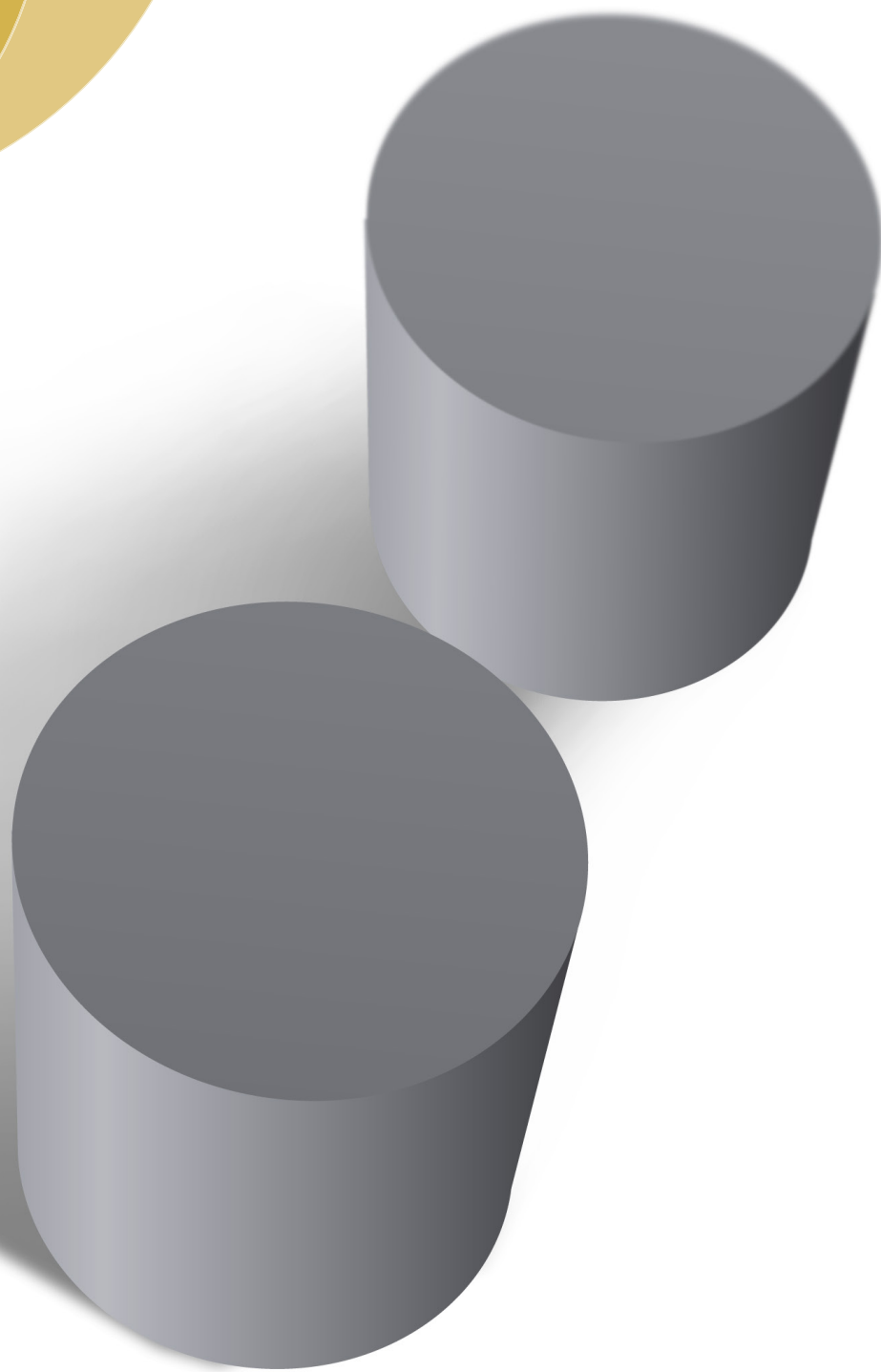


PM

2015:13



Ambassadörer för **kvinnors företagande**

– en teoribaserad utvärdering

Ambassadörsprogrammet inom regeringens satsning "Främja kvinnors företagande" syftade till att synliggöra kvinnors företagande. I denna utvärdering diskuteras den bild av kvinnors företagande som synliggjorts och hur förenlig den är med programmets övergripande mål.



Dnr: 2013/001

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon: 010 447 44 00
Fax: 010 447 44 01
E-post: info@tillvaxtanalys.se
www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta: Barbro Widerstedt
Telefon: 010 447 44 37
E-post: barbro.widerstedt@tillvaxtanalys.se

Förord

Tillväxtanalys har fått regeringens uppdrag att utvärdera satsningen *Främja kvinnors företagande*. Detta är en delstudie inom ramen för uppdraget, som ska slutredovisas den 31 oktober 2018.

Föreliggande studie är en teoribaserad utvärdering av projektet *Ambassadörer för kvinnors företagande*, inom ramen för programmet *Främja kvinnors företagande*. Som en bilaga till studien finns även en forskningsöversikt över studier av kvinnors företagande under perioden 2007–2015.

Studien är författad av professor Gun-Marie Frånberg, Umeå universitet, och har redigerats och kompletterats av Barbro Widerstedt och Tove Jarl, analytiker vid Tillväxtanalys. Barbro Widerstedt är projektledare för utvärderingen. Carin Persson och Gunilla Thorstensson, Tillväxtverket, samt Carly Smith Jönsson, Tillväxtanalys, har läst tidigare versioner och bidragit med värdefulla kommentarer och synpunkter.

Östersund, juni 2015

Björn Falkenhall
Vik. avdelningschef Entreprenörskap och näringsliv
Tillväxtanalys

Innehåll

Sammanfattning	7
Summary	8
1 Inledning	9
1.1 Kontext	10
1.2 Disposition	11
2 Ambassadorsprojektet	12
3 Teoribaserad utvärdering	14
3.1 Definitioner av begrepp	15
3.1.1 Jämställdhet	15
Förändring av attityder	18
3.1.2 Betydelsen av förebilder	19
3.2 Teoretisk analys av ambassadorsprojektet	20
3.2.1 Aktörer och handlingar	21
3.2.2 Ambassadörer som förebilder	22
4 Kvinnors företagande i Sverige	24
4.1 Den könssegregerade arbetsmarknaden och det könssegregerade företagandet	25
4.2 Viljan att bli företagare och viljan att växa	26
5 Kvinnors företagande i policydiskussionen	27
5.1 Mål och historik	27
5.1.1 Policyhistorik	28
5.1.2 Bilden av kvinnors företagande i policy	29
5.2 Förebilder för kvinnor som vill driva företag	30
5.3 Entreprenörskap i skolan	31
6 Forskning om kvinnors företagande	33
6.1 I korsningen entreprenörskap och genus	33
6.2 Bilden av kvinnan som företagare	34
6.3 Ett segregerat arbetsliv	37
7 Avslutande diskussion	39
8 Referenser	41

Sammanfattning

Ambassadörsprojektets inriktning och utformning riskerar att konservera snarare än ändra bilden av kvinnors företagande.

Inledning

Som ett led i regeringens satsning på att främja kvinnors företagande gavs Tillväxtverket 2007 i uppdrag att utse ambassadörer för kvinnors företagande, i syfte att lyfta fram företagandet som ett möjligt karriärval hos unga genom att företagarna berättar om sitt företagande. Projektet skulle bidra till att synliggöra kvinnors företagande och bredda bilden av företagare och företagande. Sex miljoner kronor avsattes särskilt för detta ändamål under perioden 2011–2015. Cirka 800 kvinnor valdes ut som ambassadörer i första omgången. Arbetet utfördes utan ersättning till ambassadörerna. Ambassadörerna har gjort drygt 7 000 besök och mött knappt 130 000 personer under perioden 2011–2014. Projektet har i stort uppfyllt målen om uppmärksamhet i media.

Resultat

Cirka 14 procent av svenska kvinnor driver företag och cirka sju procent har företagandet som huvudsyssla. Andelen företagare som är kvinnor har legat konstant mellan 25 och 30 procent under de senaste 50 åren. Kvinnors företagande är koncentrerat till arbetsintensiva tjänstebranscher, särskilt inom omsorgssektorn. Bilden av företagaren är starkt manligt kodad, i både policy och forskning. Kvinnors företagande beskrivs som fundamentalt annorlunda, drivet av annan rationalitet än mäns företag. Kvinnors företag sysselsätter färre och är mindre lönsamma än företag som drivs av män.

Slutsatser

Under programperioden 2011–2014 skulle projektet särskilt uppmärksamma kvinnor som drev innovativa företag i tjänstesektorn. Med tanke på att kvinnor traditionellt driver företag inom tjänstesektorn är potentialen att ändra den traditionella bilden av kvinnors företagande liten. Ambassadörerna arbetade ideellt, vilket förstärker bilden av den tjänande kvinnan, som inte drivs av samma ekonomiska intressen som män. Att upprätta en speciell arena för att synliggöra kvinnors företagande förstärker även bilden av kvinnor som fundamentalt annorlunda företagare än män.

Fortsatt lärande

Attityder till kvinnors företagande är ett löst definierat begrepp och sambandet mellan attityder i stort och praktiska livsval för individen är indirekt och långsiktigt. Valet av utbildningsinriktning är många gånger centralt för valet av företagande som form för yrkesarbete. Genom att studera olika attityder till företagande i grupper med olika utbildningsbakgrund, kanske det är möjligt att förstå hur olika aspekter – inklusive attityder – påverkar valet att bli företagare. Denna förståelse kan sedan ligga till grund för mer precist formulerade insatser för att förändra attityder till kvinnors företagande.

Summary

The project *Ambassadors for Women's Entrepreneurship* was implemented by the Swedish government as part of a larger programme that was started in order to encourage women's entrepreneurship. The purpose of the project was to change the current view of women's entrepreneurship by making women entrepreneurs, especially those managing innovative firms in service industries, more visible. The current study is a theory-based evaluation of the Ambassador project.

Some 800 female entrepreneurs were recruited as ambassadors. Their mission was to present themselves and their companies to students in schools and universities and in other public forums. The ambassadors made some 11,000 public appearances and met around 170,000 people between 2008 and 2014. Most of the stated targets for media exposure for the ambassadors were met.

Around 14 per cent of Swedish women over the age of 16 run a business, and the management of the firm is the primary source of income for around 7 per cent of Swedish women. Between 25% and 30% of Swedish entrepreneurs and firm-managers are women, a share that has been fairly constant for the past fifty years. Women's entrepreneurship is concentrated in labour-intensive service industries, especially in care industries. The entrepreneur as a profession has strong male connotations in both policy and research. Female entrepreneurship is described as fundamentally different from male entrepreneurship and driven by different rationales. Companies managed by women tend to have fewer employees and lower profitability than companies run by men.

The Ambassador project had the specific objective of making women entrepreneurs more visible, especially women who manage innovative businesses in service industries. The potential for successfully challenging the public image of female entrepreneurship is limited considering that these are industries where women traditionally are entrepreneurs and firm managers. Ambassadors were not remunerated for their participation in the project, which may reinforce the image of the subservient (servicing) woman who is not driven by the same economic incentives that men are. The establishment of a separate arena for women entrepreneurs reinforced the image of women as a fundamentally different kind of entrepreneur compared to the male norm.

1 Inledning

Tillväxtanalys har fått regeringens uppdrag att utvärdera satsningen *Främja kvinnors företagande*. Föreliggande rapport är en teoretisk utvärdering av ambassadörsprojektet, ett projekt inom ramen för *Främja kvinnors företagande*.

Ett grundläggande dilemma för en utvärdering av ambassadörsprojektet är att syftet med satsningen är allomfattande och vagt, och att insatsen till form och innehåll är mycket löst kopplat till de eventuella mål med satsningen man indirekt kan utläsa i besluten. Ambassadörsprojektet är vidare inbäddat i en vidare samhällelig diskurs och kontext, som på många sätt överskuggar satsningen. Den mediala debatten är rörligare än de premisser på vilka projektet vilar, vilket gör det svårt att avgöra vilken betydelse insatserna haft för den mediala eller den personliga bilden av företagaren.

Ramböll (2015) genomförde en uppföljning mot de kvantitativa resultatmål som Tillväxtverket ställt upp för ambassadörsprojektet. Tillväxtanalys lade särskild omsorg vid att finna en form för utvärdering som inte duplicerar Tillväxtverkets uppföljningar och utvärderingar. Att mål- eller effektutvärdera mot de samhällliga mål som ställdes upp bedöms inte som möjligt. Detta beror främst på att:

- Vilka individer i målgrupperna som tagit del av insatsen inte är känd,
- Den förväntade effekten är begränsad och intimt sammanflätad med andra insatser i programmet,
- Målet är inbäddat i stora samhällliga trender där insatsens inverkan och betydelse inte kan bedömas i efterhand, samt
- Observerade förändringar i beteenden troligen sker med mycket lång eftersläpning, med tanke på den unga målgruppen.

I denna studie kommer vi att granska bilden av företagande, ambassadörsprojektets utformning och dess dolda och öppna agenda. Syftet är att teoretiskt diskutera potentialen att påverka individens bild av företagande (som manligt kodat) och därmed individens val. Vi ställer således främst frågor kring den logiska modell som ligger implicit i ambassadörsprojektets uppbyggnad. Utvärderingen handlar således om potentialen för att påverka de attityder man vill påverka.

Utvärderingen kommer att beröra två nivåer: makronivå och mikronivå. Dessa nivåer diskuteras parallellt, då de är nära sammankopplade med varandra. Utvärderingen tar vidare ett utanförperspektiv, där ambassadörsprojektet tolkas utifrån hur det beskrivs och utifrån en bakgrundsbeskrivning av det sammanhang i vilket projektet verkar.

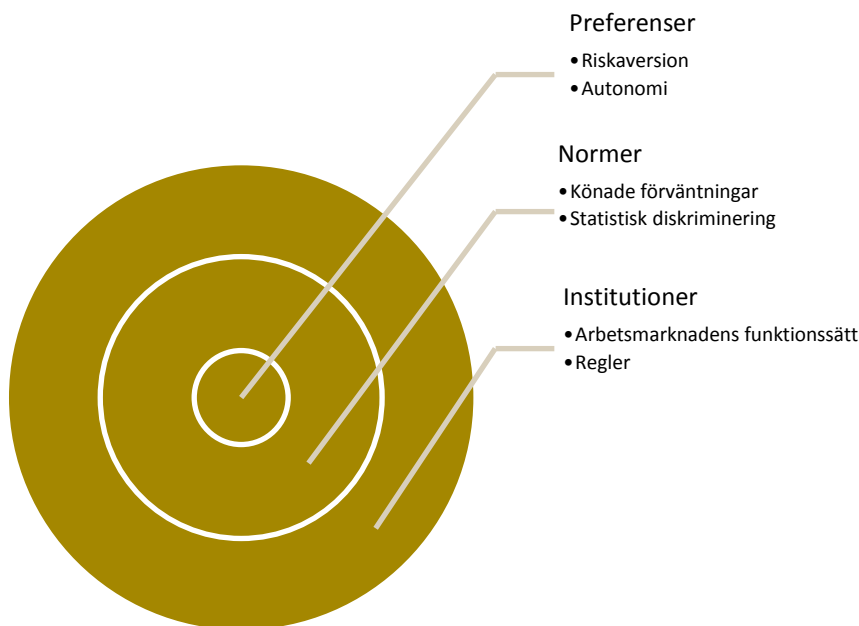
På makronivå diskuteras förutsättningarna för att ambassadörsprojektet kan ha en inverkan på det näringspolitiska problem som ges som grund för programmet *Främja kvinnors företagande*. I detta sammanhang diskuteras olika hypoteser om vilka programmets dolda mål kan vara. Man kan säga att vi söker målen för satsningen på ambassadörer för kvinnors företagande i dess faktiska implementering. Dessa mål är i sin tur beroende på om man ser satsningen som en jämställdhetspolitisk eller en näringspolitisk insats. Ambassadörsprojektets potential att påverka attityder diskuteras genom att analysera den bild av kvinnors företagande som visas upp.

På mikronivå diskuteras om ambassadörsprojektet som det är utformat kan påverka de attityder som anges som orsak till att kvinnor är företagare i lägre utsträckning än män. Utifrån den forskning som finns om förebilder och arbete med förebilder diskuteras potentialen i att långsiktigt påverka attityder hos de som träffat en ambassadör.

