



EKONOMI-  
HÖGSKOLAN

Företagsekonomiska institutionen

FEKH99

Examensarbete i Entreprenörskap och Innovation

HT23

## Förebilders roll i kvinnligt entreprenörskap

En kvalitativ studie om förebilders inverkan i kvinnors entreprenörskapsprocesser

### **Författare:**

Wilma Herrström

Karin Svensson

Ella van de Voort

### **Handledare:**

Joakim Winborg

# Sammanfattning

**Examenstitel:** Förebilders roll i kvinnligt entreprenörskap: En kvalitativ studie om förebilders inverkan i kvinnors entreprenörskapsprocesser.

**Seminariumdatum:** 10 Januari, 2024

**Ämne/kurs:** FEKH99, Examensarbete i Entreprenörskap och Innovation, 15 högskolepoäng

**Författare:** Wilma Herrström, Karin Svensson och Ella van de Voort

**Handledare:** Joakim Winborg

**Nyckelord:** Entreprenör; Kvinnor; Förebild; Funktioner; Entreprenörskapsprocess

**Forskningsfråga:** Hur har kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan hos kvinnliga entreprenörer under deras entreprenörskapsprocesser?

**Syftet:** Syftet med studien är att ge en nyanserad förståelse för hur kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan på kvinnor som startat och driver företag i Sverige.

**Metod:** En kvalitativ flerfallsstudie med semistrukturerade intervjuer. Materialet i empirin utgörs av citat och tolkningar från intervjuerna som lägger grunden för förebilders betydelse, närvaro, karaktär och funktioner.

**Teoretiskt perspektiv:** Det teoretiska ramverket fokuserar på två huvuddimensioner och är utformat för att analysera och förstå hur kvinnliga entreprenöriella förebilder har haft en inverkan på kvinnliga entreprenörer: *förebilders betydelse, närvaro och karaktär* och *förebilders funktioner*.

**Resultat:** Studien identifierar förebilders inverkan på kvinnliga entreprenörer. Resultatet redogör för förebilders betydelse, närvaro och karaktär samt vilka funktioner förebilderna bidrar med. Funktionerna som identifierats är: *inspiration & motivation, självförmåga, lära genom exempel* och *lära genom stöd*.

**Slutsats:** Studien visar att kvinnliga entreprenörer på olika sätt har haft kvinnliga entreprenöriella förebilder med varierande betydelse, närvaro och karaktär under entreprenörskapsprocessen. Förebilders roll har dessutom divergerat beroende på om entreprenören verkar inom en kvinno- eller mansdominerad bransch, där rollen i den senare oftast värderas högre. Kvinnliga entreprenöriella förebilder har därtill haft en inverkan hos kvinnliga entreprenörer i form av fyra funktioner, varav några har visat sig vara viktigare än andra.

# Abstract

**Title:** The Influence of Role Models in Female Entrepreneurship: A Qualitative Study on the Influence of Role Models in Women's Entrepreneurial Processes.

**Seminar date:** January 10th, 2024

**Course:** FEKH99, Bachelor Degree Project in Entrepreneurship and Innovation Management, Business administration, Undergraduate level, 15 University Credit Points

**Authors:** Wilma Herrström, Karin Svensson and Ella van de Voort

**Advisor:** Joakim Winborg

**Keywords:** Entrepreneur; Females; Role Model; Functions; Entrepreneurial process

**Research question:** How have female entrepreneurial role models impacted female entrepreneurs during their entrepreneurial processes?

**Purpose:** The purpose of the study is to provide a nuanced understanding of how female entrepreneurial role models have influenced female entrepreneurs in Sweden.

**Methodology:** A qualitative multiple case study with semi-structured interviews. The empirical material consists of quotes and interpretations from the interviews that form the basis for understanding the significance, presence, character, and functions of role models.

**Theoretical perspective:** The theoretical framework focuses on two main dimensions to understand how female entrepreneurial role models have impacted female entrepreneurs: *the significance, presence, and character of role models*, and *the functions of role models*.

**Result:** The study identifies the impact of role models on female entrepreneurs. The results describe the significance, presence and character of role models, as well as the functions they contribute. The identified functions are: *Inspiration & motivation*, *self-efficacy*, *learning through example*, and *learning through support*.

**Conclusions:** The study shows that female entrepreneurs have had female entrepreneurial role models with diverse significance, presence, and character during the entrepreneurial process. The impact of role models has also diverged depending on whether the entrepreneur operates in a female- or male-dominated industry, where the impact in the latter is often valued higher. Additionally, female entrepreneurial role models have had an impact on female entrepreneurs through four functions, some of which have proven to be more crucial than others.

# Förord

---

Denna studie hade inte varit möjlig utan kunskap och hjälp från de kvinnliga entreprenörer som deltagit i våra intervjuer. Den information som tillhandahålls av intervjuerna, har varit ytterst relevant och användbar för att uppnå studiens syfte. Därför vill vi rikta ett stort tack till samtliga åtta kvinnliga entreprenörer som ställt upp och medverkat i våra intervjuer. Intervjuerna bidrog inte enbart med värdefull information, de var också väldigt givande och inspirerande för oss själva som tre unga kvinnliga forskare. De har ökat vårt intresse inom området kvinnligt entreprenörskap och erfarenheter vi fått kommer vi ha användning av som framtida entreprenörer.

Vi vill rikta ytterligare ett stort tack till vår handledare Joakim Winborg. Du har gett oss ovärderlig feedback som hjälpt oss höja uppsatsens kvalitet. Som en stöttepelare har du väglett oss och alltid hjälpt oss framåt, även när det känns som att vi fastnat och inte kommer något vart. Slutligen vill vi visa vår tacksamhet för de stöd vi fått från våra vänner och familjer under hela resans gång.

*Plats: Lund*

*Datum: 8 januari 2024*



---

Wilma Herrström



---

Karin Svensson



---

Ella van de Voort

# Innehållsförteckning

<b>Sammanfattning.....</b>	<b>1</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>2</b>
<b>1 Introduktion.....</b>	<b>6</b>
1.1 Bakgrund.....	6
1.2 Problemformulering & syfte.....	7
<b>2 Teori.....</b>	<b>9</b>
2.1 Förebilder inom entreprenörskap.....	9
2.1.1 Förebilders betydelse, närvaro & karaktär.....	9
2.2 Förebilders funktioner.....	11
2.2.1 Identifikation.....	11
2.2.2 Social inlärningsteori.....	13
2.3 Teoretiskt ramverk.....	16
<b>3 Metod.....</b>	<b>18</b>
3.1 Forskningsstrategi.....	18
3.2 Forskningsdesign.....	19
3.3 Urval.....	19
3.3.1 Val av litteratur.....	19
3.3.2 Val av empiri.....	21
3.4 Datainsamlingsmetod.....	24
3.4.1 Datainsamling - Entreprenörskapsprocessen.....	25
3.4.2 Datainsamling - Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	25
3.5 Dataanalysmetod.....	26
3.6 Validitet & reliabilitet.....	27
<b>4 Empiri.....</b>	<b>29</b>
4.1 Person A.....	29
4.1.1 Entreprenörskapsprocessen.....	29
4.1.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	29
4.2 Person B.....	31
4.2.1 Entreprenörskapsprocessen.....	31
4.2.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	32
4.3 Person C.....	34
4.3.1 Entreprenörskapsprocessen.....	34
4.3.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	34
4.4 Person D.....	36
4.4.1 Entreprenörskapsprocessen.....	36
4.4.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	36
4.5 Person E.....	38

4.5.1 Entreprenörskapsprocessen.....	38
4.5.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	38
4.6 Person F.....	40
4.6.1 Entreprenörskapsprocessen.....	40
4.6.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	41
4.7 Person G.....	42
4.7.1 Entreprenörskapsprocessen.....	42
4.7.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	43
4.8 Person H.....	44
4.8.1 Entreprenörskapsprocessen.....	44
4.8.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder.....	44
<b>5 Analys.....</b>	<b>47</b>
5.1 Förebilders betydelse, närvaro och karaktär.....	47
5.2 Förebilders funktioner.....	48
5.2.1 Inspiration & motivation.....	48
5.2.2 Självförmåga.....	50
5.2.3 Lära genom exempel.....	52
5.2.4 Lära genom stöd.....	54
5.2.5 Relationen mellan funktionerna.....	56
<b>6 Slutsatser &amp; diskussion.....</b>	<b>58</b>
6.1 Slutsatser.....	58
6.2 Diskussion.....	61
6.3 Teoretiskt bidrag.....	63
6.4 Praktiskt bidrag.....	64
6.5 Förslag till fortsatt forskning.....	65
<b>Referenser.....</b>	<b>67</b>
<b>Appendix.....</b>	<b>74</b>

# 1 Introduktion

*I introduktionen presenteras bakgrunden till ämnet. Följaktligen redogörs det för en problemformulering som ligger till grund för arbetets frågeställning och syfte.*

---

## 1.1 Bakgrund

Idag har Sverige kommit långt i jämställdhetsarbetet inom de flesta arbetsmarknadsfrågor, förutom när det kommer till kvinnor som driver egna företag. Endast var fjärde företagare i Sverige är kvinna, och så har det varit sedan 1990-talet. Denna siffra innebär att Sverige idag har den tredje lägsta andelen kvinnliga entreprenörer inom EU (Myrén, 2023).

Det kvinnliga entreprenörskapet utgör en viktig roll inom den globala ekonomin eftersom det bidrar till att skapa arbetstillfällen, jämställdhet mellan könen och med att påskynda samhällsutvecklingen (Dewitt et al., 2023). Ser vi till den svenska marknaden, finns det tecken på att antalet kvinnliga entreprenörer ökar, vilket är avgörande för innovation, konkurrenskraft och hållbar tillväxt inom det svenska näringslivet (Tillväxtverket, 2023). Trots detta, står kvinnor inför ett flertal hinder när de genomgår sin entreprenörskapsprocess (Dewitt et al., 2023).

Studier visar att brist på självförtroende och rädsla för att misslyckas hindrar kvinnor från att bli entreprenörer (Nessen, n.d.). Många kvinnor upplever även att de inte har den förmåga som krävs för att starta och driva företag på samma sätt som män (Myrén, 2023). I Sverige anger 62 procent av männen och 38 procent av kvinnorna att de har tillräckliga kunskaper för att starta och driva ett företag, vilket utgör en skillnad på 24 procent. Därmed placerar sig Sverige i topp med differensen mellan kvinnor och mäns tilltro till den egna kunskapen om företagande bland 32 länder (Norlin & Thulin, 2021).

För att driva det kvinnliga entreprenörskapet framåt, bjöd näringsministern och statssekreteraren i september 2023 in kvinnliga entreprenörer, experter och investerare till ett möte för att diskutera det kvinnliga entreprenörskapet i Sverige. Under mötet uttryckte flera av deltagarna

vikten av att förespråka och lyfta fram kvinnliga förebilder som kan ge upphov till igenkänning och incitament för kvinnor att bli entreprenörer (Regeringskansliet, 2023).

*“Det är otroligt viktigt att det finns förebilder för kvinnor och speciellt unga tjejer så att steget inte blir för stort att bli entreprenör och starta eget”* säger näringsministern Ebba Busch (Regeringskansliet, 2023).

Med Sveriges markanta könsskillnader i andelen entreprenörer, blir kvinnliga förebilder som inspirerar, skapar incitament och visar vägen allt mer viktig för de kvinnor som vill starta företag (Regeringskansliet, 2023). Därmed är det av relevans att undersöka hur kvinnliga förebilder har haft en inverkan på kvinnliga entreprenörer i Sverige.

## 1.2 Problemformulering & syfte

Andelen kvinnor som startar företag i Sverige ökar (Regeringskansliet, 2023), men studierna kring det kvinnliga entreprenörskapet är ändå i hög grad outforskade. Forskningen har haft ett inriktat fokus på kapitalisering och finansiering av kvinnligt ägda företag, med mindre betoning på de icke-finansiella dimensionerna såsom motivation och inspiration (Ali, Shabir & Shaikh, 2021). Sammantaget tyder detta på att den tidigare forskningen kring kvinnligt entreprenörskap och dess icke-finansiella dimensioner är begränsad.

En entreprenör är någon som startar, driver eller har drivit ett företag (Carton, Hofer & Meeks, 2004), och i denna uppsats antas en entreprenör vara något som har startat och som i nuläget aktivt driver ett företag. Något som är betydelsefullt för entreprenörer är förebilder, där tidigare forskning belyser förebilders inverkan och betydelse. I sin helhet är förebilder personer som visar andra hur man utför en färdighet, att ett mål är uppnåeligt och gör ett mål önskvärt (Morgenroth, Ryan & Peters, 2015). I den existerande litteraturen finns studier som redovisar olika typer av förebilder (Lockwood, Marshall, & Sadler, 2005) och vilka faktorer som väger in i förebildsprocessen (Morgenroth, Ryan & Peters, 2015). Något som däremot är relativt underutforskat är studier kring förebilders inflytande på kvinnor. Detta inkluderar både kvinnors exponering för och närvaron av förebilder, men även effekter som förebilderna har på kvinnliga



entreprenörer (Kennedy & Drennan, 2014). Att därmed vidare utforska vilken inverkan kvinnliga förebilder har på kvinnliga entreprenörer blir därför intressant.

Globalt sett har intresset för entreprenörskap och företagskapande ökat. En stor del av litteraturen innefattar orsaker och drivkrafter till varför vissa väljer att starta företag och andra inte (van Gelderen, Thurik & Bosma, 2006). Vidare finns det användbar forskning inom förebildernas roll i entreprenöriella intentioner och avsikter (Kennedy & Drennan, 2014), vilket är användbart i denna studie. Därtill är det ytterligare intressant att se till individers faktiska beteende och att gå bortom endast intentionerna (Abbasianchavari & Moritz, 2020). Därför kommer denna uppsats se till kvinnors entreprenörskapsprocess, som anses bestå av minst tre faser: 1) identifiering av möjligheter där entreprenören identifierar genomförbara affärer, 2) startande av företag som utgörs där entreprenören samlar de nödvändiga resurserna för att starta ett företag, och 3) drivandet av företaget, det vill säga fasen efter lanseringen där entreprenören sköter den nya satsningen på ett sådant sätt att den växer och överlever (Frese & Gielnik, 2014). Dessutom undersöker studien hur kvinnliga förebilder haft en inverkan på entreprenörer i form av betydelse, närvaro, karaktär och funktioner i entreprenörskapsprocessen.

Stödet på policy nivån för kvinnors företagande är väl etablerat i Sverige och andra nordiska länder, däremot är kunskapen och forskningen kring detta ämne fortfarande begränsad (Pettersson, 2012). Av denna anledning är det intressant att undersöka det kvinnliga entreprenörskapet i just Sverige.

Syftet med studien är att ge en nyanserad förståelse för hur kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan på kvinnor som startat och driver företag i Sverige. I sin helhet ämnar studien till att (1) fördjupa sig i vilken betydelse, närvaro och karaktär kvinnliga entreprenöriella förebilder har haft för kvinnliga entreprenörer under entreprenörskapsprocessen och (2) erbjuda insikt i vilka funktioner hos förebilden som är mest utmärkande enligt kvinnliga entreprenörer. I uppsatsen ska syftet uppnås genom att besvara frågeställningen:

- *Hur har kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan hos kvinnliga entreprenörer under deras entreprenörskapsprocesser?*

## 2 Teori

*I kapitel 2 presenteras litteraturen som ligger till grund för uppsatsen och dess teoretiska ramverk. Inledningsvis framförs förebilders betydelse, närvaro och karaktär. Vidare introduceras förebilders funktioner som är indelade i två olika teorier: identifikation och social inlärning. Den första teorin belyser de två funktionerna: 1) inspiration & motivation och 2) självförmåga. Den andra teorin inkluderar funktionerna: 3) lära genom exempel och 4) lära genom stöd. Slutligen presenteras det teoretiska ramverket.*

---

### 2.1 Förebilder inom entreprenörskap

Många entreprenörer menar att de blivit påverkade av andra entreprenörer under sin karriär (Bosma et al., 2012). På senare år har det kvinnliga entreprenörskapet ökat, där fler kvinnor ser företagsskapande som ett framtida karriärsväl (Regeringskansliet, 2023). Flera studier har därför uppmärksammat betydelsen av kvinnliga entreprenöriella förebilder eftersom dessa kan vara viktiga för kvinnor i entreprenörskapsprocessen (Austin & Nauta, 2016). Därav ämnar detta avsnitt att öka förståelsen kring entreprenöriella förebilders betydelse, närvaro och karaktär.

#### 2.1.1 Förebilders betydelse, närvaro & karaktär

Idag är termen "förebild" mycket använd, men trots det var det inte förrän på 1950-talet som termen myntades för att referera till individer i specifika roller (Merton, 1957). Enligt Morgenroth, Ryan och Peters (2015) är förebilder representanter av det möjliga, då de visar att ett mål är "uppnåeligt" genom att observera en förebild som uppnått ett specifikt mål. De menar att förebilder gör "ett mål önskvärt", det vill säga att de kan påverka individer i vad de ser som värt att sträva efter. Tillsammans är var och en av dessa aspekter viktiga för att förstå förebildsprocessen, då de beskriver olika sätt som förebilder kan öka sannolikheten för individer att nå sina önskvärda mål.

Enligt Zozimo, Jack & Hamilton (2017), visar sig förebilder vara värdefulla inom entreprenörskap och kan ha olika betydelse för entreprenörer. Förebilderna kan bland annat bidra

till utvecklingen av deras professionella personlighet genom mer spontana interaktioner. Entreprenören kan även jämföra och observera sina egna beteenden mot förebilderna, vilket leder till att de kan hantera utmaningar i specifika områden i företaget som i sin tur leder till hög prestanda kopplat till personlig och entreprenöriell utveckling. Följaktligen kan kvinnliga förebilder ge information, stöd och vägledning som kan kopplas till kvinnors beslut att träda in i icke-traditionella karriärer (Austin & Nauta, 2016). Därmed är förebilder särskilt viktiga i uppstartsfasen, eftersom exponering av dem kan uppmuntra individer till att gå den entreprenöriella karriärvägen (Zapkau et al., 2017).

Bandura (1971) föreslår att förebilder kan fungera som en källa för inläring, genom att observera och imitera andra. Därigenom är identifiering och likhet med förebilder, särskilt när det gäller kön, en viktigt förutsättning för att en förebildseffekt ska uppstå. När man ser till entreprenörskap, är den "bildliga ställföreträdaren" vanligtvis relaterad till manliga egenskaper, såsom riskbenägenhet, självständighet och beslutsamhet. Flera studier har visat att förebilder av samma kön är ett effektivt sätt att påverka kvinnors beslutsprocesser och därför är exponering för kvinnliga förebilder i mansdominerade områden en effektiv mekanism för att motverka könsstereotyper (Bechthold & Huber, 2018). Generellt sett finns det även vissa branscher där kvinnliga företagare är mer koncentrerade i högre utsträckning än män, vilket har att göra med att det finns fler kvinnliga förebilder i de sektorerna. Detta belyser ytterligare vikten av att ha kvinnliga entreprenöriella förebilder som en kvinnlig entreprenör (Norlin & Thulin, 2021).

