svar på mina frågeställningar har en kvalitativ metod varit den bästa. Antalet intervjuer som bör genomföras i en kvalitativ studie kan diskuteras. I denna studie har de tio intervjuerna gett god förståelse för frågeställningarna och därför varit tillräckliga för de slutsatser som dras.

Avgränsning

Qvinst utbildningen vänder sig till företagare i Örebro, Uppsala, Södermanland, Västmanland och Östergötland. Avgränsningen i denna studie har satts till företagande kvinnor i Östergötland som deltagit i utbildning Qvinst och företagande kvinnor i Östergötland som inte deltagit i denna utbildning. Jag använder mig av två grupper dels för att få en spridning på deltagarna men även för att se om det går att se någon skillnad i åsikter mellan kvinnorna som deltagit i Qvinst och de som inte deltagit. Den geografiska avgränsningen har gjorts för att yttre faktorer ska vara så lika som möjligt. Till exempel kan man anta att attityden till företagande bland befolkningen och politiker bör vara relativt lika inom det geografiska området vilket kan ha betydelse för företagarnas upplevelser gällande bemötande från andra. Det kan även ha betydelse för vilket stöd som finns att få både finansiellt och kunskapsmässigt. Dessutom har informanterna ungefärligt samma avstånd till kunder, städer och annan service. Det har i studier visats att regionen och omgivningen har en stor betydelse för den entreprenöriella aktiviteten (Landström, et al., 2009). Regioner som kontinuerligt genomgår förändring i form av nybildande men även avvecklande av företag har visat sig ha en bättre välfärdsutveckling än regioner som präglas av få stora företag. Därutöver har det varit en nödvändig avgränsning för mig personligen för att jag skulle ha både tid och ekonomisk möjlighet att genomföra intervjuerna. Det finns ett flertal utbildningar för kvinnliga företagare som Tillväxtverket stöttar men jag har valt att fokusera på en utbildning och ett geografiskt område.

Urval

Tio intervjuer har genomförts i denna studie. Fem av informanterna har deltagit i utbildningen Qvinst, för kvinnliga företagare. Kursen Qvinst drivs av företaget ViljaLysa på initiativ och stöttning från Tillväxtverket men

även i samarbete med LRF (ViljaLysa, 2013). De andra fem informanterna har slumpvis valts ut genom förslag från kontakter som arbetar med företagare samt genom att söka efter kvinnliga företagare inom samma region som de fem första intervjupersonerna och även genom att söka efter någorlunda liknande verksamheter som de första intervjupersonerna driver. Kraven på informanterna är att det ska vara kvinnor och driva ett företag med koppling till den gröna näringen enligt Tillväxtverkets definition.

TEORETISKA PERSPEKTIV

För att kunna diskutera frågeställningarna i studien kommer jag här presentera delar från entreprenörskapsforskning. Fokus ligger på teori om personliga egenskaper och yttre omständigheter som kan vara avgörande för att en person väljer att bli företagare. Jag kommer även gå in på hur genus-teori hänger samman med synen på företagare. Med hjälp av dessa aspekter kommer jag i empiri- och analys-delen lyfta fram informanternas svar tillsammans med teorier från forskning.

Traditionellt sett ingår inte lantbruksföretag i forskning kring små och medelstora företag och de ingår inte heller i småföretagspolitiken. Trots det utgör lantbruksföretagen den största kategorin av småföretagare i landet. I dagens statistik omnämns de som *Jordbruksföretag och serviceföretag till jordbruk*. Dagens jordbruk blir mer och mer specialiserade men också diversifierade med olika bisysslor som turistverksamhet och/eller entreprenadtjänster (Sundi, 2003). Trots att lantbruksföretagare traditionellt sett inte ingår i den typ av forskning som den här studien bygger på så anser jag att forskningen är applicerbar på studien. I mina ögon är dessa kvinnor först och främst företagare. De driver sina verksamheter med basen på en gård, annars är det inga skillnader mot att driva någon annan typ av företag.

Entreprenörskap

Intresset för entreprenörskap och företagande har ökat de senaste åren i Sverige. Företagare och entreprenörer ses i politiken som en viktig del av den Svenska arbetsmarknaden och som viktiga aktörer för den fortsatta utvecklingen av samhället. Idag finns det en uppsjö av kurser kring entreprenörskap på landets högskolor och universitet (Landström, et al., 2009). Den forskning som finns har sitt fokus på individen och med den västerländska, vita, medelklassmannen i centrum. Att normen inom forskningen fortfarande ser ut som den gör kan leda till att viktiga aspekter gällande företagande och entreprenörskap kan falla bort (Holmqvist, 2002).

Vem blir entreprenör

Det finns ett flertal faktorer som påverkar vem och varför ett nytt företag startas. Att starta ett företag är inte riskfritt, det innebär ofta både ett risktagande och hårt arbete. Beslutet att starta ett företag innehåller ofta flera variabler. Forskning visar på att de faktorer som spelar in är: personens bakgrund, personliga egenskaper, stöd från familjen och omgivningen, tidigare erfarenheter men även hur tekniken och marknaden ser ut (Landström, et al., 2009).

Några av dessa faktorer kallas för sociodemografiska faktorer, vilket omfattar följande:

- Barn som har föräldrar som är egenföretagare startar i större utsträckning egna företag.
- Kön och ålder. Statistiken visar att fler män än kvinnor startar företag. Studier visar även att de flesta som startar företag finns inom åldersspannet 35-45 år.
- Tidigare arbetslivserfarenhet spelar roll på så vis att personer som jobbar nära marknaden oftare verkar se möjligheter att bilda eget fö-

retag. Även personer som har erfarenhet av verksamhetsetablering startar i större grad egna företag.

- **Etnicitet.** Statistik visar att vissa grupper av emigranter i högre utsträckning blir egenföretagare än andra.
- **Livssituation.** Människor som står inför en förändring i livet så som flytt till annan stad, avslutande av studier eller liknande har visat sig vara mer benägen att starta företag än personer som befinner sig i en stabil livssituation.
- **Allternativintäkt.** Har personen en bra, välbetald och fast anställning kan steget till att starta företag vara större än om man saknar anställning eller inte trivs med sin arbetssituation (Landström, et al., 2009).

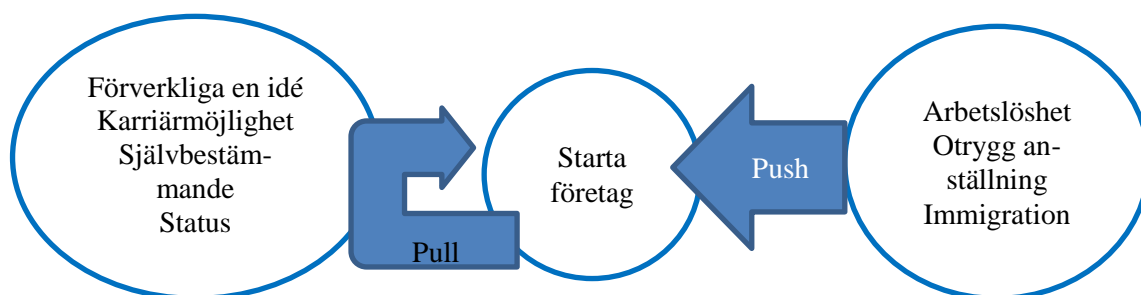


Figur 1. Faktorer som påverkar en persons beslut att starta företag. Modifierad figur baserad på Landström & Löwegren (red). Sid 88.