1.1 Kontext

Kvinnors företagande är en form för arbete som kan förstås i ett samspel mellan individuella preferenser, samhällets institutioner och samhällets normer. I och med att dessa faktorer samspelar på ett oförutsägbart sätt innebär detta att det inte finns en tydlig linje mellan interventionen och utfallet.

Företagare väljer i stor utsträckning att starta företag i de branscher där de har tidigare arbetslivserfarenhet. Detta är inte förvånande, eftersom individen bygger upp kunskap om det som ska produceras och den marknad man producerar för, vilket kan användas i företagandet. Företagare är primärt inte ett yrke liknande tandläkare eller revisor, utan en form för yrkesverksamhet inom vilket (till exempel) tandläkaren eller revisorn använder sin kompetens för att skapa inkomst. Företagarkompetensen är enligt detta sätt att se ett komplement till branschkompetensen och kan därmed inte frikopplas från tidiga livsval som utbildningsinriktning eller tidig arbetserfarenhet.



Figur 1 Nivåer för norm- och attitydbildning och yttre påverkande faktorer.

Det ramverk inom vilket sambanden mellan olika nivåer i norm- och attitydbildning tolkas i denna utvärdering illustreras i Figur 1. Ett antal icke-ekonomiska faktorer diskuteras i forskningen i samband med kvinnors företagande. I centrum finns individen, som kan ha olika värderingar och olika preferenser och vars attityd till risk varierar. Samtidigt existerar individen i ett samhälle vars normer påverkar vad individen kan välja och hur ett visst val kommer att accepteras av samhället. Normerna kommer i sin tur att påverka hur samhällets institutioner utformas, men institutionerna påverkar även normerna och därmed individens val.

Eftersom preferenser, normer och samhällets institutioner är så sammankopplade och ömsesidigt beroende är det svårt att frikoppla dem och diskutera nivåerna separat från varandra. Av denna anledning berör utvärderingen både möjligheten att påverka attityder och normer och bilden av kvinnors företagande i policy och forskning. Det samhälleliga problem som motiverar policy skapas både av verkligheten och av den diskurs inom vilket projektet utformats. Detta gäller såväl de attityder och bilder som ska påverkas för att uppnå målet med insatsen, som valet av och formen för insatserna. En teoretisk utvärdering av ambassadörsprojektet innefattar därmed även en diskussion om målen med programmet *Främja kvinnors företagande* som helhet.

1.2 Disposition

Studien är disponerad på följande sätt: I avsnitt 2 beskrivs ambassadörsprojektets utformning. Den teoribaserade utvärderingen återfinns i avsnitt 3. En avslutande diskussion återfinns i avsnitt 7. Avsnitt 4, 5 och 6 utgör bakgrunden för utvärderingen. En statistisk bild av kvinnors företagande finns i avsnitt 4. I avsnitt 5 redogörs för hur kvinnors företagande har diskuterats i den politiska diskursen. I avsnitt 6 sammanfattas forskning om kvinnors företagande ur olika aspekter. Som bilaga till studien finns en fyllig forskningsöversikt.

2 Ambassadorsprojektet

År 2007 fick Nutek, sedermera Tillväxtverket, i uppdrag av regeringen att samordna och genomföra ett program för att främja kvinnors företagande under programperioden 2007–2009, med förlängning till 2010.¹ Skälet till programmet grundade sig i att betydligt färre kvinnor än män driver företag i Sverige och att andelen företagande kvinnor är lägre än i många andra europeiska länder.

Ambassadorsprojektet, ett av delprojekten i programmet, handlade om att förändra attityder och att skapa förebilder och mötesplatser. Benämningen ambassadör har hämtats från Storbritannien där en liknande (dock mindre framgångsrik) satsning på företagande kvinnor genomförts. Syftet med ambassadorsprojektet var därför att stärka och synliggöra kvinnors företagande och öka kunskapen om att driva företag. Under 2011 fattade regeringen åter ett beslut om att skapa ett nytt program som skulle bygga vidare på den tidigare satsningen kring främjandet av kvinnors företagande. Det nya programmet bedrevs mellan åren 2011–2014 under samma namn och bestod av sex delprogram med olika fokus. Även ambassadorsprojektet skulle förstärka. I regeringsbeslutet stod följande:

Tillväxtverket ska använda högst 6 000 000 kronor för att samordna och genomföra en fortsatt satsning på ambassadörer för kvinnors företagande inklusive en digital bokningsfunktion för dem som önskar få besök av en ambassadör.

För att synliggöra kvinnor som arbetar med innovationer samt i syfte att stärka innovationskraften ska ambassadörer som är innovatörer, särskilt utifrån tjänsterelaterade affärsidéer, uppmärksammas.

Bilaga till regeringsbeslut N2011/1250/ENT, 2011-03-03

Ambassadörerna rekryterades kontinuerligt under programperioden. Ambitionen var att minst 20 ambassadörer per län skulle rekryteras. Ambassadörerna skulle, förutom att driva egna företag, komma från olika delar av landet, representera olika branscher och befinna sig i olika skeden av företagandet. 1635 kvinnor anmälde intresse för att bli ambassadörer och ungefär hälften rekryterades för uppdraget. I ambassadörens uppgift ingick det att berätta om sina företag minst fyra gånger per år i skolor, organisationer eller föreningar. Tillväxtverket tillhandahöll en samordnande funktion där regionala kontaktpersoner som stödjer ambassadörerna på regional nivå utsågs samt skapade en webbaserad bokningsfunktion och mötesplats för ambassadörerna (ambassadorer.se).

Ambassadörerna var tänkta att fungera som förebilder och därigenom inspirera andra kvinnor till företagande genom att berätta om sitt företag och väcka tankar hos flera om företagandets möjligheter. Dessutom handlade det om att synliggöra kvinnors företagande och kvinnor som driver företag i debatt och media. Ambassadörerna har under hela projektets livslängd 2008–2014 genomfört 11 000 uppdrag och de har träffat nära 170 000 personer sedan projektets start 2008. De har genomfört ambassadörsuppdragen utan ersättning.²

Ambassadorsprojektet är utformat utifrån idén att genom att förändra bilden av företagande (normen) är det möjligt att påverka individens preferenser och därmed hennes val. Det är dock oklart vilka egenskaper och bild som de utvalda företagarna ska visa upp och repre-

¹ Regeringsbeslut N2007/4596/ENT.

² Ramböll (2015).

sentera. Ambassadörerna är valda utifrån kriterier som geografisk spridning, bransch, hur omfattande och etablerad verksamheten är, ambassadörens ålder samt motiv till att personen ville bli ambassadör.

Sett till numerären så tycks ambassadörsuppdragen vara lyckade. Det är ett stort antal personer som besökts och som därmed har fått möjlighet att träffa en kvinna som är företagare och som har berättat om att det är möjligt att starta eget. Men vem har de talat *till* och vad säger det om kvinnors företagande?

Ambassadörernas möten

Ambassadörerna genomförde drygt 7 000 uppdrag och träffade cirka 130 000 personer mellan 2011 och 2014. Cirka 36 procent av besöken var i skolor, vid universitet eller i andra utbildnings-sammanhang. Övriga bokningar (64 procent) avsåg personliga möten, deltagande vid mässor, seminarier med mera. Tillväxtanalys har uppgifter om bokningar från skolor utbildningsinstitutioner.

Cirka 65 procent av besöken vid utbildningsinstitutioner var i grund- eller gymnasieskolor, medan drygt 20 procent av besöken var på universitet och högskola eller annan vuxenutbildning. 155 kommuner (av 290) bokade en ambassadör. Skolor i stora kommuner bokade (kanske inte förvånande) en ambassadör i högre utsträckning än skolor i mindre kommuner.

Skillnader mellan de kommuner som haft besök av ambassadör och de som inte bokat besök sammanfattas i Tabell 1. De kommuner som haft besök av en ambassadör har högre sysselsättningsgrad och en högre andel av befolkningen har eftergymnasial utbildning. Andelen företagare är något lägre och andelen av företagarna som är kvinnor är något högre i kommuner som haft besök av en ambassadör. Kommuner där en skola bokat besök av en ambassadör har högre nattlönesumma per invånare än kommuner som inte bokat besök. Skolor i utpräglade stadsregioner hade i större utsträckning haft besök av en ambassadör: 63 procent av utpräglade stadskommuner hade haft besök av en ambassadör, jämfört med 46 procent av utpräglade landsbygdsregioner.

Tabell 1 Deskriptiv statistik för kommuner år 2011, fördelad på om kommunen haft besök av ambassadör eller inte under perioden 2011–2014.

	Inget besök	Minst ett besök
Andel sysselsatta	54 %	56 %
Andel företagare	11 %	10 %
Kvinnor som andel av företagare	27 %	28 %
Andel med enbart förgymnasial utbildning	30 %	26 %
Andel med eftergymnasial utbildning	20 %	26 %
Andel med gymnasial utbildning	50 %	48 %
Nattlönesumma per invånare	121 028	134 687

Källa: Tillväxtverket, Louise, Kontrolluppgiftsregistret, Registret över totalbefolkningen (RTB), SCB, egna bearbetningar.

3 Teoribaserad utvärdering

I denna studie används en teoribaserad utvärderingsmodell.³ Ambitionen hos den teori-baserade utvärderingsmodellen är att lyfta utvärderingen till en kritisk, vetenskaplig nivå i syfte att beskriva, analysera och tolka, men också förklara utvärderingens resultat i relation till dess kontext. Inom den teoribaserade utvärderingsansatsen formuleras en kritisk referensram med syfte att tydliggöra utifrån vilket perspektiv utvärderingens objekt ska förstås och förklaras. Syftet är att ringa in och avgränsa utvärderingsobjektet och klargöra innebörden i det som utvärderas. Därigenom analyseras och värderas resultaten inte bara i relation till mål och process utan också till referensramens perspektiv.

Enligt Franke-Wikberg och Lundgren (1980) har den teoribaserade utvärderingen potential att:

- bidra till samhällsvetenskaplig kunskap
- bistå i policyfrågor
- identifiera problem
- avslöja oväntade effekter och
- specificera intervenerande variabler som kan påverka utfallet

Utvärderingen grundas i kunskaper om de fenomen som utvärderas. Målen för den satsning som utvärderas kan därför inte tas för givna eller utgöra utgångspunkt, utan måste granskas eftersom de är en del av den faktiska implementeringen. Diskrepansen mellan satsningens mål och dess faktiska effekter diskuteras utifrån den teoretiska referensramen. Utvärderingen av ambassadörsprojektet baseras på de kunskaper om satsningen som finns att tillgå samt de uppfattningar och antaganden som satsningen är uttryck för. Resultatet klargörs sedan genom att det relateras till förutsättningarna och processen.

En central fråga är: *Vilka är de grundläggande problem som ska lösas genom denna satsning?* Genom att anlägga ett makroperspektiv och utifrån detta betrakta åtgärderna är det möjligt att ringa in det som är föremål för utvärderingen. Det som behöver klargöras är till exempel: *Vilken kontextuell innebörd tilldelar vi det objekt som ska utvärderas?* Av denna anledning genomfördes en omfattande forskningsgenomgång, eftersom forskningen både formar och reagerar på diskursen om kvinnors företagande.

Den kontextuella innebörden i begreppet kvinnors företagande omfattar tre analysnivåer: makro (samhälle), meso (praktiken/företagandet) och slutligen mikronivå (utfall på individnivå). I föreliggande rapport kommer analysen främst att bestå av makro och mikronivå. Mesonivån, ambassadörerna och de företag de driver, inkluderas inte i utvärderingen, eftersom projektet inte primärt är avsett för ambassadörerna.

³ Franke-Wikberg och Lundgren (1980)

En annan tankelinje tar hänsyn till begreppen ”förutsättningar”, ”process” och ”resultat”. Utvärderingen fokuserar på:

- vilka yttre, samhälleliga förutsättningar som gäller för att genomföra denna satsning,
- hur processen gestaltar sig och
- vilka effekter insatsen kan tänkas resultera i under rådande förutsättningar.

Satsningens implementeringsförutsättningar beskrivs utifrån de problem som satsningen ämnar lösa. Även analysens resultat utgör således en beskrivning av förutsättningarna, eftersom den ger kunskaper om satsningens tänkta mål och innehåll. Processen skildras i huvudsak med hjälp av den beskrivning som görs av satsningens genomförande. Resultatet analyseras, förklaras, förstås och tolkas utifrån referensramen, de kartlagda förutsättningarna och processen, dvs. själva genomförandet.

Teoriinriktad utvärdering benämns ibland som teorigenererande utvärdering, något som egentligen täcker syftet med utvärderingsprocessen i sin helhet. Utvärderingen kan utveckla en teori om till exempel förutsättningar för förändring och samhällets relativa möjligheter att bidra till denna. Utvärderingen ger ett underlag för en grundläggande diskussion om det som är i fokus för studien. Det kan till exempel visa sig att det som skett under den tid projektet verkade är något helt annat än det som var tänkt att ske. Frågan är hur det ska förklaras och förstås.

3.1 Definitioner av begrepp

Nedan beskrivs några för utvärderingen centrala begrepp. Begreppen är a) jämställdhet, b) attitydförändring och c) förebilder. Utvärderingen kommer att anlägga ett genusperspektiv, ett normkritiskt perspektiv och ett historiskt perspektiv. Ambassadörssatsningen kommer också att beskrivas, diskuteras och analyseras utifrån en verksamhetsteoretisk referensram.

3.1.1 Jämställdhet

Jämställdhet är ett politiskt skapat begrepp som beskriver jämlikhet mellan könen. Även om de flesta av oss anser att jämställdhet är ett viktigt politiskt mål är begreppet jämställdhet inte okontroversiellt. Jämställdhet handlar om relationen mellan män och kvinnor, men också om kunskap om de strukturer som gör att män och kvinnor behandlas olika.⁴ Historiskt sett har kvinnor och män befunnit sig inom olika yrkesområden, som ofta varit starkt könskodade. Denna könsstämpel är inte fastslagen utan ändras emellanåt, men dikotomin kvarstår oftast. Lena Abrahamssons avhandling (2000) beskriver till exempel hur olika genusordningar försvårar förändringsarbete. Könsordningen konserverar ofta gamla strukturer, eftersom förändring både provocerar de gamla maktstrukturerna och inverkar på yrkesidentiteten och arbetsplatskulturerna.

Eduards (2002) har studerat kvinnors organisering i olika politiska sammanhang. Hon menar att det är kvinnorna själva som visar på att kön saknar betydelse och att kvinnor är lika duktiga som män. På samma gång måste de bevisa att kön faktiskt har betydelse för att kunna göra skillnad. Kvinnor har erfarenheter och kunskaper som inte män har. Det faktum att kön å ena sidan inte tillmäts någon betydelse, samtidigt som könsblandade grupper uppfattas både värdefullt och något att sträva efter, har problematiserats av flera forskare (Cockburn, 1991; Scott, 1996). Denna dubbelhet brukar ibland benämnas den klassiska

⁴ Wetterberg (2002).

jämställdhetsparadoxen. Den innebär bland annat att reproduktionen av kön kan ske i själva dekonstruktionen, men också att kvinnor tilldelas en komplementär roll, det vill säga de uppfattas tillföra en annan kompetens än män.⁵ De uppfattas också ha kvaliteter som bidrar till att öka trivselen och förbättra stämningen på arbetsplatsen, något som ibland uppfattas vara problematiskt ur jämställdhetssynpunkt.

Kvantitativa jämställdhetsmål har varit helt dominerande fram till mitten av 90-talet i svensk jämställdhetspolitik. Könsfördelningar är det som främst blivit förknippade med jämställdhet och jämställdhetsåtgärder.⁶ Det är i huvudsak att nå målet 40–60 procent kvinnor/män på arbetsmarknaden, inom politiken och vad gäller exempelvis styrelsearbete som jämställdhetsarbetet varit inriktat på.

Erfarenheter från jämställdhetsarbete men också genusforskningen generellt har synliggjort hur samhällets och arbetslivets makt- och normsystem är beskaftade så att män och produktionens villkor gynnas medan kvinnor och reproduktionens livsvillkor är underordnade. Jämn könsfördelning är således ingen garanti för normativ jämställdhet. Enligt Fürst Hörte (2009) kan det bli tvärtom. Det kan utgöra ett hinder för reell jämställdhet om det handlar om en anpassning till normer på produktionens eller reproduktionens villkor.

