

IFT

VAD VET VI OM KVINNORS FÖRETAGANDE?

En förstudie kring statistik, forskning och initiativ.

Rapporten är skriven av Anna Branten och Anna van der Bruggen.

Institute for Transition
institutefortransition.com
info@institutefortransition.com

© Institute for Transition Sweden AB, 2020

SAMMANFATTNING

I denna förstudie har vi intresserat oss för hur situationen ser ut för kvinnors företagande i Sverige idag. Enligt den statistik som finns tillgänglig så kan vi utifrån jämställdhetsperspektivet konstatera att andelen kvinnor som driver företag är för låg men vi har velat ta reda på om det finns adekvata underlag för att kunna fatta rätt beslut kring insatser för att stötta de kvinnor som vill driva företag. Finns det statistik, forskning och initiativ med effekter mätta i satsningar gjorda för kvinnor som kan ge oss svar på varför kvinnors företagande inte ökar och var potentialen möjligtvis finns? Vår hypotes är att statistiken, det övergripande policyramverket och den gängse retoriken kring kvinnors företagande inte har hängt med och därför skiljer sig stort ifrån det som forskning och experiment har kommit fram till.

Genom att söka information på internet, genomföra enkäter och intervjua forskare och nyckelpersoner så har vi analyserat statistik, forskning/studier och initiativ tagna kring kvinnors företagande sen 2014. Därefter har vi sammanställt våra slutsatser och gett rekommendationer för fortsatt arbete med frågan.

Vår studie visar att det är svårt - och i vissa fall omöjligt - att i dagsläget få en statistisk överblick över kvinnors företagande för att kunna analysera frågan i den utsträckning som behövs. Den statistik vi hittat indikerar dock att läget för kvinnors företagande är värre än vad siffrorna tycks visa och detta främst eftersom kvinnor i lägre utsträckning driver tillväxtbolag vilket hindrar dem från förmögenhetsbildning, ökad makt och påverkan över både sina egna liv och över sin omgivning - helt enkelt kärnan i det som jämställdhetsarbetet säger sig arbeta för.

Vår analys av forskning, studier och genomförda initiativ visar dock att det finns en överväldigande samstämmighet kring vad som krävs för att öka andelen kvinnor som driver företag. Kunskaperna här är dock inte distribuerade i tillräcklig omfattning till beslutsfattare och företagsfrämjande miljöer. Vår slutsats är därför att det verkar existera två parallella världar kring kvinnors företagande som har svårt att mötas. I mötet mellan idéerna om det existerande traditionella företagandet och de som vill utveckla det uppstår det kommunikationssvårigheter och denna brist på samsyn kring hur vi ska adressera frågan verkar leda till handlingsförlamning. Forskningen och effekterna av de initiativ som tagits når helt enkelt inte fram som underlag till de beslut som skulle kunna leda till kraftig ökning av kvinnors företagande.

För jämställdheten och omställningen är det trots allt goda nyheter att kunskapen om hur våra företagsfrämjande system kan förändras finns. Det är härmed upp till beslutsfattare på olika nivåer att med kraft börja agera.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INTRODUKTION	6
SYFTE MED FÖRSTUDIEN	6
METOD	7
STATISTIK	7
FORSKNING	7
INITIATIV	8
VAD VET VI OM KVINNORS FÖRETAGANDE?	10
STATISTIK	11
BAKGRUND	11
UNDERLAGET OCH BEGREPPEN	11
TYPER AV FÖRETAG	12
INDIVIDEN SOM DRIVER FÖRETAG, FÖRETAGAREN	12
NARRATIVEN, DET BESKRIVANDE	13
VAD SIFFRORNA SÄGER	13
KVINNORS ENTREPRENÖRSKAP	15
SLUTSATSER STATISTIK	15
FORSKNING	16
BAKGRUND	16
VAD FORSKAS DET OM?	17
VEM FORSKAR?	18
VÄRLDAR SOM BEHÖVER MÖTAS	18
FORSKNINGSFÖRANKRING HOS SVERIGES REGIONER	20
SLUTSATSER FORSKNING	20
INITIATIV	21
BAKGRUND	21
STRATEGISKT ARBETE MER ÄN PRAKTISKT	21
JÄMSTÄLLDHET EN DEL AV HÅLLBARHET OCH TILLVÄXT	22
FÅ RIKTADE INSATSER	22
DELADE ERFARENHETER MELLAN REGIONER	22
SLUTSATSER INITIATIV	23
ANALYS: NYCKLAR TILL KVINNORS FÖRETAGANDE	24
OLIKA VÄRLDSBILDER	24
FORSKNING & INNOVATION	25
VEM ÄGER FRÅGAN? OM STYRNING & LEDARSKAP	26
TILLVÄXTFÖRETAG	27

SAMMANFATTNING AV STUDIER	27
NORMER & KOMMUNIKATION	28
FÖREBILDER	28
TILLGÅNG TILL KAPITAL	28
REGELVERK	30
REKOMMENDATIONER	31
STATISTIK	31
SKAPA EN ENHETLIG BEGREPPSAPPARAT	31
IDENTIFIERA ETT GEMENSAMT SÄTT ATT MÄTA	31
TRANSPARENS	33
BELYSNING AV OLIKA TYPER AV FÖRETAGANDE	33
VAD KAN VI LÄRA OSS AV FRAMGÅNGSEXEMPLEN?	33
FORSKNING	33
GENOMLYSNING AV AKADEMIN	33
INTERDISCIPLINÄR FORSKNING	34
KUNSKAPSFÖRSÖRJNING TILL BESLUTSFATTARE, REGIONER OCH	
INNOVATIONSSYSTEM	34
INITIATIV	35
METODER OCH VERKTYG	35
SEPARATISM	35
ÖVRIGA REKOMMENDATIONER	36
VARFÖR STARTAR INTE KVINNOR FÖRETAG?	36
POLICIES OCH RAMVERK	36
UNIVERSITET/HÖGSKOLOR	36
FINANSIERINGSSTRUKTURER	37
SLUTSATS	38
REFERENSER	40
STUDIER, ARTIKLAR & STATISTIK	40
FORSKNING	42
INITIATIV	42
ÖVRIGT MATERIAL	42

INTRODUKTION

SYFTE MED FÖRSTUDIEN

I Sverige har vi höga ambitioner kring jämställdhet. Vi har uttalade mål kring att minska gapen mellan kvinnor och män, men inom området företagande kan vi inte se att utvecklingen går framåt. Trots att frågan har varit aktuell i decennier ökar inte andelen kvinnor som driver företag nämnvärt och inom den del av företagandet vi kallar för entreprenörskap eller tillväxtföretagande ser den till och med ut att minska¹.

De dåliga förutsättningarna för kvinnors företagande borde vara utgångspunkt för debatt, inte minst på grund av att det är hos de växande, små företagen som jobbtillväxten finns i Sverige. Samtidigt finns det ett stort behov av samhällsomställning kopplat till Agenda 2030 och det faktum att kvinnor fortfarande är underrepresenterade bland företagare gör att vi riskerar att inte lyckas frigöra hela den potential som finns och att vi går miste om mängder av arbetstillfällen och nya lösningar på våra hållbarhetsutmaningar. Ur jämställdhetssynvinkel innebär det också att män fortsätter att bygga större tillgångar och mer makt i näringslivet.

Vi utgår ifrån den väl underbyggda hypotesen att ett ökat företagande bland kvinnor inte bara bidrar till att göra samhället mer jämställt utan att det även har en potential att öka både innovationskraft och bidra till hållbarhetsmålen.

En första genomgång av statistiken runt kvinnors företagande visar dock att det inte finns ett konsekvent sätt att mäta företagande på. Vad ÄR företagande? Är det att driva och leda företag (som anställd VD eller styrelsemedlem), är det att äga eller är det att vara entreprenör (att grunda, leda OCH äga) och hur förhåller sig dessa olika dimensioner till omsättning och skapade arbetstillfällen? Olika undersökningar har visat sig mäta olika saker.

Parallellt finns det ny forskning och olika initiativ för att förändra perspektivet på och stödet kring kvinnors företagande. Vad säger dessa om hur vi bäst kan stötta kvinnor och kunna öka innovationskraften och hur kan slutsatserna därifrån vävas in i framtagningen av statistik, i hur vi sätter mål, initierar stödinsatser och följer upp? En bredare förståelse för frågan verkar nödvändig för att dels kunna nå jämställdhetsmålen och säkerställa att kvinnor har lika möjligheter att bidra till fortsatt tillväxt och omställning.

Syftet med denna förstudie är att gå igenom statistik, forskning och regionala initiativ tagna kring kvinnors företagande och identifiera de områden och nyckelfaktorer som kan möjliggöra för nya typer av lösningar.

¹ https://entreprenorskaforum.se/wp-content/uploads/2019/06/GEM2019_Nationell_rapport_web.pdf

Vi vill utforska

1. Vad statistiken säger och inte säger
2. Om forskningen säger något som vi inte agerar utifrån
3. Om huruvida experiment som gjorts kan tala om vilka insatser som haft praktisk nytta i att öka andelen företagare som är kvinnor

Vi ämnar att medvetandegöra dessa oklarheter, skapa ett gemensamt utgångsläge och presentera förslag på åtgärder. Vår blick är den utifrån det mångfacetterade företagsfrämjande systemet och alla dimensioner som det innehåller - från övergripande policies & styrning till handfast affärsrådgivning.

METOD

STATISTIK

Vi har genom sökningar på internet (företagande+kvinnor+statistik) och intervjuer med nyckelpersoner och forskare kartlagt den statistik som förs över kvinnors företagande på nationell nivå. Vi har även i frågor till alla Sveriges regioner frågat vilken statistik dessa tar hänsyn till och använder, samt om de tar fram någon egen statistik på regional nivå. Vi har också läst studier vi hittat med statistik i och som avhandlar ämnet kvinnors företagande.

Vi har gjort en genomlysning av statistiken med ambitionen att kategorisera denna utifrån följande kategorier.

- a. kvinnors företagande/företagsledning (omfattar t ex anställd VD, styrelsemedlemmar)
- b. kvinnors ägande av onoterade bolag
- c. kvinnors entreprenörskap (där man startat, leder och äger delar av bolaget samt har ambition att växa)

AVGRÄNSNINGAR

Vi har endast tagit med statistik som har förts från år 2014 år och framåt även om vi har läst studier skrivna tidigare.

FORSKNING

Vårt tillvägagångssätt när vi har kartlagt forskningen har varit att söka i de publika forskningsdatabaser de flesta universitet och högskolor i Sverige tillhandahåller. Vi har sammanställt en lista över alla universitet och högskolor i Sverige, både statliga och privata, som har rätt att utfärda examina inom forskarutbildning. En sökning på nedan sökord i deras respektive forskningsdatabaser har lett till en lång lista av forskningsrapporter, böcker och artiklar (alla på forskarnivå) som varit relevanta för ämnet vi studerar. Vi har listat våra resultat baserat på institution, typ av publikation, år, författarnamn, kön och titel. För att sedan vid en ytterligare genomgång kategorisera publikationerna baserat på vilket ämne de

behandlar samt om de har en övergripande genusanalys eller inte. Vi har även intervjuat några utvalda forskare.

Följande sökord har använts:

kvinnor företagande
kvinnor entreprenörskap
kvinnligt företagande
kvinnligt entreprenörskap
normer företagande
normer entreprenörskap
women entrepreneurship
women business
female entrepreneurship
female business
norms business
norms entrepreneurship

Vi har även frågat alla Sveriges regioner om de baserar sitt arbete på forskning och presenterar svaren i kapitlet om Forskning.

AVGRÄNSNINGAR

Vi har inte tagit med några konferensbidrag, utan endast skriftliga bidrag så som doktorsavhandlingar, rapporter, kapitel i böcker och artiklar. Om de skriftliga bidragen inte har kunnat hittas i fulltext och vi inte har kunnat kategorisera dem på den förkortade text som finns tillgänglig så har vi behövt ta bort dem från listan. Vi har endast tagit med forskning som publicerats från år 2014 och framåt. Vi har inte tagit med några resultat som handlar om kvinnors företagande i andra länder än Sverige. Samt att vi har rensat bort de resultat som inte är kopplade till ämnet vi undersöker, exempelvis för att de behandlar medelstora företag.

Handelshögskolan i Stockholm är det enda universitet av våra listade som inte har en publik databas. Istället har vi manuellt gått igenom de doktorsavhandlingar som skrivits sedan 2014 och framåt, samt fått hjälp från en medarbetare på plats som utfört sökningarna enligt våra kriterier.