Push och Pullfaktorer

Push och pullfaktorer används inom flera områden för att förklara varför en person gör ett specifikt val. Med pushfaktorer menas mer eller mindre tvingande omständigheter som får en människa att handla på ett visst vis

och med pullfaktorer menas omständigheter som istället lockar i en positiv bemärkelse (Hughes, 2003). När det gäller att starta företag kan det handla om att man inte ser någon annan möjlighet till att få ett arbete än att skapa sin egen sysselsättning. Det kan även bero på att arbetsmarknadens ändrade villkor gör den anställning man har otrygg vilket kan vara en drivande faktor för att starta företag. Detta kan ha olika orsaker så som långtidsarbetslöshet, inga passande jobb på arbetsmarknaden eller immigration. Immigranter kan av olika anledningar ha svårare att komma in på den Svenska arbetsmarknaden. En möjlighet för dem är att starta ett eget företag för att skapa sig en försörjning. För kvinnor anges även ett flexibelt schema som en pushfaktor vilket är en effekt av rollen som ansvarig för familjen och hemmet (Orhagen & Scott, 2001). Pullfaktorer innebär istället att man dras till att starta företag för att man ser olika fördelar med det jämfört med den arbetssituation man befinner sig i. Det kan vara möjligheten att förverkliga en affärsidé, kunna bestämma mera själv, kunna arbeta hemifrån, tjäna pengar, skapa sig social status och makt. Att starta företag kan vara ett sätt för missgynnade grupper som etniska minoriteter men även för kvinnor att få möjligheten att använda sin kompetens fullt ut (Sundi, 2003).



Figur 2. Push- och pullfaktorer. Egen figur.

Entreprenöriella egenskaper

Det finns vissa egenskaper som ofta kopplas till en entreprenör och som sägs vara starkare och mer framträdande hos dem än hos andra människor. Entreprenörer anses ha en stor drivkraft att prestera och att de inom sitt om-

råde tolererar en högre risk och osäkerhet. De entreprenöriella människorna sägs ha en större tilltro till sig själva och möjligheten att påverka den egna situationen. Detta innebär även att de generellt sett tror mindre på skrock och ödet. Entreprenören är ofta kreativ och innovativ samtidigt som hen drivs av att själv få utveckla och genomföra projekt i olika former. Uthållighet och beslutsamhet är ytterligare två egenskaper som de kopplas till, framförallt när det gäller genomförande av egna idéer. Även egenskaper så som framtidsorienterade, extroverta och socialt kompetenta samt överoptimistiska används för att beskriva dessa personer. Dock är flera av egenskaperna inte unika för entreprenörer. Många andra människor besitter dessa egenskaper vilket gör att det varit svårt att påvisa några vetenskapliga belegg för vilka egenskaper en entreprenör besitter (Landström, et al., 2009) (Landström, 2005). Kritiken mot att fastställa vem som är en entreprenör genom vilka egenskaper hen innehar har lett till att forskningen försökt hitta andra sätt att förklara entreprenörskap. En teori är att allt mänskligt handlande utgår från en vilja att utföra en handling, till exempel att starta ett företag. Vi har en intention med själva handlingen. I det här fallet att starta ett företag och för att det ska bli verkligt krävs en vilja och ett intresse. Landström & Löwegren (2009) skriver att det finns tre grundläggande faktorer som i sig påverkar intentionen. Dessa tre är individens attityder till beteendet, de sociala normer som omger personen och till sist individens upplevda kontroll av situationen.

Genus

Det socialt konstruerade könet kallas genus och handlar inte om vilket kön vi biologiskt tillhör. Genus skapas genom traditioner, normer och föreställningar (Hirdman, 2003). Genus är ett begrepp som används för att kunna förstå, synliggöra och diskutera föreställningar om vad som är kvinnlig/manligt och de normer kring kvinna/man som genomsyrar vår livsvärld.

Det är föreställningar som genomsyrar allt runt omkring oss i arbetslivet, politiken och vardagen.

Några kanske ställer sig frågande till varför entreprenörskapsforskning ska blandas samman med genusteori. Egentligen borde kopplingen inte vara svår eller långsökt. I vardagen är det den manliga företagaren/entreprenören som lyfts fram (Glesbygdverket, 2008). Det är de lyckade männen som tar för sig och skapar arbete och framgång som är de som vi ser. Företagandet är ingen isolerad verksamhet utan processerna och människorna här är lika påverkade av omvärlden som vilken annan verksamhet som helst. Samhällets syn på genusfrågor speglas även i vår syn på entreprenörskap. Synsätt kan ändras över tiden och genom att synliggöra frågan är det lättare att ändra på våra inarbetade mönster.

Kvinnan har länge tillskrivits egenskaper så som omhändertagande, försiktig och intresserad av mjuka värden. Mannen däremot är den starka, våghalsiga och risktagande personen som ska försörja sin familj medan kvinnan ska ombesörja den. Normerna lever till stor del kvar i vårt samhälle idag även om det är på väg att luckras upp och vi går mot ett mer jämställt samhälle. Mannen ses fortfarande som norm och det avspeglar sig så väl i vardagssituationer, arbetsliv som i företagavärlden. Särskiljandet mellan manligt och kvinnligt har varit tydligt genom historien och i många sammanhang ses mannen och kvinnan som varandras raka motsatser. Många yrken kopplas på ett tydligt sätt som ett manligt eller kvinnligt arbete. Ett tydligt exempel är brandman (Hirdman, 2003). Andra exempel på yrken som är kopplade till mannen är affärsman, företagare och bonde. Några tydliga exempel som är kopplade till kvinnan är sjuksköterska, fröken och barnmorska. Historiskt sätt är arbeten ansedda för kvinnor kopplade till omvårdnad och omsorg. Medan männens arbeten är kopplade till styrka, ordning och framgång. Arbetsmarknaden i Sverige har en historia av att vara könssegregerad, det vill säga att män och kvinnor inte har arbetat inom samma yrke (Glesbygdverket, 2008). Vissa yrken har dock gått från mas-

kulina yrken till feminima och vice versa. Ett tydligt exempel är mejeribranschen där det var kvinnorna som dominerade tills det skedde en mekanisering och teknisk utveckling. I samband med teknikens inträde i mejerierna tog männen över och yrket blev dominerat av män. Samma utveckling skedde ute på gårdarna där mjölkningen av korna hade varit en kvinnosyssla tog männen över när mjölkmaskinerna tågade in (Nordregio, 2009). Detta är exempel på hur föreställningar och normer kan ändras över tid.

Genuskontraktet

Många genusteoretiker talar om att det finns ett genuskontrakt som i tystnad undertecknas av både kvinnor och män. Kontraktet handlar om att både kvinnorna och männen accepterar de normer som finns i den diskurs de befinner sig i. Genuskontraktet bygger på dikotomin och hierarki. Dikotomin i kvinnligt och manligt, antingen är man det ena eller det andra. Hierarkin mellan män och kvinnor innebär att mannen är överordnad och ses som norm i den genuskontrakt vi lever i. Föreställningarna börjar ändras och skillnaderna börjar suddas ut men de är fortfarande starka och påverkar oss (Glesbygdverket, 2008) (Hirdman, 2003). Det rådande genussystemet gör att kvinnor kan se specifika insatser riktade till kvinnor som mindre värda (Glesbygdverket, 2008). Det kan finnas en rädsla för att riktade insatser kommer ha en mindre professionell karaktär. Både kvinnor och män behöver utbildas i att se de genussystem som råder för att kunna möta de skilda förutsättningar som existerar mellan könen.