Jämställdhetsarbete kan bedrivas liberalt eller radikalt. Den liberala inriktningen syftar på åtgärder som gör det lättare för kvinnor att ta sig in på mansdominerade områden och vice versa, utan att för den skull normstrukturer förändras.⁷ Det är i första hand individers attityder och kompetenser som är i fokus. Det radikala jämställdhetsarbetet däremot är inriktat på strukturella förhållanden och på ändrade maktordningar för att därmed kunna åstadkomma strukturell påverkan genom förändrad könsrepresentation.⁸

Frågan om makt och könsmaktordning har fått en allt mer framträdande plats i jämställdhetspolitiken och de centrala jämställdhetsfrågorna sedan mitten av 90-talet. Från att ha fokuserat på ett kvantitativt rättviseperspektiv, har den breddats till att också omfatta ett normativt och strukturellt maktperspektiv.⁹ Fokus har flyttats från individens attityder till hur strukturerna i arbetslivet och samhället ser ut som formar kvinnors och mäns villkor. Det övergripande målet för den svenska jämställdhetspolitiken idag är att kvinnor och män ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv.

Den svenska jämställdhetspolitiken ska motverka och reformera system som bevarar maktfördelningen mellan könen. Dessa ska motarbetas på samtliga samhällsnivåer för att kunna skapa premisser för både män och kvinnor att kunna påverka sin livssituation. Jämställdhetslagen (SFS 1991:433) har till syfte att stödja både mäns och kvinnors lika rätt vad gäller arbete-, anställnings-, och utvecklingsmöjligheter. De jämställdhetspolitiska målen siktar dock främst till att främja kvinnornas arbetsvillkor och förespråkar bland annat att man ska få lika lön för lika arbete oberoende av kön. Men verkligheten ser inte riktigt ut på detta sätt, skriver Giddens (2003). I samband med att kvinnorna började träda in på arbetsmarknaden hade de ofta rutinarbeten som kontorist eller sekreterare. Kvinnorna var dubbelt sysselsatta, förutom förvärvsarbetet hade de hemmet och barnen att sköta om. Männerna kunde på så sätt helt och hållet koncentrera sig på sina jobb, genom övertidsarbete eller affärsresor. De behövde inte ta ansvar för barnuppföstran eller hemarbete.

⁵ Eduards (2002).

⁶ Fürst Hörte (2009).

⁷ Fürst Hörte (2009).

⁸ Gemzö (2008).

⁹ Regeringens proposition 1993/94:147.

Idag råder alltså formellt ideologisk, laglig och regelmässigt jämlik könsneutralitet. Men i verkligheten finns könssegregationen kvar, bland annat i de politiska och ekonomiska samhällsstrukturerna på arbetsmarknaden. Sveriges jämställdhetspolitik förespråkar att människan oberoende av sitt kön har rätt till lika behandling, utbildning och arbete för att kunna påverka och forma sina liv. Till skillnad från föregående generationer, skriver Cwejman och Fürst (I Ganetz och Lövgren, 1991), är idag praktiskt taget alla utbildningar, yrken och yrkespositioner tillgängliga för båda könen. Livsvillkoren och samhällsstrukturerna i Sverige har förändrats och är fortfarande i förändring.

I Högskoleverket (2008) konstateras dock att jämställdheten inom utbildningsområdet kan ifrågasättas. Könssegregerade ”val” inom hela utbildningssystemet och på arbetsmarknaden är fortfarande ett faktum, enligt rapporten. Trots att vi har fått fler högutbildade kvinnor så har maktstrukturerna inom det svenska samhället inte luckrats upp utan är fortfarande könssegregerade. I den svenska samhällsstrukturen är det svårt att definiera eller kategorisera vilka yrken och studier som kan vara typiskt manliga eller kvinnliga, eftersom i princip varje individ själv kan välja vilket yrke den vill utöva.

Detta förhindrar dock inte yrken från att ha en upplevd könskodning. Exempel på yrkeskategorier som kan vara typisk kvinnliga är sjuksköterska, apotekare, sjukgymnast, tandläkare, tandhygienist, psykolog, personalvetare/beteendevetare, lärare, specialpedagog, receptionist, barnmorska, frisör, undersköterska och barnskötare. Studie- och yrkeskategorier som till viss mån definieras för både män och kvinnor är ekonom, läkare, gymnasielärare och jurist.

Arbetsmarknaden i Sverige är således könssegregerad. Inom offentliga sektorn arbetar fler kvinnor än män och motsatsen gäller för det privata näringslivet. Det finns även en sned arbetsfördelning mellan hushållsarbete och förvärvsarbete, där kvinnor i högre grad än män tar hand om hemmet och barnen (SOU 1996:56). Den könsindelade arbetsmarknaden kan beskrivas som heteronormativ, eftersom den visar olika förväntningar utifrån kön. Arbetsfördelningen baseras på särskiljande av individer utifrån genusideologier. Det baseras i sin tur på heterosexuella normer om vad en ”riktig kvinna” respektive ”riktig man” förväntas vara och göra. I den heteronormativa könsordningen tar kvinnor hand om andra vuxna och barn. Män tar i mindre utsträckning hand om kvinnor och barn och väldigt sällan om andra män. En förväntan på vem som ska ha omsorg om vilka reproduceras av genusnormerna.

Kvinnor tenderar att i högre grad än män arbeta inom omsorgsyren. Enligt Sörensdotter (2008) är omsorgsförmåga dessutom kodat som en ”feminin” egenskap. Genom att ”göra” omsorg bekräftas femininet och kvinnlighet. Kvinnors kroppar kan i Foucaults (1987) mening tolkas som att de formas till omsorgsfulla utövare i en specifik kontext. I Sörensdotters (2008) forskning om kvinnor i hemtjänsten framgår vidare att omsorgsfullhet som norm skapas av samhället utifrån uppfattningar om vad en ”riktig” kvinna är. Att vara omsorgsfull och god kan kopplas till heteronormativt femininet, vilket innebär att det ses som ”naturligt” för kvinnor att välja arbeten inom vård och omsorg. De blir därigenom sedda som ”riktiga” kvinnor.

Men, menar Sörensdotter (2008), omsorg som symbol för feminitet är beroende av en specifik kontext. Det är också kopplat till social klass på så sätt att arbetarklassens kvinnor i högre utsträckning är involverade i omsorgsarbete. Omsorgsarbetet kan därigenom utgöra en del av det symboliska kapital som dessa kvinnor har. Enligt Skeggs (2000) kan detta kapital utvecklas och användas för att ge inkomster (om än låga). De flesta av kvinnorna i

Sörensdotters (2008) studie har också tagit huvudansvar för familjen, vilket också är en form av omsorgsarbete som partnern tjänar på. Det är även vanligt med deltidsarbete.

Lindgren (1992) menar att eftersom vi föds in i ett samhälle som redan har en specifik social skiktning, kommer vi inte att välja yrke medvetet eller planerat. Det är snarare den kultur vi föds in i som talar om för oss var vi hör hemma. Det är, enligt Lindgren, inte någon slump vad en individ arbetar med. Det som känns självklart att arbeta med är något som individen har lärt sig och införlivat från det omgivande samhället.

Enligt Fürst Hörte (2009) har begreppet ”doing gender” fått stor betydelse bland genusforskare. Begreppet utgår från ett konstruktivistiskt perspektiv vilket betyder att kön kan förstås som verb och att kön görs genom handling, men också i samspelet mellan människor. Det betyder vidare att själva processen blir central i stället för individer och grupper och deras tillskrivna egenskaper. Genus konstrueras alltså utifrån de villkor som finns i samhället. Enligt Acker (1992) görs kön genom fyra olika processer:

- Könsskillnader görs genom uppdelning mellan manligt och kvinnligt t.ex. genom könskodade arbetsuppgifter
- Könskonstruktion görs genom symboler och föreställningar om manligt och kvinnligt
- Kön görs genom interaktionen och relationerna mellan kvinnor och män
- Konstruktionen av individens könsidentitet görs genom förhållningssätt, språk, kläder, arbete m.m.

Förändring av attityder

Oscarsson (2002) menar att attityder är närbesläktade med värden. De utgör en positiv eller en negativ värdering av en viss upplevelse, idé eller handling. Värderingar styr i sin tur människors attityder och beteenden. Begreppet attityd används för att förstå hur människor agerar, tänker och orienterar sig i tillvaron. En attityd omfattar både känslor, vilja och en benägenhet att bete sig på ett visst sätt. Enligt Thornberg (2006) är det möjligt att skilja på *offentlig medgörlighet*, som går ut på att individen rättar sig efter gruppens norm, samtidigt som individen behåller en annan värdering för sig själv. *Privat acceptans*, å andra sidan, innebär att individen tar till sig gruppens norm i sin egen personliga uppfattning. Men tydligt uttalad attityd leder inte alltid till ett motsvarande beteende eller agerande.¹⁰

Giddens (1994) menar att en attityd utgörs av en stabil och varaktig inställning mot ett objekt. Den har byggts upp genom erfarenhet och visar sig i form av att man är för eller mot något. Det finns också föreställningar om att våra attityder kan ändras och därmed också vårt beteende.

Att öka andelen företagande kvinnor handlar om förändring i syfte att ge kvinnor ökade chanser att ägna sig åt sina intressen men också att öka jämställdheten på arbetsmarknaden. Att relatera förändring till ett strukturellt perspektiv innebär att djupt liggande föreställningar och handlingsmönster som tas för givna eftersom de förefaller vara kulturbetingade, blir föremål för ifrågasättanden och synliggörande. Det innebär att förändringar får konsekvenser i ett vidare sammanhang än enbart för enskilda individer. Förändringar som kan relateras till ett individperspektiv medför att föreställningar, handlingar och vardagsuppfattningar behöver granskas. Det kan få som följd att individer blir medvetna om att det för givet tagna kanske inte är absoluta sanningar.¹¹ Det kan upplevas som tillräckligt ansträ-

¹⁰ Berglund (2001), Eduards (2002).

¹¹ Frånberg (2010).

ngande för att skapa motstånd. Det finns ett grundläggande behov av att relatera till andra människor. Det kan handla om samspel, det vill säga en slags kommunikation människor emellan. Interaktion betyder vidare att två företeelser står i relation till varandra. Men det finns många olika former för interaktion. Åsikter och information förmedlas genom interaktion, men den fyller även andra syften. Sociala relationer etableras och aktörerna ges möjlighet att synliggöra och bekräfta sina identiteter. Den ger också möjlighet att utöva social kontroll, makt och dominans.¹²

Nordberg (2005) har pekat på att vissa insatser inom jämställdhetsområdet kan få reproducerande effekter och därigenom också fungera samhällsbevarande. Man kan därför fråga sig om det inte är så att jämställdhetsarbete även måste leda till förändring av de samhällsstrukturer som tillåter ojämställdhet. Om samhällsförändring ska kunna åstadkommas måste det som tas för givet kritiskt granskas och inte betraktas som en grundval inom vilken jämställdhetsarbetet sker. Därför bör förändringen vara mer genomgripande så att även samhällskulturen kommer att förändras.

Frånberg (2010) menar att arbeta samhällsbevarande, å andra sidan, kan innebära att kvinnor måste anpassa sig till den rådande manliga normen. Men samma sak kan också gälla mäns anpassning till kvinnliga normer. Det samhällsförändrande arbetet däremot skulle innebära att nya mönster och normer skapas för båda könen och där bådas erfarenheter tas tillvara.

Att förändra invanda föreställningar och handlingsmönster är ingen enkel procedur. Lewin (1958) har utarbetat en trestegsmodell för förändring. Han menar att för att förändring ska kunna ske måste tidigare inläringar förkastas och bytas ut mot nya, vilket inte är någon enkel process. Det innebär först och främst att de som är involverade måste bli motiverade till förändring. Detta första steg bygger på teorin att mänskligt beteende grundar sig på tidigare lärdomar och kulturellt inflytande. I den andra fasen måste det som ska förändras identifieras och tydliga mål måste klart beskrivas. I den tredje och sista fasen gäller det att få förändringen bestående, det vill säga de nya beteendena måste upplevas vanliga och vardagliga för att kunna skapa nya mellanmännsliga förhållanden. Det medför även en förändring av självbilden och identiteten. Att bryta traditionella könsmonster är alltså en ganska genomgripande och omstörtande förändring för både män och kvinnor, som får effekter på individ-, institutions- och samhällsnivå.

3.1.2 Betydelsen av förebilder

En förebild kan beskrivas som en person att se upp till. Gibson (2003) har beskrivit förebilder som en kognitiv konstruktion som bygger på attributen hos människor i olika sociala roller. Förebilden uppfattas till viss del ha likheter med betraktaren själv, som även har önskemål om att likheten kanske kan öka genom att hen försöker efterlikna de attribut det handlar om. Lockwood och Kunda (1997) menar vidare att en förebild kan utgöra en symbolisk enhet. Det kan vara en person som inspirerar och motiverar andra individer, dvs. en person av vilken man kan lära sig genom att ta efter vissa sätt att handla. Enligt Lockwood (2006) kan en beundrare utse förebilder utan engagemang eller medgivanden från förebilden i fråga. Hon säger vidare att kvinnor reagerar positivt på lyckosamma förebilder av samma kön även om de inte kan ge direkta fördelar för karriären eller socialt stöd.

Gibson och Barron (2003) gör gällande att det finns två olika dimensioner av förebilder; den kognitiva och den strukturella. Individer uppfattar att förebilderna liknar dem själva till

¹² Goffman, (1970).

viss del och om det är möjligt att ta efter deras sätt att vara kan det leda till en beteendeförändring. De menar vidare att möjligheten att tolka positiva egenskaper hos förebilderna grundar sig i upplevd tillgänglighet, som i sin tur kan definieras som graden av upplevd likhet. Med likhet avses både faktisk, upplevd och önskad likhet.

Gibson (2003) beskriver den strukturella dimensionen av förebilder genom att tala om närhet och distans samt upp, över eller ner. Den nära dimensionen refererar till någon som är välkänd medan distans refererar till någon som finns utanför den vardagliga situationen. Upp refererar till någon som befinner sig på en högre position, över till en som befinner sig i en likställd position och ner till en underordnad.

Enligt Hans Landström (2005) är förebilder viktiga inspiratörer vid till exempel företagsstart. Men som vi vet är tillgången på förebilder för kvinnor begränsat jämfört med män. Det betyder att kvinnor måste bedöma vilka typer av beteenden som fungerar för män för att sedan också kunna få dem att fungera för dem själva. Det innebär, enligt Gibson (2003), att kvinnors förebildsmodellering kräver en större kognitiv process. Män kan välja attribut som organisationen redan har accepterat och rent av premierat och sedan addera dem till sin egen spelplan. Kvinnor däremot måste frambringa bilder från förebilder som kommer från mer skiftade och osammanhängande källor.

När det gäller företagande kan män sägas vara normbildande medan kvinnor betraktas som avvikare från normen. Enligt Nutek (2004) är kvinnors företagande osynligt trots att mer än en fjärdedel av företagandet drivs av kvinnor. Det har delvis att göra med att de är ensamföretagare eller driver företag tillsammans med män.

Att öka kvinnors företagande anses vara bra för landets ekonomi men också för jämställdheten. Eftersom det är färre kvinnor än män som driver företag så har kvinnor färre förebilder att identifiera sig med. Så för att öka företagandet bland kvinnor vill regeringen synliggöra dem genom just ambassadörsprojektet. Ambassadörerna ska alltså fungera som förebilder och inspirera kvinnor och öka kunskapen om företagande.

3.2 Teoretisk analys av ambassadörsprojektet

Att mäta effekter av insatser som det ambassadörsprojektet utgör, är möjligt till viss del. Hur lyckosamma ambassadörernas framträdanden varit kan avläsas i enkäter till dem som lyssnat.¹³ Effekterna kan även så småningom möjligen även mätas i antalet nya företag, även om detta innebär betydande metodologiska problem. Men dessa procentsatser beskriver inte hela verkligheten. Det finns många faktorer som påverkar människors val. Det är alltså svårt att konstanthålla variablerna för att kunna uttala sig om den faktiska effekten av insatserna.