INITIATIV

Vår metod för att kartlägga regionala och nationella initiativ har varit att sammanställa en lista över alla Sveriges regioner samt kontaktpersoner till de som arbetar med innovation och företagande. Vi har sedan bett dem svara på frågor om vilka initiativ de känner till på regional nivå (eller nationell - ej lokal) som på ett praktiskt sätt jobbat aktivt med kvinnors entreprenörskap/företagande.

Vi har även intervjuat representanter för några av de större nationella institutioner som beviljar stöd till initiativ/projekt och bett dessa om tips på praktiska initiativ samt pratat med kända nyckelpersoner och personer i våra nätverk. En lista över initiativ finns som bilaga till

förstudien, den är dock långt ifrån komplett utan tar endast med de tips vi fått in under förstudiens gång.

AVGRÄNSNINGAR

Vi har endast tagit med initiativ som har drivits från 2014 år och framåt. Fokus har varit att initiativen arbetar praktiskt med kvinnors företagande och entreprenörskap, vilket är en tolkningsfråga hur det definieras. Vi har valt att hålla den väldigt öppen i detta skede när vi frågat våra kontaktpersoner, för att kunna fånga in vad det betyder för just dem.

VAD VET VI OM KVINNORS FÖRETAGANDE?

Sedan tidigt 80-tal har kvinnors företagande i Sverige varit föremål för olika typer av insatser men trots dessa initiativ så har inte andelen kvinnor som driver företag ökat nämnvärt. 1980 var andelen kvinnor som drev företag 25% och 2019 är andelen 31%. Det går helt enkelt långsamt i strävan mot jämställdhet. Under åren 1980-2019 har det gjorts en hel del insatser från statligt och regionalt håll för att främja kvinnors företagande på olika sätt och jämställdheten kopplat till företagande är idag med i policydokument på alla styrande nivåer. Under åren 2007-2009 avsattes det medel från regeringen som resulterade i olika typer av satsningar, både för att förstå frågan bättre och åstadkomma praktisk skillnad. Från politiskt håll är rutavdraget och avregleringarna inom vård/omsorg och skola exempel på främjande initiativ men trots ett ökat fokus på frågan så verkar inga större förändringar ske.

I ett europeiskt perspektiv är det här ingen bra siffra - Sverige ligger på plats 31 över andelen kvinnor som driver företag, långt efter Lettland, Luxemburg och Schweiz som ligger överst.

Utifrån ett tillväxtperspektiv behöver vi fler kvinnor som driver företag och utifrån omställningen till ett hållbart samhälle behöver vi all innovations- och arbetskraft vi kan få. Utifrån statligt håll och Agenda 2030 så vill vi även se ett jämställt samhälle där alla har lika möjligheter att göra det man vill. Så målbilden är klar. Vi vill se fler kvinnor som startar, driver och äger företag. Frågan är bara hur? När de insatser som gjorts hittills inte verkar räcka.

Vad är då "företagande"? Bakom begreppet visar det sig finnas en mängd olika definitioner. Inom siffran 31% hittar vi egenföretagare i enskilda firmor (som kan vara allt ifrån inkörsporren till ett entreprenörskap med fler startade bolag under en livstid till ett sätt att få lön på eftersom uppdragsgivaren inte vill anställa), anställda VD:ar utan ägande, ägare och grundare till tillväxtbolag och - i vissa fall - exempelvis ordföranden för bostadsrättsföreningar. Att "driva" företag idag är alltså ett samlingsbegrepp för en mängd olika roller i ett företag.

Vidgar man dessutom begreppet företagande något och tittar på andelen styrelseledamöter så är andelen kvinnor i styrelser idag 37%², tittar man på andelen kvinnor på chefsposition (alla nivåer) inom näringslivet så är andelen 29,9%³ och tittar man på andelen kvinnor som är VD:ar i alla typer av bolag i Sverige så är andelen 17%⁴.

I siffrorna döljer det sig alltså olika dimensioner av företagande och utan att mäta dessa så kan vi inte heller riktigt förstå frågan till fullo. Frågan vi ställer oss är om vi vet tillräckligt om kvinnors företagande för att kunna fatta adekvata beslut?

² <https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Jamstallldhet/Kvinnor-i-styrelser/>

³ <https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Jamstallldhet/Kvinnor-i-chefsposition/>

⁴ <https://chef.se/83-procent-av-sveriges-vdar-man-bara-17-procent-kvinnor/>

STATISTIK

BAKGRUND

Idag finns det ett flertal aktörer som regelbundet tar fram och/eller sammanställer övergripande statistik kring företagande och kvinnor på ett nationellt plan. I detta kapitel tittar vi närmare på vad det är som tas fram. Vi problematiserar begrepp och kategoriseringar och ifrågasätter huruvida vi har den information vi behöver för att kunna göra rätt insatser för jämställdheten inom företagandet. Här tittar vi på den allmänna, tillgängliga och övergripande statistiken - forskare och författare till studier av företagande och/entreprenörskap tenderar till att ta fram egen statistik utifrån deras intresseområde vilket vi kommer att återkomma till i senare kapitel. Detta är dock de siffror vi hittat vid informationssökning på internet och de siffror som regionerna vi talat med hänvisar till att de utgår ifrån i sitt arbete.

Den statistik vi har tittat närmare på kommer från:

1. SCB (diverse öppen och stängd statistik)
2. Tillväxtverket (diverse undersökningar)
3. Forskningsstiftelsen entreprenörskapsforum (GEM-rapporten, även kallad entreprenörskapsbarometern)
4. Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys - om nystartade företag, konkurser och internationella företag)
5. Svenskt Näringsliv (Ekonomifakta)
6. ALMI

Annan statistik som regionerna hänvisar till är "På tal om kvinnor och män" som är könsuppdelad statistik kring alla områden i samhället från SCB där företagande regionalt kan vara en liten del och "Jämställdhetskartan" - en databas med tillgång till regional statistik om jämställdhet ur alla dimensioner och som tas fram av Winnet.

Regioner tar även fram egen statistik när de ska sätta strategiska mål, ge projektstöd och/eller följa den regionala utvecklingen.

UNDERLAGET OCH BEGREPPEN

Vi har funnit att det finns en del olikheter i hur man räknar företagandet och använder begrepp. Hos Bolagsverket kan man hitta 21 olika bolagsformer⁵ som även innehåller exempelvis utländska företags filialer och bostadsrättsföreningar vilket en del av de som tillhandahåller statistik räknar bort och en del inte. Sen råder det även en del oklarheter kring vad företagande är. Att "driva" företag är t ex något som SCB använder som begrepp och

⁵ <https://bolagsverket.se/be/sok/etjanster/statistik/statistik-1.3538>

där siffrorna således inkluderar både företag som leds av kvinnor (anställd VD) och företagande kvinnor (äger och driver).

Begreppet "företagare" används dock oftast men ibland åsyftas alla som driver företag oavsett företagsform och ibland skiljer man på "företagare" och "entreprenör" där "entreprenör" kan (men behöver inte) innehålla dimensioner som hur ungt företaget är eller om det är att betrakta som tillväxtföretag. Läger man till statistiken som forskning och olika typer av studier presenterar så blir begreppsfloran ännu otydligare. I vissa fall kallas enskilda näringsidkare för entreprenörer och ägare/huvudman i sin verksamhet trots att man inte har ambition att växa.

Det finns alltså inte en tydligt definierad begreppsapparat som förklarar vilken typ av företag eller företagare vi pratar om och det ställer till problem när det kommer till att bygga en gemensam kunskapsgrund kring kvinnors företagande. I förlängningen försvårar det även frågan om vilka stödjande insatser vi behöver fokusera på. Att jobba för att få fler kvinnor till styrelser eller som ledare av företag är sannolikt en helt annan sak än att uppmuntra någon till att starta ett leverbrödsföretag.

TYPER AV FÖRETAG

Om vi tittar lite närmare på den tillgängliga offentliga statistiken så döljer det sig alltså olika **typer av företagande**. För enkelhetens skull så uppehåller vi oss fortsättningsvis inom de vanligaste företagsformerna och de är följande:

1. Enskild näringsidkare (enskild firma)
2. Handelsbolag/kommanditbolag (slås ofta ihop i statistiken)
3. Aktiebolag
4. Förening (ekonomisk eller ideell som bedriver näring är de vanligaste)

Det går idag lätt att få fram siffror från SCB eller Bolagsverket hur dessa företagsformer fördelar sig procentuellt men det är inte lika enkelt att ta reda på hur statistiken fördelar sig mellan kvinnor och män.

INDIVIDEN SOM DRIVER FÖRETAG, FÖRETAGAREN

Sen har vi begreppen som tittar på **individ som driver företag**. I statistiken kallas dom:

1. Företagare: Företagets registrerade företrädare eller näringsidkare (dock ej huvudman). Finns för alla bolagsformer och inbegriper även anställd VD.
2. Huvudman: En verklig huvudman är den eller de personer som ytterst äger eller kontrollerar exempelvis ett företag eller en förening. En verklig huvudman kan också vara den eller de personer som tjänar på att någon annan agerar åt dem.

3. Entreprenör: Vanligtvis person som startat, äger och leder företag i tidigt stadie men kan även vara anställd VD i ett tidigt företag eller någon som startat men inte längre är majoritetsägare. GEM-rapporten använder ytterligare begrepp som tidig entreprenör (TEA, företag yngre än 3,5 år)
4. Styrelseordförande eller styrelseledamot

NARRATIVEN, DET BESKRIVANDE

Som en ytterligare dimension har vi begrepp som används i berättelserna om företagare, som skrivs om i media eller företagsfrämjande sammanhang.

1. "Äger": Kan vara allt ifrån aktieägare i ett onoterat bolag, till ägare/styrelseperson eller den som är näringsidkare i en enskild firma.
2. "Leder": Kan vara både anställd VD, styrelsemedlem eller ägare/grundare.
3. "Grundar": Den som en gång startade företaget eller någon som klev in relativt tidigt.
4. "Team" eller "kärnteam": Grupp av grundare eller grupp av grundare där inte alla äger eller grundare ihop med med några första anställda.

Bland ovanstående begrepp har vi tagit med de vanligaste beskrivande orden men reserverar oss för att det finns ännu fler.

VAD SIFFRORNA SÄGER

En överblick över företagandet i Sverige visar följande⁶:

Det finns 1 228 854 registrerade företag i Sverige 2019 och av dessa är det 31% som drivs av kvinnor. Sett ur ett europeiskt perspektiv är det lågt, Sverige ligger på plats 31.⁷ Men vad händer om vi borrar i siffran 31%?

Det går enkelt att få fram siffror på hur de registrerade företagen fördelar sig på juridisk form och vilken storlek dom har (99,9% av företagen är små och medelstora med färre än 250 anställda och 72,2% är enmansföretag) men vi har inte kunnat hitta offentlig statistik som visar hur många kvinnor som driver företag utifrån respektive juridisk form eller storlek på företag. Däremot så har vi hittat undersökningar som beskriver att kvinnor "tenderar" att starta enskild firma i större utsträckning. Av de nystartade företagen ledda av kvinnor 2019 utgjordes 68 procent av enskilda näringsidkare och 29 procent av aktiebolag. Motsvarande

⁶ <https://www.scb.se/vara-tjanster/foretagsregistret/>

⁷ <https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Jamstalldhet/Foretagare---internationellt/>

andelar bland män var 46 procent och 51 procent. Kvinnor driver alltså enskilda företag i större utsträckning.

Kvinnor är dessutom i högre utsträckning deltidsföretagare (1 av 4 kvinnor behöver en anställning eller annan lön för att driva företaget)⁸ vilket betyder att andelen kvinnor som kan leva på sitt företagande är lägre än siffrorna visar.

Vi har inte lyckats hitta någon statistik som delar upp företagandet utifrån typ av företag/kön/omsättning men 2018 gjordes det en undersökning kring med siffror från SCB och Biznode som gjordes av Women Business Research Institute och publicerades i tidningen Entreprenören som visade följande⁹:

- 2018 fanns det bara 660 kvinnliga företagare i hela landet som omsätter mer än 25 miljoner kronor. Det finns 10 gånger fler män, drygt 6 000. De flesta av dessa kvinnor drev livsmedelsbutik.
- Kvinnor äger bara 16,7 % av alla företag och inte 30 procent (siffran 2019 när man räknar alla företag oavsett omsättning) om man isolerar bolagen som omsätter mer än 1 miljon (som i undersökningen sattes upp som kriterium för att man ska kunna ta ut en lön).
- I startupvärlden med de mest innovativa företagen som varje år utses av 33-listan, är andelen kvinnor enbart 7 procent (lite oklart dock om man här åsyftar ägande eller annat engagemang).

