



# Kvinnors företagande i Vilhelmina – möjligheter, hinder och potential

En kartläggning på uppdrag av Inlandets  
teknikpark och Vilhelmina kommun våren 2023

Tillsammans med Vilhelmina kommun har Inlandets teknikpark beviljats projektmedel av Region Västerbotten. Aktörerna i projektet vill att det ska vara enkelt att driva företag i Vilhelmina, oavsett kön. Tidigare forskning indikerar dock att kvinnor i näringslivet stöter på andra hinder än män, varpå det är relevant att med olika medel försöka skynda på utvecklingen mot ett jämställt näringsliv. För att arbeta mot det målet behöver vi veta mer om kvinnors erfarenheter, både var gäller de utmaningar de stött på och vilka möjligheter de ser.

Den här kartläggningen ska bidra med förslag på insatser som ska främja att fler kvinnor driver och äger företag i Vilhelmina. Arbetet har genomförts av jämställdhetsbyrån Vkna:s konsult Ellen Ragnarsson tillsammans med projektansvarig Annika Andersson. Kartläggningen har haft ett tydligt och genomgående glesbygdsperspektiv och allt insamlat material har varit lokalt förankrat, i syfte att öka kunskapen om kommunens särart, styrkor och utvecklingsområden sett utifrån kvinnors perspektiv. Kartläggningen har resulterat i ett kunskapsunderlag samt en strategi och plan för fortsatt utvecklingsarbete i Vilhelmina kommun.

# Innehållsförteckning

1. Inledning.....	3
Syfte.....	4
Disposition.....	4
2. Metod .....	5
Urvalsprinciper .....	5
Informanterna.....	5
3. Bakgrund .....	6
Företagandets betydelse i glesbygd.....	6
Kvinnors företagande.....	7
4. Resultat .....	9
Drivkrafter, möjligheter och utveckling .....	9
2. Utmaningar, hinder och motstånd.....	15
3. Kan kvinnliga nätverk främja att mer kvinnor driver företag? .....	23
5. Strategi och plan .....	25
Område 1: Insatser för stöd, rådgivning och mentorskap i syfte att minimera känslan av risktagande .....	25
Område 2: Konkreta och riktade insatser som förenklar uppstartsprocessen .....	26
Område 3: Se över interna rutiner och prioriteringar i syfte att lyfta kvinnors företag.....	27
Område 4: Nätverkande måste ske regionalt och ha ett tydligt utbyte .....	28
Område 5: Undersöka möjlighet att satsa på strategisk kommunikation i syfte att lyfta kvinnors företagande .....	29
6. Referenslista.....	30
Bilaga 1 .....	32
Intervjuguide.....	32

## 1. Inledning

Vilhelmina kommun är en ort med en nationellt sett stor andel företagare – men bara 12 procent av företagsledarna är kvinnor. Motsvarande siffra sett till Sverige som helhet varierar mellan 26 och 39 procent. Att andelen kvinnor som driver företag är mindre än hälften så stor i Vilhelmina, är en fråga som kommunen bör belysa, reda ut och försöka åtgärda – inte minst i en bygd där tillgången på människor och skatteintäkter är en ödesfråga. Det finns en stor vilande potential i kvinnors företagande i bygden.

Fler kvinnor som entreprenörer, leder till ett mer varierat och livskraftigt näringsliv. Ett varierat näringsliv är viktigt för tillväxten på sikt, och det går att se positiva tillväxtkurvor särskilt för landsbygdsregioner med en stark tjänstesektor (Företagarna 2016). Vi vet från forskning att kvinnor, oftare än män, riktar in sina företag på branscher inom service och tjänster. Denna tendens syns också i Vilhelmina (Glesbygdsverket 2008).

Företag som riktar sig till människors fritid och livsstil, och som kvinnor driver i större utsträckning än män, är centrala för att locka fler människor till orten. Människor är generellt inte beredda att flytta enbart för ett jobb, eller för något lägre huspriser (Andersson 2022). När vi väljer att flytta lockar livsstilen och vilket mervärde orten erbjuder: möjligheten för föräldralediga att dela en kaffe på ett trevligt café, tillgång till frisörer, massage, utflyktsmål och aktiviteter för barnen. Kvinnor startar och driver företag inom en variation av områden, men just denna typ av näringar drivs i högre utsträckning av kvinnor än av män – och är viktiga för kvinnors trivsel på orten. Om fler kvinnor kan förverkliga sina idéer ökar chanserna att de stannar på orten, och att orten uppfattas som tilltalande och attraktiv, inte enbart för turister utan också för dem som lever och verkar i Vilhelmina.

I den här rapporten kommer vi gå in på orsakerna till att män driver 70 procent av Sveriges företag, och vi argumenterar för betydelsen av att sänka trösklarna och göra aktiva insatser för att skapa ett mer gynnsamt klimat för kvinnor som vill starta företag. Med utgångspunkt i Vilhelminas specifika förutsättningar och villkor, kartlägger vi vad som möjliggör och hindrar kvinnors entreprenörskap i kommunen. Det är vår förhoppning att underlaget och insikterna ska leda till konkreta insatser som är överförbara även till andra delar av kommunerna inom Business Region North. Att uppmuntra kvinnors entreprenörskap är en del i det viktiga arbetet med att skapa en attraktiv region och det, i sin tur, kräver kommunöverstridande samarbeten.

