

Bilder av kvinnors företagande i Kronobergs län – möjligheter och hinder

Charlotte Silander & Malin Henriksson, Linnéuniversitetet

Studiens bakgrund och syfte

- Kvinnors företagande en allt mer aktuell fråga – Kvinnors företagande viktig del i att utveckla traditionell tillverkningsindustri till mer kunskapsintensivt näringsliv (OECD 2012).
- Många inblandade aktörer som skall stödja kvinnors företagande på regional nivå. Vilka bilder har dessa tillväxtaktörer av möjligheter och hinder för kvinnors företagande? Vilka bilder har man av länet som tillväxtregion och hur ser man på kön, genus och jämställdhet?
- *Syfte:* att kartlägga tillväxtaktörers inställningar till kvinnors entreprenörskap och kvinnors företagande som tillväxtpotential.
- *Frågor:* Hur ser länets tillväxtaktörer på möjligheter och problem kopplat till kvinnors företagande i Kronobergs län? Hur ser kvinnor som driver företag i Kronobergs län på möjligheter och hinder för det egna företagandet?



Metod

- Uppdrag och finansiering från Winnet Kronoberg
- Pilotstudie, dvs en provstudie som görs i en mindre skala än en fullvärdig och som kan ge en vink av vad som behöver undersökas.
- Intervjustudie av tillväxtaktörer och kvinnor som driver företag i Kronoberg.
- 12 företrädare för tillväxtaktörer har intervjuats; Näringslivsenheten Växjö kommun, Näringslivsenheten Markaryds kommun, Region Södra Småland, Linnéuniversitetet, Företagarna, Almi, Almi Invest, Länsstyrelsen
- Urval: Tillväxtaktörer avser de större aktörer som på något sätt är med och stödjer kvinnors företagande.
- 5 kvinnor som driver företag.
- Urval 1) Slumpmässigt urval av företag i Kronoberg och Markaryd som ägs eller leds av en kvinna från Upplysningscentralen. 2) Urval från satsningen ”Företagare i Kronoberg”.
- Metoden tillåter inte generella slutsatser men ger bra möjligheter för att förstå förhållningssätt och resonemang.



Indelning av förklaringar till kvinnors lägre företagande

	Företagande	Samhälle
Självselektion	1 • Kvinnor är mindre riskbenägna när det gäller företagande	3 • Kvinnor väljer bort företagande för att prioritera barn och familj
Diskriminering	2 • Kvinnor sämre möjligheter för medfinansiering och lån • Dominans av manliga nätverk	4 • Könsssegregerad arbetsmarknad • Traditionell branschstruktur



Kategori 1. Tillväxtaktörerna: Kvinnor väljer bort företagande

- Företagande är något specifikt och något som kvinnor *väljer* bort.
- Kvinnor mindre riskbenägna än män! Ovilja att ta risker får speciellt stora konsekvenser för företagande.

”Kvinnor har en annan riskmedvetenhet, de vill vara riktigt säkra innan de gör något” (Almi).

”Kvinnor är mer försiktiga, de vill ha mer kontroll och de kanske inte är så visionära” (Almi Invest).



...och väljer att inte växa...

- Återkommande idé om att kvinnor går miste om utvecklingsmedel för att de inte vill växa eller expandera:

”Kvinnor driver små företag: ofta ingen ambition att utveckla företagen så att de växer och kan anställa. Det måste finnas en potential att bli ett framgångsrikt företag.” (Almi).

- Det finns forskning som hävdar att det är en myt att företagande kvinnor inte vill att deras företag skall växa (Johansson & Malmström 2011, Holmquist & Wennberg 2010).
- 74 % av företag som drivs av kvinnor i Kronoberg uppger att de vill växa, 31% vill växa både vad gäller omfattning av anställda, 43 % vill växa utan att anställa fler (tillväxtverket 2011)



Företagande kvinnors syn:

Ingen företagande kvinna säger att kvinnor skulle vara mindre riskbenägna, en säger:

”Jag tror att det är generellt i Sverige, både män och kvinnor är rädda att misslyckas. Men via min utbildning vet jag att man kommer att göra misstag.”

I de intervjuade kvinnornas berättelser är kontroll över företaget och ”multi-tasking” mer framträdande än riskovillighet:

”Jag har utformat allt. Bok. Upplägg. Det är därför det har varit så lyckat: `Utbildningen är jag`.”