Begreppen jämställdhet, förändring av attityder och betydelsen av förebilder som diskuteras ovan är viktiga att ha i åtanke vid analysen av den satsning på ambassadörer för kvinnors företagande som ligger till grund för denna rapport. Begreppen kan ses som navet i diskussionen och som en teoretisk reflektion över hur de insatser som beskrivs i avsnitt 2 ska tolkas och värderas. Leontievs aktivitetsteori används för att analysera satsningen.

I beskrivningen av ambassadörsprojektet finns tre tydliga aktörer: staten, som uppdragsgivare som formulerar problemet, sätter målet och operationaliserar uppdraget. Ambassadörerna som genomför uppdraget och ”publiken” (i brist på bättre begrepp) är mottagare av budskapet och är den grupp som ska förändras. Publiken kan sägas bestå av direkta åhöra-

¹³ Denna typ av uppföljning av programmet återfinns i Ramböll (2015).

re, de som lyssnar på ambassadörerna, och en indirekt publik, som kan definieras som det offentliga eller mediala samtalet.

3.2.1 Aktörer och handlingar

Det är möjligt att analysera denna satsning ur ett verksamhetsteoretiskt perspektiv, där motiv, mål och handlingar knyts ihop med aktörerna på olika nivåer.¹⁴ Teorin präglas av dialektisk materialism och fokuserar på relationer mellan struktur, handlingar och aktör.

Målet för den verksamhet hon bedriver, utgår från verksamhetens *motiv* där motivet ger verksamheten en bestämd inriktning. I en verksamhet genomförs *handlingar* som är processer som genomförs av individer. *Operationer* är, enligt teorin, de tillvägagångssätt eller rutiner som handlingarna i verksamheten realiserar med. Mål, motiv och handlingar kan ha både en öppen och en dold agenda. Genom att granska projektets syfte, implementering och kontext kan vi få en bild av motiv som ligger dolda i de antaganden och förhållanden som skapat programmet.

Den politiska retoriken är tydlig inom näringspolitiken. Den svenska ekonomin utsätts för ökande internationell konkurrens och en högre grad av internationell samberoende. Ambassadörsprojektets inriktning mot att lyfta fram innovationer i tjänstesektorn kan förstås i samband med ett kostnadsproblem i det offentliga omsorgsåtagandet.¹⁵ Produktivitetens utvecklingen är långsammare i arbetsintensiva tjänstebanscher som utgör den stora delen av det offentliga åtagandet. Samtidigt har kraven på de offentliga tjänsterna ökat. Marknadsliberala idéer har lett till en ökad valfrihet och individualisering, men också en större tilltro till marknaden att lösa marknadsmisslyckanden och ekonomiska recessioner. Detta blir tydligt genom projektets fokus på innovationer i *tjänstesektorn* i samband med kvinnors företagande – de branscher där kvinnors företag är vanligt förekommande.

Det officiella *motiv*et är att öka jämställdheten, öka sysselsättningsgraden och att ta tillvara kvinnors innovationskraft och kreativa idéer. De dolda motiv som kan urskiljas är att kvinnor måste anställa sig själva för att öka sysselsättningen och ska själva ansvara för risktagande och utveckling av sin verksamhet. Det är inte staten som ska lösa de problem som finns på en strukturell nivå, utan enskilda individer. Dessa individuella lösningar på realiseringsarenan kan sägas frånta staten ansvaret eftersom det inte längre är möjligt att med skattemedel driva välfärdssektorn på samma sätt som tidigare. Företagarna ska anpassa sig till de nya förhållandena och framhålla fördelarna med att få arbeta självständigt och få ökad kontroll och autonomi jämfört med lönearbete.

Målen på formuleringsarenan kan sägas vara att synliggöra kvinnors företagande så att de kan framstå som förebilder för andra kvinnor. Genom att de visar upp sig i skolor och organisationer och berättar om sina företag ska detta kunna ske. Eftersom det samtidigt är den rådande branschstrukturen och innovativa tjänsteföretag som visas upp finns förväntan om kvinnans omsorgsrationalitet kvar. Samtidigt individualiseras innovations- och utvecklingskravet och riskbördan i det offentliga omsorgsåtagandet skiftas från offentlig sektor till privata företag.

Handlingar som kvinnorna förpliktat sig att genomföra är framträdanden inför främst unga människor och inför andra kvinnor. Dessa handlingar ska öka synligheten så att flera kan tänka sig att starta företag. Arbetet sker ideellt. Detta föranleder frågan om vilken respekt för företagarens tid och implicit status från statens (uppdragsgivarens) sida detta tyder på.

¹⁴ Leontiev (1981).

¹⁵ Det kan också ses som ytterligare ett manligt kodat begrepp förenat med företagande som ska utmanas.

Realiseringsarenan (där ambassadörer och publik finns) har andra premisser. På realiseringsarenan åker kvinnor runt utan ersättning och berättar om sina företag. Kvinnorna anpassar sig till detta och genomför uppdraget. Att kallas ambassadör har positiva konnotationer och det är (ska vara) belöning nog genom att deras insatser bekräftas och deras företagande synliggörs. Handlingarna kan ses som att den sker i en lydnadskultur genom att de arbetar ideellt för sakens skull. Det är det tillvägagångssätt (*operationer* enligt Leontiev) som används för att realisera målet.

Positiva attityder till företagande ska skapas genom att kvinnornas företagande blir synligt, bekräftas och uppmuntras. Detta i sin tur medför att kvinnor känner sig sedda och uppskattade. Om vi granskar det som sker i det som synes ske, framgår att kvinnorna inte bryter de traditionella könsrollsmönstren utan de upprätthålls och snarare förstärks genom detta. Även antagandet att kvinnor inte drivs av ekonomiska incitament stärks i och med att arbetet sker ideellt.¹⁶

Publiken verkar närmast vara en tomt kärl som ska fyllas med information om företagare och företagande. Ett enstaka möte med en företagare som är kvinna, har förmodligen begränsad möjlighet att påverka attityden mer än marginellt. Formen verkar utgå från att företagarnormen är så manligt kodad att den rådande föreställningen är att det inte *finns* kvinnor som driver företag. Eller är publiken det *medel* genom vilken ambassadören får status, lika mycket som att vara den målgrupp för det budskap som förmedlas? Med tanke på den relativt stora andelen kvinnor som är och har varit företagare, där var sjunde kvinna över 16 år är företagare och mellan 25 och 30 procent av företagarna är kvinnor (se Figur 2) förefaller det egendomligt att allmänheten ska behöva upplysas om att kvinnor kan vara företagare.¹⁷ Formen för insatsen, att synliggöra kvinnor på en separat arena, förstärker intrycket av företagande kvinnor som en avvikande minoritet.

Tanken med ambassadörsprojektet var att företagande kvinnor skulle lyftas till den offentliga arenan. Genom att möta människor i termer av ledare skulle bilden av företagararen som man förändras. En förutsättning för detta är då att *företagaren råkar vara kvinna*, snarare än att *kvinnan råkar vara företagare*. Det ligger i projektets utformning att sammanhanget i vilket ambassadören talar bestäms av den som bokade henne och däri finns en begränsning. Att skapa en separat arena för kvinnor som är företagare kan verka normkonserverande lika väl som normbrytande. Det individuella mötet kanske inte heller är statushöjande om inte kvinnan redan har mycket hög status. Mötet ska således *skapa* den status som sedan är en förutsättning för att kunna vara en förebild och påverka attityder och livsval.

3.2.2 Ambassadörer som förebilder

Ambassadörer för kvinnors företagande inrättades bland annat därför att kvinnliga förebilder saknades (eller upplevdes saknas) inom företagarsektorn. De kvinnliga företagarna hade fått i uppgift att ge den företagande kvinnan ett ansikte. Det finns dock ett antal obesvarade frågor kring syftet med insatsen.

Vilken förebild är det som ska skapas i mötet med ambassadören? Ska ambassadören vara en person att se upp till? Vill de som lyssnar på deras framträdanden efterlikna dem? Ska den som lyssnar uppleva en närhet till förebilden. Eller upplevs de som avvikande från

¹⁶ Rollen kan i och för sig betraktas som marknadsförande, men företagaren har inte kontroll över i vilken mån publiken hör till hennes målgrupp.

¹⁷ Källa: Registerbaserad arbetsmarknadsstatistik (RAMS), SCB.

normen om den manliga företagaren? Eller ska ambassadören visa att det är möjligt att förbli kvinna även som företagare?

Förebilder bygger på att det finns en betraktare. Men betraktaren är märkligt osynlig i projektets upplägg. Det är inte tydligt vilka bilder av företagaren betraktaren har och därigenom inte heller vilka bilder av kvinnors företagande ambassadörerna förmedlar.¹⁸ Tidigare forskning har visat att det huvudsakligen är starka relationer (familj och vänner) som är av betydelse som förebilder för företagande och att betydelsen av avlägsna förebilder är negligerbar.¹⁹

Företagande kvinnor är mest förekommande inom branscherna personliga tjänster, vård och omsorg, sociala tjänster samt utbildning. Den bild av kvinnan som företagare som presenteras riskerar att reproducera den traditionella kvinnorollen snarare än förändra den. Även om det i projektets utformning betonas att ambassadörerna ska representera olika branscher, finns även en förväntan om att det som ska visas upp är innovativa företag i tjänstebranscher.²⁰ Bilden av den städande, omsorgsgivande och vårdande kvinnan som företagare kan knappast ha förändrat attityden till kvinnors arbetsmarknad. De är bilder från den traditionella kvinnosektorn och har snarare stärkt och reproducerat det traditionella genusmönstret.

Mission creep

Under programmets löptid har även innehållet i ambassadörsprojektet ändrats. En växande del av bokningarna kommer från kvinnor som driver eller avser starta företag. Inriktningen skiftar därmed till att bli mer av mentorskap och nätverksbyggande än ett sätt att påverka attityder. Detta är naturligtvis även värdefullt, men faller möjligen utanför det ursprungliga syftet med satsningen: att göra företagande kvinnor mer synliga. Ett framtida arbete med att forma och förändra bilden av företagaren bör kanske mer inriktas på att integrera kvinnan som företagare i traditionella nätverk, snarare än att skapa separata arenor för dessa.

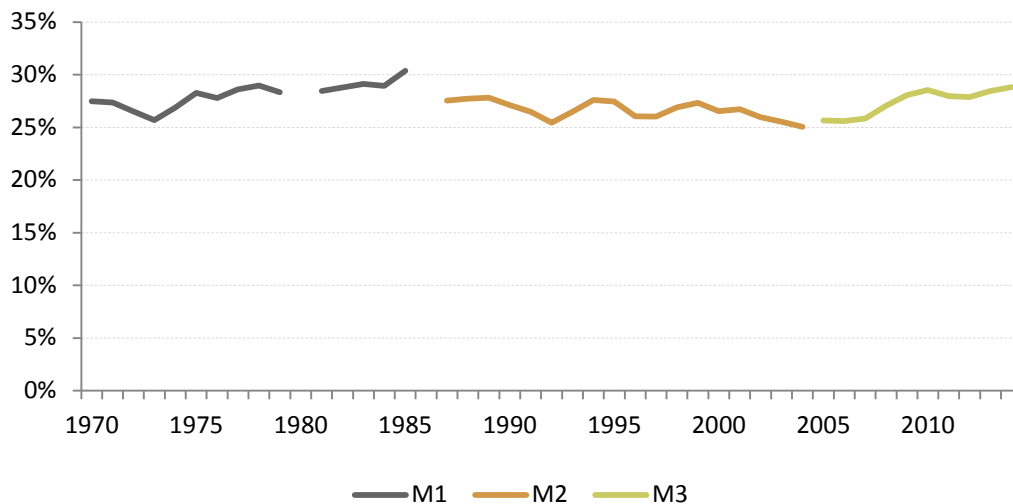
¹⁸ Normbrytande är dessutom väldigt individuellt, och om vi som utvärderare skulle bedöma den normbrytande potentialen hos en ambassadör, beror ju detta på våra inneboende attityder och kunskaper. Det skulle ha varit intressant att ställa frågan i enkätuppföljningarna till framträdandena om respondenten tror att andras attityd till företagande och kvinnor som driver företag påverkades av framträdandet, jämte frågan om den egna attityden förändrades.

¹⁹ Bosma m.fl. (2012).

²⁰ Bilaga till regeringsbeslut, N2011/1250/ENT, 2011-03-03.

4 Kvinnors företagande i Sverige

År 2012 var cirka 14 procent av sysselsatta kvinnor företagare i någon form och 7 procent av kvinnorna hade företagandet som huvudsyssla.²¹ Runt 28 procent av svenska företag leddes av kvinnor.²² Lönesumman i företag ledda av kvinnor uppgick år 2012 till 1 220 miljarder kronor, vilket motsvarar cirka 13 procent av den totala lönesumman i företagssektorn.



Figur 2 Andelen kvinnor bland företagare i åldern 16–64 år 1970–2014.

Anm: Tidsserien är bruten pga metodändringar.

Källa: Arbetskraftsundersökningen, SCB.

Som framgår av Figur 2 så har företagandet bland kvinnor legat relativt konstant mellan 20 och 30 procent av företagarna sedan 1970-talet. En svagt nedåtgående trend under 1990-talet vändes till en uppåtgående trend under 2000-talet.

Antalet företag som drivs av kvinnor har ökat med cirka 40 procent mellan 2004 och 2012, medan antalet företag som drivs av män har ökat med 20 procent.²³ Andelen kvinnor bland de som startar företag har ökat, från cirka 28 procent av de nystartade företagen år 2000 till cirka 33 procent år 2009. Ungefär en tredjedel av nya företag startades av kvinnor år 2014.²⁴

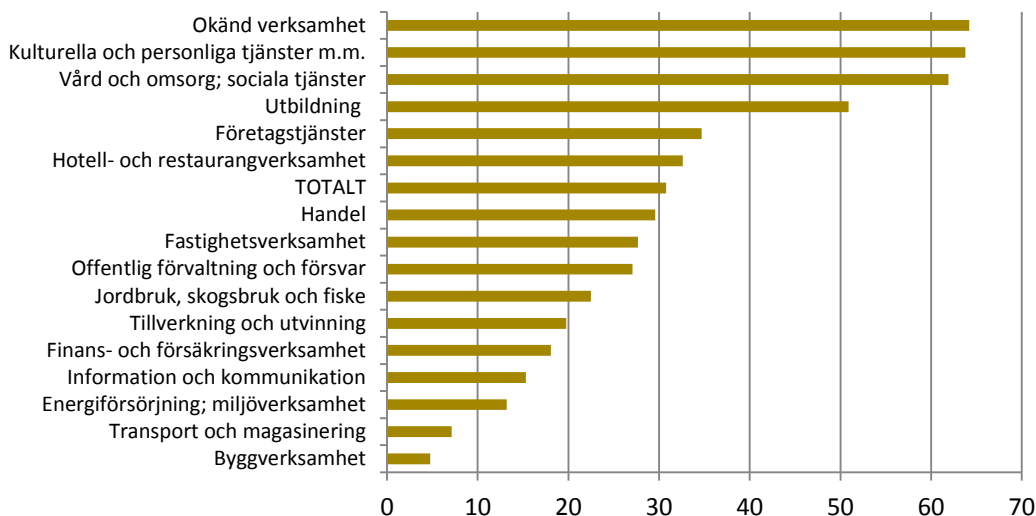
Kvinnor driver huvudsakligen företag inom tjänstenäringsbranscher. Som framgår av Figur 3 leds över hälften av företagen inom branscherna kulturella och personliga tjänster, vård, omsorg och sociala tjänster samt utbildning av kvinnor. Det är dock värt att notera att de företag som leds av kvinnor inom dessa branscher oftast är mindre i termer av förädlingsvärde och antal sysselsatta än de företag som leds av män i samma bransch. En stor del av företagen som saknar branschklassificering leds av kvinnor.

²¹ Motsvarande siffror för män är 24 procent och 14 procent.

²² Gäller företag som betalat ut lön eller ur vilket ägaren tagit inkomst av näringsverksamhet. Registerbaserad arbetsmarknadsstatistik, SCB.

²³ Operativ företagsledning, Registerbaserad arbetsmarknadsstatistik, SCB.

²⁴ Serierna är inte direkt jämförbara, då en annan metod används för 2014.



Figur 3 Andel kvinnor bland företagarna, fördelade per bransch år 2012.

Källa: Registerbaserad arbetsmarknadsstatistik (RAMS), SCB.

