



Institutionen för Psykologi

# KVINNA FÖRETAGARE FRAMGÅNGSRIK?

Petra Friberg och Rebecca Rosenqvist

Institutionen för Psykologi

LUNDS UNIVERSITET

Kandidatuppsats HT 2002

Handledare: Roger B. Sages

## Abstract

This project has been carried out on behalf of ALMI Företagspartner and the regional council in south Sweden (Region Skåne). Its aim has been to look for eventual differences between, from a strict economical criterion, growing and non-growing female entrepreneurs. The study also investigates eventual differences between younger and older women leading companies successfully. Data collection was obtained with a new questionnaire created for this sole purpose. The results showed almost no statistically significant differences between growing and non-growing female entrepreneurs. However, quite a few differences were found between the groups of younger and older women. This might imply that age could explain differences between their companies.

*Key words:* Females, entrepreneurs and growing/non-growing.

## Kvinna, Företagare, Framgångsrik?

Företag fungerar inte på samma sätt som förr i tiden. Den intensivare konkurrensen i världsekonomin blir en utmaning för alla som vill lyckas enligt de nya spelreglerna. Idag förvandlas hierarkier till nätverk, anställda och ledare arbetar i team och så vidare. När företagsvärlden förändras, förändras även de egenskaper som krävs för att överleva, växa och lyckas. Att kunna anpassa sig efter förändringar är något som varit relativt oviktigt under flera decennier, men idag har det fått en mer avgörande betydelse för företagare. Nya utmaningar kräver nya talanger.

Det finns olika sätt för ett företag att öka sin omsättning. Ett sätt är att de växer via förvärv, som ger en kortsiktig snabb volym, men i längden kan det skapa samordningsproblem. Ett annat sätt är att skapa en så stark marknads- och produktionsposition att företaget växer av egen kraft, utan förvärv (Ahrens, 1995). Ett företag växer oftast beroende på att de kan erbjuda produkter/tjänster som kan tillgodose marknadens behov på ett tillfredsställande sätt. Tillväxt kan vara ett tecken på effektivitet och förnyelseförmåga. För att förstå ett företags förändring och utveckling är det viktigt att studera tillväxtens fördelning över en längre tidsperiod. Detta för att se mönster i ett företags strukturella förändring.

Kännetecknen för växande företag är bland annat att de till viss del har en annan syn på företagande. Den ledning som sitter i tillväxtföretag ser ofta på sitt företag med andra ögon. Lönsamhet är medlet för att utveckla företaget, inte målet. De personer som är grundarna till dessa företag är ofta personer från andra tillväxtföretag som ser tillväxten i sig som positivt. Vad som även kännetecknar tillväxtföretagen är att de vågar tacka nej och fokusera på ett segment eller ett kundbehov. Den fokusering som kännetecknar dessa företag, ger i längden de volymfördelar som skapar långsiktig lönsamhet. Den gör även att företagen hinner utveckla djupkunskaper och att de kan koncentrera resurserna (Ahrens, 1995). När det gäller tiden så prioriteras den i väsentligt högre grad än andra företag. På kort sikt handlar det om korta leveranstider, hög leveranssäkerhet och hög servicesnabbhet. På lång sikt handlar det om att dessa företag har en långsiktig marknads- och produktvision och driver/skapar marknad kombinerat med en snabb produktframtagning. En grundförutsättning för snabbhet är kvalitet. De produkter företagen innehar måste vara tillförlitliga för att en snabb expansion och internationalisering ska kunna förutsättas. På lång sikt måste produkterna ha en funktionell kvalitet som skapar det som den snabba expansionen ofta bygger på, det vill säga återköp och att kunderna rekommenderar andra att köpa produkterna. Ett annat kännetecken

är att dessa företag ofta är snabba med att anpassa sina prioriteringar efter marknadens kvalitetskrav och att bygga upp sina styrkefaktorer, samtidigt som kunderna ställer allt högre krav på produkt- tids- och ekonomisk kvalitet (Ahrens, 1995).

I tidningen *Dagens Industri* presenteras varje år de snabbast växande företagen i Sverige, vilka kallas Sveriges gaseller. Gasellerna är symboler och inspirationskällor för andra entreprenörer och företagare. Det som utmärker ett Gasellföretag är att de har minst tio anställda, offentliggjort minst fyra årsredovisningar, en omsättning som överstiger 10 Mkr, att de senaste tre åren kontinuerligt har ökat omsättningen år från år och under samma period minst fördubblat sin omsättning, samt att de har ett samlat rörelseresultat för de fyra räkenskapsåren som är positivt. Dessutom skall tillväxten i allt väsentligt ha skett organiskt och inte genom fusioner eller bokföringsteknik. Ett gasellföretag ska även ha sunda finanser (*Dagens Industri*, Sveriges Gaseller, 2002). Hur många av dessa Gasellföretag drivs av kvinnor?

Samma fråga ställdes senare i samma tidning (*Dagens Industri*, 26/10 2002) av Gudrun Engström, VD för Företagarnas Riksorganisation, som vill se fler kvinnor i toppen av Gasellföretagen. Under en Gasellkonferens i Göteborg spekulerades det om anledningar till varför det finns så få kvinnliga gaseller. ”Kvinnor vill ha kontroll, växer företaget är det svårt att behålla den. Tillväxtföretaget kräver dessutom mycket tid, något som kvinnor nästan aldrig har- vi ska ju arbeta hemma också.” Detta är möjliga förklaringar till varför det finns så få kvinnliga gaseller, enligt Eva Bengtsson från Adecco, Ekonomi finans i Göteborg. ”En kvinnlig entreprenör måste vara tre gånger så bra och jobba tre gånger så hårt som en man för att lyckas. Är man dessutom av utländsk härkomst ,som jag, blir det ännu tyngre. Om diskriminering av kvinnor och ickesvenskar kunde försvinna skulle många fler företag startas av kvinnor. Bara då kan det bli fler kvinnliga Gaseller”, tror Viktoria Sokolov egenföretagare.

De företag som drivs av kvinnor idag tenderar att främst förekomma inom traditionella kvinnliga yrkesområden. Kvinnliga företagare blir lättare accepterade inom dessa områden och har oftast sina erfarenheter förankrade här. Det har även visat sig i många studier att det finns en tradition av entreprenörskap dessa kvinnors familjer. Storleken på de företag som kvinnor driver är främst små och medelstora företag eller små jordbruk, med få anställda. Kvinnor som driver stora företag har oftast ärvt dessa (Gonäs, Plantenga & Rubery, 1999). En fråga vi ställt oss är hur kvinnors företagande i Sverige ser ut i relation till resten av världen?

Svaret på denna fråga uppenbarade sig senare i *Dagens Nyheter*. Där publicerades nyligen en artikel om den största internationella analys av entreprenörskap och dess betydelse för tillväxten som någonsin gjorts (*Dagens Nyheter*, 26/11 2002). I denna undersökning

framkom att Sverige ligger i botten när det gäller nyföretagande, på 31: a plats bland 37 undersökta länder. I de 37 länderna startar kvinnor företag i snitt dubbelt så ofta som i Sverige. Vi frågar oss då vad det kan bero på att så få kvinnor blir framgångsrika företagare i Sverige?

Institutionen för psykologi har i samarbete med UNIVA – Lunds Universitets forskningscenter, ALMI Företagspartner Skåne samt Region Skåne – näringslivsenheten givit oss i uppdrag att utföra en undersökning i Skåne län om kvinnors företagande. Denna studie kommer bland annat ligga till grund för ett affärsutvecklingsprojekt under 2003, inom ALMI/NUTEK rörande kvinnors företagande. Studien görs för att få ökade kunskaper om vad som gör att entreprenörskapet är starkare utvecklat hos vissa företagare jämfört med andra, samt vilka de bakomliggande faktorerna är som väger tungt hos de växande företagen.

Kvinnors företagande har fram tills idag inte varit ett större forskningsområde i Sverige. Detta är något som håller på att förändras. Tyvärr finns det brister i den forskning som hittills gjorts, bland annat i det representativa urval som vissa studier har. Men mycket av den forskning som finns ger dock tillgång till indikationer om kvinnor som driver företag. Det har bland annat visat sig att på grund av den växande arbetslösheten, som drabbat kvinnor i många länder, har det skapats intresse för kvinnors företagande (Gonäs et al., 1999). Det har även visat sig att när kvinnor inträder på arbetsmarknaden möter de flera hinder såsom finansiella, kulturella och sociala hinder. Detta är speciellt utmärkande om de haft en längre frånvaro från arbetsmarknaden samt en begränsad eller obefintlig arbetslivserfarenhet. Dessa faktorer har gjort att möjligheten att bli egenföretagare eller starta ett mindre företag ofta är ett alternativ som kvinnor utnyttjar för att inträda på arbetsmarknaden (Gonäs et al., 1999).

Vad gäller vår undersökning så är vår övergripande frågeställning och vårt syfte att undersöka om det finns några psykologiska aspekter som kan förknippas med de kvinnor som driver växande företag i jämförelse med de kvinnor som driver icke växande företag. Vi är även intresserade av att undersöka om det finns skillnader mellan de yngre och äldre som har växande företag gällande de psykologiska aspekter som vi kommer att undersöka. Detta för att se om det finns några skillnader i upplevelser och uppfattningar beroende på ålder. De aspekter vi utgår ifrån är familjeförhållande, hälsa/kontroll, drivkraft, nätverksstöd, ledarskap samt självförtroende. Detta eftersom vi vet att det kan finnas skillnader i hur individer påverkas och upplever saker. En möjlighet är att skillnaderna även finns mellan våra grupperade deltagande kvinnor. Anledningen till att vi valt dessa frågeställningar är dels vårt intresse för kvinnors företagande samt för att vi vill få insikt och ökade kunskaper om detta område. Bristande kunskap om kvinnors företagande och de kvinnliga företagen är även det

en anledning till att vi närmare vill undersöka detta outforskade område. Vi hoppas således att denna studie bidrar till befintlig forskning inom området.

Vi vill dock poängtera att de teorier vi närmare studerat givetvis även är applicerbara på män. Vi är också medvetna om att de resultat vi får från vår enkät kan gälla för män. En stor del av tidigare forskning är gjord av män och på män. Denna forskning har ej ifrågasatts och resultaten har utan vidare reflektion även använts på kvinnor.

De resultat vi får från den växande grupp yngre och äldre kvinnor som driver företag kan naturligtvis också fås och gälla för de yngre och äldre kvinnor som driver icke- växande företag. Tyvärr har inte detta undersökts på grund av tidbrist.

När vi i uppsatsen kommer att diskutera kvinnor eller kvinnligt menar vi individer med feminin könstillhörighet. Vår definition av företagare med företag som växer är att de uppfyller kriteriet att omsättningen ska ha ökat med minst 5% per år, samt att de har ett positivt rörelseresultat på minst 1000 sek. När det istället gäller de företagen med icke växande företag handlar det om de företag som har en förändring av nettoomsättningen på 0-4% per år, samt ett rörelseresultat som antingen är positivt eller negativt.

Vår undersökning bygger på en enkät. Det finns en viss problematik förknippad med skapandet av enkäter. Som forskare har man inte så bra kontroll över hur deltagarna uppfattat frågorna och svarsalternativen. Vi är medvetna om att deltagarna kan göra selektiva omtolkningar av de frågor vi ställer. För att minimera denna problematik har vi använt en fenomenologisk ansats vid skapandet och utformningen av våra enkätfrågor. Vi har i vår enkät exempelvis ställt frågan; ”I vilken utsträckning känner Du Dig tillfredställd med Ditt privatliv?”. Det finns inga garantier för att kvinnan som läser denna fråga tolkar den på samma sätt som vi gör. Hon kanske dessutom befinner sig i en kontext som vi inte har så god kännedom om. Vid skapandet av våra frågor har vi använt oss av vår förförståelse av kvinnors företagande, tidigare teorier och ”common sense”. Ett fenomenologiskt tänkande ökar reflektionen om hur vi utformar våra frågor; vad de betyder för oss och vad de betyder för deltagarna som läser dem. På detta sätt anser vi att vi får en större bredd i vår uppsats och möjligheten att nå oväntade resultat ökar. Genom en fenomenologisk ansats hoppas vi komma närmare sanningen om vad som kan ligga bakom de kvinnor som driver växande företag.

## Teori

### *Familjeförhållande*

Barns viktigaste förebilder är i de allra flesta fall deras föräldrar. Föräldrarnas könsrollsmönster kommer att påverka hur barnen blir präglade av kvinnliga, manliga eller androgyna särdrag. Könsrollsmönster representerar de uppfattningar eller värderingar man har om hur en person bör uppföra sig därför att hon är flicka, eller pojke (Drake & Solberg, 1996).

Studier har visat att karriärorienterade kvinnor tenderar att ha välutbildade pappor (Muhonen, 1999). Det har även visat sig att kvinnor som har mammor som är förvärvsarbetande är mer inriktade på att göra karriär och även mer benägna att göra icke-traditionella yrkesval jämfört med döttrar vars mammor är hemarbetande. Det förefaller också finnas en positiv relation mellan moderns utbildningsnivå och dotterns karriäriinriktning samt val av icke-traditionellt yrke (Muhonen, 1999).

När det gäller relationen till föräldrarna finns det indikationer på att kvinnor som gör karriär har haft en närmare relation till sina fäder än till sina mödrar (Muhonen, 1999). Det har även visat sig i undersökningar att det ofta finns en viss tradition av entreprenörskap i den familj som kvinnliga företagare kommer ifrån. De kvinnliga företagarna har ofta en fader som är egenföretagare (Muhonen, 1999; Gonäs et al., 1999).

Ett flertal studier har visat att det finns en majoritet förstfödda, inklusive enda barn, bland dem som är prestationsorienterade (Muhonen, 1999). Det bör dock påpekas att det även finns studier som inte bekräftat detta mönster. Inom utvecklingspsykologin antas att förstfödda behandlas på ett annorlunda sätt än sina yngre syskon och att detta kan leda till att placeringen i syskonskaran får betydelse för hur prestationsorienterad eller framgångsrik en individ blir. De äldsta barnen får en mer stimulerande miljö eftersom de får sina föräldrars odelade uppmärksamhet och tillgivenhet. Detta gör att barnet kan undersöka sin omgivning och uppnå större självständighet medan han/hon fortfarande befinner sig i en trygg miljö. Föräldrarna kan också uppmuntra sin förstfödda till att prestera mer eftersom de har större förväntningar och behandlar sin förstfödda mer som en vuxen. Även om placeringen i syskonskaran är ett intressant fenomen, har resultaten varit blandade angående dess betydelse. Det kan vara positivt att vara förstfödd, men betydelsen därav kan variera beroende på familjens storlek, kultur, etniska tillhörighet med mera (Muhonen, 1999).

När det gäller familjesituationen har det visat sig att de flesta av kvinnorna som driver företag inte upplever att deras familj utgör något hinder för de ska bli nyföretagare. Istället anser många företagskvinnor att de lättare kan kombinera familj och arbete när de har eget företag. Detta på grund av att de upplever att de kan vara mer flexibla när det gäller deras arbetstider. Möjligheten med att arbeta hemma vid behov upplevs också som större av företagskvinnor (Gonäs et al., 1999).

I en undersökning gjord av T.C. Pape (Drake & Solberg, 1996) rörande mäns och kvinnors tillgång till tre "friheter" vilka är; att kunna påverka när man börjar arbeta, möjlighet att ta ut övertid som kompensationsledighet eller kortare övertid samt möjlighet att skjuta upp arbetet utan att det får lönemässiga eller andra konsekvenser. I studien visade det sig att en viktig faktor för att yrkesaktiva ska kunna kombinera karriär och ett "bra liv för övrigt" var att kvinnor och män har möjlighet att anpassa arbetstider efter egna behov. T.C. Pape kunde även dra slutsatsen att de individer som var resursstarka klarade sig bäst. Det vill säga de individer som har störst tillgång till de tre undersökta förmånerna. De individer som besitter en hög position hade störst möjlighet att påverka friheten (Drake & Solberg, 1996). Resultaten i denna studie visade också att de förhållanden i arbetsmiljön som studerades oftast var till fördel för männen. Det fanns stora skillnader mellan olika branscher rörande ovanstående.

Om kvinnor har en partner, så är deras inställning viktig när det gäller tidsplanering rörande yrke och privat. Hur man löser ansvarsfördelning och uppbackning kan ha stor betydelse för kvinnors möjligheter att kombinera karriär såsom eget företagande med omsorgsansvar i privatlivet. De resursstarka kvinnorna är de som klarar sig bäst. Gullvång Holter (Drake & Solberg, 1996) har en teori om att mäns stöd beror på microbegivenheter i deras livssituation. Det vill säga att klassbakgrund, inkomst eller politik inte har så stor avgörande roll. Män är istället mer positivt inställda till stöd och jämställdhet om kvinnorna som finns i männens omgivning, inom både privatlivet och arbetslivet, som de umgås med är likställda med dem själva. Andra faktorer som påverkar är partners status och situation, samt den uppfattning som deras chefer har. Mäns chefers uppfattning har visat sig ha en betydelse på mäns uppfattning, inställning och sätt att agera vad gäller att ta mer ansvar i familjen. Även omsorgserfarenhet i arbetet och privatlivet påverkar mäns inställning och agerande (Drake & Solberg, 1996).

Den utbildningsnivå som kvinnliga företagare har varierar i olika undersökningar, men generellt har kvinnorna en hög utbildningsnivå, med undantag för de kvinnor som är företagare inom jordbrukssektorn (Gonäs et al., 1999). Av de kvinnor som startade företag under år 2000 visar statistik från Statistiska Centralbyrån (2002) att 57% av dem är



välutbildade, det vill säga att de har eftergymnasial utbildning. Den genomsnittliga åldern för kvinnliga företagare är mellan 30-40år (Gonäs et al., 1999).

### *Nätverk*

Individer ingår i nätverk på grund av en mängd olika faktorer. Vad som ligger till grund för nätverksanvändandet kan vara av egocentrisk, medveten, självvuppoftande eller omedveten art. Individer har ett behov av gemenskap med andra och nätverksanvändningen är ett sätt att kunna uppnå något genom ett utbyte av erfarenheter eller idéer med de andra som ingår i nätverket (Drake & Solberg, 1996).

Ett nätverk är ett mönster av kontinuerliga sociala relationer mellan olika individer. Dessa organiserade system finns i olika former. I ett nätverk kan det centrala vara gemenskap med de individer som ingår, men det kan även vara verksamhetsprinciper såsom nytta och egenintresse (Drake & Solberg, 1996).

