



INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

***FÖRETAGANDE KVINNORS
FAMILJ FÖRETAG OCH FRITID***

En kvalitativ studie om kvinnor som driver tillväxtföretag

Rebecca Rosenqvist

Institutionen för Psykologi

LUNDS UNIVERSITET

Magisteruppsats HT 2003

Handledare: Curt R. Johansson

Abstract

The purpose of this study has been to reach a deeper understanding about female entrepreneurs at growing companies. The study portrays specific attention towards their families, their entrepreneur skills, and their level of spare time. The theoretical foundation is based on: society, organisation, and individual. 15 female entrepreneurs at growing companies within Skåne area were all interviewed by using explorative phenomenological methods such as Grounded Theory and Birgerstams method. The result showed that the women are highly ambitious and optimistic regarding the development within their companies. To be able to succeed it takes high self-esteem, independence, persistence, creativity, but also flexibility due to external demands from society. Encouragement from family is also an important factor, including sharing of duties at home. Power referring to gender is still a reality in our professional life but is slowly erased.

Key words: *Females, entrepreneurs, growing*

FÖRETAGANDE KVINNORS FAMILJ FÖRETAG OCH FRITID	5
Teoretiska utgångspunkter	5
<i>Entreprenörskap och företagande</i>	5
<i>En historisk återblick av kvinnors företagande</i>	6
<i>Genussystemet</i>	7
<i>Könsmaktsystem</i>	8
<i>"Tokens"</i>	8
Familj	10
<i>Uppväxtförhållanden</i>	10
<i>Stöd</i>	11
<i>Hushåll och barn</i>	11
<i>Synen på sig själv</i>	12
Företag.....	12
<i>Uppstart</i>	12
<i>Samverkan</i>	12
<i>Ledarskap</i>	13
<i>Utvecklingsmöjligheter</i>	13
<i>Förväntningar</i>	13
<i>Ekonomi</i>	14
Fritid.....	14
<i>Fördelning av tid</i>	14
Metodologiska utgångspunkter	14
<i>Grounded Theory</i>	14
<i>Arbetsteknik</i>	16
<i>Birgerstams metod</i>	17
<i>Arbetsteknik</i>	17
Metod	20
<i>Intervjupersoner</i>	20
<i>Intervju</i>	22
<i>Bearbetning av intervjudata</i>	22
<i>Figur 1. Indexträd från NUD-IST6</i>	24
Resultat.....	25
Familj	26
<i>Uppväxtförhållanden</i>	26
<i>Stöd</i>	27
<i>Hushåll och barn</i>	28
<i>Synen på sig själv</i>	29
Företag.....	29
<i>Uppstart</i>	29
<i>Samverkan</i>	32
<i>Ledarskap</i>	33
<i>Medarbetare</i>	35
<i>Nytänkande</i>	36
<i>Ansvar</i>	36
<i>Beslut</i>	37
<i>Delegera</i>	38
<i>Vara företagare</i>	39
<i>Utvecklingsmöjligheter</i>	42
<i>Förväntningar</i>	44

<i>Ekonomi</i>	45
<i>Bredd och djup</i>	46
<i>Att vara kvinna</i>	46
<i>Företagets betydelse</i>	48
<i>Fritid</i>	49
<i>Fördelning av tid</i>	49
<i>Tankar</i>	50
<i>Fritidssysselsättning</i>	51
<i>Sammanfattning av resultat</i>	52
<i>Familj</i>	52
<i>Företag</i>	52
<i>Fritid</i>	55
<i>Slutsummering av resultat</i>	56
<i>Diskussion</i>	57
<i>Resultatdiskussion</i>	57
<i>Metoddiskussion</i>	64
<i>Konklusion</i>	64
<i>Referenser</i>	66
<i>Appendix A</i>	70
<i>Appendix B</i>	72
<i>Appendix C</i>	73
<i>Appendix D</i>	75

FÖRETAGANDE KVINNORS FAMILJ FÖRETAG OCH FRITID

Entreprenörer och företagare har funnits sedan långt tillbaka i tiden. När man försöker skapa en bild om vem entreprenören och företagaren är, förmedlas tolkningar och föreställningar som formats i vår personliga, historiska, kulturella och sociala situation. Bilden av entreprenören och företagaren är idag oftast starkt förknippad med traditionellt manligt beteende, vilket gör att cirka 25-30 % av Sveriges företagare framstår som avvikare från det ”normala”, pga. att de drivs av kvinnor (Ahl, 2002; Bünger, 2003).

Samhällets yttre påverkan och individuella förutsättningar inverkar på den enskilda kvinnliga företagarens möjligheter med att lyckas i sitt företagande. Varför kvinnor startar och driver företag samt vilka värderingar de lägger i sitt företag finns det olika uppfattningar om, vilket resulterar i att kvinnors företagande gestaltas på olika sätt. För att beskriva dessa uppfattningar är det därför viktigt att undvika att jämföra kvinnliga företagare med den traditionella manliga bilden om av vad en framgångsrik företagare är.

Denna uppsats avser att utifrån en fenomenologisk ansats, studera kvinnors uppfattning och erfarenhet av att driva tillväxtföretag i Skåne. Speciell uppmärksamhet kommer att riktas mot deras familj, företagande och fritidssituation. Detta för att kunna ge en helhetsförståelse av det studerade fenomenet.

Teoretiska utgångspunkter

Följande teorianslys/genomgång grundar sig på samhällsnivå, organisationsnivå och individnivå, för att klargöra på bästa möjliga sätt kvinnors situation som företagare. Därför är det viktigt att försöka belysa det rådande komplexa samspel mellan individen och hennes situation som företagare, i hemmet och i en speciell historiskt kontext som finns i realiteten.

Entreprenörskap och företagande

I Nationalencyklopedin (2003) definieras entreprenören i egenskap av en person som genom en konkret handling skapar ny affärsverksamhet. Företagaren kännetecknas av en person som är ledare eller ägare av ett företag. Enligt några teoretiska perspektiv är företagaren den som driver företaget medan entreprenören den som driver fram företaget medan Svenskt Näringsliv likställer istället entreprenör med nästan alla former av företagsamt beteende (Näsman, 1997; Holmquist & Sundin, 2002). Att skapa idéer och sedan genomföra dem med innehåll av både ett visionärt tänkande och en handlingskraftighet parat med en jordbundenhet har framkommit som en entreprenörs kännetecken samtidigt som innebörden skiljer sig åt beroende av bl.a. bransch (Götebo Johannesson, 2001).

Det finns som sagt en omfattande forskning om innebörd och definition av företagare- och entreprenörsbegreppen vilka skiljer sig åt i olika sammanhang och ur olika vetenskapliga perspektiv (Bjerke & Hultman, 1998; Johannisson, 1992; Sandal, 2003) samtidigt som de oftast är manligt förknippade. Entreprenörskapsforskningens teoribildning är uppbyggd kring studier av manligt företagande vilket också skapar begrepp i överensstämmelse med dem. Konsekvensen kan bli att kvinnorna inte upplevs som entreprenöriella eftersom de inte uppfyller de ramar som skapas av och för män (Ahl, 2002). På samma gång poängterar Carter & Cannon (1992) att kvinnor ändå har många möjligheter att driva företag, men har samtidigt barriärer att kämpa med i sitt företagande, varav en del är könsrelaterade medan andra inte är det (Näsman, 2000).

En historisk återblick av kvinnors företagande

Företagandet är inget som kan ses isolerat vare sig från det förgångna eller från övriga samhället eftersom det är en del av ett större system (Bünger, 2003; Sundin & Holmquist, 1989). Företagandet är beroende av samhället och dess historia, vilket ger olika samhällen olika förutsättningar för företagandet och därför är det vid studier av kvinnors företagande viktigt att beakta både företagandets historia och kvinnornas livstidsvillkor (Abrahamsson, 2000; Hirdman, 1988; Näsman, 1997, 2000).

I Sverige har det sedan 1500-talet funnits företagande kvinnor i någon form även om den svenska lagstiftningen på olika sätt omöjliggjort för kvinnor att fritt bilda och driva företag. Till exempel före år 1846 var näringslivet hårt reglerat genom skråväsendet och först år 1864 utökades näringsfriheten för kvinnorna vilket möjliggjorde att de fick tillstånd att driva företag inom mer oreglerade marknader eller när de erhållit särskilda tillstånd. Änkor hade en särställning, då dessa tidigt hade möjlighet att fortsätta rörelsen som deras avlidne make drivit (Bladh, 1995; Näsman, 1997, 2000). Annars kunde inte en kvinna ingå i en ekonomisk förbindelse utan sin mans tillstånd. Det rådde således total könssegregering inom företagandet i det förindustriella Sverige, som styrdes av en lagstiftning vilken utestängde kvinnorna från de medborgerliga rättigheter som män hade. I näringslivet blev segregeringen en naturlig del i den rådande kulturen. Först år 1921 skedde förändringar då kvinnor erhöll rösträtt och därmed blev officiellt myndiga (Näsman, 2000). Den låga andelen kvinnoföretagare idag, i förhållande till andelen företagande män, kan till en del ha samband med samhällets historia. Detta verkar ha medverkat till den idag rådande acceptans om kvinnliga företagare som finns i vårt samhälle (Näsman, 2000; Sundin & Holmquist, 1989).

Genussystemet

Sverige är inte unikt när det gäller segregationsmönster på arbetsmarknaden men i ett jämförande europeiskt perspektiv finns det små mätbara differenser mellan kvinnors och mäns sysselsättningsnivåer och inkomster. Samtidigt när kvinnor och män värderas som arbetskraft förekommer fortfarande ojämlikheter med att män värderas högre (Gonäs, Plantenga & Rubery, 1999). På övergripande nivå kan man tydligt se genussystemets effekter med kvinnors och mäns val av verksamhetsområde, dvs. hur separation av könen och processer för hierarkiseringen uppstår (Holmquist & Sundin, 2002).

Undersökningar redogör för en mycket distinkt riktning i samtliga europeiska länder att kvinnliga företagare är samlade till de kvinnodominerande sektorerna. Bakomliggande motiv till anhopningen av kvinnliga företagare till somliga sektorer har visats sig vara, för det första, lättare att bli accepterade i en kvinnlig omgivning och för det andra har de ofta förvärvat sina kunskaper inom de kvinnodominerade sektorerna (Bünger, 2003; Gonäs et al., 1999).

Trots att småföretagen är och har varit mycket viktiga för den svenska ekonomin har de spelat en undanskymd roll i ekonomisk historisk forskning eftersom det varit en fixering vid stora framgångsrika företag. Detta har bidragit till att småföretagen och därmed kvinnors företagande förblivit osynliga (Gratzer, 1998; Holmquist, & Sundin, 2002). Företagandet är på så sätt inte en isolerad sfär utan en arena genomsyrad av normer och praktiker som formas utom såväl som inom företaget genom bl.a. socialiseringsprocessen, kulturella och politiska värderingar (Peiss, 1998). Därför tar sig kvinnors företagande liksom allt företagande en mängd olika uttryck och företagets förutsättningar beror på individens specifika förutsättningar men också på omgivningsfaktorer vilket påverkar det enskilda företagets utveckling och överlevnad. Regioner som t.ex. Stockholm och Skåne som anses ha den största andelen kvinnliga företagare, brukar klassas som områden med modernistiska genusklimat. Det vill säga att skillnader mellan könen gällande lönsamhet, tillväxtvilja och försörjningsförmåga är mindre än i övriga regioner i Sverige vilket påverkar det rådande företagsklimatet.

Samtidigt ses företagsvärlden ofta som manligt förhärskad av den orsaken att männen ”skapat” strukturerna och har tolkningsrätten till dessa strukturer. Bilden av företagaren är oftast kraftigt maskuliniserad, så kraftfullt att kvinnors existens lätt blir en avvikelse och avart som ”verifierar” föreställningen att män, inte kvinnor, är företagare (Holmquist & Sundin, 2002). Detta har gjort att kvinnliga företagare i lika stor grad varit innovativa och framgångsrika som de manliga motsvarigheterna men eftersom kvinnor ses som undantag snarare än regel har de inte fått den uppmärksamhet och status de förtjänat (Gamber, 1995).

Könsmaktsystem

I samhället konstrueras och konstruerar ett könsmaktsystem mellan könen som, enligt Hirdman (1988, 1998), karaktäriseras av segregering och hierarkisering (Sundin, 1993). Segregationsprincipen innebär att manligt och kvinnligt är tydligt åtskilt där det mesta hänförs till ett av könen med att det som är manligt är inte kvinnligt och dito. En komplettering till denna princip är hierarkiprincipen som innebär en åtskillnad mellan könen. Det manliga värderas då oftast högre än det kvinnliga. De begränsningar som kvinnor åläggs, och ålägger sig själva inkluderar även företagare och kan urskiljas i de över 90% småföretagarna i Sverige.

Könssegregeringen har handlat och handlar inte enbart om underordningen av kvinnor på arbetsmarknaden utan intressant nog även om underordningen av företagande i branscher som domineras av kvinnor. Samtidigt påvisar studier att män och kvinnor i samma branscher uppvisar mycket stora likheter, gällande bl.a. egenskaper, erfarenheter och upplevelser. Det konstateras att individer tenderar att i stor utsträckning anpassa sig till branschvärderingar (t.ex. Sundin och Holmquist, 1989).

Samtidigt som många historiker (Gamber, 1995) förklarar kvinnornas företagsbransch-tillhörighet som deras egna val uppfattar och beskriver Hirdman (1988) det som en ordningsstruktur av kön och att denna ordning utgör förutsättningen för nätverk av processer, idéer, föreställningar, och handlingar om vad som är kvinnligt och manligt. Även hur relationen mellan könen bör vara, vilka intressen och arbetsuppgifter som kvinnor resp. män bör ha osv. (Näsman, 2000).

De återkommande mönstren av kvinnors underordning och mäns överordning är inte fasta och givna, utan konstrueras och rekonstrueras ständigt i samhället och företagandet (Abrahamsson, 2000; Hirdman, 1988). Att kvinnor och män gör olika saker får konsekvenser för de kvinnor som bryter mot detta mönster, de hamnar i minoritetsställning. Detta kan föra med sig strukturella effekter som tillsammans med andra påverkansfaktorer medverkar till könssegregeringens fortlevnad (Wahl, 1992).

"Tokens"

Kanter (1977) är en av de första som behandlade strukturella aspekter av kvinnors och mäns beteende och orsakerna till deras position i organisationer. I boken *Men and women of the corporation* (1977) har hon lagt fram en förklaringsmodell som är baserad på tre faktorer; *möjlighetsstruktur*, *maktstruktur* och *minoritetssammanställning*.

Mest utmärkande för hennes teori är *antalets betydelse*. Kanter menar att det spelar stor roll om individen tillhör en majoritet eller en minoritet inom en organisation av den orsaken

att könsmässigt snedfördelade grupper eller organisationer ger upphov till vissa beteendemönster, strategier och föreställningar om minoritetsgruppen. Kanter menar att det är fåtaligheten, sällsyntheten och synligheten som formar villkor för kvinnor i mansdominerade områden, organisationer såväl som i företagandet. I studien (1977) identifierade Kanter fyra grupper med olika könsfördelningar; *balanserade* grupper, *uniforma* grupper, *tilted* grupper och *skeva* grupper. Den balanserade gruppen består av ungefär lika många kvinnor som män 60:40 - 50:50 en balans som uttrycks i interaktionen och kulturen i gruppen. Uniforma grupper 100:0 ses som homogena med hänsyn till kön, ras eller etnicitet. Är det dominerande könet precis i majoritet, 65:35, kallas gruppen *tilted*. Där har minoritetsmedlemmarna möjlighet till allianser och skapa förhållanden samt påverka kulturen i gruppen men även differentieras från majoriteten och varandra. De skeva grupperna har en övervikt av det ena könet, 85:15. De dominanta, dvs. majoritetsmedlemmarna, kontrollerar kulturen i gruppen medan minoritetsmedlemmarna, ”tokens”, besitter en avvikarposition. ”Tokens” behandlas som representanter för sitt kön, en symbol, snarare än som enskilda individer.

Karaktären hos den skeva gruppen och den *tilted* gruppen kan i synnerhet appliceras på kvinnor som är företagare eftersom de befinner sig i minoritet i övervägande manliga branscher, och kan betraktas som ”tokens”. De som befinner sig i avvikarposition, ”tokens”, utsätts för vissa strukturella betingade mekanismer och tvingas ofta att agera på ett visst sätt vilket ger upphov till tre strukturella effekter; *synliga*, *assimilation* och *kontrast* (Kanter, 1977).

När det gäller *synlighet* innebär det att ”tokens” – kvinnorna blir mer synliga och får mer uppmärksamhet än majoriteten, dvs. männen, vilket inte bara leder till positiva effekter eftersom de ofta utsätts för annorlunda prestationskrav. Kvinnor förväntas prestera bättre än sina manliga kollegor för att få sin kompetens erkänd, samtidigt kan de inte prestera för bra utan de måste hitta balansen mellan att prestera bättre än männen och inte prestera för bra så det resulterar i avund hos sina kollegor. ”Tokens” – kvinnorna betraktas inte som individer utan representanter för sitt kön och deras prestationer ses som symboliska för vad kvinnor kan prestera. När ”tokens” – kvinnorna presterar bra bedöms de som undantag.

Assimilation innebär att ”tokens” – kvinnorna ofta blir bedömda utifrån stereotyper och generaliseringar om kvinnor. Att de tvingas in i roller som upplevs mycket begränsade pga. de stereotypiska antagandena om ”tokens”. Det har visat sig vara lättare att acceptera en tilldelad stereotyp än att bekämpa den, parallellt som det sker på bekostnad av möjligheten att individen visar hela sin kompetens.

Kontrasteffekten innebär att närvaron av minoriteten, ”tokens” – kvinnorna, gör den dominanta gruppen mer medveten om sin kultur samtidigt som denna gemensamma kultur hotas. Effekten blir att skillnader mellan den dominanta gruppen och avvikargruppen har en benägenhet att överdrivas och att det poängteras vilken kultur som gäller och dess villkor. I dessa fall utesluts ”tokens” från vissa aktiviteter samt utsätts för olika typer av lojalitetstest av den dominerade gruppen. För att bli accepterad av manliga kollegor är det t.ex. viktigt att inte visa sig för lojal mot andra kvinnor och att inta en så kallad *gatekeepers*-position där de ska se till att inte fler kvinnor får komma in i gruppen. Ett annat lojalitetstest kan vara att ”tokens” utsätts för skämt på sin bekostnad. Att protestera eller visa ambitioner att utvecklas kan ses som otacksamhet och illojalt mot gruppen. Att ingå i en minoritet kan vara mycket påfrestande, konstaterade Kanter (1977), mycket påfrestande eftersom de ständigt måste hantera motsägelser.

I en studie av Baron (1999) framkom det att rådande stereotyper gällande entreprenörer är starkt kopplade till traditionella manliga karaktärsdrag vilket kan tänkas göra att kvinnor ses som opassande till denna roll. Det kan därför vara intressant att studera om dessa negativa effekter uppstår även i företagsvärlden mellan företagsledare.

Familj

Uppväxtförhållanden

Socialiseringsprocessen kan antas påverka att individer blir kvinnor och män med olika förväntningar, möjligheter, personlighetsegenskaper osv. (Muhonen, 1999). Den horisontella och vertikala segregeringen som finns inom företagsvärlden idag kan ses som ett resultat av att individer som barn blivit inskränkta i framtida handlingar och värderingar. En uppväxt med goda relationer till föräldrar tenderar ha givit företagande kvinnor trygghet och förutsättningar att bryta segregeringen i näringslivet och att driva egna företag inom bl.a. branscher där kvinnor vanligtvis inte verkar (Näsman, 2000). Kvinnliga entreprenörer har visats i hög utsträckning ha fäder som själva är entreprenörer, vilket gjort att kvinnorna tidigt fått en stark självständighetskänsla. Föräldrar som stödjer och uppmuntrar till självständighet och ansvar har visats vara mycket viktigt för kvinnliga entreprenörer (Hisrich, 1990). Studien visade också att kvinnor som kommer från familjer som värdesätter flickor lika högt som pojkar är av stor betydelse för kvinnornas framtida val. Självkänslan har många gånger sin grund i barnuppfostran och betonas av flertal forskare (Näsman, 1997, 2000; Sundin & Holmquist, 1989) som viktig för att införliva ett entreprenöriellt beteende vilket kan leda till att individer lyckas som företagare.

I Sperber et al., (1997) studie har det redovisats att den tidiga socialiseringsprocessen och barndomsupplevelserna tenderar att inverka på hur vi blir som vuxna, vilka normativa förväntningar som ställs på kvinnor och män, vilka utbildnings- och yrkesval vi gör, osv. I olika studier (Hisrich, 1990; Hertz, 1986; Näsman, 2000; Sundin & Holmquist, 1989) redovisas det att av dem som väljer att bli företagare är 57% äldsta barnet, oftast gift och har fått stöd från familjen, där speciellt faderns stöd värderats högt. Kvinnorna har även kommit i kontakt med företagandet i uppväxten och haft möjligheten att ta del av företagandets villkor. Det tenderar att finnas en tradition av entreprenörskap i kvinnliga företagares familjer eller närmiljö vilket gör företagandet till en livsform.

Kvinnliga företagare har oftast en hög utbildningsnivå varav ca 35% 1996 hade högskoleutbildning. Deras höga utbildningsnivå är idag till och med högre än utbildningsnivån för kvinnor generellt i samhället (Bünger, 2003; Friberg & Rosenqvist, 2002; Gonäs et al., 1999). Samtidigt visar Büngers studie (2003) att kvinnliga företagare med högskoleutbildning hade en god lönsamhet i sina företag och en optimism när det gäller företagets utvecklingsförmåga. Högskoleutbildade företagande kvinnor samarbetar också i hög utsträckning med andra företagare visade studien.

Stöd

Relationen och stödet från partners, föräldrar och andra i närmiljön hos framgångsrika och företagande kvinnor har i studier indikerats vara av stor betydelse för kvinnornas utveckling. Stödet från kvinnornas fäder har värderats speciellt högt, eftersom detta stöd och dessa förväntningar påverkar deras syn på sig själva, deras framtidsval och karriärmöjligheter (Johannisson, 1992; Näsman, 1997; Sperber et al., 1997). På samma gång har studier visat att kvinnor och män kan känna att det är besvärligt att förena yrkesliv och familjeliv (Greenhaus & Beutell, 1985) om de inte får stöd från sin partner vilket gör att olika former av stöd är av stor vikt (Gilbert, 1993). I Näsman's studie (1997) visades att den stödjande attityden från kvinnornas partners var mycket viktig eftersom de ansåg att om attityderna från familjen var negativa upplevdes det som hinder för att driva idén om eget företagande.

Hushåll och barn

Studier har redovisat att företagande kvinnorna upplever i hög utsträckning att deras livssituation fungerar bättre när de är företagsledare än anställd pga. deras flexibla arbetstider och att de kan stanna hemma under valda delar av arbetstiden (Bernström, 1993; Holmquist & Sundin, 2002). Äktenskap eller barn utgör inget större hinder för att starta eller driva företag upplever kvinnliga företagare. Det har visat sig att kvinnor anser att deras livssituation blir lättare i ett eget företag, samtidigt har studier påvisat att arbetsfördelningen i hemmet

påverkas av en karriärbaserad status, dvs. bl.a. tid som individerna spenderar på arbetet, påverkar graden av involvering i hemmet (Biernat & Wortman, 1991).