## Syfte

Syftet med kartläggningen är att belysa de hinder och möjligheter kvinnor som driver företag i Vilhelmina upplever och vad de skulle vilja se för utveckling i kommunen. Kartläggningen fungerar som utgångspunkt för den strategi som presenteras senare i rapporten.

Här är de frågeställningar som kartläggningen utgår ifrån:

1. Vilka drivkrafter, möjligheter och utvecklingsmöjligheter ser informanterna kopplat till orten och näringslivet?
2. Vilka hinder och utmaningar kan vara kopplade till att vara kvinna och driva företag i Vilhelmina?
3. Vilka attityder kring kvinnligt nätverk finns bland informanterna?

## Disposition

Vi inleder rapporten med en beskrivning av kartläggningens tillvägagångssätt och ger därefter en kortfattad bakgrund av vad forskning säger om företagande i glesbygd och kvinnors företagande. Sedan presenteras resultaten från kartläggningen som utgår från områdena drivkrafter, utmaningar och kvinnliga nätverk. Slutligen presenteras förslag på en plan och strategi för fortsatt utvecklingsarbete. I slutet av rapporten finns intervjuguiden som bilaga.

## 2. Metod

I syfte att samla kunskap om kvinnors upplevelser och erfarenheter av att driva företag i Vilhelmina har vi valt att genomföra semistrukturerade intervjuer med ett antal informanter som lever och verkar i Vilhelmina kommun. Semistrukturerade intervjuer är en metod som ger informanterna utrymme att förmedla tankar och upplevelser baserat på öppna frågor och följdfrågor. I slutet av rapporten finns intervjuguiden som användes för intervjuerna bifogad.

Begränsade av projektets tidsramar har vi genomfört sju intervjuer. Intervjuerna har genomförts med kvinnor som driver företag i Vilhelmina. För att få en så mångfacetterad bild som möjligt har vi eftersträvat en variation vad gäller informanternas ålder, utbildningsnivå och dylikt.

### Urvalsprinciper

I syfte att få en spridning av intervjupersoner och säkerställa trovärdigheten i materialet utgick vi ifrån en urvalsprincip där vi definierade sex olika kategorier. Syftet med kategorierna var att hitta intervjupersoner från så olika branscher och inriktningar på företag som möjligt. Därefter lokaliserade vi intervjupersoner som passade in i de kategorierna, med målsättning att få en person från varje kategori. I den här kartläggningen finns intervjupersoner från fyra av sex kategorier representerade. Inga personer inom traditionellt manligt kodade yrken ville delta och heller ingen som drev ett större företag. Urvalsprinciperna var följande:

1. Företagare som sitter i nätverk och beslutsfattande positioner i relation till näringslivet
2. Företagare inom traditionellt kvinnligt kodade yrken
3. Företagare inom traditionellt manliga kodade yrken
4. Företagare som även har andra arbeten (s.k. kombinatörer)
5. Företagare för större företag
6. Företagare för mindre företag

### Informanterna

Sex av sju informanter var uppvuxna i Vilhelmina och en hade flyttat till orten i vuxen ålder. Några av respondenterna hade bott på andra orter men sedan valt att flytta tillbaka till Vilhelmina. Åldern på informanterna är mellan 25–60 år och alla utom en driver i dagsläget företag. Intervjupersonernas företag verkar inom skilda branscher, allt ifrån ekonomi till

livsmedelsförsörjning och service. En intention var att få en spridning i informanternas kulturella och geografiska bakgrund för att på så sätt fånga upp olika upplevelser och skapa en bredare förståelse för kvinnors upplevelser av företagande. Företagare som är kvinnor och har bakgrund i andra länder är en smal målgrupp, som inte finns representerade i rapporten. Framtida kartläggningar bör därför ta särskild hänsyn till dessa perspektiv.

Intervjuerna genomfördes individuellt. Informanten valde själv tid och plats, i den mån det varit möjligt, för att bidra till en större flexibilitet och upplevelse av trygghet. Intervjun inleddes med en kort information om studiens syfte och samtycke till att intervjun spelades in.

I samband med genomförandet fanns en intention om att hålla en dialogträff med målgruppen och en inbjudan gick ut, men på grund av för lågt intresse ställdes tillställningen in. Utöver det insamlade materialet använder vi oss också av tidigare forskning kring kvinnors företagande i glesbygd och de tidigare insatser som gjorts i Vilhelmina kommun.