Kvinnligt företagande eller företagande kvinnor?

Vad menar vi egentligen med kvinnligt företagande? Anser vi att det är skillnad på manligt och kvinnligt företagande och vad innebär det i praktiken? Finns det män som är kvinnliga företagare, alltså mer feminina än en manlig företagare och i så fall finns det kvinnor som är manliga företagare det vill säga mer maskulina i sitt företagande. Om vi ska särskilja på kvinnor och män i rollen som företagare borde vi istället prata om företagande

kvinnor eller kvinnors företagande (Näsman, 2000) (Glesbygdverket, 2008). Genom att använda kvinnligt företagande förstärks en omedveten förståelse att det är ett företagande som skiljer sig från normen. Företagande och kvinnligt företagande antas skilja sig från varandra och det är det kvinnliga företagandet som är avvikande från normen (Glesbygdverket, 2008). Synsätt och föreställningar om företagande har ändrats över tiden men det finns fortfarande konstruerade hinder mellan kvinnors och mäns företagande. Typexemplet på en företagare är fortfarande en man. Vilket även innebär att de egenskaper som lyfts fram som viktiga för en företagare är kopplade till manligt kodade egenskaper (Holmquist & Sundin, 2002). Ett tydligt exempel på att mannen ses som norm beskrivs på Clara Lidstöms blogg (Lidström, 2013). Lidström föreläser om digitalt entreprenörskap där föreläsningarna riktar sig både till kvinnor och till män. När det bara varit kvinnor som föreläst på eventen har Lidström fått frågan från män om de kommit till rätt föreläsning. *”Jag trodde det skulle handla om digitalt entreprenörskap. Inte om kvinnor”* Kvinnor får däremot ofta finna sig i att delta i föreläsningar där det bara är män som talar.

Empiri och Analys

Kvinnorna i studien

I tabell 1 presenteras de intervjuade företagarna med ålder, företagsinriktning, grundläggande utbildning, vilka band de har till gården där verksamheten bedrivs, hur mycket de arbetar med det egna företaget och om de har en annan sysselsättning än det egna företaget. Några av företagarna har flera verksamhetsgrenar i sina företag medan andra är mer renodlade. Gemensamt för alla är att de bedriver sina verksamheter med utgångspunkt från en lantgård. Alla utom en äger eller är delägare i den gård de utgår ifrån. I flera fall är gården en familjegård på antingen mannen eller kvinnans sida men det finns även de som köpt gård utan att ha några släktband dit. De fem första kvinnorna i tabellen är de som deltagit i Qvinst vilket markerats med blått. I den här delen kommer jag göra en analys av materialet genom att diskutera de frågeställningar jag ställt i studien med hjälp av de teorier jag presenterat tillsammans med citat från de intervjuade företagarna. Många citat kommer att redovisas för att ge en levande inblick i hur företagarna resonerar och tänker kring frågeställningarna. Men även för att läsarna ska få ta del av det empiriska material som är grunden i studien. Under intervjuerna har många frågor diskuterats vilket gör att inte all empiri kommer att redovisas. Detta för att få en större bild av helheten och för att få en känsla för varje företagares vardag och inställning till företagande.

Tabell 1. Kort beskrivning av informanterna som deltagit i intervjustudien.

Alias	Ålder	Företagsinriktning	Utbildning	Gården	Arbets-tid på gården	Annan sysselsättning
Anna	45 år	dikouppfödning	miljövetare	övertagit familjegården 2011	100 %	
Britta	42 år	hästuppfödning, kennel verksamhet, dressyr och gångartsdomare, konsulterande socionom	socionom	övertagit familjegården	100 %	
Denise	51 år	hästuppfödning, stickar	idrotts- och fritidsledare	köpte gården början i början av 2000-talet	50 %	50 % butiksbiträde på ICA
Eva	40 år	fårbonde, säljer köttlådor, skin, garn.	molekylärbiotekniker	tagit över familjegården 2010	fritid	100 %
Fia	42 år	hästutbildare	hästskötare, ridledare, ridinstruktör	köpt en gård	fritid	100 % ridskolechef
Gerda	41 år	lantlig inredning, butik och konsultation	3 årig ekonomisk linje, fristående hantverksskurs	mannens föräldragård	100 %	
Hedvig	44 år	vedugnsbageri	agronom	köpt en gård nära föräldragården	100 %	
Iris	61 år	marmeladeri, äggproducent, gårdsbutik	förskolelärare	Föräldragården uppdelad med brodern	100 %	
Jennie	35 år	nötköttsproducent, säljer köttlådor, hästuppfödning	naturbruksgymnasium –jord & skogsbruk.	släktgård	fritid	100 % butikschef
Katrin	33år	hästföretagare, utbildning av häst & ryttare, fotografiering, hantverk	beteendevetare verksamhetsledare inom hästrelaterad näring	hyr in sig på en hästgård	fritid	100 % arbetar med familjer i behov av socialt stöd.

Fallstudien

Varför bli egenföretagare?

Varför dessa kvinnor har valt att bli egenföretagare har diskuterats under intervjuerna. Det som är gemensamt för alla de tio kvinnorna är att det har arbetat med något annat innan de startat sina olika verksamheter. Några har arbetat inom det område de sedan startat eget företag inom medan andra startat en verksamhet helt skild från tidigare arbetserfarenheter. Övervägande förmedlar de att tankarna på att driva eget funnits där om inte sen barnsben så en längre period.

”Vi har haft eget företag i alla tider i olika konstellationer. Vi har haft företag sen 84, så vi har alltid jobbat med företag på ett eller annat sätt. Så det har bara varit att fortsätta...”. /Denise

”Det var ett naturligt steg att starta eget men... vad ger jag mig in i när man inte haft eget företag innan utan alltid arbetat under anställda former man undrar ju vad man ger sig in i.”/Gerda

Anna säger att hon inte ville bli bonde för att hon mest har fått höra de negativa sidorna från sina föräldrar. Det är slitigt och man jobbar väldigt mycket. Men när det väl kom till kritan så ville Anna testa och se om det kunde passa henne. Anna säger att hon kände att det är något inom henne som spirade när hon fick chansen. Hon säger att det är bondegenen som gör sig påmind. Nu har hon upptäckt positiva aspekter med att vara sin egen arbetsgivare. Som egen företagare kan hon styra sin tid och den ena dagen är inte den andra lik.

Kvinnorna visar prov på handlingskraft, beslutsamhet och vilja. Flera av dem har alltid haft en dröm om att driva ett eget företag, för några har det växt fram som ett naturligt steg och för andra har tanken inte slagit dem

förrän andra yttre faktorer ställt dem inför ett val. Kvinnornas berättelser stämmer överens med forskningen på så viss att de yttre omständigheterna har påverkan samt stödet från familjen och vilka tidigare erfarenheter de har med sig. Hälften av företagarna driver sina verksamheter på heltid och fyra av tio driver sina verksamheter helt på sin fritid, samtidigt som de har en anställning på 100% utanför det egna företaget. Det finns även en person som idag har en 50 % tjänst utanför sitt egna företag och jobbar därmed 50 % med det egna företaget. De fem som idag är heltidssysselsatta med sina respektive företag har successivt övergått från en anställning till att enbart vara sysselsatta med det egna företaget. Flera av kvinnorna ser en anställning som en trygghet, speciellt i uppstartandet av företaget. Till exempel har Britta drivit sitt företag i ca 10 år nu men det var först för 2 år sedan som hon sa upp sin fasta anställning för att enbart jobba genom sitt eget företag.