När det gäller nätverk av social art innefattar det individens informella relationer med andra människor på ett kontinuerligt sätt. Det kan innefatta relationer både inom och utanför arbetssituationen. Ser vi till den yrkesmässiga nätverkssituationen så handlar den om den kontakt individer har med andra människor med yrkesmässig kompetens, som är relevant, för att lösa problem eller skapa en kompetensutveckling rörande yrket (Drake & Solberg, 1996).

Informella externa nätverk innefattar personer som inte arbetar inom samma organisation. Det handlar om personer som känner varandra genom privata, sociala eller yrkesmässiga nätverk. Det kan vara gamla studiekollegor som kontaktar varandra för att diskutera yrkesmässiga problem, som inte anses angelägna att ta upp inom den egna organisationen (Drake & Solberg, 1996).

Kvinnor har i alla tider på något sätt ingått i någon form av nätverk, det vill säga att de har organiserat sig och ingått i ett socialt eller yrkesmässigt system. (Drake & Solberg, 1996). Ser vi till dagens samhälle och dess kvinnor så är det de välutbildade, målinriktade och resursstarka kvinnorna som står för det nätverksbyggande som sker. Orsaken till att dagens kvinnor organiserar sig beror ofta på deras egna intressen, mål, förverkligande av drömmar och på att hjälpa varandra med nya idéer. Det är ett medvetet val som gör att kvinnorna ingår i personliga nätverk. Detta för att till exempel få och ge stöd. Även möjligheten att kvinnorna finner nya kompanjoner kan främjas i dessa nätverk. De nätverk som finns idag innefattar ofta kvinnor som har en stark framtidsvision (Drake & Solberg, 1996).

Hermina Ibarra (Drake & Solberg, 1996) har i en studie studerat betydelsen av sociala och yrkesmässiga nätverk som män och kvinnor använder. När det gäller toppchefer, visade det sig att kvinnor har ett mer så kallat heterogent nätverksanvändande i jämförelse med män, vars nätverksanvändande mer kan beskrivas som ett upprättande av kontakter med "jämlingar". Män upprättar nätverk med män med samma status, position, utbildning och personlighetstyp som de själva. Kvinnors nätverk är mer differentierade, de interagerar med både kvinnor och män, vilka de förväntar sig kunna få både en social och yrkesmässig kontakt med i samma nätverk. Det som kvinnor förväntar sig i kontakt med andra kvinnor är vänskap och socialt stöd medan deras kontakt med män innefattar till exempel konkreta råd om problem rörande yrket. Det har även visat sig att även om det är så att kvinnor har denna positiva utgångspunkt för nätverksanvändningen så är det för kvinnor som utnyttjar nätverket på det sättet, att det kan vara en bidragande orsak till kvinnors karriärs eller personliga utveckling (Drake & Solberg, 1996).

För kvinnor kan det vara viktigt att ha resurspersoner i deras närhet. Dessa personer kan vara personer som har ett stort kontaktnät, det vill säga personer som besitter information som är betydelsefull samt har inflytande på det område som är av intresse. Dessa resurspersoner kan hjälpa kvinnor att nå sina mål. Ju fler nyckelpersoner desto större chans är det att man lyckas. Vem dessa resurspersoner är kan variera stort. Det kan röra sig om arbetskolligor, familj eller andra i kvinnans närhet. Kvinnor som är öppna för att komma i kontakt med strategiska miljöer och resurspersoner har större möjligheter att kunna använda sig av ny information och kunskap som de annars aldrig kommer i kontakt med (Drake & Solberg, 1996). Det är viktigt att kvinnor som vill ingå och skapa nätverk, som de ska kunna nyttja, måste förstå vikten med att avsätta resurser och tid.

### *Hälsa/kontroll*

Kvinnor har ofta huvudansvar för både hemmet och privatlivet och utöver detta skall många av dem även sköta ett arbete. Har kvinnan dessutom ett arbete med en ansvarsfull befattning så ökar risken för stress.

Det finns flera olika anledningar till att en individ upplever stress. Dessa olika anledningar kan samverka eller påverka var för sig. Boken Organisational behaviour (Robbins et al., 1998) en modell som identifierar tre potentiella orsaker till att en individ upplever stress.

Dessa är:

- Omvärldsfaktorer.
- Organisationsfaktorer.
- Individuella faktorer.

Faktorer i omvärlden som kan leda till stress är: ekonomisk osäkerhet, politisk osäkerhet och teknologisk osäkerhet. Typ av organisationsstruktur, typ av ledarskap och så vidare kan vara exempel på organisationsfaktorer som kan leda till stress. Individuella faktorer som kan upplevas stressande kan vara familjeproblem, ekonomiska problem och typ av personlighet. Om dessa tre ovanstående faktorer verkligen leder till att individer upplever stress avgörs beroende på individuella skillnader som perception, arbetslivserfarenhet, upplevelse av kontroll, personlighet och socialt stöd, hävdar författarna.

En utvecklande och dynamisk arbetsituation kan av en individ upplevas som mycket utmanande och spännande, men för en annan kan den upplevas som hotande och stressande. Detta beror på att individer tolkar sin omgivning på olika sätt. Denna tolkning är inte objektiv utan helt enkelt individens subjektiva uppfattning om verkligheten. Omvärldsfaktorer, organisationsfaktorer och individuella faktorer kan således resultera i stress beroende på hur individen i fråga uppfattar dem.

Tidigare studier (Robbins et al., 1998) tyder på att arbetslivserfarenhet kan minska stress. Det finns ett negativt samband mellan antal år individen har arbetat och mängden upplevd stress. En förklaring till detta tycks vara att individer som arbetat många år har utvecklat olika strategier för att kunna hantera stress. Eftersom det tar tid att utveckla dessa strategier och metoder kan man anta att de som är äldre i en organisation är bättre på att hantera stress än de yngre.

En del individer upplever att de kan styra sitt eget öde. Andra ser det som att ödet styr dem och att vad som händer beror på otur eller tur. De individer som upplever att de styr sin omgivning kallas för "internals" och de individer som upplever att de styrs av krafter utifrån kallas för "externals". Internals upplever att de kan påverka sin egen hälsa genom sunda vanor och därför tar de mer ansvar för sin hälsa och har sundare vanor. Externals upplever att ödet styr dem och att de inte kan göra något åt den personliga hälsan. Tidigare resultat från studier (Robbins et al., 1998) indikerar på att internals kan hantera stress bättre än externals. När internals och externals utsätts för en liknande stressande situation är det troligt att internals tror att de kan påverka resultatet på något sätt och därför agerar de i syfte att ta kontroll över

situationen. Externalis blir i samma situation passiva och defensiva. De känner sig hjälplösa och kommer troligtvis att uppleva en högre grad av stress.

Olika typer av beteende styr hur en individ upplever stress. Författarna till boken (1998) pratar om fyra olika beteenden; Typ A beteende, Typ B beteende, Typ C beteende; Typ D beteende. Typ A beteende karaktäriseras av en individ som alltid är på väg någonstans, alltid har bråttom, som äter fort, gör flera saker samtidigt, vill att saker och ting skall gå fortare och har svårt att vara ledig. En sådan här individ är ofta väldigt ambitiös och kan gå långt. Tidigare forskning (Robbins et al., 1998) har dragit slutsatsen att en individ som har ett Typ A beteende har en högre risk för olika typer av hjärtsjukdomar. Nyare studier (Robbins et al., 1998) har dock visat att det är bara i kombination med ett fientligt inställt beteende och vid ilska som ett typ A beteende kan leda till detta. Dessa individer bildar en subgrupp inom typ A beteendet och kallas för typ D beteende. En individ med typ D beteende är: humorlös, kroniskt arga och misstänksamma. Motsatsen till typ A beteende är Typ B. En individ med Typ B beteende: lider aldrig av tidspress, känner inget behov av att berätta om sina framgångar och bedrifter och kan koppla av utan att känna skuld. Ett annat beteende mönster, typ C beteendet, har visat ett samband med uppkomsten av cancer. En individ som uppvisar detta beteende är ofta passiv, osäkra och kontrollerar sina känslor. De vill ofta ha en harmonisk och fredlig stämning runt omkring dem. Dessa individer har alltså svårt att släppa fram sina känslor och detta kan leda till att de blir sjuka.

Det finns flera studier (Robbins et al., 1998) som visar på att socialt stöd i form av kollegor på arbetsplatsen kan minska upplevd stress av individen. Familj, vänner och andra typer av stöd utanför arbetsplatsen är också stress reducerande.

### *Självförtroende*

Självförtroende är en personlig egenskap som påverkas och byggs upp av olika faktorer. När det gäller uppgiftsspecifikt self-efficacy är dess grad en påverkande faktor på vilka uppgifter en individ engagerar sig i samt, hur stor insatsen för att lösa uppgiften är samt vilka resultat som uppnås enligt Bandura (Drake & Solberg, 1996). Vanligtvis förknippas självförtroende med en individs tro på den egna förmågan och nya färdigheter.

Specifika personlighetsdrag hos en individ kan förutsäga beteende på en arbetsplats och detta i sin tur hur väl individen i fråga lyckas (Robbins, Millett, Cacioppe, & Waters-Marsh, 1998). Self-efficacy är ett mått på hur väl en individ tror sig kunna genomföra en uppgift. Graden av self-efficacy är en god prediktor på hur väl en individ kommer att lyckas på en

arbetsplats. Desto högre self-efficacy en individ har desto mer utmanande blir utmaningar. Individer med hög self-efficacy reagerar på negativ feedback med att ökad motivation och vilja att försöka ännu mer, de blir mer produktiva. Dessa individer lägger ner mycket energi på sitt jobb vill utveckla sig ännu mer och nå bättre resultat. Låg self-efficacy leder till lägre motivation och negativ kritik kan få en individ att lättare att ge upp (Robbins et al., 1998).

Yukls studier har visat att individer med tillräckligt självförtroende ställer upp mer utmanande mål och uppgifter, har höga förväntningar om sig och andra. De är även mer drivande för att nå svåra mål och ser hinder som utmaningar samt genom optimism och drivkraft får andra att även bidra med den insats som krävs. Ledare med lågt självförtroende uttrycker istället tvivel, och tenderar att undvika svåra problem. Har en ledare för stort självförtroende kan detta dock leda till att de blir överoptimistiska vid risker (Drake & Solberg, 1996).

Kvinnor har ofta lägre självförtroende än män i vår kultur (Drake & Solberg, 1996). Kvinnor tenderar att undervärdera sina egna förutsättningar med att bland annat leda och sköta ett företag. Detta har man bland annat kunnat dra slutsats om i Sturle Naess studie (Drake & Solberg, 1996).

### *Drivkraft*

Motivation kan ses som en drivkraft som får oss att handla. Motivation är ett centralt koncept i försök att förstå beteende och dess orsaker (Smith, 1999). I studier likställs ofta motivation med viljan att prestera. Det är dock viktigt att komma ihåg att motivation inte alltid leder till faktiskt prestation (Arnold et al., 1998). Kontextuella förhållanden kan påverka eller kanske räcker individens färdigheter inte till. Det finns flera typer av motivationsteorier med betoning på olika komponenter, enskilda egenskaper och behov hos individen, yttre påverkansfaktorer och organisationens uppbyggnad.

Att det finns kvinnor som aktivt skaffar sig en ledande befattning påverkas av en mängd olika faktorer som bland annat är individnivåbaserade. Motivation och målmedvetenhet är två sådana faktorer. Kvinnor får möjlighet att själva kunna göra val och agera så att de når dit de vill. Enligt förväntningsteorin (Drake & Solberg, 1996; Abrahamsson & Andersen, 2000) antas individer bli motiverade att prestera något för att nå ett mål om de sätter värde på målet (valens) och kan se att det som de gör leder till att målet nås (förväntan). I förväntan ingår huruvida individen tror sig ha förmågan att prestera tillräckligt för att nå målet. Ju högre valens och förväntan, desto högre motivation. Om däremot individen är likgiltig gällande

målet eller inte tror sig kunna prestera tillräckligt, är motivationen obefintlig. Valens  $\times$  Förväntan = Motivation.

Kvinnor som vill bli egen företagare måste för det första uppfatta befattningen som attraktiv, det vill säga att de förväntade fördelarna måste upplevas som viktigare och attraktivare än de nackdelar som kan förknippas med befattningen. Kvinnor måste även uppleva att det är en realistisk bedrift att uppnå. Det rör sig om kvinnans egna subjektiva uppfattning och inte de faktiska och objektiva orsakerna som avgör hur attraktiv och uppnåeligt målet är. Om en kvinna inte har några förhoppningar om att uppnå målet med att bli egen företagare så är inte så sannolikt att hon handlar aktivt i att uppnå detta (Drake & Solberg, 1996; Abrahamsson & Andersen, 2000)

Ur ett kognitivt perspektiv anser forskare att yttre belöningar ibland kan undergräva och även reducera den inre motivationen. Overjustification hypothesis, kan vara den avgörande faktorn rörande individers förändrade tolkning om varför de utför något. Attribuerar de sitt beteende till tillgängliga yttre belöningar istället för att attribuera till inre aktiviteter som de tycker om, finns det en risk att deras önskan med att utföra beteendet kommer minska om belöningen tas bort. Detta kan leda till att individer blir omotiverade. Genom att säga till individer att de utför sin uppgift bra istället för att endast locka fram ett beteende, så kan yttre belöningar öka känslor av kompetens och inre motivation. Även om belöningen tas bort senare, kommer den inre motivationen att fortsätta att motivera beteendet (Smith, 1999).

Herzbergs tvåfaktorteori studerar tillfredsställelse i arbetet. Han menar att det är skilda förhållanden som påverkar tillfredsställelse respektive icke-vantrivsel (Abrahamsson & Andersen, 2000). De faktorer som skapar trivsel och motivation till bättre prestationer kallar Herzberg för motivationsfaktorer. Medan hygienfaktorerna däremot är behov av lägre ordning och kan inte motivera i arbetslivet utan endast motverka icke-vantrivsel. Utifrån Herzberg handlar hygienfaktorerna mest om arbetets kontext och yttre förhållanden, medan motivationsfaktorerna i huvudsak innefattar själva arbetet och inre faktorer.

Herzberg hävdar att man bör koncentrera sig på motivationsfaktorerna för att skapa motivation i arbetet, eftersom hygienfaktorerna ändå bara kan skapa icke-vantrivsel (Abrahamsson & Andersen, 2000). Han menar vidare att prestationslön är en form av utpressning. Ekonomisk ersättning kan fungera kortsiktigt, men i längden gör människor ett bättre jobb om de drivs av den inre kraft som motivationsfaktorerna skapar. Herzberg anser att organisationer som försöker få en ökad motivation hos anställda genom att förbättra arbetsvillkoren, öka lönen, ge fler tjänsteförmåner, kompetensutveckling och effektivare information satsar fel. Det är bara ett sätt att få rörelse i organisationen. Herzberg poängterar

istället att organisationer borde erbjuda sina anställda större friheter, mer återkoppling, ökat ansvar och fler utmaningar (Bolman & Deal, 1997).

Det finns två olika prestationsrelaterade motiv, båda kan leda till att personer uppträder framgångsorienterat. Den första handlar om positiv önskan att uppnå framgång, medan den andre handlar om negativ rädsla eller misslyckande. Människor med hög rädsla för misslyckande arbetar mycket och hårt på grund av att de fruktar vandan med nederlag. I kontrast till människor som är motiverade att prestera, så brukar människor som fruktar misslyckande försöka undvika känslor av misslyckande genom att antingen ta extrema risker (där ingen kan förväntas att lyckas), eller extremt låga risker (där framgång är försäkrad), (Smith, 1999,).

Visioner kan visa sig som mentala bilder eller uttryckas genom språk och metaforer. Det kan även visa sig genom intuition. De visioner individer har kan definieras som de inre upplevelserna av framtida önskat tillstånd som individen bär med sig (Drake & Solberg, 1996). Visioner kan förklaras som framtida önsketillstånd, vilket kan utgöra en drivkraft för kvinnor. Det kan vara ett sätt för att kvinnor lyckas omsätta konkreta framtidsförväntningar. Visioner kan även var en drivkraft för att kvinnor går in i nya områden samt utvecklar sina egna möjligheter. Visionerna som kvinnor har kan hjälpa dem att föra dem framåt när det gäller deras önsknings och förväntningar om framtiden. Är kvinnor medvetna om nutiden samt om framtida förväntningar möjliggör det att de kan gå längre än de tänkt sig (Drake & Solberg, 1996).

För att kvinnor ska kunna uppnå slutresultat är det viktigt att de klargör medlen för att nå dessa mål. De vägar som kvinnor väljer kan bero på bland annat kvinnors egna intressen, preferenser och talanger. Även yttre faktorer påverkar vilka vägar och val kvinnor använder sig av för att uppnå slutresultat, det vill säga utanför kvinnans kontroll. Här kan det röra sig om faktorer i omgivningen eller den givna situationen. Dessa inre och yttre påverkningar förändras ständigt vilket kvinnor måste vara medvetna om (Drake & Solberg, 1996).

Ju klarare mål kvinnor och män har desto större sannolikhet att de uppnår dem, vilket visat sig i forskning. Många kvinnor upplever att det är lika viktigt att prioritera privatliv, familj och karriär. När kvinnor sätter upp mål och visioner rörande karriären är det viktigt att de även tar hänsyn till de andra prioriteringar. Det gör att kvinnor blir medvetna om eventuella konflikter som kan tänkas uppstå mellan dessa prioriterade områden (Drake & Solberg, 1996). Om kvinnor ser sina mål och visioner i ett längre perspektiv möjliggör detta att de prioriteras olika under olika faser i deras liv.

Vad som kan avgöra om en kvinna anser att det är attraktivt att driva ett företag eller inte är innehåll och utveckling inom det yrkesområde kvinnan tillhör. I Kvande och Rasmussens studie (Drake & Solberg, 1996) rörande manliga och kvinnliga civilingenjörer visade det sig att kvinnliga studenter lade stor vikt på kvalitativa värden. I en annan studie där medicinstudenter studerades visades samma resultat, det vill säga att kvinnor lägger ner mer vikt vid yrkesmässiga utmaningar än män. Kvinnor upplevde att det var viktigt med trivsel och tid för andra aktiviteter utanför arbetssituationen. När det gäller ekonomiska faktorer och status lägger kvinnor inte lika stor vikt vid dessa i jämförelse med män (Drake & Solberg, 1996). Samtidigt har det visat sig att för att ha möjlighet att kombinera karriär och familj för kvinnor så underlättas det med att ha goda ekonomiska villkor.