### 3. Bakgrund

#### Företagandets betydelse i glesbygd

Idag livnär sig många människor på att driva företag och det går att se en kontinuerlig ökning av antalet näringsidkare, med särskilt fokus på egenföretagare (Ekonomifakta 2022). Forskning har i allt större utsträckning kunnat visa näringslivet betydelse för orters utveckling. Särskilt stor är inverkan på mindre orter. En rapport från Almi lyfter hur mindre företag bidrar till att skapa nya möjligheter för boende, företagande och utveckling av välfärden. Almi pekar också på att regioner som har ett varierande näringsliv har bättre förutsättningar för långsiktig tillväxt och särskilt positiv utveckling kan upptäckas i landsbygdregioner med starka tjänstesektorer (Företagarna 2016).

I spåren av pandemin går det också att se stora förändringar i boendepreferenser och flyttmönster. Under pandemiåren 2020–2021 hade flera mindre orter ett positivt flyttnetto (fler flyttade in än som flyttade ut) och där var Åsele nummer två på listan. Denna förändring kan enligt vissa kopplas till utbredningen av hemarbete, vilket i större utsträckning möjliggör att bo på andra platser än i tätorter (Sweco 2021).

Att fler personer väljer bort ett liv i tätort, att egenföretagandet ökar och att möjligheterna att arbeta hemifrån idag är goda, ger starka incitament för mindre orter att aktivt främja företagandet. Ett levande näringsliv med goda möjligheter att starta eller fortsätta driva sitt

företag kan vara en viktig nyckel till att öka inflyttningen till mindre orter, och behålla nuvarande invånare.

## Kvinnors företagande

Trots att Sverige är ett internationellt sett jämställt land ligger vi efter när det gäller kvinnor som driver och äger företag. Det går också att se en minskning av kvinnors företagande på senare år (Almi/Företagarna 2020). En utgångspunkt i den här kartläggningen är att begreppen *kvinnor*, *man*, *företag* eller *glesbygd* inte självklara, utan tolkningsbara och föränderliga. Idéer och föreställningar kring kön påverkar hur vi tänker kring begreppen: Vem är *företagare*? Vem identifierar sig som *entreprenör*? Finns det behov att särskilt lyfta fram just *kvinnor* som driver företag, och i så fall varför?

Än idag föreligger såväl praktiska som symboliska hinder för kvinnors företagande, i form av förväntningar, idéer och normer. Människors föreställningar om, och förväntningar på, kvinnor respektive män, samt hur företagande bedrivs, kommer påverka kvinnors benägenhet att starta och driva företag. Det kan exempelvis handla om hur företag ska drivas, inom vilka branscher, vilka idéer som uppmuntras och finansieras eller lyfts fram som föredömen. Därför är det viktigt att specifikt lyfta fram kvinnors erfarenheter av att driva företag.

### **Vad vi vet om kvinnors företagande:**

- Idag drivs ca 30 procent av alla företag av kvinnor (Almi/Företagarna 2020)
- Generellt driver kvinnor företag inom andra branscher än män, exempelvis företag med hög personaltäthet, kundkontakt eller konsultföretag. Dessa branscher är mer utsatta under kriser som exempelvis pandemin och lågkonjunkturer (Almi/företagarna 2020).
- Under 2021 gick 99 procent av kapitalet som investerades i Sverige till bolag grundade av män, och en procent till kvinnor (Dagens industri 2021).
- Tidigare studier visar att kvinnor driver olika slags företag i lika stor utsträckning som män, men en skillnad är att kvinnors företagande i högre grad byggde på anpassning till familjesituationen (Glesbygdverket 2008).

- Företagsvärlden har än idag en manlig prägning och uppfattningen att företagande är en manlig syssla är fortfarande inbäddad i samhället (Eriksson 2021).
- Sverige har en av världens mest könssegregerade arbetsmarknader och en majoritet av anställda inom offentlig sektor är kvinnor. Detta påverkar kvinnors företagande på så sätt att när personer väljer att starta företag så sker det oftast inom en bransch de är bekanta med (Glesbygdverket 2008).
- Utöver att kvinnor och män arbetar inom olika branscher, finns också förväntningar på hur företagare ska vara och vad det innebär att driva företag. Dessa föreställningar är inte alltid förenliga med de förväntningar som finns på kvinnor, vilket kan påverka kvinnors benägenhet att driva företag (Eriksson 2021).
- Ett hinder är att kvinnor, från samhället och från sin närmaste omgivning, inte uppmuntras att ta plats i det offentliga rummet eller att prioritera en karriär. Familjebildning är en faktor som påverkar kvinnors karriärer negativt i jämförelse med mäns karriärer (IFAU 2020).
- Studier visar att kvinnor i lägre utsträckning än män tar lån för att finansiera eller expandera sitt företag, och att kvinnor ansöker om lägre lånesummor. Den statistiken kan innebära att kvinnor på ett generellt plan är mindre riskbenägna, vilket också kan vara kopplat till att kvinnor än idag förväntas ta större ansvar för hem och familj (Almi/företagarna 2020, SCB 2021).
- Studier visar att kvinnor fortfarande lägger mycket mer tid än män på det obetalda hem – och omsorgsarbetet såsom matlagning, städning, tvätt och omsorg om barn. Detta gäller oavsett inkomst, ålder, arbete och huruvida personen är ensamstående eller inte (SCB 2021). Detta dubbla ansvar innebär att kvinnor har mindre flexibilitet och utrymme att i vardagen praktiskt och mentalt driva och utveckla sina företag.