Siffran 31% som vi generellt använder när vi pratar om andelen kvinnor som driver bolag innehåller alltså alla företag oavsett omsättning (där vi lärt oss att andelen kvinnor som driver enskilda firmor är högre och där andelen deltidsföretagare har en högre andel kvinnor). Värt att notera är också att andelen kvinnor som är verkliga huvudmän rapporterade till Bolagsverket är 26%.

Beaktar man dessa siffror som kan man alltså konstatera att läget för kvinnors mer traditionella företagande egentligen är sämre än vad de 31 procenten indikerar.

I kontrast till detta - och lite på tvären - har vi det framväxande sociala företagandet och det kooperativa företagandet som går att driva i olika juridiska former. Fakta runt detta område visar dock på god jämställdhet. Det sociala företagandet är inte heller det särskilt tydligt definierat ännu och det finns inte heller några egentliga siffror kopplat till kvinnor att tillgå. Däremot är alla vi talat med som jobbar med stödjande insatser kring sociala företag överens om att andelen kvinnor som driver och uttrycker en önskan om att driva den typen av företag i absolut majoritet. För hållbarhetsfrågan och ambitionerna att nå Agenda 2030-målen är det såklart positivt men samma sak gäller egentligen här - utan att veta exakt vad det är vi vill mäta och följa så är det svårt att fatta rätt beslut, dra lärdomar och hitta rätt stimulansåtgärder.

För att kunna svara på de konkreta frågorna kring statistik som vi hade i ansatsen till i vår rapport - att ta fram och presentera statistik kring dimensionerna VD, ägare och

⁸ <https://www.nordicinnovation.org/2020/female-entrepreneurship-nordics-2020>

⁹ <http://www.renstig.se/blogg/ny-statistik-visar-pa-katastrofsiffror-for-kvinnors-foretagande/>

entreprenörer i förhållande till omsättning och bransch så kunde vi inte göra det baserat på den offentliga statistik som finns att tillgå. En del siffror går att hämta i studier gjorda - exempelvis den norska studien "Female Entrepreneurship in the Nordics" och i GEM-rapporten men eftersom det råder oklarheter kring hur siffrorna har tagits fram och bearbetats så kan vi inte hänvisa till dessa. Istället presenterar vi bland våra rekommendationer förslag på en övergripande kartläggning av siffrorna.

KVINNORS ENTREPRENÖRSKAP

Som vi har behandlat under begreppen så finns det olika definitioner av vad entreprenörskap är men den mest omfattande studie av just entreprenörskap som görs regelbundet i Sverige presenteras i GEM-rapporten¹⁰. Här använder man ett begrepp som kallas TEA (total entreprenöriell aktivitet i tidiga stadier) och här räknar man istället andelen kvinnor och män som är entreprenörer av den totala mängden och 2019 var andelen entreprenörer av kvinnorna ungefär hälften av männen. Även här är andelen kvinnor låg i förhållande till andra jämförbara länder. Här är entreprenör någon med ambition att växa men inte något som förhåller sig till företagsformer varför siffrorna är svåra att jämföra med andra.

Förädlingsvärde är ett begrepp som man kan mäta företagande i (förädlingsvärde brukar definieras som det värde ett företag tillför genom sin verksamhet. Det brukar även uttryckas som företagets bidrag till BNP). En analys från SCB från 2016¹¹ visar att kvinnors totala andel av omsättningen var 12 procent och kvinnors andel av totalt förädlingsvärde var 15 procent. Andel av antalet anställda var samma år 20 procent och kvinnors andel av summerad lönesumma var 18 procent.

SLUTSATSER STATISTIK

Efter att ha studerat siffrorna kan vi alltså konstatera att den övergripande statistiken är bristfällig. Det finns inte underlag för att följa de olika grupperna företagare statistiskt och i olika studier som görs mäter man olika saker med olika begrepp beroende på intresse och det finns ingen sammanhållen statistik som följs upp.

Forskare och regioner gör olika nedslag och tar fram egen statistik utifrån det man är intresserad av men det går inte att följa hur siffrorna förändras och vilka effekter man över tid kan se av olika insatser.

Vi kan dock konstatera att skillnaden mellan kvinnor och mäns företagande är ännu större än de 31%:en, att män i större utsträckning ägnar sig åt företagande med anställda och har större ambitioner att växa medan kvinnor driver företag som mest sker på deltid, utan anställda och med lägre intäkter.

¹⁰ <https://entreprenorskapsforum.se/forskning/gem-%E2%80%93-global-entrepreneurship-monitor/>

¹¹ https://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2019/06/GEM2019_Nationell_rapport_web.pdf

FORSKNING

BAKGRUND

På 80-talet fanns det relativt begränsad forskning inom området kvinnors företagande. Den forskning som fanns fokuserade på det faktum att kvinnor var underrepresenterade män som företagare, att deras företag var mindre, hade lägre lönsamhet och växte långsammare. Helt enkelt saker som var mätbara. Några av förklaringarna som fördes fram var att kvinnor hade mindre intresse för att starta företag, en sämre vilja till att få sina bolag att växa, hade en psykologi som var mindre entreprenöriell, otillräcklig utbildning och mindre benägenhet att ta risker. På senare år har detta visat sig inte stämma. Det finns större skillnader mellan individer inom gruppen män som företagare och kvinnor som företagare än de genomsnittliga skillnaderna mellan män och kvinnor.¹²

I mitten av 1990-talet fanns det fortfarande relativt lite forskning om kvinnor som företagare och en anledning som givits till det är kvinnor som företagare ansågs ha låg status och därför lockat få forskare. Tillväxtverket, dåvarande Nutek, fick därför uppgiften att stimulera inte bara rådgivning för företagande kvinnor utan även forskning om detta. Detta stimulerades genom att locka fler forskare till ämnet samt starta ett nytt forskningsprojekt kallat FEM "Female Entrepreneurship and Management". Detta initiativ har med en rad liknande initiativ från myndigheter och institutioner lett till att det 25 år senare finns betydligt fler verksamma forskare inom ämnet, och dessa forskare har även många olika inriktningar.¹³

Vår avsikt i denna förstudie har varit att kartlägga vilken forskning/analys som har gjorts kring kvinnors företagande under de senaste 5 åren som dels kan ge svar på frågorna som ställs kring statistiken vi undersökt, varför siffrorna ser ut som de gör och dels om det finns någon analys i forskningen som säger att vi behöver nya typer av siffror.

Vi har således gått igenom och sammanställt en lista över all den forskning, på forskarnivå, som publicerats vid Sveriges alla universitet och högskolor som har rätt att utfärda forskarexamen sedan år 2014 och fram till idag. En sammanställning över all forskning finns som bilaga. Vi har sedan analyserat det framtagna materialet utifrån frågeställningar kring vad det forskas om och eftersom frågan om kvinnors företagande till viss del handlar om genus så har vi även valt att titta på vilka det är som forskar. Våra resultat presenteras nedan.

¹² https://tillvaxtverket.se/download/18.a48a52e155169e594d356a/1465388277336/info_0596.pdf

¹³

https://tillvaxtverket.se/download/18.a48a52e155169e594d34a1/1465387170196/info_0586_webb.pdf

VAD FORSKAS DET OM?

Baserat på det vi har hittat har vi valt att kategorisera forskningsmaterialet vi har fått fram utifrån följande ämneskategorier: Finansiering, Landsbygd, Regionutveckling, Turism, Identitet (entreprenörers/företagares identitet) och Struktur (strukturer kring företagande, entreprenörskap) samt Tillväxt. Detta för att kunna göra en analys över vad det forskas om i Sverige kopplat till kvinnors företagande:

Flertalet publikationer går in under fler än en ämneskategori, exempelvis kan en publikation behandla det strukturella finansieringsklimatet för företagare och faller då in under både kategori Finansiering och kategori Struktur. Nedan följer en sammanställning över hur många av det totala antalet publikationer som faller in under respektive ämneskategori.

Struktur 70,1%
Finansiering 18,2%
Identitet 16,9%
Landsbygd 10,4%
Regionutveckling 5,2%
Tillväxt 5,2%
Turism 2,6%
Övrigt 2,6%

Majoriteten av all forskning som bedrivits kring kvinnors företagande senaste åren görs utifrån ett strukturellt plan, där det alltså finns en världsbild av att det finns satta strukturer kring företagande kopplat till kvinnor. Genom att forska utifrån detta perspektiv, till skillnad från ett individperspektiv till exempel, gör att vi också kan bedriva strukturell förändring framåt. Vid en närmare genomgång av publikationerna har vi kategoriserat dessa utifrån om de har gjort en övergripande genusanalys i sin forskning. Med genusanalys menar vi att föreställningar om genus problematiseras, analyseras och verbaliseras. Nästan all forskning (cirka 96%) vi har fått fram gör en sådan analys, vilket visar på att strukturer och normer kring genus har hög förankring i forskningen om kvinnors företagande.

Finansiering och identitet är de två kategorier det forskas mest kring. Bristen på finansiering till kvinnor som entreprenörer har fått stort genomslag i media senaste åren. Forskningen vi har fått fram har både undersökt vilka som får finansiering men framförallt undersökt just varför män får mer finansiering än kvinnor. Där har stereotyper och normer studerats utifrån olika perspektiv. Flera forskningsrapporter har undersökt hur investerare och banker ger stöd och finansiering i högre utsträckning till män än kvinnor, endast på grund av normer och föreställningar om deras kön.

Kategorin identitet berör ofta just normer kring hur kvinnor är och bör vara som entreprenörer. Även denna fråga har uppmärksammats genom flera initiativ samt rapporter i Sverige senaste åren. På 80-talet bedrevs, som vi nämnt ovan, ofta forskning utifrån idén att kvinnor var mindre lämpade som entreprenörer än män. Även om forskningen tagit ett stort kliv fram i frågan och inte forskar på ämnet utifrån den utgångspunkten så ser vi att det lever

klar många gamla föreställningar om hur kvinnor är som entreprenörer; allt ifrån att de skulle vara mindre riskbenägna till att familjelivet är ett hinder i entreprenörskapet för just kvinnor. Det är just dessa föreställningar som ofta sedan leder kring lägre finansiering och mindre stöd i sitt företagande för kvinnor.

VEM FORSKAR?

En genomgång av forskningen kring kvinnors entreprenörskap visar att:

62,3% av alla publikationer är skrivna av endast kvinnor

27,3% är skrivna av män och kvinnor

9,1% är skrivna av endast män

1,3% av publikationerna vet vi ej kön

Vi kan därmed konstatera att det är främst kvinnor som intresserar sig för och forskar om kvinnors företagande. Vad gäller skillnader mellan vad kvinnor och män forskar kring så är det framförallt kategorin finansiering som sticker ut. Män och mixade team forskar i mycket högre utsträckning kring finansiering än kvinnor. I övrigt är det förhållandevis likt fördelat på de andra kategorierna av forskning.

Vi ser också i den övergripande analysen av materialet att det är mycket litet forskning som behandlar intersektionalitet, så som gruppen utrikesfödda kvinnor, som är mycket underrepresenterade inom kvinnors företagande.

Efter samtal med forskare så väcks det även en del frågor om nyttogörandet av forskningen, dvs i vilken utsträckning som den når politiker, beslutsfattare eller andra intresserade. Precis som universitet och näringsliv tillsammans arbetar för att kommersialisera exempelvis teknik där man bedömt att det finns potential så borde även forskning med förslag till lösningar på sociala och strukturella utmaningar uppmärksammas och bearbetas.

VÄRLDAR SOM BEHÖVER MÖTAS

Det finns flera tecken på att forskningen om kvinnor som företagare numera accepterats inom centrala delar av forskarvärlden. Ett är att det faktiskt blivit vanligt att etablerade forskare, både män och kvinnor, har med "kön som variabel" i studier, exempelvis GEM-rapporten. Ett annat är att det i den bok som gavs ut till 50-årsjubileet av "Kvinnors liv och arbete" fanns med ett kapitel om "Kvinnors företagande och genusordningen". Företagare fanns inte med i 1962-års upplaga. Ett tredje är att ett projekt om "Entreprenörskap och ekonomisk tillväxt ur ett genusvetenskapligt perspektiv" beviljats medel från Vetenskapsrådets stora utlysning för genusforskare. Forskning om kvinnors företagande och företagande ur genusperspektiv tycks alltså numera vara ett etablerat forskningsområde.