Tre motivationskompetenser som utmärker individer som är "toppresterare" är prestationsvilja, genom att sträva efter att förbättra eller leva upp till en viss prestationsnivå, engagemang, att sympatisera med organisationens eller gruppens vision och mål samt initiativ och optimism, tvillingkomponenter som mobiliserar människor att ta tillfälle i akt och gör det möjligt för dem att klara motgångar och hinder (Goldman, 1998).

### *Ledarskap*

En ledare kan definieras som en individ som är vald, anställd eller informellt vald att styra och leda andra i en grupp (Arnold, Cooper, & Robertson, 1998). Vad en ledare bland annat har till uppgift är att ta hänsyn till den enskilde medarbetarens behov samt tillvarata företagets behov. Det kan handla om att koordinera mänskliga, tekniska och ekonomiska resurser. Det är viktigt att de kvinnor och män som är ledare har en bred ledarkompetens som täcker företagets olika behov. Deras ledarstil får betydelse för hur företagets arbetsmiljö, rutiner och system utformas (Arnold et al., 1998).

När vi diskuterar ledarskap omfattar det ofta något av begreppen mål, måluppfyllelse, grupper eller organisation, struktur och mellanmänsklig interaktion. Ledarskap innebär en interaktion mellan ledare och företagets medlemmar, men även interaktion med de personer som finns i företagets omgivning (Abrahamsson & Andersén, 1996). Enligt Blake och Mouton (Abrahamsson & Andersén, 1996) handlar ledarskap om att uppnå resultat tillsammans med och genom andra individer. En ledare är ansvarig för att producera resultat som handlar om företagets mål, men det är medarbetarnas arbetsinsats och handlingar som ger resultatet. Ingen enskild ledare kan på egen hand uppnå den effektivitet som krävs (Abrahamsson & Andersén, 1996).



Vad som benämns som effektivt ledarskap är något som förändras hela tiden. Det finns olika teorier och filosofier rörande detta (Wolvén, 2000). Cox och Cooper har gjort en studie som förklarar framgång för olika typer av ledare genom deras individuella psykologiska egenskaper, tidigare erfarenheter som barn, utbildning och karriär samt egen ledarfilosofi, ledarförmåga och motivation (Wolvén, 2000).

Det har även i studier framkommit vilka ledaregenskaper som är att föredra (Wolvén, 2000). Egenskaper som ofta förekommer är intelligens, självförtroende, beslutsamhet samt integritet och social kompetens (Wolvén, 2000). Det har framkommit att ledare är i genomsnitt; mer intelligenta än andra individer i organisationer, har bättre självförtroende, är mer beslutsamma, har större integritet, är mer empatiska, medarbetarorienterade, har större ansvarskänsla, är flitigare och har större prestationslust. De fem första egenskaperna är mer vanliga. Dessa faktorer kan visa vem som är och blir en ledare men inte vem som blir en bra ledare.

När det gäller ledarstil, det vill säga de grundläggande drag eller mönster i ledarbeteenden som är mest lämpliga har Hersey och Blanchard (Wolvén, 2000) skapat och utvecklat en situationsteori. Forskarna förkastar att det endast finns en ledarstil. Deras teori utgår istället ifrån att ledarskap bör anpassas efter situationen. Den faktor som är mest strategisk att anpassa sig efter beror på medarbetarnas mognad. Mognad innefattar mognad i arbetet, kompetens och teknisk förmåga samt psykisk mognad. De tar även hänsyn till att betona medarbetarnas motivation, kompetens, självrespekt, självförtroende. Detta för att möjliggöra att ledaren kan ställa höga mål och ansvar.

När gruppen mognar ändras ledarskapet. När mognadsnivån är låg bör ledaren vara starkt uppgiftsinriktad och låg relationsinriktad så att de anställda kan komma igång och få en känsla av att lyckas. När mognadsnivån ökar bör ledaren minska uppgiftsorienteringen och öka relationsinriktningen så att de anställda växer och ökar sin egen kompetens. Ökar mognadsnivån ännu mer bör ledaren släppa uppgiftsorienteringen samt minska relationsinriktningen på grund av att de anställda utvecklar självförtroende samt förmåga att arbeta själv. När de anställda uppnått full mognad bör ledaren avveckla både uppgifts- och relationsorienteringen och börja delegera uppgifter som förväntas genomföras av de anställda självmant. Det handlar om ett flexibelt ledarskap (Wolvén, 2000).

Den kompetens som kvinnor i ledande ställning bör ha enligt Drake och Solberg (Drake & Solberg, 1996) är bland annat ledarskapskompetens, yrkeskompetens samt tvärfacklig kompetens. När det gäller yrkeskompetens innefattar den baskunskaper inom det yrke och befattning som kvinnan har. Det rör sig om både teknisk grundkompetens och yrkesmässig

kvalitetskänsla samt specialistkunskaper som är relevanta. Hur behovet ser ut för kvinnor i ledande befattning varierar och beror på arbets- och yrkesområdet. Den tvärfackliga kompetensen får en allt större vikt för ledare idag. Det gäller för kvinnor att skaffa sig eller ha erfarenheter bland olika yrkesmässiga och kulturella bakgrunder. Det blir viktigt för kvinnor att kunna handskas med mångsidigheter, speciellt inom organisationer och företag som bedriver handel med andra länder (Drake & Solberg, 1996).

När det gäller forskning om hur kvinnor leder finns det idag inte många stabila underlag för att dra säkra slutsatser. En sammanfattning gjord av Smith (Wolvén, 2000) rörande ledaregenskaper som är typiskt kvinnliga visar att kvinnor oftare använder konsensusbeslut, som tas och utformas i nätverk, i större utsträckning än män. Kvinnor betraktar makt som energi och styrka som med fördel kan delas med andra i stället för att användas som medel för dominans och kontroll. Kvinnor betraktar konflikter i organisationer som något positivt och produktivt och som medel för att utveckla organisationen. Något som även kan förknippas med kvinnliga arbetsförhållanden och arbetsklimat är de är uppbyggda i form av värme, förståelse, uppmuntran, stöd, lyhördhet, växtkraft, empati och ömsesidig tillit. Kvinnorna fäster även ett engagemang vid att skapa variation och allsidighet vad gäller arbetsplatser och arbetsförhållanden så att de bättre anpassas till olika människors bakgrund, kompetens och möjligheter (Wolvén, 2000).

### *Fenomenologi*

Skapandet av en bra enkät är ingen enkel uppgift och den är full med fallgropar. Trots den problematik som är förenad med en enkät så har den ett mycket viktigt värde i en undersökning. I förhoppning om att skapa en bra enkät har vi använt oss av en fenomenologisk ansats för att på ett effektivare sätt nå fram till vår målgrupp.

Den fenomenologiska metoden innebär ett mer öppet förhållningssätt gentemot det som skall undersökas. En fenomenologisk studie utförs ur en så förutsättningslös utgångspunkt som möjligt. I den mer traditionella akademiska psykologin ställer forskaren upp hypoteser som grundar sig på hur hon eller han tror att något är beskaffat. Hypoteserna ställs således upp utifrån de föreställningar som forskaren redan har om omvärlden. Inom den fenomenologiska forskningen blir det istället viktigt att som forskare bli medveten om sin förförståelse och så långt som möjligt försöka undvika den. Utgångspunkten för den fenomenologiska metoden blir därmed en helt annan (jämfört med det mer traditionella naturvetenskapliga arbetssättet) när ett fenomen skall undersökas (Gisladóttir & Lindsten, 1997).

Ett fenomen är inte alltid påtagligt och begripligt. Ökad klarhet fås genom noggrant betraktande och stor inlevelse. Den fenomenologiska metoden vill beskriva ett fenomen så noggrant som möjligt och ett sätt att utföra detta på är genom djupintervjuer. I en djupintervju ställs så öppna frågor som möjligt till personen som intervjuas. Frågorna bör formuleras så fritt som möjligt så att personen inte känner några som helst begränsningar. Personen kan då med sina egna ord fritt beskriva det fenomen som är av intresse (Lindén, Westlander & Karlsson, 1999; Polkinghorne, Lindén, Sages, Szybek, & Beach, 2003).

Varje människa strävar hela tiden efter att skapa mening. Meningssökande skapas genom en aktiv tolkningsprocess, vilket innebär att vi lever i en process av ständig förändring. Varje individ skapar mening utifrån tillvaro och omgivning och så vidare. Fenomenologin vill komma åt objektets mening och framför allt vad som ligger bakom detta bildande av mening.

För att komma närmare detta meningssökande och bildande av mening är det essentiellt för forskaren att komma så nära individens upplevelsevärld som möjligt. Upplevelsevärlden är den värld som finns runt omkring oss och som vi upplever i form av önskningar, känslor och värderingar och så vidare. Denna värld kallas inom fenomenologin för livsvärld. Livsvärlden är subjektiv och individer skiljer sig åt genom att de lever i olika livsvärldar. Det finns dock grundläggande aspekter som att äta och sova som är lika för alla individer (Sages, Dahlgren, Ruland, Tegner, Moscarola, & Lahlou)

I det inledande skedet av undersökning försöker forskaren, undvika att utgå från sin förförståelse för att det skall vara möjligt att förstå individen precis som hon eller han är. Detta innebär att för att komma åt vad som ligger bakom meningskonstitutionen måste fenomenologen börja sitt sökande i det unika hos varje individ. När undersökningsarbetet kommit en bit på väg används sedan förförståelsen som ett redskap för att göra nödvändiga tolkningar av det aktuella fenomenet (Gisladóttir & Lindsten, 1997).

Fenomenologen är intresserad av att få fram en helhetsbild av det fenomen som studeras. Detta innebär att ett fenomen inte går att studeras utan att hänsyn tas till viktiga begrepp som kontext och kulturella aspekter. Ett fenomen som blir belyst från flera olika sidor ger en ökad förståelse och helhetsbild (Kopala & Suzuki, 1999; Sages et al.).

Människor är komplexa och uppfattar verkligheten på olika sätt. En fenomenologisk ansats tränger ner på djupet för att försöka fånga dessa aspekter. Ett fenomenologiskt angreppssätt bakom en enkät leder därför till en ökad kreativ dialog där möjligheten är större att få målgruppen att aktivt reflektera över hur de skapar mening. Detta borde innebära att för att lyckas i sin undersökning så har man berört de personer man intervjuat och fått lov att komma in och ta del av deras livsvärld.

## *Syfte*

Syftet med undersökningen är att få en ökad förståelse och kunskap om de psykologiska aspekter som utmärker och som kan ligga till grund för kvinnors företagande. Anledningen till att vi valt dessa områden är att vi tror att det kan finnas skillnader mellan de kvinnor som driver växande företag och de kvinnor som driver icke växande företag eller mer stillastående företag. Vår övergripande frågeställning är om det finns en skillnad mellan dessa två grupper angående de psykologiska aspekter vi undersöker. Samtidigt är vi intresserade av att studera om det finns någon skillnad mellan de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag. Detta för att se om det finns någon märkbar skillnad beroende på deltagarnas ålder.

Vi är intresserade av att studera om det finns skillnader mellan grupperna vad gäller deras bakgrundsförutsättningar gällande deltagarnas uppväxt och familjesituation. Är det så att de kvinnor som driver växande företag har en högre utbildning samt en större "vana" av entreprenörskap än de som driver icke växande företag? Eller är det så att åldern har en påverkande faktor i denna och följande frågor? Vi är också intresserade av att studera om det finns en skillnad i vad som är drivande för de deltagande grupperna utifrån våra frågeställningar. Är de kvinnor som driver växande företag, ledare som kan skiljas från de ledare som är kvinnor som driver stillastående företag? Skiljer sig de grupperna av kvinnor i upplevelsen av kontroll gällande deras företag? Vi är även intresserad av att studera om det är så att kvinnorna i de olika grupperna använder sig av olika former av nätverksstöd. Anledningen till att vi utgått från ovanstående frågeställningar är dels vårt intresse för kvinnors företagande samt för att vi vill få insikt och ökade kunskaper i detta område som det finns ringa befintlig forskning kring. Vi hoppas även att denna studie kan bidra till befintlig forskning inom området.

När vi i uppsatsen kommer att diskutera kvinnor eller kvinnligt menar vi individer med feminin könstillhörighet. Vad gäller vår definition av växande företag och icke växande företag utgår den ifrån de ekonomiska kriterier vi ställt upp enligt nedan. Utifrån vår definition säger det inget om att företagaren är framgångsrik i andra hänseenden såsom socialt eller psykologiskt.

## Metod

### *Undersökningsdeltagare*

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.

De urvalskriterier som de jämförande icke växande företagen, grundar sig på är nästan samma som för de kvinnor som driver växande företag. Det som skiljer dessa från de växande företagen åt är att:

- Företagen har en förändring av nettoomsättning på 0-4%, vilket visar på ett mer stillastående företag, det vill säga ingen tillväxt.
- Deras rörelseresultat kan vara antingen vara positivt eller negativt.

När det gäller grupperingen av de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag så gjordes den på det urval samt de kriterier som kopplas till dessa kvinnor (se ovan). Därefter har vi med hjälp av mediansplit, med året 1952 som mittpunkt, delat upp dem i äldre och yngre kvinnor som driver växande företag.

Anledningen till att vi valde att studera just aktiebolag var att det är den enda form av bolag där vi får tillgång till årsredovisningar. Bolagets anställningsomfång skall ligga mellan 1-49 stycken därför att undersökningen riktar sig mot små och medelstora företag. Företaget skall ha funnits i minst 4 år på grund av att det tar så lång tid att bli ett etablerat företag. Det skall inte finnas några betalningsanmärkningar eftersom en betalningsanmärkning kan tyda på ett icke välskött företag. Vi är intresserade av att studera företag som drivs självständigt av kvinnor, det vill säga det skall inte ingå i någon svensk koncern eller ha dotterbolag samt filialer. I vårt urval har vi satt en nedre gräns på 500.000 sek i nettoomsättning, vilket bedömts som nödvändigt för ett växande företag som också genererar ett marknadsmässigt löneuttag (ALMI, 2002). De växande företagen har definierats som företag som med positivt resultat

(1.000 sek och uppåt) kunnat öka sin omsättning med minst 5% per år under en fyraårsperiod. Bokslut från verksamhetsåren 1998-2001 har använts som underlag (ALMI, 2002).

Sammanlagt bestod vår grupp med kvinnor som med växande företag och vår grupp med kvinnor som med icke växande företag, av 378 företag med en kvinnlig VD, kontaktperson eller innehavare. För att nå ut till dessa företagare har vi skickat ut ett frågeformulär. Antalet inkomna frågeformulär var 190 stycken, varav 31 tomma. De deltagande kvinnorna var 89 stycken från de växande företagen samt 70 stycken från kvinnorna som driver icke växande företag. Således ett externt bortfall på 188 stycken.

### *Apparatur och material*

För att få fram urvalsgrupperna har vi använt ett selekteringsprogram, från år 2001. Detta är ett program vi fått tillgång till genom ALMI Företagspartner. Selektionsprogrammet innefattar bland annat ekonomiska uppgifter, företagsadresser och företagsbelägenhet om företag i Sverige. Utifrån detta program har relevant information och fakta om företag som drivs av kvinnor i Skåne delgivits.

Själva undersökningen gjordes med hjälp av ett frågeformulär som utformats i ett program vid namn SphinxSurvey (2002). Vid skapandet av frågorna i vårt frågeformulär har vi tagit hjälp av "Enkätboken" av Jan Trost (2001), "Könsstrukturer i organisationer" av Anna Wahl (1992), samt "Kvinnor karriär och familj" av Tuija Muhonen (1999). När det gäller de 78 frågorna som frågeformuläret innefattar är de utformade utifrån ett fenomenologiskt synsätt och tänkande för att skapa välformulerade frågor, varav 3 med ostrukturerade svarsalternativ. Frågeformuläret innefattar frågor som berör bakgrund – familjeförhållande (fråga 13-22), demografiska faktorer (fråga 1-6), nätverk (fråga 23-37, 55-56) samt hälsa/kontroll (fråga 38-44, 70-74, 76-78). Frågeformuläret innefattar även frågor såsom självförtroende (fråga 45-54), drivkrafter (fråga 61, 64-67, 75), ledarskap (fråga 57-60, 62-63), samt information om deltagarens företag (fråga 7-12, 68-69). Vissa frågor är enbart kontrollfrågor till andra frågor i enkäten. Det finns också frågor som är ställda för att ligga till grund för eventuella framtida djupintervjuer (Se Bilaga C).

En kort information om hur deltagarna skulle svara på enkätfrågorna delgavs på frågeformulärets informationssida. Anvisningarna var att på frågor med stängda svarsalternativ skulle svaras genom att deltagarna markerade ett svarsalternativ samt de öppna frågorna skulle svaras genom att utveckla och motivera svaren i föregående frågor. Frågeformulärets svarsalternativ är i huvudsak utformade med 5 svarsalternativ (Se Bilaga C).

### *Procedur*

Det första som gjordes innan utskicket av enkäterna, var att två pilotstudier genomfördes. Varje pilotstudie gjordes på totalt 10 kvinnor som driver företag i Skåne län. Detta gjordes för att kontrollera enkätens validitet och upptäcka eventuella fel. Små justeringar gjordes utifrån de få synpunkter vi fick rörande frågornas utformning. Därefter skickades den aktuella enkäten ut i november månad 2002, till 378 stycken kvinnor som utgjorde våra urvalsgrupper. Enkäten skickades tillsammans med en projektbeskrivning, intresseanmälan om att delta vid senare intervju samt ett portofritt svarskuvert. Deltagarna fick en grundlig presentation om bland annat undersökningens syfte i projektbeskrivningen samt information om anonymitet. Även information om var och när deltagarna kan ta del av studiens resultat. Deltagarna fick också information om att frågeformuläret skulle återsändas inom en vecka i det portofria svarskuvertet. En och en halv vecka efter utskicket av enkäten, sändes ett kuvert med innehåll av en påminnelse, projektbeskrivning, frågeformulär samt intresseanmälan om att delta vid senare intervju. Denna skulle återsändas inom en vecka i det portofria svarskuvert (Se bilaga C). Den totala svarsfrekvensen var 42%. Sammanlagt skickades 31 stycken enkäter tillbaka tomma med motivering att de inte ville delta eller att de inte var ägare till företaget.

### *Data bearbetning*

Enkätundersökningsdata har delvis bearbetats med vanlig statistiskt analys SPSS 9.0. (1999) samt med hjälp av SphinxSurvey (2002). För att beskriva grupperna använde vi oss av svarsfrekvenser från olika frågor med hjälp av SphinxSurvey (2002). Även de frågor som hade ostrukturerade svar bearbetades med detta program. Chi<sup>2</sup> - analys har använts på grund av vårt nyskapade frågeformulär. Vidare har det gjorts Chi<sup>2</sup> - analyser för att studera om det fanns några eventuella skillnader mellan våra deltagargrupper.