Enligt Holmquist och Wennberg (2010) är inträdesbarriärerna lägre inom tjänstebranscherna och det behövs mindre investeringar i maskiner och andra tillgångar. Eftersom dessa branscher oftast bygger på många och små affärer snarare än få stora kontrakt blir också omsättningen lägre.

En stor del av kvinnors företag finns inom vård, skola och omsorg. Omkring 12 procent av den sjukvård och omsorg som finansieras av kommuner och 10 procent av den sjukvård som finansieras av landstingen bedrivs av privata utförare. Enligt SCB existerade offentliga avknoppningar i 10–15 procent av Sveriges kommuner år 2002 och andelen har ökat ytterligare de senaste åren. Småföretag bland privata utförare inom vård, skola och omsorg finns framförallt i små kommuner. Större kedjor finns i större kommuner. Enligt Holmquist och Wennberg (2010) avslöjar kvinnor som är företagare och som har försökt vinna offentliga upphandlingar att de ofta upplever att deras offerter inte alltid tas på allvar och att deras kompetens underskattas på grund av deras kön.

Den administrativa bördan är speciellt tung för små företag i tjänstenäringsbranscher, det vill säga där kvinnors företag oftast finns. Holmquist och Wennberg (2010) menar vidare att kvinnor och män i stor utsträckning uppger liknande motiv för att starta ett företag. Kvinnor uppger i högre grad att de värderar social avkastning på sitt företag för närområdet men även finansiell avkastning är viktigt.

4.1 Den könssegregerade arbetsmarknaden och det könssegregerade företagandet

Som framgår av Figur 3 befinner sig de flesta av kvinnors företag inom enheter för vård och omsorg, personliga och kulturella tjänster och inom utbildningsväsendet. Männerna å andra sidan driver den största andelen företag inom energi och miljö, byggindustri, transportföretag och informations- och kommunikationsföretag.

Ett skäl till att vissa näringsgrenar kraftigt domineras av män och andra av kvinnor är könsfördelningen inom gymnasieutbildningen. Under läsåret 2012/13 var det endast två program som hade en jämn könsfördelning, det vill säga 40–60 procent av vardera könet.

Dessa var naturvetenskapligt program och samlingsgruppen ”övriga program”. Inom högskolan utexamineras flest kvinnor inom ämnesområden som vård, omsorg, undervisning, humaniora, teologi, medicin, odontologi, juridik, samhällsvetenskap och naturvetenskap samt konstnärlig verksamhet.²⁵

Enligt Bourdieu (1977) har skolsystemet två funktioner, den första är att lära nästkommande generationer de kulturella tillvägagångssätten så att de kan klara sig i samhället genom att skaffa sig ett arbete och på så sätt garantera sin tillvaro. Den andra funktionen som skolsystemet har är att reproducera de sociala klasserna i ett givet samhälle. Kvinnor är i majoritet på program som hantverk, omvårdnad, handels och administration samt estetiska. Männens å andra sidan har i störst omfattning valt program för energi, el, bygg, industri och teknik.²⁶

Gymnasieskolan är mycket genusessegrerad. Informationen om olika program likaså. Språket som används i informationen bygger upp olika diskurser beroende på vem de vänder sig till. Program som satsar på skönhet och inre välbefinnande på individnivå vänder sig till flickor medan utveckling och samhällsbyggande, till exempel byggnad och teknik, riktas till pojkar.

Könsfördelningen i avgångarna på gymnasieprogrammen ger en bild som delvis förutsäger den könssegrerade arbetsmarknaden. Redan små barn socialiseras in i olika könsroller. Förskolan hjälper till med att reproducera och förstärka könsnormerna.²⁷ Valen till gymnasieskolan och den könssegrerade arbetsmarknaden speglar dessa inläringar tydligt. Det behövs kanske andra typer av satsningar än ambassadörsprojektet för att förändra den könssegrerade arbetsmarknaden och därigenom förutsättningarna för kvinnors företagande. Det räcker inte att förändra för enskilda individer om vi vill förändra samhällsstrukturer.

4.2 Viljan att bli företagare och viljan att växa

Sett över tid har antalet företag som drivs av kvinnor ökat stadigt och viljan att växa är större i företag som leds av kvinnor (Tillväxtverket, 2012). När det gäller småföretag som leds av kvinnor skulle 72 procent av företagen vilja växa om det fanns möjlighet. Motsvarande siffra för småföretag som leds av män är 67 procent.

Andelen av befolkningen i åldern 18–70 år i Sverige som helst vill vara företagare har ökat från 27 procent år 2004 till 32 procent år 2012. Det är fler män än kvinnor som kan tänka sig att bli företagare. 2012 svarade 56 procent av männen och 42 procent av kvinnorna att de kunde tänka sig det, enligt siffror från Tillväxtverkets entreprenörskapsbarometer.

Befolkningens kunskaper om företagande har ökat mellan 2004 och 2012. Andelen i åldern 18–70 år som vet vart man kan vända sig för att få information om att starta företag har ökat från 50 till 57 procent. Det är också fler som uppger att de vet vad som krävs för att starta företag.²⁸

²⁵ Högskoleverket (2008).

²⁶ Skolverket: Avgångar från gymnasieskolan efter program eller anknötning till program.

²⁷ Frånberg (2015).

²⁸ Tillväxtverket (2013).

5 Kvinnors företagande i policydiskussionen

Tillväxtverket och dess föregångare Nutek har sedan år 1993 arbetat med att främja kvinnors företagande. Maud Olofsson gjorde som näringsminister kvinnors företagande till en profilfråga. År 2006 fick Nutek regeringens uppdrag att utforma ett förslag till ett treårigt program för att främja kvinnors företagande.²⁹ Programmet förlängdes ett år, och förnyades sedan i ett nytt fyraårigt program perioden 2011–2014.

Syftet med programmet var att bidra till att nyföretagandet bland kvinnor skulle öka och att företag som drivs av kvinnor skulle växa. I regeringsbeslutet betonas den tillväxtpolitiska potentialen som mål för satsningen:

Betydligt färre kvinnor än män driver företag i Sverige och andelen av de yrkesverksamma kvinnorna som leder företag är också låg jämför med andra europeiska länder. Fler kvinnor som driver företag skulle innebära att fler affärsidéer tillvaratas och att Sveriges möjligheter till ökad sysselsättning och ekonomisk utveckling stärks. Regeringsbeslut N2011/1250/ENT, 2011-03-03

Dessutom fick Vinnova ett uppdrag att initiera ett tvärvetenskapligt forskningsprogram *Forskning om kvinnors företagande*. Skälet var att det generellt saknades ett genusperspektiv i entreprenörskapsforskningen. Ambitionen var att den nya kunskapen skulle bidra till bättre villkor för kvinnor som företagare och till högre sysselsättning.³⁰

Regeringsuppdraget *Främja kvinnors företagande* avslutades den 31 december 2014. Programmets genomförande utvärderades i sin helhet av Ramböll på Tillväxtverkets uppdrag.³¹ Tillväxtanalys har ett parallellt uppdrag att utvärdera programmet på policynivå.

5.1 Mål och historik

Målen med programmet *Främja kvinnors företagande* och ambassadörprojektet specifikt kan formuleras i ett näringspolitiskt eller jämställdhetspolitiskt sammanhang. Ur näringspolitiskt perspektiv kan man förstå önskan att främja kvinnors företagande som en ambition att alla ska kunna ha möjlighet att utveckla och utvecklas i sitt arbete i samma utsträckning oberoende av kön. Även ambassadörprojektets inriktning på att lyfta innovativa tjänsteföretag kan förstås i ett näringspolitiskt sammanhang. Ett genomgående drag i rika ekonomier är att tjänstesektorns betydelse växer, medan de primära näringarna minskar i betydelse som andel av sysselsättning och löner. Samtidigt är produktivitetstillväxten i arbetsintensiva tjänstenäringsarter inte lika snabb som produktivitetstillväxten i annan produktion. I den mån arbetsintensiva tjänster är en del av det offentliga åtagandet leder detta till ett problem med ökande kostnader för offentlig produktion. I kombination med globalisering och därmed minskande möjligheter att beskatta företagets vinster blir behovet av förändring och innovation i tjänstesektorn mycket betydelsefull. Tanken att kvinnors innovationskraft ska lösa kostnadsproblem inom arbetsintensiva tjänstesektorer kan ses som en manifestation av detta tankemässiga ramverk.

Att öka andelen kvinnor som är företagare kan också ses som ett jämställdhetspolitiskt mål. Företagande är förknippat med en hög grad av autonomi och möjligheten att styra sitt

²⁹ Regeringsbeslut N2007/4596/ENT.

³⁰ Blomberg, Hedlund och Wottle, (2011).

³¹ Ramböll (2015).

eget arbete och chansen att förverkliga sina idéer är vanliga orsaker till att starta företag.³² Enligt Holmquist och Wennberg (2010) har forskning visat på att arbetstillfredsställelsen är högre hos kvinnor som driver företag än hos andra kvinnor trots att de har lägre lön än anställda. Det betyder att förmågan att tjäna pengar eller generera hög avkastning i sig inte är de enda faktorer som motiverar företagare. Företagandet som livsstil möjliggör alltså för kvinnor att undkomma den samhälleliga underordningen.

Även positiva hälsoeffekter har kunnat påvisas bland anställda i kvinnors företag. Sjukskrivningsgraden är i genomsnitt 25 procent lägre än i stora industriföretag och uppemot 50 procent lägre än i offentlig sektor, där många kvinnor arbetar. Holmquist och Wennberg (2010) menar att möjligheter finns att minska ohälsotalen i sektorer där ohälsan är hög genom att uppmuntra företagande, till exempel genom åtgärder för att främja kvinnors företagande eller genom att undanröja de konkurrenssnedvridande reglerna kring offentlig upphandling eller avknoppningar.³³

5.1.1 Policyhistorik

Fokus på kvinnor som företagare och idésprutor har funnits under lång tid. Redan år 1975 föddes idén *Kvinnor Kan* som en ”fredsrörelse” mellan kvinnor och män. Idén växte fram ur folklivsforskaren Barbro Holm-Löfgrens forskning på kontorskulturen från slutet av 1960-talet. År 1984 anordnades Mässan *Kvinnor Kan* i Göteborg. Kvinnor i olika åldrar, med olika bakgrund, erfarenheter och yrken visade upp det bästa de ville bidra med till den första kombinerade idé- och handelsmässan. Mässan blev plattformen för rörelsen *Kvinnor Kan*. På samma sätt som dagens satsningar på kvinnors företagande skulle kvinnor alltså göras synliga och deras idéer skulle tas tillvara.

Åttiotalet kan beskrivas som en ideologisk brytningstid, då marknadsliberala idéer började få fotfäste. År 1982 lanserades det som kom att kallas den tredje vägens politik. Skälet uppfattades vara att samhället inte längre hade de ekonomiska förutsättningarna att sköta välfärden på samma sätt som tidigare.³⁴ New Public Management inspirerade nya styrningsmodeller för den offentliga sektorn, som skulle avregleras och konkurrensutsättas. Politiken handlade om att minska statens och kommunernas ekonomiska betydelse. Verksamheterna skulle förnyas genom att privatiseras, avknoppas och avregleras. Efter 1990-talets ekonomiska kris presenterades en småföretagarpolitik som skulle bli ekonomins spjutspets för framtiden. Antalet privata företag inom området välfärdstjänster femdubblades under tio-årsperioden 1995–2005. Merparten drevs som soloföretag.

Ulmanen (1998) hävdar att feminismen i Sverige togs över och omdanades av den politiska borgerligheten. Därför kom jämställdhetsarbetet att snarare handla om privata och individuella lösningar. Fraser (2009) har visat på att feminismens framväxt som ett globalt samhälleligt massfenomen sammanföll med det kapitalistiska samhällets omvandling i marknadsliberal riktning. Blomberg m.fl. (2011) har sedan undersökt hur nyliberalismen har förenats och kombinerats med jämställdhetspolitiken och därigenom förändrat feminismen. De menar vidare att den politiska borgerligheten utgår från en bestämd gemensam grund när de beskriver sin övergripande syn på jämställdhet. Den borgerliga feminismen

³² Statistik över nystartade företag, Tillväxtnanalys.

³³ Möjligen beror de lägre sjukskrivningstalerna på att det är svårare för en företagare att ta del av sjukförsäkringen för kortare sjukdomsperioder, dels på grund av arbetets beskaffenhet, men även på sjukförsäkringens utformning för företagare i enskild firma.

³⁴ Öhrming (2008).

har för avsikt att sammanjämka individuella rättigheter och marknadsliberalismen men med kännedom om strukturell ojämlikhet.

Ulmanen (1998) menar att jämställdhetsfrågan skulle vändas till en personlig fråga i stället för en politisk. År 2007 lade regeringen fram en proposition om skatteavdrag för hushållsnära tjänster. Bland flera olika argument för reformen framställdes marknaden som huvudinstrument för ökad jämställdhet.³⁵ Huvudskälet var dock att försöka förvandla ”svart” arbete till ”vitt”, men reformen innebar dessutom möjligheter för både män och kvinnor att lägga ner mer tid på arbete. Eftersom större delen av hushållsarbetet redan utförs av kvinnor, så betyder det att så kallad ”kvinnlighet kunskap” kan omvandlas till en vara på marknaden, och kvinnors tidigare obetalda och undervärderade arbete kan säljas på en marknad.

På den borgerliga sidan i debatten ansågs även att attitydförändringar kring kvinnors företagande skulle ta alltför lång tid och ställde stor tilltro till marknaden. Individens fria val, behovet av fri konkurrens och välfärdssektorns effektivisering beskrevs av den borgerliga regeringen som en ”revolution”. Moderaterna menade att välfärdsstaten hade blivit en kvinnofälla på grund av den segregerade arbetsmarknaden. Folkpartiet menade att nedmonteringen av den offentliga sektorn utgjorde själva öppningen för privata alternativ. Kvinnor fick därigenom möjligheter till privat företagande. Centerpartiet såg även avregleringen av välfärdssektorn som ett sätt att stimulera kvinnors företagande.³⁶

Wottle och Blomberg (2011) menar vidare att välfärdssektorn uppfattades ”som en monopoliserad kvinnofälla. Den svenska arbetsmarknaden framställdes som förevigandet av traditionella könsroller” (s. 13). Det som ansågs kunna frigöra kvinnorna var en fri marknad och privat företagande. Det betydde inte att kvinnorna förväntades byta inriktning på sitt arbete. Man räknade tvärtom med att kvinnorna skulle fortsätta arbeta med traditionella verksamheter som vård och omsorg fast nu som företagare eller som privatanställda.

Talet om kvinnors företagande och jämställdhet har således fått genomslag inom ett brett politiskt fält. Den övergripande politiska diskursen omkring egenföretagande som medel för tillväxt har kopplats till en jämställdhetsdiskurs. Det är marknaden, enligt Fraser (2009), som uppfattas som den mest betydelsefulla nyckeln för att lösa de flesta politiska problem. Att arbetsmarknaden fortfarande är starkt könsdelad tycks inte anses vara något problem. Kvinnor kommer att stanna kvar inom samma yrken men som ägare av, eller som anställda i, privata företag vilket kan ses som förbättring av jämställdheten. Wottle och Blomberg (2011) menar att genom att koppla samman frågor om företagande, ägande, individualism och ekonomisk makt med begrepp som strukturell underordning och jämställdhet har den politiska borgerligheten skapat en uppdaterad feminism. Men, menar de, ingen debatterar om det är så att kvinnors låglöneyrken också riskerar att bli lågförtjänstföretag, eller ett sätt att anställa sig själv när ingen annan gör det.

5.1.2 Bilden av kvinnors företagande i policy

Den förhärskande synen på företagande är att det traditionellt är kopplat till industrin och har en manlig prägel, medan kvinnor i större utsträckning ägnat sig åt vård och omsorg. Företagaren är manligt kodat, därför att företagande definieras utifrån den verksamhet män sysslar med. Kvinnor har länge drivit företag i många olika skepnader och under många olika ekonomiska och juridiska villkor, som gjort kvinnan osynlig som ekonomiskt

³⁵ Wottle och Blomberg (2011).

