

## Under ytan

Hur går snacket och  
vem får pengarna II?



# Under ytan

## Hur går snacket och vem får pengarna II?

En viktig förutsättning för ett konkurrenskraftigt näringsliv, som leder till hållbar tillväxt är att kvinnor och män kan ta del av företagsfrämjande på lika villkor. Då först tar vi vara på den potential som finns i företagandet. Jämställd tillgång till offentlig finansiering skapar förutsättningar för att resurser fördelas effektivt och hållbart. Kvinnor driver en dryg fjärdedel av Sveriges företag, men får inte ta del av offentlig finansiering i motsvarande omfattning.

Syftet med studien *Under ytan* är att synliggöra strukturer i det företagsfrämjande systemet och det som händer i de slutna rummen där bedömning av potential görs och beslut om finansiering fattas.

### Vad har stereotypa föreställningar med bedömningar att göra?

Vi människor vill skapa mening för att förstå omvärlden och veta hur vi ska bete oss. För att göra omvärlden begriplig behöver vi välja bland intryck. Därför försöker vi kategorisera människor och situationer och bygger då upp stereotypa föreställningar om hur världen fungerar. Det innebär att vi snabbt bedömer en individ som till exempel ”bra” eller ”dålig”, ”smart” eller ”dum”. Föreställningar skapas för att hjälpa oss fatta snabba beslut men de kan också försvåra för oss och leda till missuppfattningar. Problemet med stereotypa föreställningar är att enskilda individer inte bedöms i förhållande till faktiskt kunskap eller kompetens. I stället blir det uppfattningen av gruppen som helhet som färgar uppfattningen av individen. Ett exempel: om värmlänningar anses glada; är då alla individer i Värmland glada?

I de flesta sammanhang spelar genus ingen roll för hur ett arbete utförs. Det spelar ingen roll om det är en kvinna eller en man som bokför affärstransaktioner då logiken för bokföring är densamma oavsett kön. En affärsplan med budget, produktbudanden, marknadsanalys är densamma oavsett om det är en kvinna eller en man som utvecklar den.

I arbetet med att främja företagande spelar genus en stor roll. Föreställningar om vad som är typiskt för kvinnor och män som driver företag påverkar

hur vi tänker och agerar. Kvinnor och män tillskrivs egenskaper som blir stereotypa föreställningar och påverkar förväntningar på hur företagande kvinnor och män ska bete sig och vara.

### Föreställningarna påverkar tillgången till finansiering

Studien visar att en generell föreställning är att *företagande kvinnor*:

- är försiktiga
- inte vågar ta stora lån
- inte vågar göra för stora investeringar
- endast behöver små medel
- är verksamma i ”fel” branscher som är icke-finansieringsbara och saknar tillväxtpotential

Den generella föreställningen är att *företagande män*:

- vågar satsa
- behöver stora medel
- är verksamma i ”rätt” branscher som är finansieringsbara och har tillväxtpotential

Dessa föreställningar leder till normen: satsa på företagande män och finansiärernas syn på företagande kvinnors och mäns behov av kapital påverkas: kvinnor behöver lite pengar och män behöver mycket pengar. Kvinnor hänvisas ofta till mikrofinansieringsformer för att stimuleras till att ”våga dra igång”. De stereotypa föreställningarna utgör filter i finansiärernas bedömningsarbete och påverkar därmed tillgång till offentlig finansiering för kvinnor och män som driver företag.

### Både kvinnor och män driver tillväxtföretag

Föreställningar om tillväxten i företag som leds av kvinnor och män kan ifrågasättas. Det är en missuppfattning att kvinnor inte driver tillväxtföretag. Av de 213 företagen kan det *inte påvisas några som helst skillnader mellan hur det går för företagande kvinnor och män* som sökt sig till det företagsfrämjande systemet. Det råder alltså inga skillnader i storlek, tillväxt, prestationsnivå, finansiell risk eller betalningsförmåga.

## **Kvinnor och män uppvisar lika stor entreprenöriell potential i sina ansökningar**

När företagande kvinnor och män bedömer sin entreprenöriella potential är det heller ingen skillnad, dvs. kvinnor och män bedömer företagets innovationsförmåga, proaktivitet, autonomi och risk på samma sätt i sina ansökningar. Trots det bedömer finansierarna den entreprenöriella potentialen vara högre i mäns företag än i kvinnors företag.

### **Hur går snacket bland finansierare?**

Finansierarnas beskrivning av företagare i beslutsmöten visar omedvetna skevheter i bilden av kvinnor och män. Den stereotypa föreställningen är att den riktiga entreprenören är en man och inte en kvinna. Detta framgår av sju identifierade strukturer som presenteras nedan:

#### *1. Identitet i "snacket"*

Män ges identiteter som entreprenör, företagare, innovatör och uppfinnare, t.ex:

- "Han är verkligen en entreprenör"
- "Väldigt duktig företagare"

Vanligtvis får företagande kvinnor identiteten "hon". De fåtal gånger kvinnor ges en identitet är det med epitetet "företagare". Kvinnor beskrivs aldrig med epitetet entreprenör eller uppfinnare.