Synen på sig själv

Forskning visar att kvinnor som är företagare ofta är nöjda med sin livssituation och att kvinnors företagande möter viktiga behov i samhället såväl som att företagandet fyller kvinnornas inre enskilda behov av utveckling och självförverkligande (Holmquist & Sundin, 2002, Näsman, 1997). Genom företagandet har det visats i studier (Bernström, 1993) att det gett kvinnor bättre makt över resurser och deras utkomst av förvärvsarbetet eftersom de kan styra sin egen utveckling.

Företag

Uppstart

I olika studier redovisas mångfasetterade skäl till att kvinnor startar eget vilket ibland skiljer sig från sedvanliga skildringar av klassiskt entreprenöriella och företagande motiv. Det vill säga att kvinnor startar företag pga. omsorg av sin familj, att företaget behövdes på orten och att inte vilja ändra sin professionella kultur (Sundin & Holmquist, 1989). Samtidigt finns vanliga drivkrafter såsom att kvinnorna varit missnöjda med tidigare anställning såväl som att de vill självförverkligas och skapa ett sorts oberoende. Motivet att kombinera familj och arbete visar sig också fortfarande vara vanligt bland kvinnor som startar företag i Sverige.

Samverkan

För många företagare speciellt egenföretagare är kundkontakten en stark drivkraft. Genom att utveckla en personlig relation med kunderna använder de sig av en slags indirekt marknadsföring där deras företag utgör den sociala plattformen. Marknadsföring, reklam och hur man ska synas har visats i en studie vara svårt (Götebo Johannesson, 2001). En vanlig marknadsföringsteknik är ”mun-mot-mun-metoden”. Det har visat sig att det är besvärligt med marknadsföring och att sälja sina tjänster eftersom näringslivet är föränderligt och rörligt (Götebo Johannesson, 2001). Det är dyrt, svårt och företagarna efterlyser hjälp och stöd med den delen av företagandet. Detta är ett område som de skulle kunna bli bättre på och förbättra sin situation som företagare. Det har visats sig vara viktigt med att skapa sig ett varumärke som kanske är större än själva företaget. Ett gott självförtroende till sin egen kapacitet och till sin affärsidé är en nödvändighet för att lyckas.

Tiderna förändras och den strategiska utmaningen gör att företagare enligt bl.a. Kanter (1989) måste söka lösningar utåt och skapa samverkan med andra företagare, eftersom betydelsen av samarbete och det kunskapsutbyte som sker mellan dem är en viktig

framgångsföreteelse (Bünger, 2003). Inom nätverksteorin kan man urskilja två huvudinriktningar med att företagare utvecklar resursinriktade nätverk i syfte att uppnå högre flexibilitet med hjälpmedel som inkluderar bl.a. affärsrådgivning och finansiering medan de utvecklar sociala nätverk för mer personligt stöd (Götebo Johannesson, 2001; Näsman, 1997, 2000).

Oavsett nätverksform har det visat sig att företagare som samverkar har lättare att försörja sig på sitt företag än de som inte gör detta. Samverkande kvinnliga företagare har också oftare en mer optimistisk syn på företagets framtida tillväxt och en högre omsättningsnivå än icke samverkande företagande kvinnor (Bünger, 2003). När det gäller bedömningen av utvecklingspotential, antal anställda, ökning i omsättning, marknadsandelar och lönsamhet, har det även visat sig att kvinnor med eller utan anställda inte skiljer sig åt. Alla kvinnliga företagare har en stark tro framtiden, till och med starkare än manliga företagare (Bünger, 2003).

Ledarskap

En övervägande del av samhällsvetenskapens forskare vidmakthåller att det inte finns några tillförlitliga differenser i förhållande till mäns och kvinnors ledarstil (Kanter, 1977; Muhonen, 1999). Även om resultaten påvisar att kvinnor och män inte skiljer sig anmärkningsvärt åt som ledare, associeras ledare till män och ”bör” agera manligt, dvs. det finns förutfattade meningar som kan ämnas komplicera kvinnors chanser att bli framgångsrika i sin yrkesutveckling (Blom, 1998).

Utvecklingsmöjligheter

En vanlig åtskillnad i företagsutveckling är mellan levebrödsföretag och tillväxtföretag. Den förra kan betraktas som ”dömda” att vara och förbli små medan den andra står för en framtidspotential. Johannisson och Lindmark (1996), påpekar att det bland småföretagen finns ett stort antal levebrödsföretag, där företagaren aldrig föreställt sig att företaget skulle växa och utvecklas. Detta innefattar ideologiska skäl till t.ex. att inte anställa såsom att när man anställer bestämmer man över en annan människa samtidigt som man tar ekonomiska åtaganden, dvs. genom anställning får företagandet en helt annan karaktär. Vinsten med att utöka och anställa fler skulle ätas upp av de ökade kostnaderna.

Förväntningar

Vad kvinnan vill uppnå med sitt företag, och den kunskap och erfarenhet som hon besitter bestämmer till stor del företagets utveckling, dvs. den personliga ambitionen påverkar i vilken utsträckning företaget vill växa och förändras. Büngers studie (2003) visade också att andelen företag, kvinnliga såväl som manliga, som haft ambitionen och förväntat sig en ökning vad

gäller omsättning och sysselsättning motsvarade andelen företag som haft faktisk tillväxt gällande sysselsättning och omsättning.

Det finns också stora skillnader mellan karriärsinriktade kvinnor och kvinnor som inte siktar på karriär, där de förstnämnda värderar möjligheten till personligt oberoende högt medan de senare verkar lägga större betydelse vid möjligheten att kombinera familj och arbete (Gonäs et al., 1999). I en studie av Lobel, Agami-Rozenblat & Bempechat (1993) tenderade karriärorienterade i högre utsträckning än icke-karriärorienterade kvinnor att vara mer prestationsinriktade och inneha en mer positiv självuppfattning. Även andra forskningsresultat visar att det finns samband mellan kvinnors karriärorientering och hög självkänsla (t.ex. Farmer, 1997; White, 1992) dvs. att variabler anslutna till självkänsla betraktat som viktiga för kvinnors karriärsutveckling.

Ekonomi

Det finns generellt två tillvägagångssätt i en studie om hur företagarna lagt upp sina ekonomiska strategier i företagsstarten – försiktighet och risktagande. Mönstren är paradoxalt nog inte helt väsensskilda. Omständigheter som förkunskaper om företagande, administration och marknaden var vägledande men också förväntningar och relationer till företagandet som ekonomisk och individuell livsstrategi (Götebo Johannesson, 2001). En vanlig ekonomisk strategi är att låta företaget växa långsamt, att kunna hinna överblicka förändringar och att kunna bromsa i tid.

Fritid

Fördelning av tid

Att frihet är viktigt framkommer i många studier (bl.a. Näsman, 2000). En frihet som kvinnorna emellanåt anser att de inte alltid utnyttjar men som de vet att de har möjligheten att nyttja har betydelse. Att bestämma över sin vardag upplever kvinnoföretagarna som viktigt såväl som att ha möjligheten att i olika sammanhang kunna anpassa sig till familjen (Näsman, 2000; Sundin & Holmquist, 1989). Företagandet blir ett sätt att uppfylla kvinnornas behov av att arbeta med en meningsfull syssla. Studier har redovisat att företagande kvinnorna upplever i hög utsträckning att deras livssituation fungerar bättre när de är företagsledare än anställd pga. flexibla arbetstider och att de kan stanna hemma under valda delar av arbetstiden (Bernström, 1993; Holmquist & Sundin, 2002).

Metodologiska utgångspunkter

Grounded Theory

Målet med denna uppsats är att med ursprung från det elementära av fenomenologins ansats försöka tränga ner på djupet för att få mer insikt om hur kvinnors uppfattning och erfarenhet

av att driva tillväxtföretag förhåller sig. Undersökningsområdets karaktär är av sådan art att en öppen attityd till ny kunskap kan ge den bästa utdelningen. Det fordras en metod som passar vid explorativa studier såsom Grounded Theory. Utifrån denna metod används ett set av procedurer/tekniker för att systematiskt utveckla en induktivt grundad teori av det studerade fenomenet. Det handlar om de begrepp och samband som tydliggörs ur datamaterialet och som visar de sociala processer som intervjupersonerna själva berättar (Glaser & Strauss, 1967; Sandberg ur Lindén, Westlander, & Karlsson, 1999).

Grounded Theory förespråkar att man som forskare ska ha ett öppet förhållningssätt mot den empiri som möts samt använda sig av brett formulerade forskningsfrågor. Forskaren bör även undvika att påverkas av befintliga teorier om det studerade fenomenet för att skapa gynnsammare förutsättningar för att upptäcka nya uppfattningar och förhållanden. Det är först under eller efter den empiriska studien som Glaser och Strauss förespråkar att man ska studera tidigare teorier för att utvidga den egna teorin, om de liknar varandra, inte att jämföra den egna grundade teorin och den befintliga teorin. Detta för att minimera risken att befintliga teorier har för stor påverkan i att finna nya upptäckter. I Grounded Theory använder man sig av breda och övergripande forskningsfrågor för att möjliggöra en bred insamling av information. Detta för att öka möjligheten att upptäcka nya perspektiv genom kartläggning av företeelsens karaktärsdrag. I denna studie har forskningsfrågorna och intervjuplanen utformats och inspirerats av Pirjo Birgerstams metod (2000) som redovisas nedan.

I Grounded Theory använder man sig av breda och övergripande forskningsfrågor för att möjliggöra en bred insamling av information. De intervjuade får berätta fritt om hur de upplever och uppfattar olika fenomen som frågorna innefattar. Det är det subjektiva som efterfrågas för att ge möjlighet att närma sig deras inre, mentala konstruktion av företeelsen. Redan under intervjuarbetet förespråkar Glaser och Strauss att man som forskare skriver teoretiska noteringar. Detta eftersom viktiga aspekter kan framträda efter flera olika intervjuer. Dessa teoretiska noteringar sorteras efter kategoriernas namn för att ge en lättare överblick av datamaterialet. Varje huvudkategori beskrivs med hjälp av subkategorier och egenskaper, som på olika sätt möjliggör en bred och variationsrik förklaring till dess ursprung och innehåll. Egenskaperna kan sedan markeras med stöd av anvisningar i datamaterialet. Vid sortering framträder en teoretisk struktur som ger stadga åt det fortsatta kodningsarbetet och underlättar analysen av hur olika kategorier och subkategorier hör samman och interagerar med varandra. När inte nya kategorier uppstår har en mättnad uppnåtts. Enligt Glaser och Strauss innebär det att ingen ny relevant information om en kategori uppstår under analysen, alla relevanta egenskaper har knutits till kategorierna och hänsyn har tagits till variation och

process samt att sambanden mellan olika kategorier är väl etablerade och validerade i det empiriska materialet (Glaser & Strauss, 1967).

Arbetsteknik

Arbetsättet som används för att resultera i en Grounded Theory kan sammanfattas med fyra tekniker; Öppen kodning, Selektiv kodning, Teoretiska noteringar samt Teoretisk sortering. Första tekniken, öppen kodning, handlar om att datamaterialet från första intervjun delas i mindre analytiska enheter, dvs. alla meningar, uttryck, relationer och problem isoleras och etiketteras. Den viktigaste faktorn etiketterna bör innefatta är verb, eller verbala substantiv eftersom Glaser och Strauss anser att etiketterna bör vara deskriptiva till sin karaktär (Sandberg ur Lindén et al., 1999). Därefter grupperas etiketter som hör ihop i kategorier, som ger en mer abstrakt prägel. Kategorierna innefattar erkända begrepp eller forskarens egna. Erkända kategorier får inte användas förrän det är relevant för studiens material. Glaser anser att alla kategorier ”*most earn their way into the theory*” (Glaser, 1978, s 60). När det gäller följande datainsamling kan den anpassas under arbetets gång för att möjliggöra att viktiga kategorier blir åskådliggjorda och kontrollerade. De efterföljande intervjuerna genomgår samma kodningsteknik för att sedan resultera i att inga nya kategorier synliggörs, utan datamaterialets innehåll inbegrips i tidigare existerande koder. Kategoriernas egenskaper utgörs utav etiketterna samtidigt som kategorier kan visa sig vara egenskaper till andra kategorier.

Selekteringskodning och kategorisering resulterar i ett mindre antal kategorier som sedan kan kopplas ihop med huvuddelen av datamaterialet. Resterande datamaterial kodas för att finna nya aspekter och variationer av de viktigaste kärnvariablerna. Detta resulterar i att få kärnvariabler framträder som de mest elementära för att förklara och ge förståelse för skeendena i materialet. Resterande kategorier framträder som subkategorier, egenskaper eller indikatorer. Därefter kodas datamaterialet ännu en gång för att verifiera att datamaterialet passar in under kärnkategorierna. Största fokus är att finna villkor och konsekvenser som är relaterade till kärnvariabeln, ofta ett elementärt socialt skeende.

En tredje teknik är de teoretiska noteringarna som sker under hela analysprocessen och dess delar. De kan vara ett resultat av idéer som framkommit under analys och kodning, men även vid genomgång av litteratur. De analytiska idéerna lagras i en noteringsbok, i det skede som idén visar sig. Dessa noteringar hjälper forskaren att upptäcka kärnvariablerna i datamaterialet samt att det är ett sätt att anteckna de teoretiska uttryck som kommer att utgöra underlaget till den grundade teorin. Det handlar om begreppsgöra kategorierna dvs. hjälpmedel för den kommande teoretiska konstruktionen. Innehållet är ofta namnet på

kategorin, en analytisk diskussion om vilka egenskaper som kan tänkas ingå i denna kategori eller hur den är relaterad till en annan kategori. Noteringarna bör även innefatta indikatorer för egenskaper som upptäckts i datamaterialet. Denna del är av stor vikt vid skapandet av en grundad teori och utgör ett medel för att utveckla egenskaper till de olika kategorierna och på så sätt operationalisera dem. Noteringarna är även användbara vid utvecklandet av hypoteser om samband mellan kategorier samt för att koppla teorin i ett större sammanhang eftersom kategorierna och dess egenskaper även sätts i relation till befintliga teorier om fenomenet.

Den sista tekniken teoretisk sortering, som används innefattar att den tidigare kodningen, som resulterat i att datamaterialet delats upp i fragment, nu kommer att innebära att fragmenten sätts ihop igen för att visa på mönster i de sociala processer som framträder ur datamaterialet. Detta sker flera gånger under den analytiska processen, dvs. en iterativ process, detta för att finna kärnvariabler som täcker in det mesta av det empiriska materialet. Sorteringen innebär en sortering av idéer. De tidigare noteringar som gjorts arrangeras och omarrangeras tills ett kraftfullt mönster framstår. De ordnas i ett teoretiskt utkast där kategorier sorteras tillsammans, subkategorier sorteras under huvudkategorier, egenskaper sorteras under subkategorier och huvudkategorier etc. I slutändan resulterar det i fler teoretiska noteringar men ofta på högre konceptuell nivå vilket i sin tur stärker teorin (Sandberg ur Lindén et al., 1999).

Birgerstams metod

För att kunna närma sig intervjupersonernas inre mentala konstruktion av de studerade fenomenen krävs att de får en stor frihet att i sina berättelser tala fritt om det som har varit betydelsefullt för dem gällande det studerade fenomenet (Birgerstam ur Lindén, Westlander & Karlsson, 1999; Polkinghorne, Lindén, Sages, Szybek & Beach, 2003). Grounded Theory och Birgerstams metod rekommenderar även att intervjuerna görs i så naturlig miljö som möjligt, för att möta de intervjuade personerna i sina egna skildringar som sig själva. Detta för en större och bättre förståelse för hur subjektiviteten påverkas av den kontext intervjupersonerna befinner sig i och hur den förändras genom deras engagemang i den sociala och diskursiva omgivningen.

Arbetsteknik

Enligt Birgerstams metod (2000) sker sökandet efter den fördjupade förståelsen av ett studerat fenomen via flera olika faser. Det innefattar att skifta mellan intuitivt och rationellt förhållningssätt, helhets- och delperspektiv, inifrån- och utifrånperspektiv flera gånger under arbetes gång. De olika faserna växlar man fram och tillbaka mellan flera gånger i praktiken även om det i princip sker i åtta steg.

Steg A: Sökandet efter information i sammanhang där företeelsen visar sig

I första skedet strävar man efter att få information om det studerade fenomenet i dess naturliga kontext genom att bli en närvarande del av de reella förhållanden där fenomenet blir synligt.

Man anstränger sig att förhindra det varseblivna att utvecklas till det allmänna genom att spegla sina personliga förhoppningar, fördomar och upplevelser. Ett letande sker efter information från många olika tänkbara infalls- och utgångspunkter för att samtidigt belysa så många aspekter och beroendeförhållanden som möjligt så datamaterialet blir en sammansatt och mångfasetterad ordning, vilket främjar den intuitiva helhetsförståelsen.

Utgångspunkten för intervjuerna är en allmänt öppen hållen plan med några övergripande samtalsområden som kan vidgas och öppna sig åt olika håll:

Process: Kan du berätta om vem du är, din uppväxt och nuvarande situation.

Berätta om ditt företag, t.ex. uppstart, utveckling.

Funktion: Hur kombinerar du ditt liv i allmänhet, dvs. privatliv – företag? Hur är det att vara företagare?

Natur: Vad innebär det för dig att vara företagare?

Med stöd från intervjuplanen är intentionen att intervjupersonerna själva berättar fritt om vad som är väsentligt för just denne i ämnet, vilket resulterar i att de skapas olikartade tankeanknytningsmönster och inre kopplingar i det sagda. Det uppstår en dynamisk mångfasetterad massa av information om det studerade fenomenet. I intervjun används även följdfrågor som anpassas efter den intervjuades berättelser och tankebanor i avsikt att förstå vad denne menar med det sagda. Efterföljande frågor är inriktade på att den intervjuade mer ingående förtydligar, vidareutvecklar och exemplifierar tankefigurer i sitt berättande.

Eventuella oklarheter utelämnanden motsägelser och dubbeltydigheter utreds. Samtalet pågår tills ämnet blivit belyst från alla vinklar och ingen ny information fås, så kallad informationsmättnad. Enligt Birgerstam har detta befunnits bero på vad som är praktiskt möjligt, informationens kvalitet, dvs. någon sorts informationsmättnad, då informationsmaterialet börjar visa upprepningar, återkommande tankefigurer och röda trådar samtidigt som det finns god variationsrikedom av synpunkter och utgångspunkter.

Intervjuberättelserna avtäckar dels samma, dels olika synpunkter på och delområden av det studerade fenomenet. Tillsammans bildar de olika intervjuerna en större helhetsmängd av mångfasetterad information.

Birgerstam förespråkar att intervjuerna spelas in på band och skrivs ner ordagrant för att samtalens tankespår inte ska försvinna och att de ska bli tillgängliga för kommande objektivering, analys, tolkning och eftertanke.

Steg B: Tillitsfullt tillägnande av informationen i sin helhet

Nästa fas innebär att man gör materialet till sitt eget, en intuitiv förståelse, genom att genomläsa det ursprungliga materialet intervju efter intervju. Man tillägnar sig innebörden av det som sägs i samtliga intervjuer utan att medvetet fokusera på något speciellt. Detta skapar en föreställning om slutenhet kring vissa händelser samt om vissa förbindelser och samband. Denna intuitiva helhetsvision av förenande mönster fungerar som en anvisning för senare objektiverande detaljanalyser.

Steg C: Indelning i naturligt avgränsbara betydelseenheter

Nu börjar man leta efter mindre betydelseenheter och gör en strukturell distinktion i informationsmängden dvs. de ordagrant nedskrivna utskriften från var och en av intervjuerna, genom att fråga efter små meningsbärande enheter. Samtliga enheter ska innehållsmässigt inrätta en naturlig precisering av och slutenhet kring en innebörd, särdrag, en idé eller tanke som är betydelsefull för det studerade fenomenet. Ambitionen är att få de olika enheterna att innehållsmässigt bli så entydiga och från varandra avgränsande som möjligt. Enheterna kodas och numreras mycket noga för att kunna återgå till ursprungsmaterialet om osäkerhet uppstår angående vad intervjupersonerna har haft för avsikt i det sagda.

Steg D: Renodling av betydelseenheternas kärnor

Kärnan den mest centrala innebörden i varje avgränsad betydelseenhet lyfts fram. Vad är den centrala idén eller tanken som berättaren försöker förmedla? Betydelsekärnorna renodlas för att bilda de tankeelement med vars hjälp man i senare fas lättare kan få syn på den studerade företeelsens underliggande temamönster eller sammanbindande helhetsstruktur av inbördes relationer. En sortering av det som sagts sker nu med största mån genom att de intervjuades egna ord bibehålls. Innehållet måste betraktas mångsidigt eftersom innebörden i betydelseenheterna kan bestå av två eller flera centrala budskap sammanflätade i varandra. Betydelsekärnorna kan innefatta berättarens intensioner samt tids- och rumsaspekter. Intervjuaren bör använda en självreflekterande och självcensurerande analytisk kontroll av sin formulering av kärnbetydelsen. Man bör kunna se sitt eget men även berättarens förhållande till det studerade fenomenet, men även skillnaden.

Steg E: Sammanfogning av betydelsekärnorna till personrelativa kategorier

Nu undersöks skildringar bland de olika definierande betydelsekärnorna i en och samma beskrivning. Granskningens fokus är på den personrelativa fullständigheten, vilket gör att den studerade intervjun läsas igen. Betydelsekärnor med närhet till samma tematiska stoff ordnas efter varandra i en temakategori och döps. Dessa kategorier binds sedan ihop till mer

omfångsrika kategorier vilket resulteras i en rangordnad helhetsstruktur för stoffet i varje personlig beskrivning.

Steg F: Sammanfogning av betydelsekärnorna till en gemensam helhetsstruktur

Nu skapar man ett system i materialet, en gemensam helhetsstruktur för samtliga beskrivningar. Intentionen är att hitta den struktur av den studerade företeelsen som stoffet har att ge, en sammanhängande och meningsfull systematik av kärnor bland mängden av detaljer. Är kategorierna givna eller torde stoffet kunna skildras på ett annat sätt med förståelse av det studerade fenomenet?

Steg G: Teoretisering och kritisk granskning av företeelsens allmängiltiga karaktär

Temakategorierna och deras samband sinsemellan granskas mer allmänt och nog. Man söker efter ett generellt relationsmönster som sammanbinder de meningsbärande enheterna och ger företeelsen en pålitlig förbunden kontext. Man försöker allmängiltiggöra sina tankar om hur det hänger ihop. Nu kan man ta stöd av tidigare tillämpliga befintliga teorier och föreställningar och knyta sina egna teoretiska utläggningar till dem vilket ger avstånd och generalitet för inblickar om den studerade fenomenet. En ökning av tolkningsutrymmet sker av det kända, framförda och åsyftade till ekvivalenta kontexter.

Steg H: Förmedling av insikterna om den studerade företeelsen.

En översättning till förståeliga uttalande måste ske av den fördjupade insikten av det studerade fenomenet för att kunna delges till andra. Sedan undersöks om det går att uttryckas med tidigare erkända teorier och föreställning eller/och om det går att upptäcka nya presentabla föreställningar.

