



**Kort-
version**



LÄNSSTYRELSEN
I STOCKHOLMS LÄN

Heroiska män och pålästa kvinnor

En förstudie av det företagsfrämjande systemet
i Stockholms län – KORTVERSION

Länsstyrelsen i Stockholm har i en förstudie undersökt förutsättningarna för kvinnor och män att ta del av det företagsfrämjande systemet i länet. Huvudsyftet med förstudien har varit att undersöka hur kvinnors företagande bättre kan integreras i den regionala tillväxten. Här jämförs också hur väl de företagsfrämjande aktörernas insatser stämmer överens med företagets behov. Slutligen granskas hur resurserna fördelas mellan kvinnor och män.

Rapporten *Heroiska män och och pålästa kvinnor – En förstudie av det företagsfrämjande systemet i Stockholms län* består av tre delar vilka baseras på olika underlag och analysmetoder.

Den första delen är en kvantitativ beskrivning av företag i Stockholms län byggd på statistik från SCB.

Den andra delen handlar om hur företagarna ser sin situation och baseras på en enkät till företagare i länet samt en workshop med kvinnor som driver företag.

Den tredje delen är en kvalitativ sammanställning av de företagsfrämjande aktörernas verksamhet utifrån djupintervjuer med några aktörer och annat underlag, som till exempel årsredovisningar.

Företagandet i länet – hur ser det ut?

I Stockholms län fanns år 2009 drygt 90 000 företag med färre än femtio sysselsatta varav 31 procent leddes av kvinnor och 69 procent av män. Stockholms län har flest företagare i landet. Antalet kvinnor som leder företag, 28 000, är också flest i landet, dubbelt så många som i Västra Götaland respektive Skåne. Andelen kvinnor som leder företag i länet är 29 procent av rikets alla kvinnor som leder företag.

Nära hälften av alla företag finns i Stockholms kommun och endast 7 procent finns på landsbygden utanför tätort, se definitioner i rapportens bilaga 3. Könsfördelningen är ojämn i alla kommuner i länet. Danderyd har

den jämnaste könsfördelningen med 42 procent kvinnor av företagarna medan Nykvarn har den mest ojämna med endast 19 procent kvinnor.

De flesta företagarna, drygt en fjärdedel, finns inom branschen företagstjänster.

Den mest mansdominerade branschen är byggindustrin där 97 procent av företagarna är män. Tre av femton branschgrupper är kvinnodominerade; branscherna personliga och kulturella tjänster, enheter för vård och omsorg samt utbildningsväsendet. Vård och omsorgsbranschen växer, bland annat genom en omflyttning av offentlig produktion till privat produktion med bibehållen offentlig finansiering.

Det är intressant att notera att företagandet är lika könssegregerat som arbetsmarknaden i stort.

I tätort är branschen företagstjänster vanligast för både kvinnor och män men på landsbygden är byggindustri den vanligaste näringsgrenen för män medan det är företagstjänster för kvinnor.

Företagstjänster

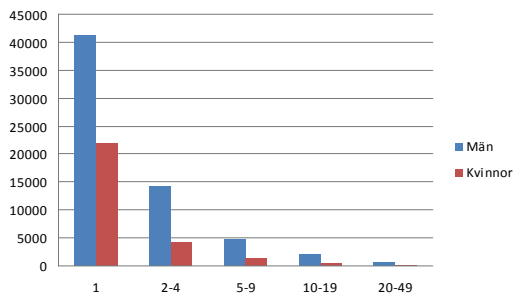
I företagstjänster ingår städföretag, personaluthyrningsföretag, organisationskonsulter, redovisningsbyråer, bevakningsföretag, rekryteringsföretag, arbetsförmedlingar, reklambyråer.

Personliga och kulturella tjänster

Företag som ingår i personliga och kulturella tjänster är till exempel frisörer, begravningsbyråer, skönhetsalonger, spelföretag.