”Jag har ju satsat stort på det här så, så ville jag inte ha det. Ett alternativ hade varit att köra bageriet på lördagar och jobba 60 % på SKL men jag vill försöka att köra det här”/ Hedvig

Att i stället driva företag vid sidan av en hundra procentig tjänst har även det olika förklaringar. Flera kostsamma men nödvändiga investeringar behöver göras på flera av gårdarna för att på sikt kunna utöka företagen. Flera av kvinnorna påpekar att de inte vill ta några stora lån, istället vill de hellre jobba vid sidan av och lägga in kapital från den fasta anställningen i den egna verksamheten. Eva har testat att jobba 75 % där hon är anställd för att få mer tid till det egna företaget men har återgått till att arbeta 100% borta. Detta gjorde hon för hon kände sig splittrad och tycker nu det är bättre att ta en extra semesterdag när det är något extra som behöver göras på företaget hemma. Det som är det mest återkommande är att det är en trygghet i en anställning. Kvinnorna vet att de får in lön på kontot varje månad. Som

egenföretagare kan inkomsterna och utgifterna variera från månad till månad vilket kan vara en påfrestning som gör att man inte vågar ta steget fullt ut som egenföretagare. Det finns även en annan orsak som några av kvinnorna nämner, och det är den sociala aspekten. Driver man ett lantbruk eller en verksamhet nära kopplade till lantbruket så kan det bli ett begränsat socialt umgänge. I vissa av företagen sker kontakten med kunder inte på en daglig basis utan är kopplad till specifika tillfällen. Ett sätt att ingå i ett större socialt sammanhang är att ha ett annat arbete vid sidan av det egna företaget. Ett annat sätt är att vara aktiv i någon organisation eller förening.

”Man är alltid orolig att man inte ska ha några pengar in och inte klara sin ekonomi. Så därför är jag nog lite feg för jag vågar inte riktigt hoppa ner för det där stupet”/Katrin

”Vi har inte massa folk i stallet och bor i skogen så det är bara jag och min man och att bara vara vi och stickningen... Man behöver faktiskt lite social träning också”/Denise

”Jag skulle kunna vara här på heltid om jag var engagerad i till exempel LRF så jag får komma ut och träffa folk. Jag måste få träffa folk, det är därför jag jobbar inom handels”/Jennie

För några av kvinnorna har steget tagits när föräldrarna inte längre orkar driva gården vidare. Ett vägskäl har kommit där kvinnorna ställts in för ett val att antingen ta över föräldragården eller låta den vara.

”Mamma och pappa var tvungna att sälja eller dra ner på produktionen. Så vi kände att gör vi det inte nu när vi har pappas kunskap så kommer vi aldrig orka eller kunna ta över gården och alla dessa maskiner” /Eva

Även för Anna blev övertagandet först aktuellt då hennes föräldrar inte orkade arbeta på samma sätt längre. Annas mamma blev sjuk och då började hon hjälpa till på gården för att hennes pappa skulle orka innan hon övertog gården.

I dessa exempel ser vi prov på hur yttre faktorer har spelat in. Deras bakgrund, utbildning, familjesituation och en vilja att driva något eget är faktorer som i olika grad påverkat etableringen av företagen. Jämför med de sociodemografiska egenskaper som presenterats under teoridelen. Kvinnorna säger även att stödet utifrån övervägande har varit gott. Vänner, familj och bekanta har stötta och hejat även om de ibland ställt sig frågande till hur de ska klara av och orka med den utmaning de antagit sig. Den företagare som kommer ihåg att andra utanför var skeptiska är även den som varit egenföretagare längst. När Iris startade sin verksamhet tillsammans med sin svägerska fick de höra en del kritik. Eller som Iris själv uttryckte det:

...mycket klapp på huvudet –jaja lilla vän det är ju trevligt det här eller – det är ju bra då har fruntimren något att göra på sommaren. Ungefär så var det. ...det är väldigt många som kommit tillbaka och sagt – Tänk att det här gick, det trodde vi inte från början/Iris

Enligt forskningen startas de flesta företag av personer i åldersspannet 35-45 år. Vilket stämmer bra överens med informanterna som deltagit i studien. De flesta startade sin verksamhet när de var mellan 30-40 år gamla.

Varför en person blir företagare visar sig ha många olika orsaker. Man kan avläsa både push- och pullfaktorer som bidragit till att företagsetableringen blivit av för kvinnorna. Några av kvinnorna har pushats in i företaget då föräldrarna inte orkar längre. Samtidigt som de finns pullfaktorer som lockar dem till företagande. Till exempel att få styra över sin egen tid och att få utveckla något eget. Det som informanterna övervägande säger är att det bästa med att vara företagare är att man styr sin egen tid, friheten att

utveckla sitt företag åt de håll man själva vill, arbeta med det man brinner för och att de får ta sina egna beslut. Det de flesta ser som den största utmaningen är att få ekonomin att gå runt och att inte stagnera i sitt företagande utan att fortsätta hitta inspiration och att bygga upp en återkommande kundkrets.

Vem är företagare och vem är entreprenör?

Begreppen entreprenör och företagare används oftast synonymt med varandra i dagligt tal. Företagaren kan ses som entreprenör och vice versa. Jag ställde frågan till kvinnorna hur det själva ser på begreppet företagare, vilka ord beskriver en företagare för dem. Jag ställde samma fråga gällande entreprenör för att sedan avsluta med att fråga hur de ser på sig själva. Är de entreprenörer eller företagare? Här fanns det lika många svar som personer. Några ser sig själva som entreprenörer, några som företagare och några ansåg sig vara både och. Majoriteten av kvinnorna tycker inte att det är någon stor skillnad mellan att vara företagare eller entreprenör men när man sammanställer deras svar synliggörs en del skillnader.

Entreprenören beskrivs med följande ord

- Bryter ny mark
- Nya idéer
- Kundanpassad
- Öppen och positiv
- Öppen fasad och utstrålar det man gör
- Den man ringer till när man behöver få något gjort
- Inte ha för tajt trygghetszon
- Flexibel
- Våga ge sig ut på okänd mark
- Har en idé man driver fram
- Behöver inte kunna genomföra

Företagaren beskrivs på följande sätt

- Administrativ
- Spelar på många planhalvor
- Alert
- Utvecklingsbenägen
- Spindeln i nätet
- Har koll
- Korta intervaller mellan formsvackorna
- Driftig
- Ekonomiskt kunnig
- Bra ledare
- Hitta sin nisch
- Kunna genomföra

De flesta av informanterna beskriver entreprenören som en person som bryter ny mark, kommer med nya idéer men att hen kan ha svårt att förvalta sina idéer då hen kommer på nya projekt hela tiden. Företagaren är istället den som genomför och förvaltar men även här ses nytänkande och framåtanda som viktiga egenskaper. När de får frågan om de själva ser sig som företagare eller entreprenör skiljer sig även här svaren åt. Några svarar klart och tydligt vilken titel som passar bäst på dem, medan några tvekar innan de kan svara.

”Jag ser mig som en företagare. Jag kan känna att jag inte har det riktiga entreprenörskapsdrivet jag är mer den som kanske vårdar och inte bryter så mycket ny mark om man säger så”/Anna.