## **Resultat**

Av de 78 variabler som vi undersökt är endast tre signifikant säkerställda när det gäller skillnad mellan de kvinnor som har växande företag och de kvinnor som har icke växande företag. En av dessa handlar om familjeförhållande samt två berör nätverk. Mellan de äldre och yngre som har växande företag finns det 24 signifikanta skillnader mellan de äldre och



yngre angående de 78 variabler vi undersökt. Av dessa variabler är en demografisk faktor, en rörande familjeförhållande, nio nätverksvariabler, två angående hälsa, tre om självförtroende, två variabler om drivkrafter, en ledarskapsaspekt samt fyra som berör kontroll/hälsa. Det finns en viss svaghet med tolkningen av de statistiskt signifikanta resultat vi fått mellan de äldre och yngre kvinnorna med växande företag på grund av att vi inte vet om dessa även skulle kunna gälla för de äldre och yngre med icke växande företag, samt för likasinnade män. De extrema värden vi fått i jämförelsen mellan våra undersökningsgrupper är kanske inte så extrema som de verkar. Samtidigt anser vi att det är viktigt att redovisa dessa. De säger ju att det finns en skillnad mellan de kvinnor som har tillväxtföretag och de som inte har detta, vilket undersökningen studerar.

### *Deskriptiv Analys av Kvinnor med Växande Företag samt Kvinnor med Icke Växande Företag*

Syftet med analysen är att skapa en bild av hur kvinnorna som driver växande samt icke växande företag ser ut. De kvinnor med växande företag består sammanlagt av 191 företag, medan de kvinnor som driver icke växande företag består sammanlagt av 187 företag. Av de förstnämnda svarade 89 på enkäten, 15 skickade tillbaka tomma enkäter, vilket gjorde att det externa bortfallet således blev 87 stycken. När det gäller de icke växande företag som drivs av kvinnor var svarsfrekvensen till slut 84 företag varav 14 var tomma enkäter, vilket gjorde att det externa bortfallet blev 103 stycken.

Genomsnittsåldern hos de kvinnor som har växande företag är  $M = 1952,5$  år ( $SD = 7,88$ ) och hos de kvinnor med företag som inte växer är snittåldern  $M = 1952$  år ( $SD = 7,99$ ). Av dessa kvinnor med företag som växer är det 15 (16,9%) av dem som har invandrarbakgrund medan endast 5 (7,1%) av de kvinnor som driver icke växande företag har denna bakgrund. Det vanligaste civilståndet som de kvinnor med företag som växer, är gift med 61 (68,5%), vilket är nästan exakt samma resultat hos de kvinnor som driver icke växande företag där 48 (68,6%) är gifta.

Största delen ( $n = 27$ , 30,3%) av de kvinnor med företag som växer, bor i en mellanstor stad (10.000-150.000 invånare) eller på landsbygden ( $n = 23$ , 25,8%) medan kvinnorna som driver icke växande företag bor till största delen ( $n = 25$ , 35,7%) i en mellanstor stad (10.000-150.000 invånare) eller i samhälle med minst 500 invånare ( $n = 18$ , 25,7%,). Vad gäller deltagarnas formella utbildning så har 49 (55,1%) av kvinnorna med företag som växer läst på högskola/universitet medan 28 (40%) av de kvinnor som driver icke växande företag har samma utbildning. Den ägarform som de flesta 61 (68,5%) kvinnor med växande företag har,

är ägare. Denna fördelning av ägarform dominerar även bland de kvinnor som driver icke växande företag där 52 (74,3%) är ägare.

Den näringsbransch som de flesta av kvinnor med företag som växer är i, hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet ( $n = 19, 21,3\%$ ), samt parti- och detaljhandel samt reparation ( $n = 16, 18\%$ ). Även de kvinnor som driver icke växande företag har de flesta en tillhörighet till samma näringsbranscher som de som driver växande företag. Fast här tillhör de flesta parti- och detaljhandel samt reparation ( $n = 20, 28,6\%$ ) och därefter hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet ( $n = 13, 18,6\%$ ).

Företagsstorleken, det vill säga antal anställda i företaget ligger främst inom intervallen 1-4 stycken anställda med ( $n = 61, 68,5\%$ ) hos de kvinnor med företag som växer och ( $n = 52, 74,3\%$ ) hos de icke växande kvinnliga företagarna. De flesta kvinnor med företag som växer har drivit företag i 6-10 år ( $n = 33, 37,2\%$ ) medan de flesta kvinnor som driver icke växande företag har även de drivit företag i 6-10 år ( $n = 30, 42,9\%$ ). Kvinnorna med tillväxtföretag i de allra flesta fall 16-20 år erfarenhet inom samma bransch som deras nuvarande företag ( $n = 22, 24,7\%$ ). Hos de kvinnor som driver icke växande företag har de flesta av dem erfarenhet inom samma bransch i 11-15 år eller 16-20 år ( $n = 13, 18,6\%$ ;  $n = 13, 18,6\%$ ).

Den genomsnittliga omsättningen per år i företagen som drivs av kvinnor med företag som växer är 5.310.213,48 sek (SD = 7541491,83 sek) medan den är i genomsnitt 3.799.470,60 sek (SD = 4024263,18 sek) i de icke växande företagen som drivs av kvinnor (Bilaga A).

### *Chi<sup>2</sup> Analys av Kvinnor med Växande Företag samt Kvinnor med Icke Växande Företag*

#### *Familjeförhållande*

Resultaten visade att det finns signifikanta skillnader vad gäller plats i syskonskaran mellan de kvinnor med företag som växer ( $n = 89$ ) med de kvinnor som driver icke växande företag ( $n = 70$ ),  $\chi^2(4, N = 159) = 8,106, p < .036$ . Skillnaden verkar främst bestå mellan de kvinnor som är äldst i syskonskaran och tillhör den växande gruppen ( $n = 45, 50,6\%$ ) med de kvinnor som är äldst i syskonskaran och som tillhör den icke växande gruppen ( $n = 21, 30\%$ ).

För övrigt finns det även en skillnad i att de flesta kvinnor ( $n = 28, 40\%$ ) som tillhör den icke växande gruppen är yngst i sin syskonskara medan det finns 20 stycken (22,5%) av kvinnorna som tillhör den växande gruppen som är yngst. När det gäller de kvinnor som driver företag som växer i jämförelse med de kvinnor som driver icke växande företag finns det 16 stycken (18%) som är mellanbarn i den förstnämnda gruppen medan det finns 14

stycken (20%) i den sistnämnda gruppen. Ensam barn finns det 7 stycken (10%) av i gruppen med kvinnor som har icke växande företag medan det finns 8 stycken (9%) som är det hos de kvinnor med företag som växer.

### Nätverk

Det finns två signifikanta skillnader mellan de kvinnor med företag som växer med de kvinnor som driver icke växande företag när det gäller nätverk. Den första är om deras partner driver eget företag medan den andre än hur kvinnorna i de olika grupperna utnyttjade deras personliga kontaktnät vid uppbyggandet av deras företag.

Tabell 1

*Chi<sup>2</sup>Analys: Kvinnor med Företag som Växer och Kvinnor med Icke Växande Företag*

Nätverk	$\chi^2$	df	p*
1. Om deras partner driver företag	7,735	2	.021
2. Utnyttjat personligt kontaktnät	10,262	4	.036

*Notering.* \* =  $p < .05$ .

Tabell 1 ovan redovisar i kolumn 1 att flera kvinnor med företag som växer, 37 stycken (41,6%) tenderar att även ha en partner som driver företag, i jämförelse med de kvinnor som driver icke växande företag 17 stycken (24,3%). När det istället gäller de kvinnor som har en partner som inte driver företag är det signifikant säkerställt att det är 38 stycken (42,7%) av de kvinnor med företag som växer mot 46 stycken (65,7%) av de icke växande som har det. Av de kvinnor som inte har en partner visar resultaten att av de växande gruppen kvinnliga företagare har 12 st (13,5%) ej detta medan 7 stycken (10%) av de icke växande kvinnorna har detta.

I kolumn 2 i Tabell 1 ovan redovisas att det finns signifikanta skillnader mellan grupperna även när det gäller om de utnyttjade sina personliga kontaktnät vid uppbyggandet av deras företag. Den visar att den största skillnaden verkar främst bestå av att fler kvinnor som driver de växande företagen gjorde detta i ganska stor utsträckning ( $n = 29$ , 32,6%) i jämförelse med de flesta kvinnorna som de driver icke växande företagen ( $n = 14$ , 20%). Därefter finns det en skillnad när det gäller vilka som utnyttjat detta i mycket stor

utsträckning. Av de icke växande var det 9 stycken (12,9%) som gjorde detta medan 21 (23,6%) av de växande gjorde samma sak. De kvinnor med företag som växer och som utnyttjat detta i måttlig utsträckning var 22 stycken (24,7%) samt i ganska liten grad 9 stycken (10,1%), vilket var nästan lika många av de icke växande, 21 stycken (30%) samt 11 stycken (15,7%). Av de som utnyttjade sina personliga kontaktnät i mycket liten utsträckning var det fler av de kvinnor ( $n = 15$ , 21,4%) som driver icke växande företag som gjorde detta än de som driver växande företag ( $n = 8$ , 9%).

### *Deskriptiv Analys av Äldre och Yngre Kvinnor med Växande Företag*

Syftet med denna analys är att skapa en bild av hur äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag ser ut. När det gäller jämförelsen mellan de äldre ( $N = 44$ ) och yngre ( $N = 45$ ) kvinnorna som driver växande företag består de totalt av 89 företag. Vanligast förekommande civilstånd för de äldre är gift ( $n = 32$ , 71,1%) och detta gäller även för de yngre ( $n = 29$ , 65,9%). Av de äldre kvinnorna som tillhör denna grupp har 7 (15,9%) av dem invandrabakgrund, medan 8 (17,8%) av de yngre har detta.

De äldre kvinnorna som driver växande företag bor till största delen i mellanstor stad ( $n = 12$ , 26,7%) medan de yngre bor främst i en mellan storstad ( $n = 15$ , 34,1%) samt på landsbygden ( $n = 15$ , 34,1%). Vad gäller formell utbildning har de flesta av de yngre kvinnorna läst på högskola/universitet ( $n = 24$ , 55,6%) vilket även de äldre kvinnorna i denna grupp har gjort ( $n = 25$ , 54,5%). Den ägarform som dominerar bland de äldre kvinnor är ägare ( $n = 31$ , 71,1%) medan 13 (28,9%) är delägare. 30 (65,9%) är ägare och 15 (34,1%) är delägare hos de yngre kvinnorna som driver växande företag och som deltagit i undersökningen.

I den grupp av företagare med tillväxt tillhör de flesta yngres kvinnors företag näringsbranscherna: hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet ( $n = 12$ , 26,7%) och parti- detaljhandel samt reparation ( $n = 9$ , 20,0%). Medan de äldre kvinnornas företag tillhör näringsbranscherna parti- detaljhandel samt reparation ( $n = 7$ , 15,9%) och hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet ( $n = 7$ , 15,9%).

Företagsstorleken, det vill säga antal anställda, som är vanligast bland dessa yngre kvinnor ligger främst inom intervallen 1-4 anställda ( $n = 30$ , 66,7%). De äldre kvinnornas dominerande företagsstorlek är även det inom intervallen 1-4 anställda ( $n = 31$ , 70,5%). De flesta av de äldre kvinnorna som driver växande företag har drivit dessa i 6-10 år ( $n = 14$ , 35,3%) eller 11-15år ( $n = 14$ , 35,3%) medan merparten av de yngre har drivit sina företag i 6-

10 år ( $n = 19, 43,2\%$ ). De äldres erfarenhet inom samma bransch är i de allra flesta fall 16-20 år eller 26-30 år ( $n = 11, 24,4\%$ ). För de yngres branscherfarenhet gäller 11-15 år ( $n = 11, 34,1\%$ ) eller 16-20 år ( $n = 11, 34,1\%$ ). De äldres årliga omsättningen i sina företag är i genomsnitt 4.600.667 sek ( $SD = 5889051,63$ ), medan omsättningen är 6.035.886 sek ( $SD = 8935341,17$ ) hos de yngre med växande företag (Bilaga B).

### *Chi<sup>2</sup> Analys av Äldre och Yngre Kvinnor med Växande Företag*

#### *Demografiska faktorer*

Det är statistiskt säkerställt att det finns skillnader mellan äldre och yngre gällande deras formella utbildning  $\chi^2(4, N = 89) = 27,834, p < .000$ . Denna verkar främst bestå av en skillnad mellan de äldre och yngre som har minst 3 årigt gymnasium (Äldre;  $n = 3, 3,9\%$ )(Yngre;  $n = 9, 10,4\%$ ), realskola/folk (Äldre;  $n = 6, 6,5\%$ )(Yngre;  $n = 1, 1,3\%$ ) samt annan utbildning (Äldre;  $n = 1, 1,3\%$ )(Yngre;  $n = 5, 5,2\%$ ). När det gäller de andra formerna av utbildning är de äldre och yngre mer lika, folkskola/grundskola (Äldre;  $n = 12, 13,0\%$ )(Yngre;  $n = 9, 10,4\%$ ) samt högskola/universitet (Äldre;  $n = 22, 24,4\%$ )(Yngre;  $n = 21, 23,5\%$ ).

#### *Familjeförhållande*

Det finns även signifikanta resultat rörande om de äldre eller yngre kvinnornas föräldrar driver företag eller ej  $\chi^2(2, N = 89) = 10,241, p < .006$ . Den största skillnaden består främst av en skillnad mellan att de flesta yngre ( $n = 27, 30,6\%$ ) och äldre ( $n = 33, 37,1\%$ ) har föräldrar som inte driver egna företag. Medan de kvinnor som har föräldrar som driver egna företag visar resultatet att det är fler av de yngre ( $n = 10, 11,7\%$ ) än de äldre ( $n = 8, 8,8\%$ ) som har en förälder som gör detta. Samtidigt finns det fler yngre som har föräldrar som båda två driver företag ( $n = 8, 8,5\%$ ) än de äldre ( $n = 3, 3,3\%$ ) kvinnorna som har växande företag.

#### *Nätverk*

Signifikanta skillnader finns rörande moderns betydelse för de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag. Det är även signifikant säkerställt att det finns en skillnad mellan grupperna rörande faderns betydelse. Även statistiskt signifikanta resultat visar att det finns en signifikant skillnad mellan de äldre och yngre som har partner gällande deras betydelse för kvinnornas nuvarande företag.

Skillnader som är signifikanta finns även när det gäller om det finns någon i äldre eller yngre kvinnorna med växande företag, familjenärhet som kan kontakta vid råd eller stöd. Även signifikanta resultat finns angående vem denna person är. De äldre och yngre skiljer sig statistiskt signifikant åt i hur de utnyttjade deras personliga kontaktnät vid uppbyggnaden av sina företag.

Skillnaden mellan de äldre och yngres uppfattning av betydelsen av branschfolk för deras nuvarande företagande är också statistiskt säkerställt. En statistisk signifikans finns även gällande den skillnad mellan grupperna av äldre och yngre kvinnor som driver växande företag, när det gäller deras uppfattning om det finns personer i deras företagsnärhet som de kan kontakta vid behov av råd eller stöd. Vem de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag kontaktar i första hand visar sig även vara signifikant säkerställt.

Tabell 2

*Chi<sup>2</sup>Analys: Mellan Äldre och Yngre Kvinnor som Driver Växande Företag*

Nätverk	$\chi^2$	df	p*
Inom den privata Världen			
1. Moderns betydelse för företagandet	15,561	4	.004
2. Faderns betydelse för företagandet	24,347	4	.000
3. Partners betydelse för företagandet	28,949	4	.000
4. Någon kan ge råd och stöd i privata närheten	19,829	2	.000
5. Vem de kontaktar i privata närheten	28,674	4	.000
Inom företagsvärlden			
6. Utnyttjat personliga kontaktnät vid uppbygg...	11,784	4	.019
7. Branschfolks betydelse för företagandet	14,202	4	.007
8. Någon kan ge råd och stöd i företagsnärheten	19,302	2	.000
9. Vem de kontaktar i företagsnärheten	21,528	3	.000

Notering. \* =  $p < .05$ .

Ovan i Tabell 2 kolumn 1 redovisas att det finns en signifikant skillnad rörande moderns betydelse för de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag. Denna skillnad är till största delen obefintlig för de äldre ( $n = 30$ , 33,9%) och yngres ( $n = 22$ , 25,4%) nuvarande

företagande. Därefter har de yngre ( $n = 9, 10,1\%$ ) svarat att modern haft en mycket stor betydelse för deras nuvarande företagande medan endast få av de äldre ( $n = 4, 4,2\%$ ) svarat likadant. I de tre övriga svarsalternativen verkar skillnaden främst bestå av en liten skillnad mellan de äldre och yngres uppfattning av moderns betydelse. Moderns betydelse är svag (Äldre;  $n = 4, 3,9\%$ )(Yngre;  $n = 7, 7,8\%$ ), ganska stor (Äldre;  $n = 3, 3,6\%$ )(Yngre;  $n = 4, 4,6\%$ ) samt måttlig (Äldre;  $n = 3, 3,6\%$ )(Yngre;  $n = 3 = 2,9\%$ ).

I kolumn 1 Tabell 2 ovan visar det att en skillnad finns gällande faderns betydelse för de yngre och äldre kvinnorna med växande företag. Den största skillnaden när det gäller faderns betydelse för de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag, verkar främst bestå av att de äldre ( $n = 26, 29,0\%$ ) och yngre ( $n = 21, 23,4\%$ ) upplevt faderns betydelse som obefintlig. Därefter finns det en mindre skillnad mellan de yngre ( $n = 8, 9,2\%$ ) och de äldre ( $n = 3, 3,0\%$ ) vad gäller de som ansett att fadern haft en betydelse för deras nuvarande företagande. Ännu mindre skillnader finns mellan de äldre och yngre som svarat att fadern haft en ganska stor betydelse (Äldre;  $n = 1, 1,0\%$ )(Yngre;  $n = 5, 5,9\%$ ), måttlig (Äldre;  $n = 12, 13,5\%$ )(Yngre;  $n = 9, 9,9\%$ ) eller svag betydelse (Äldre;  $n = 2, 2,0\%$ )(Yngre;  $n = 3, 3,0\%$ ).