Företagsledare 2009

Antal efter kön och företagets storlek



Källa: SCB; RAMS, Entreprenörskapsdatabasen

Av alla företagen utgör egenföretagare två tredjedelar, aktiebolag en tredjedel och övriga två procent. Av egenföretagarna är 69 procent män och 31 procent kvinnor. Det är alltså dubbelt så vanligt med en man som egenföretagare som en kvinna. Bland aktiebolagen är männens andel ännu mer dominerande, 79 procent leder aktiebolag jämfört med 21 procent kvinnor. Man kan alltså dra slutsatsen att kvinnor är mindre benägna att starta aktiebolag.

Av alla företagen i länet har 70 procent endast en sysselsatt. Företag som leds av män har i allmänhet fler anställda än företag som leds av kvinnor.

Cirka 22 procent av företagsledarna i länet är födda i annat land. Företagandegraden är högre bland utrikes födda företagare än bland inrikes födda. Högst företagsamhet har män födda i övriga Europa, f.d. Sovjetunionen och Asien och lägst företagandegrad har kvinnor från Afrika. Andelen utlandsfödda företagsledare är betydligt högre i tätorter än på landsbygden.

De flesta företagsledarna finns i åldrarna 40–49 år. I varje åldersgrupp finns det fler män än kvinnor. Ju yngre åldersgrupper desto jämnare könsfördelning. Bland 16–19 åringar går

det två män på varje kvinna medan det bland 65 år och äldre går tre män på varje kvinna.

En kombinator är en anställd person som även driver någon form av näringsverksamhet som bisyssla. Andelen kvinnor bland kombinatorerna i Stockholms län är mer jämställd, 43 procent, vilket kan jämföras med andelen kvinnor bland företagarna på 31 procent.

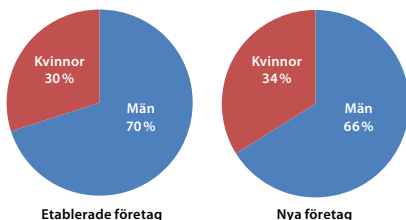
Det finns en större andel kvinnor inom nyföretagandet, 34 procent jämfört med 30 procent för etablerade företag. En högre andel av kvinnors företag är genuint nya företag jämfört med mäns företag.

Detta skulle kunna vara en följd av de särskilda satsningar som gjorts på kvinnors företagande under senare år. En jämförelse med Svenskt näringslivs statistik om företagsamheten 2012 i Stockholms län visar också att inget annat län kan visa en starkare tillväxt av kvinnors företagsamhet. Det är viktigt att öka kvinnors företagandegrad om Sverige ska kunna nå upp till europeiska nivåer.

Kvinnors företagande har nästan samma överlevnadsgrad som mäns företagande. Det är intressant då kvinnor i högre utsträckning än män startar genuint nya företag. Mäns företag har högre överlevnadsgrad på lands-

Företagsledare år 2009

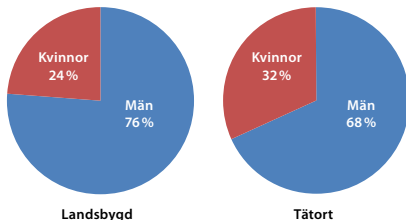
Efter kön och typ av företag



Källa: SCB, RAMS, Entreprenörsdatabasen

Företagsledare 2009

Efter kön och geografiskt läge



Källa: SCB, RAMS, Entreprenörsdatabasen

bygden medan kvinnors företag har högre överlevnadsgrad i tätort.

Andelen kvinnor bland företagare på landsbygden i Stockholms län är betydligt lägre (24 procent) än i tätorten (32 procent). Andelen kvinnor i nyföretagande på landsbygden är fortfarande lägre än andelen kvinnor i nyföretagandet totalt. Det betyder att det troligen finns en potential för ökat företagande bland kvinnor på landsbygden. De utlandsfödda företagarna är också underrepresenterade på landsbygden.

Hur ser företagarna själva på sin situation?