Liknande förebilder inspirerar till tron att individer kan övervinna osäkerheter och risker som är förknippade med en specifik uppgift (Abbasianchavari & Moritz, 2020). Detta kan exemplifieras med hjälp av studien av Bechthold och Huber (2018), där man undersökte kvinnliga och manliga studenter inom entreprenörskap. Resultaten av studien visade att manliga studenter har betydligt högre entreprenöriella intentioner, självförtroende och attityder än kvinnliga studenter. Följaktligen visade det sig att kvinnliga studenter som arbetar med kvinnliga entreprenöriella förebilder får ett ökat självförtroende jämfört med männen. Vidare bidrog förebilderna med positiva inställningar till entreprenörskap bland kvinnliga studenter, och att ha en förebild av samma kön är betydligt viktigare för kvinnor än för män.

## 2.2 Förebilders funktioner

Enligt Bosma et al. (2012) bygger konceptet “förebild” på två teorier, identifikation och social inlärning. Bosma menar att entreprenöriella förebilder kan bidra med fyra funktioner för att ge mer värde och relevans till entreprenörer: 1) *inspiration och motivation*, 2) *självförmåga*, 3) *lära genom exempel* och 4) *lära genom stöd*. De två första funktionerna hör till identifikationsteori, och de två sista tillhör social inlärningsteori. Därefter menar Bosma att funktionerna kan rangordnas utifrån deras relevans, där lära genom exempel utgör den dominanta funktionen för individer och självförmåga den minst viktiga. I följande kapitel presenteras en djupgående förklaring till de fyra funktionerna för att öka förståelsen kring dess inverkan på entreprenörer.

### 2.2.1 Identifikation

Teorin om identifikation betonar föreställningen om att individer attraheras av människor som de upplever en viss likhet med och som ses som önskvärd. Detta kan ge individer motivation och inspiration att välja en viss aktivitet, riktning, eller karriärväg. Vidare kan identifieringen med förebilder hjälpa individer att definiera sin självförmåga eller känsla av sig själv (Bosma et al., 2012).

Enligt Morgenroth, Ryan och Peter (2015) kan identifikation uppstå när förebilden uppfattas som önskvärd av den som aspirerar den. Det finns flera faktorer som kan öka en aspirants tilltro till en förebild. En utmärkande faktor är *upplevd likhet*, som handlar om att själv kunna föreställa sig vara som någon annan. Vem man identifierar sig med beror på attribut både hos förebilden och aspiranten. Dessa attribut kan inkludera faktorer såsom kön eller personlighetsdrag. Ibland kan likhet användas som ett mätverktyg för att försöka förutspå om det en individ gör är uppnåeligt. Till exempel kan man se till sin förebild för att utvärdera om man i framtiden kan utföra en uppgift, det vill säga “kan hon, då kan jag”. Uppfattad likhet är en nyckelfaktor eftersom individernas förebilder är representationer av det möjliga.

#### **Inspiration & motivation**

Förebilder ses ofta som ett verktyg för att motivera och inspirera individer att sätta ambitiösa mål och utveckla nya beteenden (Merton, 1957). Enligt Bosma et al. (2012) är en av förebildens

funktion att bidra till inspiration och motivation. Förebilder som har uppnått framgång förväntas i allmänhet att inspirera andra människor att sträva efter likartade resultat. Till exempel kan förebilderna inspirera och motivera genom att illustrera önskad självbild, ideal, och belysa möjligheter. Förebilder kan även öka individens motivation genom att personifiera önskvärda målbilder (Lockwood, Jordan & Kunda, 2002). Vidare kan förebilder inspirera individer att adoptera och sträva efter nya önskvärda mål (Thrash & Elliot, 2004).

Det är särskilt viktigt att se till hur förebilder motiverar individer, speciellt när det gäller grupper som inte är så vanliga i vissa yrken eller utbildningsområden. Trots att det finns ett antal hinder som visat sig försämra prestationen hos underrepresenterade grupper, är dålig prestation generellt sett inte det största hindret. Till exempel när det kommer till kön har det visats att kvinnor inte tenderar att prestera sämre än män i manligt dominerade områden. Snarare verkar kvinnor visa mindre intresse och således kan deras underrepresentation ses som ett motivationsproblem snarare än prestationsproblem (Morgenroth, Ryan & Peters, 2015).

Kopplingen mellan motivation och prestation förklaras med att individer med en hög nivå av motivation är mer benägna att vara engagerade i aktiviteter som krävs för att lyckas som entreprenör, än de individer med låg motivation (McClelland, 1965). Vidare hävdar McClelland att en hög nivå av motivation hos individer förbättrar deras färdigheter och att de lättare kan övervinna olika hinder. Således kan motivation bidra till högre prestation i entreprenöriella roller. Ytterligare forskning visar även att det finns en positiv och stark koppling mellan den entreprenöriella motivationen och beslutet att bli en entreprenör (Collins, Hanges & Locke, 2004).

### **Självförmåga**

Den andra funktionen som förebilder kan bidra med är ökad självförmåga, vilket innebär att förebilder gör människor säkra på att de kan uppnå ett visst mål (Bosma et al., 2012). Självförmåga avser individens personliga övertygelser om sin egen förmåga att utföra en specifik handling eller ett beteende. För att självförmågan ska blomstra, måste individers miljöer utsätta dem för ställföreträdare och övertygelser som kan ge upphov till högre självförmåga och förväntningar (Brown, Hackett & Lent, 2008).

Självförmågan är en viktig del av en persons förväntningar och att observera någon som framgångsrikt engagerar sig i en uppgift, kommer enligt teorin att öka ens förtroende för att kunna utföra uppgiften själv. Detta tydliggör hur förebilder kan öka individers självförmåga vilket resulterar i högre strävan att nå det aktuella målet (Morgenroth, Ryan & Peters, 2015).

Vidare visar forskning att individens självförmåga tillsammans med entreprenöriella förebilder positivt påverkar individens entreprenöriella intentioner, som i sin tur leder till entreprenöriella aktiviteter. Högre självförmåga är kopplat till entreprenörskap eftersom individer som besitter detta har starkare tro på sina affärsidéer (Ali, Shabir & Shaikh, 2021), där självförmåga är en viktig faktor i att våga starta företag (Austin & Nauta, 2016). Enligt Brown, Hackett och Lent (2008), har det visats sig att en stor del av hur individer gör sina karriärval avgörs av en persons självförmåga. I en undersökning studerade man studenter i en affärsklass och effekten av framgångsrika förebilder på självförmåga i relation till en persons karriärintentioner. Det visade sig att förebilder generellt sett hade en positiv effekt på karriärsintentioner och att denna effekt delvis förklaras av entreprenöriell självförmåga (Henry, Hill, & Leitch, 2005; Robertson & Collins, 2003).

Slutligen har flera studier föreslagit att vissa kvinnor inte agerar på möjligheterna att bli entreprenörer eftersom de jämfört med män tenderar att ha lägre entreprenöriell självförmåga. Det står även klart att kvinnor, jämfört med män, har en minskad uppfattning om sina egna entreprenörskapsfärdigheter särskilt inom de sektorer som anses vara traditionellt sett mansdominerade (Noguera, Alvarez & Urbano, 2013). Den bristande självförmågan förklaras delvis med att de saknar exponering av förebilder av samma kön (Kennedy & Drennan, 2014). Därtill menar Allen (2000) att kvinnor är mer benägna än män att välja att starta företag om de har kvinnliga förebilder runt om sig.

### 2.2.2 Social inlärningsteori

Den andra teorin är social inlärning och innebär att individer lär sig av andra i en social kontext. Teorin betonar dessutom vikten av sociala förebilder i både skapandet och ändringar av olika beteenden. Individer antas därmed utvecklas genom att lära sig nya färdigheter genom att

observera andra. Vidare visar studier att vi mer sannolikt kommer att observera och imitera personer som vi uppfattar liknar oss själva (Bandura, 1971). Två funktioner som tillhör den sociala inlärningsteorin är att förebilder kan lära individer genom att agera stöd och exempel. Detta innebär att individer kan lära sig genom att få praktiskt stöd och råd från sina förebilder, men även genom att observera förebilder som utgör exempel för hur man kan agera och handla (Bosma et al., 2012)

### **Lära genom exempel**

Den tredje funktionen innebär att entreprenöriella förebilder bidrar till lärande genom exempel. Det innebär att förebilden ger personer riktlinjer för hur man ska agera (Bosma et al., 2012). Förebilder kan även exemplifiera möjliga mål, yrkesskicklighet och personliga egenskaper. När individer är motiverade att lära sig något nytt eller skapa sig nya färdigheter, kan de välja sociala referenter som besitter önskade rollerna eller egenskaper som de själva vill ha (Gibson, 2003).

Att lära genom exempel kan förklaras med hjälp av Banduras sociala inlärningsteori. Bandura menar att processen av lärande sker genom att interagera, observera och imitera andra individers svarsmönster, och agera på ett visst sätt utan direkta instruktioner (Bandura, 1971). Enligt teorin dras individer till förebilder som kan hjälpa dem utvecklas genom att lära sig nya färdigheter och uppgifter genom andra människors exempel. Med detta antas att människor lär sig i en social kontext genom observation av andra där personer ofta dras till de som presterar framgångsrikt inom ett område där de själva också önskar vara involverade i (Bosma et al., 2012).

Förebilder kan kategoriseras utifrån positiva och negativa, där närvaron av dessa kan främja entreprenöriell aktivitet (Fornahl, 2003). Positiva förebilder är de individer som har uppnått framgång som därmed kan få andra att eftersträva liknande resultat. Det kan i sin tur exemplifiera goda resultat som kan ge riktlinjer för individer (Lockwood, Marshall, & Sadler, 2005). Exempelvis kan individer se sin förebild som ett exempel på hur man kan agera i beslut och förhandlingar i företagssammanhang, för att sedan ta efter det exakta beteendet. Negativa förebilder är någon som upplevt misslyckande eller otur som kan lära andra att inte begå samma misstag eller uppleva liknande olyckor. Till exempel kan förebilder visa upp egenskaper man själv inte vill förvärva, och därmed lära sig hur man inte ska göra (Gibson, 2003).

## Lära genom stöd

Den sista funktionen en förebild kan bidra med är att de kan lära andra genom stöd. Detta innebär att förebilder ger praktiskt stöd eller råd till personen i fråga och agerar som en mentor (Bosma et al., 2012). I vissa studier skiljer man på förebilder och mentorer, men många undersökningar tyder på att dessa kan vara interrelaterade (Kearney & Levine, 2020).

Termen "mentor" refereras till personer som kan ge stöd, råd och skydd till personer genom en interaktiv relation (Speizer, 1981). I enlighet med Banduras teori om socialt lärande, kan förebilder använda sitt mentorskap för att lära och vara till hjälp för att individer ska lära sig nya uppgifter och färdigheter. Många teorier påpekar även vikten av mentorer som ett hjälpmedel att styra individuell utveckling, och flertalet individer söker efter förebilder som kan hjälpa dem uppnå sina mål (Gibson, 2004).

Källan till stöd kan komma från olika håll, och tidigare studier har visat att beslutet att bli entreprenör, ofta är positivt korrelerat med att ha föräldrar som är eller tidigare har varit entreprenörer (Bosma et al., 2012). Andra studier har visat att entreprenörer som omges av förebilder i form av familj och vänner, kan få tillgång till goda råd, ovärderliga kunskapsresurser och stöd av någon med erfarenhet inom området (Hickie, 2011). Slutligen kan stödet från entreprenörer inom familjen stärka entreprenöriella avsikter och överförbarheten av "tacit knowledge" (Dohse & Walter, 2012).

Ett framgångsrikt nätverk är viktigt, eftersom en individ inte startar ett företag helt på egen hand (van Gelderen, Thurik & Bosma, 2006). Studier av nätverk har visat att det finns markanta könsskillnader i nätverks sammansättningar mellan kvinnliga och manliga entreprenörer (Moore, 1990). Jämfört med kvinnor har män fler arbetskamrater i sina nätverk, medan kvinnor har fler band till släktingar. Detta tyder på att kvinnor har det svårare att bygga upp värdefulla nätverk och att män gynnas av deras omfattande nätverk som är användbara i sina karriärer (Moore, 1990). I och med detta krävs det extra ansträngning att starta ett företag som kvinna när de verkar inom mansdominerade branscher (Yetim, 2008). Bland annat är man i behov av information och resurser för att kunna organisera sin uppstart (van Gelderen, Thurik & Bosma, 2006). Faktum är att många entreprenörer hittar information om industrier, potentiella fallgropar, marknader och



administrativa regler genom sitt sociala nätverk (Nauta & Kokaly, 2001). Därmed är förebilder i form av vänner och familj särskilt viktiga eftersom de kan ge stöd i form av kontakter såsom leverantörer, kunder eller finansieringskällor för den blivande entreprenören (Dohse & Walter, 2012).

## 2.3 Teoretiskt ramverk

Ramverket är uppbyggt för att skapa en bild av respektive kvinnlig entreprenör och förebildernas inverkan under entreprenörskapsprocessen. Det teoretiska ramverket, som består av två dimensioner, är utformat för att analysera och förstå hur kvinnliga entreprenöriella förebilder har haft en inverkan på kvinnliga entreprenörer.

Den första dimensionen avser *förebilders betydelse, närvaro och karaktär* enligt kvinnliga entreprenörer. Närvaron av kvinnliga förebilder blir allt viktigare (Regeringskansliet, 2023), och därför avser denna dimension att bland annat undersöka förebilders närvaro i form av hur och i vilken utsträckning de uppfattas existera. Dessutom är förebilder värdefulla inom entreprenörskap och kan ha olika betydelser för olika entreprenörer (Zozimo, Jack & Hamilton, 2017). Därav undersöks detta för att öka förståelsen kring betydelsen av förebilder enligt kvinnliga entreprenörer. Slutligen undersöks förebilders karaktär, främst för att se inom vilken bransch förebilden verkar. Detta eftersom förebildernas roll kan skilja sig åt beroende på om entreprenörerna befinner sig i en mans- eller kvinnodominerad bransch (Bechthold & Huber, 2018).

Den andra dimensionen är *förebilders funktioner* som avser att undersöka vilka funktioner de kvinnliga entreprenöriella förebilderna bidrar med för kvinnliga entreprenörer. Dessa kan förklaras med två teorier där den första är *identifikationsteorin*, som berör funktionerna 1) *inspiration & motivation* och 2) *självförmåga*. Teorin handlar om hur individer identifierar sig med förebilder som anses vara önskvärda och som de upplever likheter med. De förebilder som individer identifierar sig med, kan bidra med inspiration & motivation och öka individens självförmåga (Bosma et al., 2012). Funktionerna blir därför av relevans eftersom de tydliggör inverkan förebilder har på individer.

Den andra teorin är *social inlärningsteori* som består av 3) *lära genom exempel* och 4) *lära genom stöd*. Teorin fokuserar på hur förebilder kan stötta och hjälpa individer utvecklas och adoptera nya färdigheter. Genom observation av andra som är framgångsrika, kan individer lära sig av dem genom både exempel och stöd (Bosma et al., 2012). Därav blir de två funktionerna relevanta för att förklara den inverkan förebilder har på entreprenörer.

De två dimensionerna utgör således grunden för det teoretiska ramverket och gör det möjligt att uppnå studiens syfte, vilket är att ge en nyanserad förståelse för hur kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan på kvinnor som startat och driver företag i Sverige.

## 3 Metod

*I metodkapitlet presenteras samtliga val i studiens utförande. Inledningsvis presenteras och motiveras studiens forskningsstrategi och forskningsdesign. Vidare presenteras urvalet gällande litteratur och empiri. Slutligen framställs studiens metoder för insamling och analys av data samt metoder för att säkerställa en hög kvalitet.*

---

### 3.1 Forskningsstrategi

Vår studie bygger på individers uppfattningar och tolkningar av deras verklighet, därmed är en kvalitativ forskningsstrategi mest relevant. En kvalitativ studie lägger fokus på ord och individers subjektiva uppfattningar. En del av kvalitativ forskning är interpretativism, som innebär att man studerar den sociala verkligheten och får fram individers subjektiva beteenden och tolkningar. Med ett interpretativistiskt och tolkande synsätt, kan man få fram intervjupersonernas uppfattning i förhållande till tema av intresse och analysera kopplingen till begrepp och perspektiv som deltagarna delat med sig av (Bryman & Bell, 2015). Detta går i linje med denna studies syfte, som är att undersöka kvinnliga förebilders inverkan på kvinnliga entreprenörer.

Enligt Bryman och Bell (2015) finns det i företagsekonomisk forskning olika metoder som skiljer sig åt vid analys av teori och observationer. En metod är deduktiv när den bygger på tidigare forskning och teorier för att sedan skapa hypoteser. Hypoteserna styr studiens datainsamling och slutligen testas hypoteserna för att bekräfta alternativt förkasta dem. En annan metod är induktiv, som till skillnad från deduktiv börjar med empiri och sedan utifrån den skapar studiens teori. Däremot utvecklar inte alltid forskare inom induktiv metod ny teori, utan producerar ofta mer generella empiriska generaliseringar. Därav väljer flertalet forskare att använda en kombination av induktiv och deduktiv metod, vilket kallas abduktiv metod. Denna studie genomsyras av en abduktiv metod eftersom vi har samlat in tidigare forskning, teori inom ämnet och empiriskt material för att sedan skapa möjligheter att utveckla nya teorier (Bryman & Bell, 2015).

## 3.2 Forskningsdesign

I denna uppsats utfördes en flerfallstudie av ett antal kvinnor som startat och driver företag med hjälp av semistrukturerade intervjuer. En flerfallstudie omfattar oftast två eller fler djupgående fall, som sedan jämförs. Semistrukturerade intervjuer baseras på en intervjuguide, som består av relativt specifika frågor som kommer ställas i en tänkt ordning, dock finns det möjlighet till justeringar. Följaktligen är semistrukturerade intervjuer relevanta eftersom vi vill se till intervjupersonernas subjektiva tankar, där plats för frihet och olika svar är värdefulla. Frågorna som ställs i intervjuerna behöver inte alltid vara disponerade i samma ordning, och frågor som inte ingår i intervjuguiden är fria att ställas (Bryman & Bell, 2015). Att använda flerfallstudier är i enlighet med frågeställningen och tidsramen bäst lämpad i denna uppsats.