Resultatet i kolumn 3 i Tabellen ovan visar en signifikant skillnad mellan de äldre ( $n = 14, 15,5\%$ ) och yngre ( $n = 22, 24,4\%$ ) som har partner och som ansåg att deras partner i mycket stor utsträckning hade en betydelse för deras nuvarande företag. Den näst främsta skillnaden verkar bestå av en skillnad mellan de äldre ( $n = 11, 12,0\%$ ) och yngre ( $n = 5, 5,2\%$ ) rörande att de upplevt att deras partner haft betydelse i en ganska stor utsträckning. Därefter finns det mindre skillnader i betydelsen de äldre och yngres partner haft för deras företagande, vilket är i mycket liten utsträckning (Äldre;  $n = 7, 7,6\%$ )(Yngre;  $n = 2, 2,1\%$ ), måttlig utsträckning (Äldre;  $n = 5, 5,8\%$ )(Yngre;  $n = 10, 11,0\%$ ) samt ganska liten utsträckning (Äldre;  $n = 6, 6,5\%$ )(Yngre;  $n = 9, 10,0\%$ ).

Tabell 2 redovisar ovan i kolumn 4 skillnaden när det istället gäller om det finns någon i deras familjenärhet som de kan kontakta vid råd eller stöd svarade majoriteten av både de äldre ( $n = 23, 26,1\%$ ) och yngre ( $n = 28, 31,9\%$ ) att det finns någon person, vilket även visar på den största skillnaden mellan dessa grupper av kvinnor. En mindre skillnad verkar bestå av att de äldre och yngre ansåg att det inte finns någon (Äldre;  $n = 8, 8,8\%$ )(Yngre;  $n = 1, 1,3\%$ ) och en ännu mindre skillnad visades när det gäller att de äldre och yngre ansåg att det fanns flera (Äldre;  $n = 13, 14,3\%$ )(Yngre;  $n = 16, 17,6\%$ ) som de kunde kontakta vid råd eller stöd.

I Tabell 2 visas i kolumn 5 signifikanta resultat rörande vem denna någon som de flesta svarat att de kunde kontakta vid råd eller stöd är. Enligt de signifikanta resultaten är det främst hos de äldre (31,1%) och yngre (31,1%) deras partner. När det gäller mor (Ä = 0%)(Y =

4,9%), far ( $\ddot{A} = 0\%$ )( $Y = 5,3\%$ ), vän/ner ( $\ddot{A} = 5,7\%$ )( $Y = 5,3\%$ ) samt någon annan ( $\ddot{A} = 9,5\%$ )( $Y = 7,1\%$ ) visar detta på en skillnad mellan de äldre och yngre som inte är så stor. De kontaktar dem i ganska liten grad.

Den statistiska skillnad som kolumn 6 i Tabell 2 redovisar handlar om att äldre och yngre skiljer sig åt i utnyttjandet av deras personliga kontaktnät vid uppbyggnaden av sina företag. Skillnaden verkar främst bestå av en skillnad mellan de äldre ( $n = 11, 12,4\%$ ) och de yngre ( $n = 18, 20,5\%$ ) vad gäller att de gjorde det i ganska stor utsträckning. Därefter minskar skillnaden genom att de äldre och yngre utnyttjade detta i ganska liten utsträckning (Äldre;  $n = 6, 6,5\%$ )(Yngre;  $3, 3,3\%$ ), mycket liten utsträckning (Äldre;  $n = 5, 5,9\%$ )(Yngre;  $3, 3,3\%$ ) samt mycket stor utsträckning (Äldre;  $n = 11, 12,1\%$ )(Yngre;  $10, 11,4\%$ ). Minst skillnad mellan de äldre och yngre gäller att de har utnyttjat kontaktnäten i måttlig utsträckning (Äldre;  $n = 11, 12,4\%$ )(Yngre;  $n = 11, 12,4\%$ ).

Tabell 2 ovan visar i kolumn 7 att det är statistiskt säkerställt att det även finns skillnader mellan de äldre och yngre med att branschfolk har en betydelse för dessa kvinnors nuvarande företagande. Skillnaden verkar främst bestå mellan de äldre ( $n = 9, 10,4\%$ ) och yngres ( $n = 15, 16,9\%$ ) åsikt om att branschfolk har en måttlig betydelse. Mindre skillnader visades även finnas mellan de äldre och yngres åsikt gällande detta, obefintligt (Äldre;  $n = 8 = 8,5\%$ )(Yngre;  $n = 3, 3,3\%$ ), mycket stort (Äldre;  $8, 9,4\%$ )(Yngre;  $n = 6, 6,5\%$ ), ganska stort (Äldre;  $n = 11, 12,4\%$ )(Yngre;  $n = 13, 14,7\%$ ) samt svagt (Äldre;  $n = 8, 8,5\%$ )(Yngre;  $n = 8, 9,4\%$ ).

I Tabellen ovan i kolumn 8 visas även resultat om att det finns signifikanta skillnader mellan de äldre och yngres uppfattning om det finns någon i de äldre och yngres företagsnärhet som de kan kontakta vid råd eller stöd. Denna skillnad är även den främsta mellan de äldre ( $34,5\%$ ) och yngre ( $23,8\%$ ). Mindre skillnader finns mellan de äldre och yngre gällande om att det finns ingen ( $\ddot{A} = 4,6\%$ )( $Y = 12,1\%$ ) eller flera ( $\ddot{A} = 10,1\%$ )( $Y = 15,0\%$ ) de kan kontakta.

Kolumn 10 i Tabell 2 visar skillnader i vem de kontaktar i första hand. Främst handlar denna signifikanta skillnad om att det är branschfolk som de äldre ( $n = 9, 10,2\%$ ) och yngre ( $n = 17, 19,3\%$ ) kvinnorna med växande företag kontaktar. Därefter finns det skillnader som visar att äldre och yngre skiljer sig även åt vem de kontaktar av någon annan (Äldre;  $13, 14,2\%$ )(Yngre;  $8, 8,7\%$ ), företagsrådgivare (Äldre;  $3, 3,6\%$ )(Yngre;  $0 = 0\%$ ) samt kollegor (Äldre;  $n = 21, 23,3\%$ )(Yngre;  $18, 20,7\%$ ).





*Hälsa/kontroll*

Skillnader rörande hur de äldre och yngre med växande företag upplever stress i sin arbetssituation visas vara statistiskt signifikant. Även signifikanta skillnader finns i den upplevelse de äldre och yngre har angående möjligheten att släppa tankarna om sitt företagande på fritiden.

De äldre och yngre kvinnorna som driver växande företags skiljer sig statistiskt signifikant åt när det gäller upplevelsen om att omvärldsfaktorer påverkar deras företagande. Skillnaden som finns mellan de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag när det gäller upplevelsen av lagars påverkan på deras företagande är även statistiskt säkerställd. Även en statistisk skillnad mellan grupperna finns rörande upplevelsen av marknadens påverkan. Det är statistiskt säkerställt att det även finns en skillnad mellan de äldre och yngre vad gäller uppfattningen om rådande världslägen påverkan på deras företagande.

Tabell 3

*Chi<sup>2</sup> Analys: Mellan Äldre och Yngre Kvinnor som Driver Växande Företag*

Hälsa/kontroll	$\chi^2$	df	p*
1. Upplevd stress i arbetssituation	17,748	4	.001
2. Släppa tankarna om företaget på fritiden	22,772	4	.000
1. Omvärldsfaktorens påverkan på företagandet	29,228	4	.000
2. Lagars påverkan på företagandet	16,008	4	.003
3. Marknadens påverkan på företagandet	20,587	4	.000
4. Rådande världslägens påverkan på företagandet	20,420	4	.000

*Notering.* \* =  $p < .05$ .

I Tabell 3 som finns ovan redovisas det i kolumn 1 resultaten rörande hur de äldre och yngre upplever stress i sin arbetssituation. Den signifikanta skillnaden gällande detta består främst av en skillnad hos de äldre ( $n = 3$ , 2,9%) och yngre ( $n = 8$ , 9,4%) rörande att de upplever stressen i mycket hög grad. Även statistiska säkerställda skillnader finns mellan grupperna gällande de övriga svarsalternativen, mycket låg grad (Äldre;  $n = 3$ , 3,6%)(Yngre;  $n = 1$ , 1,0%), måttlig grad (Äldre;  $n = 17$ , 19,2%)(Yngre;  $n = 15$ , 16,9%), ganska hög grad

(Äldre;  $n = 19, 21,5\%$ )(Yngre;  $n = 17, 19,5\%$ ) samt ganska låg grad (Äldre;  $n = 2, 2,0\%$ )(Yngre;  $n = 4 = 3,9\%$ ).

I kolumn 2 i Tabell 3 redovisas den statistiska signifikanta skillnaden rörande den upplevelse de äldre och yngre har angående möjligheten att släppa tankarna om sitt företagande på fritiden. Denna skillnad verkar främst bestå av en skillnad mellan de äldre ( $n = 10, 11,1\%$ ) och yngre ( $n = 18, 19,9\%$ ) vad gäller de som upplever sig ha denna möjlighet måttligt. Även skillnader finns mellan de äldre och yngre gällande ganska liten möjlighet (Äldre;  $n = 10, 11,1\%$ )(Yngre;  $n = 4, 4,2\%$ ), mycket stor möjlighet (Äldre;  $n = 9, 10,1\%$ )(Yngre;  $n = 5, 5,5\%$ ), ganska stor möjlighet (Äldre;  $n = 13, 14,7\%$ )(Yngre;  $n = 16, 17,6\%$ ) samt mycket liten möjlighet (Äldre;  $n = 2, 2,3\%$ )(Yngre;  $n = 3, 3,6\%$ ).

De signifikanta skillnader som redovisas i kolumn 4 i Tabellen ovan, handlar om hur de äldre och yngre upplever att omvärldsfaktorer påverkar deras företagande. Denna skillnad verkar främst bestå av en skillnad mellan att de äldre ( $n = 3, 3,9\%$ ) och yngre ( $n = 5, 5,6\%$ ) upplever detta i måttlig utsträckning. De övriga skillnaderna mellan äldre och yngre i denna fråga visar att de upplever detta i mycket stor utsträckning (Äldre;  $n = 15, 16,6\%$ )(Yngre;  $n = 8, 8,8\%$ ), ganska stor utsträckning (Äldre;  $n = 13, 14,7\%$ )(Yngre;  $n = 12, 13,7\%$ ), ganska liten utsträckning (Äldre;  $n = 8, 8,5\%$ )(Yngre;  $n = 7, 7,5\%$ ) samt mycket liten utsträckning (Äldre;  $n = 5, 5,5\%$ )(Yngre;  $n = 5, 5,2\%$ ).

Tabell 3 redovisar i kolumn 5 de signifikanta resultat som berör den påverkan som lagar. Den visar att skillnaden främst bestå av att de äldre ( $n = 3, 3,6\%$ ) och yngre ( $n = 0, 0\%$ ) kvinnornas uppfattning är att dessa påverkar i mycket låg grad deras företagande. Övriga skillnader mellan äldre och yngre i denna fråga är att de upplever att lagar påverkar i ganska låg grad (Äldre;  $n = 1, 1,0\%$ )(Yngre;  $n = 3, 3,6\%$ ), ganska hög grad (Äldre;  $n = 17, 19,5\%$ )(Yngre;  $n = 19, 21,5\%$ ), måttlig grad (Äldre;  $n = 6, 6,2\%$ )(Yngre;  $n = 6, 7,2\%$ ) samt mycket hög grad (Äldre;  $n = 17, 18,9\%$ )(Yngre;  $n = 17, 18,6\%$ ).

I kolumn 5 i Tabellen ovan handlar det istället om de signifikanta resultat gällande skillnader i uppfattning om marknadens påverkan. En skillnad mellan att de äldre ( $n = 10, 11,1\%$ ) och de yngre ( $n = 17, 18,9\%$ ) upplever att den gör det i ganska hög omfattning är den största skillnaden. Övriga skillnader mellan de äldre och yngre i denna fråga är att den gör det i mycket hög omfattning (Äldre;  $n = 16, 17,6\%$ )(Yngre;  $n = 9, 10,4\%$ ), måttlig omfattning, (Äldre;  $n = 1, 12,4\%$ )(Yngre;  $n = 16, 17,9\%$ ) mycket låg omfattning (Äldre;  $n = 5, 5,2\%$ )(Yngre;  $n = 2, 2,6\%$ ) samt ganska låg omfattning (Äldre;  $n = 3, 2,9\%$ )(Yngre;  $n = 1, 1,0\%$ ).

Ovan i Tabell 3 visar kolumn 6 att det är statistiskt säkerställt att det även finns en skillnad mellan de äldre och yngre vad gäller uppfattningen om rådande världslägen påverkar de äldre och yngres företagande. Skillnaden verkar främst bestå av en skillnad mellan de äldre ( $n = 6, 6,8\%$ ) och yngre ( $n = 15, 16,6\%$ ) i att de upplever detta i ganska låg grad. Övriga skillnader är att de äldre och yngre upplever påverkan av rådande världslägen i ganska hög grad (Äldre;  $n = 13, 15,0\%$ )(Yngre;  $n = 7, 7,5\%$ ), mycket låg grad (Äldre;  $n = 10, 11,7\%$ )(Yngre;  $n = 5, 5,9\%$ ), måttlig grad (Äldre;  $n = 10, 10,7\%$ )(Yngre;  $n = 15, 16,3\%$ ) samt i mycket hög grad (Äldre;  $n = 4, 4,9\%$ )(Yngre;  $n = 4, 4,6\%$ ).

### *Självförtroende*

Det är statistiskt säkerställt att det finns skillnader mellan de äldre och yngre med växande företag, vad gäller upplevelsen att deras kompetens som de besitter är tillräcklig för att driva ett företag. Även finns det signifikanta skillnader i hur de äldre och yngre bedömer sin egen kompetens. Hur de äldre och yngre värderar sina prestationer är även statistiskt signifikant.

Tabell 4

*Chi<sup>2</sup> Analys: Mellan Äldre och Yngre Kvinnor som Driver Växande Företag*

Självförtroende	$\chi^2$	<i>df</i>	<i>p</i> *
1. Tillräcklig kompetens	8,665	2	.013
2. Bedömning av den egna kompetensen	14,057	2	.001
3. Värdering av egna prestationer	23,848	2	.000

*Notering.* \* =  $p < .05$ .

Som Tabell 4 redovisar i kolumn 1 finns det en säkerställd signifikant skillnad mellan de äldre och yngre som driver växande företag, vad gäller upplevelsen att deras kompetens som de besitter är tillräcklig för att driva ett företag. Främst består denna skillnad av att de bedömer den som tillräcklig i måttlig grad hos de äldre ( $n = 3, 3,6\%$ ) och yngre ( $n = 8, 9,4\%$ ). Andra skillnader visas finnas när det gäller att de upplever detta i mycket hög grad (Äldre;  $n = 16, 18,2\%$ )(Yngre;  $n = 15, 16,3\%$ ) samt ganska hög grad (Äldre;  $n = 24, 27,4\%$ )(Yngre; 22,

25,1%). I denna fråga har inga av de äldre och yngre kvinnorna svarat att de anser sig ha ganska låg grad av eller inte alls tillräcklig kompetens.

Kolumn 2 i Tabell 4 visar att det finns signifikanta skillnader i hur de äldre och yngre bedömer sin egen kompetens. Denna skillnad verkar främst finnas mellan de äldre ( $n = 2$ , 2,6%) och yngres ( $n = 8$ , 9,4%) åsikt om att deras kompetens är måttlig. Övriga skillnader i denna fråga är de äldre och yngres åsikter rörande bedömningen som mycket hög (Äldre;  $n = 9$ , 10,4%)(Yngre; 10, 11,7%) samt ganska hög (Äldre; 32, 36,2%)(Yngre; 26, 29,6%). Även i denna fråga har inga av de äldre och yngre bedömt sin kompetens som ganska låg eller mycket låg.

När det istället gäller kolumn 3 i Tabell 4 redovisas att det finns en signifikant skillnad som visar hur de äldre ( $n = 3$ , 3,9%) och yngre ( $n = 12$ , 13,7%) som driver växande företag skiljer sig åt i hur de värderar sina prestationer. Denna skillnad verkar främst bestå av de yngre och äldre som driver växande företag och värderar sina prestationer som måttliga. De skiljer sig även åt med att äldre och yngre värderar sina prestationer i mycket hög grad (Äldre;  $n = 10$ , 11,4%)(Yngre;  $n = 5$ , 5,2%) samt ganska hög grad (Äldre;  $n = 30$ , 33,9%)(Yngre;  $n = 28$ , 31,9%).

### *Drivkraft*

Det är statistiskt säkerställt att det finns signifikanta skillnader mellan hur viktigt det är för äldre och yngre att kunna styra sin egen tid. När det gäller betydelsen av status i relation till sitt företagande visas det finnas statistiskt signifikanta skillnader mellan de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag.

Tabell 5

*Chi<sup>2</sup> Analys: Mellan Äldre och Yngre Kvinnor som Driver Växande Företag*

Drivkraft	$\chi^2$	<i>df</i>	<i>p</i> *
1. <i>Styra över egen tid</i>	9,349	2	.009
2. <i>"Status" betydelse för företagande</i>	20,420	3	.000

*Notering.* \* =  $p < .05$ .

Tabell 5 redovisar i kolumn 1 den statistiskt säkerställda skillnad mellan de äldre och yngre vad gäller betydelsen av deras företagande. Den verkar främst bestå av en skillnad i att deras företagande är mycket betydelsefullt för de äldre ( $n = 20, 22,7\%$ ) och yngre ( $n = 13, 15,1\%$ ). Skillnader finns även hos de äldre och yngre som anser att företagandet är ganska betydelsefullt (Äldre;  $n = 19, 21,7\%$ )(Yngre;  $n = 25, 28,3\%$ ) samt måttligt (Äldre;  $n = 4, 4,3\%$ )(Yngre;  $n = 7, 7,9\%$ ).

Kolumn 2 i tabellen ovan visar att det även finns signifikanta skillnader mellan hur viktigt de äldre och yngre anser att det är att kunna styra sin egen tid. Främst verkar denna skillnad bestå av en skillnad mellan de äldre ( $n = 14, 16,0\%$ ) och yngre ( $n = 22, 25,1\%$ ) som tycker att det är ganska viktigt. Äldre och yngre skiljer sig även åt rörande att de tycker att det är mycket viktigt (Äldre;  $n = 27, 30,6\%$ )(Yngre;  $n = 21, 23,1\%$ ). Både få av de äldre ( $n = 2, 2,6\%$ ) och yngre ( $n = 2, 2,6\%$ ) anser att det är måttligt viktigt och ingen har ansett att styra över sin egen tid inte varit särskilt viktigt samt inte alls viktigt.