Metod

Intervjupersoner

Studien bygger på tidigare enkätstudie av Friberg och Rosenqvist (2002) om kvinnor med framgångsrika små eller medelstora företag i Skåne. Enkätstudien syftade till att ge ökad förståelse och kunskap om de psykologiska aspekter som utmärker och som kan ligga till grund för kvinnornas företagande (Friberg & Rosenqvist, 2002). I den studien deltog 378 av totalt 3614 kvinnor som driver aktiebolag i Skåne. Två urvalsgrupper, tillväxtföretag eller icke växande företag, skapades utifrån kriterier som redovisas i Appendix A. Av de 378 utskickade enkäterna inkom 189 svar varav 30 ej ifyllda, 89 från gruppen med tillväxtföretag och 70 från gruppen med icke växande företag.

Deltagarna i enkätstudien angav också om de var intresserade av att medverka i en efterföljande intervjustudie av *Kvinna Företagare Framgångsrik?* (Friberg & Rosenqvist, 2002). Av de 89 med tillväxtföretag meddelade 28 sitt intresse. Under hösten 2003

kontaktades per telefon de tidigare intresserade kvinnorna om möjlighet till deltagande i denna intervjustudie samt fick även information om den. Därefter kunde lämplig tid bokas via telefon eller via e-post med intervjupersonerna. Deltagarna fick även utsänt en projektbeskrivning (Appendix C) gällande undersökningen.

För att tydliggöra att intervjudeltagarna i denna studie är ett representativt urval redovisas data inom kommande parenteser som härrör från tidigare enkätstudie (Friberg & Rosenqvist, 2002). Förekommer (data saknas) efterfrågades inget gällande detta i den tidigare enkätstudien.

Av de 28 kvinnorna medverkade totalt 15 kvinnor som driver tillväxtföretag. De representerar sammanlagt sju branscher (se Appendix B). En branschspridning eftersom kvinnornas företagsnäringar skiljer sig åt. De 13 som inte deltog i intervjustudien avstod av flera olika anledningar. Ett av företagen ägdes av en man vilket inte uppfyller de kriterier (se Appendix A) som gäller för denna studie, tre kvinnor hade ändrade uppgifter som resulterade i att de inte gick att kontakta, två kvinnor hade ingen möjlighet att delta pga. tidsbrist under studiens genomförande, två av bolagen var ej aktuella längre/existerade inte längre samt fem av kvinnorna återkom ej och svarade inte vid flertal uppringningar.

De deltagande kvinnorna har haft sina företag i genomsnitt 11 år (två svarsalternativ; 6-10 år, 11-15 år) och haft erfarenhet inom samma bransch i genomsnitt 20 år (16-20år). Geografisk spridning finns också genom att deltagarnas företag befinner på nio orter i Skåne. Intervjugruppen är således inte homogen. Detta är för att kunna fånga eventuella olika perspektiv och skillnader inom gruppen om de skulle existera.

Åldern i intervjugruppen är 42-67 år (29-67 år), med ett medianvärde på 49 år (49 år). Flertalet av kvinnorna har syskon 86% (91%) och är äldst i syskonskaran 40% (51%) medan 27% (23%) är yngst. Av de intervjuade har flertalet, en högskoleutbildning 60% (55%), 3 årigt gymnasium 13% (12%), realskola 13% (7%), folkskola/grundskola 13% (20%) samt annan utbildning 0% (6%) som högsta utbildning. 9 av 10 kvinnor med tjänsteföretag har högskoleexamen.

Majoriteten av de företagande kvinnorna 67% (69%) är gifta. Av dem som är gifta har två av dem även partners som är företagare. Nästan alla kvinnor har barn 93% (data saknas). Kvinnorna har 1-8 barn varav 30% (data saknas) är under 14 år.

Flertalet av kvinnorna 70% (data saknas) som är gifta har delat hushållsarbete med sin partner. 54% (data saknas) av kvinnorna har även haft delat ansvar om sina barn, medan 31% (data saknas) haft huvudansvaret för sina barn. Samtidigt finns det kvinnor 15% (data saknas) som har partners som tagit huvudansvaret för barn och hushåll.

Intervju

För att kvinnorna skulle berätta öppet om sig själva, sitt företagande och sin fritid valde jag att inspireras av Grounded Theory's (Glaser & Strauss, 1967) samt Birgerstams (2000) arbetsteknik om att använda mycket breda forskningsfrågor. Det sistnämnda har även använts och inspirerat vid skapandet av den använda intervjumallen. Intervjuteknikerna har överlämnat ansvaret till intervjuaren för hur ingående och djupt samtalet blir utifrån använd intervjuplan (Appendix D). Huvudfrågorna i intervjuplanen anger relevans utifrån en allmän, öppet hållen plan med några övergripande samtalsområden som kan vidgas och öppnas åt olika håll samt inbjudit till utveckling och improvisationer. Dessa övergripande samtalsområden utgör samtidigt huvudrubrikerna inom process, funktion och natur i enighet med Birgerstams metod (2000). Frågorna har ställts på ett likartat sätt till samtliga intervjupersoner medan alla har möjlighet att samtidigt utveckla sina utsagor vid behov. Detta för att deltagarna själva utifrån sin egen uppfattning skulle få möjligheten att definiera den kontext som kopplas ihop med det studerade fenomenet.

Intervjuerna varade ca 1 - 2,5 timmar och genomfördes på intervjupersonernas arbetsplatser, hem eller på kafé. Detta för att öka möjligheten att närma sig deras inre, mentala konstruktion av företeelsen i en så naturlig miljö som är möjligt vilket även Grounded Theory och Birgerstams arbetsteknik förespråkar. Varje intervju spelades in på band och skrevs ner ordagrant för att frysa samtalets tankespår och vara tillgänglig för kommande objektivisering, analys, tolkning och eftertanke. Intervjupersonerna informerades om att deras utsagor både i muntlig och både skriftlig form skulle förbli anonyma.

Bearbetning av intervjudata

Efter att alla intervjuer transkriberats ordagrant initierades analys med stöd av datorprogrammet QSR NUD·IST6 (2002), ett verktyg vid analys av kvalitativa data. Själva analysen har jag sedan genomfört och inspirerats utifrån Grounded Theory och Birgerstams arbetsteknik (Birgerstam, 2000; Glaser & Strauss, 1967), dvs. i ”dialog” med data. De nedtecknade intervjuerna infördes i QSR NUD·IST6 (2002), där varje intervju genererat i en enskild datafil.

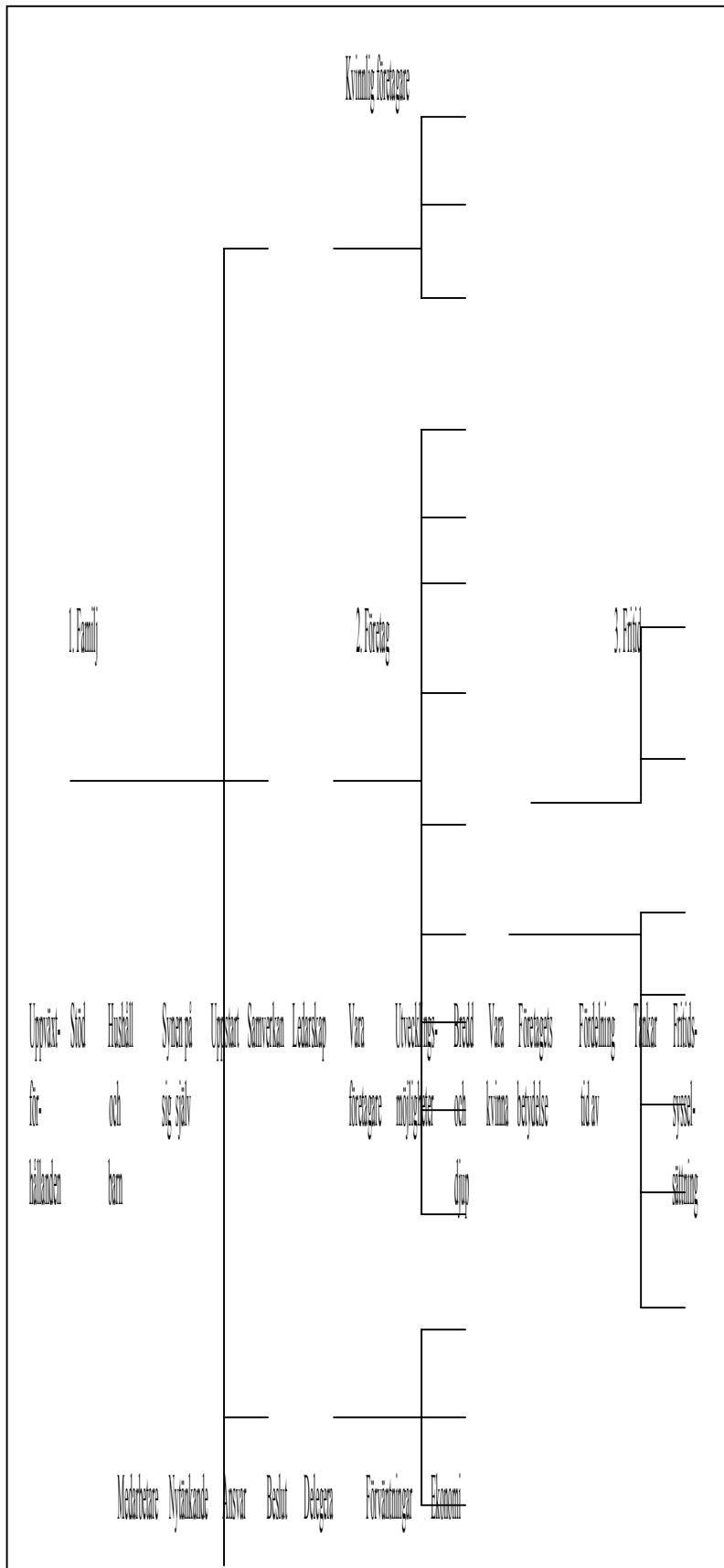
En öppen kodning och selektiv kodning har skett i enighet med Grounded Theory (Glaser & Strauss, 1967) genom att datamaterialet har delats i mindre analytiska enheter och därefter grupperats i etiketter som hör ihop i kategorier. Denna kodning har pågått tills inga nya kategorier synliggjorts, vilket resulterat i få kärnvariabler framträtt som de mest elementära för att ge förklaring och förståelse för det sagda i datamaterialet. Resterande har framstått som subkategorier. Det innebär att arbetet med NUD·IST6 börjat med många kategorier

(betydelseenheter), för att bevara skiftningarna i textmassan, därefter fortsatt undersökning av materialet tills man uppnått en förståelse om att och hur somliga företeelser hör samman. Vid behov har man kunnat förflytta sig mellan kategorierna (betydelseenheter) och originaltexten vilket även Grounded Theory och Birgerstams arbetsteknik förespråkar, dvs. att växla fram och tillbaka flera gånger under analysarbetet. Vid bearbetningen sker det en växling som innebär att man är mycket nära textmassan för att sedan distansera sig och därefter återgå till ursprungstextmassan, dvs. en dialog med data sker.

Under hela analysprocessen antecknades teoretiska noteringar som ett underlag och hjälpmedel till den kommande grundade teorin. I NUD·IST6 var det även enkelt att skriva ut kategorierna (betydelseenheter), ändra kodningen, slå ihop många kategorier (betydelseenheter) och modifiera namnen på kategorierna (betydelseenheter) eftersom man kunde göra ändringar vid behov under hela analysprocessen. Möjligheten fanns även att ställa frågor till textmassan med stöd av olika sökfunktioner. Även statistiska enkla faktaupställningar kunde fås om hur t.ex. materialet förhåller sig eller hur textenheter är kodade under olika kategorier (betydelseenheter). I slutskedet av analysprocessen skedde en teoretisk sortering där tidigare noteringar kategorier betydelseenheter ordnas i ett teoretiskt utkast där de sorteras tillsammans, subkategorierna sorteras under huvudkategorier etc.

Indexsystemet i NUD·IST6 består av ett antal kategorier som jag, forskaren, genererat och döpt. Varje slags textenhet gav på det sättet en beteckning som talat om vilken eller vilka kärnkategorier och subkategorier den är del av och som möjliggjort en bred och variationsrik förklaring till dess ursprung och innehåll. Kategorierna som man frambringat på det tillvägagångssättet har format ett rangordnat konstruerat indexträd. Detta har resulterat i en framträdande teoretisk struktur som givit stadga åt det fortsatta kodningsarbetet och underlättat analysen om hur olika kategorier och subkategorier hört samman och interagerat med varandra. De mest generella eller teoretiska kategorierna har påträffats närmast trädroten och de mest detaljerade kategorierna längst ner på trädets trädgrenar.

Figur 1. Indexträd från NUD-IST6



I figur 1, ovan har jag döpt kategori 1 till Familj. Under denna finns i sin tur bl.a. Stöd och Hushåll och barn. Kategori 2 och 3 har delats in på samma sätt och förgrenar sig ytterligare varav kategori 2 behandlar intervjupersonernas utsaga om Företag och kategori 3 deras uppfattning om Fritid.

När all analys och tolkning av datamaterialet är helt avslutad och nedskrivnen påbörjades arbetet med att knyta befintlig teori till studiens resultat samt sovra fram en ny grundad teori. Citat som redovisas under avsnittet resultat har valts ut utifrån att de tydligast belyser det sedvanligaste upplevelserna och utsagorna eller det mest utmärkande i det sagda. När det redovisas flera citat påvisar det att intervjudeltagarna lagt en större tyngd och vikt på detta område eller det funnits en bred variationsrikedom som varit av vikt att belysa. Redovisas inga citat har deltagarna inte diskuterat området i större utsträckning.

Resultat

Nedan redovisas intervjustoffet utifrån kodade kategorier (betydelseenheter) som har sitt ursprung från NUD-IST6 (2002). De kodade kategorierna (betydelseenheterna) och analys av intervjuerna har styrts av stoffet i intervjuerna och har ingalunda varit sammankopplad till någon specifik teori för att försöka kvarhålla kunskapsstoffets komplexitet i största grad såväl som att öka studiens tillförlitlighet.

Det finns underkategorier i kategorierna (begreppsenheterna). En kvinnas beskrivning kan existera på flera ställen, och somliga beskrivningar handlade om olika grundtankar på samma gång. Detta gör att samma upplysningar kan visa sig under ett antal rubriker. Eftersom kvinnorna fick formulera sig fritt gör det att de ibland beskrivit saker eller utelämnat företeelser vad andra sagt. Detta är inte uttryck för att det inte varit viktigt för en intervjuperson, utan att hon kanske inte tänkte på det eller glömde ta upp det vid intervjutillfället. Svaren redovisas med att det vanligaste kvinnorna beskrev framförs först och därefter det som färre kvinnor skildrade.

Intervjuutsagorna har utifrån kategorierna (begreppsenheterna) indelats på nedanstående vis:

Familj:

- Uppväxtförhållanden,
- Stöd,
- Hushåll och barn,
- Synen på sig själv.

Företag:

- Uppstart,
- Samverkan,

Ledarskap,
 Medarbetare,
 Nyttänkande,
 Ansvar,
 Beslut,
 Delegera,
 Vara företagare,
 Utvecklingsmöjligheter,
 Förväntningar,
 Ekonomi,
 Bredd och djup,
 Vara kvinna,
 Företagets betydelse.

Fritid:

Fördelning av tid,
 Tankar,
 Fritidssysselsättning.

Familj

Uppväxtförhållanden

Majoriteten av kvinnorna har föräldrar med folkskoleutbildning och ett fåtal med universitetsstudier. Mödrarna hade oftast varit hemma under kvinnornas uppväxt, men några hade förvärvsarbetat när de blivit större. Chefs- eller andra ledande högre befattningar hade en övervägande del av fäderna medan endast få mödrar haft en sådan position. Kvinnorna kom följaktligen från familjer med någon förälder i ledande arbetsroll. Kvinnorna som kom från familjer med tradition om att utbilda sig, har upplevt en självklarhet eller inget annat alternativ än att läsa vidare på högskolenivå.

”Det var inte tal om något annat än att man gick något annat än naturvetenskapligt och läste vidare om man hade betyg och kunnande så att man kunde klara av det.”

Kvinnorna har haft betydande personer i sin uppväxtmiljö som drivit företag. Samtidigt har få kvinnor föräldrar som tidigare varit/är företagare. Av dem som har föräldrar som driver/drivit företag, försiggick det ofta diskussionen kring middagsbordet rörande företagande.

”Min morfar var företagsledare och hade eget företag. Min pappa jobbade där och min mamma hade varit verksam där tidigare. Så att det här med diskussioner kring företagande det har jag liksom alltid upplevt runt matbordet och alltid tyckt var ganska roligt. Så att det här att jag skulle bli affärskvinna eller någonting åt det håller det har jag liksom alltid... Det har aldrig varit främmande för mig.”

Majoriteten nämner att de växt upp i en studievänlig miljö med föräldrar som aktivt har uppmuntrat dem att studera vidare. Några ansåg speciellt att deras fader uppmuntrat dem att läsa vidare och trodde på sin dotters förmåga. Samtidigt finns det några kvinnor som inte fick något stöd hemifrån för att läsa vidare. Vilket gjort att flertalet av dem läst vidare i vuxen ålder.

”Men jag har väl en kapacitet som jag kanske har ärvt någonstans ifrån, som gör att jag är som jag är. Och uppbackning när jag var liten. Det är nyttigt. Min pappa trodde på mig blint i alla sammanhang. Åh, du kan, och du kan åh vad du är duktig liksom va. Istället för att säga tänk om du kunde vara lika duktig som grannens pojke eller sådär va. Och det är ju klart att det sätter sig. Då tror jag ju också på mig.”

”Redan under skolgången så hade jag inget stöd hemifrån. Jag hade väldigt lätt i skolan. Och det va med nöd och näppe att man fick gå gymnasiet. För det var ju inget tvång och så på den tiden. Och jag sökte också till högskolan efter gymnasiet och kom in i Lund på teknisk fysik. Men jag började aldrig. För jag hade absolut inget stöd hemifrån och det var därför det va ut och jobba.”

Utbildningsinriktning har övervägande delen av kvinnorna gjort efter eget intresse. Några har varit inriktade på bara ett utbildningsalternativ och karriärval medan andra med åren har utbildat sig i det som de ansetts sig behöva.

”Det var förutbestämt. Jag har alltid gått väldigt rakt. Det var bestämt. Alltså jag hade bestämt det. Så jag har ju läst ekonomiskt gymnasium och sen har jag läst till civilekonom i Lund. Och sen så fick jag en anställning.”

Stöd

De gifta kvinnorna har fått/får stöd från sin partner som möjliggjort att kvinnorna kunnat sköta sina företag utifrån de behov som funnits. Kvinnorna berättade också att deras partners har funnits när de behövt hjälp med företeelser som kopplas till företaget. Deras partners är också en viktig person att bolla idéer och funderingar med när det ska ske företagsförändringar.

”Alltså sen så har jag min man. Han har fått delta mycket. Bara det att han har varit mitt bollplank hela tiden. Så han är delaktig nästan hela tiden här.”

”Det är ju mannen då som får stå ut med att hjälpa mig. Rätt ofta. Och han hjälper till rätt mycket med praktiska grejor med att laga maskiner och handlar grejor.”

Även kvinnornas föräldrar har funnits/finns som stöd och hjälpt/hjälper kvinnorna i deras situation med företag och familj så att det har kunnat/kan fungera. Nära vänner finns också för majoriteten av kvinnorna om de skulle behöva stöd och råd gällande beslut som ska tas eller om tankar och funderingar behöver ventileras angående deras företag.

”Jag har väldigt många omkring mig som har företag, vänner, anställda och konsulter. Så det finns många som jag kan bolla med som är samma nivå var jag.”

Hushåll och barn

Under de år som kvinnorna haft sina företag har några under perioder arbetat mindre än 40tim/vecka. Det finns även de som gjorde detta vid intervjutillfället. Orsaken till detta är att deras barn är små eller att kvinnorna anser att det är viktigt för deras eget välbefinnande. De som har barn och arbetat mindre under barnens uppväxt har gjort det för att vara mer tillgänglig för dem.

”Jag hade bestämt mig för att jobba deltid för att jag skulle umgås med barnen. Det gjorde jag också. Rätt länge så jobbade jag 3 dagar i veckan.”

”Grunden till att jag startade företaget var rätt så mycket för att jag ville va med barnen... jag ville inte jobba heltid. Jag ville själv bestämma när jag ville jobba. Ville vara hemma, jag kunde inte tänka mig att släppa och stoppa in honom på dagis och sånt. Då tyckte jag att det var en bra lösning. Så jag gick hemma med min son i 3 ½ år och konsultade sidan om.”

De gifta kvinnorna har ofta delat ansvar med sin partner för hushållsarbete och barnen. Två av 10 av kvinnors partners har haft/har huvudansvaret för barnen och hushållet. Samtidigt har flertalet av kvinnorna anpassat sina arbetstider efter barnens behov. Det finns även kvinnor som har mödrar som hjälpt till vid behov med hushållsarbete och barnpassning.

”Man har alltså fått lösa och hjälpas åt. Och så har jag ju då en man som har skött väldigt mycket hemmet. Tvätt och matlagning är inga problem. Ja det har varit perfekt.”

”För min mamma har sagt att hon ställer jättegärna upp. Ring bara om du vill ha hjälp. Hon har fått köra till olika ställen när barnen skulle på olika aktiviteter när jag inte har kunnat. Och sen så hjälper mannen till jättemycket. Jag jobbar ju alla lördagar så då har han varit hemma och tagit hand om barnen.”

Var femte kvinna med barn har kunnat anpassa sin arbetssituation efter barnens behov. De har i perioder kunnat arbeta mindre för att vara med under barnens uppväxt. Flertalet har inte haft dåligt samvete mot barnen för att de arbetat mycket pga. att de ser att de ändå funnits tillgängliga. Samtidigt finns det kvinnor som kan se tillbaka på uppstartsåren att kvinnorna har fått mindre tid med barnen än de velat.

”Ser man på hur familjen har mått av det här så har de faktiskt aldrig klagat. De är så vana att det är så här. Och på något sätt så ja... de kan faktiskt sitta och blicka tillbaka och tycka att de har haft en bra barndom. Och då blir jag glad när man hör det. Det är man mest rädd för hur det än är så om det man har försakat. Jag har inte känt det så när jag pratar med barnen, de är väldigt nöjda. De ser inte att de

har haft det sämre än vad andra har haft om man säger så. Utan vi har ju funnits tillgängliga på något sätt."

Synen på sig själv

De intervjuade kvinnorna attribuerar sig en mångskiftande samling av egenskaper och personlighetsdrag t.ex. att de är drivande med visioner, tankar och drömmar. De är kreativa och tycker om att skapa nya koncept. När kvinnorna beskriver sig själva ser de sig även som disciplinerade, målmedvetna, envisa, ödmjuka, stresståliga men konflikträdna. De ger ibland också sina egna personliga drag som en anledning till att inte vilja vara chef eller ledare.

Inställningen har då varit t.ex.:

"Alltså jag ser mig inte som någon ledare för jag är jättedålig på sånt. Och det är därför jag känner, om jag får problem med någon anställd så känner jag mig väldigt, alltså jag vet inte vad jag ska göra. Och jag tycker det är jättesurt och ta upp och säga till."

"En av anledningarna till att jag själv inte vill ha anställda är att jag inte tycker själv att jag är en chef. Jag har inte dom egenskaper som jag tycker man ska ha för att ha personal under sig. Jag tycker inte om att dutta och datta och hålla på att sitta i utvecklingssamtal och så. Jag har provat och jag tror inte jag skulle orka ha med det... Tycker inte om att hantera det där med personalen."