”Jag är väldigt driven/stresstålig/jag klarar av att ha mycket att göra. Jag har tre extra jobb [...] och jag pluggar 100 procent.”

Kategori 2. Strukturella förklaringar: finansiella hinder, stereotyper och manliga nätverk

Kategorin domineras av två föreställningar:

2) Kvinnor, i större utsträckning än män stöter på **finansiella hinder** när de vill starta och driva företag tex att kvinnor får en mindre del av samhällets utvecklingsmedel än män (Johansson & Malmström 2011) eller att kvinnor kan ha svårare att få lån (Belluci, Borisov et al 2010).

1) Företagsvärlden präglas av **manliga nätverk** som gynnar män men där det är svårt för kvinnor att komma in, Old Boys Network, homosocialitet, Forskning om regional utveckling och kön (Hedfeldt 2003, Hedfeldt 2008, Hedlund 2011)



Tillväxtaktörer:

Flera av de intervjuade tillväxtaktörerna delar inte bilden att kvinnor får mindre del av regionala tillväxtmedel utan menar att det satsas relativt mycket på kvinnors företagande och att kvinnor får medel som de söker.

Stödsystemen har ett tillväxtperspektiv och gynnar inte kvinnors företagande. De ger mer stöd till större satsningar och bygger på att man ska *utveckla företaget*, investeringsbidrag ges till *nyinvesteringar*.

”Kvinnor driver företag som det knappt går att försörja sig på. Kvinnorna har själva inte satt som krav att expandera eller göra stora investeringar.” (Länsstyrelsen).

”...kvinnor har en tendens till att starta företag på annat sätt. Man går inte och lånar upp pengar för att köpa ett företag eller satsa brett. Utan man knegar på med någon form av organisk tillväxt då egentligen. Så, på så vis så kan man ju säga att strukturerna talar emot att kvinnor får ta del av pengarna” (Region Södra Småland).



Företagande kvinnor:

Företagsstödjande aktörer upplevs som otillgängliga:

” Det kändes nästan som att det var medvetet från deras sida; som att det ska vara svårt att söka bidrag.”

Svårigheter att *passa in* mot stödformerna:

” De skrev också att bidrag fanns att söka om jag flyttade en liten bit utanför stan. Det var lite tråkigt, men det kändes ändå som en chansning att få stöd.”

De intervjuade kvinnliga företagarna tror att kvinnor ibland censurerar sig själva och låter bli att söka medel:

”Man känner att för att kunna ta det av tillväxtmedel så måste man vara ett företag där man skapar arbetstillfällen, även för andra. Så känner i alla fall jag. Många tänker så. [...] Det man inte alltid tänker på är att arbetstillfällen skapas i periferin.”



...och betydelse av manliga nätverk...

Flera företagsstödjande aktörer hänvisar till betydelsen av nätverk, men också att dessa förändrats:

”Manliga nätverk är dock inte som förr. Förr hade en man ett företag och hemma hade han frun. Mannen jobbade och sedan gick han till Rotary och drack punsch. Idag ser det inte ut så, idag är männen mer moderna och delar ansvar över hem och barn och det dricks inte så mycket punsch...”
(Näringslivschef Markaryds kommun).



Kvinnliga företagare om nätverk....svårt att komma in i etablerade företagsnätverk

”Är det mansdominerat kan det vara svårt. Om jag kommer i kjol och höga stövlar, då får jag uppmärksamhet. Ja alltså, med kavaj upptill och så. Man får anpassa sin klädsel. Utseendet har ett visst värde, det gör en intressant. Men om jag står grå och tyst som en mus så lär jag inte kunna armbåga mig fram.”

”I andra nätverk måste man jobba mer för att ta plats. Man blir en i mängden. Dessutom måste man ha lite kött på benen innan man tillexempel träffar Almi, då ska man kunna *tala* för sin verksamhet. Det finns även många garvade kvinnor, då kan man bli osäker, hur bär man sig åt för att komma dit? Alla vill bli framgångsrika men hur ska man hitta sin nisch?”