## 4. Resultat

Nedan följer resultaten av det som framkommit i intervjumaterialet. Den första delen beskriver informanternas drivkrafter till att vara företagare, vilka möjligheter som finns kopplat till orten och vad de tror skulle utveckla näringslivet. Andra delen av resultaten handlar om de utmaningar, hinder och motstånd som informanterna upplevt i samband med att driva företag. Resultaten har analyserats utifrån ett genusperspektiv och tillsammans med tidigare forskning.

### Drivkrafter, möjligheter och utveckling

En utgångspunkt i kartläggningen har varit att undersöka informanternas drivkrafter, möjligheter och vad de vill se för utveckling, i syfte att kunna bygga vidare på de insikterna. Det här avsnittet presenterar även informanternas förslag på initiativ och områden som skulle förenkla för fler kvinnor att driva företag.

#### Drivkrafter: Kreativitet, självbestämmande och frihet

**Möjlighet att vara kreativ och frihet att göra det man själv vill:** Flera informanter lyfter fram möjligheten att få vara kreativ som ett viktigt incitament till varför de startade företag. Flera informanter upplever större frihet med att vara egenföretagare gentemot att vara anställd, både utifrån arbetsuppgifter och hur man väljer att förlägga sitt arbete. Några informanter som tidigare varit anställda men idag driver företag, reflekterade över att det berodde mycket på att de själva ville vara med och utforma verksamheten. Nedan följer citat kring informanternas drivkrafter med att driva eget företag:

“Jag menar att man får vara kreativ och har möjlighet att liksom ja, men vill jag börja med en verksamhet och sluta med en annan. Då kan jag göra det.”

“Alltså har man ett mål och en vision och så kan man göra det på ett sätt som man inte kan när man är anställd.”

“Ja just det här att du väljer själv, du är självständig i ditt eget företag, du får göra precis som du vill, hela den biten.”

**Möjlighet att testa och förverkliga idéer:** Flera informanter drivs också av nyfikenhet och en vilja att testa sina idéer. Att ha kunskap om ett område och sedan genomföra det i praktiken

upplever flera vara en tillfredsställande och givande del av att driva eget företag. För några som varit anställda tidigare innebar förändringen till att vara företagare större frihet att forma verksamheten, men också arbetsplatskulturen, vilket upplevdes som viktigt.

**Närhet till företagande i uppväxten kan göra steget enklare:** En annan aspekt som informanter lyfte som bidragande till att de valt att starta företag var uppväxten. Flera av informanterna är uppvuxna i företagarmiljöer där familjemedlemmar och personer i deras närhet drivit företag. Informanterna berättar att de från uppväxten haft en positiv bild av företagande och att det känts mindre avskräckande att själva ta steget då de sett företagande som en naturlig vardag.

**Begränsad arbetsmarknad, erbjudande och en hobby som växte:** Hur det kom sig att informanterna tog steget och startade eget skiljer sig en del åt. För en informant handlade drivkraften dels om en vilja att utforma verksamheten såsom hon själv tyckte var bäst men också om att hon fick ett direkt erbjudande att ta över verksamheten. För en annan informant var motivationen att hon upplevde arbetsmarknaden i Vilhelmina som begränsad. En informant uppger att en drivkraft bland annat var en närståendes sjukdom och att hon blivit inspirerad av en annan persons arbete. En informant började sitt företag som en hobby vilket senare växte till ett företag.

**Kvinnors drivkraft härstammar generellt inte från vinstintresse:** En intressant aspekt som framkommit både i den här kartläggningen och i en undersökning genomförd av Glesbygdverket är att få kvinnor anger *ekonomiska skäl* som drivkraft. En nyligen genomförd studie om drivkrafter till att starta eget kan visa att förväntade inkomster som egenföretagare har mycket större betydelse för män än för kvinnor (Eklund & Vejsiu 2009). Studien ger dock inga svar på varför män drivs mer av ekonomiska faktorer än kvinnor. I den här kartläggningen var det inga informanter uttryckte att de motiveras av att få en högre inkomst eller att de vill ha en särskild livsstil.

### **Sammanfattning och analys:**

Gemensamt för alla informanter i den här kartläggningen är att de trivs med att få vara kreativa, initiativtagande och göra det som de tycker är intressant och meningsfullt. Merparten uppskattar den frihet och flexibilitet som det innebär att driva företag, och möjligheten att styra sina egna arbetstider. Informanternas uttalanden ligger i linje med vad tidigare forskning visat angående kvinnors drivkrafter och att de mer sällan än män är fokuserade på vinstintresse. I arbetet med att uppmuntra och öka andelen kvinnor som driver företag, finns således en stor potential i form av kvinnor som med kreativitet och driv kan utveckla näringslivet och sociala rum som bidrar till en levande bygd.