"Jag är som sagt väldigt kreativ. Jag tycker om att skapa nya koncepter så de är det som är min styrka. Jag är väldigt målinriktad och det är också det som har gjort att jag har lyckats för jag sätter hela tiden något mål. En gång om året så gör jag en plan, då sätter mig ner och... dels gör jag en utvärdering. Har jag lyckats uppfylla målen?"

"Jag är nog bra på att komma på idéer och få folk som genomför dem. Att följa upp är jag rätt så bra på också. Och det är väl det som kännetecknar mig. Att man har massa idéer som man låter andra genomföra. Jag förvaltar ju liksom de här idéerna som andra utför åt mig. Det gör jag faktiskt. Förvaltningen den är ju viktig. Den är ju mitt liv så att säga. Det är ju den saken som jag gjort här i livet som jag är stolt över och tycker att här har jag gjort något som jag tycker är bra. Och det är faktiskt rätt skönt att få känna så. Och inte säga det va väl ingenting för det är det ju. Det är trots allt någonting."

"...men jag har alltid varit väldigt disciplinerat och de är de som jag tror alltså kreativiteten och disciplinen är de som jag tror blir en bra företagare."

Företag

Företagen som kvinnorna driver startade någon gång mellan åren 1987 till 1997. Hälften av verksamhetsområden som kvinnorna bedriver sina företag i är konjunktur känsliga. Flertalet av verksamheterna har också återkommande ojämna arbetsbelastningar varje år. En tredjedel av kvinnorna har sina företagskontor i närheten av sina hem. Fyra kvinnor driver sitt företag, verksamhet med 8-30 anställda, med någon annan, kvinna eller man.

Uppstart

En övervägande del av kvinnorna har haft minst en anställning innan de startade sitt företag. Flertalet av dem har då haft höga chefsbefattningar. Alla kvinnor har tidigare

branschfarenhet av det näringsområde som företaget ingår i. Flera av kvinnorna har även varit företagare innan de startade upp sina nuvarande företag. I dessa fall har 9 av 10 varit delägare. Det finns olika anledningar till att kvinnorna startade upp sina företag. Majoriteten av kvinnorna startade sina företag för att de ville kunna styra sin egen arbetssituation. Av dem som tidigare haft en anställning handlade det om att de inte var nöjda med den situation de befann sig i. De ville inte vara underställd någon. De upplevde att de inte kunde komma vidare, utvecklas eller utnyttja sin kompetens och tyckte samtidigt att de skulle kunna göra det bättre och annorlunda.

”När jag funnits så länge i landstingsvärlden och anledningen till varför jag lämnade det var att det fanns bara vissa typsvar man fick när man kom med någonting. Dom sa nej det går inte, man kan inte, vi har inga ekonomiska ramar. Alltså allt, ja det kvittade vad jag kom med. Då tyckte jag, luften gick ur mig varje gång. Det var ju inte så att jag sa wow nu ska jag starta ett företag. Det var inte så va. Utan det gick åt det hållet.”

”Jag var inte nöjd med utbildningen, eftersom jag har den pedagogiska bakgrunden. Jag hade tankarna. Jag tänkte att det här skulle jag kunna göra på ett helt annat sätt och som jag då tyckte var mycket bättre. Sen mognade dom här tankarna under 4 år. Sen jag jobbade ute på fältet och fick mycket erfarenhet inom område och byggde upp en stor kontakt med viktiga personer.”

Hälften startade upp sina företag vid sidan om sin anställning och byggde upp sina företag under denna tid. De började arbeta hundra procent i sina egna företag när det fanns en ekonomisk bärighet som möjliggjorde kvinnornas försörjning. Under dessa kvinnors företags uppbyggnadsfas handlade det även om att införskaffa de viktiga erfarenheter och kunskaper samt kontakter som de ansåg sig behöva för att driva sina företag.

”Jag frågade min chef om han hade emot att jag skriver in ett enskilt företag. Och det hade han inte. Och i början så gjorde jag lite allt möjligt för att bygga upp företaget.”

Det finns även några kvinnor som fått förfrågan att starta upp sin verksamhet inom aktuell bransch. Anledningarna till att dessa kvinnor startade sina företag skiftar. Det handlar om att de inte var villiga att satsa det som erfordrades som anställd. Förfrågningarna var ett sätt för kvinnorna att förändra sin arbetssituation och ändå arbeta inom yrkesverksamhet som de var förtjust i. Andra kvinnor kom till ett skede att något måste hända i deras karriär. Antingen att de skulle byta karriärväg eller att de själva skulle utveckla och förbättra sina karriärmöjligheter i egen privat regi.

”Jag jobbade med många uppdrag utöver reklambyråns. Så blev det liksom att han som var chef där sa men ska du inte ha ett eget företag än detta istället. Då blev det så utan att jag egentligen tänkte efter vad det egentligen innebar att starta företaget.”

”1992 så bestämde jag mig för att antingen gör jag något helt annat för jag tyckte att jag fick lite för mycket chefer. Jag tyckte att jag kunde själv. Och skulle väl ge mig in på lite annat men fick en förfrågan och tänkte javisst.”

Tre av kvinnorna har blivit uppsagda och arbetslösa från tidigare anställningar. För att slippa fortsatt arbetslöshet och samtidigt syssla med något som verkligen intresserade dem startade de själva företag. De ansåg att de inte hade mycket att förlora med att starta eget.

” Och så måste företaget helt plötsligt strama åt. Och då tittar man förtvivlat på vad det finns för olika alternativ och då tänker man ofta att ja här behöver vi föryngra. Här är bara gamla stötar här. Så tittar ledningen sig omkring. Men, herregud hur ska vi sysselsätta henne hon som är så speciell. Så då fick jag ett erbjudande som jag inte kunde tacka nej till och så startade jag upp.”

En kvinna som tidigare varit delägare i ett annat bolag funderade på att ta en anställning men upptäckte att hon skulle förlora frihet. Så hon startade upp ett eget företag.

”Men dels så insåg jag att jag skulle förlora rätt mycket flexibilitet och dessutom hörde gamla kunder av sig så att jag kom igång utan att egentligen ha bestämt mig. Först det med min gamla verksamhet och sen var steget inte långt med att driva det i ett aktiebolag.”

Några kvinnor startade pga. att de ville kunna kombinera arbetet med barnen på ett bättre sätt.

”Alltså grunden till att jag startade företaget var rätt mycket för att jag ville vara med barnen.”

Vid uppbyggnaden av kvinnornas företag har många upplevt att de pressat sig över sin förmåga. Att det har varit jobbigt och mycket arbete. Det var svårare på den tiden för dem att sätta gränser eftersom de ville så mycket. (Ambitiösa) De ville inte tacka nej till uppdrag (vara kräsna) utan tog det som erbjöds. Under årens lopp har detta förändrats genom mer självdisciplin, planering och att rutiner för att det ska fungera.

”... sen de första 6-7 åren kanske, hade jag ingen klar gräns ...utan då kunde jag sitta kvar på kvällar alltså när jag hade tid. Alltså jag kunde på en helg om jag inte hade så mycket att göra. Så kunde jag gå in på kontoret och börja jobba med företaget ett par timmar... sen för jag inte skulle pressa mej över gränsen, alldeles över min förmåga, började jag sätta gränser. Nu är jag stenhård på att jobba mellan 8 och 17. Så jobbar jag mellan 8- och 17 och sen kan jag bestämma för att jobba över en kväll och då jobbar jag över den kvällen, sen är det min fritid.”

Samverkan

Övervägande andelen av kvinnorna ingår i olika typer av nätverk. Det är en mångfasetterad blandning av nätverk genom att vissa kvinnor söker sig till kvinnliga nätverk där vissa nätverk är mer organiserade än andra. Det finns kvinnor som ser att det viktigaste är att omges med inspirerande personer, företagare eller ej har ingen betydelse, bara de är kreativa och intressanta. Några kvinnor nämner att de är intresserade av att nätverka med andra kvinnor men inte bara för att de är kvinnor utan pga. att ett viktigt utbyte av kunskaper och kontakter sker i mötet. Majoriteten av de konsultande kvinnorna ingår i nätverk för att hjälpa och stödja varandra eftersom de ibland upplever att det är påfrestande att vara ensam. Samtidigt träffas de för att tillsammans ordna kurser och söka stipendier och bidrag till olika gemensamma utvecklingsaktiviteter. Nätverket blir ett sätt för dem att kunna förverkliga sina utvecklingsmål.

”Kvinnliga nätverk det har väl inte inspirerat mig så jättemycket. Utan jag söker efter intressanta människor alltså, för mig är ju nätverken människor som jag inspireras med. Och det är helt annorlunda det va.”

”Har försökt bygga upp ett kontaktnät och träffar väldigt mycket folk och går med i nätverk och träffar företagare och sånt. Ja på det sättet har jag byggt upp min klientstock.”

”Jag är väl ganska trygg i min roll som företagsledare också. Mycket tack vare att jag har varit engagerad i många olika grejer utanför vår verksamhetsvärld så att säga. Jag har fått lite vidare syn på företagsamhet och lönsamhet och så där. Annars hade jag nog inte varit kvar i branschen.”

Att ingå i nätverk har inledningsvis många kvinnor, alla de med tjänsteföretag, upplevt som ett angenämt sätt att marknadsföra sig, ett sätt att visa att de finns. Det är även ett tillfälle för att skapa kontakter, som kvinnorna upplever är av vikt för deras företagsverksamhet. 9 av 10 anser att det är ett utmärkt tillfälle att prata med andra för att utbyta idéer och kunskap, upplevelser och få stöd. Engagemang utanför rådande företagsbranschtillhörighet har fått kvinnorna att få en vidare syn på lönsamhet och företagsamhet.

Hälften av kvinnorna anser att de skulle kunna vara bättre på att marknadsföra sig än de är nu. Detta genom att lägga ner mer tid på att synas och visa att de finns för andra. Flertalet av kvinnorna anser att det är något som de jobbar på att förbättra.

”Har lite planer igen på att gå ihop med något annat konsultföretag för att det är rätt tufft och det är rätt ensamt att driva företag. Det är väldigt praktiskt på många sätt... men ibland kan det vara ganska skönt att vara några stycken att ha stöd utav.”

”Det är hela tiden att prata och göra, säga att vi finns va. Vi är ett alternativ. Valet är ert eget. Jo det är jätte fint att ha dom här kontakterna, det är också kul att prata med andra företagare sidan om alltså. Det är intressant och inspirerande tycker jag.”

Flertal anser även att det är viktigt med ett bra kontaktnät och samverkan med banker, jurister och andra företagare mm. Detta för att de ska ha möjligheten att rekommendera samt att hänvisa klienter till varandra. De som inte har möjlighet att ta emot klienter rekommenderar dessa vidare till någon annan inom sina nätverk.

”Har försökt bygga upp ett kontaktnät och träffar väldigt mycket folk och går med i nätverk och träffar företagare och sånt. Ja på det sättet har jag byggt upp min klientstock. För att den här branschen är ju lite speciell. Man slår inte upp oss i Gula Sidorna och bokar en tid så är det inte.”

”Ja, både för att bolla idéer eller ja helt enkelt för att synas. Som jag sagt tidigare så söker man någon att man inte är nöjd med den som sköter bokföringen eller man har vuxit och man vill inte göra den längre själv så känner man att jag vill inte gå till vem som helst. Man frågar andra. Vem anlitar du? Och då är det värdefullt och nödvändigt att synas relativt mycket. Det här är jag.”

En kvinna upplever att det inte finns samma möjligheter till att få stöd och bolla idéer med andra inom samma bransch i den stad hon verkar i jämfört med när hon bodde i en större stad. Något som hon kan sakna.

”Innan jag flyttade hit ner till Skåne hade jag ett stort nätverk. Och här nere har jag ju då jobbat ensam och liksom inte haft samma förutsättningar för att skapa ett nätverk. Jag känner färre människor. Jag har färre kollegor här nere.”

Ledarskap

Att vara företagsledare innebär för kvinnorna att de har det yttersta ansvaret att uppfylla de åtagande som de har rörande sina företag mot både intressenter såväl som medarbetare. När det gäller att vara företags- och personalledare innebär det att ha tydligt uttalade ramar, del- och slutmål som sedan ska uppnås. Att anställda förstår de företagande kvinnornas visioner och mål samtidigt som de företagande kvinnorna vet vad de vill med sitt företag och att de har huvudansvaret till att visioner och mål uppnås. Även att stämma av på vägen, så att företaget går åt rätt riktning.

Företagsledarna finns tillgängliga och rycker in när det behövs. Flertalet av kvinnorna låter sina anställda arbeta självständigt. De medger även att det är viktigt låta anställda att utvecklas och testa nya lösningar eftersom det är viktigt med kreativa och självgående medarbetare för att företaget ska fungera effektivt. Samtidigt finns det tillfällen där kvinnorna måste vara starkt strukturerande och kontrollerande över vad som sker i företaget.

”vi jobbar tillsammans i team, utvecklar det tillsammans. Men sen när startskottet går, då går jag aldrig in och petar. Men, på vägen stämmer jag av hela tiden. Hur går det? Vi sitter tillsammans. Men jag låter människor utvecklas och testas i detta här. Men jag finns ju hela tiden parallellt. Men jag går aldrig in och petar. Och det tycker jag för mig är jätteviktigt... Och sen så har jag full tillit till dom människorna som jag har runt om kring mig.”

”Jag är tydlig. Dom vet vad jag vill och det är ju alltså mina visioner som, eftersom jag äger företaget så är det för mig självklart att jag måste ha huvudansvaret. Är det någonting som händer så måste jag... Det är jag som tar i det. Och jag tycker om att ha det så. Så, för mig är det inte så konstigt. Men jag måste vara väldigt tydlig och se till att alla förstår vad jag säger. Och vill de då inte rätta sig efter det eller anamma det jag vill ha här. Antingen så har de rätt, och då ändrar jag mig. Eller så tycker jag fortfarande att de har fel och då ska de inte jobba kvar här. Så ska de söka sig till andra ställen där de har andra värdegrunder och så, tycker jag.”

Kvinnor med färre anställda ser ofta inte sig som en chef eller ledare över sina medarbetare utan som en i teamet. Många av dem tonar gärna ner rollen som ledare. De berättar att denna roll är oerhört krävande tidsmässigt samt psykiskt påfrestande, något som de gärna sluppit om de fått möjligheten. De nämner även att de kan styra upp verksamheten men att det samtidigt är krävande att leda och motivera anställda. Ledarrollen ger ett ansvar som även innefattar att kunna ta beslut om att sätta gränser, vad som accepteras eller ej, en svår bit med att vara ledare. Om det blir problem med personalen upplevs ledarrollen betungande.

”Att man tror på att människor kan ta ansvar, bara dom får chansen. Och sen så är det svårt att veta var man ska dra gränsen. Om man inte tycker att det blir ordentligt gjort och så går man in och gör det själv i alla fall. Det är egentligen en av de allra svåraste bitarna med att vara arbetsledare. Att släppa det och göra avvägningen när ska jag gå in och när ska jag ge dom lite till.”

Det finns delade meningar om var gränsen mellan privatliv och arbete finns. Övervägande delen vill gärna vara kompis med medarbetarna. Att skämta mycket och få en avslappnad atmosfär på arbetsplatsen upplever kvinnorna att det krävs när de är så få och arbetar nära varandra. Att kunna lyssna på anställda när de har bekymmer oavsett om de är privata eller arbetsrelaterade frågor. Detta för att kvinnorna ser att denna omsorg om anställda vinner de på i längden med medarbetare som trivs.

”När jag tar människorna till mig så är det otroligt viktigt för det första är det självfallet kompetensen jag eftersöker, men jag ser det otroligt viktigt vem människan är. Passar de in i teamet? Det ska alltså va en god anda. Vi ska må gott. Vi ska trivas tillsammans. Det är jätteviktigt. Vi ska va glada. För då jobbar man bättre.”

”Jag försöker vara kompis. Jag skämtar mycket. Jag frågar alltid vad de har gjort i helgen och visar att man bryr sig... Alltså jobbar man så nära varandra som vi... här är ju jättetrångt... så måste det vara gatt och gott humör.”

Medarbetare

När det gäller medarbetarna är det viktigt att de passar in i företagets team för att det ska resultera i ett fungerande arbetsklimat. Av dem som har anställda ser de dessa som viktiga och värdefulla delar i sin verksamhet. Utan de anställda skulle deras företag inte fungera. Många ser sina anställda som jämlika eftersom de gör praktiskt taget samma arbetsuppgifter. Kvinnorna tycker att det är av stor vikt att anställda har en trygg anställning och ett gott samarbete för det ska generera i något positivt för företaget. Kvinnorna påpekar att det är viktigt att medarbetarna är självgående, ansvarsfulla, kreativa och flexibla. Detta eftersom företaget ska fungera även när kvinnorna inte är på plats samt att arbetsuppgifterna kräver det.

”Jag är ju helt totalt beroende av dem här och det har de helt klart för sig också. De slutar ju här om dom inte tycker att det här är bra. Självklart. Speciellt i vår bransch där det finns ont om folk. Så om dom inte har en bra arbetsmiljö så får jag ju inte behålla dem.”

”Jag tycker ju det är roligt. Utan dom så skulle jag ju inte kunna driva företaget ju. Och som sagt har vi bra samarbete tycker jag.”

”Vi är väldigt inriktade på det här med lagarbete. Att vi gör det här tillsammans och att alla är beroende av varandra. Och det är vi ju. Det kanske inte är lika märkbart när man är på en större arbetsplats.”

Att ha anställda innebär ett stort ansvar både, socialt och ekonomiskt, gentemot medarbetarna. Kvinnorna ser vikten av att som ledare vara anträffbar när anställda har ett sådant behov. Hälften av kvinnorna har någon gång haft problem med anställda. De tycker att det är jobbigt när det inte fungerar och de måste lösa problemen. Att ha anställda påverkar även kvinnornas egen situation eftersom de har ett ansvar gentemot de anställda. Lagar och regler som gör att kvinnornas egen situation kommer i andra hand. Det är mycket planering och tänkande med att ha anställda.

”De har sin lagliga rätt till ett visst antal arbetstimmar i veckan och de har sin lagliga rätt till fem veckors semester. De har sin lagliga rätt att ta ut tillfällig vård av barn om de är sjuka.”

”Jag har haft problem med att få tag på folk. Väldigt stora problem. Jag har sökt och misslyckats ett par tillfällen så det har blivit helt fel. Och det är ju mer viktigt på ett mindre företag som mitt eftersom jag är ute hos kunder också och gör uppdrag på plats. De måste klara sig själva”

Kvinnor som inte hade anställda skulle gärna anställa personal för att få stöd, utvidga sin verksamhet och kunna diskutera lösningar osv. Anledningen till att de inte anställde var att de såg de ekonomiska konsekvenserna, lagar och det ansvar som de skulle få gentemot de anställda. För dem innebar anställda stora kostnader. En ekonomisk vinning var inte något

som de ansåg var självklart. Dessa kvinnor samarbetar istället med andra företagare i olika projekt. Samtidigt uppgav de att anställa innebar mer administrativt arbete, anpassning och krävdes ett större regelbundet underlag av uppdrag. Dessa kvinnor arbetar i branscher med djupa upp och nergångar vilket gör att det skulle bli svårt för dem att ordna arbete vissa återkommande perioder.

”Jag jobbar nästan uteslutande med underkonsulter. Det har mest varit för att de här personerna inte har haft något eget bolag. Men har de bolag så man kan fakturera, så föredrar man ju det.”

Nytänkande

En tredjedel av kvinnorna har diskussioner med sina medarbetare, anställda, konsulter som underkonsulter gällande förändringar och idéer. Kvinnorna påpekar att det är viktigt att lyssna på nya idéer och genomför gärna dem om det praktiskt utförbart. Det som kan hindra att idéerna inte genomförs är att de faller utanför de ekonomiska ramarna. En kvinna önskar att anställda skulle komma med mer idéer och att anställda inte har inställningen om att hon löser allt.

”Sen så har vi ju arbetsplatsträffar då och då. Då gör vi igenom och pratar om material och vad vi vill förändra och lite sånt... Det är ju därför det går så bra som det gör. Kreativiteten är enorm.”

Ansvar

Kvinnorna har det övergripande ansvaret över verksamheten med kostnader och att den går i rätt riktning och vara flexibel när de möter motgångar. De uppger att ansvaret för anställda är stort. Att i rätt tidpunkt ta tag i problemen när anställda inte sköter sig. Detta är ett ansvar som flertalet ser som en bit som de gärna skulle vilja slippa.

”Det är viktigt för ett litet företag att de tar sitt ansvar. Jag menar du kan ju själv tänka dig att om en av tre personer inte sköter sig. Det märkte jag ju med den första anställda att det föll mig på fötterna. Och det har jag ju betalt dyrt.”

I alla företag har kvinnorna och dess medarbetare uttalade ansvarsområden utifrån sina professioner. I tjänsteföretagen har uppdragen delats upp klientvis så att de anställda arbetar från början till slut med dem. Flertalet av kvinnorna har tillit och känner en trygghet till anställdas förmåga att testa, förändra och påverka. Majoriteten anser att det är viktigt att medarbetarna är ansvarsfulla eftersom kvinnorna inte tid eller intresse att kontrollera dem. Finns några av kvinnorna med anställda som inte tycker om att vara chef vilket gör att de förespråkar att medarbetarna tar sitt eget ansvar. Det finns även tillfällen då kvinnorna är ute

på uppdrag vilket gör att de anställda måste kunna vara ansvarsfulla och utföra sina uppdrag. En kvinna med ett mindre företag anser att det är viktigt att alla tar sitt ansvar eftersom om de missköter sig märks det tydligt.

"Jag försöker vara en ledare. Jag försöker att mina anställda ska jobba med eget ansvar. Men jag finns här för alla frågor om dom är privata eller inte privata."

"Vi försöker att alla har eget ansvar för sina kunder. Detta bygger på, eftersom jag inte är uttalad chef här, jag är ju chef här, något annat kan jag inte säga att jag är, men det är inte det som jag tycker är roligt, så detta bygger väldigt mycket på att alla tar sitt eget ansvar."

"Var och en har ansvar för de uppdrag som man har och sen får man själv ta kontakt med klienten och ordna med de eventuella problemen som uppstår. Och jag tror att om folk får mer ansvar själv så växer man i sin uppgift. Och nu är de som jobbar här väldigt speciella."

Hos många av kvinnorna har de anställdas ansvarsområden ökat med tiden. En kvinna ansåg att det var svårt att lämna ifrån sig ansvar till anställda. En annan kvinna nämner att det är viktigt med att anställda känner ansvar för då mår de bättre och utvecklas mer.

"Personalen har ju fått mycket mera ansvar. Och det tar kanske lite tid innan man vågar lämna ifrån sig ansvarsbitar, men jag kan ju vara härifrån väldigt länge och företaget är självgående."

De utan anställda uppger att de bäst sköter sig själva. Att bara ha ett ansvar över sig själv och slipper ansvaret över någon annan.

"Jag tycker att för min del fungerar det bättre att jobba ensam. Sen har jag nog rätt stor arbetskapacitet. Slipper ansvaret för någon anställd. Det är dyrt som attan. Säga upp folk har jag gjort. Det är inte kul."