³⁶ Wottle och Blomberg (2011).

subjekt. Enligt Sundin (1988) har kvinnors företagande både gjorts osynligt och undervärderats historiskt. År 1910 uppgick kvinnors företagande till 56 000, år 1930 100 000, år 1980 till 65 000 och år 2013 till 120 000 kvinnor (28 procent av företagen). Holmquist och Wennberg (2010) menar att det är under lågkonjunkturer som kvinnor särskilt uppmärksammas när det gäller att starta eget eftersom etableringen av företag förmodas öka tillväxten och generera flera arbetstillfällen.

Ur ett näringspolitiskt perspektiv uppfattas kvinnors företag ofta som ett problem. Företagen är få, verksamma inom fel sektorer, har lägre lönsamhet och genererar för lite ekonomisk tillväxt och för få arbetstillfällen.³⁷ Kvinnorna konstrueras som en grupp med särskilda behov och i behov av hjälp. Deras företagande är inte tillräckligt produktivt eller innovativt. De redan existerande företagen uppfyller inte den rådande förhoppningen om tillväxt. Kvinnor är således verksamma i ”fel” sorts företag.

Samtidigt kan frågan om företagande inte separeras från arbetsmarknaden i stort. Arbetsmarknaden är i hög utsträckning segregerad och kvinnor förväntas fortsätta arbeta med traditionella sysselsättningar som vård och omsorg, men nu som egenföretagare eller privat anställda. Skillnader i lönsamhet och överlevnad mellan företag som drivs av män respektive kvinnor beror huvudsakligen på denna skillnad i branschammansättning.³⁸

I den regionalpolitiska kontexten ska kvinnors företagande rädda glesbygden genom att hon stannar kvar och utför tjänster och i förlängningen skapar sin egen arbetsmarknad.³⁹ Kvinnan har gått från att vara arbetskraftsreserv till att bli företagarreserv.⁴⁰

Andra skillnader gäller andelen hemarbete och förvärvsarbete.⁴¹ Kvinnors arbetsutbud och företagande definieras i större utsträckning i relation till hem- och omsorgsarbete, och förklaringsfaktorerna skiljer sig från de som gäller för mäns företagande.⁴²

Kvinnors företagande har uppmärksamats i den svenska kontexten alltsedan 80-talet. Sundin (1988) menar att regeringen och olika utvecklingsfonder betraktar kvinnor som potentiella företagare, men att de behöver information, rådgivning och utbildning eftersom de uppfattas ha svaga kontaktnät och dåligt självförtroende. Vidare existerar uppfattningen att kvinnor genom att starta eget förbättrar sin ekonomiska situation och ökar möjligheten att försörja sig.⁴³ Sundin (1988) menar vidare att målet för satsningarna också kan formuleras i samhällsekonomiska termer eftersom samhällsekonomin stimuleras av företagande.

5.2 Förebilder för kvinnor som vill driva företag

Från entreprenörskapsforskningen vet vi att förebilder är viktiga för all företagsamhet, och då inte bara för kvinnor. Men positiva förebilder har visat sig vara extra viktiga för kvinnor, då bilden och språket om företagande av tradition är manligt präglad.

Elisabeth Sundin (2002) har undersökt företagandets manliga prägning. Hon menar att företagande kännetecknas av specifika faktorer som ger en manlig genusstämpel. Även andra pekar på betydelsen av könsmärkningen av företagandet. Arbetsuppgifter som

³⁷ Blomberg m.fl. (2011).

³⁸ Robb och Watson (2012), Zolin och Watson (2013).

³⁹ Widerstedt (2011).

⁴⁰ Blomberg, m.fl. (2011).

⁴¹ Se till exempel SOU 1996:56.

⁴² Se till exempel Estrin och Mickiewicz (2011), Saridakis m.fl. (2014).

⁴³ Detta kan dock ifrågasättas, då inkomsten av företagande generellt är lägre bland företagande kvinnor än bland män.

förknippas med företagande har en manlig genusstämpel och dessutom är kvinnor i minoritet bland företagare, även när det gäller små företag.

Även Holmquist och Wennberg (2011) pekar på företagandets manliga konnotationer. Typiska karaktärsdrag för en entreprenör, som till exempel riskbenägenhet, sammankopplas med manlighet men samma beteende tolkas olika beroende på om beteendet gäller en man eller en kvinna. Ett exempel är beteckningen ”äventyrlig”. En man som beskrivs så är duktig på att exempelvis klättra i berg, åka skidor eller liknande, medan en kvinna som är äventyrlig bedöms som lössläppt och moraliskt tveksam.⁴⁴

Olika typer av nätverk som företagare har utgör också en viktig faktor. Tillgången till socialt stöd genom nätverk är viktigt framför allt vid etableringen av företag men, enligt Holmquist och Wennberg (2011), behövs även tillgång till så kallade ”weak ties” (vänners vänner) för att växa, vilket bland annat förmodas ge tillgång till kapital, affärspartners och kunder.⁴⁵ Kvinnor har i allmänhet större nätverk än män, men nätverken består i högre grad av familj och vänner (”strong ties”). Dessutom konstaterar de att kvinnor oftast är exkluderade från mäktiga nätverk. Utveckling av professionella nätverk är således en betydelsefull faktor för tillväxt i kvinnors företag. Runt om i landet finns såväl etablerade som nystartade nätverk som fokuserar på kvinnors företag och kvinnors företagande.

Forskningen pekar på tre typer av förebilder som är viktiga för beslutet att bli företagare: familj, nätverk och vänner, och förekomsten av företagande i den region man bor och arbetar.⁴⁶ Bosma m.fl. (2012) studerar även banden mellan förebild och betraktare och finner att en nära relation, som familj och vänner är viktigare än svaga band (tidigare arbetsgivare eller kollegor) för att personen ska fungera som förebild. Betydelsen av ”superstjärnor” som förebilder är i princip obefintlig.

5.3 Entreprenörskap i skolan

Intresset för entreprenörskap och livslångt lärande väcktes i samband med den låga tillväxten på 1980-talet och den höga arbetslösheten efter 1990-talskrisen. Tidigt drev (dåvarande) Nutek frågan om att koppla entreprenörskap till utbildningssektorn. Idag finns begreppet entreprenörskap i utbildningstänket inte bara i Sverige utan i hela världen. Entreprenörskap i skolan syftar till att förändra attityder och kunskaper överlag, vilket gör genusaspekten betydelsefull i ett sammanhang där attityder till företagande ska förändras.

I allt fler sammanhang diskuteras entreprenörskap som en lösning på samhällets förändrade behov och ungdomsarbetslöshet. Samhället behöver kreativa individer som kan ta initiativ och ansvar. Det har dock varit svårt att finna en definition av entreprenörskap som alla kan ställa sig bakom. Enligt OECD (1989) och senare EU-kommissionen (2002, 2004) handlar entreprenörskap om en lärande ansats som inom ramen för utbildningssystemet stimulerar elevernas självförtroende, kreativitet, energi och förmågan att samarbeta och kommunicera.

Johansson (2009) har analyserat diskurser om entreprenörskap och visar att entreprenörskap beskrivs som en särskild förmåga som bara vissa individer äger och då företrädesvis manliga tekniker. Att ha förmågan framställs som något snävt och exklusivt. Andra hävdar

⁴⁴ Se även Tillväxtverket (2015a).

⁴⁵ Med ”weak ties” menas i nätverksteori vanligen de man har sporadisk kontakt med, till exempel f.d. arbetskamrater och andra bekanta. Se t.ex. Jackson (2010).

⁴⁶ Se Bosma m.fl. (2012) för en översikt av litteraturen.

att barn föds som naturliga entreprenörer. Skolans uppgift blir då att utveckla dessa inneboende förmågor och få barnen att använda dem.

Leffler (2012) problematiserade begreppet och undrar om det kan bidra till att påverka elevernas val av yrke på ett genusöverskridande sätt. Den fråga hon ställer är; vad bidrar entreprenörskap inom utbildning till i ett genusperspektiv? Entreprenörskap definieras på minst två sätt: en snäv variant som syftar på ”business”. Den andra vidare definitionen är förknippad med utbildning och kan även delas in i två betydelser. Den som vänder sig till yngre elever handlar om att utveckla elevers initiativförmåga, ansvar, kreativitet, självförtroende och förmåga att samarbeta. Den som vänder sig till äldre elever är orienterad mot business och entreprenörskap. Enligt Leffler (2012) lyckas kvinnliga elever lättare att starta företag men de utvecklar inte eller fortsätter inte med företagandet, något som manliga elever oftare gör.

Detta nya fokus på entreprenörskap i utbildningen har inte enbart inneburit positiva reaktioner utan också mött kritik. Det har enligt Leffler (2012) hävdats att introduktionen av ämnet har haft som syfte att dölja ungdomsarbetslöshet genom att omvandla strukturella problem i samhället till en fråga om att påverka ungdomars attityder.

År 2009 beslutade den svenska regeringen om en strategi för entreprenörskap i utbildning. Detta resulterade i att åtskilliga skolprojekt inleddes som kan beskrivas som aktiviteter utanför schemat (Leffler, 2006). Vidare fastställdes att entreprenörskap skulle integreras i hela utbildningssystemet. Detta beslut motiverades med att den akademiska kvaliteten skulle öka, och att detta skulle utveckla en mottaglighet för marknadens behov i utbildningssystemet. Syftet var att en närmare koppling till arbetslivet också gav fler möjligheter för unga människor att möta morgondagens utmaningar. Här talas också om behovet av förebilder.

Genusfrågan är också synlig i regeringens direktiv i det att det uppmärksammas att män i större utsträckning än kvinnor startar företag. Men det som sker i skolans undervisning är att lärarna undviker genusperspektivet (Leffler, 2006). De projekt som bedrivs syftar ofta till att öka flickors intresse för exempelvis teknologi, vilket anses vara ett traditionellt manligt område. Samma intresse för gränsöverskridande vad gäller pojkar finns inte.

6 Forskning om kvinnors företagande

Forskning om entreprenörskap i relation till genus är mycket begränsad, trots att forskningsområdena har sina rötter i 1700-talet. Det är först på 1900-talet som Simone de Beauvoir (1949) och Joseph Schumpeter (1934) banade väg för genus- respektive entreprenörskapsforskning.

Enligt Karin Berglund (2007) har inte forskning om kvinnor och företagande utvecklats i samma utsträckning som kvinnors företagande utvecklats i praktiken. År 1976 publicerades den första artikeln om kvinnors företagande i *Journal of Contemporary Business*. Den hade den passande titeln *Entrepreneurship: A New Female Frontier* och hade författats av Eleanor Schwarz. I artikeln kombineras alltså två forskningsområden: genus och entreprenörskap.

I detta avsnitt sammanfattas en forskningsöversikt utifrån några centrala teman i forskningen. Dessutom gjordes en forskningsöversikt av åtta internationella tidskrifter, samt de studier som publicerats inom ramen för Vinnovas projekt *Forskning om kvinnors företagande*.⁴⁷ Genomgången visar att andelen artiklar som handlar om kvinnors företagande alltjämt är låg och antalet artiklar om företagande och entreprenörskap som saknar ett genusperspektiv är stort.⁴⁸

6.1 I korsningen entreprenörskap och genus

I genusforskningen intresserar man sig för hur relationen mellan män och kvinnor tar sig uttryck i samhällslivet och vilka konsekvenser dessa relationer kan få både för individen och för samhället. Även konstruktionen av maskuliniteter, hur maktordningar samverkar och påverkar varandra är av intresse.

Feministisk forskning intresserar sig också för att söka ändring på orättvisor som uppdragas genom forskningen.⁴⁹ Den brukar delas in i politiska riktningar som liberal, social och radikal feminism. Feminism kan även kategoriseras utifrån olika kunskapssyner: a) kön som variabel där kvinnor ses som en oproblematiserad forskningskategori, b) feministiskt ståndpunktsteori, där kön ses som en grundläggande organisationsprincip i ett patriarkalt samhälle vilket överordnar män och underordnar kvinnor och c) slutligen poststrukturalistisk feminism, där kvinna och man ses som instabila, tvetydiga och falska enhetliga föreställningar.⁵⁰

Forskningen om kvinnors företagande handlar fortfarande mycket om att beskriva och jämföra kvinnors och mäns företagande. Den sociala kontexten inom vilka kvinnor verkar är ett centralt tema. Relationen till omsorgsplikten och utformningen av de samhälleliga institutioner och sociala normer som är förknippade med denna är ett vanligt förekommande tema. En stor del av litteraturen är beskrivande och avser skapa förståelse för fenomenet som något skilt från mäns företagande.

Forskningen om kvinnors entreprenörskap verkar leda i två riktningar. I den ena riktningen frågar man sig hur kvinnan kan ”förbättras”, så att även hon kan bli en entreprenör. I en annan riktning undrar man i stället om inte kvinnan skulle kunna förändra identiteten

⁴⁷ Publiceras som bilaga till detta PM: *Forskning om kvinnors företagande 2007-2015, Bilaga till PM 2015:13*.

⁴⁸ Jfr Berglund (2007).

⁴⁹ Berglund (2007).

⁵⁰ Frånberg (2010).

entreprenör till det bättre genom att ”mjuka upp den” lite. Ahls (2002) konklusion innebär emellertid att, trots att intresset för kvinnors entreprenörskap ökat, så har skillnaderna mellan hur män och kvinnors företag beskrivs i litteraturen förstorats. Forskningen har alltså inte bidragit till att förändra de ojämlika förhållanden som visat sig genomsyra företagandets praktik. Entreprenörens manligt kodade egenskaper har förblivit i det närmaste oförändrade.

Inom svensk forskning är det Carin Holmquist och Elisabeth Sundin som har satt kvinnors företagande på kartan. År 1989 gav de ut en bok om kvinnliga företagare, i vilken det konstaterades att 25 procent av företagen i Sverige drevs av kvinnor, att kvinnor drev företag inom de flesta branscher, av olika storlek, i olika former och de utmärktes av osynlighet, av mångfald och av anpassning.⁵¹ Dessutom anpassade de sitt företagande till familjesituationen.

6.2 Bilden av kvinnan som företagare

Berglund (2007) menar att entreprenörskapsforskningen har betraktat kvinnan som ”den Andre” både i praktik, retorik och teoribildning. Diskursen är manligt könsmärkt och etnocentriskt bestämd. Viljan att problematisera antaganden som görs och ”sanningar” som finns om entreprenörskap och kön kan ses som en viktig förutsättning för att generera nya genussensitiva forskningsresultat.

I Holmquist och Sundin (2002) framgår hur maskuliniserad bilden av företagaren är. Kvinnors företagande blir därigenom en avvikelse. Även andra studier har visat på att företagandet bygger på en starkt manlig norm men även att kvinnors och mäns företagande inte skiljer sig nämnvärt i fråga om prestationsnivå.⁵²

Ahl (2002) studerade hur kvinnor framställs i forskningstexter om entreprenörskap. Hon visar på att forskarna skiljer på sfärerna privat och arbete, något som ger män och kvinnor olika positioner i samhället. I texter om män och entreprenörskap omnämns inte den privata sfären; hem, familj och barn. I texter om kvinnor är det tvärtom. Kvinnorna får på det sättet positionen som ansvarig för hem, familj och barn, medan mannen får positionen som huvudförsörjaren. Ahl (2002) menar vidare att denna fokusering av skillnaderna mellan man och kvinna kommit att förstärka olikheterna mellan könen i stället för att minska dem.

Ahl (2002) visar även på att grundfrågorna i studierna var olika beroende på om kvinnor eller män var studieobjekt. Kvinnor fick exempelvis besvara frågor om hur familjesituationen skulle lösas, något som aldrig männen tillfrågades om. Hon pekar på att den privata sfären betraktas som ett problem och en nackdel i samband med kvinnors entreprenörskap. Kombinationen arbete och familj blir möjlig genom att företagarens frihet och autonomi över sin tid. Företagandet möjliggör en flexibel arbetsform som kan kombineras med familjesysslor samtidigt som det ger ett bidrag till försörjning. En del forskare betonar rentav särskilda egenskaper hos företagande kvinnor som framhäver bilden av den goda modern, enligt Ahl.

Det som är tydligt är att kvinnors företagande har osynliggjorts historiskt, men av olika skäl. I en intervjustudie som genomfördes i Wisconsin framkom att mannen var familjeförsörjare medan kvinnans arbete var obetalt.⁵³ Det uppfattades också som att kvinnan arbetade med barn och familj inomhus medan männens arbete skedde utomhus. Studien

⁵¹ Holmquist och Sundin (1989).