I denna uppsats används fallstudier som design, vilken innebär att man ingående studerar ett specifikt fall. Det som skiljer denna från andra forskningsdesigner är att forskaren är intresserad av att belysa unika drag hos ett specifikt fall (Bryman & Bell, 2015). Detta gjordes i denna uppsats eftersom vi utförde djupgående kvalitativa intervjuer där varje enskild person betraktas som ett enskilt fall. Fallstudiedesignen var därför av relevans för att få en nyanserad förståelse för deras egna erfarenheter, upplevelser och åsikter. Utöver fallstudiedesign finns det även i uppsatsen inslag av komparativ design, som innebär att man genomför samma studie på två eller fler skilda fall för att sedan jämföra dem. Designen innefattar därmed en jämförelselogik som kan skapa en bättre förståelse för en social företeelse eller situation. Komparativ design kan därför i kvalitativ forskning ofta fungera som en förlängning av fallstudiedesign (Bryman & Bell, 2015). Eftersom vi använde en flerfallstudie blev det därför nödvändigt att använda den komparativa designen för att upptäcka relevant samband mellan intervjupersonerna.

## 3.3 Urval

### 3.3.1 Val av litteratur

Arbetet inleddes med ett gediget genomsökande av artiklar för att skapa en omfattande uppfattning av ämnet. Litteratursökningen gjordes i syfte att hitta tidigare forskning inom området för att på så vis få en övergripande bild av befintliga resultat och slutsatser.

Genomsökningen av artiklar inom området förebilder, entreprenörskap och kvinnligt entreprenörskap gav oss uppfattningen om framstående forskare, teorier och modeller. Detta är en effektiv metod för att inte upprepa redan befintlig forskning och för att säkerställa det valda ämnets relevans (Bryman & Bell, 2015).

Efter att ha läst litteraturgenomgångar och förslag till framtida forskningar kunde vi lättare formulera syftet med vår undersökning. Sökningen av artiklar kunde specificeras inom bland annat förebilders betydelse för entreprenörer och kvinnliga förebilder inom kvinnligt entreprenörskap. Vi fördjupade oss främst i artiklarna “Entrepreneurship and role models” och “The Motivational Theory of Role Modeling: How Role Models Influence Role Aspirants’ Goals”, vilka hade framstående närvaro i majoriteten av sökningarna. Genom dessa artiklar kunde vi se till deras källhänvisningar för att hitta ytterligare artiklar med hög relevans för vårt ämne. Enligt Bryman & Bell (2015) bör följande fyra frågor ställas vid granskningar av litteratur hämtade från nätet: *Autenticitet – är materialet äkta? Trovärdighet – är materialet förvrängt? Representativitet – är materialet typiskt inom sin genre? Meningsfullhet – är materialet tydligt och begripligt?* Ovanstående frågor togs i beaktning vid det noggranna valet av artiklar.

Genom att se till tidigare forskning gällande förebilder och dess inverkan på entreprenörer, identifierades brister i befintlig litteratur om hur specifikt kvinnliga förebilder har en inverkan på kvinnliga entreprenörer. För identifiera detta togs följande frågor i beaktning: *Vad är redan bekant eller känt inom området? Vilka begrepp eller teorier är relevanta för området? Vilka forskningsmetoder eller teorier har tillämpats på området? Finns det några frågor som inte besvarats?* (Bryman & Bell, 2015). Valet av litteratur har under uppsatsens gång uppdaterats allteftersom nya sökningar gjorts där ytterligare information gav oss nya infallsvinklar vilket går i linje med Bryman & Bell (2015) som menar att sökningsprocessen inte bör genomsyras av en start- och slutpunkt.

### 3.3.2 Val av empiri

Intervjuperson	Ålder	Bransch	Grundat
A	25	Konst	2020
B	23	Musik	2021
C	27	Skönhet	2019
D	23	Detaljhandel	2019
E	26	Träning	2021
F	25	Event	2022
G	23	Hållbarhet	2021
H	24	IT	2023

**Tabell 1** - Intervjuobjekt

Urvalet av intervjuobjekt bygger på en kombination av ändamålsenligt urval, bekvämlighetsurval och subjektivt urval. Ändamålsenligt urval bygger på principen att man kan få ut bästa möjliga information genom att välja objekt utifrån deras attribut. Metoden går ut på att handplocka urval baserat på relevansen för forskningsprojektet och deras erfarenhet inom området. Man väljer därmed de intervjuobjekt som man tror kan ge största möjliga värde och som man känner till sedan tidigare (Denscombe, 2014). För att på ett effektivt sätt nå intervjuobjekten tog vi kontakt med personerna direkt, vilket gjordes via telefon eller mail. Bekvämlighetsurvalet valdes som en metod eftersom de personer som intervjuats ansågs ha omfattande erfarenhet inom ämnet och förväntades kunna ge det största möjliga värdet för denna studie. Med bekvämlighetsurval menas att urvalet bygger på vad som är passande för forskaren och vilka objekt som ligger närmast till hands. Fördelen med den här typen av urval är att det passar mindre forskningsprojekt med en begränsad budget för både kostnad och tid (Denscombe, 2014). Detta urval valdes just för att tiden för studien var begränsad och eftersom vi hade passande intervjuobjekt i våra befintliga

nätverk. Subjektivt urval innebär att forskaren inte väljer intervjupersonerna slumpmässigt, eftersom man vill uppnå en variation i urvalet. Detta för att de svarande ska skilja sig i vissa variabler för att finna mönster (Bryman & Bell, 2015).

I denna studie har följande kriterier används vid urvalet av intervjuobjekten:

- Identifierar sig som kvinna
- Har själva startat och driver företag i Sverige
- Har en ålder mellan 23 och 27 år
- Har företag som varit verksamma mellan ett och fem år
- Är verksamma inom olika branscher

I studien gjordes en avgränsning till personer som driver ett företag som är grundat för maximalt fem år sedan. Anledningen till att företagen är relativt nystartade är för att ju mer samtid en muntlig källa är desto mer trovärdig är den, det vill säga att händelseförloppet ligger nära i tiden till det som undersöks (Hansson & Thor, 2006). Det är därför fördelaktigt med en begränsad tidsperiod då det underlättar för dem att bevara och återkalla minnen från deras entreprenörskapsprocesser. För att kunna dra slutsatser och inte göra studien för omfattande gjordes även en avgränsning till svenska företag. Valet att dessa skulle verka i Sverige gjordes med tanke på den begränsade tiden för studien. Hade vi haft mer tid hade det varit intressant att studera kvinnliga entreprenörer i andra länder.

Vidare gjordes en avgränsning till åtta kvinnor som startat och driver företag. Eftersom studien fokuserar på att undersöka kvinnligt entreprenörskap, är den begränsad till endast kvinnor. Intervjupersonerna är dessutom samtliga entreprenörer som startat och driver företag idag. Valet att intervjua just dessa personer och inte de som arbetar som entreprenörer inom andra bolag än deras egna, ansågs i denna studie vara mer relevant för vårt syfte. Med fokus på kvinnor som grundat företag och deras egna entreprenörskapsprocess, så är det just de personerna som är den huvudsakliga informationskällan. Dessutom är studien begränsad till kvinnor i åldrarna 23 till 27 år. Enligt Alvehus (2019) kan det vara fördelaktigt att använda sig av ett urval där intervjupersonerna är av liknande "typ", då det underlättar när man gör jämförelser mellan dessa.

Detta ansågs vara ett fördelaktigt kriterium för att göra det möjligt att upptäcka mönster i åsikter och erfarenheter hos entreprenörerna.

I studien gjordes en avgränsning till åtta olika branscher. Enligt Alvehus (2019) kan det vara fördelaktigt att ha ett varierat urval eftersom det möjliggör en bredare insikt i fenomenet som studeras och kan ge en mer heltäckande bild av ämnet där resultaten kan representera en större population. I denna rapport är detta urval gynnsamt eftersom olika branscher har varierande könsfördelning och kan delas upp i mans- och kvinnodominerade. Exempelvis visar studier på att kvinnliga förebilders roll väger tyngre i mansdominerade branscher, och att det finns fler kvinnliga förebilder inom kvinnodominerade branscher (Bechthold & Huber, 2018). Av dessa anledningar är det relevant att se till olika branscher för att ge en så nyanserad förståelse som möjligt. Vidare är kategoriseringen av mans- och kvinnodominerade branscher i denna studie baserad på intervjuobjektens egna uppfattningar av sin bransch. Anledningen till det är att det finns branscher som anses vara kvinnodominerade på grund av att de flesta som är verksamma i branschen är kvinnor, trots detta utgörs de flesta chefspositionerna av män (Stenvall, 2016). Detta kan göra att definitionen av mans- och kvinnodominerade branscher kan variera från individ till individ beroende på vilka personer som är beslutsfattare. Slutligen hade vi med en större budget och längre tid gärna undersökt fler branscher än de som valdes, och fler personer inom respektive bransch. Detta både för att ge en större svars variation, men även en mer djupgående förståelse kring hur kvinnor inom likartade branscher resonerar.

Avslutningsvis är uppfattningarna som redogörs i intervjuerna de svarandes egna subjektiva åsikter och erfarenheter som de själva haft under deras entreprenörskapsprocesser. Av denna anledning minskar sannolikheten för felaktig information. Urvalet är genomsyrat av både ett likartat och varierat urval, vilket är ett medvetet val anpassat till samtliga kriterier. Det olikartade urvalet är applicerat på branschtillhörigheten, vilket ansågs vara nödvändigt för att få en mer nyanserad bild av ämnet. De resterande urvalen kön, ålder, land och verksamhetsår utgör ett likartat urval eftersom det underlättar jämförelser mellan dessa.



### 3.4 Datainsamlingsmetod

Eftersom målet med datainsamlingar var att se vilken inverkan kvinnliga förebilder haft på kvinnliga entreprenörer, användes semistrukturerade intervjuer med öppna frågor. Fördelarna med öppna frågor är att intervjupersonerna kan svara med sina egna ord som lämnar utrymme för ovanliga eller oförutsedda svar eller reaktioner. Vidare är öppna frågor fördelaktigt eftersom de inte leder de svarandes tankar i någon viss riktning. De semistrukturerade intervjuerna är nödvändiga för att få djupgående och utvecklande svar och för att kunna ställa relevanta följdfrågor (Bryman & Bell, 2015). Det är enbart den mest relevanta informationen från intervjuerna som presenteras för att besvara frågeställningen. Slutligen genomfördes de åtta intervjuerna genom videosamtal, som spelades in och transkriberades. Denna metod ger fördelar såsom att minimera feltolkningar och missuppfattningar (Bryman & Bell, 2015).

Innan de kvalitativa intervjuerna ägde rum utformades en intervjuguide som följde de råd som Bryman och Bell (2015) föreslår. Enligt författarna är det relevant att se upp för ledande frågor eftersom intervjuobjekten då kan uppleva påtryckningar för att svara på ett visst sätt, vilket gör det svårt för personen att svara som den egentligen vill. Av denna anledning har vi tagit detta i åtanke och försökt att göra frågorna så öppna och ovinklade som möjligt. Vid utformningen av frågorna har vi även använt Bryman och Bells (2015) råd om att man själv ska tänka sig vara intervjuobjektet som besvarar frågorna. Med detta kan man upptäcka om frågorna kan tolkas på flera sätt och på så sätt undvika missuppfattningar och feltolkningar. Vidare är guiden utformad med få undantag för ja och nej frågor, just för att hålla frågorna så öppna som möjligt. Avslutningsvis har vi kontinuerligt sett till checklistan för kvalitativa intervjuer (Bryman & Bell, 2015) för att intervjuerna ska bli så nyanserade och välutvecklade som möjligt.

Som forskare kan man genom anonymitet säkerställa att de svarande är skyddade vid datainsamling (Bryman & Bell, 2015). I studien tilldelades således varje intervjuobjekt en bokstav A-H, i stället för deras för- och efternamn. Vår vision var att intervjuobjekten skulle uppleva att de kunde vara helt ärliga och transparenta i deras svar, vilket var den främsta anledningen till anonymiteten. Vidare skriver Bryman och Bell (2015) om hur viktigt det är att få samtycke av personerna för att få använda information de givit i intervjuerna. För att säkerställa

samtycke från de svarande, inleddes samtliga intervjuerna med att förklara upplägget och förtydliga deras anonymitet.

Slutligen ska intervjuguiden enligt Bryman och Bell (2015) finnas att studera i rapporten där frågorna ska följa varandra på ett bra sätt, men man ska även vara beredd på att under intervjugång behöva ändra ordningsföljden. Dessutom är det relevant att formulera intervjufrågorna på ett sätt som underlättar svar på studiens frågeställning. Därför är frågorna anpassade för att samla in information om intervjupersonernas upplevelser och erfarenheter av kvinnliga entreprenöriella förebilder samt dess närvaro och betydelse under deras entreprenörskapsprocess. Av den anledning är intervjuerna indelade i två delar: 1) allmän information om intervjuobjektet och dennes entreprenörskapsprocess 2) kvinnliga entreprenöriella förebilders betydelse, närvaro, karaktär och funktioner under entreprenörskapsprocessen.

### 3.4.1 Datainsamling - Entreprenörskapsprocessen

Intervjun inleddes med att ställa ett antal allmänna frågor för att få en förståelse kring entreprenören och hennes upplevelser under entreprenörskapsprocessen.

- Presentera dig själv och ditt företag.
- Gör en tidslinje om ditt företag från idé till idag.
- Vilka är de viktigaste milstolparna i denna tidslinje?

### 3.4.2 Datainsamling - Kvinnliga entreprenöriella förebilder

I följande del kommer frågorna fokusera på kvinnliga entreprenöriella förebilder. Frågorna som ställdes var mer fokuserade på närvaron och betydelsen av kvinnliga förebilder, vilka dessa personer är och vilken relation de haft till dessa. Vidare undersöktes hur dessa har påverkat kvinnan under hennes karriär, vad det är som gör dessa personer till förebilder och vilka funktioner förebilder har.

För att underlätta för intervjuobjekten inledde vi denna del med att förtydliga vad vi menar med kvinnliga entreprenöriella förebilder, det vill säga kvinnliga förebilder som startat, driver eller drivit företag.

- Upplever du att du haft kvinnliga entreprenöriella förebilder under denna tidslinje, vill du berätta om hur de utmärkte sig i de tidigare nämnda milstolparna?
  - Vem eller vilka är dessa? Vad är din relation till de personerna?
- Vad är det som gör att du sett upp till dessa personer och varför tror du att de haft en inverkan på dig som entreprenör? Berätta gärna ingående.
- Vilka funktioner har denna eller dessa personer fyllt för dig?

### 3.5 Dataanalysmetod

Enligt Eisenhardt (1989) bör metoden "Within-Case Analysis" användas vid tillfällen där en flerfallsstudie har gjorts, där fokus läggs på de enskilda fallen. Detta för att kunna förstå olika detaljer och underlätta i processen att förstå de enskilda fallen. I denna studie har därför varje fall presenterats var för sig i empiriavsnittet, för att senare möjliggöra jämförelser och generera insikter. Efter att intervjuerna genomförts, identifierade vi de mest utmärkande påståendena enligt de enskilda individerna. Tillvägagångssättet är fördelaktigt eftersom man får en djupare förståelse och kan se till de viktigaste aspekterna (Eisenhardt, 1989). Detta sammanställdes i ett separat dokument som la grunden för att kunna utföra en "Cross-Case Comparison". I det separata dokumentet presenterades varje enskilt fall utifrån deras intervjusvar. Det gjorde det möjligt att tydligt lyfta fram intervjuobjektens svar gällande förebilders betydelse, närvaro och karaktär samt olika funktioner, vilket underlättade uppsatsens analys. Utifrån det separata dokument som inte redovisas i arbetet, sammanställdes därefter en tabell som presenteras i 5.2. Genom att använda "Cross-Case Comparison" kan man snabbare komma underfund med de mönster som finns (Eisenhardt, 1989). Senare gjordes jämförelser mellan fallen i analysavsnittet, som är uppdelat baserat på de två huvudrubrikerna: *Förebilders betydelse, närvaro och karaktär* och *Förebilders funktioner*. Den första delen handlar om entreprenören och dennes entreprenörskapsprocess. Den andra delen berör intervjuobjektets tankar om betydelsen och närvaron av kvinnliga entreprenöriella förebilder samt dess funktioner. I analysen använde vi oss av det separata "Cross-Case Comparison"-dokumentet för att jämföra de enskilda individerna mot varandra och identifiera eventuella mönster mellan dem. Detta för att skapa en heltäckande bild av undersökningsämnet.

Analysen av kvalitativ data kan enligt Bryman och Bell (2015) vara svår att utföra till skillnad från en mer reglerad analys av kvantitativ data. Detta på grund av orelaterade teman och tidsstyrning, därav är det viktigt att ha en förståelse för att de teman som tidigare har presenterats inte alltid kommer passa in på den insamlade datan. Vid användandet av semistrukturerade intervjuer kan även information tillkomma som inte nödvändigtvis varit en del av det utformade intervjuguiden, som genom den induktiva metoden kan bidra till ramen för att utforma nya teorier eller generaliseringar. Dessutom kan forskare gå fram och tillbaka mellan litteraturgenomgång, datainsamling och analys vilket Bryman och Bell (2015) beskriver som den iterativa processen, vilken är en del inom den induktiva metoden som har använts i denna uppsats. För att på ett bra sätt kunna analysera intervju svaren och dra slutsatser som är rimliga, bygger denna uppsats på abduktiv karaktär, vilken genomsyras av både en induktiv och deduktiv metod. Avslutningsvis är det noterbart att det är ovanligt att studenter formulerar banbrytande teorier (Bryman & Bell, 2015).

### 3.6 Validitet & reliabilitet

Enligt Bryman och Bell (2015) finns det två kriterier som kan avgöra kvaliteten på forskningsstudier, vilka är reliabilitet och validitet. Vidare kan de två begreppen delas upp i interna och externa tillämpningar. *Intern reliabilitet* avser hur forskarna i en studie överenskommer om hur tolkningar och slutsatser ska dras gällande empirin. För att försäkra hög intern reliabilitet granskade och analyserade vi först intervjuerna separat, för att sedan jämföra och dra slutsatser. Samtliga medlemmar i gruppen deltog i intervjuerna och transkriberingarna, vilket var avgörande för det interna samförståndet och samarbetet. Detta gjorde det enklare för oss att vara överens och tolka de olika sammanhangen.

Den *externa reliabiliteten* handlar om till vilken grad studien kan replikeras, vilket vanligtvis anses vara svårt. Detta beror på att omgivningen ständigt förändras och gör det svårt att replikera specifika händelser eller scenarier i en kvalitativ studie (Bryman & Bell, 2015). Eftersom studien är kvalitativ är det svårt att uppnå hög extern reliabilitet. Detta eftersom intervju personernas åsikter, känslor, erfarenheter och tankar kontinuerligt förändras och är beroende av kontexten. Även känslor och tankar hos forskarna kan förändras och påverka studiens resultat, vilket kan komplicera processen att replikera identiska resultat i framtida forskning.