”Jag kan se både mig och min man som entreprenörer. Man har en öppen fasad och står för sin sak” /Eva

Egentligen är jag nog inte företagaren hos oss, det är min man. Han är den drivna och jag är handbromsen som tänker efter och ser till att det fungerar...men jag har inte svårt för att stå för att jag är företagare...det är nog inte många som vet att jag är företagare dom tror att jag bara jobbat på ICA” /Denise

Jag ser mig själv som en tusenkonstnär, driven och vill att det ska bli bra. Jag kan slita hårt för att det ska bli bra jag har en vilja att ska jag göra något så ska jag göra det bra jag vill inte göra något halvdant” /Britta

”Jag vill vara både och. Ibland tycker jag om att röra mig inom trygghetsramarna...ibland kommer man i kontakt med saker som kräver annorlunda lösningar då är jag på okänd mark men jag ger inte upp för det” /Gerda

”...folk tycker väl att jag är en entreprenör som vågar satsa. Jag kan nog egentligen hålla med om det men det är väl inte det jag tänker i första hand utan jag ser mig nog mer som företagare”/Hedvig

Det är intressant att höra kvinnornas tankegångar om hur de ser på andra och hur de ser på sig själva i rollen som företagare eller entreprenör. Det känns som vissa har funderat över den frågan tidigare och har lätt att svara på den medan andra behöver tänka efter innan de svarar. Att i vardagen själv fundera på om det är någon skillnad på att vara företagare eller entreprenör och i så fall vilken kategori man själv är del av hör troligen inte till vanligheten. Men att höra deras olika beskrivningar visar att kvinnorna använder olika ord och benämningar både generellt och om sig själva. Vissa av dem refererar i förstahand till vad deras vänner säger om dem innan de vill sätta sina egna ord på hur de är som företagare. Detta visar att kvin-

norna har olika referensramar. Detta stärker kritiken mot att specificera egenskaper för att hitta morgondagens företagare inom forskning. Dock är det flera beskrivningar som är snarlika med liknande karaktärsdrag som vittnar om att kännetecknen i forskningen till viss del stämmer även om inte alla kan dras över en kant.

Jag har även frågat dem om deras starka och svaga sidor som företagare vilket även det resulterade i lika många svar som svarande. Kvinnorna svarar alltifrån att de inte har några svagheter till att det behöver lära sig mer om bokföring, marknadsföring, prissättning, våga ta plats, vara en bra ledare och våga stå för sin kunskap. Starka sidor som företagarna lyfter fram om sig själv är allt ifrån envisa, påhittiga, korta formsvackor, nyfikna, viljan att lära sig mer, ordningsamma, frågvisa och lyhörda. Företagarna är inte fullärda det finns kunskaper som de kan och behöver utveckla för att kunna fortsätta/förbättra sitt företagande.

Satsningar och utbildningar, vad ger det?

De första fem företagarna jag intervjuade hade en gemensam nämnare i att det alla gått kursen Qvinst som riktar sig till kvinnliga företagare i eller med koppling till den gröna näringen. Här ville jag veta varför det valt att gå den kursen och om de tycker att kursen uppfyllt de uppsatta målen men även om de tagit med sig något från kursen som de har nytta av idag i sina företag. Dessutom fick de svara på vad de anser om satsningarna på kvinnligt företagande. Tycker de att det behövs och hur tycker de att utbildningarna bör vara utformade?

De hade alla varit på en sommarbuffé anordnad av LRF där Elisabeth Andersson Brinckmann, som är kursledare för Qvinst, deltog för att informera om kursen. De fem intervjupersonerna svarade att Elisabeth fångade deras intresse som person vilket gjorde dem sugna på att delta. Elisabeths personlighet var den största faktorn att det sökte Qvinst-kursen. Tre av in-

tervjupersonerna känner varandra sedan tidigare och bestämde sig för att delta tillsammans. De andra två träffades för första gången på sommarbuffén. De insåg att de har liknande situationer gällande sina företag men de kom även överrens på ett personligt plan och kände båda att om den andra går kursen så gör även jag det. De fem deltagarna är väldigt nöjda med kursens upplägg och framför allt nöjda är de med de föreläsare som deltagit. Som Bodil säger *”Det kändes lite lyxigt med så duktiga människor”*.

Det som de tyckte var mindre bra med kursen var att många av studiebesöken de gjorde var hos personer som inte kunde försörja sig fullt ut på sina företag. Under studiebesöken skulle de även vilja ha mer ingående information om företaget, vilka problem personen stött på och hur dessa har lösts. Förebilder är viktigt för oss människor både i det sociala men även inom arbetslivet. Kvinnorna vill få bärkraftiga verksamheter och efterfrågar därför studiebesök hos personer som har lyckats med den biten.

De tyckte alla att målen som var uppsatta för kursen har blivit uppfyllda men att det är svårt att mäta om omsättningen har ökat.

”Vi har nog inte ökat timmarna men omsättningen på hästar. Hälften av dem har nog dykt upp på grund av vårt samarbete”. /Fia

Ett av målen handlade om att bygga nätverk och under kursens gång fick deltagarna bland annat skapa arbetsgrupper som skulle ses mellan kurstillfällena för att utföra uppgifter tillsammans. De fem informanterna ses fortfarande i de mindre grupper som bildades under kursen. Att dessa grupper bildades tycker informanterna är en av de bästa saker som kursen bidragit med. De tycker även att de blivit tryggare i sin roll som företagare. Tiden på kursen gav dem möjlighet att sätta ord på vad det är de vill med sina företag och hur de ska arbeta för att nå dit. Flera av dem säger även att det gav dem bekräftelse på att det de gör är bra.

”När man går här hemma och mockar sin skit så tar man sig inte tiden att sätta sig ner och skriva ner...fick tid att sätta sig ner och sätta sig bredvid sig själv och titta på sitt eget företag” /Britta

”Ska jag gå vidare vill jag tjäna pengar...Det ger ju ändå något när andra berättar, att nähä det där tror jag inte på eller det där tror jag på. Det väcker en gnista någonstans att det där kanske skulle gå.”/Denise

”Dels kontaktnätet. Vi bildade coachgrupper, jag hamnade med två tjejer från Linköping. ...vi har fortsatt att träffas och coachar varandra, ger inspiration och tips och så”/Anna

Några av de andra kvinnorna som inte gått Qvinst-kursen uttrycker att ett nätverk med företagare är något de saknar och att det vore värdefullt att ha den möjligheten att kunna utbyta erfarenheter med personer som befinner sig i samma situation och gärna inom samma bransch. Några av dem har redan både formella och informella kontaktnät som skapats genom kurser och utbildningar de deltagit i tidigare. En av kvinnorna gick till exempel en kurs 2010 men hon är fortfarande välkommen att höra av sig till ansvarig lärare för att diskutera affärsplan och upplägg av verksamheten. Eller som Iris säger:

Jag går precis allt som finns kring företagande. ...så fort det är något och inte bara för kursen utan för att skapa nätverk med de andra deltagarna. Och det har vi haft väldigt stor nytta av. Det är inte alltid rubriken på kursen som lockar utan det är personerna som går den. Det finns mycket kurser att gå. /Iris

De kvinnliga företagarna är ense om att det är bra att det avsätts medel till kvinnliga företagare men samtidigt svarar nästan alla att om de fick välja så skulle de hellre gå en kurs där gruppen innehåller både kvinnor och män. Samtidigt är det flera av dem som tror att många kvinnor kan ha nytta av kurser enbart för kvinnor. En av kvinnorna som drivit företag sen 80-talet tror inte att de riktade insatserna behövs lika mycket längre.