Beslut

Alla kvinnor säger att de tar de slutgiltiga besluten som rör företaget eftersom det är de som har det övergripande ansvaret. Många av dem tar hjälp utifrån företaget, såsom familjemedlemmar och kollegor. I vissa företag tas de större besluten såsom ekonomiska beslut på styrelsemöten. Är det mindre beslut tar kvinnorna oftast de med anställda.

"Man kan säga den som kan den biten får ofta besluta det. Om det är inom rimliga gränser."

"Vi fattar ju beslut i styrelsen. Framförallt de ekonomiska besluten, men även pedagogiska. Sen har vi ju då olika grupper som jobbar ihop och följer upp, rättar till och reviderar om det behövs."

"Det beror lite på vad det är. Är det nya jobb och sånt då pratar jag ju med dom anställda. Tror du att vi kan klara det? Hur kan vi lösa det? Men annars om det har med företagets utveckling att göra, ja då blir det familjen som jag diskuterar det."

Samtidigt är ofta personalen delaktiga och informeras om det som sker. De kvinnor som har anställda med egna uppdrag har eget ansvar och även beslutsrätten i dessa.

”Det är ju inte så att dom slängs in för någonting. Jaha nu ska vi expandera. De finns ju med på vägen. Det tar ju jag upp när vi sitter och snackar tillsammans på fredag eftermiddag i personalen.”

”Alla är väldigt delaktiga i beslut som tas här och på något sätt så tonar jag ner chefsrollen. Men ibland så måste jag plocka fram den. Visst jag tar beslut själv också när det behövs. Det beror väldigt mycket på vad det gäller. T.ex. jag fattade ett jättestort beslut när jag sålde bolaget. Det fick jag ju fatta själv. Men det är det största som hänt sedan vi startade så att säga. Lönerogleringar och så då sitter jag ensam. Men sen så finns det andra beslut som ska fattas. Vad ska vi ta? Hur vi ska om vi ska ta en kund vem som ska ha kunden, hur vi ska fördela kunden? Det gör vi alltså tillsammans och det är inte så att jag sitter med pekpinnen.”

I små företag är det viktigt att alla är delaktiga i arbetet för att minska risken att anställda motarbetar de företagande kvinnorna. Kvinnorna uppger att om jobben ska utföras tillsammans är det viktigt även att besluten tas tillsammans. De anser också att det är viktigt att anställda känner att de kan påverka vilket gör att de företagande kvinnorna måste lyssna på anställda.

” Jag har lite samtal ute också. Jag är väldigt mån om att diskutera dom här sakerna med båda två för att jag anser att det inte går på något annat sätt i ett sånt här litet företag. Jag menar dom två måste vara med på noterna det måste dom bara. Jag kan inte föreskriva en väg som dom inte vill gå. Då fungerar det inte. Och jag är så glad för båda två.”

”Känner man inte att man har möjlighet att påverka där man är då kan man lika bra gå hem för då gör man inte ett bra jobb. Det är jag övertygad om.”

Delegera

De med anställda anser att det är viktigt att kunna delegera uppgifter som de kan lämna ifrån sig. Det blir ett sätt för kvinnorna att fokusera på andra mer övergripande åtaganden med företaget. Genom delegering resulterar det i ett effektivare arbetssätt med kortare beslutsvägar. Företag som jobbar mot klienter har vanligtvis delat upp förpliktelse på berörda anställda. Detta är något som kvinnorna uppger ger mer förtroende till klienterna. Genom att anställda tar eget ansvar möjliggör det även att företagen kan fungera även om kvinnorna inte finns närvarande.

”Och så tog det väldigt lång tid att göra den här faktureringen för det var många fakturor som jag skulle gå bort och fråga allihop om vad de gjort och varför de hade gjort så va. Vi hade ett gemensamt möte där vi kom fram till att var och en gör sina egna fakturor. Och det är så att alla har fullt ansvar hela vägen.”

Vara företagare

Flertalet av kvinnorna känner sig ensam i rollen som företagare av den orsaken att de tar alla slutgiltiga besluten själva. Därför är det viktigt att de känner sin övertygelse samt tror på företaget och sig själv.

”Jag tror såhär att vara företagare är att man vet vad man vill vara och sen så att man ska kunna implementera detta och jobba med människor och kunna hitta personer. Kunna alltså realisera det hela. Vara drivande i det här till de mål som finns. Jag skulle vilja säga att det är en kick. Alltså jag kan bli så lycklig när jag känner, wow, det här fungerar. Och jag får jobba med det som jag tror på. Jag är glad för min bakgrund, jag är glad för alla erfarenheter jag har gjort. Det är vansinnigt roligt. Men det finns ju också en annan sida. Vad som man kan göra är att man kan känna sig ensam. Till sist och synes så står jag där själv. Jag måste ta dom yttersta besluten. Där kan jag känna mig ensam. Ibland så lyckas man ju aldrig fullt ut, det är ju klart. Men att man ändå har den här övertygelsen inom sig så att man hittar tillbaka till spåret igen.”

Att vara företagare innebär frihet. Men denna frihet anser kvinnorna har två sidor. Kvinnorna kan själva bestämma över sin tid samtidigt som den inkräktar på deras privatliv. I somliga branscher finns det återkommande perioder med hög arbetsbelastning. En del företag som kvinnorna driver är i konjunktürkänsliga branscher vilket påverkar deras situation. En ojämn arbetsbörda som gör att de har svårt att styra tiden efter deras egna behov eftersom de inte vet när uppdragen kommer. Följaktligen är det för många kvinnor uppdragen som bestämmer ledigheten.

”Jag bestämmer gärna över mig själv och det är en annan frihet. Men det är ju ett åtagande också. Det är ju inte bara fördelar med det om man säger så. Man jobbar ju betydligt mer men man har en betydligt större frihet också. Där är vi där igen. Alltså man har en större frihet men den inkräktar en hel del på privatlivet genom att man jobbar i regel mer än en normal anställd. Nu har det väl varit speciellt i min situation eftersom jag har haft företaget alldeles intill mig i huset. Så att det har inkräktat väl lite väl mycket. Men som sagt å andra sidan så har jag kunnat fixa saker och ting.”

”Det är ungefär den synen att man har en frihet, föresätter att man inte jobbar för mycket för då har man ingen frihet fast man tror man har det. Men om man som jag jobbar med måtta då har jag en väldig frihet att bestämma själv. Om jag vill vara ledigt så är det bara mig själv som jag behöver fråga o planera in då. Så den friheten då. Men det kan man se på andra, många andra som säger att de har den här friheten som de inte har för de jobbar 14 timmar om dygnet, då har man inte friheten fast man tror man har den.”

Företagen som kvinnorna driver påverkas av konjunkturförändringar och marknaden. Flera kvinnor upplever att det är betungande vid lågkonjunkturer och nedgångar eftersom det är ett stort ekonomiskt ansvar att vara företagare. De upplever sig som mycket sårbara vid dessa tillfällen. Av de kvinnor som har anställda upplever de att eventuella uppsägningar osv. är ansträngande. De försöker in i det sista att lösa situationen. Det finns kvinnor som utökar sin egen arbetsbelastning för att inbringa mer inkomst i hänseende för att kunna behålla sina anställda så de kan få ut en lön. De har ju en försörjningsplikt för sig och de anställda.

”Man kan ju inte säga till folk att ni ska jobba 16 timmar på våren och sen 4 på hösten bara varje dag. Så det funkade inte så va. Det skulle behöva fungera så. Ju mindre man är och ju färre man är i personalen, ju mindre folk är det att gå runt jobben på när man har mycket att göra.”

”Det uppstår mycket på vägen. Och så det här att hela tiden att veta att jag måste ta in pengar till företaget så att vi kan föda alla de här människorna som sitter här och ska ha jobb. Så har de inget att göra så kommer de in till mig och säger att de har inget att göra. Och de här bitarna är ju mitt ansvar. Att se till att alla har att göra och det kan bli väldigt tungt. Men när jag då har sett att det är röda siffror och när ska man göra någonting. Hur länge ska man ha is i magen? Då har jag arbetat ännu mer för att på det viset dra in pengar.”

Samma företeelse att det kan vara påfrestande och innefattar ett enormt ansvar att motivera, uppmuntra anställda, erfar övervägande delen av kvinnorna. Det tar för mycket tid från det som de egentligen tycker är roligt, dvs. själva sysselsättningen med företaget.

”Det är svårt. Det är för det första så tar det för mycket tid. Alltså nu är det på gränsen att jag inte hinner med att göra det arbete som jag tycker är roligt med att vara redovisningskonsul.”

Hälften av kvinnorna upplever att de är missuppfattade och undervärderas av olika myndigheter, oavsett om de betalar skatt eller ej samt att de straffas för att de arbetar mycket. De upplever även att det är orättvist att de med småbolag ska ha samma skyldigheter som stora bolag gällande regler, lagar och skatter. De anser även att dessa faktorer hindrar dem för att bygga upp en framtida trygghet såsom pension osv. samt göra en ekonomisk vinning. De skulle dessutom önska anställa medarbetare men anser att det är för komplicerat och dyrt. De måste överkomma den ekonomiska puckeln först innan detta är tänkbart. Fler kvinnor har även upplevt att den allmänna uppfattningen om företagaren är att de tjänar mycket pengar vilket kvinnorna dementerar.

”Ska jag straffas för att jag jobbar dubbelt så mycket? Ska jag då betala dubbelt så mycket? Det är ju inte rättvist. Bara för att jag anstränger mig mer så ska jag inte behålla mindre. Folk begriper oftast inte att som egen företagare så jobbar man mer. Oftast får jag ta tag i vår egen administration och sådana saker efter kontorstid eftersom det kan vara dagar där jag inte riktigt har lagt på luren så ringer det igen. Men som sagt jag trivs och jag har valt det. Jag vill inte ha det annorlunda.”

En annan nackdel med att vara företagare idag är att kvinnorna känner att de hela tiden måste vara nåbara. Att de behöver bära med mobilen eftersom det kan vara t.ex. en ny uppdragsgivare som ringer. Något som de upplever som jobbigt och stressande av den orsaken att det stör dem i det dagliga arbetet men även på fritiden. Kvinnor med kontor i hemmet blir ofta uppsökta av kunder i deras hem på kvällar och helger vilket de upplever som störande då deras ledighet inte respekteras.

”Det är med mobiltelefonerna att man ska vara nåbar. Det är väldigt stressande med telefonen. Så står man uppe på en stege och jobbar och så ringer den där telefonen. Alltså folk tror att man ska vara nåbar. Dom förväntar sig att de ska kunna få tag i mig alltid med dom här mobiltelefonerna.”

Att vara företagare innebär att man vet vad man vill och att implementera och att realisera det hela såväl som att vara drivande till de mål som finns, förespråkar övervägande delen av de intervjuade kvinnorna. Kvinnorna blir glada och lyckliga när åtaganden med deras företag har normal funktion. Flertalet berättar att det är viktigt att hitta balansen och tryggheten inom sig själv såväl som en vision med företaget därför att vissa perioder är jobbiga. Det handlar om att vara övertygad och tro på sig samt tycka att det är kul att vara företagare.

Att vara företagare möjliggör att de kan arbeta med deras intresse som resulterar i en lönsam balans. Det är ett sätt för kvinnorna att få utlopp för deras kreativitet, skapande och friheten att bestämma och planera själv. Kreativitet och disciplin anses som viktigt för att lyckas med detta samt att kunna sätta gränser vad gäller bl.a. tider osv. Det är en ständig utmanande roll som de själva har ansvaret för. Det är en frihet att kunna bestämma över sig själv och sin arbetssituation, samtidigt som det är ett åtagande. Flexibiliteten med att bestämma uppdrag och kostnader är drivande för övervägande delen av kvinnorna.

”Det är ju roligt att bygga upp något och se att man kan leva på det också, tycker jag. Också att man sköter sig själv. Det är ingen som säger åt en vad jag ska göra.”

”Det är jätteskoj. Jag kan inte tänka mig något annat. Nej det kan jag inte. För mig är det fullständig frihet, under ansvar naturligtvis. Men, det är frihet att få utveckla egna tankar, att få lov att jobba med mina medarbetare istället för mina chefer. Mina medarbetare som ska utföra det jobbet som vi har kommit överens om. Då känner ju jag att jag har ju en närmare relation till dem och de känner ju att den relationen är jätteviktig. Och jag talar ju alltid om för dem alltså de vet att de är oerhört viktiga. Så att vara företagare med rätt medarbetare det är toppen.”

Alla kvinnor nämner att det är viktigt med frihet. Frihetskänslan är viktig nästan viktigare än att nyttja friheten. Att de kan styra sin tid genom att lägga upp arbetet så att de kan vara ledig dagtid om det behövs och ta igen det på kvällen. Ingen bestämmer det mer än de själva. Att vara företagare har också inneburit/innebär friheten att anpassa sin ledighet efter barnens behov. Ett sätt att bättre kunna kombinera arbete tillsammans med barnens behövlighet än som anställd.

”Det är tufft att vara företagare. Men samtidigt så har jag alltid värderat min frihet högt och det har du ju som egen företagare. Du har ju ingen som kan säga till dig vad du ska göra förutom skattemyndigheten möjligtvis. Och för min del så är nummer ett den här friheten. Och den säljer jag inte bort hur lätt som hels... Det beror då helt enkelt på att man kan styra sitt liv själv och är ett alternativ till det här med anställning.”

”För det är ju så att behöver jag vara ledig någon gång så har jag varit ledig. Det får de andra också vara i och för sig men jag behöver inte ens fråga efter det. Ta bara när barnen var mindre och de skulle på en utflykt. Det är svårt för föräldrar att ställa upp men det kunde jag i regel ställa upp då men kunde ta igen det en annan gång.”

Det finns även en tredjedel av kvinnorna som ser företagandet som enda möjligheten till försörjning och arbete. De ser inte att anställning som något alternativ längre eftersom de inte vill eller klarar av att vara underordnad och ha chefer som bestämmer över dem. Dessa kvinnor medger att de hade varit företagare i någon annan bransch än den nuvarande eftersom det eget företag är enda tänkbara alternativa försörjningen.

”Utan för många kvinnor och även jag så handlar eget företagare helt enkelt om att försörja sig själv på ett bra sätt och kunna styra över sin tid. Och det beror då helt enkelt på att man vill styra sitt liv själv och istället som ett alternativ till det här med anställning.”

”Jag hade en besvärlig situation för 1 år sedan och tanken slog mig att jag säljer hela kalaset. Skulle jag sälja detta här, skulle jag själv bli anställd igen och ha en chef som jag ska fråga om. Nej som sagt den här rollen som jag har nu gentemot mina klienter den passar mig mycket bättre.”

Utvecklingsmöjligheter

Fem av de totalt femton kvinnorna anser att de och deras företag vid intervjutillfället befinner sig i ett idealtillstånd. De har en ekonomi som fungerar, uppdrag som de trivs med osv. Hälften av kvinnorna anser att det är viktigt att förvalta deras företag som de byggt upp under flera år för att kunna utveckla det vidare. Det finns även påverkande krafter från omgivningen som bromsar den utveckling som kvinnorna egentligen skulle vilja göra. Det handlar om de konjunktursvängningar som finns på marknaden som gör att kvinnorna måste vara flexibla och anpassa deras förändringar därefter.

”Jag tycker liksom att det finns en lagom storlek på företaget... Där den är hanterbar och där den ger optimal vinst. Ska inte till varje pris bli större o växa. Nu styr marknaden väldigt mycket oss. Där är alltså vissa gränser för hur mycket man kan sälja.”

En tredjedel av kvinnornas företag har växt gällande personalstyrkan eftersom efterfrågan efter deras vara eller tjänst ökat med tiden. Det har varit behovet av mer personal som styrt storleken och att personalstyrkan utökad på kvinnornas företag.

”Vi har anställt pga. att vi har fått så mycket jobb så vi varit tvungna att anställa. Det låter inte klokt men det har inte varit något beslut att idag ska vi växa lite grann. Så att vi aldrig har anställd för att ha kapacitet. Det fanns ju en tid nu när det var jätteviktigt att vara jättemånga anställda. Det har vi aldrig haft. Att ha anställda är inte målet utan det är att vi ska ha en positiv genomström av jobb. Så det har

varit att vi har jobbat så att vi har haft mycket att göra så att vi har känt att nu klarar vi inte av att göra mer. Då måste vi ta in en till. Så det är inga långsiktiga strategiska beslut som har medfört detta.”

Övervägande delen av kvinnorna har planer på att utveckla företaget på olika sätt. Fyra av dem kommer att utöka verksamheten inom kort. Det handlar om att utöka verksamheten med bl.a. fler anställda och skapa nya koncept och kreativa förbättringar. En kommer att starta en filial till sin nuvarande verksamhet i en annan stad. Detta är för henne en lösning för att bättre kunna kombinera privatlivet med företaget. Det finns även en kvinna som startar upp ett dotterbolag, till det nuvarande företaget där inriktningen på verksamhet och bransch skiljer sig åt.

”Jag håller på att försöka öppna en filial i Blekinge. Det är mitt mål. Och på så sätt skulle vi kanske på kort eller långt kunna bli en medarbetare där uppe och en till här nere.”

”Har lite planer igen på att gå ihop med något annat konsultföretag för att det är rätt tufft och det är rätt ensamt att driva företag. Det är väldigt praktiskt på många sätt men ibland kan det var ganska skönt att vara några stycken att ha stöd utav.”

”Min målsättning är ju nu när jag ska utvidga då att växa lite. Målsättningen på sikt är ju att kunna jobba själv lite mindre. Men då gäller det ju att hitta bra människor som man kan ha anställda och det är inte helt enkelt. Men jag planerat ju nu att nu när jag ska bygga nytt kontor. Grunden är att jag ska ha fyra arbetsplatser. Upp till fyra fem arbetsplatser och då inkluderar jag mig själv då. Finns det utrymme så får man se.”

Olika typer av långsiktiga förändringar och utvecklingsområden som kvinnorna kommer att satsa på och som påverkar deras egen situation framöver handlar oftast om att kunna jobba mindre, gå i pension tidigare och få högre lön. När det gäller mer kortsiktiga förändringar i själva företagen handlar det om att skaffa nya maskiner och datorsystem för att kunna bli mer effektiva. Det förs även diskussioner för strategier att öka tillväxten i företaget. Hur de ska få nya uppdragsområden samt öka kunskap och kompetens genom utbildning. 11/15

”Jag uppmuntrar väldigt mycket när det gäller utbildning och jag försöker hjälpa till överallt för att jag försöker hela tiden höja kompetensnivån. För det är ett av våra mål alltså att bli mer effektiva.”

...bara jobba halv tid, så jag kan köra mera motorcykel och rida mina hästar och träffa mina vänner och göra jätteroliga saker ännu mer...så det blir så...och gå i pension tidigare.”

I de branscher som det är svårare att växa fokuserar dessa kvinnor på att ta mer betalt, få större uppdrag samt ökat samarbete med andra konsulter. Sedan finns det kvinnor som anser att de inte hinner utveckla mera, att de måste se sina begränsningar eftersom de närmar sin pension.

”Att få upp mitt namn på ännu högre nivå så att jag får de här lite fetare uppdragen och på så sätt höja min omsättning genom att ta mer betalt för mina uppdrag. Det vill jag”.

Förväntningar

Alla kvinnor beskriver visioner om framtiden, även om dessa skiftar. Det finns sådana som endast berör kvinnorna själva, såsom att de i framtiden ska kunna arbeta mindre och kunna njuta mer av livet. Det handlar också om att ta ut rejälare lön och att utvecklas personligen. Det finns även visioner och mål som berör företaget såsom att några vill att deras företag ska växa och utvidgas, höjning av kompetensen och att de blir effektivare. Hälften av kvinnorna talar om för sina anställda vilka mål och visioner som gällande företaget och vill att anställda är med och diskuterar samt utvecklar möjligheter för att kunna uppnå deras olika visioner och mål.

”Min målsättning är ju nu när jag ska utvidga, att växa lite. Målsättningen på sikt är ju att kunna jobba själv lite mindre. Men då gäller det ju att hitta bra människor som man kan ha anställda och det är inte helt enkelt.”

”... vill jag bara jobba 75% och i framtiden kommer det liksom förverkligas så jag kan... jag vill helst bara jobba halv tid.”

”Jag skulle vilja växa lite till faktiskt.”

De förväntningar som kvinnorna har haft och har är mångskiftande. Majoriteten anser att de uppnått sina förväntningar även om de inte varit helt klara i alla lägen samt har förändrats med åren. Flertalet nämnde i sina utsagor att de räknat med att de skulle kunna livnära sig på sina företag. Det har även varit att sysselsätta sig inom branscher och med arbetsuppgifter som de trivs med. Några nämner att de trodde att det skulle vara lättare att vara företagare än det varit. Sedan finns det kvinnor som inte haft stora förväntningar eller visioner, eller någon exakt bild om hur verksamheten skulle fungera eller hur deras företag skulle utvecklas. De har då tänkt att det löser sig och utvecklas efterhand. Det finns även kvinnor som nämner att förväntningen om att vara nära barnen har införlivats även om de arbetat i företagen.

”Jag skulle klara av att tjäna en lön. Jag skulle klara av att behålla bolaget utan att j blir konkurs eller något otäckt händer på vägen. Och det har jag ju klarat. Liksom så ur den synvinkeln så tycker jag ju nog att liksom att jag har gjort något av mitt bolag.”

”Nu har jag ju facit. När jag började så visste jag ju inte riktigt. Det var ju en chanstagning. Jag säger aldrig risk jag säger alltid chans. Det var ju en chanstagning och jag påstod vissa saker men jag hade ju

inga bevis för det. Nu har jag ju bevis. Nu har jag ju varit i gång i 10 år. Så nu kan jag ju säga facit säger att det här stämde. Om det är tur eller skicklighet det är nog en blandning.”

”Jag är ju inte så att jag är helt fixt vid en exakt modell. Utan en målsättning och den har vi ju nått fram till. Det vet jag, är man oerhört klar i sin målsättning vad man vill så når man fram. Det kan ta lite längre tid eller lite kortare tid och vägen kan se mycket olika ut. Bara man är beredd på detta så når man fram.”

Ekonomi

Flertalet av kvinnorna säger att det är viktigt att det finns en ekonomisk tanke och bärighet samt balans i företagen samtidigt som att det är viktigt att inte glömma grundtanken med verksamheten. De är noga att deras ekonomi sköts ordentlig oavsett om de gör det själva eller anlitar någon bokföringsfirma osv. Lönsamheten och ekonomiska marginaler är viktig för att kvinnorna ska klara sig igenom konjunktursvängningar. Samtidigt som kvinnorna medger att de ofta planerar kortsiktigt så måste de även planera långsiktigt för att företaget ska kunna fortsätta konkurrera på marknaden.

Att ta betalt kan ibland vara svårt för kvinnorna. Det kan vara tufft att höja sina arvoden för ensamkonsulterna när de konkurrerar med de stora bolagen som ofta kan referera och erbjuda en annan sorts trygghet än ensamföretagare. Samtidigt vill de gärna kunna tjänsten till 120% för att kunna ta betalt 100%. Många av kvinnorna medger att de har lätt att ta betalt idag medan de haft lite svårare med detta i uppstarten av deras företag.