De ny kunskapsfält som forskning bidrar med, samt de möjligheter dessa ger till ökad innovation och tillväxt, färdas inte särskilt snabbt genom de etablerade strukturerna - trots att det ofta är strukturerna som avhandlas. Regioner, Science Parks och inkubatorer har till exempel i sitt uppdrag att hålla sig ajour med den senaste forskningen men där ser vi tecken på att det inte hinns med och/eller att den är svår att tillgodogöra sig. Ytterligare anledningar till att kunskap inte sprids kan vara de anledningar som studeras just i forskningen - de om normer, omedvetna fördomar, identitet och språk. Att i begreppsvärlden i stora delar av det företagsfrämjande systemet råder en skepsis mot både ord som "genus" och den världsbild och språkpalett som forskningen använder sig av. Det är helt enkelt två olika världar som möts.

Cecilia Dalborg skriver följande om just detta i sin avhandling "Gamla villfarelser och nya möjligheter" om kvinnors entreprenörskap¹⁴: "En del anser att verkligheten finns på ett objektivt plan medan andra säger att verkligheten är en social konstruktion" (Arbnor & Bjerke, 1994). Kristensson-Uggla (2002) menar att vi alla uppfattar verkligheten ur ett bestämt perspektiv och att vi därför, eftersom vi själva befinner oss i verkligheten, grundar vår förståelse på tolkningar. Inom vetenskapen kretsar de mest grundläggande frågorna kring verkligheten och sanning och därför skapar tolkningsproblematiken konflikter i kunskapssamhället. Kristensson-Uggla menar att vi måste dela upp världen och åskådliggöra skillnader för att gemensamt kunna bli delaktiga i verkligheten, bilda mening och utveckla en identitet som kan delas med andra. Det är endast genom att dela världen som vi kan dela världen med varandra".

Med andra ord - har man levt länge i en verklighet i det företagsfrämjande systemet, där alla under decennier har enats om begrepp och odlat gemensamma sanningar så tenderar man att se dessa som sanna. Objektivt sanna. Och det är med den världsbilden som stödet för kvinnors entreprenörskap har utformats under de senaste decennierna. Att genom att utbilda bredare, ge access till företagavärlden, berätta för kvinnor hur det funkar där och odla bilden av att man behöver vara "stark", "ta för sig" och "kavla upp ärmarna" för att fungera i den verkligheten. Assimilering helt enkelt. Det en del av den här nya forskningen däremot tar höjd för är vad som händer om det företagsfrämjande systemet istället har ett inkluderande perspektiv, där hänsyn i större utsträckning tas till de annorlunda behov som kvinnor kan ge uttryck för - inte bara för att dom är kvinnor utanför att dom kan ha andra förutsättningar, värderingar och ambitioner än vad systemet traditionellt är vant vid.

Utifrån denna synvinkel har vi fastnat lite i GEM-rapporten som hänvisar till kvinnors riskbenägenhet som en faktor som gör att kvinnor inte startar tillräckligt många företag. Man menar där att kvinnor har en lägre tilltro till sin egen förmåga att starta och driva företag. Man skriver att det är troligt att avsaknaden av tilltro också påverkar hur man ser på riskerna för ett misslyckande. Detta skulle med andra ord åtminstone delvis kunna förklara varför kvinnor också upplever en större rädsla att misslyckas relativt männen.¹⁵ Men utan en bredare förståelse hur denna rädsla uppstår just i mötet med det traditionella företagandet, där förståelsen för kvinnors olika typer av drivkrafter och tillvägagångssätt kan vara låg så går det inte att hitta fram till konstruktiva lösningar. En studie från Mittuniversitetet har tittat

¹⁴ <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:746349/FULLTEXT01.pdf>

¹⁵ https://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2018/06/GEM_Nationell_Rapport_2018_Webb.pdf

på exakt detta och just denna avhandlings slutsats är följande: "Kvinnor och män känner en stor passion för och har en stark självförolit att starta och utveckla företag men då företagande kvinnor inte uppfattas som potentiella tillväxtföretag får de endast ta del av en bråkdel av det totala företagsstödet. Detta leder till att de uppfattar högre risker med företagande, vilket också neutraliserar den identifierade effekt som passionen annars har för att starta företag."¹⁶. Beroende på vilken verklighet man betraktar problemet utifrån så finns det alltså olika infallsvinklar till lösningar.

FORSKNINGSFÖRANKRING HOS SVERIGES REGIONER

12 regioner av Sveriges totala 21 har svarat på frågan om de baserar sitt arbete på forskning. Av dessa så svarade 3 regioner att de inte baserar sitt arbete på forskning, 6 stycken svarade att de gör det och 3 regioner uteblev med att svara på frågan. Även om urvalet är litet så anar vi en trend där det finns osäkerheter kring vilken forskning som är relevant och hur den kan manifesteras strategiskt och praktiskt.

SLUTSATSER FORSKNING

Kvinnors företagande intresserar forskare som är kvinnor i mycket större utsträckning än det intresserar män. Perspektiven som forskarna väljer handlar i huvudsak om strukturella perspektiv på företagandet men även finansiering och identitet är viktiga (och en kombination av de tre). De flesta forskare har även gjort en genusanalys av forskningen.

Forskning om kvinnors företagande och företagande ur genusperspektiv tycks alltså numera vara ett etablerat forskningsområde. Samtidigt ser vi att spridning av kunskap från forskning till de etablerade strukturerna går långsamt. Det beror bland annat på att det inte hinns med samt att omedvetna normer och fördomar står i vägen. I stora delar av det företagsfrämjande systemet råder det fortfarande en skepsis mot ord som "genus" och den världsbild som forskningen många gånger använder sig.

¹⁶ <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:746349/FULLTEXT01.pdf>

INITIATIV

BAKGRUND

Praktiska insatser för att öka kvinnors företagande har - som beskrivet tidigare här - gjorts på flera håll och på olika sätt. Stödet har historiskt till stor del handlat om utbildning, rådgivning, nätverksprogram och mentorskapsprogram. Även på nationell nivå har det gjorts en del insatser men effekterna av dessa finns inte tydligt tillgängliggjorda. De effekter vi känner till är de ifrån projektet "The Yes Way" som syftar till att öka mängden entreprenörer som är kvinnor i Sveriges inkubatorer.

Vi har undersökt initiativen på regional nivå och har fått in svar från 12 av landets 21 regioner som arbetar praktiskt med målgruppen kvinnor som företagare/entreprenör. Vad som avses med praktiskt arbete är en definitionsfråga, som vi har valt att hålla ganska öppen i detta första skede för att se hur regionerna själva tolkar det. De flesta regioner kan nämna flera strategiska insatser som görs, ett par nämner praktiska insatser där flertalet bedrivs i skrivande stund och därmed inte har några effekter och resultat ännu, samt att ett par regioner inte har några praktiska initiativ alls. Det är ett litet urval och därmed svårt att dra några generella slutsatser kring hur det ser ut i landets regioner. Men ett par gemensamma nämnare kan urskiljas bland svaren samt att vi vill lyfta fram ett par intressanta exempel.

STRATEGISKT ARBETE MER ÄN PRAKTISKT

Flertalet regioner har strategiska satsningar som innefattar jämställdhet inom företagande. Det kan vara förstudier, metodutvecklingsmaterial, länsstrategier som tagits fram och anvisningsdokument vid handläggning av projektstöd. De flesta regioner anvisar till just dessa vid frågan om praktiska initiativ som tagits kopplat till kvinnors företagande. Strategierna är viktiga, och många bedrivs, och har bedrivits, på nationell nivå. Ett gott exempel på detta är den nationella strategin "Öppna upp", initierade av Tillväxtverket med syfte att skapa ett företagsfrämjande på lika villkor 2015–2020. Men det faktum att det hänvisas till strategierna gör det svårare att i detta första skede i förstudien kartlägga och komma fram till de praktiska initiativen. En av regionerna pekar också på just problematiken kring att strategier, mål och föreskrifter pratar om jämställdhet men att det sedan lätt inte prioriteras i det verkliga arbetet:

"Jag tror mycket på detta arbete då jag ser att jämställdhet i för många fall försvinner när det faktiska arbetet ska utföras. Dvs att det finns mål och ambitioner i centrala skrifter och mål, men ju mer detaljerat planer och aktiviteter blir ju högre risk finns det för att jämställdhet försvinner."

JÄMSTÄLLDHET EN DEL AV HÅLLBARHET OCH TILLVÄXT

Jämställdhet är en del av de övergripande hållbarhet- och tillväxtmål som Sveriges regioner har. Det är för att det regionala utvecklingsarbetet ska bidra till ökad jämställdhet, integration och en bättre miljö. Detta med syfte att på ett hållbart sätt ta tillvara på den fulla tillväxtpotential som finns i Sverige, bland kvinnor och män, med både svensk och utländsk bakgrund. Jämställdhet, integration, miljö och klimat pekas därmed ut som drivkrafter för att åstadkomma en hållbar tillväxt.¹⁷

Att jämställdhet, tillväxt och hållbarhet är integrerat är en viktig utgångspunkt för att undvika att jobba med frågorna i silon och att förändra hela system som vi verkar inom. Risk finns dock att jämställdhetsfrågan göms och/eller glöms i hållbarhetsmålen och inte får den prioritering och de riktade insatser som behövs. Ett par regioner vi pratat med kan inte nämna några praktiska initiativ kopplat till kvinnors företagande överhuvudtaget. Det arbete som då görs är att jämställdheten är en av flera hållbarhetsaspekter i bedömning av projektstödet.

“Kan även tillägga att vi i dagsläget inte har något projekt ... som specifikt styr mot kvinnors företagande. Jämställdhet är dock en hållbarhetsaspekt som ska bedömas vid handläggning av projektstöd.”

FÅ RIKTADE INSATSER

Det finns flertalet exempel på konsultstöd och företagsstöd som getts till mindre bolag hos regionerna. De flesta av dessa följer upp statistik kring hur många kvinnor, män, utrikesfödda och inrikesfödda som tar del av stöden. Men få regioner kan nämna riktade insatser mot specifika grupper såsom kvinnor, eller utrikesfödda.

DELADE ERFARENHETER MELLAN REGIONER

Det finns goda exempel bland regioner som delat med sig av lyckade initiativ mellan varandra för att sprida verktyg och metoder. Ett exempel på detta är Timbanken, som startades av Region Halland och sedan spred sig till Region Kronoberg, Region Jämtland Härjedalen samt Region Örebro.

“Region Halland var först ut med stödmodellen och har varit mycket generösa med att dela med sig av sina erfarenheter och metoder.”

Stödet ges som ett par timmars konsultrådgivning till små företag (även utan anställda) och både Region Halland och Region Kronoberg som vi pratat med har en stor andel kvinnor som söker stödet (mellan 50-65%). En möjlig framgångsfaktor är att stödet just ges till

¹⁷<http://www.regeringen.se/4a6bad/contentassets/e926a751d9eb4c978c4d892c659ebc8e/utgiftsomrade-19-regional-tillvaxt>

väldigt små företag, en grupp som normalt inte kan ta del av det traditionella stödsystemet till företagare.

“Samtidigt är det i länet en väldigt sårbar målgrupp i behov av utveckling och stöd. Förstudien visade även att små och korta rådgivningsinsatser är resultatrika inom målgruppen. Det fanns därmed en lucka i stödsystemet (både regionalt och nationellt) som vi efter utvärdering anser lyckats täppa med projektets stödform.”

Andra möjliga framgångsfaktorer kan vara att Region Halland har genuscertifierat kommunikationsmaterialet genom *Främja kvinnors företagande*. De anställde även en person med fokus på ökat inflöde till det offentligt finansierade stödsystemet där det under 2014 var extra fokus på bolag som ägs/drivs av kvinnor samt kulturella och kreativa näringar. Samt att samtliga upphandlade konsulter har genomgått en utbildning om jämställdhetens betydelse för en hållbar tillväxt. Detta visar att insatser inom kommunikation och utbildning ofta har stor effekt på andelen kvinnor som söker och tar del av det offentligt finansierade stödsystemet.

Vi tror fler regioner skulle ha nytta av att dela erfarenheter, verktyg och metoder sinsemellan och vi återkommer till detta i våra rekommendationer i nästa kapitel.

SLUTSATSER INITIATIV

Satsningarna på kvinnors företagande är ofta strategiska och hamnar därför som en punkt i hållbarhetsstrategin. Även om det är bra att man säkerställer exempelvis jämställdhetsaspekter vid fördelning av projektmedel eller jobbar med jämställdhetsintegrering i styrnings- och policydokument så tror vi att det är långt ifrån tillräckligt. Det behövs aktiva, proaktiva och riktade insatser för att stötta kvinnors företagande.