*Extern validitet* avser i vilken utsträckning en generalisering kan göras av studiens resultat och slutsatser med koppling till verkliga förhållanden (Bryman & Bell, 2015). Eftersom studien genomfördes under en begränsad tid var det svårt att upprätthålla hög extern validitet. Däremot var valet av urval väl genomtänkt vilket gör att vi i denna uppsats kunnat dra slutsatser som är generaliserbara.

Slutligen presenterar Bryman och Bell (2015) att *intern validitet* handlar om huruvida det finns en korrelation mellan resultat och teori som är hållbar eller ej. Eftersom vi i denna studie använt oss av en abduktiv metod, kan den interna validiteten öka eftersom rapportens slutsatser kunde kopplas till en redan existerande teori. Däremot är det viktigt att beakta att feltolkningar kan äga rum, speciellt när rapporten skapas av yngre forskare. Med hänsyn till detta har vi som unga forskare haft detta i åtanke när vi dragit slutsatser.

## 4 Empiri

*I empirikapitlet redovisas data från intervjuerna med personerna A-H. Kapitlet är strukturerat i åtta delar baserat på varje intervjuobjekt, som är uppdelade i entreprenörskapsprocessen och kvinnliga entreprenöriella förebilder.*

---

### 4.1 Person A

#### 4.1.1 Entreprenörskapsprocessen

Intervjupersonen är 25 år gammal, startade sitt bolag år 2020 och säljer konst. Hon har alltid tyckt om att måla och arbeta kreativt. Innan A startade sitt företag hade hon under många år målat på fritiden men hade alltid drömt att kunna försörja sig på konsten. A poängterar att konstbranschen är mansdominerad och att hon var orolig för den tuffa konkurrensen bland konstnärerna i Sverige, men beslutade ändå att bli egenföretagare. För två år sedan hade hon sin första utställning på ett välkänt konstgalleri, vilket var ett stort steg i hennes karriär. Sedan dess har hon haft ett flertal utställningar och fortsätter att driva hennes företag framåt.

#### 4.1.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder

##### **Allmänt**

A nämner specifikt tre utmärkande kvinnliga förebilder som har haft en inverkan på henne under entreprenörskapsprocessen. Den första förebilden är gallerist och konstnär som hon har en vänskapsrelation till, som har varit med henne från början av företagsstarten till idag. Intervjuobjektets andra förebild är en av hennes kollegor som innan hon blev konstnär arbetade i modebranschen med ingen tidigare erfarenhet inom konst. Till sist nämnde A en förebild som hon inte har någon relation till mer än att de verkar inom samma bransch. A hittade denna person tidigt i hennes företagsstart och har följt henne på sociala medier och sett henne som en väldigt framgångsrik konstnär.

## **Funktioner**

En av förebilderna är en gallerist som enligt A främst fungerat som en mentor för henne. Eftersom förebilden verkligen trodde på A som konstnär, valde förebilden aktivt att dela med sig av sina tips och råd. Hon har hjälpt A att hitta kontakter, få tillgång till olika utställningar samt gett henne praktiska råd och generell vägledning:

*“Hon är min största förebild och fungerar som en mentor för mig idag som jag ringer. Det är ju viktigt att man hjälper varandra. Jag känner att det jag fick från henne har varit A och O för min framgång eftersom hon alltid har trott och satsat på mig.”*

A påpekar det tuffa klimat och hårda jargong som konstbranschen genomsyras av, och menar att förebilden motsatte sig detta genom att ta A under hennes vingar och hjälpa henne skapa kontakter inom branschen. Eftersom förebilden även själv var gallerist, kunde hon erbjuda A utställningar som varit väldigt värdefulla för henne:

*“Hon har introducerat mig i branschen och har delat med sig av sina värdefulla kontakter vilket inte är vanligt i den här branschen. Det var detta som första gången gav mig möjligheten att ställa ut.”*

Därefter berättar A att hennes andra förebild som är en kollega, gett henne värdefulla råd och upplever att hon bidragit med vägledning genom hela As karriär. Eftersom förebilden, liksom A, är en konstnär utan tidigare utbildning, känner A att hon får tydliga tips och praktiska exempel på hur hon kan gå tillväga som entreprenör i branschen:

*“Hon lär ut en konstkurs och delar med sig väldigt mycket på sociala medier. Hon har även visat hur man kan gå tillväga vid olika viktiga beslut. Hon är absolut en förebild för mig.”*

Genom att förebilden besitter erfarenheter och kunskaper inom branschen, känner A att hon alltid kan vända sig till henne för att få råd. Förebilden är någon A alltid har en öppen dialog med och använder som ett värdefullt bollplank.

Till sist nämner A en förebild som visat henne att det är möjligt att bli framgångsrik i konstbranschen som ung kvinna. Förebilden fungerar som inspiration för A och som någon som hon vill kunna efterlikna i framtiden och som agerat målbild för henne. Förebilden har genom innovativa metoder hittat nya vägar för att tjäna pengar i sitt företag, vilket är något A inspireras och lär sig mycket av:

*“Jag tycker att hon är så cool. Att hon tror på sig själv och vågar ta betalt, det är så inspirerande att hon vågar ta plats.”*

Följaktligen har samtliga förebilder visat intervjuobjektet att det finns flera vägar att gå för att bli en framgångsrik konstnär. Ingen av As förebilder har studerat på högkvalificerade konsthögskolor, det vill säga gått den “traditionella vägen”. Enligt A har förebilderna därmed lärt henne hur hon i praktiken kan lyckas utan att ha en specifik utbildning, men även fått henne att känna att hon också kan lyckas:

*“Ingen av dem jag nämnt har faktiskt studerat på en topprankad konstskola, vilket har lärt mig att man inte måste gå den traditionella vägen för att lyckas. Man kan faktiskt lösa det på egen hand.”*

## 4.2 Person B

### 4.2.1 Entreprenörskapsprocessen

Intervjupersonen är en 23-årig kvinnlig artist som för två år sedan (2021) startade sitt eget företag. Personen har alltid pratat om att hon vill bli egenföretagare, och i samband med hennes signering med skivbolag startade B upp ett aktiebolag. När hon flyttade upp till Stockholm för att satsa på sitt företag och musiken hade hon svårt att hitta rätt skivbolag att signa med, men bara ett halvår senare fick hon kontrakterbjudanden från de största skivbolagen i Stockholm. Efter att hon signerade kontrakt med ett av skivbolaget, startade hennes karriär i musikbranschen och efter det har hon uppnått flera milstolpar såsom samarbeten med stora artister och att släppa sitt eget album. Idag fortsätter hon driva sitt företag och tycker det är otroligt utmanande och roligt.



## 4.2.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder

### Allmänt

Intervjupersonen förklarar att hon under sin tid som artist har haft förebilder som har kommit och gått beroende på vart i entreprenörskapsprocessen hon har befunnit sig. Sammantaget redogör hon för tre förebilder som utmärkt sig under hennes tid som entreprenör: hennes manager, en känd entreprenör och en världskänd framgångsrik artist. Hennes manager har stått vid Bs sida sedan hon startade sitt företag. Managern driver sitt eget företag och är producent, låtskrivare och har själv arbetat med musik i flera år. B beskriver även att förebilden känner väldigt många i musikbranschen och har samarbetat med några av Sveriges största artister. Den andra personen är en känd entreprenör som under hela sitt liv arbetat inom entreprenörskap som startat och drivit flertalet företag. Den tredje förebilden är en internationell artist som under lång tid har drivit sitt eget företag och kom tidigt in i Bs liv.

### Funktioner

En utmärkande förebild för B är hennes manager, som hon jobbat tillsammans med sedan starten som varit en inspirationskälla genom resans gång. Förebilden har fått B att sikta mot stjärnorna och har delat med sig av sina kontakter:

*“Utan henne hade jag aldrig fått det kontaktnät jag har idag. Tack vare det har jag producerat låtar tillsammans med några av Sveriges största artister.”*

Vidare berättar B om att förebilden har erfarenhet av det tuffa mansdominerade klimatet i musikbranschen. Managern har alltid kommit med värdefulla råd gällande viktiga affärsmässiga beslut vilket gett henne de verktyg hon behövt för att kunna utvecklas. Ett av förebildens mest värdefulla råd har enligt B varit att ha is i magen:

*“I början av min karriär var jag nära att signa ett kontrakt där jag hade blivit lurad. Jag blev tillsagd att vänta på något bättre, ett halvår senare stod jag där med kontrakt erbjudanden från de största livebolagen i Sverige.”*

B berättade att hon redan i ung ålder tittade på flertalet TED-talks och menar att majoriteten av de entreprenörer hon observerade där var män. Däremot var det specifikt en kvinnlig entreprenör som hon kommer ihåg lite extra. När B senare i livet stod på egna ben och skulle driva sitt företag har denna person agerat som en förebild i hur man kan bli en framgångsrik entreprenör genom att bli en "doer". B nämner att hon vid flera tillfällen använt sig av hennes "5-Seconds Rule" teori för att få motivation och uppnå specifika mål inom hennes företagande:

*"Det är ofta jag stannar upp och plockar fram till hennes specifika tips och råd, som den framgångsrika kvinnliga entreprenören hon är för att arbeta mer produktivt och professionellt."*

Denna förebild har satt upp en tydlig bild för vad B identifierar som en framgångsrik entreprenör och därmed läst på mycket om denna person samt tagit till sig mycket av vad hon säger. Detta för att i sin tur lyckas uppnå ett framgångsrikt sätt att själv driva sitt företag på.

Intervjupersonens tredje utmärkande förebild är en framgångsrik kvinnlig artist och entreprenör som inspirerat B sedan hon var ett litet barn. Förebilden fick B att börja skriva musik och har inspirerat henne musik- och entreprenörskapsmässigt. Hon menar även att personen är hennes målbild och att hon vill vara som henne:

*"Jag själv skriver väldigt personliga texter och jag tror det härstammar från att jag växte upp med att idolisera det hon gjorde. När jag känner mig omotiverad lyssnar jag alltid på hennes låtar för att hålla motivationen uppe."*

Den svarande menar även att förebilden både har karriärs- och personlighetsmässiga egenskaper som hon tagit efter i sin egna entreprenörskapsprocess. B förklarar att förebilden gjort saker i sin karriär som de flesta andra inte hade kunnat. Förebilden har enligt B skilt sig från andra med sin självsäkerhet och självrespekt, men också fått ta många strider för just det. Den framgångsrika artisten har också visat exempel på nya sätt att tjäna pengar:

*"Det här är bara startskottet för att många artister kommer göra exakt samma sak för att komma ur kontrakt från majorbolag som tar alldeles för mycket pengar från oss artister. Hon är inte*

*bara en musiker som kan skriva väldigt bra musik utan hon är även en otroligt smart och duktig businesskvinna.”*

## 4.3 Person C

### 4.3.1 Entreprenörskapsprocessen

Person C är 27 år gammal, utbildad nagelteknolog och driver en skönhetsalong i Stockholm som hon startade år 2019. Allt började med att hon blev anställd på en nagelsalong, men kände sedan att hon ville styra över sina egna tider samt beslut och bestämde sig därför för att starta upp ett eget företag.

### 4.3.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder

#### **Allmänt**

Person C menar att hon haft svårt att identifiera tydliga förebilder under sin tid som entreprenör. Hon förklarar att hon verkar inom en kvinnodominerad bransch och att förebilder inte varit så utmärkande inom skönhetsindustrin. Däremot redogjorde hon för två personer som inte befinner sig i hennes bransch, som hon menar fungerat som förebilder för henne under hennes entreprenörskapsprocess. Det senaste året har hon fått upp ögonen för en kvinna som driver en klädbutik i Stockholm. Avslutningsvis redogör hon för en förebild som är hennes vän, som driver ett hudvårdsmärke och har varit vid Cs sida under hela hennes entreprenörskapsprocess.

#### **Funktioner**

Intervjuobjektet menar att kvinnan som äger klädbutiken har ett driv som motiverar C och ger henne själv drivkraft. C berättar att hon var med på butikens öppningsdag för ungefär ett år sen, och har sedan dess sett butiken blomstra:

*“Hon som driver det tycker jag har gjort det så sjukt bra. Bara på ett år har hennes butik blivit otroligt populär med många kunder, vilket jag tror endast beror på hennes energi och otroliga drivkraft.”*

C menar även att hon är inspirerad av förebilden eftersom hon alltid kommer på nya innovativa sätt att driva sin verksamhet framåt på:

*“Jag tycker det är väldigt kul att följa henne på Instagram eftersom hon har så många nya, coola sätt att marknadsföra sin butik på och det inspireras jag verkligen av. Hon har lagt ut många inlägg som jag själv typ härmat.”*

Cs andra förebild utgörs av en vän som följt henne från att C först startade sitt företag till idag. Förebilden har för C fungerat som en mentor och är den första hon ringer om hon behöver tips eller råd om företaget:

*“Hon har alltid varit vid min sida. Hon är ju liksom en coach och mentor för mig.”*

Vidare har förebilden kommit med många nya idéer och sätt att driva Cs salong på. C menar att personen har en drivkraft och energi som hjälper henne:

*“Jag kan sitta med henne i timmar och hon bara sprutar ut nya idéer om hur jag hade kunnat till exempel marknadsföra mitt företag. Det blir jag peppad av.”*

Följaktligen ser hon upp till förebilden eftersom hon har så tydliga mål som hon vill uppnå. C menar att personen i sitt företagande hela tiden haft mål som hon ska uppnå, och att hon alltid når dem. Detta har enligt C inspirerat och motiverat henne att göra samma sak i sitt entreprenörskap:

*“Hon har satt upp mål i hela livet, och bestämt sig för att hon ska uppnå allt. Det sjuka är ju att hon uppnår allt också. Jag blir väldigt inspirerad och motiverad av det och hon har fått mig att göra samma sak.”*

## 4.4 Person D

### 4.4.1 Entreprenörskapsprocessen

Person D är en 23 årig kvinna som driver ett företag inom detaljhandel. År 2018 under en UF-kurs uppstod hennes affärsidé som hon senare vann flertalet UF-tävlingar med. År 2019 startade hon och hennes kollegor ett aktiebolag. Sedan dess har företaget fortsatt växa och förra året slog de försäljningsrekord, var med i Draknästet och tog sig in bland de största leverantörerna i Sverige. Idag driver D bolaget vid sidan av sina studier, tillsammans med en annan kvinnlig medgrundare.

### 4.4.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder

#### **Allmänt**

Intervjuobjektet redogör specifikt för fyra förebilder som varit viktiga för henne i entreprenörskapsprocessen. Den allra viktigaste är hennes mamma, som själv drivit företag i många år. Vidare har Ds kollegas mamma, som även hon är entreprenör, varit en viktig person i hennes entreprenörskapsprocess. Den tredje förebilden är en lärare som D hade i UF-kursen, som sitter med i bolagets styrelse idag. Läraren har tidigare själv drivit företag, men beslutade senare att hon istället ville lära ut entreprenörskap. Till sist redogör D för en framgångsrik kvinna hon mött som arbetar inom detaljhandeln. I sin helhet menar D att hennes förebilder varit viktiga för henne eftersom hon enligt henne verkar inom en mansdominerad bransch där de flesta beslutsfattare hon mött varit män.

#### **Funktioner**

Intervjuobjektet D menar att hennes största förebild alltid varit hennes mamma. Enligt D har hon tagit hand om familjen som ensamstående mamma, och samtidigt drivit eget företag. Att D har fått se upp till en så driven mamma hela livet, har gjort henne till en förebild. D har fått se hennes mamma lyckas vara en stark förälder samtidigt som hon drivit eget, vilket har bidragit till Ds drivkraft:

*“Min mamma är mitt allt. Hon är ett praktexempel för mig i hur jag i framtiden vill bli*

*entreprenör. . . Hon inspirerar mig dagligen."*

D anser att mamman även agerar som en mentor för henne, som alltid stöttat henne längs resans gång. Förebilden ger både stöttning för Ds karriär, men också personligt stöd. Mamman har alltid trott på henne och stöttat henne vid alla beslut från start till idag, vilket är en stor trygghet för D. Hon värderar mammans kunskap och råd oerhört mycket:

*"Mamma finns alltid där för mig, oavsett vad det handlar om. Hennes kunskap och erfarenhet som entreprenör hjälper mig väldigt mycket i mitt eget företagande."*

Intervjupersonen berättar till sist att mamman har hjälpt henne att hitta nödvändiga kontakter. Detta har varit viktigt för D, speciellt efter studenten när hon beslutade att starta aktiebolaget:

*"Eftersom mamma varit entreprenör länge så har hon många kontakter, vilket har hjälpt mig väldigt mycket. Till exempel gav hon mig numret till en grafisk designer som under lång tid hjälpt designa våra produkter."*

Vidare är den andra förebilden Ds kollegas mamma, som stått vid hennes sida sedan starten av företaget. Förebilden har fungerat som en mentor för D och menar att hon har kontinuerliga veckomöten med personen där D får affärsmässig rådgivning. Hon berättar att förebilden är viktig för henne och ger henne värdefulla råd, både emotionella och strategiska:

*"Hon är en så stark och häftig entreprenör. Jag hade inte varit där jag är idag om det inte vore för henne. Hon har verkligen visat mig vägen i så många situationer och gett mig otroligt bra råd."*

Den tredje förebilden D nämner som viktig för henne är hennes lärare hon hade i gymnasiet som idag sitter med i styrelsen. Hon har är enligt D varit väldigt viktig för henne eftersom hon bidragit till mycket kunskap:

*"Det var hon som lärde mig allt om företagande i gymnasiet. Allt från hur man gör en affärsplan*

*till olika marknadsstrategier. Det mesta som jag kan inom praktiskt företagande har jag lärt mig från henne.”*

Vidare är förebilden någon som D fått otroligt mycket motivation ifrån. Det är hon som har funnits där i de tuffa perioderna av entreprenörskapsprocessen och som fått D att vilja fortsätta sin resa inom företagandet:

*“Hennes support är A och O för det här företagets framgång.”*

Slutligen redogör hon för en framgångsrik kvinna hon mött som arbetar inom detaljhandeln. D menar att den personen är häftig för att hon visar sig så feminin. Hon tycker att hon visar ett bra exempel för andra kvinnor. Detta eftersom många branscher är mansdominerade och att normen är att man som kvinnlig entreprenör måste ta fram sina maskulina sidor och visa att man är hårdhudad och tuff:

*“Jag gillar att se en sån feminin kvinna ta sig in i en så mansdominerad bransch. Hon har lärt mig hur jag kan agera som kvinna i den här tuffa branschen.”*

## 4.5 Person E

### 4.5.1 Entreprenörskapsprocessen

Person E är 26 år gammal som år 2019 startade ett yoga-företag inom träningsbranschen. Hon är utbildad yogalärare och fick idén att starta eget för att hon ville styra över sin egen tid, vara självgående och jobba utan begränsningar. Under det första verksamhetsåret höll hon i yogaklasser på olika event, och har de två följande åren sålt vidare yogamattor och smycken. Idag fortsätter hon att hålla yogaklasser och sälja andra företags produkter. Just nu deltar hon i en pop-up store i Stockholm tillsammans med åtta andra kvinnliga entreprenörer där hon marknadsför sitt företag genom att erbjuda korta meditationer till kunderna i butiken.