”Jag tror inte man behöver göra särskilda satsningar nu. Men för 5-6 år sedan då var man nog tvungen till det. Nu är det så många som vågar. Men jag tror också det har att göra med vart man bor. Nu är det här en stark byggd där det växt upp mycket företag och vi har ett nätverk som heter Kindamat där det poppat upp massor produkter. Så man inspirerar varandra och då behöver man inte skilja på manligt och kvinnligt. Men när vi började var det ju inte så. Jag vet inte jag är lite emot att man delar så”
/Iris

Hedvig tror däremot att det kan vara bra med satsningarna på kvinnor men att utbudet av utbildare och kurser kan behövas ses över. Hon säger att listan på utbildare och utbildningar är lång och ställer sig frågande till om alla är seriösa. Även Gerda och Katrin tror att kurser riktade till kvinnor kan vara bra.

Jag tror det är många som står där och balanserar, ska jag eller ska jag inte, och det som gör det är att man känner sig osäker och inte har tillräckligt med kunskap. Och det här kan ju vara ett sätt att fylla på den kunskapen som också resulterar i att man startat ett företag. Så jag tycker det är jättebra. /Gerda

Jag tror det är bra, kvinnor är lite segare och vågar inte ta steget lika snabbt som männen så jag tror det är bra att man kan ha lite mer i ryggen att luta sig mot och den hjälp som kan erbjudas. /Katrin

Både kvinnorna som gått Qvinst-kursen och kvinnorna i den andra gruppen säger att för deras del skulle det inte hämna dem att gå kurser med båda män och kvinnor. Flera av dem säger även att de kommer överrens bättre med män än med kvinnor. De vill ha blandade grupper för att få en bra dynamik och för att de till viss del tror att kvinnor och män tänker olika i frågor kring företagande. Oliktänkandet ser de som en fördel i en blandad grupp där en blandning gör att fokus riktas mot flera frågor än i en homogen grupp. Kvinnorna från de båda urvalsgrupperna har deltagit i flera kurser och utbildningar. Kurserna har övervägande varit i blandade grupper och ingen av kvinnorna uttrycker att det varit något problem. Fokus har inte hamnat på vilket kön de tillhör utan på hur man driver ett företag på bästa sätt. Flera av kvinnorna tror att skillnaden mellan kvinnliga och manliga företagare idag är liten och att man därför skulle ha ett större utbyte i en blandad grupp. De vill även få mer fokus på lönsamhet vilket flera av dem tror att män har större fokus på och att de även har lättare att både ställa krav på sina kunder och att de vågar ta betalt för sina produkter. Flera av företagarna anser även att om det bara är kvinnor så kan det bli lite mycket drömmar och mjuka värden som hamnar i fokus.

För mig spelar det ingen roll. Jag har inte tänkt på att män skulle ha någon fördel så. Men om jag hade kommit från någon annan bransch så kanske jag hade tyckt det. /Fia

Jag skulle nog föredragit ibland om det varit blandat för då hade det blivit mer fokus på lönsamheten. Vi kvinnor kan jobba lite länge med en sak för att vi tycker det är roligt men frågan är hur lönsamt det är. Man måste vara lite mer kritisk om det tror jag killar är lite mer. /Eva

Kvinnorna tycker alltså att satsningarna riktade till kvinnor är bra och nödvändiga men samtidigt vill de helst att utbildningar och kurser ska bestå av

blandade grupper. Enligt genusteori är det inte lätt att som enskild individ se de strukturer som finns i det egna samhället. Forskningen visar att attityderna kring företagande och entreprenörskap har ändrats men att det fortfarande finns skillnader i hur män och kvinnor behandlas i sin roll som företagare. Att som individ se att det inte bara är ens egna egenskaper och förmågor som styr utan att det är strukturer som påverkar attityder och föreställningar är inte lätt. Forskningen visar att både kvinnor och män behöver bli upplysta för att det ska ske en större förändring.

Diskussion

Varför bli egenföretagare?

I studien har det framkommit flera olika förklaringar och orsaker till att kvinnorna startat företag. Den främsta anledningen som jag ser efter att ha träffat dessa tio kvinnor är att det är drivna, duktiga och vetgiriga kvinnor. Många av deras egenskaper stämmer överrens med de som lyfts fram i forskningen. Frågan är dock om det är dessa kriterier de ska bedömas efter. Forskare som fokuserar på både genus och entreprenörskap hävdar att den mesta entreprenörskapsforskningen är baserad på vita, medelklass män. Att använda den måttstock som är baserad på en liten homogen grupp när man tittar på en annan grupp kan vara missvisande. Det kan innebära att det finns en risk att kvinnornas företagande förminskas om de inte lever upp till samma kriterier som den medelman som forskningen i stort bygger på. Frågan är hur stor skillnad det är på att vara kvinna eller man när man driver företag? Skillnaderna kan vara mindre än vad vi tror men det kan även vara större. Jag tycker det är en svår fråga. När jag gav mig in i ämnet hade jag en uppfattning att forskning kring kvinnors företagande skulle vara väldigt liten. Jag har trots det hittat många intressanta källor som jag använt mig av i studien. Dessa källor är bara en liten del av det som finns, ju mer jag har läst i ämnet ju mer har jag hittat. Det känns som forskningen finns där men att den inte når ut till den stora massan. Jag tror att utmaningen nu ligger i att lyfta fram den forskning som finns och se till att den används på universitet och i skolor. Ett större steg tror jag är att bredda den forskningen som görs. Att inte titta på en homogen grupp i forskningen utan att sprida kriterierna både gällande, kön, ålder och etnicitet.

Den känsla jag får är att kvinnorna har lite svårare att stå för sina kunskaper än vad män har. De kvinnor som haft sina företag en längre tid utstrålar en trygghet och en stolthet för det de gör. Flera av kvinnorna säger själva att de ibland är för försiktiga med att framhäva sina kunskaper men

att det lärt sig med tiden. Det räcker inte med att själv veta att man kan, det gäller även att få andra att inse det. I min studie finns det inte ett svar på frågan varför och vem som blir företagare. Det finns tio svar, tio olika anledningar och många olika bidragande faktorer till att kvinnorna tagit sig dit de är idag. Jag har fokuserat på kvinnornas egna upplevelser och hur de själva ser på sitt företagande. De bilder kvinnorna ger går att koppla samman med de teorier entreprenörskapsforskningen lyfter fram samt med de genuskopplade teorier jag studerat. Forskningen lyfter fram flera ytterfaktorer som sägs påverka en person till att starta företag. Jag undrar vad som har störst betydelse den enskilda individens egenskaper eller strukturer i samhället i stort och lokalt på den plats personen är lokaliserad? Jag tror inte det finns ett svar på varför man blir företagare. Omständigheter, kunskaper och en rad andra faktorer påverkar den enskilda individen att ta steget.

Vem är företagare och vem är entreprenör?