Det finns goda exempel på initiativ som lyckats ge ett mer jämställt fördelat stöd, dessvärre finns det få initiativ där det går att följa upp långsiktiga effekter. Ovanligt att slutsatser byggs vidare på och delas/fortsätter utvecklas. Ett undantag är det nationella projektet “The Yes Way” som har som målsättning att just sprida metoder och verktyg vidare i innovationssystemet.

ANALYS: NYCKLAR TILL KVINNORS FÖRETAGANDE

Här följer vår övergripande analys efter att ha studerat allt material. Vi vill särskilt lyfta fram nedanstående perspektiv som vi tycker är extra intressanta utifrån det vi har bearbetat men med det sagt så finns det mycket mer att säga kring frågan.

OLIKA VÄRLDSBILDER

Vi har i vår studie konstaterat att kvinnor inte driver företag i den utsträckning som de skulle kunna göra och att det trots olika företagsfrämjande insatser för kvinnor under åren inte sker någon större förändring i antalet kvinnor som startar och driver företag. Vi kan samtidigt se att det inom forskning och ett stort antal studier finns ett stort intresse för frågan, och det i huvudsak utifrån aspekter av företagandet som handlar om strukturer och genus. Denna forskning verkar dock inte få något större genomslag - vare sig på policynivå eller i praktisk form. Däremot kan vi se att i den praktiska tillämpning som görs i linje med vad forskningen rekommenderar så har man relativt snabbt kunnat förändra villkoren för kvinnor och dramatiskt öka antalet kvinnor i olika företagsfrämjande miljöer.

Vår analys är därför att det verkar råda två olika världsbilder kring kvinnors företagande. Analysen behöver fördjupas ytterligare men övergripande verkar det finnas å ena sidan den klassiska synen, som representeras av rådande företagarsystem. Denna syn präglas i huvudsak av en kultur som vuxit fram parallellt med det nyliberala samhället där det varit viktigt med snabb och kraftig tillväxt, vinst, framgång, mätbarhet, pengar och individfokus. Här är realismen viktig och sökandet efter sanning, vad som är verkligt, sakligt och opartiskt. I kombination med att tech har varit det dominerande utvecklingsområdet under de senaste decennierna och att det är ett fält där män historiskt dominerar, där fokus i media har varit att berätta historierna om enhörningsföretag och dessa mäns framgång så har företagandet blivit något som lockar de som intresserar sig för detta. Denna företagarevärld attraherar en del kvinnor men långt ifrån alla. Denna uppfattning av företagandet har även kommit att prägla stora delar av det företagsfrämjande systemet där det funnits en syn på vad som är "riktigt" företagande, varpå kvinnor med en annan uppsättning drivkrafter eller värderingar inte har passat in.

I kontrast till ovanstående världsbild har vi då den som ifrågasätter strukturer och normer. Här ser man världen utifrån en annan ideologi om man så vill. En världsbild som istället söker svar i kollektivet, samarbeten, genus, feminism och samhällsnytta. Här hittar vi bl a de sociala företagen och de kulturella näringarna men inte bara - vi ser även en hel del företag med "klassiska" affärsmodeller som drivs av personer med den andra världsbilden och som överger tidigare former av organisering och målsättningar till förmån för frågor kopplat till hållbarhet och inkludering. Utifrån denna andra världsbild och utgångspunkt verkar även en

stor del av forskningen komma. En forskning med en strukturell eller poststrukturell syn som intresserar sig för exempelvis strukturer, symboler, genus, makt och språkets betydelse för företagandet.

Vi menar att dessa olika världar samexisterar överallt - på alla nivåer - och att de ofta har svårt att mötas. Den klassiska världen möter den nya med skepsis eftersom den tenderar att använda förklaringsmodeller och ett språk som man helt enkelt inte kan ta till sig. Bara ord som "normer" och "genus" väcker ett motstånd där vi misstänker att möjligheter till utveckling går förlorade på grund av att man inte förmår sig att ta sig an detta annorlunda sätt att tänka och formulera sig på. I mötet mellan det som företagavärlden är van vid - hur man ser på framgång, risk, det beprövade, det konkreta och mätbara - och det något mer svårbegripliga, symboliska tänkandet - uppstår mängder av missförstånd. Språkliga, värderingsmässiga, kulturella, konflikter mellan teori/praktik, mellan processmetod/organisk metod och det krävs därför en medvetenhet om dessa olikheter, mod och uthållighet från en verksamhet om den på djupet vill förstå dessa frågor och få dessa att leda till praktisk förändring.

Så här ligger den stora utmaningen. För den "klassiska" företagavärlden att förstå den tillväxtpotential eller potential till samhällsomställning som ligger i att pröva nya och kanske svårbegripliga vägar. Och för de som utmanar den rådande ordningen att formulera det man vill åstadkomma på ett sätt som gör ambitionerna begripliga för fler än de i de egna leden.

Så vår grundfråga efter att ha gjort denna genomlysning är: Är jämställdheten tillräckligt viktig? Tror det företagsfrämjande systemet på att kvinnor i högre utsträckning kan bidra till tillväxt och omställning eller är man mer benägen att ständigt prioritera det som är säkert? När det gäller policier och ramverk så verkar styrning, mål och nationella handlingsplaner mer vara satta utifrån den "klassiska" verkligheten och i kombination med bristfälliga statistiska underlag och dålig kunskap kring vad forskningen säger så menar vi att det inte finns tillräckliga underlag för förändring.

Men egentligen är allt det här goda nyheter. Det finns nämligen en enorm potential här om man lyckas i mötet mellan dessa olika kunskapstraditioner där bägge röster får ett lika stort inflytande över utfallet. Lite jämställdhetens kärna. Om man kan säkerställa att alla beslutsnivåer som jobbar för kvinnors företagande har bägge dessa världar vid bordet och att bägge världarna är nöjda med utkomsten av besluten som fattas så har vi hittat ett läge där det råder jämställdhetsintegration. Följs detta arbete dessutom upp med effektmätning i en loop där fortsatt forskning och initiativ tagna ständigt återkopplar effekter och resultat så stärks kunskapen ytterligare för att kunna fatta ännu bättre och faktaunderbyggda beslut.

FORSKNING & INNOVATION

Även inom forskarvärlden finns det olika sätt att förklara världen. Det finns olika idétraditioner och sätt att ta sig an en forskningsidé, välja vetenskaplig metod och att ta fram hypoteser. Inom näringslivet och i studier knutna till näringslivet så finns det olika intressen och intressenter bakom att studera och förespråka olika aspekter av företagandet. Så det är i en mix av verklighetsbilder, teoribildning, ideologi och ambitioner vi hittar olika vinklar på

problematiken. Det finns alltså inte ett svar på hur vi får fler kvinnor att starta och driva företag - det finns flera. Och det är därför svårt att generalisera. Det som är motiverande för en kvinna är det inte för någon annan. Men det vi tydligt kan se är att det finns en mängd förslag på lösningar från forskningens håll som dessutom verkar fungera i praktiken där ett användande av tankarna inom den mer genusorienterade forskningen faktiskt ger effekt och därför behöver det innovations- och företagsfrämjande systemet ta till sig kunskapen. Fokus behöver därför läggas på insamling, tillgängliggörande och spridning av forskning och de metoder och verktyg som visat sig fungera. Och alla nivåer som jobbar med frågan behöver processa informationen och börja agera.

Vår uppfattning är alltså att det just nu inte behövs initieras mer forskning i just kvinnors företagande utan att den kunskap som redan finns behöver distribueras till beslutsfattare och i innovationsmiljöer.

Ett friskt innovationssystem med sikte på framtid och omställning behöver intressera sig för det obekväma, annorlunda, organiska och komplicerade - det som inte riktigt går att förstå eller mätas inom gängse terminologi men där det verkar finnas ett starkt intresse från potentiella företagare. Och utifrån omställningsperspektivet så ligger ansvaret tungt hos det offentliga att i ännu högre grad satsa inom områden där inte marknaden riktigt vågar.

VEM ÄGER FRÅGAN? OM STYRNING & LEDARSKAP

Vi kan alltså konstatera att det inte finns adekvata statistiska underlag på nationell nivå för att kunna följa olika typer av företagande över tid. Vi konstaterar också att det inte saknas väl underbyggda idéer från forskning och experiment gjorda kring vad som behöver göras vidare för att öka andelen kvinnor som driver företag. Men trots att kunskapen i ämnet har breddats och fördjupats över åren och jämställdhetsfrågan letat sig in i policys för både stat och regioner och det skrivits mängder av studier och avhandlingar i ämnet kvinnors entreprenörskap så föreställde vi oss att kunna se en förflyttning under de senaste 5 åren. En förflyttning i hur frågan prioriteras och följs upp. Att frågan så att säga förankrats och fått fäste. Och på vissa håll kan vi se skillnader i prioriteringar - både Vinnova och Tillväxtverket har lyft in jämställdhetsperspektivet kraftfullt i delar av den rapportering man kräver i redovisning av projektmedel - men vi ser lika många förflyttningar åt andra hållet. Att frågan om jämställdhet tenderar att "gömmas" under hållbarhetsmålen och fastna på väldigt övergripande nivå. Vi bedömer därför att det saknas en tydlig styrning eller ledarskap om man så vill. Som etablerar en samsyn kring frågan, skapar tydliga målbilder och följer upp samt transparent kommunicerar vilka framsteg som görs eller bakslag som upptäckts.

Föresatsen i denna studie var att hitta nya vinklar men efter läsning av forskning och studier gjorda så konstaterar vi att det mesta redan har blivit sagt. Det har däremot inte lyssnats på. Vi har hittat flertalet studier som lyfter exakt samma frågeställningar som vi gör, inte minst Tillväxtverkets (dåvarande Nuteks) studie "Att främja kvinnors företagande" från 2007¹⁸. Så frågan vi ställer oss här är vem eller vilka som har ansvaret för att samla in, analysera och

¹⁸ <http://serus.se/files/uploads/Nutek%20-%20Kvinnligt%20f%C3%B6retagande.pdf>

processa den information som redan finns tillgänglig och säkerställa att den blir till praktisk handling? Och hur kan man ta del av och följa det arbetet?

Vår farhåga är att här är kommer ytterligare en rapport med slutsatser som blir svår att sätta tänderna i. För ja, frågan är komplex. Men den är inte omöjlig. Det finns definitivt problem i kommunikationen men det finns mängder av förslag på lösningar och det finns vilja - det kan inte minst vi som under några år arbetat praktiskt med att stötta kvinnor som är entreprenörer. Det handlar mer om ledarskapet.

Det ska inte räcka att skriva i dokument att man jobbar med jämställdhetsfrågan, det måste krävas att effekterna av ens arbete mäts och kommuniceras.

Vi föreslår initialt en utveckling av policyarbetet där framför allt de olika typerna av företagande beskrivs och målsätts. Vilken typ av företagande vill vi se att kvinnor ägnar sig åt och vilka projekt och insatser behöver göras på statlig och regional nivå för att stimulera detta företagande?

Sammanfattningsvis så skulle vi alltså vilja se ett tydligare och konsekvent ledarskap kring jämställdhet kopplat till företagande, med tydliga målbilder och jämförbar mätning och uppföljning av jämställdhetsmålen över tid.

TILLVÄXTFÖRETAG

Är det önskvärt att kvinnor driver tillväxtbolag? Utifrån jämställdhetssynpunkt, ja. Våra studier har visat att problemet med företagandet utifrån jämställdhetssynpunkt är större än vad siffrorna vill påvisa. Att kvinnors tillväxtföretagande kan vara så lågt som 16,7% bidrar till en extremt ojämn och ojämsälld förmögenhetsbildning där män via sitt företagande idag alltså äger över 80% av företagen räknat i pengar. Men pengar betyder även påverkan och även här missar vi kvinnors bidrag.

Ibland betraktas jämställdheten som en rättvisefråga, dvs att kvinnor ska ha samma rättigheter och möjligheter som män. Men kopplat till företagande så är det framför allt en tillväxt- och utvecklingsfråga, där Sverige genom att inte lyckas få fler kvinnor in i företagandet går miste om en enorm potential. Oavsett vilken av världsbilderna ovan man bär på så missar vi affärsidéer, nya marknader, export, tillväxt och arbetstillfällen. Och vi missar även möjligheter för kvinnor att påverka samhällsutveckling, arbeta för snabbare samhällsomställning och ett mer hållbart och livskraftigt företagande.