Mer än hälften av företagarna, en större andel av kvinnorna än av männen, önskar stöd från myndigheter och andra aktörer för att kunna expandera.

I enkätsvaren uppger 56 procent av kvinnorna, att de vill ha stöd för att expandera jämfört med 49 procent av männen.

En tredjedel av alla som besvarat enkäten vill inte ha något stöd, de ansåg att de växer ändå. Det är fler av männen än av kvinnorna som anser detta. En femtedel av alla vill inte expandera, fler av kvinnorna än av männen.

Företagarna önskar främst få stöd till att

kunna anställa fler så att företaget kan växa. Man önskar skattelättnader, ändringar i lagar och regler kring anställning, olika former av anställningsstöd, andra anställningsformer för små företag samt hjälp att hitta bra personal och bostäder. Här finns inte någon stor skillnad mellan kvinnor och män.

Högt på önskelistan ligger också olika former av ekonomiskt stöd både i startfasen och i ett senare tillväxtskede. Bättre tillgång till lån, krediter, riskkapital och utvecklingsstöd önskas. Kvinnorna upplever problem med krav på medfinansiering och anser att de har svårare att få banklån än männen. Männen framhåller också i enkäten att de själva har bidragit med kapital eller sett till att få in investeringskapital.

Kvinnorna önskar i mycket högre grad än män stöd i form av utbildning för egen del eller för personalen. Det kan gälla marknadsföring, försäljning, arbetsgivarkunskap, upphandlingskunskap, exportkunskap, teknikutveckling med mera.

Både män och kvinnor önskar rådgivning, mentorskap, coaching och stöd till utveckling. Kvinnor framhöll mer än män en önskan om bättre upphandlingsregler för små företag, främst inom vård och omsorgsbranschen.

Det finns en stor okunskap om vilka stöd som finns och hur man söker dem.

På frågan om vilka aktörer man känner bäst till kommer Almi på första plats (21 procent,) därefter Arbetsförmedlingen (15 procent), Exportrådet (14 procent), Länsstyrelsen (11 procent), Nyföretagarcentrum (9 procent), näringslivsenheten i kommunen (5 procent), denna ordning gäller för både kvinnor och män.

Mer än en femtedel av de svarande på enkäten hade sökt något stöd under de senaste fem åren. Dubbelt så många kvinnor som män hade sökt stöd. De flesta som sökt stöd hade också fått stöd. Av de som sökt stöd var de flesta i tillväxtfasen. Hotell- och restaurang, företagstjänster, utbildning och jordbruk var de branscher som sökt och fått flest stöd. De flesta stöden hade sökts hos Almi, Arbetsförmedlingen och Länsstyrelsen. Svaren på hur stor effekt stödet haft fördelar sig lika på stor, bra och liten effekt. Kvinnorna är mer nöjda än männen med stödets effekt.

Aktörsintervjuerna

En del av aktörerna inom företagsfrämjande verksamhet anger att de ser skillnader mellan kvinnors och mäns företagande medan andra inte tycker att det är så stora skillnader i Stockholms län.

De aktörer som ser skillnader menar att kvinnor har svårare att få låna pengar eller att satsa pengar i det egna företagandet. De menar också att kvinnor i allmänhet är bättre förberedda när de söker rådgivning än män. De anser också att privatlivet har större betydelse för kvinnor än för män i företagandet vilket påverkar förutsättningarna för företagandet.

Detta spelar särskilt stor roll när det gäller utrikes födda kvinnor anser aktörerna.

Andra skillnader menar aktörerna, mellan kvinnor och män som företagare är näringsgrenarna. Kvinnor som startar företag inom vård och omsorg har speciella förutsättningar. Dessa branscher kräver bred erfarenhet och ett stort kapitalbehov initialt. Andra näringsgrenar med högre andel kvinnor än män har

ofta låg skalbarhet, det vill säga de kräver en stor arbetsinsats som inte enkelt kan bytas ut mot teknologi.