#### *2. Positiva och negativa attribut i "snacket"*

Företagande män gestaltas mer positivt än företagande kvinnor. Kvinnor gestaltas med något fler positiva attribut (54 %) än negativa attribut (46 %). Detta i skarp kontrast till mäns gestaltning som domineras av positiva attribut (86 %) och i undantagsfall med negativa attribut (14 %).

#### *3. Samma attribut – olika innebörd i "snacket"*

Företagande män lovordas för samma saker som kvinnor kritiseras för. Till exempel är det positivt när män är försiktiga för då är de sansade medan det är negativt för kvinnor eftersom de inte vågar. Unga män diskuteras ofta som "unga och lovande" och därför är "ung" positivt. Unga kvinnor beskrivs istället ofta som "bra för statistiken", "oerfarna" eller med "bristande kunskap om affärsbegrepp", vilket innebär att "ung" är negativt.

#### *4. Allmängiltigt eller detaljerat i "snacket"*

Kvinnor beskrivs med allmängiltiga positiva attribut som ger en oklar bild av potential, t.ex:

- "Hon har nog koll"
- "Hon är nog rätt ok"

Män beskrivs med detaljerade positiva attribut som leder till en klar bild av potential, t.ex:

- "Han är tekniker, sätter ihop allting själv och har kompetens"
- "Han har en bra utbildning, en Chalmers-utbildning"

Kvinnor beskrivs med detaljerade negativa attribut som leder till en klar bild av att potential saknas, t.ex:

- "Hon behöver hjälp med affärsiden"
- "Hon har bluddrat bort pengar och är ekonomiskt svag"

Män beskrivs med allmängiltiga negativa attribut som ger en oklar bild av potentialen, t.ex:

- "Han är inte riktigt igång"
- "Han är lite tveksam"

#### *5. Superlativ i "snacket"*

Män beskrivs med fler superlativ än kvinnor. Män beskrivs som:

- "Riktigt duktig sett ur ett världsperspektiv"
- "Väldigt imponerande kompetens"
- "Jättestort socialt nätverk"

#### *6. Passiv – aktiv form i "snacket"*

Företagande kvinnor beskrivs i mer passiv form, "är och har", medan män beskrivs i mer aktiv form, "gör och kan". Kvinnor beskrivs t.ex:

- "Hon har flera uppdrag"
- "Hon är ett känt namn"

Män beskrivs t.ex:

- "Han gör väldigt stor satsning"
- "Han kan nyttja sitt nätverk"

## 7. Innovation och utveckling i "snacket"

Unikitet diskuteras endast för mäns företagande, t.ex:

- "Unik tjänst"
- "Unik teknik"
- "Unikt koncept"

Företagande män gestaltas som proaktiva och idékläckare, t.ex:

- "Han har fått en genialisk idé"
- "Han har förädlad idén"
- "Han har miljoner idéer i huvudet"

### Brist på finansiering hindrar utveckling i företag

Vid en första anblick kan det framstå som att offentlig finansiering till företag är könsneutral då både kvinnor och män kan söka finansiering. Studien *Under ytan* visar att den föreställningen inte stämmer. Våra föreställningar gör att vi särskiljer egenskaper hos företagande kvinnor och män. Det gör att rådande strukturer upprätthålls. Det finns stor risk att strukturer lever vidare och begränsar möjligheter för tillväxt och konkurrenskraft i företag som drivs av kvinnor. Brist på tillgång till finansiering skapar situationer av underkapitalisering, underprestation och hindrar realiseringen av den fulla potentialen i kvinnors företag. Ett normkritiskt angreppssätt behövs när offentliga finansierare bedömer vad som är finansieringsbart och anses bidra till tillväxt.

Entreprenörskap och innovation har en central betydelse för Sveriges utveckling av ett innovationsklimat i världsklass och innebär konkurrensfördelar mot andra länder. Då är det viktigt att ta vara på alla individers företagsamhet och innovationskraft. Det företagsfrämjande systemet står inför en utmaning att öppna upp och erbjuda finansiering på lika villkor till kvinnor och män som vill starta, driva och utveckla företag.

### Hur går snacket och vem får pengarna 1 och II? – en bakgrund

I en tidigare studie RIKA 1 – Hur går snacket och vem får pengarna? var genusstrukturer ett resultat och inte något som medvetet studerades. I denna studie, som bygger på den förra, studerades genus medvetet och finansierarna var informerade om det. Denna studie är också mer omfattande och inkluderar fem organisationer, 18 finansierare och 213 företag, varav 28 % leds av kvinnor och 72 % av män samt omfattar observationer, intervjuer, enkäter, företags ansökningar och redovisningsinformation.

Studien har genomförts av Malin Malmström och Jeaneth Johansson, båda verksamma som biträdande professorer i redovisning och styrning vid Luleå tekniska universitet.

Studien har finansierats av Tillväxtverket.