”Jag väl märkt att det kanske är lite tuffare för mig som är egen konsult att höja dom här minimifeerna än för de här större bolagen. Och där vissa bolag på grund av att man då har en image att man är väldigt högpresterande, har väldigt många rekryteringar på väldigt hög nivå, att de då kan försvara ett arvode som då är kanske dubbelt så mycket som jag tar utan att det egentligen finns skäl till det. För jag kan lösa uppdragen precis lika bra.”

Att vara företagare innebär inte per automatik stor ekonomisk vinning som många kvinnor påpekar att de ofta får höra av andra. Flera av kvinnorna anser att de som företagare straffas och behandlas orättvist av myndigheter och samhället. De menar att småföretagare inbringar mycket pengar men får i gengäld lite respekt tillbaka av samhället oavsett de arbetar vitt eller svart. Även den ekonomiska säkerheten dvs. bygga upp en trygghet, är mycket kostsam. De upplever att det kostar att skapa tryggheten med t.ex. pension osv.

”Det har blivit mycket hårdare regler. Det är mycket svårare att just att göra ekonomisk vinning.”

Företag innebär ett stort ekonomiskt ansvar eftersom det finns konjunktursvängningar som kvinnorna måste ta hänsyn till. Det finns perioder då kvinnorna tagit ut minimal lön för

att skona anställda och företaget. Kvinnorna nämner att det gäller att ha is i magen när det är sämre tider samtidigt som de måste vara flexibla och öppna att förändra sin verksamhet efter efterfrågan. Ibland kräver ekonomin i företaget att anställda måste sägas upp pga. arbetsbrist vilket de upplever som en jobbig uppgift som företagare. Att ha anställda är en stor kostnad men samtidigt är det viktigt att de anställda får välbetänkta löner och ibland bonus för att de veta att deras arbete uppskattas, att det är lönt att anstränga sig. Mål för många är att medarbetarna ska ha bra löner.

”Det är ju inte så att det alltid har gått bra. Alltså under de här 16 åren har det gått upp och ner. Och ja vad händer då. Alltså det har funnits år då jag inte har tagit ut någon lön. Eller bara väldigt lite lön för att dom anställda ska ha jobb. Och jag har en gång behövt säga upp personal pga. arbetsbrist.”

Bredd och djup

I de företag som kvinnorna driver består de mellan 1 till 30 anställda. Kvinnorna själva har det övergripande ansvaret och ger riktlinjerna och visionerna för företaget. Av kvinnorna som har fler anställda än 8 finns det en mer tydlig och utpräglad organisationsstruktur med olika verksamhetsområden, avdelningar såväl som uttalade ansvars- och arbetsområden. När det gäller de kvinnor med 8 eller fler anställda är uppfattningen att administrationen och anställda är intressanta arbetsområden.

I de mindre företagen arbetar kvinnorna med den övergripande administrationen men med jämbördiga åtaganden som de anställda. Några har hjälp med den ekonomiska administrationen utifrån. I dessa mindre företag vill kvinnorna gärna slippa den administrativa delen samt personalansvar av den orsaken att de istället vill lägga mer tid på verksamhetens huvudsysselsättning.

Att vara kvinna

Många av kvinnorna har någon gång upplevt att den äldre generationen företagande män har en negativ översittarattityd gentemot dem. Kvinnorna har då erfarit att de inte blivit tagna på allvar. Att de har varit tvungna att överbevisa sin kompetens och jobba hårt för att få respekt. Att de blir ifrågasatta om de har kompetens för att utföra uppdraget osv. ”*Lilla gumma, kan du?*” Detta är något som upprört kvinnorna men samtidigt gjort att de oftast inte byggt vidare på dessa relationer utan sökt sig till andra samarbetspartners eller klienter. Det finns fler av kvinnorna som har attityden att ”*tro inte att ni kan knäcka mig för det går inte*”. I dessa lägen underskattar männen kvinnornas handlingsförmåga pga. förutfattade meningar om kvinnor berättar de intervjuade kvinnorna. Något som de ibland utnyttjat till sin fördel.

"Jag tror jag är rätt så trygg i mig själv. Alltid när jag går in i ett möte med en människa är det en människa inte en man eller en kvinna. Utan sen visar det sig var man tar vägen i det här. Skulle de behandla mig nedslit på något sätt för att dom tror att stackars lilla kvinna som inte är så stark. Då går dom på en nit."

"Det är lättare att skälla på oss. Vi får bevisa så många gånger... Jag har varit tvungen att verkligen stå upp för min sak. För det är ju så att det är svårare att få gehör för sina kunskaper. Jag har en kund som jag då hade varit mycket konsult åt som då hade mycket manliga vänner och bekanta med kostymer givetvis. Våldigt ofta har jag verkligen fått kämpa för att visa vad som är rätt. För att man inte har riktigt samma förtroende. Det är tyvärr så. Det är ju ingenting som vi ska acceptera och det är inget som jag har accepterat."

"Att jobba som redovisningskonsult som anställd det är ju typiskt kvinnligt. Men det är ja som sagt så som kvinna behandlas du på ett annat sätt. Det kan jag säga bestämt. Sen så kan det vara olika och variera. Och det ska ni ändra på det."

"Det är ju också speciellt när man träffar en kund som är ändå som är i ett förhandlingsläge i början när det gäller att sätta prisnivå. Så då är det givetvis lättare att behandla mig som lilla gumman eftersom lilla gumman per definition inte är lika dyr som den flotta direktören konsulten så att säga. Men jag jobbar också med många kvinnor. Där är det ofta mycket lättare på det sättet eftersom den kvinnan har visat sin kompetens för att hamna där hon är. Så behöver ju inte jag på samma sätt visa min kompetens vem jag är. Så hon förutsätter den för att jag är där jag är. Men där hon förutsätter den så är det. Jo yngre män på ett annat sätt förutsätter den. Jag tror att där har hänt rätt mycket i attityder. Men män som är lite äldre än vad jag är så känner jag ändå att jag måste ta på mig en lite djupare röst. Alltså ibland måste man bli så seriös så att man blir uttråkad av sig själv."

Män kan ibland vara nedlåtande men samtidigt så säger män rakt ut vad de tycker. Det finns även några kvinnor som blir mer respekterad av män än av kvinnor. Pga. att de får extra uppmärksamhet eftersom de är ensamma kvinnor i mansdominerade branscher. De använder sig ibland av kvinnlig list för att få igenom deras ståndpunkt. Något som övervägande delen av kvinnorna säger är att det håller på att ske en positiv långsam förändring med att kvinnor blir behandlade på lika villkor som männen.

"Det finns väldigt många fördelar och sen är det fördel att va ensam kvinna i branschen. Man får mycket uppskattning. Som för företagare känner de igen mig."

"Jag är mer respekterad av männen än av kvinnor faktiskt. Jag har suttit väldigt mycket som ensam kvinna i de här sammanhangen."

"Jag funkar bra med chefer och de är oftast män. Så jag tror inte att jag är fullt så kvinnlig i mitt sätt att göra affärer och sånt, än det här att man har större krav på sig själv."

Något som flertalet av kvinnorna berättar är att alla män inte behandlar dem nedlåtande. Kvinnorna försöker även att undvika dessa personer som är nedlåtande mot dem oavsett kön. Det finns även några av kvinnorna som upplever att kvinnor leder när andra kvinnor ger dem tillåtelse att leda. De intervjuade kvinnorna som upplever detta undviker dessa situationer eftersom det bidrar inte till deras ledarskapsutveckling. Övervägande delen av kvinnorna

anser även att det finns mer jämlikhetstänkande hos yngre män och kvinnor än äldre och att en förändring håller på att ske i samhället

”Jag har aldrig upplevt någonting negativt. Det sägs ju att det är kämpigare för kvinnliga företagare och det är det säkert på sätt och vis. För det går väl inte att förneka att män har ett bättre och fungerande nätverk ekonomiskt. Toppskiktet är ju gubbar. Så är det ju bara. Och det är ju möjligt att det förändras men det kommer ta evigheter.”

När kvinnorna berättar om hur de blir bemötta av andra kvinnliga företagare upplever de att de oftare använder ojusta metoder, såsom stulit koncept, än vad män gör. Rakheten är inte självklar. Att det finns en avundsjuka och ingen acceptans att andra kvinnor lyckas

”Det här att kvinnor att vi ska hålla oss lite på mattan sinsemellan. Lite tråkigt istället för att uppmuntra varandra. Men jag tror att det håller på och svänger speciellt den nya generationen. Ni som kommer har lättare med männen, därför dom är vanare att umgås med er mer på ett annat sätt. Män i min generation vill gärna säga men lilla gumman och så klappa mig på axeln. Det har med att vi har olika förutsättningar så kom igen bara.”

”Jag tycker väl att bilden håller på att förändras lite. Skillnaden gäller att köparna är yngre idag. De har ju en annan attityd. När jag kom ut i 33 35 års ålder då var det ju de här 30-talisterna och 40-talisterna köparna med en helt annan kvinnoosyn. Titta bara på mina kollegor som jämförde mig med sina fruar då va. Men det här går ju ganska långsamt.”

En kvinna nämner att hon upplevt att kvinnor är mer vidsynta och ser mer helheten, både i företagsamhet och privat. Hon ser hur hela företaget påverkas av förändringen inte bara den berörda avdelningen. Detta är något som hon upplever som en brist hos många män. Det finns också en uppfattning om att kvinnorna inte behöver hävda sig och överbevisa sin kompetens för andra kvinnor och för yngre som för de äldre männen.

Företagets betydelse

För flertalet av kvinnorna är uppfattningen att deras företag är något som är underhållande och en meningsfull sysselsättning. Det framkommer att företaget är något de är stolta över eftersom kvinnorna ser det som sitt livsverk, som ger dem livskvalitet pga. mångsidigheten som finns i arbetet och som kan även kopplas till deras identitet. Företaget ses som en del av dem själva och deras familj. Rätt betydelsefullt eftersom det är ett familjeföretag. Nästan alla kvinnor säger att företaget är mycket betydelsefullt i den bemärkelsen att det är deras försörjningskälla.

”Det är mycket betydelsefullt för mig. Det är mitt allt. Det är min försörjning. Det är ja det är mitt verk.”

”Eftersom det har blivit mitt livsverk så är det oerhört betydelsefullt. Det är ju klart. Och jag tycker väl att jag har åstadkommit, jag sa det innan att jag har åstadkommit någonting som jag hoppas bli en god

förebild för andra verksamheter i denna bransch. Det är ju den saken som jag gjort här i livet som jag är stolt över och tycker att här har jag gjort något som jag tycker är bra. Och det är faktiskt rätt skönt att få känna så.”

”Det är på ett sätt väldigt betydelsefullt därför jag har oerhört roligt med arbetet. Så att det finns ingenting annat jag hellre skulle vilja göra och jag skulle inte orka med bytta ny yrkeskarriär så de känns väldigt betydelsefullt. Jag är hemskt glad att ha meningsfull sysselsättning på dagarna medan jag arbetar.”

Även om övervägande delen av kvinnorna upplever att företaget är betydelsefullt i det som nämnt ovan är de överens om att företaget är inte viktigast för dem. Deras familj och fritid är mycket mer värdefulla för kvinnorna. De säger att de skulle släppa företaget för att skona familjen. Om familjesituationen skulle kräva det eller att företaget skulle gå så dåligt att det inte är lönsamt längre skulle de avsluta eller sälja det. De poängterar att företaget betyder en hel del för dem men inte så pass mycket att de skulle riskera sin egen hälsa eller sin familj.

”Sen är det så här om jag skulle behöva jobba mer än heltid eller börja kämpa hårt alltså på nåt sätt eller så. Då skulle jag hellre lägga ner företaget. För så betydelsefullt är det inte för mig, då skulle jag hellre lägga ner och hitta på nåt annat.”

”Det är alltså andra saker familjen och barnen som betyder mer. Skulle det vara så att det blev bättre för dem att jag inte hade företaget så hade jag inte tvekat att sälja det.”

Fritid

Fördelning av tid

Även om företaget är något som övervägande delen av kvinnorna tycker är en rolig sysselsättning så påverkar det till viss del deras övriga tid på ett negativt sätt. Majoriteten av de kvinnor som har kontoret i hemmet eller i anslutning till hemmet upplever att de störs på deras lediga tid av att telefonen ringer eller klienter kommer oplanerat.

”Innan hade jag jobbat för nära intill mig. Och det sista jag gick förbi var mitt kontor när jag gick och lade mig. Det första jag såg när jag gick upp var mitt kontor. Och sen är det så att man är väldigt serviceminded och folk vet att man finns där. De kunde ringa inte bara en helgdag alltså utan en helgdag klockan 22 på kvällen. De kunde ringa 8 på kvällen för de visste att jag fanns där. Här är det stängt klockan 5 och då ser ingen om jag är här. Så nära blir det lätta att man äh jag skulle behöva fixa lite. Så sticker man in till kontoret, gör det och så är klockan 22. Och så har man inte hunnit med någon fritid om man säger så.”

Flertalet av kvinnorna upplever att det inte finns någon klar gräns mellan företaget och kvinnornas privatliv utan att det går ihop. Det resulterar ofta i att deras fritid anpassas efter företagets situation. För hälften av kvinnorna finns företaget i branscher med återkommande perioder med mycket stor arbetsbelastning vilket inkräktar på deras privatliv. Under dessa perioder hinner de inte vara så sociala som de velat. Samtidigt kan de under lugnare perioder

vara mer lediga om de vill. Det visade sig också att flertalet av kvinnorna arbetar mer som företagare än när de var anställda, även om de påpekar att de oftast tycker att det är kul.

Det finns vissa perioder där jag inte är nöjd med den då det väldigt mycket att göra, typ vid högtider skolavslutningar helger och sånt. Men det vet man redan. Då har jag tecknat in att de här 4 veckorna så är det bara att arbeta gå hem och sova och sen arbeta och gå hem och sova. Sen därefter så är det lugnt. Då kan man ta ledigt.”

”Nu har jag varit egen företagare så länge. Men det är ju klart att håller man på med många projekt och då blir man ju väldigt mycket störd under sin så kallade fritid. Men och andra sidan störningarna är ofta ett sätt att komma närmare en lösning på projektet. Så det får jag ju ta ju men balansen mellan familj och yrkesliv är väldigt viktig och inte lätt att förverkliga om man ska ta vanliga jobb.”

”Jag har säkert lika mycket fritid som andra människor. Det är bara det att jag inte vet när jag har den. Jag kan inte styra den.”

Samtidigt finns det kvinnor som har lagt upp verksamheten med bestämda tider och disciplin så att det finns ett liv utanför eftersom de värnar om ledigheten. Det gör att de har en tydlig gräns mellan företag och privatliv vilket leder till att de kopplar bort merparten av tankarna om företaget på fritiden och likaledes.

”Alltså vi har ju ett liv vid sidan om allt det här. Så jag känner aldrig att jobbet... alltså jag är inte jobbet. Jobbet är jobbet och sen när vi kopplar av så kopplar vi av. Vi har det jättebra när vi kommer hem. Visserligen så har man mailen hemma, mobiltelefonen på, men det stör inte och är inte svårt att stänga av.”

”När jag är hemma då är jag hemma. Visst har jag kontor där också men när jag har ledigt då kan jag rätt så bra koppla av om vi inte har riktigt stora bekymmer. När jag går inom dessa väggar glömmer jag allt därhemma tills någon kommer och påminner mig med t.ex. telefonsamtal. När det är som allra jobbigast så brukar jag skämta med dem allihop att då skulle man ha dem därhemma i en liten malpåse så länge. Men sen när man är hemma så älskar jag att vara ledig också. Så det är inte så att jag är en arbetsnarkoman så att säga. Jag tycker då att jag skulle kunna vara ledig för alltid.”

”Det kom när jag började sätta gränser. Så som jag känner, jag värdera min fritid på ett annat sätt och familj liksom allting annat. Det är nånting som jag har lärt mig på vägen att företaget dt är inte allt. Det värdefullaste är min son, vänner och eventuell partner.”

Tankar

Flera nämnde att de oroade sig och tänkte mer på företaget i uppstarten än nu när de etablerat sig. De ha har lärt sig att inte tänka på företaget när de håller på med annat. De har även fått rutiner med att vara företagare och upplever sig vara stresståliga

Hälften anser sig även kunna göra en klar gräns mellan företaget och privatlivet vad gäller deras tankar. Är de hemma så pratas inte det inte om företaget och tvärtom. De som har företaget i anslutning till sin bostad måste åka från orten för att känna sig helt fri.

”Förr tänkte jag på företaget även när jag var ledig.”

”Jag sover hur gott som helst. Men i början så var det ju mer att jag var rädd för att tänka om jag inte klarar av det här. Tänk om det händer saker som jag inte kan greppa. Tänk om inte personalen får sin lön när de ska ha den. Så det va ju stressigt i början men jag lärde mig alla rutiner och dom sätter ju sig i ryggraden. Det är ju som att cykla.”

”Man måste vara närvarande i den situationen man är i. Så jag kan ju inte gå och tänka på en massa annat när jag håller på med något. Alltså det kan man ju inte. Jag vet andra som säger att de inte kan släppa jobbet när de kommer hem men det måste jag göra. Ja jag kan ju inte göra någonting ändå när jag är här.”

Sen finns kvinnor som anser att de får tid till att tänka på företaget på deras ledighet. När de kör bil, är i trädgården eller tränar kan konstruktiva idéer skapas. De behöver få distans till företaget. De hinner utföra uppgifter hemma samtidigt som de strukturerar upp nya lösningar. För dessa kvinnor är gränsen företag och privatliv luddig. Samtidigt upplever de inte det som något negativt utan tvärtom de sparar tid genom att lösa det på detta sätt.

”Jag lyckades kläcka idéer medan jag städade och gjorde allt det andra så kläckte jag idéerna som förde oss framåt. Då är det ju de här gränserna om vad som är fritid och vad som är annat, det blir ju väldigt luddigt. Det är svårt att säga att man lägger 40 timmar i veckan på ett arbete när man funkar på det viset. För då har man samtidigt hunnit stryka tvätt och sådär. Kan man få det att lyckas, att hantera det rätt så tror jag att man kan få både och.”

”Om man har ett projekt på gång så kan man inte släppa det. Även om man kanske inte jobbar så aktivt sitter under dagen och programmerar in. Hjärnan fungerar som en dator man programmerar in ett antal variabler och det var föresten likadant när jag läste matte. Man kan kanske inte se lösningen omedelbart men dagen efter har man den. Och det har jag lärt mig att räkna med. Så att till den grad att jag inte ens oroar mig för det utan okej jag sitter här och kört fast och kommer ingenvart med det. Men strunt i det för imorgon har jag lösningen ”.

Fritidssysselsättning

Kvinnorna är aktiva i olika former av föreningsaktiviteter när de är lediga. Hälften av kvinnorna har även antingen ett fritidshus eller en stuga som de åker till för att koppla av och känna sig ledig. När de är lediga försöker de inte boka upp sig utan bara vara

”Jag har en vision. Det är så här va att vi stänger verksamheten på sommaren, och då skulle jag vilja ha det såhär att jag inte hade en enda prick i mitt papper fram till den dagen då jag startar igen. Alltså att, det är vi väldigt överens om jag och min man att vi inte ska boka in nåt. Vi har en stuga i Åhus. Så det finns många möjligheter att bara dingla runt. Och det är viktigt. Att dingla.”

”Vi har ett fritidshus och där är vi rätt mycket. Sen så åker vi iväg rätt mycket på helgerna. Det är så man får göra för att kunna va riktigt fri. Där de inte kan nå en med telefonen.”

*Sammanfattning av resultat**Familj*

Kvinnorna har överlag växt upp i en hemmiljö där de har fått uppmuntran och stöd från föräldrarna, speciellt fadern att studera vidare. Under sin uppväxt har de omgetts av personer som drivit företag eller besuttit ledarbefattningar.

Övervägande delen av kvinnorna är gifta och i princip har alla barn. Ansvarsfördelningen gällande hushållsarbete samt barn är oftast uppdelat mellan de gifta kvinnorna och deras partners. Det finns även ett antal kvinnor såväl som kvinnornas partners som haft/har huvudansvaret för barn och hushåll. Flertalet av kvinnorna har under perioder anpassat/ar sina arbetstider efter barnens behov. Det finns även kvinnor som har föräldrar, speciellt mödrar, som hjälpt till vid behov med hushållsarbete och barnpassning.

Kvinnornas partners samt föräldrar och vänner ger dem stöd, hjälp, bollar idéer när kvinnorna har behov av det gällande företaget. Det finns en uppbackning från kvinnornas närmaste omgivning.

Företag

Alla kvinnor har en tidigare yrkeserfarenhet av det näringsområde som deras företag ingår i. Flera har även haft chefs- och ledarebefattningar inom området. Vid intervjutillfället såg de inte anställning som något alternativ till försörjning eftersom de inte vill eller tror sig klara av att vara underordnad chefer.

Anledningar till att kvinnorna startade eget företag innefattar att de ville styra sin egen arbetssituation. De ansåg sig besitta kompetens och idéer som skulle generera en bättre företagsverksamhet än befintliga. De var missnöjda med tidigare anställningar, arbetslöshet, familj- och barnsituation. Många kvinnor startade upp sina företag vid sidan om en anställning och övergick till att arbeta hundra procent i företaget när det fanns en ekonomisk bärighet och möjlig försörjning.

Under uppstarten arbetade kvinnorna mer än vad de ansåg var naturlig arbetstid. Detta har många upplevt som mödosamt eftersom de pressat sig över sin förmåga pga. en stor mängd arbete. I början var det besvärligare för kvinnorna att sätta gränser av den orsaken att de inte ville tacka nej till uppdrag utan tog det som erbjöds. Detta har med tiden genererat mer självdisciplin, planering och rutiner i kvinnornas företagsamhet.

Övervägande andelen av kvinnorna ingår i olika typer av samverkansformer. Dessa nätverk är ett sätt för dem att marknadsföra sitt företag, utbyta upplevelser, möta inspirerande personer som de skapar kontakter med, införlivar nya kunskaper och en vidare syn på lönsamhet och företagsamhet.

Kvinnor med 1-7 anställda upplever sig oftast inte som chef eller ledare, och tonar gärna ner dessa roller. Att vara ledare är oerhört krävande och påfrestande både tidsmässigt, socialt och ekonomiskt. Dessa kvinnor skulle gärna slippa personalansvaret av den orsaken att motivera, uppmuntra tar för mycket av deras tid. Kvinnorna skulle istället vilja sätta mer tid till verksamhetens huvudsysselsättning eftersom det därför är de startat sitt företag. Detta skiljer sig från kvinnor med 8 eller fler anställda. Där är uppfattningen att administration och anställda är intressanta arbetsområden förknippade med att driva företag. Dessa kvinnor har också en större erfarenhet av tidigare chefs- och ledarbefattningar än kvinnor med 1-7 anställda.

Kvinnor utan anställda skulle gärna anställa personal om det inte varit pga. juridiska och ekonomiska negativa konsekvenser samt det personalansvar som det innebär. De upplever att finns många hinder med att anställa medarbetare och att det skulle påverka deras företagsverksamhet och privata situation negativt.

Kvinnor med anställda inser vikten av att delegera. Delegering är ett sätt som gynnar kvinnorna eftersom de kan fokusera på övergripande företagsåtaganden. För att kvinnornas företag ska fungera effektivt låter kvinnorna också oftast sina anställda vara kreativa, delaktiga och arbeta självständigt med eget ansvar. Kvinnorna anser också att det är viktigt att anställda har en trygg anställningssituation och känner sig uppskattade för det ska i längden generera effektivare arbetsmetoder med kortare beslutsvägar och gynna företagets tillväxt.