Ovan i tabellen visar kolumn 3 de signifikanta resultaten om att det finns en skillnad mellan de äldre och yngre med växande företag vad gäller betydelsen av status i relation till deras företagande. Främst finnas skillnaderna mellan att de äldre ( $8,1\%$ ) och yngre ( $1,0\%$ ) tycker att det är ganska betydelsefullt. De övriga skillnaderna mellan äldre och yngre i denna fråga är att status har en mindre betydelse (Ä =  $15,6\%$ )(Y =  $20,5\%$ ), måttlig betydelse (Ä =  $8,8\%$ )(Y =  $11,4\%$ ), samt ingen betydelse alls (Ä =  $16,6\%$ )(Y =  $17,9\%$ ).

### *Ledarskap*

Det är signifikant säkerställt att skillnader i att de äldre och yngre med växande företag delegerar ansvar till sina anställda finns  $\chi^2(2, N = 89) = 31,127, p < .000$ . Den främsta skillnaden verkar finnas i att de äldre ( $n = 36, 41,1\%$ ) och yngre ( $n = 26, 28,8\%$ ) gör detta. Skillnader finns även om att de äldre och yngre kvinnorna som driver framgångsrika företag delegerar ansvar till anställda ibland (Äldre;  $n = 4, 4,5\%$ )(Yngre;  $n = 16, 18,2\%$ ) eller inte alls (Äldre;  $n = 3, 3,1\%$ )(Yngre;  $n = 4, 4,5\%$ ).

## Diskussion

### *Metoddiskussion*

Av de totalt 378 utskickade enkäterna fick vi tillbaka sammanlagt 190 stycken, varav 31 ej var ifyllda. En anledning till det låga deltagandet kan bero på att deltagarna inte hade

möjlighet att hålla våra tidsmarginaler. En annan orsak var att våra deltagare är upptagna med andra åtaganden. Det kan även vara så att vi skickat ut enkäter till personer som inte uppfyllde de kriterier vi uppställt. Deltagarna kan även av olika skäl ha ansett att de inte tillhörde den grupp vi eftersökte. Vårt låga deltagande kan göra att våra slutsatser kan ifrågasättas. Andra resultat hade kanske framkommit om vi fått en högre svarsfrekvens. Samtidigt har de resultat vi fått visat att den grupp kvinnor som driver företag är en relativt homogen grupp som troligtvis även visat liknande resultat om vi haft ett större deltagande.

Vi har i vårt resultat inte fått så stora skillnader mellan de kvinnorna som driver växande företag och de kvinnor som har icke växande företag. Detta kan ha flera orsaker. Dels kan det bero på utformningen av vårt frågeformulär. Vi utformade ett helt nytt frågeformulär med 78 frågor under 10 veckor och denna tidsram har begränsat oss. Det kan också bero på de urvalskriterier vi valt. Urvalskriterierna är baserade på ekonomiska kriterier och vi har undersökt psykologiska faktorer. De två grupperna, kvinnor med växande företag och kvinnor med icke växande företag kan även vara "för homogen".

Vårt val av att utföra vår undersökning genom en enkät beror på det uppdrag som vi fått. Under arbetets gång har vi dock ifrågasatt om användandet av en enkät verkligen är den bästa metod för att närma oss vårt problemområde. En enkät med slutna svarsalternativ ger ju en framställning av verkligheten utifrån ett begränsat antal variabler. Allt som kan vara av betydelse i kontexten är ej heller möjligt att inkludera i en enkät. De resultat vi fått kan tolkas som om att de har påverkat kvinnorna som driver företag. Det är viktigt att vara medveten om att det finns en variation mellan dessa kvinnor i deras uppfattning i frågorna som vi ställt. När vi genom enkäten grupperar de deltagande kvinnorna suddas dessa individuella skillnader och betydelser av de studerade psykologiska aspekterna ut. Detta beror på att vissa aspekter har varit mer betydelsefulla för vissa kvinnor men inte för alla. En variation i uppfattningen, som betydelsen av de studerade aspekterna finns, men kan inte tydliggöras och fångas med kvantitativa metoder.

Ett möjligt tillvägagångssätt skulle istället kunna vara att inleda vår undersökning med djupintervjuer av ett mindre antal växande kvinnor som driver eget företag. Här skulle kvinnorna få ett större utrymme att uttrycka sig med egna ord och utgå från sina egna erfarenheter och uppfattningar angående vårt problemområde. Resultatet av dessa djupintervjuer skulle sedan kunna ligga till grund för utformningen av en enkät. Denna enkät skulle då bygga på material direkt hämtad från den grupp vi vill undersöka och inte på våra förutfattade meningar och tidigare kunskap. En anledning till varför vi ifrågasatt vårt

metodval är att vi använt oss av ett fenomenologiskt tänkande när vi resonerat och analyserat. Denna ansats har också legat till grund för utformningen av enkäten.

### *Resultatdiskussion*

När det gäller vårt resultat visade det sig att det inte finns många signifikanta skillnader mellan de kvinnor som driver framgångsrika företag och de som driver stillastående företag. Vid första anblick kan detta verka förbryllande. Men, om man börjar fundera lite så är det kanske så att kvinnor som är företagare är relativt lika varandra som grupp med en stor variation inom den, oberoende om deras företag är framgångsrikt eller inte. Skulle vi göra en jämförelse mellan dessa kvinnor och med likasinnade män kanske det skulle resultera i skillnader. Gruppen män som är företagare är kanske även de lika de kvinnor som är företagare.

De urvalskriterier vi använt oss av samt de grupperingar vi gjort kanske inte är de mest optimala. Dessa bygger till största del på ekonomiska grunder, vilket kan beskriva vem som är ekonomiskt framgångsrik, men inte socialt eller psykologiskt. Personer som är framgångsrika inom ett område kan vara mindre framgångsrika eller inte alls framgångsrika inom ett annat område. Vad vi vill säga med detta är att det är svårt att studera framgången hos kvinnor som driver företag ur endast ett perspektiv när vi vet att det finns en mängd andra faktorer som bidrar och inverkar.

När det gäller de resultat vi fått angående skillnader mellan kvinnor med växande företag och de som driver icke växande företag, är en av dess plats i syskonskaran. Bland våra kvinnor med tillväxtföretag visade det sig att de flesta kvinnorna var äldsta barnet. I den grupp av kvinnor som driver icke växande företag är de flesta kvinnor yngsta barnet i syskonskaran. Detta resultat stödjer de många teorier som visat att det finns en majoritet förstfödda, inklusive enda barn, som är prestationsorienterade. Det har i tidigare studier visat sig att det förstfödda barnet ofta behandlas på ett annorlunda sätt än sina yngre syskon. Studier har även visat att de får en mer stimulerande miljö att växa upp i. Vilket i många fall leder till att placering i syskonskaran får betydelse för hur prestationsorienterad eller framgångsrik en individ blir. Detta är något som skulle kunna vara en av orsakerna till att det finns fler kvinnor med växande företag, som är förstfödda. Samtidigt så är detta ingen garanti för det finns motstridiga undersökningsresultat. Det finns andra faktorer såsom kultur, etnisk tillhörighet samt familjens storlek som kan påverka om man som person hur framgångsrik eller prestationsorienterad man blir.



Resultat visar även att det är flera av de kvinnor som driver växande företag än de som driver icke växande företag som har en partner som även driver företag. Att dessa kvinnor som driver växande företag har en partner med liknande erfarenheter och kunskaper kan vara av stor vikt. Deras partner kan besitta information som är betydelsefull för kvinnorna och kvinnorna får dessutom möjlighet att utbyta erfarenheter eller råd med respektive partner. Att det visade sig vara kvinnornas partner som de i första hand tog kontakt med, kan bero på att de också driver företag samt är insatt i vad som gäller när man driver företag.

En skillnad mellan de kvinnor som har växande företag och de med ingen tillväxt är om de utnyttjade sina personliga kontaktnät vid uppbyggandet av deras företag. Flertalet av de företagarna med tillväxt nyttjade sina personliga kontaktnät vid uppbyggnaden av deras företag. Det har visat sig i tidigare studier att ju fler resurspersoner man besitter desto större chans är det att man lyckas med företagandet. Vem dessa resurspersoner är varierar men det är bland annat genom dessa som kvinnorna kan ha fått kunskap och information rörande de relevanta fakta som behövs vid startandet av ett företag. Av de kvinnor som driver de icke växande företagen var det inte så många som nyttjade sina personliga nätverk. Detta skulle kunna vara en bidragande orsak till att de inte lyckats lika bra som de kvinnor som driver växande företag. De personliga kontaktnäten som dessa kvinnor hade vid startandet av sina företag kanske inte besatt den yrkesmässiga kompetens som var relevant vid tidpunkten.

Resonemanget vi förde om de kvinnor som driver växande företag och de som driver icke växande företag gäller även för de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag. Även här är det viktigt att vara medveten om att de skillnader vi funnit också kan finnas mellan äldre och yngre kvinnor som driver icke växande företag samt äldre och yngre män som driver växande respektive icke växande företag. Tyvärr har vi inte hunnit undersöka alla dessa olika områden inom tidsramen för denna uppsats, vilket hade varit intressant. De flertal intressanta skillnader vi fann mellan äldre och yngre kvinnor visar på att det kanske mer handlar om en generationsfråga i huruvida en äldre kvinna gentemot en yngre driver sitt företag så det får möjlighet att växa.

Från den deskriptiva analys vi gjort visar det att både de äldre och yngre kvinnorna med växande företag, har en hög formell utbildningsnivå. De flesta i båda grupperna har en högskole/universitetsutbildning. Vilket överensstämmer med vad Gonäs, Plantenga och Rubery redovisat, det vill säga att kvinnor som är företagare generellt har en hög utbildningsnivå.

Flera av de yngre har föräldrar där den ena eller båda driver egna företag i jämförelse med de äldre med växande företag. Anledningen till detta kan vara att de har varit omgivna av

entreprenörskap under uppväxten, vilket kan ha påverkat dessa yngre kvinnor att själva bli företagare. Det har visat sig i tidigare studier att det ofta finns en viss tradition av entreprenörskap i den familj som kvinnliga företagare kommer ifrån. Varför inte dessa resultat visats hos de äldre kan bero på att de är äldre och att deras föräldrar inte lever längre. Utifrån hur vi formulerat vår fråga rörande detta så ställer vi den i nutidsform. Detta gör att de äldre som haft föräldrar som drivit företag men som inte är i livet kan ha missuppfattat frågan och svarat att deras föräldrar inte driver företag.

Enkätresultatet visar att både de äldre och yngre bland de kvinnorna med tillväxtföretag, svarat att föräldrarna inte haft någon större betydelse för deras företagande. Detta kan bero på att det finns andra personer som har haft större betydelse. En sådan person som är av betydelse och som troligtvis ingår i de yrkesmässiga nätverk som kvinnorna har är deras partner. Men, återgår vi till föräldrarnas betydelse så finns det fler av de yngre som svarat att deras far och mor haft mycket stor betydelse för deras nuvarande företagande. Detta kan tänkas bero på att många av de yngre kvinnornas föräldrar fortfarande är i livet och det är därför mer naturligt för dessa kvinnor att svara positivt på denna fråga. Detta kan även kopplas samman med att fler yngre har föräldrar som själva driver företag och är insatta i vad det innebär att vara företagare, det vill säga att de är en del av kvinnornas yrkesmässiga nätverk.

De äldre företagarna med växande företag skiljer sig inte i så stor utsträckning rörande utnyttjandet av personligt nätverk i uppbyggandet av deras företag från de yngre. Fast det finns en viss skillnad att de yngre gjorde detta i högre grad. Vad detta kan tyda på är att de yngre använt sig av personliga nätverk som de besatt vid uppbyggnaden av deras företag. Det har visat sig att ju fler resurspersoner man besitter desto större chans är det att man lyckas.

Det visade sig att många av de äldre och yngre kvinnorna med växande företag hade personer i deras närmiljö som de kunde kontakta vid behov av råd och stöd. Det var bara få av de dessa kvinnor som inte upplevde avsaknad av detta. Ser vi till de som hade resurspersoner i deras närmiljö hade både äldre och yngre i stor utsträckning någon de kunde kontakta. Både de äldre och yngre kontaktade i första hand sin partner. Detta kan bero på att de framgångsrika kvinnorna är medvetna om vikten av att ha en resursperson som de kan få stöd av. Vilken den bakomliggande orsaken är har vi inget svar på men det är troligt att partnern har en betydelse i kvinnornas liv även för övrigt. Partnern kan även besitta information som är betydelsefull och de kan ha inflytande på det område som är av intresse. Genom detta kan den hjälpa sin kvinna att nå sina mål; att bli framgångsrik företagare.

När det gäller de äldre och yngre kvinnorna med företag som växer var deras upplevelse angående betydelsen av branschfolk, att de äldre ansåg att dessa hade ganska stor betydelse medan de yngre upplevde det mer i måttlig grad. Branschfolk kan tänkas vara några av kvinnornas resurspersoner i deras nätverk. Vad betydelsen innebär för kvinnornas företagande vet vi inte. De äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag har ofta någon i deras företagsnärhet som de kan kontakta vid behov av råd och stöd. Vem de kontaktade i så fall i första hand är deras kollegor eller branschfolk. Det kan tänkas att dessa två grupper har tolkats av deltagarna som ungefär liknande personer. Branschfolk kan vara deras kollegor och vise versa.

Kopplas ovanstående till kvinnors nätverksanvändande så kan vi få en djupare förståelse. Som vi nämnt tidigare i teoridelen är ett nätverk ett mönster av sociala relationer mellan olika individer. När det gäller den yrkesmässiga nätverkssituationen så handlar den ofta om att kvinnor har kontakt med andra människor med yrkesmässig kompetens som är relevant för att lösa problem eller skapa en kompetensutveckling rörande yrket. Det visade sig i vår undersökning att kvinnorna använder sig bland annat av informella externa nätverk, Vilket kan bero på att de vill få råd eller stöd eller diskutera yrkesmässiga problem som de upplever att de inte kan ta upp i deras egna företag. Detta utesluter inte att kvinnorna även har en social kontakt med personerna i nätverken även om detta inte framgår i våra resultat.

Flertalet av de äldre och yngre kvinnorna som driver företag som växer, upplever stress i sin arbetssituation. Båda grupperna upplever en ganska hög grad av stress. Detta kan kopplas samman med ett flertal studier som visar på att kvinnor ofta har huvudansvar för både hemmet och privatlivet och utöver detta skall många av dem även sköta ett arbete. Följden av detta blir att många kvinnor som driver eget företag ofta är dubbelarbetande och riskerar därför att utveckla mer stress. Detta skulle även vara en möjlig förklaring till de deltagande kvinnornas upplevda stress i arbetet.

Samtidigt vet vi inget om hur kvinnorna har organiserat denna situation. Det finns även andra stressfaktorer som kan kopplas till företagandet i sig som vi inte studerat som kan bidra till kvinnornas upplevda stress. När det gäller om de äldre och yngre kvinnorna som driver företag som växer har möjlighet att släppa tankarna om sitt företagande på fritiden, visar det sig att de äldre hade lättare att göra det. I gruppen med äldre kvinnorna kan man tänka sig att dessa har funnits ute i arbetslivet i flera år och lärt sig att hantera stress på ett annat sätt än de yngre kvinnorna som inte har lika stor arbetslivserfarenhet. Detta stödjer i så fall de teorier som visat att arbetslivserfarenhet är en faktor som kan reducera stress.

Att det finns olika yttre faktorer som påverkar de äldre och yngre kvinnorna som driver växande företag, visar våra resultat. Det finns en tydlig trend att de äldre upplever flertalet av att dessa faktorer påverkar deras företag i högre grad än de yngre. Detta gäller påverkan av omvärldsfaktorer, marknaden, samt rådande världslägen. När det istället gäller lagars påverkan på de äldre och yngre kvinnornas företagande så är upplevelsen ganska lika, flertalet upplever att de påverkar i ganska hög grad. Genomgående kan man ändå i resultaten se en tendens till att både de äldre och yngre till stor del upplever att deras företagande styrs av omvärldsfaktorer. Omvärldsfaktorer påverkan kan troligtvis ses som stressituationer i många fall för företagare och i denna studie de kvinnor som är företagare.

Vi har ju diskuterat tidigare att de yngre och kvinnorna som driver företag upplever en stress i sin arbetssituation. Vi vet inte exakt vad den beror på men det skulle kunna vara så att de upplever att det finns yttre påverkande faktorer som de inte kan råda och kontrollera över. Kopplar vi detta till teorier om kontroll skulle en möjlig förklaring kunna ges. Individer som upplever att de i hög grad kan kontrollera sitt liv och sitt öde har även visat sig mer motståndskraftiga mot stress. Medan de individer som upplever att det finns yttre krafter som styr deras situation oftare upplever och hanterar stress sämre. De äldre och yngre kvinnorna med växande företag som i sitt företagande känner en hög grad av yttre påverkan, kan tänkas uppleva att de inte kan råda över sin företagssituation. Vilket i sin tur i så fall kan leda till att de upplever hög grad av stress och vara en av dess bidragande orsak.

Vad gäller självförtroende för de äldre och yngre som driver växande företag, visade det sig att tre frågor var signifikanta. Frågorna gällde bedömningen av den egna prestationen, bedömningen av egen kompetens och bedömning av kompetens i samband med att de driver företag. Resultaten visade liknande resultat. Största skillnaden finns mellan äldre och yngre som valt alternativet måttligt. Det var dock få personer som svarade med detta alternativ. Det är mer intressant att både de äldre och yngre upplever i ganska hög grad sin kompetens som tillräcklig för att driva företag. Självförtroende byggs upp av många olika faktorer. Robbins et al pratar exempelvis om begreppet self-efficacy i samband med självförtroende. Self-efficacy är ett mått på hur väl en person anser sig kunna genomföra en uppgift. Self-efficacy är följaktligen en god prediktor på hur väl en person kommer att lyckas på en arbetsplats.