Aktörerna ger i intervjuerna ibland uttryck för stereotypa könsbilder eller myter kring kvinnor som företagare. Flera aktörer efterlyste någon form av kunskapsförmedling och riktlinjer om jämställdhet och för att öka kvinnors företagande. Könsuppdelad statistik på länsnivå efterfrågas inte från ägarna.

Aktörerna gör inte så mycket för att sprida information om sina stöd till nya grupper utan tar mer hand om de företagare som hör av sig till dem

Även aktörerna saknar en helhetsbild över vilka stöd som finns att tillgå.

Slutsatser och förslag till åtgärder

Kvinnors andel av företagandet är hälften så stort som mäns, något högre i nyföretagandet.

Undersökningen visar att samhällets resurser fördelas ojämt på kön. Ibland erhåller kvinnor till och med en lägre andel av stödet än vad deras andel av företagandet utgör.

Vad beror detta på? En del aktörer anser att kvinnorna själva är orsaken, de söker stöd i mindre omfattning än män och de söker mindre summor än män. Kvinnor anses vara försiktiga och ha låga ambitioner vad gäller tillväxt. Eftersom kvinnorna önskar utbildning och råd i affärsutveckling och företagsekonomi i högre utsträckning än män antar aktörerna att de är osäkra. De blir avvikande från normen om hur en riktig företagare ska vara.

Undersökningen visar dock att kvinnors och mäns intresse, vilja och lust att driva företag och arbeta för att företaget ska växa och utvecklas inte skiljer sig åt i större utsträckning. Det som skiljer kvinnors och mäns företagande åt är dels förutsättningarna för att driva företag, dels samhällets syn och förväntningar på kvinnor och män som företagare. En annan väsentlig skillnad är att kvinnor och män finns inom olika branscher och verksamheter som ställer olika krav. Detta bidrar till helhetsbilden att kvinnors verksamheter generellt



sett inte är lika stora som mäns verksamheter och inte växer lika snabbt. De skillnader mellan kvinnors och mäns företagande som speglas i materialet innebär att kvinnor och män utgår från och handlar efter de förutsättningar som företagsklimatet, branscher och samhället ger dem samt de förväntningar som finns. Skillnaderna speglar de historiskt skapade traditionella normer i hur ett företagsklimat ska vara format, vilka branscher som anses av vikt och samhällets generella normer av könsstereotyp karaktär. Företagandet är lika könssegregerat som utbildningsvalen och arbetsmarknaden i stort. Kvinnor och män väljer olika yrken och startar ofta företag i samma bransch som man tidigare varit anställd i. Att ändra utbildnings- och yrkesval så att de blir mindre könsbundna tar lång tid. I samband med satsningar på företagsutbildning i skolan borde också tankar på otraditionella val kunna lyftas fram.

Kvinnor finns i högre grad än män på genuint nya företag. Kvinnors företag har nästan lika hög överlevnadsgrad som mäns. Det finns flera skäl till att satsa på kvinnors företagande. Tillväxten kan antas öka om jämställdheten för-

bättras därför att då används humankapitalet effektivare. Jämställdhet fördjupar demokratin och ökar det sociala kapitalet. Jämställdhet ökar den regionala attraktiviteten samt den regionala innovationsförmågan. Att öka kvinnors och ungdomars företagande är viktigt om Sverige ska kunna nå upp till europeisk nivå.

Därför är det fortsatt mycket viktigt med åtgärder som stöder kvinnors företagande tills skillnaderna utjämnats och normerna förändrats. Mer riktad marknadsföring av stöden till vissa grupper av utrikes födda kvinnor samt kvinnor på landsbygden är en sådan åtgärd. En annan satsning kan vara att få kombinationer att satsa heltid på företagande. Det behövs utbildningar som kvinnor efterfrågar i affärsutveckling, ekonomi och marknadsföring, liksom hjälp med att söka stöd. Utökade möjligheter till finansiellt stöd önskas särskilt av kvinnor. Vidare behöver aktörerna erbjudas utbildning i jämställdhetsintegrering.