Studien har fokuserat på hur kvinnorna ser på entreprenörer och företagare i generella termer. Teoretiskt är det skillnad på att vara företagare och att vara entreprenör. Entreprenören kan vara företagare och företagaren kan vara entreprenör men det går även att vara entreprenör utan att vara företagare, det går även att vara företagare utan att vara entreprenör. Entreprenören kommer med nya lösningar eller uppfinningar medan företagaren kan driva en verksamhet som bygger på redan beprövade metoder eller inarbetade branscher så som snickare, bilverkstad, äldrevård etc. De flesta av kvinnorna ser sig som företagare eller som en blandning av företagare och entreprenör. Det är bara någon som tycker att hon är mer entreprenör än företagare. Vilken betydelse har det att man ser sig själv som det ena eller det andra? Kan det ligga mer status i att ses som entreprenör än som företagare? När man tittat på sammanställningen av kvinnornas beskrivningar av en företagare respektive en entreprenör så tycker jag mig se en större tro på

företagaren än på entreprenören. Företagaren är den som ser till att det blir ekonomi och uthållighet i företaget. I samtalen med kvinnorna anade jag istället en större tro på entreprenören. Att man gärna ville vara lite entreprenör och komma på nya saker. Entreprenör används idag ofta som benämning på både entreprenörer och företagare vilket kan vara en anledning till att det ses som mer eftersträvsamt att kunna identifiera sig som entreprenör. Företagare är lite förlegat, nu pratas det om entreprenörskap och entreprenörskapsanda som viktiga komponenter i näringslivet. Entreprenörskapsandan ska stärkas och motiveras redan i skolan. Jag undrar om man behöver skilja på begreppen? Under studien har jag sett hur de båda begreppen glider in i varandra både i forskningen, politiken och när kvinnorna själva beskriver sin syn. Jag tror att alla företagare och entreprenörer har egenskaper som är karaktäristiska för de båda begreppen. Som kvinnorna i studien beskriver det känner en del sig mer som det ena eller det andra eller som en blandning.

Vad ger satsningar och utbildning?

Alla kvinnorna i studien förutom en har gått kurser för att kunna utveckla sitt företag. Kvinnan som inte gjort det har kunskaper med sig från tidigare studier och arbeten plus att hon driver sitt företag vid sidan om en heltidstjänst så tiden är begränsad. Det är tydligt att de som driver sin verksamhet vid sidan av en anställning inte har samma tid eller möjlighet att gå på kurser som de som driver företagen på heltid. Men även de som driver sina företag på heltid kan ha svårt att passa in utbildningar med den tid de har. Hur kommer man förbi sådana hinder? Kanske skulle det behöva ges kurser på distans. Det skulle vara intressant att se om det finns några studier på om företagare som deltar i kurser lättare kan höja omsättningen i sina företag än företagare som inte deltar i kurser. Om man kan visa att det lönar sig med utbildning kanske fler företagare ser till att avsätta tid för att utbilda sig.

Kvinnorna uttrycker att de helst vill gå på kurser där gruppen är blandad med kvinnor och män. Är det kvinnornas personligheter som gör att de hellre är i en blandad grupp eller är det strukturerna i samhället? Forskning visar att vi tjänar på jämställdhet både i vardagen och i arbetslivet. Borde det då inte vara bättre att även ha kurser med blandade grupper. Kvinnorna tycker det är fel att dela upp företagare efter kön. Kvinnorna tror dock att det finns vissa skillnader generellt sett mellan kvinnor och män i hur de driver företag. Skillnaderna ser de som positivt i en blandad grupp. Olikheterna tror de kan leda till ett större utbyte mellan deltagarna då fokus hamnar på fler frågeställningar. Idag finns det en uppsjö av utbildningar som vänder sig till kvinnor eftersom det finns öronmärkt medel till kategorin företagande kvinnor. Finns det forskning som stödjer att det skulle vara bra med könsuppdelade utbildningar eller görs det för att det är lättare att administrera de medel som ska gå till kvinnor? I andra kurser som företaget ViljaLysa genomfört har det för flera kvinnor varit avgörande för att delta att det varit en kurs enbart för kvinnor. Vad är det som skiljer kvinnorna jag intervjuat mot kvinnorna som deltog i kursen *Vidga inåt och växa utåt*? Beror det på deras personligheter, branscherna de befinner sig inom eller hur resonemanget utvecklats under intervjuerna? Forskning visar att riktade insatser kan få en stämpel på sig som mindre seriösa. Kvinnorna som deltagit i Qvinst har uppskattat utbildningen men säger sig ändå föredra blandade grupper. Kvinnorna som inte deltagit i kurser enbart för kvinnor kan ha svårt att se vad de kan få ut av en riktad utbildning. Ligger det en motsättning i att kvinnorna i studien är positiva till satsningarna på företagande kvinnor men är negativa till könsuppdelade kurser. Forskningen visar att det finns skillnader mellan kvinnors och mäns företagande. Skillnaderna beror på strukturer som den enskilda individen har svårt att påverka. Är det genom riktade insatser strukturerna lättast kan påverkas och i så fall hur för man fram det så att både kvinnor och män ser fördelarna i det?

En av strukturerna som påverkar är språkvalet när vi pratar om företagande. Jag har lyft fram exemplet mellan att prata om kvinnligt företagande eller företagande kvinnor. I många av de källor jag använt i studien använder man termen kvinnligt företagande medan de källor som lyfter fram genusperspektiv använder sig av företagande kvinnor. Under arbetes gång har jag reflekterat över att det är svårt att ändra sitt ordval även fast skillnaden i dem är tydlig och betydelsefull. Kan vi ändra på strukturer och förutfattade meningar med hjälp av vilka ord vi använder? Jag tror att det kan vara en hjälp på vägen och ett sätt att öppna upp till diskussion kring företagande och dess normer. Den uppfattning jag fått är att det inte skiljer så mycket på att vara man eller kvinna när man driver företag om man tittar på motiv och tidigare erfarenheter. Trots det tror jag att det finns betydande skillnader vad gäller normer och föreställningar mellan könen som påverkar utfallet. Kvinnorna ses fortfarande som abnormala företagare därför tror jag att satsningarna som görs på företagande kvinnor behövs. Kvinnorna behöver göras synliga och inkluderas i normen vilket troligen betyder att dagens norm kommer omvärderas.

Slutsatser

- Det finns inte ett svar på vem eller varför man blir företagare.
Kvinnorna besitter olika egenskaper, kunskaper och erfarenheter.
De har även startat företag av olika skäl. Övertagit efter föräldrarna, skapat sig ett arbete på gården osv.
- Utbildning ger erfarenheter.
Att delta i en utbildning ger tid till sådant man annars inte ger sig tid till. Som att sätta sig ner och reflektera över sin roll som företagare och sina mål med företaget. Fylla på sitt förråd med nya kunskaper och utvidga sina kontaktnät.
- Tidigare erfarenheter spelar roll. Uppväxt, förebilder, utbildning osv. påverkar individens företagande.
- Kvinnorna i studien ser fördelar med blandade grupper vid utbildning
- Kvinnorna efterfrågar mer fokus på lönsamhet och ekonomi vid utbildningar.

Referenslista

Economist Intelligence Unit, 2010. *Women's economic opportunity*, u.o.: The Economist.

Företagarna, 2013. *Fakta om kvinnors företagande*, u.o.: Företagarna.
Glesbygdsverket, 2008. *Kvinnors företagande i gles- och landsbygder - Fakta och fönster*, Östersund: Glesbygdsverket.

Grandin, A., 1998. Jämställdhet - Ett centralt politikområde. i: A. Baude, o.a. red. *Genus i praktiken - på hans eller hennes villkor?*. u.o.: Jämställdhetsarbetarens förening (JA), pp. 12-20.
Hirdman, Y., 2003. *Genus - om det stabilas föränderliga former*. Malmö: Liber AB.

Holmquist, C. & Sundin, E., 2002. Framtid och förändringsmöjligheter. i: C. Holmquist & Sundin, Elisabeth, red. *Företagerskan - om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS förlag, pp. 189-200.