De äldre och yngre kvinnorna med växande företag, anser att det är av vikt att kunna styra över deras egen tid med företagandet. Det har visat sig att en viktig faktor för att kvinnor ska få möjlighet att kunna kombinera karriär och "ett bra liv" är styrandet över den egna tiden. Detta kan tolkas som att kvinnor som är företagare och har familj får större möjlighet att kombinera familj och karriär på grund av att deras arbetstider är mer flexibla. Detta resultat

kan även kopplas till förväntningsteorin. Kvinnor som är företagare och uppfattar detta som attraktivt samt anser att det är en realistisk bedrift de uppnår med företagandet väger fördelar med nackdelar. Det har visat sig i flera undersökningar samt även i denna undersökning att en av dessa fördelar kan vara att själv kunna anpassa arbetstiderna efter eget behov när man är egen företagare.

I frågan om de äldre och yngre bland de kvinnorna med växande företag rörande påståendet ”att vara egen företagare kan förknippas med status”, visade det sig att de äldre ansåg att det inte hade någon betydelse alls medan de yngre ansåg att det hade en mindre betydelse. Utgår vi ifrån Herzbergs tvåfaktor teori skulle vi kunna koppla detta till det han kallar hygienfaktorer. Status som symbol är något som enligt denna teori bara kan skapa icke-vantrivsel. Status är en ”ersättning” som kan fungera kortsiktigt men som i längden inte är så effektiv för att motivera människor. Att det finns en skillnad i uppfattningen mellan de äldre och yngre kan bero på att de äldre har försökt med dessa yttre motivationsfaktorer ett flertal gånger mer än de yngre och upptäckt att det inte ger långsiktig motivationskraft. Även om det är en skillnad så visar det ju sig att status inte är så betydelsefullt. Det kan vara så att de båda grupperna drivs mer av de inre drivkrafter när det gäller deras företagande. Något vi tyvärr inte kan styrka utifrån våra resultat.

Vårt resultat vad gäller ledarskap visar att fler av de äldre kvinnorna med växande företag delegerar ansvar till sina anställda i högre utsträckning än de yngre kvinnorna med växande företag. De yngre delegerar ansvar ibland. Detta kan förklaras utifrån Hersey och Blanchards situationsteori. De menar att ledarstil varierar beroende på situation. Detta kallar de för ett flexibelt ledarskap. De yngre kanske anpassar sitt ledarskap mer efter situation och därmed bara delegerar ibland. En annan orsak till att de äldre delegerar oftare än de yngre kan vara att de har större arbetslivserfarenhet och känner en större trygghet i att lägga ut arbetsuppgifter på sin anställda.

Under analysens gång har vi fått bekräftat att alla teorier interagerar med varandra. Varje teori förklarar och belyser vårt problemområde utifrån ett sätt att se på fenomenet. Ett synsätt utifrån ett teoretiskt perspektiv kan inte sägas vara rätt eller fel. En teori räcker dock inte för att förklara helheten utan det krävs flera teorier för att belysa vårt problemområde. För att kunna förstå och förklara framgången hos kvinnliga företagare måste man vara medveten om att det handlar om flera faktorer som tillsammans samverkar.

Vi har av på grund av tidsramen inte hunnit studera vissa områden. Vi har tyvärr inte hunnit titta vidare på den grupp av kvinnor som driver icke växande företag. Inför framtiden

kan det även vara intressant att jämföra vår målgrupp med en grupp manliga företagare. Vi är även nyfikna på det tvärkulturella perspektivet. Vad hade dessa studier kunnat ge för resultat?

Inför eventuella framtida intervjuer skulle det även varit mycket intressant att närmare studera den lilla grupp av invandrare som finns representerade i grupperna av kvinnor som driver växande och stillastående företag. Hur ser de på företagande? Vad gör att så få invandrarkvinnor startar företag i Sverige?

Något som vi funderat på är om företagsstorlekens olika grupperingar av kvinnor som driver företag, skiljer sig åt gällande de olika psykologiska aspekter vi använt oss av i vår studie. Detta har vi även gjort utifrån omsättningsgrupperingar samt företagets ålder. Detta för att se om det finns några intressanta samband. De analyser vi gjorde visar att det finns ett flertal intressanta områden som kan vara relevanta att vidare undersöka i framtiden. Tyvärr har vi på grund av vår tidsram ej haft möjlighet att gå djupare in på dessa områden i denna studie.

Med vår undersökning hoppas vi att vi tagit ett steg på vägen för att komma närmare vad som ligger bakom framgångsrikt kvinnligt företagande. Vi hoppas att vi genom denna studie har kommit närmare denna målgrupp, men vi är medvetna om att mycket arbete återstår.

Kvinnors företagande är ett mycket intressant område och det kvarstår många frågor och funderingar att besvara i framtiden. Detta är ett område som förhoppningsvis kommer att få större prioritet i framtiden. Kvinnors företagande utgör en stor del av vårt samhälle och det är hög tid att vi börjar inse värdet av detta.

## Referenser

- Abrahamsson, B. & Andersen, J. A. (2000). *Organisation*. Malmö: Liber Ekonomi.
- Ahrens, T. (1995). *Tillväxtföretagets drivkrafter*. Malmö: Liber-Hermods.
- ALMI Företagspartner. (2002). <http://www.almi.se>
- Arnold, J., Cooper, C.L. & Robertson, I. T. (1998). *Work psychology*. Great Britain: Prentice Hall.
- Bolman, L.G. & Deal, T.E. (1997). *Nya perspektiv på organisation och ledarskap*. Studentlitteratur: Lund.
- Dagens Industri*. (26/10 2002).
- Dagens Industri*. Gassellhäfte, (2002).
- Dagens Nyheter*. (26/11 2002) s A4.
- Drake, I. & Solberg, A. G. (1996). *Kvinnor och ledarskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Gisladóttir, J.S. & Lindsten, C. (1997). *En fenomenologisk analys av hur åtta kvinnor upplever sig själva som chefer*. Lunds universitet: Institutionen för Psykologi.
- Goldman, D. (2000). *Känslans intelligens och arbete*. Smedjebacken: Wahlström & Widstrand.
- Gonäs, L., Plantenga, J. & Rubery, J. (1999). *Den könsuppdelade arbetsmarknaden – ett europeiskt perspektiv*. Helsingborg: AB Boktryck.
- Kopala, M. & Suzuki, L. A. (1999). *Using qualitative methods in psychology*. USA: Sage Publications, Inc.
- Lindén, J., Westlander, G. & Karlsson, G. (1999). *Kvalitativa metoder i arbetslivsforskning*. Uppsala: TK i Uppsala AB.
- Muhonen, T. (1999). *Kvinnor karriär och familj*. Lund: KFS AB.
- Polkinghorne, D., Lindén, J., Sages, R. B., Szybek, P. & Beach, D. (2003). *Validation of knowledge claims in human science*. In press, Lyon.
- Robbins, S. P., Millett, B., Cacioppe, R. & Waters-Marsh, T. (1998). *Organisational Behavior*. Australia: Prentice Hall.
- Smith, R. E. (1999). *Psychology*. USA: Thomson Publishing.
- Statistiska Centralbyrån (2002). <http://www.scb.se>
- Trost, J. (2001). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.
- Wahl, A. (1992). *Könsstrukturer i organisationer*. Stockholm: Graphic Systems AB.
- Wolvén, L-E. (2000). *Att utveckla mänskliga resurser i organisationer*. Lund: Studentlitteratur.

Sages, R. B., Dahlgren, M., Ruland, T., Tegner, I., Moscarola, J. & Lahlou, M. *Implicit discrimination – the stumbling block of a future world society. New methods and approaches for its study. Can phenomenology be the unified theory for cross-/cultural psychology?*. Proceedings of the XVII congress of IACCP, Yogyakarta.

SphinxSurvey. (2002). UK: Sphinx Development UK.

SPSS 9.0. (1999). Chicago: SPSS Inc.



## Bilaga A

Tabell 1.

*Bakgrundsfakta: Kvinnor med Företag som Växer och Kvinnor med Icke Växande Företag*

	<i>N*</i>	<i>%*</i>	<i>N**</i>	<i>%**</i>
<i>Ålder</i>				
-1945	16	17,9	16	21,0
1946-1955	41	46,0	31	47,4
1956-1965	25	28,2	17	11,4
1966-	7	7,9	5	8,5
<i>Civilstånd</i>				
Ensamstående	7	7,9	4	5,7
Sambo	9	10,1	14	20,0
Gift	61	68,5	48	68,6
Skild	10	11,2	3	4,3
Änka	2	2,2	1	1,4
<i>Invandrarbakgrund</i>				
Ja	15	16,9	5	7,1
Nej	74	83,1	65	92,9
<i>Formell utbildning</i>				
Folkskola/Grundskola eller motsvarande	18	20,2	19	27,1
Realskola/Folkhögskola/2-årigt gymnasium eller motsv.	6	6,7	8	11,4
Minst 3-årigt gymnasium	11	12,4	10	14,3
Högskola/universitet	49	55,1	28	40,0
Annan utbildning	5	5,6	5	7,1
<i>Företagsställning</i>				
Ägare	61	68,5	52	74,3
Anställd	0	0	0	0
Delägare	28	31,5	18	25,7

*Notering.* \* Kvinnor med Växande Företag. \*\* Kvinnor med Icke Växande Företag.

*Bakgrundsfakta forts: Kvinnor med Växande.....*

	<i>N*</i>	<i>%*</i>	<i>N**</i>	<i>%**</i>
<i>Antalet Anställda</i>				
1-4 anställda	61	68,5	52	74,3
5-9 anställda	13	14,6	9	12,9
10-19 anställda	10	11,2	8	11,4
20-49 anställda	5	5,6	1	1,4
<i>Näringsbransch</i>				
Jordbruk	3	3,4	2	2,9
Jakt och Skogsbruk	1	1,1	0	0
Fiske	1	1,1	0	0
Tillverkning	5	5,6	3	4,3
Byggverksamhet	8	9,0	2	2,9
Parti- och Detaljhandel samt Reparation	16	18,0	20	28,6
Hotell- och Restaurangverksamhet	2	2,2	7	10,0
Transport, Magasiner och kommunikation	1	1,1	2	2,9
Finansiell verksamhet	7	7,9	2	2,9
Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster	6	6,7	5	7,1
Utbildning	10	11,2	5	7,1
Hälso- och Sjukvård, Sociala tjänster, Veterinärverks.	19	21,3	13	18,6
Andra Samhälleliga och Personliga tjänster	13	11,2	9	12,9
<i>Branschvana i Antal År</i>				
≤ 5	11	12,4	8	11,4
6-10	33	37,1	30	42,9
11-15	22	24,7	17	24,3
16-20	14	15,6	9	12,9
21-25	5	5,5	6	8,6
26-30	3	3,3	0	0
31-35	0	0	0	0
36-40	1	1,1	0	0
≥ 40	0	0	0	0

*Notering.* \* Kvinnor med Växande Företag. \*\* Kvinnor med Icke Växande Företag.

*Bakgrundsfakta forts : Kvinnor med Växande.....*

	<i>N*</i>	<i>%*</i>	<i>N**</i>	<i>%**</i>
<i>Branscherfarenhet i Antal År</i>				
≤ 5	5	5,5	1	1,5
6-10	10	11,2	7	8,6
11-15	17	19,0	13	18,6
16-20	22	24,7	13	18,6
21-25	12	13,4	11	15,7
26-30	13	14,6	12	17,1
31-35	5	5,5	10	14,3
36-40	3	3,3	2	2,9
≥ 40	2	2,2	1	1,4
<i>Omsättning i Kronor</i>				
≤ 1.000.000	13	14,4	15	21,2
1.000.000-4.000.000	50	56,0	37	51,8
4.000.001-8.000.000	12	13,4	10	14,2
8.000.001-12.000.000	5	5,5	5	7,1
12.000.001-16.000.000	2	5,5	2	2,8
16.000.001-20.000.000	0	0	0	0
20.000.001-24.000.000	3	3,3	1	1,4
24.000.001-28.000.000	1	1,1	0	0
≥ 28.000.000	3	3,3	0	0

*Notering.* \* Kvinnor med Växande Företag. \*\* Kvinnor med Icke Växande Företag.

## Bilaga B

Tabell 2.

*Bakgrundsfakta: Mellan Äldre och Yngre Kvinnor som Driver Växande Företag*

	<i>N*</i>	<i>%*</i>	<i>N**</i>	<i>%**</i>
<i>Civilstånd</i>				
Ensamstående	2	4,4	5	11,4
Sambo	3	6,7	6	13,6
Gift	31	71,1	30	65,9
Skild	6	13,4	4	9,1
Änka	2	4,4	0	0
<i>Invandrarbakgrund</i>				
Ja	7	15,9	8	17,8
Nej	37	84,0	36	80,0
<i>Formell utbildning</i>				
Folkskola/Grundskola eller motsvarande	12	27,2	9	20,0
Realskola/Folkhögskola/2-årigt gymnasium eller motsv.	6	13,6	1	2,2
Minst 3-årigt gymnasium	3	6,8	9	20,0
Högskola/universitet	22	50,0	21	46,7
Annan utbildning	1	2,2	5	11,1
<i>Företagsställning</i>				
Ägare	31	71,1	30	65,9
Anställd	0	0	0	0
Delägare	13	28,9	15	34,1
<i>Antalet anställda</i>				
1-4 anställda	31	70,5	30	66,7
5-9 anställda	5	11,4	8	17,8
10-19 anställda	7	15,9	3	6,7
20-49 anställda	1	2,3	4	8,9

*Notering.* \* Äldre Kvinna som Driver Växande Företag. \*\* Yngre Kvinna som Driver Växande Företag.

*Bakgrundsfakta: forts Mellan Äldre .....*

	<i>N*</i>	<i>%*</i>	<i>N**</i>	<i>%**</i>
<i>Näringsbransch</i>				
Jordbruk	2	4,5	1	2,2
Jakt och Skogsbruk	1	2,3	0	0
Fiske	1	2,3	0	0
Tillverkning	3	6,8	2	4,4
Byggverksamhet	5	11,4	3	6,7
Parti- och Detaljhandel samt Reparation	7	15,9	9	20,0
Hotell- och Restaurangverksamhet	2	4,5	0	0
Transport, Magasinering och kommunikation	1	4,5	0	0
Finansiell verksamhet	5	11,4	2	4,4
Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster	4	9,1	2	4,4
Utbildning	4	9,1	6	13,3
Hälsa- och Sjukvård, Sociala tjänster, Veterinärverks.	7	15,9	12	26,7
Andra Samhälleliga och Personliga tjänster	2	4,5	8	17,8

*Branschvana i Antal År*

≤ 5	3	6,6	8	18,1
6-10	14	35,3	19	43,2
11-15	14	35,3	8	18,2
16-20	6	14,5	7	25,9
21-25	3	6,6	2	4,6
26-30	3	6,6	1	2,3
31-35	0	0	0	0
36-40	1	2,2	0	0
≥ 40	0	0	0	0

*Branscherfarenhet i Antal År*

≤ 5	0	0	5	11,4
6-10	3	6,5	7	16,9
11-15	6	13,2	11	34,1
16-20	11	24,4	11	34,1
21-25	4	8,7	8	18,4
26-30	11	24,4	3	4,6
31-35	5	11,0	0	0
36-40	3	6,5	0	0
≥ 40	1	4,4	0	0

*Bakgrundsfakta: forts Mellan Äldre .....*

	<i>N*</i>	<i>%*</i>	<i>N**</i>	<i>%**</i>
<i>Omsättning i Kronor</i>				
≤ 1.000.000	5	11,0	7	18,3
1.000.000-4.000.000	27	59,7	23	52,9
4.000.001-8.000.000	7	17,7	4	9,1
8.000.001-12.000.000	2	4,4	3	6,9
12.000.001-16.000.000	1	2,2	1	2,3
16.000.001-20.000.000	0	0	0	0
20.000.001-24.000.000	1	2,2	2	2,6
24.000.001-28.000.000	0	0	1	2,3
≥ 28.000.000	1	2,2	2	2,3

*Notering.* \* Äldre Kvinna som Driver Växande Företag. \*\* Yngre Kvinna som Driver Växande Företag.

## Bilaga C

### Projektbeskrivning

#### **Bakgrund**

Vi studerar vid Institutionen för psykologi vid Lunds universitet. Denna termin skriver vi vårt examensarbete i arbetspsykologi på fil. kandidat nivå inom personal och arbetslivsprogrammet.

Institutionen för psykologi i samarbete med Univa - Lunds Universitets forskningscenter, ALMI Företagspartner Skåne samt Region Skåne - näringslivsenheten har bitt oss att utföra en undersökning om kvinnors företagande i Skåne län.

Detta är ett område som intresserar oss mycket och vi hoppas genom denna undersökning kunna bidra till befintlig forskning inom detta område. Denna studie kommer att utgöra bas för ett affärsutvecklingsprojekt inom ALMI/NUTEK kring Kvinnors företagande under 2003.

#### **Syfte**

Syftet med undersökningen är att få en ökad förståelse och kunskap om de aspekter som utmärker och ligger till grund för kvinnors företagande. Vi kommer att utföra en kvantitativ undersökning i form av utskick av enkäter för att nå denna grupp av företagare.

#### **Metod**

Enkäterna skickas till cirka fyra hundra kvinnliga företagare i Skåne län. Dessa kommer att databehandlas och redovisning av resultat kommer att ske gruppvis.

Vi är mycket tacksamma om Du har möjlighet att svara på frågorna snarast, dock senast inom en vecka. Vi ber Dig att svara på frågorna och därefter skicka tillbaka formuläret i det bifogade kuvertet, som ej behöver frankeras.

Vi vill också poängtera att vårt arbetssätt garanterar Dig fullständig anonymitet i uppsatsarbetet.

Det färdiga resultatet av C-uppsatsen kommer under februari månad 2003 att publiceras på följande adress: <http://www.socbetbib.lu.se/epubl/psy.htm>

Vi står gärna till förfogande om Du undrar något.

Stort tack på förhand för Din medverkan!  
Med vänliga hälsningar,

Petra Friberg  
XXX-XX XX XX  
XXX-XXX XX XX

Rebecca Rosenqvist  
XXX-XX XX XX  
XXXX-XX XX XX  
[rebeccarosenqvist@hotmail.com](mailto:rebeccarosenqvist@hotmail.com)

Handledare  
Roger Sages  
046-222 87 56  
[Roger.Sages@psychology.lu.se](mailto:Roger.Sages@psychology.lu.se)

## Bilaga C

# **Kvinnors företagande**

Vill Du vara vänlig och besvara frågorna i formuläret genom att sätta kryss i passande ruta. När Du har besvarat alla frågorna titta gärna igenom formuläret för att se att Du har besvarat alla frågorna.

Vi ber Dig att svara på frågorna inom en vecka och skicka tillbaka formuläret i det bifogade frankerade kuvertet.

Fyll också i talongen på sista sidan om Du kan tänka dig att ställa upp på en intervju senare.