Villkoren för kvinnors tillväxtföretagande behöver därför belysas och utvecklas.

SAMMANFATTNING AV STUDIER

Här sammanfattar vi kort och kompletterar olika huvudspår kring kvinnors företagande som går igen i studier och forskning och som praktiserade har visat sig ha positiv effekt på

kvinnors företagande. Det finns givetvis fler områden som kan påverka kvinnors företagande som även de skulle behöva samlas ihop och värderas men dessa är de vi finner vara återkommande och centrala.

NORMER & KOMMUNIKATION

Det finns mängder av studier som tar upp bilden av företagaren som man och hur viktigt det är att som exempelvis företagsfrämjande aktör vara medveten om normer och inkludering och hur man kommunicerar i text och bilder. En medvetenhet om vilka begrepp man använder, vilka förväntningar man kommunicerar och vilka trösklar man synliggör så finns det stora möjligheter att få fler kvinnor intresserade av att utveckla sina idéer.

I studien "Varför äger inte kvinnor och män lika mycket än" av tankesmedjan Ownershift finns forskning samlad som beskriver normer och stereotyper och mannen som norm. Vi rekommenderar även boken "Osynliga kvinnor : hur brist på data bygger en värld för män" av Caroline Criado Perez för ytterligare fördjupning i frågan.

Ett exempel på ett projekt som arbetat med normer och kommunikation är The Yes Way, där ett tiotal inkubatorer jobbat praktiskt med att bli förändra normer inom innovationsstödssystemet. Projektets metoder och verktyg (med exempelvis en kommunikationshandbok) finns att hitta på www.theyesway.se.

FÖREBILDER

Flertalet studier pekar på vikten av förebilder, sociala nätverk och mentorskap i fråga om sannolikheten att någon startar en ny verksamhet.¹⁹

Genom att se personer som liknar en själv genomföra saker som man själv önskar göra ökar sannolikheten att man gör det själv. Vissa menar att det här är grunden till hela Gnosjö-andan - att man såg människor i sin närhet starta företag och att man på det sättet motiverades att göra detsamma.

TILLGÅNG TILL KAPITAL

RISKKAPITAL

Frågan om möjligheterna för kvinnor att kunna finansiera sina affärsidéer och verksamheter har varit på tapeten en del under de senaste åren. Från forskningshåll har det konstaterats att det finns stereotypa föreställningar om kvinnor och män inom riskkapitalmarknaden som påverkar hur kapital fördelas²⁰ och i andra studier gjorda av ex Dagens Industri²¹ eller i rapporten "Nordic Startup Funding through the lens of gender diversity"²² så har det konstaterats att de företag som kvinnor grundat endast får ca 1% av det investerade kapitalet.

¹⁹ <https://www.nordicinnovation.org/2020/female-entrepreneurship-nordics-2020>

²⁰ <https://hbr.org/2018/03/vc-stereotypes-about-men-and-women-arent-supported-by-performance-data>

²¹ <https://digital.di.se/artikel/mannens-techbolag-far-99-procent-av-allt-riskkapital>

²² <https://www.unconventional.vc/report/>

Risikkapitalbolagen agerar på en marknad och eftersom det här är en fråga som inte är reglerad på något sätt så är det upp till riskkapitalbolagen själva att intressera sig för forskning och/eller att agera utifrån den. Forskare vi har talat med har beskrivit hur de har blivit kontaktade av både riskkapital och banker efter att forskning blivit publicerad eller att föredrag har hållits vilket är positivt men samtidigt visar det också på med vilken godtycklighet eller kanske snarare slumpartad resa den här typen av kunskap gör. Det blir således upp till de individuella investerarna att se forskningen som en möjlighet/konkurrensfördel/varumärkesbyggare att använda sig av och förhoppningsvis kapitalisera på snarare än att den blir till bred kunskap som kan möjliggöra för en bredare förändring. Men det är marknadens logik och den är svår att förändra.

OFFENTLIGA MEDEL

Det som däremot inte har diskuterats lika mycket är hur de offentliga medlen fördelas, dvs hur stor del av statliga och regionala medel som ska gå till företagande kvinnor. En forskare vi talat med berättar att hon försökt få fram hur offentligt kapital fördelas på olika nivåer men att det varit i princip omöjligt. Kanske är det en anledning till att frågan inte varit större.

Frågan om offentliga medel är lite mer komplex eftersom det inte bara handlar om pengar utan även om ett stöd i form av rådgivning i olika former. Offentliga medel kanaliseras alltså via olika organisationer som exempelvis Almi, Nyföretagarcentrum, innovationskontor på universitet och inkubatorer med syfte att tillgängliggöra kompetens till företagare på olika sätt.

Vi skulle vilja uppehålla oss något vid Almi eftersom det verkar vara ett praktiskt exempel på det bristande ledarskap som vi lyft tidigare här i analysen. Almis uppdrag är att "utveckla och finansiera små och medelstora företag", dvs både att ge affärsutveckling åt företagare och att ge lån till uppstarts företag som har svårt att få finansiering på annat håll²³. Uppdraget från staten säger också att särskilt fokus ska riktas mot "kvinnor och personer med utländsk bakgrund" och helt enkelt att verka mot jämställdhetsmålen. En av Almis målsättningar är därför att bevilja fler lån till kvinnor än det finns kvinnor som är företagare (beräknat på 31%) och fram till 2017 så rapporterade man att man nått målet. Detta visade sig vara felaktigt och något som Riksrevisionen har kritiserat²⁴. I statistiken hade Almi uppgett manliga låntagare som manliga, kvinnor som kvinnor men även mixade team som kvinnor vilket gjorde siffrorna för kvinnor betydligt högre.

Riksrevisionen slår fast att ansvaret för den felaktiga statistiken vilar på regeringen som alltså inte ställt andra krav på statistiken än den som levererats. Regeringen svarar att man "planerar en översyn av Almis uppdragsmål, vilket även kan påverka bolagets återsporteringskrav" men efter det kan vi inte hitta någon information om att kraven på rapportering har förändrats. Dock så kan man i Almis årsredovisning hitta en ny sorts mätning så istället för att redovisa på ett tydligare sätt och svara på frågan "Hur många män resp kvinnor resp mixade team får stöd?" så har man valt att redovisa på ett helt eget sätt

²³ <https://www.almi.se/globalassets/almi/om-almi/bolagsstyrning/bilaga-8--almis-aganvisning--2017.pdf>

²⁴

<https://www.riksrevisionen.se/rapporter/granskningsrapporter/2019/jamstalldhet-i-almis-laneverksamhet---otydligstyrning-och-aterrapportering.html>

som inte är lätt att vare sig förstå eller går att jämföra med annan statistik från liknande verksamheter. Det väcker frågor kring vad statligt ägda verksamheter (eller verksamheter som fördelar statliga eller EU-medel) har för styrning kring att stötta och investera jämställt. Frågan om statistik kring kvinnors företagande från det företagsfrämjande hållet är komplicerad eftersom alla någonstans vill eller behöver nå eller överträffa de mål som är ställda. Att då inte ha bättre/tydligare/mer fördjupad statistik att kunna redovisa och diskutera än den övergripande siffran 31%, dvs att inte kunna dela upp företagandet i typ av företagande eller företagare för att kunna styra sina insatser mot den grupp man är ämnad att styra dom mot är högst problematiskt och kommer troligtvis inte bidra till att några större förflyttningar i företagandet sker.

Vi föreslår därför att det

1. Görs en kartläggning kring vilka direktiv/riktlinjer det finns kring uppfyllnad av jämställdhetsmålen ser ut hos hur statligt ägda bolag och verksamheter där offentliga medel delas ut. Genom hur man arbetar praktiskt med styrning kan man stötta eller hindra kvinnors entreprenörskap.
2. Med hjälp av experter formulerar hur företagandet kopplat till jämställdhet behöver mätas för att kunna följas upp
3. Ålägger alla verksamheter att rapportera.
4. Alternativt - en lite snabbare väg möjligtvis - är att någon helt enkelt säkerställer att alla företagsfrämjande verksamheter samlar in, rapporterar och tillgängliggör sin statistik kring hur siffrorna ser ut. Möjligtvis så behöver inte verksamheterna vänta in ett regeringsdirektiv för att mäta och tillgängliggöra siffrorna.

REGELVERK

En sista vanlig anledning som lyfts fram som en anledning till varför kvinnor tvekar kring att starta eget i studierna vi läst är bristerna regelverk som t ex försäkringssystemet som gör det svårare att vara företagare än anställd. Här vill vi återigen hänvisa till Tillväxtverkets (dåvarande Nuteks) programförslag från 2007, sid 44.

Programförslaget lyfter bl a följande områden som behöver en översyn:

- Socialförsäkringssystemet
- Lagen om offentlig upphandling (LOU)
- Strukturomvandling inom vård och omsorg
- Mervärdesskatt
- Företagsform
- Tillämpning av regelverk på den lokala och regionala nivån

REKOMMENDATIONER

Nedan följer våra egna rekommendationer efter att ha utfört denna förstudie. De är uppdelade utifrån statistik, forskning, initiativ samt övrigt.

STATISTIK

SKAPA EN ENHETLIG BEGREPPSAPPARAT

Begreppen runt företagande i allmänhet och kvinnors företagande i synnerhet används på så olika sätt idag i statistiken att det skapar förvirring. Framför allt så talar vi om kvinnors företagande på en väldigt övergripande nivå (31%) medan vilket typ av bolag du driver, varför du driver det och vilka möjligheter du eller din omgivning ser för dig kan variera väldigt inom gruppen kvinnor. Vill vi stimulera fler kvinnor att starta enskilda firmor som ett instegsprojekt på en arbetsmarknaden så är det en typ av insats och vill vi få fler kvinnor som startar tillväxtbolag så är det en annan insats och fler kvinnor att starta samhällsnyttiga bolag en tredje. Att blanda ihop alla under begreppet "kvinnor" räcker inte om vi vill öka jämställdheten.

Att vara ägare till ett företag är ett exempel på något som i forskning och diverse studier har lyfts fram som extra viktigt just för jämställdheten²⁵ men utan att tydliggöra ägarbegreppen i det statistiska underlaget och definiera exempelvis hur stor del av företaget man äger så går det varken att mäta, förstå, följa eller stimulera. Vill man förstå och stötta just ägandet så räcker det t ex inte att idag ange antal kvinnor i "kärnteamet" i rapporteringen till Vinnova från de offentligt finansierade inkubatorerna, eftersom det inte säger något om huruvida en kvinna faktiskt är med och äger företaget. Begreppen behöver alltså bli tydligare med definitioner där man tydligt kan känna igen olika sätt att mäta på.

För en ökad och bredare förståelse för kvinnors företagande, kunna skapa jämförbarhet mellan organisationer/forskning och skapa ökade möjligheter till att kunna följa effekter av insatser så föreslår vi att initiativ tas för att tydliggöra begreppen och säkerställa att åtminstone den offentliga framtagningen av statistik som ligger till grund för skapande av politik, policys och riktlinjer, fördelning av projektmedel etc använder samma begrepp och tydligt definierar ord som företagare, entreprenör, ägare etc.

IDENTIFIERA ETT GEMENSAMT SÄTT ATT MÄTA

Förutom begreppen så behöver myndigheter och offentliga verksamheter som på något sätt använder statistik kring kvinnors företagande i sitt arbete ha relevanta och jämförbara siffror. Idag finns det inte statistiska underlag med de olika dimensioner av företagande som behövs förstås för att kunna ge rätt stöd. Vi föreslår därför att det initieras ett arbete med att kartlägga de dimensioner av företagande (och möjligen ännu fler) som behövs och som vi pekat på i vår rapport. Arbetet bör utvärdera exakt vad som redan finns att tillgå, hur den

²⁵ <https://ownershift.se/rapport>

statistiken bör sorteras och/eller fördjupas och att SCB får i uppdrag att ta fram underlag på statistik som idag inte finns tillgänglig. Sen behövs det även identifieras var detta bör mätas - hos myndigheter, på universitet och i alla delar av stödsystemet samt bör gå att plocka ut från offentliga databaser.