### 4.5.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder

#### **Allmänt**

Intervjuobjektet menar att hon omges av många kvinnliga entreprenörer, och har gjort under lång tid. Av den anledningen förklarade hon i majoriteten av intervjun hur dessa tillsammans påverkar henne som entreprenör. Däremot nämner hon några specifika förebilder som varit extra viktiga för henne i entreprenörskapsprocessen. En av dessa är en kvinna som driver ett väletablerat hudvårdsmärke i Sverige, som varit en viktig förebild för E sedan innan hon startade företaget. En ytterligare förebild E har är en nära vän som är författare och föreläsare som under lång tid har drivit företag. Slutligen uppfattar E sin bransch som kvinnodominerande, eftersom hon menar att de flesta kvinnor hon omges kring, arbetar och samarbetar med på event är kvinnor.

### **Funktioner**

E belyser vikten av att omge sig med människor som har en likartad målbild som man själv har eftersom det ger upphov till mer inspiration. Intervjuobjektet definierar att det förebilderna har gemensamt för henne är specifikt två funktioner. Den första funktionen utgörs av att de ska vara öppensinnade och dela med sig av sina nätverk för att främja andra kvinnors entreprenörskap:

*“För mig är det inspirerande med personer som pratar gott om andra kvinnor och deras verksamheter. Att de kopplar ihop dem med andra relevanta personer och delar med sig av sina kontakter.”*

E beskriver detta likt ett systerskap. Hon menar att de bygger murar runt varandra och agerar förebilder för varandra. Detta har varit väldigt viktigt för E och är därför någonting som intervjuobjektet beaktat för att själv försöka vara en förebild för andra unga kvinnor.

Den andra funktionen hos förebilder som E belyser är oräddhet. Hon har tidigare mött entreprenörer som varit rädda, oroliga och stressade men trots det fortsatt framåt. Det är en egenskap hon inspireras mycket av:

*“Om jag tar från luften så är det de kvinnor som jag känt sedan jag var i ung ålder som jag har sett springa, falla, resa sig upp och starta nya saker som inspirerat mig mest.”*

E menar även att det är avgörande vem man har som förebild för att behålla sin drivkraft och



motivation:

*“De jag ser upp till är de som antingen har kommit längre än mig själv eller som är där jag själv skulle vilja vara. Detta för att jag drivs av att se andras framgång.”*

Följaktligen redogjorde intervjuobjektet för en kvinna som driver ett hudvårdsmärke sedan 20 år tillbaka. E förklarar att hon under lång tid observerat hennes framgång och att hon genom det har lärt sig hur man kan bli en bra entreprenör:

*“Hon är en av de största vi har i Sverige. Hon har en otrolig drivkraft och exemplifierar hur en kvinnlig entreprenör kan gå tillväga för att bli riktigt framgångsrik. Jag har sett henne bygga sitt varumärke och tagit efter mycket av det.”*

Vidare berättar E om en nära vän som är författare och föreläsare. Något som förebilden har som E verkligen inspireras av är hennes driv. E menar att hon har uppmanat henne att hårt arbete lönar sig, och att man som kvinna måste kämpa extra mycket:

*“Herregud vad hon jobbar. Hennes drivkraft är helt enorm, vilket jag blir väldigt motiverad och inspirerad av. Hon sitter liksom inte bara på en stol och låter andra jobba åt henne. Det tycker jag är otroligt fascinerande”*

E menar även att hon blir väldigt inspirerad av specifika åstadkommanden förebilder har gjort. Detta kan vara allt från att förebilden varit med i en intervju, vunnit ett pris eller varit med i en podd. Hon menar att mindre specifika åstadkommanden inspirerar henne och motiverar henne till att uppnå samma saker.

## 4.6 Person F

### 4.6.1 Entreprenörskapsprocessen

Person F är 25 år gammal och driver ett eventföretag som hon startade i början av 2022. Innan hon påbörjade sin entreprenörskapsprocess studerade hon musik på ett universitetet i Berlin och

har alltid brunnit för underhållning och artisteri. När hon återvände hem till Sverige igen, insåg hon att det var svårt att möta andra personer med likartade intressen som hon kunde samarbeta med. Därför började hon anordna träffar för personer som på olika sätt är kreativa. Hon skapade en plats där bland annat unga musikproducenter, designers och sångare kunde mötas och nätverka. Idag håller hon kontinuerligt i event och tycker det är otroligt roligt.

## 4.6.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder

### Allmänt

Intervjuobjektet menar att innan hon startade företaget saknade tydliga kvinnliga entreprenöriella förebilder och att det inte fanns någon specifik person som hon sett upp till. Det var först när F startade företaget och integrerade med andra entreprenörer som hennes förebilder uppstod. Hon menar att eventen hon arrangerat ger upphov till ett flertal personer som betytt mycket för henne de senaste åren. En av dessa är en smyckesdesigner som driver ett mindre företag. Ytterligare en förebild är en restaurangägare som hon träffade när F abonnerade hennes restaurang inför ett event. En tredje är en person hon lärde känna på universitetet i Berlin som idag driver ett musikproduktionsbolag. Slutligen definierar F sin bransch som kvinnodominerad eftersom de andra entreprenörer hon mött som anordnar event är kvinnor, och likaså de som arbetar på eventen.

### Funktioner

Den första förebilden intervjuobjektet beskriver är en smyckesdesigner som hon ser upp till. Hon menar att förebilden är väldigt "egen" och gör väldigt nytänkande och banbrytande smycken. F förklarar att hon fascineras och inspireras av hennes sätt att gå emot strömmen och skapa saker som hon själv tycker om:

*“Hon gör helt galna smycken, vilket jag älskar. Hon har lärt mig att det är okej att vara annorlunda och att alla inte alltid måste älska det man gör.”*

Den andra förebilden F redogör för är restaurangägaren hon träffade när hon höll i ett event på hennes restaurang. F beskriver henne som en riktig glädjespridare och solstråle som lyser upp ett

rum. F menar att sekunden hon träffade henne, visste hon att förebilden skulle bli en nära vän till henne. Idag umgås de kontinuerligt och hon menar att förebilden varit otroligt viktig för henne i hennes entreprenörskapsprocess:

*“Hon ger mig tips, råd, hjälper mig när det är tufft och ger mig komplimanger när det går bra. Den drivkraften och motivationen som hon har, ger också mig motivation och jag blir väldigt inspirerad av henne.”*

Till sist talar F om hennes vän från Berlin som är entreprenör. Hon berättar om förebildens resa hittills och om hur F kan relatera till mycket av det vännen går igenom:

*“Jag tycker det är skönt att ha någon nära mig som går igenom samma sak inom företagandet. Hon är väldigt duktig och jag tar efter och lär mig mycket av det hon gör.”*

Vidare berättar F om hur de har daglig kontakt och alltid delar med sig om råd till varandra. Hon menar att det är givande att få ge råd till en person som man ser upp till:

*“Jag uppskattar vår relation väldigt mycket. Vi har gått igenom mycket tillsammans och vet alltid var vi har varandra. Vi agerar lite som bollplank till varandra, jag ger henne råd och vice versa.”*

## 4.7 Person G

### 4.7.1 Entreprenörskapsprocessen

Person G är 23 år och för två år sedan startade hon sitt företag som syftar till att vägleda andra företag i sitt hållbarhetsarbete. Hennes intresse för hållbarhet uppstod på universitetet under en kurs som ämnade till att förstå CSR och vikten av att arbeta med det i sin verksamhet. Efter examen växte intresset ytterligare för hållbarhetsarbete och insåg att hon gärna hade arbetat med det i framtiden. Av den anledningen startade hon sitt företag och har sedan dess arbetat som konsult hos flera företag.

## 4.7.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder

### Allmänt

Intervjuobjektet menar att hon har svårt att identifiera tydliga förebilder som hon haft under sin entreprenörskapsprocess. Hon förklarar att hon inte funderat på det tidigare, men att det ändå finns personer som hon ser upp till. Däremot redogör hon senare i intervjun för två kvinnor som ändå på olika sätt har agerat som förebilder för henne; hennes mamma som är entreprenör, och en kvinna som driver flera företag i Sverige. Dessutom menar G att hennes bransch domineras av kvinnor då hon anser att majoriteten av de hon mött som brinner för och arbetar inom hållbarhet varit kvinnor.

### Funktioner

G berättar om hennes mamma som är egenföretagare som har hjälpt henne mycket i processen att driva företag. Hennes mamma har framförallt agerat som ett bollplank, hjälpt henne vid många jobbiga beslut och varit som en projektledare längs resans gång. Hon menar att hennes mamma är någon hon alltid känner att hon kan prata med:

*“Min mamma är den jag vänder mig till när jag vill ha råd och behöver vägledning. Ibland kallar jag henne för min projektledare, för hon hjälper mig när jag känner att jag fastnat och inte kommer framåt.”*

Vidare berättar G att hennes mamma alltid varit väldigt drivande i hennes egna företag, vilket G tror har influerat henne under hela hennes uppväxt. G har växt upp med en mamma som alltid kämpat och jobbat hårt för det hon tror på, något som enligt G inspirerat henne mycket:

*“Jag ser verkligen upp till mamma. Hennes resa inom entreprenörskap tror jag har influerat mig i många år, vilket har påverkat mig mycket.”*

Följaktligen förklarar G att hennes mamma alltid har pushat henne framåt. Hon menar att hennes mamma alltid har trott på henne, vilket varit väldigt viktigt för G i hennes entreprenörskapsprocess:

*“Mamma pushar alltid mig framåt, vilket jag tror är anledningen till den drivkraft jag har. Hon har också alltid trott på mig, vilket jag tror har påverkat mig väldigt mycket.”*

Den andra personen är en svensk, väletablerad entreprenör som driver flera företag. G menar att personen kanske inte har påverkat henne jättemycket personligen, utan att förebilden mer är inspirationskälla karriärmässigt:

*“Jag skulle inte säga att hon varit superviktig för mig, men hon har absolut varit en inspirationskälla. Hon är häftig som kommit så långt med sina företag.”*

Vidare berättar G att förebilden på olika sätt motiverar henne för att hon har ett så starkt driv att utveckla sitt företag. G avslutar med att ytterligare förtydliga hur förebilden varit en källa till motivation för henne:

*“Jag motiveras av att hon på ett banbrytande sätt driver sina olika företag framåt, detta har gett mig drivkraft att ständigt utveckla mitt företag.”*

## 4.8 Person H

### 4.8.1 Entreprenörskapsprocessen

H är 24 år gammal och för drygt ett år sedan startade hon tillsammans med en studiekamrat ett företag som verkar inom IT branschen. Företaget ämnar att transkribera texter digitalt med hjälp av AI. Processen att starta företaget började när de båda studerade på universitetet och upplevde ett behov av att kunna digitalisera transkriberingsprocesser. H har alltid haft ett mål att bli entreprenör och är redan i full gång med att spåna nya idéer för ytterligare ett företag.

### 4.8.2 Kvinnliga entreprenöriella förebilder

#### **Allmänt**

Eftersom H redan i tidig ålder intresserade sig för entreprenörskap har hon följt en rad olika entreprenörer och deras resor. H har läst många böcker skrivna av entreprenörer som inspirerar

och motiverar henne, dock finns det tre personer som utmärker sig lite extra. Den första personen är en mycket framgångsrik entreprenör som aktivt jobbar för att göra världen till en bättre plats. Den andra förebilden är en välkänd entreprenör som har en enorm drivkraft. Slutligen beskriver H en förebild som själv startat och sålt två bolag, som varit närvarande sedan uppstarten av företaget.

### **Funktioner**

Den första förebilden H berättar om är en framgångsrik entreprenör som hon ser upp till väldigt mycket. Förebilden kämpar för en bättre värld, vilket inspirerar H eftersom det är något hon själv drivs av. För H blir således förebilden någon hon strävar efter att bli som:

*“Hon är extremt driven och jobbar för att göra världen till en bättre plats för alla. Hon är absolut en förebild jag ser upp till.”*

Vidare berättar H om hur förebilden är en stor internationell affärskvinna som brinner för kvinnliga rättigheter världen runt. Förebilden jobbar bland annat för att flera kvinnor i världen ska kunna utveckla kunskap inom programmering. Det är något som inspirerar och motiverar H:

*“Jag tycker det är imponerande att se en kvinna gå in i en så mansdominerad bransch och skapa möjligheter för andra kvinnor i världen. Hon hjälper så många och öppnar dörrar för framtida kvinnliga entreprenörer.”*

En annan förebild H berättar om är en välkänd entreprenör som mötts av flertalet motgångar men trots det blivit otroligt framgångsrik. H läste förebildens bok för några år sedan och har sedan dess motiverats mycket av den:

*“Hon drabbades av cancer för några år sedan, men lät sig inte stoppas av det. Hon fortsatte att driva sitt företag och visar att man aldrig ska ge upp och fortsätta kämpa. Detta har motiverat mig väldigt mycket.”*

Den sista förebilden H nämner är en person som varit involverad i entreprenörskapsprocessen

sedan start. H har otroligt mycket respekt för förebilden eftersom hon har väldigt mycket kunskap och erfarenhet av att driva företag. Förebilden agerar också som en mentor och har väglett henne i entreprenörskapsprocessen och stöttat henne i många viktiga affärsmässiga beslut:

*“Hon kan otroligt mycket om företagande, vilket jag inspireras av och gör att jag har otroligt mycket respekt för henne. “*

En ytterligare anledning till att H ser upp till henne är för att hon varit så givmild med hennes kontakter. H menar att många av de entreprenörer hon stött på i den mansdominerade branschen är rätt återhållsamma med sina kontakter, men att förebilden i fråga bryter normen:

*“Hon är en av de få jag stött på som kämpat för att vi ska hitta rätt samarbetspartners. Vilket jag både är väldigt tacksam för, men också ser upp till.”*

## 5 Analys

*I följande analyskapitel presenteras förebilders betydelse, närvaro och karaktär. Senare presenteras de funktioner som entreprenörerna har redogjort för. Under varje funktion analyseras entreprenörernas svar och jämförs mot varandra.*

---

### 5.1 Förebilders betydelse, närvaro och karaktär

Enligt Zozimo, Jack och Hamilton (2017), visar sig förebilder vara värdefulla inom entreprenörskap och kan ha olika betydelse för entreprenörer, vilket även framgick i intervjuerna. För personerna A, B och D har förebilderna varit avgörande i deras entreprenörskap, och samtliga menar att de hade haft svårt att fortsätta deras karriär om det inte vore för förebilderna. Vidare menar C, E, F, G och H att förebilderna varit viktiga, men inte avgörande för deras karriär. Slutligen framgår det att G har en förebild som inte påverkat henne speciellt mycket, men som ändå finns där för inspiration. Således har samtliga intervjuobjekt förebilder, men deras betydelse skiljer sig åt.

Enligt Zapkau et al. (2017) kan förebilder vara olika viktiga under entreprenörskapsprocessen. Detta framgick i intervjuerna där alla intervjuobjekt förutom F menar att de haft förebilder under hela entreprenörskapsprocessen. F beskriver att hon inte hade någon förebild innan uppstarten, utan fått förebilder senare i entreprenörskapsprocessen. Däremot menar A och H att förebilderna varit extra viktiga i uppstartsfasen.

Följaktligen har intervjuerna visat att förebildernas relevans kan skilja sig åt beroende på vilken bransch kvinnorna verkar inom. Studier har visat att kvinnliga förebilders roll väger tyngre i mansdominerade branscher, och att det finns fler kvinnliga förebilder inom kvinnodominerade branscher (Bechthold & Huber, 2018). I intervjuerna framgår det att förebildernas roll väger tyngre i mansdominerade branscher eftersom alla de kvinnor som verkar inom dessa har tydliga och värdefulla förebilder, där de enligt A, B och D varit avgörande i deras entreprenörskap. Däremot definierar C, F, och G sina branscher som kvinnodominerade, men har inte fler och mer betydelsefulla förebilder än de som verkar inom mansdominerade. C och G har båda svårt



att identifiera närvaron av deras förebilder, och F hade inga tydliga förebilder innan hon startade sitt bolag.

## 5.2 Förebilders funktioner

I intervjuerna har flertalet funktioner identifierats, där alla kan kopplas till studiens teorikapitel. Bosma et al. (2012) menar att det går att skapa en rangordning utifrån funktionernas relevans, där *lära genom exempel* är den mest dominanta hos förebilder. Om man tolkar de mest återkommande funktionerna i empirin som de mest relevanta, är istället *inspiration & motivation* och *lära genom stöd* de mest dominanta. Detta tyder på att uppsatsens rangordning av funktionerna inte går i linje med den rangordning Bosma menar på.

<b>Funktion</b>	<b>Person</b>
Inspiration & Motivation	A, B, C, D, E, F, G, H
Självförmåga	A, B, G
Lära genom exempel	A, B, C, E, F
Lära genom stöd	A, B, C, D, E, F, G, H

**Tabell 2** - Värderade funktioner

### 5.2.1 Inspiration & motivation

Enligt samtliga intervjuobjekt har deras förebilder bidragit med inspiration och motivation under deras entreprenörskapsprocess. Majoriteten beskriver hur deras förebilder fungerar som ideal för hur de själva vill bli. A talar om hur hennes förebild är en person hon inspireras mycket av då förebilden tror på sig själv och vågar ta plats. Förebilden sticker ut från mängden genom att hitta nya vägar till framgång vilket A inspireras av och ser upp till hos förebilden. Vidare talar B om en utmärkande förebild för henne som hon idoliserat sedan tidig ålder. C berättar om att hennes förebild är någon hon inspireras att ta efter och vill göra samma sak som. Det gör att förebilden blir ett ideal som C strävar efter att bli som, något som även E och H belyser. Att A, B, C, E och H alla beskriver deras förebild som ett ideal, går i linje med ramverket av Bosma et al. (2012)

som menar att förebilder inspirerar andra människor att sträva efter likartade mål och resultat. Det kan förklaras med teorier om identifikation som menar att individer attraheras av människor som liknar dem själva och som de ser som önskvärda, vilket har en stark koppling till förebilder som ett ideal. Följaktligen menar Bosma et al. (2012) på att identifikationen kan ge individer motivation och inspiration att välja en viss riktning eller karriärväg. Förebilderna kan skapa motivation hos individer genom att personifiera önskvärda målbilder (Lockwood, Jordan & Kunda, 2002). Slutligen menar Thrash och Elliot (2004) att förebilder fungerar som en inspirationskälla där individen inspireras till att adoptera nya, bättre mål. Detta är något som samtliga personer beskriver att deras förebilder har inspirerat och motiverat dem till att göra.