Holmqvist, K., 2002. Integration mellan genus- och entreprenörskapsteori - Är det möjligt och/eller önskvärt?. i: K. Holmqvist & E. Sundin, red. *Företagerskan - Om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS Förlag, pp. 47-67.

Hughes, K. D., 2003. Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and. *Gender, work & organization*, 10 (4), pp. 433-454.

Jordbruksverket, 2013. *Vad är landsbygdsprogrammet?*. [Online] Available at:

http://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/landsbygdsutveckling/vision_och_program/landsbygdsprogrammet20072013/vad_är_landsbygdsprogrammet.4.7a446fa211f3c824a0e8000171998.html

[Använd 03 11 2013].

Kelley, D. J. o.a., 2013. *Global Entrepreneurship Monitor -2012 Women's Report*. [Online]

Available at: [http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-](http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202012%20Womens%20Report.pdf)

[research/gem/Documents/GEM%202012%20Womens%20Report.pdf](http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202012%20Womens%20Report.pdf)

[Använd 27 09 2013].

Landström, H., 2005. *Entreprenörskapets rötter*. 3 red. Lund: Studnetlitteratur.

Landström, H., Löwegren, M. & (red.), 2009. *Entreprenörskap och företagsetablering -Från idé till verklighet*. 1 red. Lund: Studentlitteratur.

Lidström, C., 2013. *Men jag är ju inte van att inte vara norm!*. [Online]
Available at: <http://www.underbaraclaras.com/clara-ryter-ifran/men-jag-ar-ju-inte-van-att-inte-vara-norm/>
[Använd 18 12 2013].

Lundgren, S., 2011. *Jordbruksföretag och företagare 2010 -statistiska meddelande*, u.o.: SCB.

Messing, U., 1998. Vägen till jämställdhet. i: A. Baude, o.a. red. *Genus i praktiken -på hans eller hennes villkor?*. u.o.:Jämställdhetsarbetares förening (JA), pp. 32-37.

NE.se, 2013. *Entreprenör*. [Online]
Available at: <http://www.ne.se/lang/entrepren%C3%B6r/163135>
[Använd 26 09 2013].

NE.se, 2013. *Företagare*. [Online]
Available at: <http://www.ne.se/sve/f%C3%B6retagare>
[Använd 26 09 2013].

Nilsson, J., Petersson, M. & Pettersson, L., 2009. *Företagande på landsbygden -Stad eller land, gör det någon skillnad?*, Jönköping:

Jordbruksverket .

Nordregio, 2009. *Den osynliga entreprenören -Genus och företagande i de gröna näringarna*, u.o.: LRF Jämställdhetsakademi.

Näringsdepartementet, 2007. *Kvinnors företagande*. [Online]
Available at: <http://www.regeringen.se/sb/d/8649>
[Använd 16 11 2013].

Näsman, B., 2000. *Pappas flickor... Entreprenöriella processer i kvinnoföretagandets tillkomst*. Edsbruk: Akademitryck AB.

Orhagen, M. & Scott, D., 2001. Why women enter in to entrepreneurship: an explanatory model. *Women in Management Review*, 16(5), pp. 232-243.

SCB, 2013. *Befolkningens utbildning*. [Online]
Available at:
http://www.scb.se/statistik/publikationer/UF0524_2012A01_BR_02_UF0

1BR1201.pdf

[Använd 25 09 2013].

Sundi, E., 2003. Små företag -lösning på vad och för vem. i: C. von Otter, red. *Ute och inne i svenskt arbetsliv -forskare analyserar och spekulerar i framtidens arbete*. Stockholm: Arbetslivsintitutet, pp. 253-271.

Tillväxtverket, 2011. *Regerings beslut*. [Online]

Available at:

<http://www.tillvaxtverket.se/download/18.418280eb12db85acaec800011266/Regeringsuppdrag+Fr%C3%A4mja+kvinnors+f%C3%B6retagande.pdf>

[Använd 26 09 2013].

Tillväxtverket, 2013. *Gör nytta: Affärsutvecklingsinsatser för att utveckla idéer och företag*. [Online]

Available at:

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/flerochvaxandeforetag/framjakvinnorsforetagande/gornyttaaffarsutvecklingsinsatserforattutvecklaideerochforetag.4.74f57d0f1283a4f88ff80007414.html>

[Använd 27 06 2013].

Tillväxtverket, 2013. *Gör nytta: Affärsutvecklingsinsatser för att utveckla idéer och företag*. [Online]

Available at:

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/flerochvaxandeforetag/framjakvinnorsforetagande/gornyttaaffarsutvecklingsinsatserforattutvecklaideerochforetag.4.74f57d0f1283a4f88ff80007414.html>

[Använd 08 11 2013].

Tillväxtverket, 2013. *Organisation*. [Online]

Available at:

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/omtillvaxtverket/uppdragochorganisation/organisation.4.21099e4211fdb8c87b800017529.html>

[Använd 08 01 2014].

Ungdomsbarometern; Jordbruksverket, 2012. *Målgruppsanalys*. [Online]

Available at:

<http://www.jordbruksverket.se/download/18.7c4ce2e813deda4d30780004330/1366288405572/UB+%28c%29+12-13+Jordbruksverket+Analys.pdf>

[Använd 27 09 2013].

ViljaLysa, 2013. *QVINST - affärsutveckling för kvinnor inom de gröna näringarna i Östra Mellansverige*. [Online]

Available at: <http://www.viljalysa.se/index.php/qvinst-affaersutveckling->

foer-kvinnor-inom-de-groena-naeringarna
[Använd 01 10 2013].

Personligt meddelande

Andersson Brinckmann, A., 2013-12-12 *Mejl-konversation*

Bilaga 1

Intervjuguide

Vem är kvinnan i företaget

Namn, Ålder

Utbildning,

Familj

Tidigare arbete?

Intro av själva företaget:

Vad består företaget av tjänster/varor?

Drives det på heltid?

Annan sysselsättning?

Bakgrund till företagandet

Varför har de valt att bli egenföretagare?

Historia?

Stöd från andra?

Övertagande/ny idé?

1. – Varför utbildningen Qvinst?

Hur har fått reda på utbildningen

Deltagit i andra utbildningar?

Vad har varit det bästa/sämsta

Vad har ändrats av utbildningen/ har du nått målen

Är du med i några andra nätverk/organisationer?

2. Har du gått någon utbildning kring företagande.

Om ja.

Vad?

Varför?

Fått ut av det?

Om nej.

Varför inte?

Skulle du vilja?

Vad tror du det ger?

Räcker inte tiden till? Finns inte viljan? Går det bra iaf?

- Hur ser kvinnorna på sig själva och andra i rollen som företagare/entreprenör?
Vad är en entreprenör för dig?
Vad är en företagare för dig?
Hur benämner du dig själv?
Beskriv dina egenskaper som företagare?

Hur tycker du att du blir bemött av andra i din roll som företagare?
Tror du att det är någon skillnad på hur män och kvinnor blir bemötta som företagare?
Bra/dåligt bemött?
På vilket vis.
Varför tror du det är så?
Vad skulle du vilja ändra på?

Vad är den största utmaningen med att driva företag?
Vad är det enklaste/bästa med att driva företag?
Hur ser du på framtiden för ditt företagande?

Vad anser du om satsningarna på kvinnligt företagande?
Behöver man skilja på manligt och kvinnligt företagande?
Hur tycker du att satsningarna/kurser/hjälp borde vara utformade?