Exempel på parametrar som behöver mätas:

- Andel kvinnor som grundar eller medgrundar och äger från start.
- Andel kvinnor som äger och aktievärde (samla in onoterade aktieböcker, finns inte att tillgå idag)
- Andel kvinnor som äger/driver entreprenöriella företag med ambition att växa
- Andel kvinnor som är VD
- Andel kvinnor som är verklig huvudman
- Andel kvinnor i styrelser
- Andel kvinnor som ansöker om, respektive får, offentligt stöd och medel

Ovanstående utifrån företagsform - enskild firma, kommanditbolag/handelsbolag, aktiebolag och föreningar samt utifrån bransch/SNI-kod men det behövs också nya dimensioner att mäta bransch på; i synnerhet framväxande områden som tech (och olika former av tech som AI) och socialt entreprenörskap men även dimensioner som nya typer av framväxande ekonomier som gig-ekonomi och cirkulär ekonomi. Det behövs för företagandet och entreprenörskapet i stort men behövs även för att förstå kvinnors företagande och entreprenörskap bättre.

Addera ett sätt att följa sociala/samhällsnyttiga företag eller företag med högintressanta verksamheter kopplat till omställning, cirkulär ekonomi eller andra ekonomiska modeller, globala målen etc. Som våra efterforskningar har visat så är andelen kvinnor som driver och uttrycker en önskan om att driva nya, innovativa och hållbara företag i majoritet och detta är således ett fält värt att lära sig att förstå och följa.

Siffrorna behöver även kunna kategoriseras enligt gängse definitioner av företag:

- Egenanställda
- Soloföretag
- Mikroföretag
- Små företag
- Medelstora företag

Det kan också vara intressant att mäta överskott av verksamhet för att se hur lönsamt det är för kvinnor respektive män att driva verksamhet.

Bör göras 0-basundersökning som görs varje år. Det är en viktig grund för att kunna förstå företagandet över tid och en startpunkt för att kunna ställa sig ytterligare, fördjupande frågor.

Det finns även ytterligare perspektiv som skulle behöva förstås bättre genom statistik eller forskning och det är företagande och entreprenörskap utifrån socioekonomisk bakgrund, geografi och etnicitet.

Detta arbete kommer att kunna ge en ökad förståelse för frågans komplexitet, ge relevanta underlag för politiska beslut, ge jämförbarhet mellan företagsfrämjande organisationer/forskning och ge en större möjlighet till att kunna följa och mäta effekter av insatser som görs. Det måste bli tydligare vilken typ av företagare man stödjer med olika typer av stimulans och rätt begrepp behöver användas i debatter och diskussioner.

TRANSPARENS

Tillgång till kapital är något vi behandlat tidigare i rapporten och som är något som ofta lyfts fram som en förutsättning för att kvinnor ska lyckas i sitt företagande. Vi själva och forskare vi talat med har haft svårt att hitta statistik kring hur de offentliga medlen fördelas. Vilka projekt som får finansiering och vem som får finansiering (kvinna/man/mix) är underlag som de offentliga verksamheterna behöver tillgängliggöra. En ökad transparens leder förhoppningsvis även till en mer öppen diskussion om mål och effekter av insatser, om hur projekt och horisontella kriterier bedöms där den kollektiva kunskapen om frågan fortsätter att problematiseras, betraktas och utvecklas.

BELYSNING AV OLIKA TYPER AV FÖRETAGANDE

För att till fullo kunna förstå företagandet utifrån ett jämställdhetsperspektiv så behövs det en studie av de olika typerna av företagande och företagare som finns. Vilka är drivkrafterna för att starta företag i de olika formerna, vilka är möjligheterna och hindren och vilka förutsättningar behöver finnas hos stödsystem för att stimulera på rätt sätt? Samt att utforska nya företagsformer efter internationella förlagor, såsom exempelvis B corps.

VAD KAN VI LÄRA OSS AV FRAMGÅNGSEXEMPLEN?

Vad är det som Lettland, Luxemburg och Schweiz gör för att andelen kvinnor som driver företag är så mycket högre? Vi föreslår ett projekt som samlar in fakta och lärdomar från internationella framgångsexempel och översätter dessa till en svensk kontext.

FORSKNING

GENOMLYSNING AV AKADEMIN

I vår kartläggning av forskning så har vi kategoriserat vilka områden som det forskas på runt kvinnors företagande och inte. Vi föreslår vidare studier i den akademiska världen och att genomlysna dess strukturer närmare, för att bland annat undersöka varför det forskas mer på vissa ämnen än andra, var det forskas, vilka vetenskapliga metoder som används och vilken kunskap som enar respektive inte enar forskare kopplat till ämnet.

Att genomlysna strukturerna skulle även kunna ge oss svar på varför det är mest kvinnor som forskar på detta ämne, vilka utbildningsnivåer det forskas utifrån samt undersöka hur strukturerna kring finansiering inom forskarvärlden ser ut - varför får viss forskning mer

offentliga anslag än annan? Exempelvis har vi sett att det på grundnivå forskas en hel del på utrikesfödda kvinnors företagande men i mindre utsträckning på forskarnivå. Vad beror detta på? Här kan man ställa frågor till forskare kring vad som forskas på och varför. Vem bestämmer vad det forskas kring och hur ser fördelningen av kön, ålder, etnicitet m.m. ut bland dessa beslutsfattare. Här kan det också vara intressant att studera vilka icke offentliga aktörer som ligger bakom de olika studier som tas fram.

Studien kan med fördel breddas och innefatta fler forskningsområden för att ta ett helhetsgrepp om akademien och dess struktur. Detta kan i sin tur leda till förslag på åtgärder i hur vi kan öppna upp forskningen än mer, så fler människor med olika perspektiv och erfarenheter söker sig till forskningen, att forskningsområdena får en större bredd och att kunskap i högre utsträckning delas mellan institutioner och sprids till näringsliv. Det kan också vara intressant här att studera mekanismer runt spridning av forskning - möjliggörare och hinder.

INTERDISCIPLINÄR FORSKNING

Vi ser även i vår analys att forskningen som bedrivs idag om kvinnors företagande främst bedrivs på Företagsekonomiska institutioner runt om i landet. Hur ser det egentligen ut med kunskapsdelning och gemensam forskning mellan institutioner inom kvinnors företagande idag? Vi tror det skulle finnas stort värde i att premiera och ge anslag till forskningsinitiativ som forskar interdisciplinärt på frågan. Som därmed har med både det företagsekonomiska förhållningssättet till entreprenörskap men samtidigt får med all den kunskap som det forskas på inom genusvetenskapen. Detta eftersom mycket tyder på att de nycklar vi letar efter för att få fler kvinnor att starta och driva företag verkar finnas i forskning med ett strukturellt och genusvetenskapligt perspektiv.

KUNSKAPSFÖRSÖRJNING TILL BESLUTFATTARE, REGIONER OCH INNOVATIONSSYSTEM

Slutligen har vi sett att flera regioner i Sverige inte baserar sitt arbete på forskning, vilket lett oss att fundera på hur vi kan bidra med kunskapsspridning till Sveriges regioner, andra beslutsfattare och andra aktörer som arbetar med företagande och entreprenörskap. Vi tror det med fördel skulle finnas en tredje part som tillgodogör sig den senaste forskningen och kommunicerar denna på ett lättillgängligt sätt till regionerna, så de i sin tur kan tillgodogöra sig denna information och omsätta denna i deras praktiska och strategiska arbete. Vi tror det behövs en brygga som kan översätta forskningen till något praktiskt och tillämpningsbart.

Inte minst är detta viktigt även för innovationssystemet där det behövs en samlade plattform som följer forskning och utveckling inom företagande i allmänhet och kvinnors företagande i synnerhet. En sådan plattform skulle även kunna ha en inriktning att titta på kvinnors företagande utifrån Agenda 2030 och väva ihop det jämställda företagandet med det hållbara - detta eftersom parallellerna är många områdena emellan.

Det här behövs även kopplas till policyutveckling så att det finns tydliga målbilder kring vad vi behöver åstadkomma inom de olika typerna av företagande.

INITIATIV

METODER OCH VERKTYG

Det finns goda exempel på hur regioner har tagit del av varandras metoder, verktyg och projekt. Vi tror dock att detta - precis som inom området forskning - med fördel kan göras i ännu större utsträckning, mellan alla regioner och mellan olika företagsfrämjande aktörer. Vi föreslår därmed en fördjupad kartläggning av initiativ för kvinnors företagande i landet, uppföljning av deras effekter och analys av gemensamma nämnare för framgångsrika projekt. Finns det mönster kring vad som fungerar väl och inte? Målet skulle sedan vara att sprida dessa erfarenheter, metoder och verktyg till företagsfrämjare och regioner i Sverige.

Vi tror även att detta med fördel kan kopplas ihop med forskningen för att se hur slutsatser i forskning kan appliceras praktiskt, samt se om det i sin tur finns initiativ som bekräftar forskningen genom att visa vad som fungerar så detta blir en feedback loop i båda riktningar. Då finns det eventuellt även möjlighet att identifiera ytterligare gap i både forskning och initiativ som borde utforskas.

SEPARATISM

Det är en omtvistad fråga huruvida separatism är en bra strategi när det kommer till jämställdhet. Det finns dock många framgångsrika exempel på forum skapade för och insatser riktade specifikt till kvinnor. Ett argument mot brukar vara att det inte heller är jämställt och att även nya typer av insatser borde inkludera män. Vi tror dock att om man vill att utvecklingen ska gå fort så är insatser riktade direkt till kvinnor rätt väg att gå. Inte minst för att tydligt kunna definiera kvinnors specifika behov och hitta sätt att tillfredsställa dessa. Efter detta inledande arbete så behöver däremot kunskapen därifrån spridas relativt snabbt och nya arbetsmetoder, nätverk eller processer som upparbetas spridas i relevanta sammanhang.

Flera av de initiativ vi tittat på arbetar just på det sättet - att erbjuda tjänster uteslutande till kvinnor och det förefaller vara en framgångsrik metod som går relativt snabbt att både etablera och sedan integrera i redan existerande plattformar.

Kopplat till de samhällsutmaningar som finns och det faktum att kvinnor i mycket hög utsträckning visat intresse för just hållbarhetsfrågor så skulle vi vilja se experimentella initiativ som adresserar just detta. En plattform som samlar ihop och delar kunskaper inom hållbart företagande, som utforskar nya ekonomiska modeller och samarbetsformer samt bygger nya typer av värdekedjor. Med deltagare från bägge världar beskrivna ovan. Någon skulle kanske argumentera för att detta redan finns i arenor runt socialt företagande men vi menar att de olika kunskapsfälten och världarna behöver mötas..

Idéer och effekter härifrån kan sedan distribueras inom det företagsfrämjande systemet.

ÖVRIGA REKOMMENDATIONER

VARFÖR STARTAR INTE KVINNOR FÖRETAG?

Vi har i denna förstudie ämnat svara på frågan hur det ser ut med kvinnors företagande idag. Vi vet att för få kvinnor startar och driver bolag samt får det stöd som behövs. Vi tror nästa steg i detta arbete är att kartlägga vilka de mest framträdande anledningarna är till att det ser ut som det gör - varför startar kvinnor inte bolag i samma utsträckning som män?

Exempelvis har vi kunnat se i den forskningslista vi tagit fram att områden som finansieringsstrukturer och identiteten kring entreprenörskap är några viktiga faktorer till varför det ser ut som det gör. Att göra en djupare analys på området och lista både de viktigaste anledningarna samt de lösningar som prövats och gett resultat, i Sverige och andra länder, vore en nyckel för att också kunna driva ett större förändringsarbete.

Här behöver vi också skilja på hinder/möjligheter för tillväxtföretag respektive leverbrödsföretag eftersom villkoren är annorlunda. Vi behöver även bättre kunna förstå kvinnors företagande kopplat till omsättning, lönsamhet och skapade arbetstillfällen samt individuella orsaker som drivkrafter, branscher och potential.

Kopplingen mellan teori (forskning) och praktik (praktiskt stödjande) är också intressant och skulle behöva utforskas ännu mer för att kunna landa i vilka praktiska åtgärder som kan göra skillnad på olika nivåer.

POLICIES OCH RAMVERK

Som vi beskrivit i stycket om ledarskap och styrning så behövs det tydlighet kring vilka målsättningar och ambitioner som finns kring varje typ av företagare. Att stimulera kring att öka andelen enskilda företag är ett annat typ av jobb än att öka andelen tillväxtbolag och detta bör således mätas på olika sätt.

Målsättningarna behöver även brytas ner och det behövs identifieras i vilka miljöer och sammanhang de olika företagarna eller potentiella företagarna går att hitta och vad företagarna själva uttrycker för behov kring förutsättningar och stöd. Vidare behöver arbetet i respektive företagsfrämjande miljö styras och med kunskapen om att företagandet kan se olika ut behövs det en styrning av stödstrukturerna så att målsättningarna uppfylls.