Med det sagt kan det också finnas anledning att utmana idéer om att kvinnors entreprenörskap ska vila på en grund av kreativitet och lust, snarare än en ekonomiskt hållbar affärsmodell. Att som kvinna och företagare fakturera belopp som täcker *mer* än lönen, bygger en buffert som skapar trygghet. Vi vet från forskningen att kvinnor, som generellt sett har större ansvar för barn och hem, också har ett större behov av trygghet och långsiktighet. Den som inte kan, eller tror sig kunna, ta skäligt betalt för sina tjänster har svårt att bygga upp en buffert och bli motståndskraftiga vid nedgångar. Den kommun som vill uppmuntra kvinnors företagande kan utmana etablerade normer kring företagande, och föreställningar om att det är "fult" eller "girigt" att fakturera skäliga belopp, men också stötta kvinnor i prissättning och dylikt. I förlängningen handlar det möjligtvis om att utmana föreställningar om vem en företagare är.

### Möjligheter: Kulturen, stödfunktioner och orten

**Stöttande näringslivskultur för kvinnor i Vilhelmina:** En del av informanterna upplevde att det finns en positiv kultur kring företagande i Vilhelmina och en historia av kvinnor som har banat vägen. Informanten nämnde flera framstående kvinnor från Vilhelmina och ansåg att det fanns en tradition av kvinnor som varit drivande på olika sätt, men att det ibland inte pratas tillräckligt mycket om i samhället. Upplevelsen hos informanten var att kvinnor generellt lyfter fram varandra och låter andra ta plats.

**Flera har haft bra erfarenhet av kommunens stödfunktioner:** Flera uttrycker även berömmande ord om Vilhelminas näringslivskontor där de har fått olika former av stöd som rådgivning och coachning. Vissa har även blivit satta i kontakt med andra instanser såsom Uminova Innovation. En informant uppger att kontakt med personer från b.l.a. näringslivskontoret gjorde att steget att starta företag upplevdes som mindre avskräckande.

**Positivt med närhet och lätt att samarbeta:** Ett antal informanter menar också att det är enkelt att driva företag i Vilhelmina, dels för att kulturen är stöttande och menar också att folk överlag är positiva till nya initiativ. Informanterna pratar om korta vägar, vilket innebär att man vet vem man ska kontakta eller samarbeta med. Själva orten lyfts också fram som positiv. En av informanterna menar att hennes livsstil och val av boendeort har varit en central del i hennes företagande, som mycket handlat om att beskriva sin livsstil. En informant uttrycker det så här:

“Det finns kanske en ännu större andel som säger det här, att det finns ju inget bättre ställe och driva företag på för att alla är så peppande och stöttande och det blir liksom

sådär OK, nu har någon kommit med en ny grej och då vill ju alla prova det för att det går ju verkligen så här mun till mun.”

### **Sammanfattning och analys:**

I Svenskt näringslivs ranking av kommuners företagsklimat har Vilhelmina hamnat relativt långt ner på listan. Informanternas upplevelser av näringslivet är däremot annorlunda då merparten upplever att det finns goda möjligheter att driva företag. De upplever att det finns en kultur av att kvinnor driver företag och stöttar varandra, vilket är något som utvecklingsarbetet bör ta tillvara på och vidareutveckla genom exempelvis mentorskapsprogram. Insatser borde också fokusera på att främja samarbete, genom att exempelvis skapa större incitament för samarbete genom exempelvis olika träffpunkter eller projekt att samarbeta kring.

Det är också viktigt att kommunen tydligt lyfter fram de fördelar och möjlighet det innebär att vara verksam på en mindre ort. Det går exempelvis att undersöka hur andra mindre orter har arbetat, ett exempel som lyftes i kartläggningen är Trångsviken i Jämtland som har ett väldigt levande företagsklimat trots ett litet antal invånare. Att ta tillvara på och lyfta de positiva erfarenheter som finns kring ortens näringsliv, och visa på de möjligheter som finns kan vara ett sätt att främja att fler blir motiverade att driva företag.

Utveckling: Rådgivning, kommunalt stöd, bidrag och nätverk

**Rådgivning och att anlita expertkunskap inom vissa områden:** En informant tog upp att det första steget i att driva företag är att ha en genomarbetad och tydlig affärsidé. Andra informanter reflekterade över innovationsinkubatorer och dess betydelse, dels av att ha nära till rådgivning men också att få dela kontorsutrymme med andra företagare. En strategi några av företagarna har använt sig av har varit att anlita hjälp med saker som en själv inte har tid eller motivation att sätta sig in i, exempelvis bokföring. Andra informanter menar att detta är viktigt för att dels minska arbetsbördan men också för att säkerställa kvalitén i det man gör. Det kan även handla om att ta in experter inom vissa områden och att “känna sina gränser”.