⁵² du Rietz och Henrekson (2000), även Robb och Watson (2010, 2012).

⁵³ Frånberg (1998).

konstaterar att kvinnorna arbetade minst lika ofta utomhus, men också att de genomförde produktivt arbete inomhus. Så i praktiken deltog de i en tvåförsörjarfamilj som producerade varor för en marknad. De deltog också ofta i välgörenhetsarbete genom att sörja över andra utanför familjen.

Markkola (1990) har beskrivit kvinnors situation på landsbygden i Finland i ett historiskt perspektiv. Hon menar att arbete snarare har varit ett måste än en rättighet. Uppfattningen att arbete skulle emancipera kvinnor, speciellt dem från arbetarklassen, är egentligen mycket främmande för den gruppen. De arbetade kontinuerligt, men de blev inte ekonomiskt oberoende för det. När arbetarkvinnor inte längre behövde arbeta som tjänstekvinnor hos andra, ansåg kvinnor från andra sociala klasser att det var en rättighet att få arbeta. I en annan studie om kvinnliga eldsjälar framkommer att allt fler kvinnor sökte sig ut på arbetsmarknaden efter andra världskriget.⁵⁴ I den studien framkom vidare att kvinnorna ofta kombinerade lönearbete med eget företagande i form av tillverkning av olika produkter och/eller förädling av råvaror för en marknad. De flesta var mångsysslare som bidrog till försörjningen. Det var många som arbetade inom det konstnärliga området; dekormålning, keramik, konst och slöjd inom det textila området.

Företagen som kvinnor driver

I Morris m.fl. (2006) framgår att kvinnor som valt att utveckla sina företag gjorde detta på väl genomtänkta beslut och en stor medvetenhet om kostnader och vinster. De som dragits till att starta företag (*pull-företagare*) kunde också kopplas till en stark företagstillväxt. De såg sina företag som en investering som ständigt måste förbättras. I DeMartino och Barbato (2003) framgår att kvinnors och mäns motiv för att starta eget skiljer sig åt markant. Kvinnor prioriterade flexibilitet i sitt yrkesliv, vilket möjliggjorde en balans mellan familj och arbetsliv medan männen ville göra karriär som gjorde det möjligt för dem att skapa en förmögenhet. Skillnaderna mellan män och kvinnor var stora när det fanns barn i familjen.

I en forskningsstudie som genomförts i Kanada framgick att försämrade arbetsvillkor, stressiga arbetsförhållanden och otrygghet på arbetsplatsen tvingade kvinnorna som deltog i studien att starta eget.⁵⁵ Denna grupp (*push-företagare*) visade sig tjäna mindre och var mindre nöjd med arbetsförhållanden jämfört med dem som dragits till idén om företagandet. Men generellt sett var båda grupperna nöjda med situationen som företagare.

Kvinnor driver företag inom andra branscher och på andra premisser än män. Skillnader mellan kvinnors och mäns företag i termer av storlek och lönsamhet beskrivs i termer av preferenser och hinder. Skillnader i preferenser, till exempel i termer av attityder till risk och företagandets status är ett tema i litteraturen. Vad gäller hinder och diskriminering har fokus riktats främst mot kapitalförsörjning och skillnaden mellan mäns och kvinnors nätverk och tillgång till stödsystem.

Livsformsaspekter

Begreppet livsform anger en bestämd typ av praxis som uppstått med bas i ett bestämt sätt att producera.⁵⁶ När vi beskriver samhället utifrån olika livsformer med ursprung i bestämda villkor får vi en möjlighet att också förklara de olika sociala och kulturella former vi empiriskt konfronteras med. Man kan bland annat urskilja olika produktionssätt och där-

⁵⁴ Frånberg (1994).

⁵⁵ Berglund (2007).

⁵⁶ Christenson och Höjrup (1989).

med livsformer i förhållandet stad-landsbygd. De olika livsformerna har fått benämningarna den självständiga livsformen, lönearbetarlivsformen och den karriärbundna livsformen, vilka förhåller sig på olika sätt till arbete och fritid.⁵⁷ Den självständiga livsformen är vanligare i glesbygden, där det aldrig sätts några klara gränser mellan arbete och fritid och där släkten och de sociala relationerna binder samman människorna. Många gånger sker inte bara konsumtion och reproduktion i hemmen, utan också produktion. Till denna livsform kan också företagande hänföras.

Många kvinnor anger just fördelen med att kunna fördela arbetstiden efter eget huvud, dvs. möjligheten att kunna arbeta hur mycket man vill. Det är också möjligheten att kunna arbeta självständigt som lockar med egenföretagandet. I termer av pull- och pushfaktorer kan vi tala om att det lockar att bli sin egen lyckas smed medan ett lågavlönat yrke inom offentlig sektor kan upplevas enformigt och utan möjlighet att prova på nya idéer.

Kapitalförsörjning

Holmquist och Wennberg (2011) menar att underkapitalisering är ett vanligt problem i privatägda företag, något som också internationell forskning visat. Detta är speciellt påfallande i Sverige, där den privata kapitalstocken generellt sett är lägre, och speciellt hos kvinnor. Ekonomisk forskning pekar också på att kvinnors företag mer sällan söker externt kapital men har generellt högre återbetalningsförmåga. Varför så är fallet har forskningen ännu inte kunnat belysa. Bland de hypoteser och reflektioner om orsaker till detta som förts fram är att företagarkvinnor är mer ovilliga att ta ekonomiska risker, att de har lägre tillväxtambitioner, eller att det finns psykosociala faktorer som påverkar viljan att skuldsätta sig.⁵⁸ Men visst kvinnors företagande, framförallt inom kunskapsintensiva branscher, intresserar riskkapitalister i allt större utsträckning.

Kvinnors löner är lägre och kvinnors förmögenheter likaså. Dianaprojektet lyfter fram detta som den viktigaste förklaringen till att kvinnor inte har kapital för att starta och framför allt inte till att expandera företag.⁵⁹ Kvinnor har helt enkelt saknat möjlighet att spara ihop kapital som de kan satsa i ett eget företag.

Men enligt Holmquist och Wennberg (2011) har forskningen visat på att det faktiskt finns reella hinder för kvinnors företag att locka till sig riskkapital. De menar vidare att om beslutsfattare eller affärsutvecklare vill främja extern kapitalförsörjning i kvinnors företag är det alltså viktigt att försöka undanröja dessa svårigheter. Så här sammanfattar de hindren som forskningen identifierat:

- Kvinnors nätverk består i hög grad av familj och vänner. Nätverksforskningen visar att ytligare kontakter ger tillgång till potentiella finansiärer, men även andra fördelar, till exempel affärspartners och kunder.
- Kvinnor har i allmänhet en mer begränsad förmögenhet att ställa som säkerhet till lån, bland annat på grund av att kvinnor har lägre löner.
- Kvinnor ser mer omfattande på risk om de känner ansvar för familj.
- Kvinnor som företagsledare möter ofta fördomsfulla attityder bland investerare och andra.

⁵⁷ Christenson och Höjrup (1989).

⁵⁸ Detta är ju möjligen även konstruktioner, se till exempel Tillväxtverket (2015a).

⁵⁹ www.esbri.se

Fürst Hörte (2009) pekar även på att eftersom yrkesvalen idag är könsrelaterade, är det främst män som årligen får miljoner i utvecklingsstöd. Det i sin tur beror på att de innovationspolitiska satsningarna främst riktas till näringar där majoriteten av företagen drivs av män.

6.3 Ett segregerat arbetsliv

Etnologen Rebecka Lennartsson beskriver de kulturella ideal som skapar killar och män. Hon menar att detta skapande är beroende av vilka ideal som kulturen anser vara de rätta och riktiga för konstruktionen av det manliga könet, vilket ungdomarna bär med sig utanför skolmiljön.⁶⁰ Connell (2002) och andra genusforskare visar på att de sociala miljöer som elever befinner sig i, exempelvis skolan, har två effekter. Den första effekten är att den hjälper till att utjämna skillnaderna mellan könen genom att skapa likheter mellan tjejer och killar. Den andra effekten är att skolan skapar kön, maskulinitet, femininet och hierarkier, både mellan och inom könstyperna.⁶¹ Både genusskapande och könsrollsidentifikation är viktiga aspekter för att få en inblick och förståelse för elevers sätt att göra sina framtida studie- och yrkesval.

Även sociokulturella faktorer påverkar unga människors framtida yrkesval. I Bourdieus (1977) sociokulturella utbildningssociologi framgår att människors handlingar utförs inom kollektivet och inom det sociala sammanhang vi befinner oss i. Hur våra beteenden kommer att påverka situationer i framtiden beror på våra tidigare erfarenheter. Dessa erfarenheter kallar Bourdieu för habitus, och den avslöjar vår kulturella och sociala bakgrund, som i sin tur formar människan. Habitus hjälper oss att handla i olika sammanhang som känns naturliga för oss. Men vi kan avsiktlig forma och förändra vårt habitus genom de val vi gör i livet.

Sörensdotter (2001) som har forskat om heteronormativa yrkesval och homosociala gruppnormer, menar att det är möjligt att se både köns- och klassdimensioner i motiven till yrkesvalen. Hon menar vidare att många kvinnor egentligen inte sökt sig till vårdeyrken för att de så gärna vill ge omsorg, utan snarare för att det är det jobb som finns. Det finns möjlighet till arbete inom exempelvis stålindustrin, men kvinnorna tycks inte anse industriarbete som ett valbart yrke. Det är där deras män arbetar. Enligt Lindgren (1992) är det samhälle vi föds in i redan socialt skiktat. Vi lär oss var vi hör hemma. Det är alltså ingen slump vad en individ arbetar med. Det som känns naturligt att arbeta med är det vi införlivat från det omgivande samhället.

Enligt Holmquist och Wennberg (2011) utbildar sig kvinnor oftast inom service, sjukvård och humaniora verksamheter. Eftersom företagare ofta etablerar verksamheter som de har erfarenhet av som anställda, innebär det att det i stor utsträckning är i dessa sektorer kvinnor startar företag. Dessa sektorer har historiskt i huvudsak varit offentligt organiserade, men under 90-talet inleddes en avreglering av offentlig sektor, vilket fick som följd att kvinnors företagande inom dessa sektorer ökade. Dessa verksamheter är lågavlönade för de anställda. Samma sak gäller även ofta företagandet inom dessa branscher, där små företag generellt har låg lönsamhet. Den könsmissiga segregeringen i yrkeslivet innebär alltså att kvinnors intresseområden inte har samma affärspotential som mäns intresseområden. Enligt Holmquist och Wennberg (2011) har dock kvinnors företagande ökat även inom tekniska miljöer, och de uppger att företag som initierats av kvinnor ökat från 10 procent till 29 procent mellan åren 2005 och 2008.

⁶⁰ Arvastson och Ehn (2007).

⁶¹ Arvastson och Ehn (2007).

Fürst Hörte (2009) menar att det är viktigt att synliggöra kvinnors verksamhetsområden som annars är svåra att upptäcka på grund av hur SNI-koderna⁶² är konstruerade. Hon sammanfattar kritiken mot SNI-koderna så här:

- Näringsgrenar/branscher där det finns många kvinnor tenderar oftare än där det finns många män att beskrivas som ”annat” eller ”liknande verksamhet”. Det gäller både i industri och servicerelaterade branscher. (Kvinnor är i ”slaskkategorier”).
- Det finns en stark tendens att service som utförs av kvinnor har få kategorier medan det finns många koder för servicebranscher där det finns många män.
- I de företag som av någon anledning saknar branschkode är det betydligt vanligare att det finns kvinnor än män.

Det är dock värt att notera att omläggningen till SNI 2007 kraftigt ökade antalet branscher i tjänstesektorn.⁶³

⁶² Standard för svensk näringsgrensindelning (SCB). SCB (2007).

⁶³ SCB (2007).

7 Avslutande diskussion

I denna studie genomför vi en teoretisk utvärdering av ambassadörsprojektet, ett delprogram inom regeringens satsning på att främja kvinnors företagande. Utvärderingen utgår från projektets utformning, som den beskrivs i policydokument, i intervjuer med nyckelpersoner, och i dokumentation och uppföljningar som genomförts av Tillväxtverket, som är den ansvariga utförande myndigheten.

Närmare 30 procent av företagen drivs av kvinnor och cirka 14 procent av svenska kvinnor över 16 år driver företag i någon form. Trots detta pekar forskning på att företagaren som roll är starkt manligt kodad. Det finns även betydande skillnader mellan mäns och kvinnors företag, kanske främst i de branscher inom vilka män och kvinnor är företagare.

Ambassadörsprojektets syfte var att synliggöra kvinnors företagande, för att därigenom ändra bilden av företagaren och göra kvinnor mer motiverade att driva företag. År 2008 rekryterades 800 företagare som ambassadörer, som skulle synliggöra företagande kvinnor och kvinnors företagande samt öka kunskapen om företagande och företag. Ambassadörerna har gjort drygt 7 000 besök och mött knappt 130 000 personer under perioden 2011–2014.⁶⁴ Projektet har i stort uppfyllt målen om uppmärksamhet i media.

Projektets mål var att påverka bilden av kvinnors företagande i allmänhet och även påverka attityden till kvinnors företagande bland kvinnor.

Bilden av kvinnors företagande

För att påverka mediabilden bör vi ha kunskap om vilken bilden av kvinnors företagande är och även kunna manipulera den bild som visas upp, så att det finns en möjlighet att förändra den mediala (publika) bilden av kvinnors företagande.

Bilden av kvinnors företagande som den framträder i policydebatt och forskning är att kvinnors företagande är osynligt och osynliggjort. Kvinnors företagande diskuteras i nära anslutning till kvinnans omsorgsplikt och olika livsformsaspekter ("hantering av livspusslet"). Kvinnors företagande styrs inte av ekonomiska incitament på samma sätt som mäns företagande och företagen beskrivs som mindre lönsamma och mindre näringspolitiskt värdefulla än mäns företag, särskilt när man inte beaktar den könssegregerade arbetsmarknaden. Överlag beskrivs kvinnors företagande som avvikande från mäns företagande, som är normen.

Det framgår inte av uppföljningarna hur ambassadörerna skiljer sig från den gängse bilden av företagande kvinnor. Det finns ingen tydlig beskrivning av den bild av kvinnor som företagare som man vill förmedla. I stället väljs ambassadörerna utifrån representativa kriterier, i och med att de ska representera alla regioner och branscher. Inom dessa ramar finns ett otal aspekter som kan inverka på om ambassadören ses som normbrytande eller inte, något som inte berörs i andra uppföljningar. Projektet ramar vidare in i ett större näringspolitiskt ramverk kring innovation i tjänstesektorn, vilket i sig kan vara normkonserverande, eftersom kvinnors företagande är mer förekommande i dessa branscher.

⁶⁴ Ramböll (2015).

Förebilder på individnivå

Forskningen kring förebilders roll för entreprenörskap rör sig huvudsakligen kring förebildernas roll i formeringen av företagande. Personliga nätverk verkar spela stor roll, medan ”ikoner”, förebilder utanför det personliga nätverket, i stort är osynligt i forskningen och där det explicit förekommer verkar betydelsen vara försumbar. Nära relationer i individens nätverk (strong ties) anses mer betydelsefulla än svaga relationer (weak ties), men svaga relationer verkar ha större betydelse för den som väl är företagare, genom att påverka hur framgångsrikt företaget är. Dock pekas det på betydelsen av likhet (homofili) när man väljer förebild och hur betydelsefull likhet är i valet av förebilder för formeringen av olika kompetenser. Dessutom verkar det finnas en ”samhällelig” förebildsnivå, där regioner där företagande är vanligt också har många som har för avsikt att bli företagare. Om detta beror på att det finns många förebilder, om bilden av företagande är annorlunda eller om sannolikheten att hitta en företagare i en nära relation som kan fungera som förebild är större förefaller inte utforskat.

Slutsatser

Ambassadörsprojektets potential att påverka attityder till kvinnors företagande kan ifrågasättas givet hur det utformades. Det är oklart om mediabilden ändrats på grund av projektet, då projektet i stort speglar bilden av kvinnors företagande. Kvinnors företagande behandlas fortfarande som avvikande, vilket förstärks av att företagande kvinnor visas upp på en speciell arena. Det finns oklarhet kring vilka bilder man visar upp och hur ”atypisk” ambassadören är från mediabilden. Projektet pekar dessutom ut näringspolitiska mål som snarare kan verka normkonserverande ur ett arbetsfördelningsperspektiv, i och med att det inte bryter normen på yrkesarenan. Att ambassadörernas arbete sker utan ersättning för nedlagt arbete kan förstärka bilden av den tjänande kvinnan.