UNIVERSITET/HÖGSKOLOR

Vi har tidigare beskrivit vilken forskning som finns kring kvinnors företagande men vi vill även ta upp frågan om universitetens/högskolornas roll kring jämställdhet och kommersialisering av idéer. Vår bild är att innovationskontoren i den akademiska världen av tradition har haft stort fokus på teknikområdet var på män tack vare sin överrepresentation har gynnats av det stöd och de medel som finns från universiteten. Vi skulle även vilja se en genomlysning av den akademiska världen utifrån innovationshänseende, dvs hur stor del av stödet som går till kvinnor och till ämnen där kvinnor dominerar i antal. Och då menar vi även stöd till forskning

och utveckling. Att även titta på entreprenörskapet här är intressant eftersom studier har visat att tidig exponering för just entreprenörskapet ökar sannolikheten till att kvinnor startar företag. Inom de tekniska högskolorna föreställer vi oss att det finns en motorväg från idé till kommersialisering men hur ser det ut inom de lite mer svårnavigerade områdena runt hållbarhet, socialt företagande, humaniora etc?

FINANSIERINGSSTRUKTURER

Vi och många andra har konstaterat att kvinnor får en för låg andel av det stöd som erbjuds och det kapital som satsas. Vi föreslår därmed att det behövs en kartläggning av tillgången på kapital och koppla dessa till siffror om fördelning av offentliga medel och riskkapital. Det behövs en genomgång och genomlysning av de finansieringsstrukturer som existerar idag, hur man jobbar där, hur det styrs och vad som saknas för att sedan skapa nya, jämställda former framåt.

SLUTSATS

I över 40 år har kvinnors företagande varit föremål för politiska mål, forskning och praktiskt arbete. Det har ofta konstaterats att ur jämställdhetssynvinkel är andelen kvinnor som driver företag alldeles för låg och trots att det gjorts insatser vid flera tillfällen under decennierna så har inte siffrorna ökat i önskad utsträckning. Vår studie har visat att läget till och med är ännu värre än vad siffran 31% (kvinnor som driver företag 2019) antyder. Detta framför allt eftersom andelen kvinnor som äger och driver tillväxtbolag är väsentligt lägre. Att äga ger inflytande och möjligheter till förmögenhetsbildning och det ger även möjligheter att kunna påverka näringsliv och samhällsutveckling. Men det är också så att de kvinnor som är enskilda näringsidkare i mycket högre utsträckning är deltidsföretagare utan möjlighet att kunna leva på sin lön. Det finns alltså dimensioner av företagandet som inte belysts tillräckligt.

Efter att ha studerat statistiken så ser vi att dessa och fler dimensioner göms i siffrorna. Att kartlägga de olika formerna av företag och rollerna i dessa så att det finns underlag för alla beslutsfattare att ta del av framöver är oerhört viktigt för jämställdhetsarbetet. Det kan till och med vara en avgörande faktor för att kunna göra korrekta analyser inför beslut om vidare insatser.

I den översyn vi gjort av forskning och initiativ tagna under framför allt de senaste 5 åren kan vi även konstatera att det inte verkar saknas förslag på lösningar. Tvärtom så finns det ordentligt med underlag från både forskning och praktiska initiativ tagna för att kunna fatta nya beslut som skulle kunna leda till ett kraftigt ökande av kvinnors företagande. Forskning, studier och initiativ tagna är nämligen väldigt samstämmiga kring hur vi bör se på problemet och vad som praktiskt kan göras åt det.

Dock så verkar det vara så att det existerar (minst) två parallella världar kring företagande - den som upprätthåller den nuvarande företagsfrämjande strukturen och den som utmanar den. I dessa bägge världar finns det alltså olika värderingar, sätt att orientera sig och olika vägar att ta sig an frågan. Majoriteten av den forskning och de praktiska initiativ vi hittat utmanar den nuvarande strukturen och det kan vara en del av förklaringen till att världarna inte möts - att man helt enkelt fastnar i olika världsåskådningar och i värderings- och språkförbistring.

De lösningar som forskning, studier och praktiska initiativ har presenterat under lång tid verkar dock inte nå beslutsfattare och det kan bero på 3 saker. Antingen så finns det kommunikativa problem kring distributionen av forskning och studier (den når helt enkelt inte beslutsfattarna), eller så går inte forskningen att förstå utifrån den verklighetsbild som råder hos mottagaren (man kan inte ta till sig struktur- eller genusdimensionen) eller så är frågan om kvinnors företagande och jämställdhet inom företagandet helt enkelt inte prioriterad.

Med tanke på de samhällsutmaningar vi ser så är det dock hög tid att forma praktiska lösningar utifrån kvinnors uttryckta behov och att hitta nya, innovativa lösningar utifrån andra vinklar än de beslutsfattare och det företagsfrämjande systemet är vana vid. Och detta alltså inte bara för jämställdhetens skull utan för hela omställningens.

Vi vet att det pågår diskussioner om mätbarhet i företagandet kopplat till förädlingsvärde (BNP) i förhållande till andra typer av ekonomiska, mänskliga och miljömässiga in- och uttag och bidrag till samhällsapparaten. Det behövs utvecklas och formas nya hållbarhetsbegrepp, vi behöver bättre förstå och mäta mänskliga och planetära resurser. Ekonomiska modeller har börjat ifrågasättas och i ny forskning pratas det bl a om behovet av interdisciplinärt samskapande, cirkulär ekonomi och donutekonomi som fokuserar på planetära gränser och fördelningar av makt och resurser. Inom dessa områden dominerar kvinnor²⁶. Både bland ekonomiska nytänkare och i andel som är intresserade av hållbarhetsfrågorna och som vill driva företag utifrån dessa mål dominerar kvinnor. Kopplat till samhällets behov av omställning och uppfyllande av målen i Agenda 2030 så behöver vi snabbt frigöra denna potential.

I skärningspunkten där de bägge världarna möts tror vi att det finns en plats där företagandet som det ser ut idag kan fortsätta verka men där de offentliga styrsystemen tar hänsyn till fler behov och där alla har lika möjligheter att kunna forma sina liv och företag. Precis som jämställdhetsmålen uttrycker.

Ett tydligt fokus på frågorna tror vi dessutom skulle ge exponentiella effekter eftersom det visat sig att kvinnoledda bolag är mer lönsamma²⁷ och skulle kunna öka intresset från riskkapital samtidigt som det finns tecken på att kvinnor investerar i kvinnor i högre utsträckning än män²⁸. Så en bättre representation inom fler områden skulle förmodligen leda till en snabbare utveckling av jämställdheten.

Det forskas och det tas olika initiativ men för att verkligen kunna åstadkomma förändring så behöver forskning och kvinnors uttryckta behov lyssnas på, stödstrukturerna behöver öppna sig för olika synsätt och kunskap behöver distribueras i alla led.

Till sist vill vi vill med eftertryck berätta hur slående det är att ta del av all denna forskning som gjorts under åren och att i den kanske trettionde rapporten på samma tema från någon myndighet läsa om förslag efter förslag kring i stort sett samma områden som vi lyfter i denna rapport. Visserligen konstaterar rapporterna ofta att frågan är komplicerad men lösningarna har funnits länge och de finns fortfarande. Det som saknas är således viljan och ledarskapet att driva igenom dem.

²⁶

<https://www.forbes.com/sites/avivahwittenbergcox/2020/05/31/5-economists-redefining-everything--oh-yes-and-theyre-women/#4bf5d387714a>

²⁷ <https://www.piiie.com/publications/working-papers/gender-diversity-profitable-evidence-global-survey>

²⁸ <https://www.breakit.se/artikel/21133/gubbklubben-pa-vag-bort-kvinnliga-partners-okar-snabbt>

REFERENSER

STUDIER, ARTIKLAR & STATISTIK

Almi *Ågaranvisning för Almi, 2017*

(<https://www.almi.se/globalassets/almi/om-almi/bolagsstyrning/bilaga-8--almis-agaranvisning--2017.pdf>)

Bolagsverket *Statistik om Företag och Föreningar*

(<https://bolagsverket.se/be/sok/etjanster/statistik/statistik-1.3538>)

Breakit *Gubbklubben på väg bort - kvinnliga partners ökar snabbt, 2019*

(<https://www.breakit.se/artikel/21133/gubbklubben-pa-vag-bort-kvinnliga-partners-okar-snabbt>)

Chef *83 procent av Sveriges vd:ar män – bara 17 procent kvinnor, 2020*

(<https://chef.se/83-procent-av-sveriges-vdar-man-bara-17-procent-kvinnor/>)

DiDigital *Bolag grundade av kvinnor får 1 procent av riskkapitalet, 2019*

(<https://digital.di.se/artikel/mannens-techbolag-far-99-procent-av-allt-riskkapital>)

EkonomiFakta *Företagare-Internationellt*

(<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Jamstallldhet/Foretagare---internationellt/>)

EkonomiFakta *Kvinnor i chefsposition*

(<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Jamstallldhet/Kvinnor-i-chefsposition/>)

EkonomiFakta *Kvinnor i styrelser-Internationellt*

(<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Jamstallldhet/Kvinnor-i-styrelser/>)

Entreprenörskapsforum *Entreprenörskap i Sverige - Nationell GEM-rapport 2018*

(https://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2018/06/GEM_Nationell_Rapport_2018_Webb.pdf)

Entreprenörskapsforum *Entreprenörskap i Sverige - Nationell GEM-rapport 2019*

(https://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2019/06/GEM2019_Nationell_rapport_web.pdf)

Entreprenörskapsforum *Entreprenörskap i Sverige - Nationell GEM-rapport 2020*

(<https://entreprenorskapsforum.se/forskning/gem---global-entrepreneurship-monitor/>)

Forbes *5 Economists Redefining... Everything. Oh Yes, And They're Women, 2020*

(<https://www.forbes.com/sites/avivahwittenbergcox/2020/05/31/5-economists-redefining-everything--oh-yes-and-theyre-women/#4bf5d387714a>)

Harvard Business Review *VC Stereotypes About Men and Women Aren't Supported by Performance Data*, 2018
(<https://hbr.org/2018/03/vc-stereotypes-about-men-and-women-arent-supported-by-performance-data>)

Mittuniversitetet *Gamla villfarelser och nya verkligheter? En studie om föreställningar och förutsättningar för entreprenörskap*, 2014
(<http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:746349/FULLTEXT01.pdf>)

Nordic Innovation *Female Entrepreneurship in the Nordics 2020*
(<https://www.nordicinnovation.org/2020/female-entrepreneurship-nordics-2020>)

Ownershift *Varför äger kvinnor och män inte lika mycket än? – Åtta hinder på vägen till ökat kvinnligt ägande*, 2020
(<https://ownershift.se/rapport>)

Peterson Institute for International Economics *Is Gender Diversity Profitable? Evidence from a Global Survey*, 2016
(<https://www.piie.com/publications/working-papers/gender-diversity-profitable-evidence-global-survey>)

Regeringen *Regional Tillväxt förslag till statens budget för 2017*
(<http://www.regeringen.se/4a6bad/contentassets/e926a751d9eb4c978c4d892c659ebc8e/utgiftsomrade-19-regional-tillvaxt>)

Renstig.se *Ny statistik visar på katastrofsiffror för kvinnors företagande*, 2018
(<http://www.renstig.se/blogg/ny-statistik-visar-pa-katastrofsiffror-for-kvinnors-foretagande/>)

Riksrevisionen *Jämställdhet i Almis låneverksamhet - otydlig styrning och återrapportering*, 2019
(<https://www.riksrevisionen.se/rapporter/granskningsrapporter/2019/jamstalldhet-i-almis-lane-verksamhet---otydlig-styrning-och-aterrapportering.html>)

SCB *Företagsregistret*
(<https://www.scb.se/vara-tjanster/foretagsregistret/>)

Serus *Att främja kvinnors företagande programförslag 2007-2009*
(<http://serus.se/files/uploads/Nutek%20-%20Kvinnligt%20f%C3%B6retagande.pdf>)

Tillväxtverket *Två steg fram och ett tillbaka? En genusanalys av policy för kvinnors företagande i Norden*, 2015
(https://tillvaxtverket.se/download/18.a48a52e155169e594d356a/1465388277336/info_0596.pdf)

Tillväxtverket *25 år med kvinnors företagande från osynligt till drivkraft för tillväxt*, 2015
(https://tillvaxtverket.se/download/18.a48a52e155169e594d34a1/1465387170196/info_0586_webb.pdf)

Unconventional Ventures *Nordic Startup Funding through the lens of gender diversity*, 2019
(<https://www.unconventional.vc/report/>)