**Stöttning från andra och kvinnligt nätverk:** En informant beskrev att hon i början av sin bana som företagare omgav sig med andra kvinnor som kunde ge tips, råd och motivation vilket var väldigt värdefullt. De som gav stöttning var både andra kvinnor som drev företag men även medarbetare från näringslivskontoret. Att vara i det sammanhanget gjorde att det

inte kändes så skrämmande att starta företag och att det upplevdes som ett mindre steg än det hade gjort tidigare. Kring kvinnligt nätverk framkom skilda åsikter, en del av informanterna tycker att konceptet var positivt då det kan ge inspiration och vara ett sätt att knyta kontakter. Andra tyckte att det var ett förlegat format och att det inte ger mervärde till det egna företaget. Längre fram i rapporten kommer ett avsnitt som mer utförligt diskuterar kvinnliga nätverk.

**Mentorskap och kommunalt stöd:** Informanterna lyfter också fram mentorskap som en viktig strategi för att främja att fler kvinnor driver företag. En av informanterna hade under sin tid som företagare agerat mentor åt yngre personer och ansåg att det var ett positivt sätt att förenkla för personer att starta företag, och att det kan vara särskilt viktigt för yngre kvinnor. En informant ansåg att det hade varit positivt om det fanns en kommunal policy om att stödja lokala företag. Det förslaget lyfts även fram i Glesbygdsvverkets rapport, då de föreslår tillämpningar i lagen om offentlig upphandling i syfte att öka möjligheterna för små, lokala företag att lämna anbud (Glesbygdsvverket 2008)

**Starta-eget bidrag:** En annan åsikt var att det s.k. "starta-eget bidraget" är ett bra initiativ för att sänka trösklarna för att starta företag.

**Söka kunder utanför kommunens gränser:** Vad gäller utmaningar som ett för litet kundunderlag hade en informant valt att rikta sig till andra kommuner. Ett av företagen hade riktat in sig på den internationella marknaden och hade merparten av kunderna i andra länder.

### **Sammanfattning och analys:**

Att belysa hur företagarna gått till väga för att förenkla sitt entreprenörskap är viktiga nycklar för hur utvecklingsarbetet bör utformas framöver. Merparten av informanterna har i någon utsträckning samarbetat med andra aktörer kring exempelvis bokföring, redovisning och marknadsföring. Majoriteten av informanterna har i någon omfattning vänt sig till olika stödfunktioner såsom näringslivskontoret, inkubatorer eller annat. Detta belyser vikten av att lägga resurser på stödfunktioner då de är centrala för kvinnors företagande.

I Glesbygdsvverkets undersökning kan de se tendenser av att kvinnor i högre utsträckning än män vill testa idéer och diskutera planer för företaget med rådgivare, vilket stödjer de resultat vi kan se i den här kartläggningen. Glesbygdsvverkets undersökning lyfter också att näringslivsutvecklaren varit bidragande i att skapa ett öppnare företagsklimat för kvinnor, vilket tydliggör vikten av att stödfunktioner har ett genomgående genusperspektiv i arbetet och har kunskap om kvinnors villkor inom företagande (Glesbygdsvverket 2008).

I det här avsnittet lyfte vi de informanter som upplevt att de fått stöd i sitt företagande, både från omgivningen och näringslivet, men de åsikterna delas inte av alla informanter. Några informanter lyfte att de känt sig ensamma i sitt företagande och att de inte upplevt särskilt mycket stöd från vare sig omgivningen eller näringslivet.

Det är därför viktigt att vara medveten om att olika faktorer, såsom uppväxtmiljöer (närhet till företagande och kontakter), hur man är som person, vilket företag man driver och inom vilken bransch, kan vara sådant som påverkar ens förutsättningar att få hjälp och stöd. Detta kan vara ett incitament för exempelvis kommunen att undersöka vad de skillnaderna beror på och hur de kan överbryggas. Att informanterna har skilda upplevelser tydliggör även att "gruppen kvinnor" inte är homogen, vilket alltid är viktigt att ha i beaktning.

## 2. Utmaningar, hinder och motstånd

Den andra utgångspunkten i den här kartläggningen har varit att undersöka vilka hinder, svårigheter och utmaningar kvinnor som driver företag i Vilhelmina upplevt, i syfte att kunna röja de hindren och främja att fler kvinnor driver företag.

I en tidigare undersökning undersökte Företagarna vad små företag i Västerbotten ansåg vara de främsta tillväxthindren. Det vanligaste var svårigheter att finna lämplig arbetskraft, det näst vanligaste var höga arbetskraftskostnader och på tredje plats kom svag efterfrågan (Företagarna 2022).

Den här kartläggningen vill nyansera den bilden och lyfta de hinder som kan vara specifika för kvinnor på mindre orter, i det här fallet genom att undersöka vad ett antal kvinnor som driver företag i Vilhelmina upplever som mest utmanande. Genom att öka kunskapen om dessa utmaningar kan vi på ett bättre sätt utveckla näringslivet och sänka trösklarna för företagande.

Utmaning 1: Hög arbetsbelastning i kombination med (mer) ansvar för barn och familj

**Små möjligheter att koppla bort arbetet eller ta ledigt:** En central aspekt som framkommer i intervjumaterialet är den höga arbetsbelastningen och det svåra i att ta ledigt eller koppla bort arbetet med företaget. Att vara den med det yttersta ansvaret innebär för många att de är tillgängliga dygnet runt, oavsett om det är semestertid, jullov eller sommarlov. Att allt ansvar ligger på ens axlar kan vara betungande, men merparten av informanterna upplever att det är vad som förväntas när man driver företag och att de gör det som krävs.