Något alla kvinnor berättar i sina utsagor om att vara företagare innefattar den motsägelsefulla friheten att de själva kan bestämma över sin tid samtidigt som den styrs av efterfrågan på marknaden. Många kvinnor har en ojämn arbetsbörda vilket leder till att de är ekonomiskt sårbara och har svårt att styra sin tid efter sina behov eftersom de inte vet när uppdragen kommer. Följaktligen styr uppdragen kvinnornas ledighet även om de upplever en känsla av frihet. Frihetskänslan är viktig nästan viktigare än att nyttja friheten anser kvinnorna.

Ensamhet är något som kvinnorna möter som företagare av den orsaken att de själva har ansvaret för hur företaget utvecklas och över slutgiltiga beslut. Även om de ibland tar hjälp av anställda såväl som utomstående under fasen fram till beslut ska tas, är det kvinnorna som till sist och synes tar beslutet.

Kvinnorna upplever sig missuppfattade och undervärderade av olika myndigheter genom att de behandlas orättvist av gällande regler, lagar och skatter. Kvinnorna ser dessa faktorer påverka deras möjligheter att bygga upp en framtida trygghet t.ex. pension samt öka tillväxten i företaget.

Samtidigt anser kvinnorna att det är viktigt att driva mot företagets mål genom att implementera och att realisera målen. Det krävs även en övertygelse och tro på sig liksom att tycka företagsrollen är fängslande och rolig.

Att vara företagare innebär att kvinnorna arbetar med yrken som innefattar en flexibilitet över bestämmandet gällande uppdrag och kostnader. Kreativitet och disciplin samt att kunna sätta gränser anser kvinnorna vara viktiga komponenter för att lyckas som företagare. Samtidigt är det viktigt att vara mottaglig för vad marknaden behöver och kräver för att kvinnorna ska kunna konkurrera på marknaden. Kvinnorna upplever att dessa faktorer gör deras situation som företagare fängslande såväl som tillfredsställande och har lett till företagets framgång.

Kvinnornas företag har växt gällande personalstyrkan eftersom behovet av mer personal ökat pga. en tilltagen efterfrågan gällande deras vara eller tjänst.

Hälften av kvinnorna anser att det även är viktigt att förvalta sitt uppbyggda företag för att kunna utveckla det ytterligare med att utökad verksamhetsstyrka och nya koncept med produktiva förbättringar. Alla kvinnor beskriver visioner om framtiden som berör kvinnorna själva, såsom att de ska arbeta mindre för att glädja sig mer åt livet, och att de utvecklas personligen. Det finns några som gärna vill att deras företag ska växa och utvidgas samt att de ska bli effektivare genom kompetenshöjning. Kvinnorna vill de också att anställda är mer delaktiga i diskussioner samt medverkar till utvecklingen i företaget för att de tillsammans ska kunna uppnå företagsvisioner och mål.

Flertalet av kvinnorna säger att det är viktigt att det finns en ekonomisk tanke, bärighet samt balans i företagen samtidigt som att det är viktigt att inte glömma verksamhetens grundtanke. Samtidigt som kvinnorna medger att de ofta planerar kortsiktigt måste de även planera långsiktiga mål så det gynnar företagets fortsatta konkurrens på marknaden.

Många kvinnor medger att de idag inte har svårigheter med att ta betalt medan det däremot fanns svårigheter med detta under företagsuppstarten. Idag är de tryggare i sin roll som företagare och värderar sin kompetens på ett mer sanningsenligt sätt än när de startat sina företag. Samtidigt är det idag svårare att göra ekonomisk vinning och öka tillväxten i företaget pga. det tuffare existerande företagsklimatet. Kvinnorna nämner att det gäller att ha is i magen när det går sämre samtidigt som det krävs flexibilitet och förändringar.

Kvinnorna har någon gång upplevt att den äldre generationen företagande män haft en negativ attityd gentemot dem. Men de påpekar att männen i dessa lägen underskattat deras förhandlingsförmåga och kapacitet pga. förutfattade meningar om kvinnor. Samtidigt som dessa män agerat negativt gentemot dem kan oftast dessa män säga vad de tycker rakt ut.

Kvinnor i mansdominerade branscher har ofta upplevt att de blir mer respekterade och får mer uppmärksamhet än männen av den orsaken att de är kvinnor.

Något som flertalet av kvinnorna berättar är att alla män inte behandlar dem nedlåtande, det finns också många som uppmuntrar dem i deras företagande. En bild av att det sker en positiv långsam förändring mot att kvinnor behandlas på lika villkor som män förmedlar övervägande delen av kvinnorna.

Andra kvinnliga företagare använder oftare ojusta metoder än män, upplever många kvinnor. Samtidigt anses kvinnor vara mer vidsynta och se helheten både i företagsamheten och i privatlivet. Det finns också en uppfattning om att kvinnor inte behöver hävda sig och bevisa sin kompetens för andra kvinnor, oavsett ålder, på samma sätt som de måste göra med äldre män.

Kvinnorna berättar att deras arbete med sina företag är underhållande och en meningsfull försörjningssysselsättning, som de är stolta över. Kvinnorna ser företaget som sitt livsverk, vilket ger dem en sorts livskvalitet pga. mångsidigheten som finns i arbetet.

Även om övervägande delen av kvinnorna upplever att företaget är betydelsefullt i det nämnda ovan, är de överens om att företaget inte är det viktigast för dem. Kvinnornas familj är mycket mer värdefull för dem. Om kvinnornas företag skulle utvecklas negativt skulle de avsluta eller sälja företaget för att skona familjen av den orsaken att de inte vill riskera sin eller familjens hälsa.

Fritid

Kvinnorna har längre arbetsdagar som företagare än när de var anställda, något de inte upplever betungande eftersom företagandet upplevs som en meningsfull sysselsättning. På samma gång är företaget en sysselsättning som påverkar kvinnornas ledighet pga. att denna tid ofta anpassas efter företagets arbetsbelastning.

Det råder delade meningar om det finns en tydlig gräns mellan företaget och kvinnornas privatliv eller om dessa sammanvävs. För en del kvinnor är de sammanvävda vilket i allmänhet leder till i att kvinnornas fritid anpassas efter företagets situation. Perioder med mycket stor arbetsbelastning medför att de inte hinner vara så sociala som de vill. Samtidigt kan de under lugnare perioder vara mer lediga om de vill.

Kvinnorna anser att de på fritiden får tid till att tänka på företaget. Det är då konstruktiva idéer skapas, eftersom de behöver distans till företaget för att utveckla nya tankar och idéer.

Några kvinnor värnar om sin ledighet, vilket har gjort att de har fastställda arbetstider. Hos dem finns en tydlig gräns mellan företag och privatliv vilket leder till att de kopplar bort merparten av tankarna om företaget på fritiden och vise versa.

För en del kvinnor har företagandet möjliggjort att kvinnorna varit tillgängliga för sina barn och under perioder kunnat arbeta mindre för barnens situation. Under uppstartsåren har de dock gärna haft mer tid till barnen än de hade, de anser att de missat delar av barnens uppväxt. Samtidigt ser de idag att barnen inte tagit skada.

Idag när kvinnornas företag är erkända på marknaden oroar de inte sig så mycket såsom de gjorde i uppstarten. De har mer rutin och kunskap om att vara företagare och dess villkor, vilket gör att de inte oroar sig för företaget på ledigheten. Flertalet anser sig också vara mer stresståliga idag än vid uppstarten, vilket gör att de klarar av de olika påfrestningar som ständigt uppkommer med företagandet.

Kvinnor med kontor hemma eller i dess anslutning upplever oftare att de störs på sin lediga tid av att telefonen ringer eller klienter kommer oplanerat. De är först när de reser bort från hemmet som de kan känna sig lediga och kan koppla av från företagandet. För de övriga kvinnorna gäller det också att inte försöka boka upp sig. Många kvinnor åker till sitt fritidshus eller sin stuga för att få avstånd till sitt företagande.

Slutsummering av resultat

- Kvinnorna har i överlag växt upp i en hemmiljö där de har fått uppmuntran och stöd från föräldrarna, speciellt fadern, att studera vidare samt att de har omgetts av personer som drivit företag eller haft ledarbefattningar.
- Det finns en uppbackning från kvinnornas närmaste omgivning. Ansvarsfördelningen gällande hushållsarbete samt barn är oftast uppdelat mellan dem och deras partners.
- Övervägande andelen av kvinnorna ingår i olika typer av samverkansformer.
- För att lyckas som företagare krävs en inre tro på sig själv och sin verksamhet, flexibilitet, kreativitet, mottaglighet för omgivningens skiftande krav.
- Många av kvinnorna har inga svårigheter med att ta betalt idag eftersom de är trygga i sin roll som företagare och värderar sin kompetens högt.
- En bild av att det sker en positiv långsam förändring mot att kvinnor behandlas på lika villkor som män förmedlar övervägande delen av kvinnorna.
- Det råder delade meningar om det finns en tydlig gräns mellan företaget och kvinnornas privatliv eller om dessa sammanvävs beroende på hur strukturerat kvinnorna planerat sin verksamhet.

Diskussion

Resultatdiskussion

Det framkommer i så gott som alla intervjuer att kvinnorna växt upp i en studie- och företagsvänlig miljö. Uppväxtmiljön har oftast varit av den art att det funnits mycket stöd och uppmuntran till självständighet från föräldrarna, ofta fadern, till att studera vidare liksom att föräldrarna trott på sitt barns olika förmågor, vilket även konstaterats i andra studier (Hisrich, 1990; Näsman, 2000). Dessa förutsättningar i kvinnornas uppväxt tordes på olika sätt ha givit dem trygghet och god självkänsla som påverkat deras utbildnings- och yrkesval och i sin tur har dessa explicita och implicita influenser berört kvinnornas generella syn om sig själva. Kvinnornas utbildningsnivå som ofta är hög, högskolenivå, har gjorts utifrån kvinnornas individuella intressen. Tidigare undersökningar om att kvinnliga företagare med högskoleutbildning oftare har en god lönsamhet i sina företag, verkar även stämmer i denna studie (bl.a. Bünger, 2003; Gonäs, et al., 1999; Götebo Johannesson, 2001).

De flesta kvinnorna lever i parrelationer med barn, vilket de inte upplevt har en negativ inverkan på deras företag och företagande. Samtidigt lyfter övervägande delen av dem fram att för att lyckas i både familj och företag är stödet från deras partner såväl som andra nära viktiga personer i deras omgivning betydelsefullt, något som andra studier (Hisrich, 1990; Näsman, 2000; Sperber et al., 1997) också konstaterat eftersom detta stöd påverkar kvinnornas syn på sig själva och framtida val. Denna framgångsbalans har också för många kvinnor möjliggjorts pga. att de har delat arbetsfördelning och ansvar gällande barn och hem samt att de under perioder anpassat sitt företagsarbete efter sina barns behov.

Detta skulle kunna tyda att mäns syn på en jämlik arbetsfördelning i hemmet även börjar förverkligas i praktiken, vilket även andra studier kunnat dra slutsatser om (Gonäs et al., 1999; Sperber et al., 1997; Biernat & Wortman, 1991). Detta kan än en gång bekräfta att det håller på att ske en förändring om värderingar och synen på könsrollerna i hemmet, vilket möjliggör att fler kvinnor kan starta och driva företag i större utsträckning dvs. medverka på arbetsmarknaden (Biernat & Wortman, 1991).

Det finns många olika komplexa motiv till att kvinnorna väljer att starta företag (Götebo Johannesson, 2001; Sundin & Holmquist 1989) men i denna studie framhölls speciellt deras intresse för branschen samt verksamhetsområdet. Det kunde även konstateras att kvinnorna hade en strävan att få ett samspel mellan familj och arbete, en vilja att själv bestämma och kontrollera sitt liv och nyttja sin kompetens för att hitta bättre lösningar och nya strukturer i befintliga tjänster, system och verksamheter. Det kan uppfattas som kvinnorna förändrat en otillfredsställande situation och position i samhällsstrukturen med att träda in i företagandet,

där deras individuella personliga förutsättningar och egenskaper i högre grad nyttjas och kommer till sin rätt. Det är för dessa kvinnor som så många andra, att företagandet möjliggör ett engagemang i något som de tror på och har intresse för (Götebo Johannesson, 2001).

Vid företagsuppbyggnaden upplevde många kvinnor att de arbetat mycket och pressat sig över sin förmåga av den orsaken att det var svårt att sätta gränser, eftersom de tog de uppdrag som erbjöds för att skapa sig en plats på företagsmarknaden. Samtidigt kan det konstateras att detta under årens lopp har förändrats för studiens deltagare genom att de har mer självdisciplin, planering och rutiner. Under uppstartsåren införskaffades även viktiga erfarenheter, kunskaper och kontakter som möjliggjort att deras företag utvecklats och att de idag kan livnära sig på sitt företag.

Att vara företagare blir för kvinnorna ett sätt att kunna utvecklas och självförverkligas. Det är bl.a. genom företagandet som de tillfredställer en inre strävan att skapa mening med ett tillfredställande privatliv och på en gång inneha friheten att bestämma och planera, skapa nya koncept, få utlopp för sin kreativitet, utveckla och arbeta i företaget med sådant som de har ett intresse för. Deras agerande kan tolkas överensstämma med deras självbild. En självbild som innefattar en individuell inre strävan mot frihet, en stor dos av kreativitet, disciplin och självbestämmande som skapar riktning för deras individuella och deras företags utveckling. Deras goda tilltro till sig själva samt sina idéer, handlingar och beslut, kan tolkas ha effekt gällande den framgångsrika riktning som deras företag drivs åt. Detta framkommer både i intervju svaren samt i svaren från tidigare enkät (Friberg & Rosenqvist, 2002; Pervin, 2000). Samtidigt är det viktigt att påpeka att det finns omvärldsfaktorer som även inverkar på kvinnornas företagsutveckling.

I intervjun framkom det också att kvinnornas samverkansformer innefattar en mångfasetterad blandning, framförallt ett kunskapsutbyte företagare emellan, skapandet av kontakter såväl som en ömsesidig bekräftelse i relationen, något som tidigare studier indikerat (Bünger, 2003; Götebo Johannesson, 2001; Näsman, 1997, 2000). I samverkan med andra, möjliggörs även att kvinnorna utvecklar en vidare syn på lönsamhet och företagsamhet, vilket kan tolkas stödja dem i deras framgång som företagare. Detta stämmer väl överens med tidigare undersökningar som visar att kvinnor som samverkar med andra också ofta har t.ex. en omsättningsnivå och en mer optimistisk framtidstro än de icke samverkande företagarna (Bünger, 2003). Vad som framförallt är slående i kvinnornas resonemang är att det inte har så stor betydelse om samverkan sker med män eller kvinnor, bara personerna är inspirerande och kreativa samtidigt som de medger att kvinnliga nätverk ibland kan vara viktiga pga. att

kvinnorna lättare kan relatera till kvinnors totala livssituation, vilket andra studier även påvisat (Götebo Johannesson, 2001).

Även om kvinnorna nämner att de är dåliga marknadsförare eller inte alls marknadsför sig och företaget, är det bl.a. i samverkan med andra som detta sker, också om kvinnorna själva inte verkar vara medvetna om det. En anledning till denna uteblivna medvetenhet kan vara orsakad av att de oftast använder sig av en ostrukturerad indirekt och ”mun- mot- mun” marknadsföringsteknik (Götebo Johannesson, 2001).

En skillnad framkom mellan kvinnor med fler än åtta anställda och de med färre, på så sätt att det finns en mer tydlig och utpräglad organisationsstruktur med verksamhetsområden, avdelningar såväl som uttalade ansvars- och arbetsområden i de större företagen. Det finns även en mer tydlig uppfattning om att administration och anställda är fascinerande arbetsområden i de förstnämnda företagen. Detta uttalade intresse finns inte i de mindre företagen utan här skulle kvinnorna gärna slippa administration samt personalansvar av den anledningen att de upplevs som främmande områden och inte anledningen till att dessa kvinnor startat sina företag. Ur ett backspegelsperspektiv skulle man kunna tolka att de större företagen kan ses som tillväxtföretag med en större potential att lyckas eftersom de varit mer positiva till nya arbetsuppgifter. De mindre företagen kan ses som levebrödsföretag som inte utvecklats på samma sätt eftersom företagarna inte föreställt sig att företaget skulle växa och utvecklas samt anställa medarbetare (Götebo Johannesson, 2001; Johannisson & Lindmark, 1996)

Att driva företag med anställda innebär olika roller som är inspirerande men ibland krångliga och krävande för kvinnorna, vilket ofta leder till att många tonar ner ledarrollen gentemot anställda. Anställda innebär även ett stort ansvar både socialt och ekonomiskt men samtidigt en förutsättning för att kvinnornas företag ska existera och utvecklas. Detta är något som de i småföretagen i högre grad än i medelstora företagen upplever som tidsmässigt krävande samt socialt påfrestande, och något som de gärna sluppit om de fått möjligheten. Dessa kvinnor nämnde att det tog för mycket tid från deras egentliga intresse med företaget dvs. företagsverksamheten i sig.

Samtidigt medger alla kvinnor med anställda att rätt medarbetare som är självgående, ansvarsfulla, samarbetsvilliga, kreativa och flexibla och samtidigt har en trygg anställning krävs för att resultera i ett bra klimat med utveckling och ökad tillväxt i företaget (Hisrich, 1990; Götebo Johannesson, 2001). Anställdas delaktighet i beslut och förändringar som påverkar både anställdas och företagets situation anser kvinnorna även är betydelsefullt för att inte bli motarbetade. Även om det framkommer att kvinnorna delegerat uppgifter och ansvar

till anställda medger många att det är svårt att lämna ifrån sig dessa bitar samtidigt som de är medvetna om att de genom detta får en mer effektiv verksamhet med kortare beslutsvägar.

De framhåller även att anställda är en stor kostnad och ansträngande vid nedgångar, men att det är viktigt att de anställda ändå får uppmuntran, välbetänkta löner och ibland bonus, som ett bevis på att deras arbete uppskattas och att det är lönt att anstränga sig. Vid ekonomiska nedgångar använder många av kvinnorna strategin att antingen ta ut minimal egen lön eller utöka sin egen arbetsbelastning för att inbringa mer inkomst i hänseende för att kunna behålla sina anställda, dvs. betala ut lön osv.

Kvinnor utan anställda skulle gärna rekrytera personal av olika skäl såsom för att utvidga sin verksamhet, få stöd och kunna diskutera lösningar osv. Anledningen till att det inte sker beror på de ekonomiska konsekvenser, lagar och ansvar de skulle få gentemot de anställda. Genom att anställa får företagandet en helt annan karaktär än dessa kvinnors företagsambition. De uppger också att de gärna arbetar bäst själva och att de slipper ansvara för någon annan. En ekonomisk vinning anser de inte som självklart med anställda utan samarbetar istället med andra företagare i olika projekt och samverkansformer.

Samtidigt uppgav de att anställa personal innebär mer administrativt arbete, anpassning och kräver ett större regelbundet underlag av uppdrag, vilket deras branscher inte innefattar. De arbetar i branscher med djupa upp – nedgångar, vilket gör att det skulle bli svårt för dem att ordna arbete till medarbetare under längre perioder.

Kvinnorna uppger att ansvaret att vara företagare är stort och ibland kan upplevas som ensamt även om de tar hjälp av familjemedlemmar, kollegor och anställda vilket upplevs som betydelsefullt. Detta har även konstaterats i andra studier (bl.a. Hisrich, 1990). Denna ensamhet upplever kvinnorna bl.a. när de ska besluta om när och hur de ska ta tag i problem, tänja gränserna och ha is i magen när det går sämre.

Att vara företagare innebär en paradoxal frihet. Alla kvinnor nämner att det är viktigt med frihet. Kvinnorna framhåller att de inte kan nyttja friheten som de alltid vill eftersom arbetsbördan styrs i stor omfattning av marknads- och konjunktursvängningar. Samtidigt berättar de att den inre frihetskänslan är viktig, nästan viktigare än att kunna nyttja friheten.

Hinder med företagandet som framkommer är att kvinnorna ibland känner att de är missuppfattade och undervärderas av rådande regelverk, olika myndigheter och av samhället pga. att de är företagare. Detta är vanliga argument för företagare, vilket även ses i Büngers studie (2003). Det finns även en skepticism mot samhällets trygghetsnät för företagare, vilket gör att de försöker bygga upp en framtida trygghet i sina individuella kompetenser och möjligheter i företaget. Samtidigt kan det tolkas som om dessa hinder ändå går att övervinna

eftersom deras ambition med att driva företag är starkare. Lönsamhet, en ekonomisk tanke, bärighet samt balans i företagen anser kvinnorna är viktiga faktorer. De är noga med att ekonomin sköts ordentlig oavsett om de gör det själva eller lejer någon bokföringsfirma. En fungerande ekonomi i företaget är något som kvinnorna framhåller som viktigt, eftersom det avgör företagets och deras egen existens samtidigt som det inte är den viktigaste drivande faktorn med företagandet. En god ekonomi kan istället tydas som ett resultat av kvinnornas ambition att förändra och expandera företaget (Bünger, 2003).

Att ta betalt är något som kvinnorna framhåller att de är bra på, liksom viss tidigare forskning indikerat (Bünger, 2003). Kvinnorna kommenterar att de tidigare var sämre på detta pga. bristfällig erfarenhet att prissätta sig själva, sina tjänster och produkter, men i och med att kvinnorna idag känner sig trygga i företagsrollen och de åtagande som innefattas, har de oftast inga svårigheter med att ta betalt. Kostnaderna baseras på faktiska kostnader oavsett om de är höga eller låga poängterar kvinnorna, vilket kan tolkas som att de rättvist värderar sin kompetens och sitt företags värde. Detta påverkar i förlängningen kvinnornas möjligheter att öka tillväxten, dvs. förverkligandet av företagsmål och visioner såväl som den egen framtida ekonomiska tryggheten (Bünger, 2003).

Det framkommer samtidigt att det är svårt att göra en ekonomisk vinning pga. det hårdare företagsklimatet som finns idag. Kvinnorna nämner att det gäller att ha is i magen när det går sämre samtidigt som det krävs flexibilitet och förändringar. Detta kan tolkas som om kvinnorna använder sig av en paradoxal strategi i dessa situationer som både innefattar risktagande såväl som försiktighet, vilket är en vanlig företagsstrategi enligt tidigare studier (Bünger, 2003; Hisrich, 1990).

Förväntningar som kvinnorna har haft gällande företagets framtid är mångskiftande. Kvinnorna i denna studie liksom även kvinnor i andra studier påvisat (Götebo Johannesson, 2001), har ofta inte haft en klar bild över hur företaget skulle utvecklas utan de har låtit sina företag växa i den takt som efterfrågan möjliggjort.

Övervägande delen av kvinnorna har ändå haft/har en positiv framtidsvision gällande sina förutsättningar och utvecklingsmöjligheter med verksamheten. Det kan konstateras att kvinnornas tycks se en möjlighet att bli ännu mer effektiva i sitt arbete som i sin tur kan leda till en större konkurrenskraft på marknaden och tillväxtökning i företaget. Denna studie, liksom tidigare undersökningar (Bünger, 2003) visar att kvinnornas personliga ambition kan tolkas inverka på företaget utvecklingsmöjligheter.