Kategori 3: Företagande kräver mycket tid och det är svår att kombinera med barn och familj:

”Kvinnor är lite mer försiktiga med sin tid och med sina resurser. Det kräver att du har tid och resurser för att starta ett företag vilket betyder att du inte har tid att hantera familj. Det handlar om både tid och pengar. Det kanske fortfarande är så att kvinnor har huvudansvaret för familjen. Om en man driver företag och arbetar 60 timmar i veckan så sköter kvinnan allt hemma – då måste det vara tvärt om, om kvinnan skall kunna driva ett företag och så är det inte alltid. ...Det är inga 40 timmars veckor man har som företagare.” (Almi invest)



Kvinnliga företagare:

Ingen entydig bild att det är svårt att kombinera företagandet med familjeliv.

Beror på villkoren för specifika företag. Många talar om vikten av mannens uttalade stöd:

”I bilden av kvinnor som lyckas finns förstående och snälla män.”



Kategori 4. En könssegregerad arbetsmarknad och traditionell branschstruktur

Förklaringar i kategori 4 tar sikte på kvinnors situation i samhället generellt, inte något som är specifik på företagande och som får diskriminerade effekt. Företagande något manligt präglat och att som kvinna driva företag innebär att bryta mot normen (Sundin 2002).

”Näringslivet karaktäriseras av tillverkningsindustri. Jag brukar säga att det är manligt, mekaniskt och relativt lågutbildat. Det är ett stort arbete att få kvinnor att få positioner och vilja och våga starta eget, speciellt i Markaryd men också i regionen i övrigt.” (Näringslivschef, Markaryds kommun).

”Det handlar främst om hur branschstrukturen ser ut. Områden där kvinnor är starka där har vi i Sverige ingen tradition. Vi har dålig tradition överhuvudtaget i Sverige att driva företag.” (Företagarna)

Kvinnliga företagare:

- Kvinnorna tror att vissa branscher premieras hos de som delar ut företagsstöd:

”Jag tänker mig att det har med branscher att göra. Just att man som kvinna håller på med `krims-krams`: blomsteraffärer, inredning etc. Det är inte lika handfast som att ha stora maskiner som spottar ur sig metalledar.”

- Branschstruktur samvarierar med lokala föreställningar om vad som är en ”riktig företagare”.



Om information om tillväxtmedel

Tillväxtaktörer:

- Alla företagsstödjande aktörer menar att information till företagare ska utformas på samma sätt oavsett om den vänder sig till män eller kvinnor
- Det är viktigt med förebilder när information sprids

Kvinnorna vill ha:

- Riktad och personlig information till kvinnor behövs
- Hjälp att komma igång och inspirationsträffar
- Bättre och tydligare information om tillväxtmedel via nätet
- Behov av förebilder:

” Det hade varit bra när man går en utbildning ”När man ändå pratar om hur man kan driva företag hade det varit bra att få info även om bidrag man kan få.”



Avslutningsvis

- Tillväxtaktörerna och de intervjuade kvinnorna är överens om behov av riktat stöd i uppstartsfas. Inte överens om att det skulle bero på att kvinnor är mindre riskbenägna.
- Kvinnor upplever sig bli bedömda utifrån manligt kodade stereotyper, tillverkning och produktion av varor är normen.
- Normen för företagsutveckling är att expandera genom att anställa eller teknikutveckla – både tillväxtaktörer och kvinnorna menar att det också präglar stödsystemen.
- Kvinnorna berättar om både positiva och negativa kontakter med tillväxtaktörerna men genomgående efterfrågar de bättre och tydligare information om vilka företagsstöd som finns tillgängliga.
- Tillväxtaktörerna talar om att information ska vara könsneutral, kvinnorna efterfrågar riktad information och inspirationsträffar där man kan träffa andra företagare.



Förslag på framtida forskning om kvinnors företagande i Kronoberg

- Hur fördelas offentliga tillväxtmedel på kön i Kronobergs län?
- Vilken betydelse har ett läns branschstruktur på kvinnors företagande?
- Hur ser kopplingen mellan branschstruktur och nätverk ut?
- En större enkätstudie om kvinnor som driver företags syn på möjligheter och hinder där det går att dra generella slutsatser.
- Riktad intervjustudie som tar fasta på att kvinnors nyföretagande är högre i Kronoberg än i riket: vad har de för berättelser om överskridande av lokala stereotyper för företagande och om att välja att bli företagare i detta län?



Tack för visat intresse!

Charlotte.silander@lnu.se

Malin.henriksson@lnu.se