**Viktigt med stöd av närstående för att få familjelivet och företaget att gå ihop:** En fråga i intervjun handlade om vad som motiverat informanterna att bo kvar i kommunen och de flesta svar kretsade kring närhet till familj/släkt och att kunna upprätthålla den livsstil man vill leva. Flera uppgav att närhet till familjen varit särskilt viktigt i deras bana som företagare då farföräldrar och morföräldrar kunnat hjälpa till med att ta hand om barn och ge stöd i familjelivet. En informant uttryckte det som nästan "omöjligt" att ha ett

familjeliv och driva företag som ensamstående. Citat från två informanter om vikten att ha nära till familj och släkt som företagare:

“Ja och då blir jag lite full i skratt för vi vabbade aldrig när jag hade barnen utan mormor klev ju in. Mormor klev in eller så gjorde jag det på kvällen...”

“De var ju småbarn på den tiden, vi har 3 barn och när de första föddes så var det mycket och få vardagen att gå runt [...]. Och mina föräldrar bodde kvar så att vi flyttade hit för att det skulle underlätta.”

**Känsla av att inte räkna till:** Förutom att det för informanterna har krävts väldigt mycket arbete för att bygga upp och driva sina företag, lyfter en del fram att de upplevt dåligt samvete då de inte kunnat spendera lika mycket tid med familjen som de önskat. En studie från Glesbygdverket visar att det var mer prioriterat för kvinnor att få företagandet att gå ihop med familjelivet än för män, vilket speglas i den här kartläggningen (Glesbygdverket 2008). En informant berättar om de förväntningar som fanns när hon hade mindre barn och en annan informant om bristen på föräldraledighet:

“Man hade större krav på att ja, men då får väl mamman vara hemma då därför du måste ju, du har ju ett arbete, du måste ju ut på det här, rörmokeriet.”

“Och det där var ju också det är ju en liten sorg för mig för att jag var ju liksom aldrig föräldraledig. Egentligen alltså jag var ju väl föräldraledig typ två dagar i veckan och sen jobbade jag mer och det var ju bara på grund av stressen.”

**Upplevelse att kvinnor får mindre stöd:** En informant lyfter även att kvinnor inte får lika mycket stöd att starta företag och att det kan vara därför som färre kvinnor gör det. Hon menar att kvinnor inte får lika mycket “ryggdunk” som män, vilket en annan respondent också uttryckte. Informanten menade att det kan finnas en skillnad mellan att en man i en relation säger upp sig för att köpa en skogsmaskin, men att en kvinna som säger upp sig för att utbilda sig till frisör och starta eget inte får samma stöttning, eller “ryggdunk”.

**Förväntningar på kvinnor att prioritera barn och familj:** Det som informanterna uttrycker tydliggör de förväntningar och normer som finns kring att kvinnor ska vara mer familjeorienterade och inte prioritera saker utanför hemmet, såsom karriär och företagande. Sådana åsikter förs fram av en av informanterna, som menar att kvinnor och män är gjorda för olika saker och att kvinnor inte bör prioritera karriär samtidigt som de är föräldrar:

“Man måste få lov och ta hand om sig själv och sitt barn och det som är närmast den i livet. Varför ska man på karriärstegen precis i den där fasen? Det förstår inte jag.”

Informantens åsikter tydliggör den “krock” som en del kvinnor som driver företag kan uppleva, vilket kan vara att behöva förhålla sig till värderingar och normer från olika världar.



Företagarna behöver förhålla sig till normer dels inom den manligt kodade företagsvärlden där man ska prioritera företaget främst och arbeta väldigt mycket, men också till de normer som finns kring att kvinnor ska ta större ansvar för barn och familj (Glesbygdverket 2008). Dessa förväntningar kan vara ett hinder för kvinnor att driva företag och en informant berättar om att hon fått gliringar kring att hon arbetar heltid och är förälder:

“Bilderna av en mamma, det är att man kanske att man ska gå ner i procent och sådär för det. Det fick jag ju höra nu när jag skulle börja jobba heltid och det är ju inte så roligt.

Många pendlar ut från kommunen vilket kan göra det svårt för företagare: En svårighet kopplat till orten som lyftes i intervjuer handlade om att många pendlar ut från Vilhelmina för att arbeta på annan ort. Statistik från 2022 visar att 500 personer pendlar från Vilhelmina till en annan kommun för arbete, där Umeå är den vanligaste orten. En informant reflekterar över att det med tiden borde ha blivit enklare att ha familj och driva företag, men att hon inte upplever det så:

“Tyvärr så borde det ha blivit lättare men det har inte blivit lättare idag när så många, framförallt män, pendlar fram och tillbaka till Vilhelmina så blir det ju svårare för den andra (som ofta är kvinna) att göra något sådant som att starta företag.”