Det är även oklart om projektet har potential att påverka individens attityder. Projektet utformades så att det inte var inriktat på att skapa relationer som kan tänkas ingå i individernas nätverk, vilket i allmänhet ses som viktigt vid formering av attityder. Projektet har dock ändrat form under programtiden och mer relationella, nätverksbyggande aktiviteter har ökat över tiden.

Å andra sidan har projektet kostat lite för statskassan (förmodligen mer för ambassadörerna i form av nedlagd tid) och bidragit till uppbyggnaden av ett värdefullt professionellt nätverk för företagande kvinnor. Detta var dock inte det ursprungliga huvudmålet med satsningen.

8 Referenser

- Abrahamsson, L. (2000): *Att återställa ordningen. Könsmönster och förändring i arbetsorganisationer*. Doktorsavhandling, Institutionen för Arbetsvetenskap, Luleå tekniska universitet. Umeå: Boréa Bokförlag.
- Acker, J. (1992): Gendered institutions: From sex roles to gendered institutions. *Contemporary Sociology* 21, s 565–569.
- Ahl, H. (2002): The Making of the Female Entrepreneur. A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship. *JIBS Dissertation Series* Nr 015, Jönköping: Jönköping International Business School.
- Arvastson, G. och Ehn, B. (2007) *Kulturnavigering i skolan*. Malmö: Gleerups.
- Berglund, K. (2007): *Kvinnors Företagande. En internationell forskningsöversikt. Arbetsrapport R2007:007*. Östersund: Institutet för tillväxtpolitiska studier.
- Berglund, T. (2001): Attityder till arbete i Västeuropa och USA. Teoretiska perspektiv och analyser av data från sex länder. Doktorsavhandling, *Göteborg studies in sociology* 43250, Göteborg: Göteborgs universitet.
- Blomberg, E., Hedlund, G. och Wottle, M. (2011) *Kvinnors företagande: mål eller medel*. Stockholm: SNS Förlag.
- Blomberg, E., Hedlund, G. och Wottle, M. (2011): Inledning: stat, marknad, familj och individ. I Blomberg, E., Hedlund, G. och Wottle, M. (Red) *Kvinnors företagande: mål eller medel*. Stockholm: SNS Förlag.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., och Verheul, I. (2012): Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology* 33(2), s 410–424.
- Bourdieu, P. (1977): *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Christenson, L.R. och Höjrup, T. (1989): Strukturell livsformsanalys. *Nord Nytt: Nordisk Tidsskrift for Folkelivsforskning* 37, s 57–91.
- Cockburn, C. (1991): *In the Way of Women: Men's Resistance to Sex Equality in Organizations*. Palgrave Macmillan.
- Connell, R.W. (2002): *Gender*. Cambridge: Polity Press.
- de Beauvoir, Simone (1949) *Det andra könet*. (övers. 1973, 1995), Stockholm: Nordstedts.
- DeMartino, R. och Barbato, R. (2003): Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of business Venturing* 18, s 815–832.
- du Rietz, A. och Henrekson, M. (2000) *Testing the Female Underperformance Hypothesis*. Stockholm: Research Institute of Industrial Economics (IUI).
- Eduards, M. (2002): *Förbjuden handling – Om kvinnors organisering och feministisk teori*. Stockholm: Liber.

- Estrin, S. och Mickiewicz, T. (2011a) Institutions and female entrepreneurship (summary). *Frontiers of Entrepreneurship Research* 31(8), Chapter VIII. Women entrepreneurship.
- Estrin, S. och Mickiewicz, T. (2011b): Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics* 37, s 397–415.
- European Commission (2002): Final Report of the Expert Group ‘Best Procedure’ Project on Education and Training for Entrepreneurship.
- European Commission (2004): Final Report of the Expert Group ‘Education for Entrepreneurship’. Making Progress in Promoting Entrepreneurial Attitudes and Skills through Primary and Secondary Education.
- Foucault, Michel (1987) *Övervakning och straff*. Lund: Arkiv.
- Franke-Wikberg, S. och Lundgren, U.P. (1981): *Att värdera utbildning. En antologi om pedagogisk utvärdering*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Fraser, N. (2009): *Scales of Justice: Reimagining Political Space in a Globalizing World*, New York: Columbia University Press.
- Frånberg, G-M. (1994): Kvinnliga eldsjälur i glesbygd : lokal mobilisering, förändring och anpassning. Östersund: Glesbygdsmyndigheten.
- Frånberg, G-M. (1998): *The social construction of gender in different cultural contexts : articles written by researchers in Australia, Finland, Norway, Russia, Sweden and the USA*. Östersund: Institutet för regionalforskning (SIR).
- Frånberg, G-M. (2010): *Att bli medveten och förändra sitt förhållningssätt. Jämställdhetsarbete i skolan*. SOU 2010: 83, Fritzes, Stockholm.
- Frånberg, G-M. (2015): *Efter barnets århundrade – utmaningar för 2000-talets förskola*. Lund: Studentlitteratur. (Kommande)
- Fürst Hörte, G. (2009): *Behovet av genusperspektiv – om innovation, hållbar tillväxt och jämställdhet*. Utvärdering. Vinnova – Verket för innovationssystem.
- Ganetz, H. och Lövgren, K. (1991): *Om unga kvinnor. Identitet, kultur och livsvillkor*. Lund: Studentlitteratur.
- Gemzö, Lena (2008) *Feminism*. Stockholm: Bilda förlag
- Gibson, D.E. (2003): Developing the Professional Self-Concept: Role Model Construals in Early, Middle, and Late Career Stages. *Organization Science* 14(5), s 591–610.
- Gibson, D.E., och Barron, L.M. (2003): Exploring the Impact of Role Models in Older Employees. *Career Development International* 8(4), s 198-209.
- Giddens, A. (1994): *Sociologi I*. Lund: Studentlitteratur.
- Giddens, A. (2003): *Runaway World: How Globalisation is Reshaping Our Lives*. London: Routledge.
- Goffman, E. (1970): *När människor möts: studier av det direkta samspelet mellan människor*. Stockholm: Bonniers.
- Holmquist, C. och Sundin E. (1989): *Kvinnor som företagare. Osynlighet-Mångfald-Anpassning*. Stockholm: Liber.

- Holmquist, C. och Sundin, E. (2002): *Företagerskan Om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS förlag.
- Holmquist, C. och Wennberg, K. (2010): Många miljarder blir det – fakta och nyckeltal om kvinnors företagande, *Info 0124*, Tillväxtverket, Stockholm.
- Högskoleverket (2008): Kvinnor och män i högskolan *Rapport 2008:20 R*, Högskoleverket, Stockholm.
- ITPS (2008): Institutionella hinder för tillväxt i tjänstesektorn. *Arbetsrapport R2008:005*, Institutet för tillväxtpolitiska studier, Östersund.
- Jackson, M.O. (2010): *Social and Economic Networks*, Princeton: Princeton University Press.
- Johansson, A.W. (2009): Regional development by means of broadened entrepreneurship. *European Planning Studies* 17, s 1205–1222.
- Landström, H. (2005) *Entreprenörskapets rötter*. Lund: Studentlitteratur.
- Leffler, E. (2006): Företagsamma elever: Diskurser kring entreprenörskap och företagsamhet i skolan, *Doktorsavhandling i Pedagogiskt arbete Nr 8*, Svenska och samhällsvetenskapliga ämnen, Umeå universitet, Umeå.
- Leffler, E. (2012): Entrepreneurship in Schools and the Invisible of Gender : A Swedish Context. I Burger-Helmchen, T (Red) *Entrepreneurship – Gender, Geographies and Social Context*, Rijeka: InTech, s 31–52.
- Leontiev, A. (1981): *Problems of the Development of Mind*, Progress Publishers, Moskva.
- Lewin, K. (1958): Group decisions and social change, i Swanson, G.E., Newcomb, T.M och Hartley, E.L. (red): *Readings in Social Psychology*, Holt, Rhinehart and Winston, New York.
- Lindgren, G. (1992): *Doktorer, systrar och flickor – om informell makt*. Stockholm: Carlsson.
- Lockwood, P. (2006): “Someone like me can be successful”: Do college students need same-gender role models? *Psychology of Women Quarterly* 30, s 36–46.
- Lockwood, P. och Kunda, Z. (1997): Superstars and me: predicting the impact of role models on self. *Journal of Personality and Social Psychology* 73, s 91–103.
- Markkola, P. (1990) Women in Rural Society in the 19th and 20th centuries. I Manninen, M och Setala, P. (red) *The Lady with the Bow. The Story of Finnish Women*. Tammerfors: Otava.
- Morris, M.H., Miyasaki, N.N., Watters, C.E. och Coombes, S.M. (2006): The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44, s 221–244.
- Nordberg, M. (2005): *Jämställdhetens spjutspets? Manliga arbetstagare i kvinnoyrken, jämställdhet, maskulinitet, feminitet och heteronormativitet*. Doktorsavhandling, Göteborgs universitet, Göteborg: Arkipelag.
- Nutek (2004): *EU:s strukturfonder – ett verktyg för regional utveckling*. Halvtidsutvärdering av strukturfondsperioden 2000–2006.

- OECD (1989): *Towards an 'enterprising' culture: a challenge to education and training*. Paris: OECD/CERI.
- Oscarsson, H (red) (2002): Spår i framtiden. *SOM-rapport* nr 28, SOM-institutet, Göteborgs universitet, Göteborg.
- Proposition 1993/94:147 Jämställdhetspolitiken: Delad makt – delat ansvar.
- Ramböll (2015): *Främja kvinnors företagande 2011-2014* (2015). *Slututvärdering*, Ramböll Management Consulting.
- Regeringens skrivelse Skr 2011/12: 3: Jämställdhetspolitikens inriktning 2011–2014.
- Regeringsbeslut N2007/4596/ENT, 2007-05-10.
- Regeringsbeslut N2011/1250/ENT, 2011-03-03.
- Robb, A.M. och Watson, J. (2010) Comparing the performance of female- and male-controlled smes: evidence from the united states and Australia. *Frontiers of Entrepreneurship Research* 30(8), Chapter VIII. Women entrepreneurship.
- Robb, A.M. och Watson, J. (2012): Gender differences in firm performance: Evidence from new ventures in the United States. *Journal of Business Venturing* 27, s 544–558.
- Saridakis, G., Marlow, S. och Storey, D.J. (2014): Do different factors explain male and female self-employment rates? *Journal of Business Venturing* 29(3), s 345–362.
- SCB (2007): SNI 2007. Standard för svensk näringsgrensindelning 2007. *Meddelande i samordningsfrågor MIS* 2007:2, Statistiska centralbyrån, Örebro.
- Schumpeter, J. (1934): *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Piscataway, New Jersey: Transaction Publishers.
- Scott, J. (1996): *Only Paradoxes to Offer. French Feminists and the Rights of Men*. Cambridge: Harvard University Press.
- SFS 1991:433. *Jämställdhetslag*. Svensk författningssamling.
- Skeggs, B.(2000): *Att bli respektabel: konstruktioner av klass och kön*. Daidalos, Stockholm.
- SOU 1996:56. Kvinnomaktutredningen.
- Sundin, E. (1988): *Omåttliga önskningar, måttliga framsteg: kvinnor i dagens och morgondagens samhälle*. Stockholm: FRN-Framtidsstudier.
- Sundin, E. (2002) Rationalitet som norm och hyckleri som praktik: reflektioner kring betydelsen av organisationers genusordningar. *Kvinnovetenskaplig Tidskrift* 1, 21–36.
- Sörensdotter, R (2001): *Hemma med hemtjänst: hemtjänsten som en förutsättning för äldres boende i det egna hemmet*. Falun: Dalarnas forskningsråd.
- Sörensdotter, R. (2008): *Omsorgsarbete i omvandling – genus, klass och etnicitet inom hemtjänsten*. Göteborg: Makadam förlag.
- Thornberg, R. (2006): *Det sociala livet i skolan: socialpsykologi för lärare*. Stockholm: Liber.

- Tillväxtanalys. (2014b). Insatser för att främja kvinnors företagande – En internationell kunskapsöversikt, PM 2014:11. Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, Östersund.
- Tillväxtanalys.(2014a). Främja kvinnors företagande, Delrapport 1. PM 2014:05, Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, Östersund.
- Tillväxtanalys: Statistik över nystartade företag, Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, Östersund.
- Tillväxtverket (2012): Kvinnors och mäns företagande. *Företagens villkor och verklighet. Fakta & statistik*, 2012. Tillväxtverket, Stockholm.
- Tillväxtverket (2013): Entreprenörskapsbarometern 2012, *Info 0499*, Tillväxtverket, Stockholm.
- Tillväxtverket (2015): Slutrapport Främja kvinnors företagande 2011–2014, dnr 012-2011-1068, Tillväxtverket, Stockholm.
- Tillväxtverket (2015a): Hur går snacket och vem får pengarna?, *Info 0587*, Tillväxtverket, Stockholm.
- Ulmanen, P. (1998) *(S)veket mot kvinnorna och hur högern stal feminismen*. Stockholm: Bokförlaget Atlas.
- Wetterberg, Tomas (2002): *Vill man ha jämställdhet?* Slutrapport för projekt Män och jämställdhet. Stockholm: Regeringskansliet.
- Widerstedt, B. (2011): Swedish regional development initiatives in a gender perspective. A regional policy programme evaluated against a transversal objective. *ERSA conference paper*, European Regional Science Association Conference 2011.
- Wottle, M. och Blomberg, E. (2011): Feminism och jämställdhet i en nyliberal kontext 1990–2010. *Tidskrift för genusvetenskap, nr 2-3, 2011*.
- Zolin, R. och Watson, J. (2013): Challenging the female underperformance hypothesis (summary) *Frontiers of Entrepreneurship Research* 33(8), Chapter VIII. Women entrepreneurship.
- Öhrming, Jan (2008). *Hälso- och sjukvårdens fragmentering: från lokalt till transnationellt organiserad sjukvård*. Stockholm: SNS förlag.

Webbkällor:

Kvinnor kan, <http://kvinnorkan.se/index.php/om-oss/foreningen-kvinnorkan/sa-har-startades-kvinnorkan/>

Esbri, Institutet för entreprenörskaps- och småföretagsforskning, URI: <http://www.esbri.se>

Statistik

Arbetskraftsundersökningarna (AKU) 2014, Statistiska centralbyrån.

Skolverket: Avgångna från gymnasieskolan efter program eller anknytning till program 2012/13.

Registerbaserad arbetsmarknadsstatistik (RAMS), Statistiska centralbyrån.

Tillväxtanalys, myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, är en gränsöverskridande organisation med 60 anställda. Huvudkontoret ligger i Östersund och vi har verksamhet i Stockholm, Brasilia, New Delhi, Peking, Tokyo och Washington D.C.

Tillväxtanalys ansvarar för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser och därigenom medverkar vi till:

- stärkt svensk konkurrenskraft och skapande av förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag
- utvecklingskraft i alla delar av landet med stärkt lokal och regional konkurrenskraft, hållbar tillväxt och hållbar regional utveckling

Utgångspunkten är att forma en politik där tillväxt och hållbar utveckling går hand i hand. Huvuduppgifterna preciseras i instruktionen och i regleringsbrevet. Där framgår bland annat att myndigheten ska:

- arbeta med omvärldsbevakning och policyspaning och sprida kunskap om trender och tillväxtpolitik
- genomföra analyser och utvärderingar som bidrar till att riva tillväxthinder
- göra systemutvärderingar som underlättar prioritering och effektivisering av tillväxtpolitikens inriktning och utformning
- svara för produktion, utveckling och spridning av officiell statistik, fakta från databaser och tillgänglighetsanalyser

Om PM-serien: Exempel på publikationer i serien är metodresonemang, delrapporter och underlagsrapporter.

Övriga serier:

Rapportserien – Tillväxtanalys huvudsakliga kanal för publikationer.

Statistikserien – löpande statistikproduktion.

Svar Direkt – uppdrag som ska redovisas med kort varsel.