Intervjuobjekten talar om andra sätt deras förebilder har bidragit till inspiration och motivation. B, D och F talar om hur de upplevde att förebilderna uppmuntrade dem att driva deras företag framåt. B berättade att under hela hennes entreprenörskapsprocess har hennes förebild varit en inspirationskälla som uppmuntrat henne att sikta mot stjärnorna. Vidare pratar D om hennes förebild som alltid lyft henne i tuffa perioder vilket har gett henne motivation. Enligt F har hennes förebild kontinuerligt uppmuntrat henne med komplimanger vilket har gett henne motivationen att fortsätta driva företaget framåt. Att B, D och F anser att deras förebilder bidragit med uppmuntran, går i linje med teorin av Zapkau et al. (2017) som menar att förebilder kan uppmuntra individer under deras entreprenöriella karriär.

Majoriteten av intervjuobjekten upplevde att förebilderna gav dem inspiration och motivation i form av drivkraft. C tar upp hur hennes förebild har ett starkt driv, vilket själv motiverar henne att utveckla sitt företag. I enighet med C, talar likaså E, F, H och G om hur deras förebilders drivkraft motiverar, inspirerar och utvecklar de själva i deras entreprenörskapsprocess. Detta vilket går i linje med Thrash och Elliots (2004) antagande om att förebilder bidrar med inspiration som får individerna att sträva efter nya mål de vill uppnå.

Avslutningsvis berättar E och F att en egenskap som utmärker sig hos deras förebilder är oräddhet. De tycker det är motiverande att se någon vara orädd och att våga fortsätta kämpa igenom motgångar. E menar att få se hennes förebild aldrig ge upp, är ytterst motiverade. Det är i enlighet med McClellands (1965) teori om att en hög motivation hos individer kan förbättra

deras färdigheter och göra det lättare att övervinna hinder. Således kan en hög motivation leda till att individer presterar bättre som entreprenörer. F nämner hur inspirerande det är att se någon vågar satsa på något som ingen annan gör. Hon tycker det är modigt att gå sin egen väg och det är en egenskap hos hennes förebild som hon tycker är väldigt inspirerande.

### 5.2.2 Självförmåga

Självförmåga avser individen tro på sig själv och övertygelsen om sin förmåga att utföra en specifik handling eller beteende (Brown, Hackett & Lent, 2008). Detta är den andra funktionen som intervjuobjekten anser att deras förebilder har bidragit med under deras entreprenörskapsprocess. Av alla intervjuade är det enbart A, B och G som redogör för förebildens funktioner som går att koppla till självförmåga. Utifrån deras svar går det att avläsa vissa samband i hur förebilder kan bidra med självförmåga genom övertygelser och ökat självförtroende (Brown, Hackett & Lent, 2008). Noterbart är att ingen av de intervjuade har tydligt uttryckt att förebilderna har bidragit med just funktionen självförmåga. Däremot är det möjligt att utifrån vissa påståenden anta att dessa kan kopplas till funktionen.

Både A och B berättar om sina förebilder som visade dem att det är möjligt att lyckas i branschen. De menar att förebilden övertygat dem att det är möjligt att bli framgångsrik som kvinna, speciellt i en mansdominerad bransch. Även G talar om övertygelsen förebilden har bidragit med. Hon berättar att hennes förebild alltid peppat henne framåt och trott på henne, vilket kan tyda på att G fått en ökad tro på sin egen förmåga. Detta går i linje med teorin av Brown, Hackett och Lent (2008) som menar att självförmåga avser individens personliga övertygelser om sin egen förmåga att utföra en handling. Vidare menar de att individer måste ha närvaro av förebilder och övertygelser för att självförmågan ska blomstra.

Att förebilder kan bidra till självförmåga genom ett ökat självförtroende är något som går att utläsa från både A och Bs intervjusvar. B menar att hon tar efter mycket av förebilden och det är tack vare henne som B lyckas uppnå hennes mål och driva ett framgångsrikt företag. Detta överensstämmer med Bosma et al. (2012) som menar att självförmåga kan uppstå genom att förebilderna gör individer säkra på att de kan uppnå ett visst mål. Därtill talar A om hur hennes förebild alltid har trott och satsat på henne, vilket hon anser varit avgörande för hennes

framgång. Hon nämner att samtliga av hennes förebilder visat henne att man inte behöver gå den traditionella vägen som entreprenör, utan att man kan lyckas på egen hand. Att både A och B ser upp till hur deras förebilder har lyckats kan kopplas till Morgenroth, Ryan och Peters (2015) teori om att se någon framgångsrikt genomföra en uppgift kan leda till en ökad självförmåga som bidrar till uppfattningen att själv kunna utföra uppgiften. Av den anledningen kan man dra kopplingen till att A och B fått en ökad självförmåga av sina förebilder.

Självförmåga har endast identifierats hos tre av åtta intervjuobjekt och av resterande fem verkar fyra stycken inom en kvinnodominerad bransch. Eftersom kvinnor har en minskad uppfattning om sina entreprenörskapsfärdigheter inom mansdominerade sektorer (Noguera, Alvarez & Urbano, 2013), kan det vara därför majoriteten i kvinnodominerade branscher ej ansåg självförmåga vara en viktig funktion hos förebilderna. Det kan även vara anledningen till varför majoriteten av dem som kopplas till funktionen självförmåga tillhör en mansdominerad bransch. De som verkar inom mansdominerade branscher är således i större behov av självförmåga och värderar därför funktionen högre än dem som verkar inom kvinnodominerade branscher (Kennedy & Drennan, 2014).

Avslutningsvis står det klart att övertygelser om självförmåga är en viktig faktor i att våga starta företag (Austin & Nauta, 2016). Förebilder kan generellt sett ha en positiv effekt på karriärsintentioner, som kan förklaras med att de bidrar till en högre entreprenöriell självförmåga (Henry, Hill, & Leitch, 2005; Robertson & Collins, 2003). Både person A och G redogör för varsin specifik förebild som funnits där för dem under hela deras entreprenörskapsprocess, och som på olika sätt bidragit med självförmåga. A redogör specifikt för en förebild som introducerat henne i branschen, varit A och O för hennes framgång och som alltid trott på A. Denna förebild kan ses som någon som bidragit med högre entreprenöriell självförmåga, och som har varit relevant för A i steget att starta företaget. Vidare hävdar G att hennes mamma influerat G under hela hennes uppväxt. G menar också att mamman alltid trott på henne och varit en anledning till hennes drivkraft inom företagandet. Även denna förebild kan ses som någon som bidragit med entreprenöriell självförmåga och som fått G att våga starta företag. Sammantaget kan dessa förebilder ses som högt relevanta eftersom de kan ha bidragit på olika sätt till högre

entreprenöriell självförmåga, som i sig tur lett intervjuobjekten in i karriärvalet att bli entreprenörer.

### 5.2.3 Lära genom exempel

Den tredje funktionen innebär att förebilden ger upphov till lärande genom att utgöra ett exempel för individer, vilket innebär att förebilden ger personer riktlinjer för hur man ska agera (Bosma et al., 2012). Funktionen kan förklaras med hjälp av Banduras sociala inlärningsteori som menar att processen av lärande sker genom en social kontext där förebilder spelar en betydande roll (Bandura, 1971).

Av de åtta intervjuade, hävdade sex personer att deras förebilder på ett eller ett sätt lärt dem genom exempel. Ett sätt att lära sig genom exempel är att imitera människor (Bandura, 1971), vilket är ett upprepande tema som framkommer i intervjuerna. Person B tar upp att en av hennes förebilder har personliga och karriärmässiga egenskaper som hon tagit efter. Person Fs svar tyder på att förebilden har lärt henne att det är okej att vara annorlunda, och likaså med D som lärt sig att man måste visa sig hårdhudad och tuff i en mansdominerad bransch. Dessa tre svar går i linje med Gibsons (2003) argument att förebilder kan exemplifiera yrkesskicklighet och personliga egenskaper. Ytterligare visar C tydliga bevis på imitation eftersom hon har härmat en förebilds sätt att marknadsföra sig på Instagram, samt sin väns sätt att sätta upp mål. Därtill berättar person F att hon imiterat sin förebild, eftersom hon tar efter mycket av det hon gör yrkesmässigt. Slutligen menar person E att hon imiterat sin förebild genom att imitera delar av sättet hennes förebild byggt upp sitt varumärke på. E menar att hon tagit efter förebilden eftersom hon har sett, eller med andra ord, observerat sin förebild i hennes framgång. Även detta går i linje med Banduras (1971) teori om att man kan lära sig genom exempel genom att observera andra individer.

Förebilder kan lära genom exempel genom att bidra med riktlinjer för individer (Lockwood, Marshall, & Sadler, 2005). Detta kan liknas med att B har en förebild som bidragit till tips och praktexempel på hur man blir en framgångsrik entreprenör, vilket är något som B själv använder sig av i sin egen karriär. A hävdar att hennes förebilder på olika sätt bidragit till riktlinjer eftersom hennes ena förebild har gett henne praktiska exempel på hur man kan gå tillväga i

viktiga beslut. Detta överensstämmer med Gibsons (2003) argument där förebilder kan fungera som exempel på hur man kan agera i beslut och förhandlingar i företagssammanhang. Vidare tar A upp att förebilden exemplifierat alternativa vägar att lyckas utan att ha en specifik utbildning, något som går i linje med att förebilder kan exemplifiera goda resultat som kan ge riktlinjer för individer (Lockwood, Marshall, & Sadler, 2005). Följaktligen, något som A, B och C har gemensamt är att de alla menar att deras förebilder på varierande sätt exemplifierat innovativa sätt att bedriva sin verksamhet på, såsom nya sätt att ta betalt eller marknadsföra sig. Även detta överensstämmer med funktionen "lära genom exempel" eftersom förebilder enligt Gibson (2003) kan lära individer om färdigheter.

Det är möjligt att utifrån intervjuerna finna mönster mellan de svarandes påståenden och åsikter som rör deras förebilder. Olika typer av förebilder kan fungera som exempel på olika vis i form av positiva och negativa förebilder (Lockwood, Marshall, & Sadler, 2005), och något som alla intervjuobjekt har gemensamt är att de har positiva förebilder. Alla förebilder är enligt de svarande individer som på ett eller annat sätt agerat framgångsrikt inom deras karriärer, vilket överensstämmer med Lockwood, Marshall och Sadlers (2005) beskrivning av positiva förebilder som individer som uppnått framgång.

Avslutningsvis är det möjligt att identifiera mönster mellan de olika branscherna som intervjupersonerna verkar inom. Dessa mönster har upptäckts genom att se till hur förebilder kan lära individer genom exempel. Det första mönstret som går att identifiera är att de som verkar inom branscher dominerade av kvinnor tenderar att ha förebilder från andra kvinnodominerade branscher än deras egna. Personerna C, E och F verkar inom kvinnliga sektorer, och har alla denna typ av förebild inom kvinnodominerade områden, men i andra branscher än deras egna. Det andra mönstret som upptäckts tyder på att de som verkar inom branscher dominerade av män tenderar att ha förebilder som lär dem genom exempel inom samma mansdominerade bransch. Personerna A, B och D verkar alla inom mansdominerade områden, och har förebilder inom samma branscher som deras egna. Att förebilderna inom branscherna skiljer sig åt kan delvis förklaras med att det finns fler kvinnliga förebilder inom kvinnodominerade branscher (Norlin & Thulin (2021). Det innebär att kvinnor som verkar inom kvinnodominerade sektorer, har fler förebilder att lära sig av och att förebilderna därför inte nödvändigtvis behöver verka inom

samma arbetsområde. De intervjupersoner som är verksamma inom mansdominerade områden däremot, har förebilder som lär dem genom exempel inom deras egna arbetsområden. Detta kan ha och göra med att kvinnliga förebilders roll väger tyngre i mansdominerade branscher (Bechthold & Huber, 2018), och att det därför är de man ser till när man lär sig av deras exempel.

#### 5.2.4 Lära genom stöd

Samtliga entreprenörer nämner flera faktorer som deras förebilder har bidragit med vilka kan kopplas till lärande genom stöd. Mentorer, vägledning och kunskap är några av faktorerna som har bidragit till entreprenörernas utveckling. Hälften av de intervjuade menar att deras förebilder agerat likt mentorer som varit till hjälp i lärandet av nya uppgifter och färdigheter. Detta tyder på att funktionen lära genom stöd är en del av den sociala inlärningsteorin som innebär att individer kan utöka sitt lärande genom att observera, erhålla praktiska råd samt stöd av sina förebilder (Bosma et al., 2012).

Intervjuobjekten A, C, D och H är de individer som menar att de har förebilder som agerat likt mentorer under deras entreprenörskapsprocess. Orden förebild och mentor nämns i samband med varandra under intervjuerna och ett exempel på detta är när entreprenör A säger: *“Hon är min största förebild och fungerar som en mentor för mig...”*. Detta är något som stödjer teorin om att mentorer och förebilder kan vara interrelaterade (Kearney & Levine, 2020). Vidare beskriver person H hur hennes förebild agerar mentor eftersom hon är bra på att praktiskt ge stöd och råd i att driva företag, vilket är en gemensam nämnare bland dessa förebilder. De svarande beskrev att mentorers viktigaste funktion är att komma med just praktiska råd och stöd, vilket går i linje med hur Speizer (1981) menar att en interaktiv relation med sin mentor bidrar till. Närvaron av mentorer har varit viktiga delar i lärande processerna där individerna kunnat få verktyg för att utveckla sina verksamheter (Gibson, 2004).

Individerna A, F och G pratar alla tre om begreppet bollplank, de diskuterar vikten av att ha förebilder som fungerar som just ett bollplank i olika situationer. De är alla överens om att det är avgörande att ha en person tillgänglig där tankar och idéer kan diskuteras fritt, där det finns utrymme för öppna dialoger. G menar att ha ett bollplank är avgörande för henne när det gäller

att söka råd och få stöd vid viktiga beslut. F beskriver på liknande sätt hur hon och hennes förebild agerar som bollplank åt varandra genom att ge varandra råd. Sättet som bollplanken beskrivs på av de intervjuade individerna går ytterligare i linje med hur Bosma et al. (2012), betonar att entreprenörer kan lära av sina förebilder genom rådgivning och stöd.

Nätverk utgör en del av lärande genom stöd, och sett till de individer som nämner att deras förebilder har bidragit med nätverksbyggande, är majoriteten verksamma i mansdominerade branscher. Detta eftersom intervjuobjekten A, B, D och H gemensamt uttryckt att nätverksbyggandet är en viktig del och de är alla verksamma i vad de själva identifierar som mansdominerade branscher. Detta blir särskilt intressant då tidigare forskning har påpekat att det finns stora skillnader i nätverks sammansättningar mellan just kvinnliga och manliga entreprenörer. Det har visats att kvinnor har svårare att bygga upp nätverk som resurser och att män gynnas av deras omfattande nätverk som är användbara i deras karriärer (Moore, 1990). Person A pratar om sin förebild och säger bland annat: *“Hon har introducerat mig i branschen och har delat med sig av sina värdefulla kontakter vilket inte är vanligt i den här branschen. Det var detta som första gången gav mig möjligheten att ställa ut.”*. I likhet med detta säger entreprenör H att många av de entreprenörer hon stött på i branschen är återhållsamma med sina kontakter där hennes förebild har brutit denna norm genom att dela med sig av sitt kontaktnät. Detta belyser ytterligare att nätverk vanligtvis kan vara ett hinder och att förebildernas delgivning av detta uppskattas särskilt bland individer i mansdominerade branscher. Delgivning av nätverk har enligt de intervjuade i denna undersökning bidragit till unika möjligheter. Person A säger att tack vare delgivningen av de kontakter som hennes förebild bidrog med så kunde hon exponera sin konst för första gången. Likaså belyser person B vikten kontaktnät och säger: *“Utan henne hade jag aldrig fått det kontaktnät jag har idag. Tack vare det har jag producerat låtar tillsammans med några av Sveriges största artister.”*. Dessa exempel framhäver vikten av att ha ett framgångsrikt nätverk eftersom en individ inte startar ett företag helt på egen hand (van Gelderen, Thurik & Bosma, 2006).

Relationerna intervjuobjekten har till sina förebilder som lär dem genom stöd, utgörs av majoriteten vänskaps- eller familjerelationer. Personerna G och D har en familjerelation till sin förebild medan C, E och F har en vänskapsrelation till en av sina nämnda förebilder. Individ D



pratar om hennes mamma och säger att “*Hennes kunskap och erfarenhet som entreprenör hjälper mig väldigt mycket i mitt eget företagande*”. Likaså berättar C om en nära vän som hon kan sitta med i flera timmar där vännen sprutar ut nya ideer till henne i bland annat nya sätt hon kan marknadsföra sig på. Detta går i linje med att entreprenörer som exponeras mycket av eller har en nära relation till sina förebilder i form av vänner eller familj kan ta del av kunskap och stöd som är värdefulla (Hickie, 2011). Detta porträtterar hur nära relationer till entreprenöriella förebilder kan bidra med en överförbarhet av kunskap (Dohse & Walter, 2012). Vidare går det att hitta samband mellan nätverk och nära relationer där till exempel D nämner sin mamma som själv är entreprenör. Hon har många kontakter i olika branscher och delgivningen av dessa har hjälpt D väldigt mycket i hennes entreprenörskapsprocess. Detta exemplifierar hur det kan vara fördelaktigt att ha förebilder i form av vänner och familj som kan skapa stöd i form av delgivning av kontakter såsom leverantörer, kunder eller finansieringskällor (Dohse & Walter, 2012).

### 5.2.5 Relationen mellan funktionerna

Det går att hitta relationer och kopplingar mellan de olika funktionerna eftersom de överlappar varandra i olika aspekter, vilket även går att identifiera i teorin. Bosma et al. (2012) beskriver funktionen *inspiration & motivation* genom att säga att förebilder inspirerar och motiverar genom att illustrera en önskad självbild, ideal, och belysa möjligheter. Förebilder kan också öka individens motivation genom att personifiera önskvärda målbilder. I likhet med detta beskrivs funktionen *lära genom exempel* genom att förebilder kan exemplifiera möjliga mål, yrkesskicklighet och personliga egenskaper. När individer är motiverade att lära sig något nytt eller skapa sig nya färdigheter, kan de välja sociala referenter som besitter de önskade rollerna eller egenskaper som de själva vill ha (Gibson, 2003). Detta tyder på kopplingar mellan de två funktionerna, något som bekräftats i empirin. Intervjuobjekt B menar att hon inspireras av sin förebild genom att den utgör en målbild för henne, samtidigt menar B att hon tagit efter och ser upp till förebildens egenskaper både karriärs- och personlighetsmässigt. Detta exemplifierar hur inspiration och motivation bidrar med att individen strävar efter, lär sig och vill göra saker på liknande sätt som sin förebild.