Tack för Din medverkan!

Med vänliga hälsningar,

Petra Friberg  
XXX-XX XX XX  
XXX-XXX XX XX

Rebecca Rosenqvist  
XXX- XX XX XX  
XXXX-XX XX XX  
[rebeccarosenqvist@hotmail.com](mailto:rebeccarosenqvist@hotmail.com)

Handledare  
Roger Sages  
046-222 87 56  
[Roger.Sages@psychology.lu.se](mailto:Roger.Sages@psychology.lu.se)



## BILAGA C

### KVINNORS FÖRETAGANDE

#### Demografiska faktorer

1. Vilket år är Du född? (Var vänlig fyll i Ditt svar i rutan till höger).
2. Vilket är Ditt nuvarande civilstånd?  
 Ensamstående  Sambo  Gift  Skild  Änka
3. Har Du invandrarbakgrund? Om Du svarar ja gå vidare till nästa fråga, om Du svarar nej gå till fråga 5.  
 Ja  Nej
4. I vilken grad upplever Du att Din invandrarbakgrund påverkat Ditt företagande positivt?  
 I mycket hög grad  Ganska hög grad  Måttlig grad  Ganska låg grad  Mycket låg grad
5. Var är Du bosatt för närvarande?  
 På landsbygden  I samhälle med minst 500 invånare  
 I småstad med högst 10000 invånare  I mellanstor stad (10000-150000 invånare)  
 I storstad (Göteborg, Malmö, Stockholm, motsv. utomlands)
6. Vilken är Din formella utbildning?  
 Folkskola/Grundskola eller motsvarande  Realskola/folkhögskola/2-årigt gymnasium eller motsvarande  
 Minst 3-årigt gymnasium  Högskola/Universitet  
 Annan utbildning

#### Information om Ditt företag

7. Vilken ställning har Du i Ditt företag?  
 Ägare  Anställd  Delägare
8. Vilken näringsbransch tillhör Ditt företag?  
 Jordbruk  Jakt och Skogsbruk  
 Fiske  Tillverkning  
 Byggverksamhet  Parti-och Detaljhandel samt Reparation  
 Hotell-och Restaurangverksamhet  Transport, Magasiner och Kommunikation  
 Finansiell verksamhet  Fastighets-och Uthyringsverksamhet, Företagstjänster  
 Utbildning  Hälso-och Sjukvård, Sociala tjänster, Veterinärverksamhet  
 Andra samhälls- och Personliga tjänster
9. Hur många anställda har Ditt företag?  
 1-4 anställda  5-9 anställda  10-19 anställda  20-49 anställda
10. Hur många år har Du drivit företaget? (Var vänlig fyll i Ditt svar i rutan till höger).
11. Hur många års erfarenhet har Du inom Din bransch? (Var vänlig fyll i Ditt svar i rutan till höger).
12. Vilken omsättning hade Ditt företag senaste verksamhetsåret? (Var vänlig fyll i Ditt svar i rutan till höger).

#### Bakgrund och familjeförhållanden

13. Var bodde Du under största delen av Din uppväxt?  
 På landsbygden  I samhälle med minst 500 invånare  
 I småstad med högst 10000 invånare  I mellanstor stad (10000-150000 invånare)  
 I storstad (Göteborg, Malmö, Stockholm, motsv. utomlands)
14. Vilken är Din plats i syskonskaran?  
 Äldst  Mellanbarn  Yngst  Ensbarn

## 15. Vilken är Din fars formella utbildning?

- Folkskola/Grundskola eller motsvarande     Realskola/folkhögskola/2-årigt gymnasium eller motsvarande  
 Minst 3-årigt gymnasium     Högskola/Universitet  
 Annan utbildning

## 16. Vilken är Din mors formella utbildning?

- Folkskola/Grundskola eller motsvarande     Realskola/folkhögskola/2-årigt gymnasium eller motsvarande  
 Minst 3-årigt gymnasium     Högskola/Universitet  
 Annan utbildning

## 17. Driver någon av Dina föräldrar eget företag? Om Du svarar ja gå vidare till nästa fråga, om Du svarar nej gå till fråga 19.

- Ja, en av dem     Ja, båda     Ingen av dem

## 18. Driver Dina föräldrar företag inom samma bransch som Ditt företag?

- Ja, båda     Ja ett utav dem     Nej

## 19. Om Du har en partner, driver han/hon eget företag? Om Du svarar ja gå vidare till nästa fråga, om Du svarar nej eller har ej partner gå till fråga 21.

- Ja     Nej     Har ej partner

## 20. Driver Din partner företag inom samma bransch som Ditt företag?

- Ja     Nej     Något av dem

## 21. Hur blev Du egen företagare?

- Ärvt företaget     Började arbeta i min partners företag     Tog över företaget från någon annan  
 Startade själv företaget     Annat

## 22. Vilka skäl finns det till att Du är egen företagare?

- Det kändes naturligt att ta över (familje-)företaget  
 Det kändes som en plikt att ta över (familje-)företaget  
 Det var ett sätt att kombinera yrkesliv och barnomsorg  
 Jag ville förbättra min ekonomiska situation  
 Jag var arbetslös och kunde inte få någon acceptabel anställning  
 Jag kunde inte "komma vidare" som anställd  
 Jag ville ägna mig åt något som verkligen intresserade mig  
 Jag ville utnyttja min kunskap och min kapacitet, vilket jag inte fick som anställd  
 Jag ville styra min egen arbetssituation till exempel tiderna  
 Jag ville utveckla mig själv  
 Jag ville pröva något nytt  
 Jag tyckte min affärsidé var så ovanlig och bra  
 Jag har haft en hobby som utvecklats till ett företag

### Betydelse av familj och närstående

Här ställs frågor som berör betydelsen av Din familj och närstående för Ditt företagande.

## 23. Vilken betydelse har Din mor haft för Ditt nuvarande företagande?

- Mycket stort     Ganska stort     Måttligt     Svagt     Obefintligt

## 24. Hur stor betydelse på Ditt nuvarande företagande har Din far haft?

- Mycket stor betydelse     Ganska stor betydelse     Måttlig betydelse  
 Ganska liten betydelse     Mycket liten betydelse

## 25. I vilken utsträckning har Din partner haft en betydelse för Ditt nuvarande företagande?

- I mycket stor utsträckning     I ganska stor utsträckning     I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning     I mycket liten utsträckning

## 26. I vilken grad har betydelsen av Din/a vän/ner haft för Ditt nuvarande företagande?

- I mycket hög grad     I ganska hög grad     I måttlig grad     I ganska låg grad     I mycket låg grad

27. I vilken utsträckning upplever Du familjen som en tillgång för Ditt företagande?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I ganska liten utsträckning  
 I mycket liten utsträckning  Inte alls

28. Känner Du att det finns någon i Din närhet (Mor, far, partner, vän/ner, någon annan) som Du kan kontakta vid behov av råd och stöd? Om Du svarar någon eller flera gå vidare till nästa fråga, om Du svarar ingen gå till fråga 30.

- Ingen  Någon  Flera

29. Vem kontaktar Du i så fall i första hand av följande personer?

- Mor  Far  Partner  Vän/ner  Någon annan

30. I vilken utsträckning utnyttjade Du personliga kontaktnät som stöd under uppbyggandet av Ditt företag?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  Ingen alls

### Betydelse av omvärld

*Här ställs frågor som berör betydelsen av till exempel kollegor och marknaden för Ditt företagande.*

31. I vilken utsträckning utnyttjade Du nätverk inom företagsvärlden som stöd under uppbyggandet av Ditt företag?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

32. Hur upplever Du betydelsen som kollega/or har/haft för Ditt nuvarande företagande?

- Mycket stort  Ganska stort  Måttligt  Svagt  Obefintligt

33. Vilken betydelse har branschfolk haft för Ditt nuvarande företagande?

- Mycket stort  Ganska stort  Måttligt  Svagt  Obefintligt

34. Vilken betydelse har företagsrådgivare haft för Ditt nuvarande företagande?

- Mycket stort  Ganska stort  Måttligt  Svagt  Obefintligt

35. Känner Du att det finns någon i Din närhet (inom företagsvärlden) som Du kan kontakta vid behov av råd och stöd? Om Du svarar någon eller flera gå vidare till nästa fråga, om Du svarar ingen gå till fråga 32.

- Ingen  Någon  Flera

36. Vem kontaktar Du i så fall i första hand av följande personer?

- Kollega/or  Branschfolk  Företagsrådgivare  Någon annan

37. Hur viktigt upplever Du att det är att träffa andra företagare?

- Mycket viktigt  Ganska viktigt  Måttligt  Inte särskilt viktigt  Inte alls viktigt

### Hälsa

*Här ställs frågor som berör hälsa både i och utanför Ditt företag.*

38. I vilken utsträckning känner Du Dig tillfredsställd med Ditt privatliv?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

39. Hur upplever Du Din personliga hälsa?

- Mycket bra  Ganska bra  Måttligt bra  Ganska dålig  Mycket dålig

40. I hur stor grad upplever Du stress i Din arbetsituation?

- I mycket hög grad  Ganska hög grad  Måttligt  Ganska låg grad  Mycket låg grad

41. I vilken grad upplever Du att Du som företagare måste göra avkall på Ditt privatliv på grund av Ditt företagande?

- I mycket hög grad  I ganska hög grad  Måttligt  I ganska låg grad  I mycket låg grad

42. I vilken utsträckning upplever Du att Du kan fördela Din tid när Du är på arbetet på ett tillfredställande sätt?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I ganska liten utsträckning  
 I mycket liten utsträckning  Inte alls

© 2002 P. Friberg & R. Rosenqvist

43. Hur upplever Du möjligheten att kunna släppa tankarna om Ditt företagande på fritiden?

- Mycket stor möjlighet  Ganska stor möjlighet  Ganska liten möjlighet  Mycket liten möjlighet  Inte alls

44. Är Du tillfredsställd med hur Ditt företag utvecklas?

- Mycket tillfredsställd  Ganska tillfredsställd  Måttligt tillfredsställd  Lite tillfredsställd  Inte alls tillfredsställd

### Hur Du ser på Ditt företagande

45. Hur upplever Du det ansvar som Du har som egen företagare?

- Mycket tillfredställande  Ganska tillfredställande  Måttligt  Lite tillfredställande  Inte alls tillfredställande

46. Hur säker känner Du Dig när Du tar beslut?

- Mycket säker  Ganska säker  Måttligt säker  Lite osäker  Mycket osäker

47. I vilken utsträckning upplever Du Din situation med eget företagande som meningsfullt?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

48. I möte med andra företagare, i vilken utsträckning upplever Du att Du känner dig säker på Din företagsprodukt?

- Mycket säker  Ganska säker  Måttligt säker  Lite osäker  Mycket osäker

49. Vilken praktisk betydelse upplever Du att Ditt företag har (det vill säga motsvarar behov på marknaden)?

- Mycket stor betydelse  Ganska stor betydelse  Måttlig betydelse  
 Ganska liten betydelse  Mycket liten betydelse

50. Upplever Du att den kompetens som Du har är tillräcklig för att driva ett eget företag?

- I mycket hög grad  I ganska hög grad  Måttligt  I ganska låg grad  Inte alls

51. Hur bedömer Du Din egen kompetens?

- Mycket hög  Ganska hög  Måttlig  Ganska låg  Mycket låg

52. I vilken grad tror Du att Dina anställda bedömer Din kompetens positivt?

- I mycket hög grad  I ganska hög grad  I måttlig grad  I ganska låg grad  I mycket låg grad

53. Hur värderar Du Dina egna prestationer?

- Mycket höga  Ganska höga  Måttliga  Ganska låga  Mycket låga

54. I vilken grad tror Du att Dina anställda värderar Dina prestationer positivt?

- I mycket hög grad  I ganska hög grad  I måttligt grad  I ganska låg grad  I mycket låg grad

### Hur Du driver Ditt företag

55. I vilken utsträckning känner Du Dig ensam i Ditt företagande?

- I mycket hög utsträckning  I ganska hög utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

56. Vad betyder det för Dig att vara den som har sista beslutsfattandet inom Ditt företag?

- Mycket betydelsefullt  Ganska betydelsefullt  Måttligt  Lite betydelsefullt  Inte alls betydelsefullt

57. Är det betydelsefullt för Dig att Dina anställda är delaktiga i beslut?

- Ja  Ibland  Nej

58. Vill Du vara vänlig att motivera Ditt svar i föregående fråga.

59. I vilken utsträckning uppmuntrar du Dina anställda till kreativitet och nytänkande?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

60. I hur stor omfattning uppmuntrar och stödjer Du Dina anställda att nå uppställda mål?

- I mycket hög omfattning  I ganska hög omfattning  I måttlig omfattning  
 I ganska låg omfattning  I mycket låg omfattning

© 2002 P. Friberg & R. Rosenqvist

61. Hur betydelsefullt upplever Du att Ditt företagande är för Dig?

- Mycket betydelsefullt  Ganska betydelsefullt  Måttligt  Lite betydelsefullt  Inte alls

52. Delegerar Du ansvar till Dina anställda?

- Ja  Ibland  Nej

53. Vill Du vara vänlig att motivera Ditt svar i föregående fråga.

---

54. Hur viktigt är det för Dig att själv kunna styra över Din egen tid?

- Mycket viktigt  Ganska viktigt  Måttligt  Inte särskilt viktigt  Inte alls viktigt

55. Hur viktig är den ekonomiska vinningen för Dig personligen?

- Mycket viktigt  Ganska viktigt  Måttligt  Inte särskilt viktigt  Inte alls viktigt

56. Är det betydelsefullt för Dig med nya utmaningar?

- Ja  Ibland  Nej

57. Vill Du vara vänlig att motivera Ditt svar i föregående fråga.

---

58. Vid startandet av Ditt företag, hur upplevde Du möjligheten att få tillgång till kapital?

- Mycket lätt  Ganska lätt  Måttligt  Ganska svårt  Mycket svårt  Frågan var ej aktuell

59. Om Du i nuläget skulle behöva tillgång till kapital hur bedömer Du möjligheten att erhålla detta?

- Mycket lätt  Ganska lätt  Måttligt  Ganska svårt  Mycket svårt  Är ej aktuellt

60. Företagande påverkas av omvärldsfaktorer, i vilken utsträckning upplever Du att omvärldsfaktorer påverkar Ditt företagande?

- I stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

61. I vilken grad upplever Du att Ditt företagande påverkas av lagar?

- I mycket hög grad  I ganska hög grad  I måttlig grad  I ganska låg grad  I mycket låg grad

62. På marknaden finns det alltid konkurrenter, i vilken grad upplever Du att Ditt företagande påverkas av konkurrenter?

- I mycket hög grad  I ganska hög grad  I måttlig grad  I ganska låg grad  I mycket låg grad

63. I vilken omfattning upplever Du att Ditt företagande påverkas av marknaden?

- I mycket hög omfattning  I ganska hög omfattning  I måttlig omfattning  
 I ganska låg omfattning  I mycket låg omfattning

64. I vilken grad upplever Du att Ditt företagande påverkas av rådande världsläge?

- I mycket hög grad  I ganska hög grad  I måttlig grad  I ganska låg grad  I mycket låg grad

65. "Att vara egen företagare kan förknippas med status". Hur betydelsefullt är status i relation till företagande för Dig?

- Mycket betydelsefullt  Ganska betydelsefullt  Måttligt  Mindre betydelsefullt  Ingen betydelse alls

66. "För att bli en framgångsrik företagare krävs det mestadels tur". I vilken utsträckning håller Du med om detta påstående?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

67. "Om man bara bestämmer sig för att lyckas så gör man det". I vilken utsträckning håller du med om detta?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

68. I vilken utsträckning håller Du med om att "skillnaden mellan ett framgångsrikt företag och ett mindre framgångsrikt företag beror till stor del på rätt timing"?

- I mycket stor utsträckning  I ganska stor utsträckning  I måttlig utsträckning  
 I ganska liten utsträckning  I mycket liten utsträckning

## Bilaga C

Om Du kan tänka Dig att ställa upp vid en senare intervju vänligen fyll i nedanstående uppgifter:

Namn:

Adress:

Telefon:

Email:

Tack på förhand!

Bilaga C  
**Påminnelse**

För en tid sedan fick Du en enkät om kvinnors företagande. Om Du redan har fyllt i den och skickat tillbaka den till oss så behöver Du inte bry Dig om denna information. Om inte – skulle vi vara MYCKET tacksamma om Du ville fylla i denna enkät. Denna enkät ligger till grund för vår C-uppsats och vi är tacksamma för all hjälp vi kan få. Vi behöver dock svar senast inom en vecka.

Tack på förhand!

Mvh,

Petra Friberg  
Rebecca Rosenqvist

## Innehållsförteckning

Kvinna, Företagare, Framgångsrik?.....	3
Teori.....	7
<i>Familjeförhållande</i> .....	7
<i>Nätverk</i> .....	9
<i>Hälsa/kontroll</i> .....	10
<i>Självförtroende</i> .....	12
<i>Drivkraft</i> .....	13
<i>Ledarskap</i> .....	16
<i>Fenomenologi</i> .....	18
<i>Syfte</i> .....	20
Metod.....	21
<i>Undersökningsdeltagare</i> .....	21
<i>Apperatur och Material</i> .....	23
<i>Procedur</i> .....	24
<i>Databearbetning</i> .....	24
Resultat.....	24
<i>Deskriptiv Analys:</i>	
<i>Kvinnor med Växande Företag samt Kvinnor med Icke Växande Företag</i> .....	25
<i>Chi<sup>2</sup> Analys:</i>	
<i>Kvinnor med Växande Företag samt Kvinnor med Icke Växande Företag</i> .....	26
<i>Familjeförhållande</i> .....	26
<i>Nätverk</i> .....	27
<i>Deskriptiv Analys:</i>	
<i>Äldre och Yngre Kvinnor med Växande Företag</i> .....	28
<i>Chi<sup>2</sup> Analys:</i>	
<i>Äldre och Yngre Kvinnor med Växande Företag</i> .....	29
<i>Demografiska faktorer</i> .....	29
<i>Familjeförhållande</i> .....	29
<i>Nätverk</i> .....	29
<i>Hälsa/kontroll</i> .....	33
<i>Självförtroende</i> .....	35



<i>Drivkraft</i> .....	36
<i>Ledarskap</i> .....	37
<b>Diskussion</b> .....	37
<i>Metoddiskussion</i> .....	37
Resultatdiskussion.....	39
Referenser.....	46
Bilaga A.....	48
Bilaga B.....	51
Bilaga C.....	54