Men det behövs inte bara särskilda åtgärder för att främja kvinnors företagande utan även mer generella ansatser, som könsfördelad statistik och uppföljning av hur stöden för-

”Att öka kvinnors och ungdomars företagande är viktigt om Sverige ska kunna nå upp till europeisk nivå.”

delas på kvinnor och män (gender budgeting). Långt ifrån alla aktörer för någon statistik över hur resurserna fördelas på kvinnor respektive män. Uppdragsgivarna begär inte alltid denna redovisning på länsnivå. Det blir därför svårt att följa upp hur de offentliga medlen till företags- och innovationsfrämjande insatser fördelas och vilka effekter de har.

Aktörernas och företagarnas åsikter om behoven överensstämmer i stort sett.

Det som hänt sedan 2007 är att det nu finns mer tillgång till stöd i tillväxtfasen men fortfarande upplevs systemet som svåröverskådligt av både företagare och aktörer.

Företagarna önskar mer individuellt stöd i form av utvecklingscheckar, mentorer, ökad tillgång till finansiellt stöd och branschkunliga rådgivare. Efterfrågan på utbildning och rådgivning är fortsatt stark särskilt bland kvinnor. Företagarna vet inte var de kan hitta rätt stöd till sitt företag och många kvinnor vill ha hjälp med ansökan.

Det som rapporten utöver konkreta förslag till åtgärder önskar att framföra därtill, är att entreprenörskap i sig ofta kläs i heroiska termer som är anpassade till en traditionellt maskulin identitet. Om kvinnors framgångsrika företagande ska inkluderas i den normtyngda debatten om företagande rent generellt, bör entreprenörskap som begrepp öppnas upp och inkludera alternativa utvecklingsvägar samt bedömningsgrunder för vad utveckling eller tillväxt kan betraktas som. Detta kan i sin tur öppna upp för att fler kvinnor börjar att betrakta sig själva som framtida möjliga företagare.

Förslag till åtgärder

Nedan följer några rekommendationer för att bättre integrera kvinnors företagande i den regionala tillväxten:

- ➔ **Utveckla och marknadsför ekonomiska stöd till kvinnor**
- ➔ **Fortsätt erbjuda mentor-skap, utbildning och rådgivning**
- ➔ **Utveckla mer stöd i form av individuella checkar**
- ➔ **Skapa en gemensam webb-portal över allt stöd**
- ➔ **Ökad marknadsföring av stöd och fördjupade mål-gruppsanalyser**
- ➔ **Lyft fram positiva exempel och förebilder**
- ➔ **Satsa på ungdom och skola**
- ➔ **Mer långsiktiga projekt**
- ➔ **Jämställdhetsintegrering av aktörer och stöd**
- ➔ **Följ upp resultaten fördelat på kön, (Gender budgeting)**
- ➔ **Se över upphandlings-processer och regelförenkla**
- ➔ **Utred anställningsstöd för småföretag**

Denna folder är en sammanfattning av rapporten
*Heroiska män och pålästa kvinnor – en förstudie av det
företagsfrämjande systemet i Stockholms län*, rapport
nr 2012:19, Länsstyrelsen i Stockholms län.

Rapporten har tagits fram av Länsstyrelsens avdelning
för tillväxt i samråd med avdelningen för landsbygd
och undersökningen har finansierats med medel från
Tillväxtverkets program för kvinnors företagande
samt medel från Landsbygdsprogrammet.



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden

Kontakta oss

Vill du veta mer kontakta
Länsstyrelsens avdelning för tillväxt
Tfn: 08- 785 40 00 (vxl)
Våra publikationer finns på vår webbplats
www.lansstyrelsen.se/stockholm

Adress

Länsstyrelsen i Stockholms län
Avdelningen för tillväxt
Hantverkargatan 29
Box 22067
104 22 Stockholm

Produktion

Länsstyrelsen i Stockholms län
Utgivningsår: 2012
ISBN: 978-91-7281-503-2
Foto: Christina Fagergren