En annan funktion som relaterar till *lära genom exempel* är *självförmåga*. Självförmåga är en viktig del av en persons förväntningar och att observera någon som framgångsrikt engagerar sig i en uppgift, kommer enligt teorin att öka ens förtroende för att kunna utföra uppgiften själv (Morgenroth, Ryan & Peters, 2015). Denna funktion kan kopplas till *lära genom exempel* eftersom människor antas lära sig genom observation av andra som presterar framgångsrikt (Bosma et al., 2012). Sambandet identifieras i empirin där A talar om hur hennes förebilder visat henne att man kan bli framgångsrik utan att gå den traditionella vägen som entreprenör. De har exemplifierat hur man kan gå tillväga och samtidigt gett henne ett ökat förtroende för att hon också kan lyckas. Detta visar att det finns ett samband mellan de två funktionerna eftersom observation av förebilder som agerar exempel både kan bidra till lärdomar samt en ökad självförmåga.

## 6 Slutsatser & diskussion

*Följande kapitel inleds med en presentation av slutsatserna baserat på tidigare analyskapitel. Sedan presenteras en diskussion om slutsatserna och uppsatsen i sin helhet. Därefter presenteras det teoretiska och praktiska bidrag från vår uppsats, för att sedan avslutningsvis redogöra för våra förslag till framtida forskning.*

---

### 6.1 Slutsatser

Syftet med studien var att (1) fördjupa sig i vilken betydelse, närvaro och karaktär kvinnliga entreprenöriella förebilder har haft för kvinnliga entreprenörer under entreprenörskapsprocessen och (2) erbjuda insikt i vilka funktioner hos förebilden som är mest utmärkande enligt kvinnliga entreprenörer. Uppsatsens frågeställning är:

- *Hur har kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan hos kvinnliga entreprenörer under deras entreprenörskapsprocess?*

Av analysen kan följande slutsatser dras:

Studien visar att kvinnliga entreprenöriella förebilder har haft en varierad inverkan hos kvinnliga entreprenörer under deras entreprenörskapsprocess. Förebildernas betydelse har dessutom varierat under entreprenörskapsprocessen, där majoriteten menar att förebilderna varit viktiga, men inte avgörande för deras framsteg i karriären. Dessutom kan förebildernas betydelse variera mellan mans- och kvinnodominerade branscher. Detta eftersom förebilders betydelse och funktioner kan skilja sig åt beroende på vilken bransch entreprenören verkar inom.

Vidare har flera funktioner som förebilder besitter identifierats: *inspiration & motivation, självförmåga, lära genom exempel och lära genom stöd*. Denna studie har visat att kvinnliga entreprenöriella förebilder har den mest betydelsefulla inverkan i form av de två funktionerna inspiration & motivation samt lära genom stöd. Självförmåga visade sig vara den minst relevanta funktionen.

Den första funktionen som analyserats är *inspiration & motivation*. Förebilderna har haft en inverkan på samtliga intervjuobjekt i form av inspiration och motivation och utgör därför en mycket betydelsefull variabel. Funktionen har fungerat på flertalet sätt där förebilderna bland annat utgjort ett ideal, bidragit till uppmuntran, ökat individernas drivkraft och tillfört högre prestation. Således har kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan hos kvinnliga entreprenörer under deras entreprenörskapsprocess genom att bidra med inspiration och motivation i olika former.

Den andra funktionen utgörs av *självförmåga* och är den funktionen som går att koppla till minst antal intervjupersoner. I analysen framkommer det att denna funktion var relativt diffus eftersom ingen av intervjuobjektet sa att deras förebilder haft en inverkan på dem i form av förhöjd självförmåga. Däremot kunde samband dras där vissa inslag i intervjuerna tydde på att självförmåga utgjorde en funktion. Analysen tyder på att förebilder har en inverkan på de kvinnliga entreprenörerna i form av ökad självförmåga genom att skapa övertygelser samt göra människor mer säkra på att de kan uppnå mål. Dessutom är funktionen självförmåga mer värdefull i mansdominerade branscher än kvinnodominerade. Slutligen bidrar förebilder till självförmåga eftersom de tillför mod att våga starta eget företag. Därmed har kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan hos kvinnliga entreprenörer genom att de bidragit till självförmåga som gjort personerna mer säkra på sig själva och sina affärsidéer.

Den tredje funktionen utgjordes av *lära genom exempel*. I analysen redogörs det för hur denna funktion kan ha en varierad inverkan på kvinnliga entreprenörer. Några sätt kvinnliga entreprenörer kan lära sig av kvinnliga entreprenöriella förebilder är genom att imitera dem, observera deras framgång, få tillgång till riktlinjer för agerande och handlingar samt praktiska exempel på hur man kan hantera beslut i företagssammanhang. Något alla dessa förebilder har gemensamt är att de är positiva förebilder som agerar framgångsrikt inom deras karriärer. Dessutom visar analysen å ena sidan att kvinnor som verkar inom kvinnodominerade branscher, ofta har kvinnliga entreprenöriella förebilder i andra kvinnodominerade branscher. Å andra sidan utläser analysen att kvinnor inom mansdominerade områden, ofta har kvinnliga entreprenöriella förebilder i samma mansdominerade bransch. Denna funktion väger därför extra tungt i

mansdominerade branscher, eftersom det finns färre förebilder att lära sig av jämfört med antalet förebilder i kvinnodominerade branscher. Sammantaget har kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan hos kvinnliga entreprenörer genom att de bidragit till lärande genom att fungera som exempel.

Den sista och fjärde funktionen innefattar *lära genom stöd*. Förebilderna har haft en inverkan på samtliga intervjuobjekt i form av denna funktion och blir därför högst relevant. Funktionen har utspelat sig på flera sätt, men de mest genomgående temana är att förebilderna bidrar till stöd för entreprenörerna genom att agera bollplank, fungera som mentorer, ge värdefulla råd och tips, bidra till vägledning samt dela med sig av sina kontakter. Studien visar att delgivning av kontakter är särskilt viktigt i mansdominerade branscher. Undersökningen belyser också att entreprenörer som har entreprenöriella förebilder i form av vänner eller familj bidrar till ökad överförbarhet av kunskap och stöd. Följaktligen har kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan på kvinnliga entreprenörer genom att på olika sätt lära dem genom sitt stöd.

Det är möjligt att finna överlappande relationer mellan de olika funktionerna. En koppling som identifierats är sambandet mellan *inspiration & motivation* samt *lära genom exempel*. Detta eftersom förebilder som skapar inspiration och motivation bidrar till entreprenörernas eftersträvan, lärdomar och viljan att efterlikna sin förebild. Därtill är det möjligt att finna en koppling mellan funktionerna *lära genom exempel* och *självförmåga*. Detta för att observationen av förebilder som agerar exempel både kan bidra till lärdomar men även en ökad självförmåga hos entreprenörer.

Studien visar att alla kvinnliga entreprenörer på olika sätt kan identifiera kvinnliga entreprenöriella förebilder som har haft en varierande betydelse, närvaro och karaktär under entreprenörskapsprocessen. Förebilders roll har dessutom divergerat beroende på om entreprenören verkar inom en kvinno- eller mansdominerad bransch, där den i den senare oftast värderas högre. Avslutningsvis har kvinnliga entreprenöriella förebilder haft en inverkan hos kvinnliga entreprenörer genom att de fyllt fyra specifika funktioner för dem. Förebilder bidrar i hög grad till inspiration och motivation samt lära genom stöd. Studien visar till sist att förebilder

kan lära individer genom att agera som exempel, men även med att på olika sätt bidra med en ökad självförmåga.

## 6.2 Diskussion

I studien har åtta personer intervjuats som alla tillhör olika branscher. Med tanke på studiens omfattning, ansågs antalet intervjuobjekt och branscher vara relevanta. Gällande branscher diskuterades det initialt om vi borde fokusera på entreprenörer inom en bransch för att således bidra till en mer djupgående förståelse kring hur kvinnor inom likartade branscher resonerar. Eftersom studien ämnar att generellt undersöka betydelsen av kvinnliga förebilder, ansågs det mest fördelaktigt att ha ett varierat urval gällande bransch för att ge en mer heltäckande och nyanserad bild. Det möjliggjorde en jämförelse mellan kvinno- och mansdominerade branscher. Vi har haft i åtanke att branscher kan ha både kvinno- och mansdominerade karaktärsdrag och kan variera beroende på individers egna uppfattningar. Intervjuobjekten har själva definierat sin bransch som antingen kvinno- eller mansdominerad, vilket gör att analyserna bygger på deras egen definition av sin bransch. Detta kan ifrågasättas eftersom förkastningen av statistiken kan ge en förvrängd bild av verkligheten. Därtill är det svårt att dra generella slutsatser gällande branscher, eftersom enbart åtta personer intervjuats. Således hade ett större antal intervjuobjekt kunnat bidra till mer välgrundade slutsatser och djupare förståelse kring könsfördelningen inom branscherna.

Med tanke på intern validitet är det av vikt att koppla resultaten till teorin. I denna uppsats finns en tydlig korrelation mellan empiri och teori, däremot har det varit svårt att kategorisera och skilja funktionerna till den mest relevanta teorin. Funktionen självförmåga har en tydlig definition i teorin men är mer diffus i empirin, vilken kan bero på att intervjuobjektens inre självbild kan vara svårdefinierad. Funktionerna kan också överlappa varandra i empirin vilket gör det komplicerat att skilja dem åt. Därav har slutsatser dragits baserat på de tydligaste mönster vi funnit mellan empirin och teorin.

Med den externa reliabiliteten i beaktning sker en begränsning av vilka slutsatser som kan dras i uppsatsen. Det är svårt att generalisera utifrån en liten urvalsgrupp med enbart en intervjuperson

per undersökt bransch. Därmed är det komplicerat att utifrån enbart åtta intervjuobjekt dra gedigna slutsatser om könsfördelning och bransch som går att generalisera för alla kvinnliga entreprenörer i Sverige. Det har vi haft i åtanke under hela processen av formulering av slutsatser. Dock går det att identifiera återkommande mönster mellan intervjuobjekten i denna uppsats som bör ses som generaliserbara. Det bygger även på att vissa mönster går att finna i tidigare forskning.

För att besvara uppsatsens frågeställning valdes en kvalitativ forskningsstrategi med semistrukturerade intervjuer. Intervjuobjekten bygger på en kombination av ändamålsenligt-, bekvämlighets- och subjektivt urval. Utifrån den första intervjun kunde flera funktioner identifierats som betydelsefulla för A, och varför hon ansåg just de vara utmärkande. Allt eftersom fler intervjuer med kvinnliga entreprenörer genomfördes, identifierades samma funktioner som betydelsefulla och vi började kunna se mönster mellan intervjuobjekten. Efter samtliga åtta intervjuer hade vi fått en bred och tydlig förståelse för förebildernas funktioner och hur de värderas av intervjuobjekten. Tack vare den djupa förståelsen vi fått, fick vi det bekräftat att en kvalitativ metod var rätt val för oss. Dock hade vi velat genomföra fler intervjuer för att få en djupare och mer nyanserad bild.

Studien är avgränsad till företag som grundats för maximalt fem år sedan och till intervjuobjekt i åldrarna 23-27 år. Trots att avgränsningarna är lämpliga utifrån studiens omfattning, hade det varit intressant att ha ett större spann mellan åldrarna och fler antal verksamhetsår. Genom att ha äldre intervjuobjekt, hade de troligtvis kunnat bidra med mer kunskap och erfarenhet. Intervjuobjekt med företag som varit verksamma i mer än fem år hade också kunnat bidra med insikter som bygger på mer erfarenhet. Det hade följaktligen kunnat skapa fler och mer nyanserade slutsatser.

Slutligen är det viktigt att notera att antalet analyserade relationer kan ifrågasättas eftersom det kan finnas ytterligare funktioner som är relaterbara till varandra. Med tanke på uppsatsens omfattning har de två mest utmärkande relationerna mellan funktionerna identifierats vilka har visats ha tydliga kopplingar i både teorin och empirin.

### 6.3 Teoretiskt bidrag

Arbetet bidrar till befintliga teorier inom entreprenörskap och förebilder genom att skapa en mer nyanserad bild över hur kvinnliga entreprenörer påverkas av kvinnliga entreprenöriella förebilder i Sverige. Detta specifika område är begränsat i tidigare forskning och denna uppsats bidrar därför med en ny grund för undersökningsområdet. Uppsatsen skapar även en djupare förståelse för vilka funktioner som är mest utmärkande och vilken inverkan de har på kvinnliga entreprenörer.

Den befintliga litteraturen redogör för värdet och rangordningen av olika funktioner, där *lärande genom exempel* betraktas som den viktigaste och *självförmåga* som den minst dominanta funktionen. Detta perspektiv kan till stor del tillämpas på kvinnliga entreprenörers förebilder och deras inverkan. Däremot har en intressant observation gjorts vilket är att det finns en avvikelse hur vi i denna studie rangordnat dessa funktioner, där vi anser att rangordningen skulle kunna omvärderas. *Självförmåga* kan fortfarande anses som mindre betydande, men funktionerna *lärande genom stöd* samt *inspiration & motivation* kan istället betraktas som de viktigaste funktionerna eftersom de är mest återkommande i empirin. Däremot är det av vikt att poängtera att även fast dessa två funktioner är mest återkommande, behöver inte det nödvändigtvis betyda att de väger tyngst.

Vi har funnit att beroende på om entreprenörerna befinner sig i en mans- eller kvinnodominerad bransch har funktionerna olika betydelse och innebörd för entreprenörerna, vilket gäller för samtliga funktioner och inte endast i självförmågan. Detta visades vara en väsentlig aspekt att beakta för att förstå vilka funktioner som var viktigast och till vilken grad de påverkar individerna. Tidigare forskning har dessutom visat att det finns fler kvinnliga förebilder inom kvinnodominerade branscher, men denna studie tyder på någonting annat. Av de fyra kvinnor som verkar inom kvinnodominerade områden, har två haft svårt att identifiera närvaron av deras förebilder. Detta kan tyda på att det nödvändigtvis inte finns fler kvinnliga förebilder inom kvinnodominerade branscher.

I problemformuleringen förklarade vi bristen på forskning angående kvinnliga förebilders inverkan på kvinnliga entreprenörer. Vi identifierade även begränsningar i forskningen gällande



de icke-finansiella aspekterna av kvinnligt entreprenörskap. En central del av denna uppsats är att bidra med kvalitativ forskningsdata inom detta område som ger en utökad bild av dessa brister och skapar därmed en djupare förståelse för hur det ser ut idag.

## 6.4 Praktiskt bidrag

Förebilders inverkan under entreprenörskapsprocessen skiljer sig åt beroende på om entreprenören befinner sig i en mans- eller kvinnodominerad bransch. Genom att identifiera sin branschtillhörighet och förstå sig på de olika funktionernas inverkan, kan kvinnliga entreprenörer bli mer förberedda för det arbetsklimat de står inför. Detta kan vara särskilt viktigt för blivande entreprenörer att ha i beaktning eftersom de medvetet kan omge sig av andra kvinnliga entreprenörer. På så vis kan de optimera sitt entreprenörskap eftersom förebilder har en positiv inverkan på entreprenörer under uppstartsfasen.

Uppsatsens ingående beskrivning av funktionerna bidrar med vägledning, särskilt för etablerade entreprenörer. Genom att ha förebilder kan etablerade entreprenörer bli inspirerade att fortsätta utveckla sina företag och på så vis bidra med drivkraft som kan hjälpa dem hålla motivationen uppe. Detta kan vara särskilt viktigt för de entreprenörer som har svårt att identifiera tydliga förebilder. Vidare belyser uppsatsen den stora betydelse förebilder visat sig ha för individer och de positiva effekter förebilderna kan ha på entreprenörer. Genom att belysa detta kan denna uppsats bidra till att kvinnliga entreprenörer i sin tur kan agera förebilder för andra kvinnor men också porträttera potentialen i att ha andra kvinnliga entreprenöriella förebilder.

Sammantaget ger uppsatsen praktiska bidrag som genererar betydelsefulla insikter för entreprenörer. De insikter som är presenterade i denna uppsats kan hjälpa entreprenörer att förstå värdet av förebilder och öka kännedomen om vilka funktioner förebilderna kan fylla för individerna. Avslutningsvis kan detta öka förståelsen av förebilder och hur de kan nyttjas på rätt sätt och således underlätta entreprenörskapsprocessen för kvinnliga entreprenörer.

## 6.5 Förslag till fortsatt forskning

Fortsatt forskning bör enligt oss fokusera på tre teman som vi anser kunna fördjupa och nyansera detta område ytterligare.

Det första vi anser kunna utgöra intressant vidare forskning ämnar till att se hur könstillhörighet kan ge mer förståelse för ämnet. För att få en tydligare förståelse för hur entreprenörer påverkas av sina förebilder hade det varit fördelaktigt att även undersöka manliga entreprenörer. Detta för att se om könsvariabeln kan vara relevant i frågan om vilken inverkan entreprenöriella förebilder har på entreprenörer och bättre förstå de likheter och skillnader som kan existera mellan könen. Det andra som hade varit intressant att undersöka är om funktionerna kan skilja sig åt beroende på om den entreprenöriella förebilden är man eller kvinna. Detta för att se om förebilderna besitter olika funktioner, och om de har varierande innebörder eller betydelser.

- *Fortsatt forskning kan bidra med jämförelser i hur kvinnliga och manliga entreprenörer påverkas av sina entreprenöriella förebilder. Detta för att få en ökad förståelse till de likheter och skillnader som kan finnas.*
- *Fortsatt forskning kan bidra med insikter i skillnaderna gällande funktioner hos kvinnliga och manliga entreprenöriella förebilder.*

Vidare kan det vara intressant att undersöka hur entreprenöriella förebilder har en inverkan på entreprenörer i stort. Eftersom entreprenörer både kan definieras som någon som har startat och drivit företag, men också någon som är entreprenörer i andra bolag än deras egna, kan detta bidra till ett bredare perspektiv. Detta för att se om entreprenöriella förebilder kan ha olika funktioner beroende på vilken typ av entreprenör man är, och om de utmärker sig på olika sätt.