De flesta kvinnorna anser också att det finns en bransch- och företagsinriktningshierarkisering där männen oftare besitter högre och fler företagsstatuspositioner än kvinnorna,

vilket kan tolkas bidra till en fortsatt könssegregering i företagsvärlden, en värld som ofta relateras till det som traditionellt ses som maskulint (Näsman, 2000; Sundin & Holmquist, 2002). Med hänsyn till kvinnors status- och minoritetsställning samt plats i inriktningshierarkin i företagsbranscherna, skulle det då tolkas vara en faktor som antas lägga hinder i vägen för kvinnors möjligheter till framgångsrikt företagande med ökad tillväxt. Men det kan konstateras att kvinnorna i denna studie överkommit dessa hinder eftersom alla innehar tillväxtföretag i antingen traditionellt manliga eller kvinnliga branscher. Det kan tolkas som kombinationen mellan kvinnornas företagsambition och personliga egenskaper såsom god självkänsla, envishet och målmedvetenhet, liksom andra studier påvisar (bl.a. Baron, 1999; Falk Backenhof & Rosenberg Petterson, 2002) är betydelsefulla för att lyckas som företagare oavsett företagarens kön.

På samma gång har åtskilliga kvinnor upplevt att den äldre generationen företagande män någon gång haft en negativ översittarattityd gentemot dem. Det har uppdagats att de inte tagits på allvar och underskattats vad gäller förmågor och kapacitet, vilket gjort att kvinnorna varit tvungna att bevisa sin kompetens och fått arbeta för att få rättvisande respekt, något som andra undersökningar även redovisat (Göteborgs Johannesson, 2001) Upplevelserna kan tolkas som ett resultat av både den kontext företaget befinner sig i och de traditionella könsrollerna som finns i vårt samhälle. Som tidigare nämnts förknippas företagande oftast med manliga värden. Det kan tolkas som om de äldre företagande männen har utifrån det historiskt konstruerat och systematiskt mönster av relationer mellan kvinnor och män som råder, samt kulturella föreställningar om detta mönster, socialiserats in i en traditionell manlig stereotypisk könsroll. Deras värderingar som de troligtvis upplever som naturliga blir explicita och kan åskådliggöras i mötet med kvinnliga företagare (Hirdman, 1988; Kanter, 1977).

Även om de flesta upplever att det börjar ske en förändring i samhället och att det även finns mer jämlikhetstänkande hos yngre män och kvinnor än äldre så sker förändringen långsamt. Detta torde bero på den tradition som finns i vårt land gällande det så kallade könsmaktsystemet (Hirdman, 1988).

Att ett fåtal kvinnor upplevt att de blivit mer respekterade av män visades ske i traditionellt mansdominerade branscher. Den positiva uppmärksamheten kan tyda på att kvinnorna är unika och skiljer sig från mängden. Kanters teori om antalets betydelse kan vara behjälplig för en ökad förståelse gällande detta om man likställer organisation med företagsbransch. Kvinnorna kan i så fall betraktas som "tokens" som är synliga och får mer uppmärksamhet än majoriteten dvs. männen. För att bli accepterad av manliga företagare är

det t.ex. samtidigt viktigt att inte visa sig för lojal mot andra kvinnor vilket kan förklara den upplevelse som beskrivits med att det finns avund och att kvinnor försöker hindra varandra från att utvecklas och lyckas, dvs. en form av lojalitetstest (Kanter, 1977). Samtidigt finns det en uppfattning om att kvinnor inte behöver försvara sin företagsposition eller överbevisa sin kompetens för kvinnor och för yngre män i jämförelse med de äldre. De upplevda skillnaderna kan även tolkas bero på generationsförändringar samt att kvinnorna verkar i olika branscher, där det råder olika grader av under- och överordning av kön (Sundin & Holmquist, 1998).

Kvinnornas företag är deras livsverk, som ger livskvalitet och stolthet, en del av deras identitet men samtidigt ett arbete som ger dem lön. Även om företaget är betydelsefullt är kvinnorna överens om att familj och fritid är mycket mer värdefulla för dem. De säger att de skulle släppa företaget om familjesituationen skulle kräva det. De poängterar att företaget betyder en hel del för dem men inte så pass mycket att de skulle riskera sin egen hälsa eller sin familj. Även i denna studie liksom i tidigare undersökningar har redovisats att företagande kvinnor i hög utsträckning upplever att deras livssituation fungerar bättre när de är företagsledare än anställda pga. flexibla arbetstider och att de kan stanna hemma under utvalda delar av arbetstiden (Bernström, 1993; Holmquist & Sundin, 2002).

Det finns skilda meningar om gränsdragning mellan kvinnornas företag och fritid. Några har organiserat sina dagar på ett sådant sätt att deras fritid anpassas efter företagets situation och arbetsbelastning, vilket gör att deras privatliv i princip går ihop med deras företag. Samtidigt medger dessa kvinnor att de oftast är mer lediga under lugnare perioder. Sedan finns det kvinnor som försöker planera sitt arbete i företaget på ett sätt som möjliggör att det finns en struktur, disciplin och bestämda tider med ledigheter. För de sistnämnda kvinnorna innebär det att de kopplar bort merparten av tankarna om företaget på fritiden och vice versa (Götebo Johannesson, 2001).

Fritiden nyttjas också av många kvinnor till att tänka och skapa nya idéer, strukturera upp nya lösningar gällande deras företag. I dessa fall blir gränsen mellan företag och fritid luddig men upplevs inte som negativ, utan tvärtom, eftersom kvinnorna sparar tid genom detta arbetsätt.

De kvinnor som har kontoret i hemmet eller i anslutning till hemmet upplever att de störs på sin lediga tid av att telefonen ringer eller klienter kommer oplanerat. Kvinnorna kan bli påmindas om sitt företag när telefonen ringer, t.ex. en försäljare eller när klienter försöker nå dem på helger osv. Ett sätt för kvinnorna att få ordentlig distans från sitt företag är att resa bort. Fritidshus eller stuga på annan ort verkar vara en utväg eller att bo på annan ort än den

där företaget verkar. Det handlar oftast om kvinnor som har företagets kontor i anslutning till bostaden.

Metoddiskussion

Människor är komplexa och uppfattar verkligheten på olika sätt. Med de använda explorativa fenomenologiska metodologiska utgångspunkter som använts fick man möjligheten att tränga ner på djupet för att fånga kvinnornas upplevelser angående det studerade fenomenet. Intervjupersonerna kunde på så sätt få ett stort utrymme att uttrycka sig med egna ord och utgå från sina egna erfarenheter och tolkningar angående det studerade området, vilket har resulterat i ett djup och en stor variation av uppfattningar. Samtidigt är det viktigt att påpeka att en del av frågorna i intervjun var tillbakablickande, t.ex. frågor om uppväxtförhållanden, företagsuppstart, vilket kan ha resulterat i att kvinnorna gjort omtolkningar i sina utsagor av sina tidigare erfarenheter och beskrivningar.

Som intervjuare kan det ibland även vara svårt att, som metodiken förespråkar, inta en objektiv hållning gentemot den intervjuade, eftersom man har tidigare upplevelser om företagande kvinnor, dvs. förutfattade meningar och kunskaper om det studerade fenomenet. I dessa lägen har den använda intervjuplanen som koncentrerats till vissa teman och omfattat förslag till frågor underlättat för mig som intervjuare att hålla en så objektiv hållning som möjlig. Samtidigt är det viktigt att påpeka att detta kan ha påverkat det fokus som jag som intervjuare och forskare lagt i bl.a. intervjusituationen samt i det efterföljande mycket tidsomfattande analysarbetet.

Även om de intervjuade kvinnorna delade många upplevelser och erfarenheter samt belyste jämförliga problemområden, dvs. en informationsmättnad kunde uppnås, är det viktigt att vara medveten om risken att generalisera resultaten till företagande kvinnor i allmänhet. I metodavsnittet nämndes det att intervjudeltagarna härrör från tidigare enkätstudie, där urvalskriterierna mestadels grundats på ekonomiska kriterier. Alla 15 deltagare är kvinnor med aktiebolag bör ställas i relation till att idag utgörs 3 av 10 företagare av kvinnliga företagare. Andra kriterier är också att kvinnornas företag är tillväxtföretag och drivs i Skåne län. Det är även viktigt att vara medveten om att det också kan finnas en variation i upplevelser och erfarenheter hos kvinnor i bl.a. olika företagsbranscher samt företagsstorlekar, på grund av olika förutsättningar och krav.

Konklusion

Resultat och slutsatserna av denna studie kan sammanfattas i följande punkter.

- Vad som kommer fram i studien är att betydelsen av att vara kvinna och företagare skiljer sig åt mellan kvinnorna bl.a. beroende på personliga egenskaper, bransch,

företagsstorlek. Därför är det viktigt att försöka belysa resultaten så att de avspeglar ett komplext samspel mellan individen och hennes situation som företagare, i hemmet och i en speciell historiskt kontext.

- Kvinnorna ger en generellt positiv bild av deras upplevelse gällande både företagsamhet och privatliv. Några faktorer som i stor utsträckning påverkar kvinnornas företagsframgång tycks vara det stöd som kvinnorna får från personer i sin närmiljö. Familjen ses inte som något hinder men det krävs att den anpassas efter företagets villkor.
- Vad som framkommer är att kvinnorna har en stor ambition och optimism gällande sina företags utveckling. På samma gång kan man urskilja en hög flexibilitet och anpassning till olika krav och förändringar som inverkar på kvinnornas företagande.
- Kvinnornas personliga egenskaper som framlagts är hög självkänsla, självständighet, envishet och kreativitet.
- Det rådande könsfördelningsystemet i företagsvärlden är något som håller på att förändras i takt med generationsförändringar.

Referenser

- Abrahamsson, L. (2000). *Att återställa ordningen. Könsmönster och förändring i arbetsorganisationer*. Umeå: Boréa Bokförlag.
- Ahl, H. J. (2002). *The Making of the Female Entrepreneur. A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*. Jönköping: Parajett AB.
- Baron, R. A. (1999). *Perceptions of entrepreneurs: Evidence for a positive stereotype*. Opublicerat manuskript, Rensselaer Polytechnic Institute.
- Bernström, B. (1993). *Kvinnor som kan. Inte bara om lyckade företagare*. Timbro AB: Halmstad.
- Biernat, M. & Wortman, C. B. (1991). Sharing of home responsibilities between professionally employed women and their husbands. *Journal of personality and social psychology*, 60, 844-860.
- Birgerstam, P. ur Lindén, J., Westlander, G. & Karlsson, G. (1999). *Kvalitativa metoder i arbetslivsforskning*. Uppsala: TK i Uppsala AB.
- Birgerstam, P. (2000). *Skapande handling: om idéernas födelse*. Lund: Studentlitteratur.
- Bjerke, B. & Hultman, C. M. (1998). *Marketing and entrepreneurship: a conceptual discussion*. Örebro: Swedish Foundation for Small business Research.
- Bladh, M. (1995). *Ekonomisk historia*. Lund: Studentlitteratur.
- Blom, A. P. (1998). *Chefsliv: landstingschefer ur ett genusperspektiv*. Stockholm: Landstingsförbundet.
- Bünger, A. (2003). *Kvinnors företagande: format av samhället*. Stockholm: NUTEK.
- Carter, S. & Cannon, T. (1992). *Women as entrepreneurs: a study of female business owners, their motivations, experiences and strategies for success*. London: Academic Press.
- Falk Backenhof, A. & Rosenberg Petterson, S. (2002). *Den kvinnliga företagaren – vem är hon?* Lund: Lunds universitet, institutionen för psykologi.

- Farmer, H. S. (1997). *Diversity & women's career development*. Thousand Oaks, California, London: Sage.
- Friberg, P. & Rosenqvist, R. (2002). *Kvinna Företagare Framgångsrik?* Lund: Lunds universitet, institutionen för psykologi.
- Gamber, W. (1995). Gendered enterprise: Placing Nineteenth-Century Businesswomen in history. *Business History Review*, 72, (summer 1998).
- Gilbert, L.A. (1993). *Two careers/one family*. Newbury Park, CA: Sage.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New York: Aldine de Gruyter.
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical sensitivity: advances in the methodology of grounded theory*. Mill Valley, California: Sociology Press.
- Gonäs, L., Plantenga, J. & Rubery, J. (Red.) (1999). *Den könsuppdelade arbetsmarknaden: ett europeiskt perspektiv*. Solna: Arbetslivsinstitutet.
- Gratzer, K. (1998). *Snabbmat i automat. Småföretagens villkor*. Stockholm: SNS Förlag.
- Greenhaus, J. H. & Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *Academy of Management Review*, 10 (1), 76-88.
- Götebo Johannesson, P. (2001). *Våga vara egen. Om kvinnligt företagande*. Göteborg: Etnologiska föreningen i Västsverige.
- Hertz, R. (1986). *More equal than others: women and men in dual-career marriages*. Berkeley, London: University of California Press.
- Hirdman, Y. (1988). *Genussystemet: teoretiska funderingar kring kvinnors sociala underordning*. Uppsala: Maktutredningen.
- Hirdman, Y. (1998). Konstruktion och förändring: genus som vetenskap. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*; 19, 4-15.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist*, 45, 209-222.

- Holmquist, C. & Sundin, E. (2002). *Företagerskan. Om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS förlag.
- Johannisson, B. (1992). *Nyföretagande och regioner: modeller fakta stimulantia*. Stockholm: Allmänna förlag.
- Johannisson, B. & Lindmark, L. (1996). *Företag, företagare, företagsamhet*. Lund: Studentlitteratur.
- Kanter, R. M. (1989). *When giants learn to dance: mastering the challenge of strategy management, and careers in the 1990s*. New York: Simon and Schuster.
- Kanter, R. M. (1977). *Men and women of the corporation*. New York: Basic Books, Inc. Publishers.
- Lobel, T. E., Agami-Rozenblat, O. & Bempechat, J. (1993). *Personality correlates of career choice in the kibbutz: a comparison between career and non career women in sex roles*. New York: Plenum Press.
- Muhonen, T. (1999). *Kvinnor, karriär och familj: en studie om chefer i fyra olika branscher*. Lund: Studentlitteratur.
- Nationalencyklopedin 2002. (2003). Malmö: Bra Böcker.
- Näsman, B. (1997). *Kvinnoföretagare: förutsättningar, attityder, bilder, erfarenheter, omvärld, framtid*. Härnösand: Mitthögskolan.
- Näsman, B. (2000). *Pappas flickor... Entreprenöriella processer i kvinnoföretagandets tillkomst*. Edsbruk: Akademitryck AB.
- Peiss, K. (1998). Vital Industry and Women's Ventures: Conceptualizing Gender in Twentieth Century Business History. *Business History Review*, 72, (summer 1998).
- Pervin, L. (2000). *Personality: theory and research*. New York, N.Y: Wiley.
- Polkinghorne, D., Lindén, J., Sages, R. B., Szybek, P. & Beach, D. (2003). *Validation of knowledge claims in human science*. Lyon.

- QSR NUD-IST6. (2002). London: SCOLARI, Sage.
- Sandal, J-U. (2003). *Jakten på entreprenøren: kan Joseph. A. Schumpeters teori benyttes till å identifierare og differensiere entreprenører i det 21. århundre?* Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Sandberg, E. ur Lindén, J., Westlander, G. & Karlsson, G. (1999). *Kvalitativa metoder i arbetslivsforskning*. Uppsala: TK i Uppsala AB.
- Sperber, R. B., Fassinger, R. E., Geschmay, L. S., Johnson, J., Prosser, J. & Robinson, S. (1997). Persistence, Connection, and Passion: a Qualitative Study of the Career Development of Highly Achieving African American-Black and White Women. *Journal of Counselling Psychology*. 44, 133-148.
- Sundin, E. (1993). *Ny teknik I gamla strukturer*. Göteborg: Nerenius & Santéus Förlag.
- Sundin, E. & Holmquist, C. (1989). *Kvinnor som företagare: osynligt, mångfald, anpassning: en studie*. Malmö: Liber.
- Wahl, A. (1992). *Könsstrukturer i organisationer: kvinnliga civilekonomers och civilingenjörers karriärsutveckling*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitut vid Handelshögskolan (EFI).
- White, B. (1992). *Women's career development: study of high flyers*. Oxford: Blackwell.

Appendix A

Undersökningsdeltagare enkätstudie HT 2002

Totalt finns det 3614 stycken AB företag som drivs av kvinnor i Skåne län (ALMI, 2002). Denna undersökning har genomförts med små eller medelstora företag som drivs av kvinnor i Skåne län. Med hjälp av ett selekteringsprogramms senaste tillgängliga uppgifter från år 2001, har 378 stycken av dessa deltagit i undersökningen. Urvalet av kvinnliga företagare i Skåne delades upp i två urvalsgrupper. De grupper som jämförs är kvinnor som driver växande företag och kvinnor som driver icke växande företag. Bokslutsuppgifter om företagen från 2001 jämfördes sedan med uppgifter från år 1998. Detta för att försäkra oss om att de även då kunde uppfylla de kriterier vi ställt upp för att definiera ett växande företag eller ett icke växande företag som drivs av en kvinna. I vår grupp kvinnor med växande företag utgör det 191 stycken. De icke växande företagen som drivs av kvinnor resulterade i 187 stycken.

De kriterier vi valt för kvinnorna med växande företag, är följande:

- Det ska vara en kvinnlig VD, kontaktperson eller innehavare av företaget.
- Bolaget ska vara geografiskt belägen i Skåne län.
- Den juridiska formen ska vara aktiebolag.
- De branscher - huvudnäringar de tillhör är 15 delområden inom den privata sektorn.
 1. Jordbruk, Jakt och Skogsbruk,
 2. Fiske.
 3. Utvinning av mineral,
 4. Tillverkning,
 5. El-, Gas-, Värme- och Vattenförsörjning,
 6. Byggverksamhet,
 7. Parti- och Detaljhandel samt Reparation,
 8. Hotell- och Restaurang verksamhet,
 9. Transport, Magasinering och Kommunikation,
 10. Finansiell verksamhet,
 11. Fastighets- och Uthyrningsverksamhet, Företagstjänster,
 12. Utbildning,
 13. Hälso- och Sjukvård, Social Tjänster, Veterinärverksamhet,
 14. Andra samhällliga och personliga tjänster,

15. Förvärvsarbete i hushåll.

- Företagsstorleken ska vara små eller medelstora företag med 1-49 anställda.
- Företagen ska inte ha några registrerade betalningsanmärkningar.
- Bolaget ska inte ej ha några dotterbolag, filialer eller ingå i någon svensk koncern.
- Nettoomsättningen skall ligga inom intervallen 500.000-199.999.000 sek.
- Rörelseresultatet skall ligga inom intervallen 1.000 sek och uppåt.
- Nettoomsättning ska ha förändrats med en positiv ökning på 5% eller mer per år under perioden 1998-2001.

Appendix B

Företagsbransch

Bransch	Antal
Finansiell verksamhet	3
Byggverksamhet	2
Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet	1
Fastighets- och uthyrningsverksamhet, Företagstjänster	3
Utbildning	2
Andra samhälleliga och personliga tjänster	1
Parti- och detaljhandel samt reparation	3

Appendix C



INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

Projektbeskrivning

Hej!

Jag, Rebecca Rosenqvist, studerar vid Lunds universitet och skriver min magisteruppsats *FÖRETAGANDE KVINNORS FAMILJ FÖRETAG OCH FRITID* i psykologi.

Förra hösten deltog Du i en enkätundersökning om kvinnors företagande, vars syfte var att få en ökad förståelse och kunskap om de aspekter som kan utmärka och ligga till grund för kvinnors företagande. Detta resulterade i uppsatsen *Kvinna, Företagare, Framgångsrik?*. Vid deltagandet meddelade Du även ett intresse för att delta vid en senare uppföljning. Under denna höst kommer jag att försöka få en ännu djupare förståelse om kvinnors företagande än de resultat vi fick hösten 2002.

Tillvägagångssättet jag tänker använda mig av är intervju med öppna frågor. Jag har därför valt att kontakta Er kvinnor som driver företag och som visat intresse för att delta vid uppföljningen av uppsatsen: *Kvinna, Företagare, Framgångsrik?*. Intervjun beräknas omfatta 1-2 timmar och kommer att utföras i Er naturliga arbetsmiljö under v 40-45 efter överenskommelse. Tiden är nödvändig för att nå den informationsmättnad som behövs för en djupare förståelse och möjlighet till bearbetning av materialet.

Resultaten av intervjuerna kommer att sammanställas i uppsatsen: *FÖRETAGANDE KVINNORS FAMILJ FÖRETAG OCH FRITID*. I uppsatsen kommer generella mönster att synliggöras. Citat som kommer att användas för att tydliggöra bakomliggande trender kommer att avpersonifieras. Enskilda svar kommer inte att kunna utläsas. Jag vill poängtera att mitt arbetssätt garanterar Dig fullständig konfidentiellitet.

Den färdiga magisteruppsatsen kommer Du att kunna ta del av under våren 2004 på följande adress: <http://www.socbetbib.lu.se/epubl/psy.htm>

Var vänlig att skicka tillbaka ett e-post meddelande med 3-4 önskemål gällande dag och tid för intervjutillfälle under någon av veckorna 40-45. Jag kommer att skicka ett svar tillbaka rörande inbokat intervjumöte.

Med vänliga hälsningar

Rebecca Rosenqvist
0708-21 23 28

rebecca.rosenqvist@swipnet.se

Appendix D

Frågeställningar till intervjupersoner

Process: Individ	Kan du berätta vem du är, din uppväxt och nuvarande situation.	Ålder, uppväxtort, utbildning? Ursprungsfamilj – mor/far – betydelsen, vem är du mest lik till sättet? Någon företagare? Plats i syskonskaran? Hur ser din närfamilj ut? Man – gift, företagare, barn, antal, ålder? Finns det andra i närheten som är av betydelse?
Process: Företag	Berätta om ditt företag, hur, varför det startades, utvecklats.	Läge? Hur kom det till? Val av bransch? Nätverk - Personliga, företags eller kvinnliga? Bredd och djup i företaget?
Funktion: Individ	Hur kombinerar du ditt liv i allmänhet, dvs. privatliv med företag?	Vad använder du din fritid till? Hur är er fördelning i hemmet? Vem sköter hem och ev. barn? Har det gått bra att få ihop livets alla olika delar? Hålla tankarna om företaget borta på fritiden? Avkall på privatlivet? Tränar, kulturellt aktiv, djur? Vad har varit svårt/lätt?
Funktion: Företag	Hur är det att vara företagare?	Vad hade du för förväntningar? Har de infriats? Vad har blivit annorlunda? På vilket sätt? Slump/hårt arbete bakom? Hur ser du på ledarskap? Hur är ditt? Vad betyder det? Hur ser medarbetarskapet ut? Hur upplever de mot sig, vad betyder det? Uppmuntrar anställda att uppnå mål? Småskalighet? Expansionstankar? Ekonomi? Levebrödsföretag? Anställda? Delegerar, uppmuntrar till kreativitet och nytänkande, uppställda mål? Hur mycket arbetar ni mot individer eller grupper? När beslut fattas tar ni hjälp av rådgivare eller fattas dem av er själv?
Natur: Individ kombination med företag	Vad innebär det för dig att vara företagare?	Hur upplever du möten med andra kvinnliga företagare, resp. manliga? Hur ser kvinnligt företagande ut? Är du en kvinnlig företagare? Hur betydelsefullt är ditt företag för dig?