- *Fortsatt forskning kan bidra med ökad förståelse till hur entreprenöriella förebilder har en inverkan på alla typer av entreprenörer.*

I framtida forskning är det relevant att undersöka mer djupgående om och hur funktionerna värderas olika beroende på var i entreprenörskapsprocessen de utspelas. Det skapar incitament att fördjupa sig i entreprenörskapsprocessens olika delar för att skapa en bättre förståelse för

vikten av kvinnliga entreprenöriella förebilder och dess funktioner enligt kvinnliga entreprenörer:

- *Fortsatt forskning kan bidra med mer djupgående insikter i kvinnliga entreprenöriella förebilders roll och funktioner under entreprenörskapsprocessens olika delar.*

Avslutningsvis, för att bättre förstå hur kvinnliga entreprenöriella förebilder har en inverkan på kvinnliga entreprenörer under deras entreprenörskapsprocess, är det fördelaktigt att genomföra en likartad undersökning som denna. Detta kan göras genom att utföra fler kvalitativa intervjuer som kan öka förståelsen för ämnet och bidra med andra insikter. Genom att ha diskussionen i åtanke och utföra en större studie kan fler nyanserade insikter angående förebilders betydelse, närvaro, karaktär och funktioner uppstå.

## Referenser

Abbasianchavari, A. & Moritz, A. (2020). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: a review of the literature. *Management Review Quarterly*, uppl. 71, s.1-40. Tillgänglig online:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11301-019-00179-0> [Hämtad 2023-11-20]

Ali, J., Shabir, S., & Shaikh, A. (2021) Exploring antecedents of entrepreneurial intentions among females in an emerging economy. *International Journal of Social Economics*, uppl. 48 nr. 7, s.1044-1059. Tillgänglig online:

<https://doi.org/10.1108/IJSE-07-2020-0488> [Hämtad 2023-11-25]

Allen, W. D. (2000). "Social Networks and Self Employment", *Journal of Socio-Economics*, uppl. 29, s.487-501. Tillgänglig online:

[https://doi.org/10.1016/S1053-5357\(00\)00086-X](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(00)00086-X) [Hämtad 2023-11-28]

Alvehus, J. (2019). Skrivna uppsats med kvalitativ metod: en handbok. (2. uppl.). Stockholm: Liber.

Austin, M. J. & Nauta, M. (2016). Entrepreneurial Role-Model Exposure, Self-Efficacy, and Women's Entrepreneurial Intentions. *Journal of Career Development*. uppl. 43(3). Tillgänglig online: <https://doi.org/10.1177/0894845315597475> [Hämtad 2023-11-25]

Bandura, A. (1971) Social Learning Theory. General Learning Press, New York.

Bechthold, L. & Huber, L. R. (2018). Yes, I can! – A field experiment on female role model effects in entrepreneurship. *Academy of Management Proceedings*. Tillgänglig online:

<https://doi.org/10.5465/AMBPP.2018.209> [Hämtad 2023-11-20]

Bosma, N., Hessels, J., Schutjens V., Van Praag, M. & Verheul, I. (2012) Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, uppl. 33(2), s.410–424. Tillgänglig online:

<https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.03.004> [Hämtad 2023-11-20]

Brown, S., Hackett, G. & Lent, R. (2008). Social cognitive career theory. *Encyclopedia of counseling*, uppl. 4, s.1627-1630 Tillgänglig online:

[https://www.researchgate.net/publication/306145850\\_Social\\_cognitive\\_career\\_theory](https://www.researchgate.net/publication/306145850_Social_cognitive_career_theory)

[Hämtad 2023-11-28]

Bryman, A., & Bell, E. (2015) Företagsekonomiska forskningsmetoder, Liber AB.

Carton, R. B., Hofer, C. W. & Meeks, M. D. (2004). The Entrepreneur and Entrepreneurship: Operational Definitions of Their Role in Society. *The University of Georgia Terry College of Business*, s.1-12. Tillgänglig online:

<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=9ff9deea7a27cf0f9b0cc8676e32e80123288ddc> [Hämtad 2023-11-21]

Collins, C., Hanges, P. and Locke, E.A. (2004), The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: a meta-analysis, *Human Performance*, uppl. 17 nr. 1, s. 95-117. Tillgänglig online:

[https://www.researchgate.net/publication/247502106\\_The\\_Relationship\\_of\\_Achievement\\_Motivation\\_to\\_Entrepreneurial\\_Behavior\\_A\\_Meta-Analysis](https://www.researchgate.net/publication/247502106_The_Relationship_of_Achievement_Motivation_to_Entrepreneurial_Behavior_A_Meta-Analysis) [Hämtad 2023-12-07]

Denscombe, M. (2014) Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna. Lund: Studentlitteratur AB.

Dewitt, S., Jafari-Sadeghi, V., Sukumar, A., Aruvanahalli Nagaraju, R., Sadraei, R. & Li, F. (2023), Family dynamics and relationships in female entrepreneurship: an exploratory study. *Journal of Family Business Management*, uppl. 13 nr. 3, s. 626-644. Tillgänglig online:

[10.1108/JFBM-01-2022-0013](https://doi.org/10.1108/JFBM-01-2022-0013) [Hämtad 2023-11-20]

Dohse D, Walter S. G. (2012). Knowledge context and entrepreneurial intentions among students. *Small Bus Econ*, uppl. 39(4), s.877–895. Tillgänglig online:

[https://www.researchgate.net/publication/226942327\\_Knowledge\\_context\\_and\\_entrepreneurial\\_intentions\\_among\\_students](https://www.researchgate.net/publication/226942327_Knowledge_context_and_entrepreneurial_intentions_among_students) [Hämtad 2023-11-27]

Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theory from Case Study Research. *The Academy of Management Review*, uppl. 14, nr. 4, s.532-550. Tillgänglig online: <https://www.jstor.org/stable/pdf/258557> [Hämtad 2023-11-28]

Fornahl, D. (2003), Entrepreneurial activities in a regional context. In: Fornahl, D. and Brenner, T. (eds.), *Cooperation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems*. Cheltenham: Edward Elgar, s.38-57. Tillgänglig online: [https://www.researchgate.net/publication/27281551\\_3\\_Entrepreneurial\\_Activities\\_in\\_a\\_Regional\\_Context](https://www.researchgate.net/publication/27281551_3_Entrepreneurial_Activities_in_a_Regional_Context) [Hämtad 2023-11-07]

Frese, M., & Gielnik, M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review Of Organizational Psychology And Organizational Behavior*, uppl. 1, s.1413-1438.

Gibson, D. E. (2003). Developing the Professional Self-Concept: Role Model Construals in Early, Middle, and Late Career Stages. *Organization Science*, uppl 14(5), s.591-610. Tillgänglig online: <https://doi.org/10.1287/orsc.14.5.591.16767> [Hämtad 2023-11-28]

Gibson, D. E. (2004). Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behavior*; uppl. 65, nr 1, s.134-156. Tillgänglig online: [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(03\)00051-4](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(03)00051-4) [Hämtad 2023-11-28]

Hansson, L., & Thor, M. (2006). Muntlig historia. Studentlitteratur AB.

Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? *Education & Training*, uppl. 47(2), s.98-111. Tillgänglig online: <http://dx.doi.org/10.1108/00400910510586524> [Hämtad 2023-12-12]

Hickie, J. (2011). The development of human capital in young entrepreneurs. *Ind High Educ*, uppl. 25(6), s.469–481. Tillgänglig online:

[https://www.researchgate.net/publication/272271724\\_The\\_Development\\_of\\_Human\\_Capital\\_in\\_Young\\_Entrepreneurs](https://www.researchgate.net/publication/272271724_The_Development_of_Human_Capital_in_Young_Entrepreneurs) [Hämtad 2023-11-09]

Kearney, M. S. & Levine, P. B. (2020). Role Models, Mentors, and Media Influences. *The Future of Children*, uppl. 30, nr. 1, s.83-106. Tillgänglig online:

<https://www.jstor.org/stable/10.2307/27074976> [Hämtad 2023-12-18]

Kennedy, J. & Drennan, J. (2014). Entrepreneurial Intentions of Women. *Small Enterprise Research*, uppl. 10, nr. 1, s.75-87, Tillgänglig online:

<https://search.informit.org/doi/epdf/10.3316/informit.694911958498455> [Hämtad 2023-11-10]

Lockwood, P., Jordan, C. & Kunda, Z. (2002). Motivation by Positive or Negative Role Models: Regulatory Focus Determines Who Will Best Inspire Us. *Journal of Personality and Social Psychology*, uppl. 83(4), s.854-64. Tillgänglig online:

[10.1037//0022-3514.83.4.854](https://doi.org/10.1037//0022-3514.83.4.854) [Hämtad 2023-11-25]

Lockwood, P., Marshall, T. & Sadler P. (2005) “Promoting Success or Preventing Failure”: Cultural Differences in Motivation by Positive and Negative Role Models? *Society for Personality and Social Psychology, Inc.* s.379-392. Tillgänglig online:

[https://www.researchgate.net/publication/8074869\\_Promoting\\_Success\\_or\\_Preventing\\_Failure\\_Cultural\\_Differences\\_in\\_Motivation\\_by\\_Positive\\_and\\_Negative\\_Role\\_Models](https://www.researchgate.net/publication/8074869_Promoting_Success_or_Preventing_Failure_Cultural_Differences_in_Motivation_by_Positive_and_Negative_Role_Models)  
[Hämtad 2023-12-06]

McClelland, D. C. (1965). Toward a theory of motive acquisition. *American Psychologist*, uppl. 20, s.321–333. Tillgänglig online:

<https://psycnet.apa.org/record/1965-13693-001> [Hämtad 2023-11-18]

Merton, R. K. (1957). *Social theory and social structure*. New York, NY: Free Press

Moore, G. (1990). Structural determinants of men's and women's personal networks. *American Sociological Review*, uppl. 55, s. 726-735. Tillgänglig online:

<https://www.umass.edu/pathway/nopassword/networkreliability5.pdf> [Hämtad 2023-11-18]

Morgenroth, M., Ryan, M. & Peters, K. (2015). The Motivational Theory of Role Modeling: How Role Models Influence Role Aspirants' Goals. *Review of General Psychology*, uppl. 19, nr. 4, s.465- 483. Tillgänglig online:

[https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1037/gpr0000059?casa\\_token=k-oA7lyctCwAAAAA%3AzJ567SxAz9LAO5MU-OtdXcHOkY-Q1RocHzktd5n6vtYfJdJPlhBertF5RWd-QRKjUlq-pZTIZfHbg](https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1037/gpr0000059?casa_token=k-oA7lyctCwAAAAA%3AzJ567SxAz9LAO5MU-OtdXcHOkY-Q1RocHzktd5n6vtYfJdJPlhBertF5RWd-QRKjUlq-pZTIZfHbg) [Hämtad 2023-11-14]

Myrén, K. (2023). Så ska kvinnors företagande bli svensk paradgren. *Svenskt Näringsliv*. Tillgänglig online:

[https://www.svensktnaringsliv.se/sakomraden/arbetsmarknadspolitik/sa-ska-kvinnors-foretagande-bli-svensk-paradgren\\_1197397.html](https://www.svensktnaringsliv.se/sakomraden/arbetsmarknadspolitik/sa-ska-kvinnors-foretagande-bli-svensk-paradgren_1197397.html) [Hämtad 2023-11-27]

Nauta, M., & Kokaly, M. (2001). Assessing role model influences on students' academic and vocational decisions. *Journal of Career Assessment*, uppl. 9(1), s.81–99. Tillgänglig online:

[https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/106907270100900106?casa\\_token=IT1-VeK5YvQAAAAA:Fr9r3gVrgcff2hwmYKWNqPD-zZXg4oBbJPh-wEYiw2TbdBya7rjkd2JYbkesrCBJ-NAXJIapJZI8Q](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/106907270100900106?casa_token=IT1-VeK5YvQAAAAA:Fr9r3gVrgcff2hwmYKWNqPD-zZXg4oBbJPh-wEYiw2TbdBya7rjkd2JYbkesrCBJ-NAXJIapJZI8Q) [Hämtad 2023-11-11]

Nessen, A. (n.d.). Intervju med Ruthie Ackerman. Tillgänglig online:

<https://antonianessen.com/filter/Ruthie-Ackerman/Intervju-med-Ruthie-Ackerman>  
[Hämtad 2023-11-20]

Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, uppl. 9, s.183–197.

Tillgänglig online:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-013-0251-x> [Hämtad 2023-11-15]



Norlin, P. & Thulin, P. (2021) Kvinnors entreprenörskap: hur jämställt är företagandet? Entreprenörskapsforum. Tillgänglig online:

[https://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2021/03/Kvinnors\\_entreprenorskap\\_Web.pdf](https://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2021/03/Kvinnors_entreprenorskap_Web.pdf) [Hämtad 2023-11-25]

Petterson, K. (2012) 'Support for women's entrepreneurship: A Nordic spectrum', International Journal of Gender and Entrepreneurship, uppl. 4(1), s.4–19. Tillgänglig online:

[https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17566261211202954/full/html?utm\\_campaign=Emerald Strategy PPV November22 RoN](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17566261211202954/full/html?utm_campaign=Emerald Strategy PPV November22 RoN) [Hämtad 2023-11-06]

Regeringskansliet. (2023). Dags att förändra synen på den framgångsrika entreprenören.

Tillgänglig online:

<https://www.regeringen.se/artiklar/2023/09/dags-att-forandra-synen-pa-den-framgangsrika-entreprenoren/> [Hämtad 2023-11-20]

Robertson, M., & Collins, A. (2003). The video role model as an enterprise teaching aid. Education & Training, uppl. 45, s.331–340. Tillgänglig online:

<http://dx.doi.org/10.1108/00400910310495987> [Hämtad 2023-11-25]

Speizer, J. J. (1981). Role Models, Mentors, and Sponsors: The Elusive Concepts. *Journal of Women in Culture and Society*, uppl. 6(4), s.692-712. Tillgänglig online:

<https://www.jstor.org/stable/3173738> [Hämtad 2023-12-18]

Stenvall, H. (2016). Jämställdhet – viktigt mål för handeln. Tillgänglig online:

[https://www.fri-kopenskap.se/article/view/381928/jamstalldhet\\_viktigt\\_mal\\_for\\_handeln](https://www.fri-kopenskap.se/article/view/381928/jamstalldhet_viktigt_mal_for_handeln)  
[Hämtad 2024-01-06]

Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2004). Inspiration: Core characteristics, component processes, antecedents, and function. *Journal of Personality and Social Psychology*, uppl. 87, s.957–973.

Tillgänglig online: <https://psycnet.apa.org/record/2004-21339-016> [Hämtad 2023-11-20]

Tillväxtverket. (2023). Kvinnors företagande – en fråga om Sveriges konkurrenskraft. Tillgänglig online:

<https://tillvaxtverket.se/tillvaxtverket/omtillvaxtverket/pressochnyheter/aktuelltfrantillvaxtverket/nyhetsarkiv/kvinnorsforetagandeenfragaomsverigeskonkurrenskraft.5822.html>

[Hämtad 2023-12-20]

Van Gelderen, M., Thurik, R., & Bosma, N. (2006). Success and Risk Factors in the Pre-Startup Phase.. *Small business economics*, uppl. 26, s.319–335. Tillgänglig online:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-004-6837-5> [Hämtad 2023-11-12]

Yetim, N. (2008) Social Capital in Female Entrepreneurship. *International Sociological Association*, uppl. 23(6), s.864–885. Tillgänglig online:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0268580908095913> [Hämtad 2023-12-15]

Zapkau, F. B., Schwens, C. & Kabst, R. (2017). The Role of Prior Entrepreneurial Exposure in the Entrepreneurial Process: A Review and Future Research Implications, *Journal of Small Business Management*, uppl. 55(1), s.56-86. Tillgänglig online:

<https://research.wu.ac.at/en/publications/the-role-of-prior-entrepreneurial-exposure-in-the-entrepreneurial-4> [Hämtad 2023-11-15]

Zozimo, R., Jack, S. & Hamilton, E. (2017). Entrepreneurial learning from observing role models, *Entrepreneurship & Regional Development*, uppl. 29(9-10), s.889-911. Tillgänglig online:

[https://www.researchgate.net/publication/320256995\\_Entrepreneurial\\_learning\\_from\\_observing\\_role\\_models](https://www.researchgate.net/publication/320256995_Entrepreneurial_learning_from_observing_role_models) [Hämtad 2023-12-15]

# Appendix

## Intervjuguide

Innan vi påbörjar intervjun, vill vi poängtera att allt du säger kommer att vara anonymt. Vi undrar också om det är okej för dig om vi spelar in det här samtalet? Detta för att vi senare ska kunna transkribera intervjun och minimera misstolkningar och fel.

Vi går vår sista termin på ekonomie kandidatprogrammet vid Lunds universitet, och skriver just nu vårt examensarbete i en kurs om entreprenörskap och innovation. C-uppsatsens syfte är att undersöka hur kvinnliga entreprenöriella förebilder har haft en inverkan på kvinnliga entreprenörer under deras karriär. Intervjun kommer därför att fokusera till att förstå din entreprenöriella bakgrund, vem du är och om du haft några kvinnliga förebilder under din tid som entreprenör. Vi kommer börja med att prata om dig och ditt företag och hur du upplever din bransch, för att senare gå in mer på temat förebilder. Vi vill även notera att vi inte kommer att nämna något om namnet på varken dig, ditt företag eller dina förebilder (om du nämner dessa). Däremot kommer vi ta med bransch, vad din verksamhet innefattar, din ålder, verksamma företagsår och kön. Vi kommer nu att påbörja intervjuns första del med några övergripande frågor om dig och ditt företag, för att senare ställa frågor angående förebilder.

1. Berätta lite om dig själv och vad du gjorde innan du blev entreprenör.
2. Berätta om ditt företag och försök göra en tidslinje från idé till där du är idag.
3. Kan du nämna några milstolpar som du ansett vara viktigt under din tidslinje?

Nu tänkte vi gå vidare till intervjuns andra del som fokuserar på kvinnliga entreprenöriella förebilder. När vi talar om kvinnliga entreprenöriella förebilder, syftar vi på de förebilder som är kvinnor som har startat, driver eller drivit företag. Eftersom vi forskar om kvinnliga entreprenöriella förebilder och dess inverkan, är vi intresserade av dina upplevelser och tankar om detta.

4. Upplever du att du har haft kvinnliga entreprenöriella förebilder under din tid som entreprenör, i sådana fall, vem är den eller dessa?

Eventuella följdfrågor:

Vad har du för relation till den eller dessa?

Kan du berätta lite mer om vilka personerna är och vad för typ av entreprenöriell verksamhet de har ägnat eller ägnar sig åt?

5. Upplever du att deras närvaro har varierat under din tid som entreprenör? Du får gärna koppla till den tidslinje du berättat om tidigare.

Eventuella följdfrågor:

Varför tror du att denna eller dessa förebilder utmärkt sig just då?

6. Varför har just dessa personer varit förebilder för dig?

Eventuella följdfrågor:

Finns det något specifikt din förebild gjort som gör att du ser upp till den?

7. Har dessa förebilder haft en påverkan på dig personligen, och i så fall hur? Utveckla gärna så ingående som möjligt för varje förebild.

Finns det något annat du vill tillägga? Om inte, så vill vi avsluta med att tacka dig för ditt deltagande i denna intervju. Vi kommer att skicka arbetet till dig när uppsatsen är färdig.