### **Sammanfattning och analys:**

Resultaten från kartläggningen visar att merparten av informanterna har mycket svårt att vara lediga och släppa tankar på arbetet. De upplever sig behöver vara ständigt tillgängliga. I flera fall har närheten till familj varit en förutsättning för att det ska vara möjligt att kombinera företagandet med familjelivet. Här aktualiseras frågan kring vilka möjligheter ensamstående personer eller personer utan familj i närheten har för att få företagande och familjeliv att gå ihop, och vad kommunen kan göra för att underlätta för dessa personer.

Att jämka samman företagande med familjeliv är en utmaning som i större utsträckning hindrar kvinnor än män att driva företag. Studier visar att manliga entreprenörer i högre grad avsägar sig ansvar för hemmet och att deras partners avstått egna karriärer för att stötta mannens företagande (Eriksson 2021). Informanternas upplevelser av att känna inre stress över att de arbetar för mycket, men också yttre påtryckningar om att de borde gå ner i tid, speglar hur förväntningar kopplade till genus blir ett villkor för kvinnors företagande.

Som kommun är det därför viktigt att skapa medvetenhet om kvinnors villkor och säkerställa att exempelvis stödfunktioner kring företagande har den kunskapen. Det behövs också aktiva

insatser för att skapa ett mer gynnsamt företagsklimat som innebär att företagare – oavsett kön – inte behöver arbeta dygnet runt. En sådan normförskjutning skulle också kunna underlätta för företagare med barn vars partners pendlar till andra kommuner.

I ett större perspektiv krävs insatser för att på sikt förändra de normer som gör det möjligt för män att ägna fokus åt företaget och karriären, medan kvinnliga entreprenörer förväntas axla två i många fall oförenliga roller.

## Utmaning 2: Otrygghet i att inte veta inkomster för nästa månad och den ekonomiska hållbarheten

**Otrygghet kring ekonomi och företagets hållbarhet över tid:** Flera av de intervjuade uppgav att stressen kring att få företaget att gå ihop ekonomiskt var bland det mest utmanande med att driva eget. Flera informanter uttryckte en känsla av otrygghet av att inte veta vilka intäkter man kommer få nästa månad och att de upplevde små möjligheter att planera framåt. Otryggheten kunde för en del leda till att man istället tackar ja till alla kunder/eventuella arbeten vilket leder till för hög arbetsbelastning. För många handlar tillgängligheten också om att hålla sitt företag flytande då flera informanter upplevde att de inte hade råd att tacka nej till kunder/uppdrag.

**Avvaktande förhållningssätt till externt kapital:** Tidigare forskning visar att kvinnors företag ofta är lägre lånefinansierade än mäns företag och att färre kvinnor än män ansöker om lån. Samma studie visar att 11 procent av kvinnorna inte visste vilka finansieringsmöjligheter som finns och att när kvinnor väl söker lån så är lånebeloppen lägre än mäns. En informant i den här kartläggningen lyfter aspekten om finansiering som ett viktigt hinder att överkomma:

“De branscher som kvinnor väljer är det extremt svårt att hitta finansiering till, man kan inte ens låna småpengar i Vilhelmina [...]. Även om du ska starta en massageverksamhet så behöver du alltid pengar för att komma igång, kanske kunna ta ut lön första månaderna, pengar för att köpa in produkter. Men till och med små pengar är helt omöjliga att få lån för.”

## **Osäkerhet och tidsbrist påverkar företagets finansieringsmöjligheter:**

Informanter säger också att det hade varit värdefullt att söka projektpengar eller liknande, men att sådana ansökningar tar mycket tid som behöver gå från någonting annat, vilket det inte finns utrymme för. I kartläggningen lyfter inga informanter att de sökt lån eller bidrag

men en informant reflekterar över olika finansieringsmöjligheter men konstaterar att hon inte använde sig av dessa:

“Jag kan känna att man började kanske lite fel ände, idag så kan man ju få ja, men starta-eget bidrag och man kan söka pengar och så där och det har jag aldrig gjort.”

**En ovilja att inta positionen som “tärande”:** För en del av branscherna som representeras i kartläggningen slog pandemin extra hårt, då deras företag säljer sådana tjänster som privatpersoner drar in på när det blir osäkra ekonomiska tider. En informant reflekterar över att hon ångrar att hon inte stängde ner företaget och tog den kompensation som staten erbjöd:

“Det jag ångrar idag, att jag inte stängde alltihopa och tog emot det staten då erbjöd och med ersättning helt och hållet och bara stänga av, utan som egenföretagare så försökte man ändå, att man inte tog emot det staten erbjöd för, man vill inte tära.”

### **Sammanfattning och analys:**

Den sammantagna bilden är att flera informanter upplever svårigheter att få företagsekonomin att gå ihop, att det kan vara svårare för branscher som kvinnor oftare verkar inom att bli beviljade lån och att flera av informanterna inte ansökt om extern finansiering. Resultaten från kartläggningen stöds av tidigare forskning som visar att kvinnors företag generellt är underfinansierade i relation till mäns företag.

En informant i kartläggningen beskrev sig själv som en serie-företagare, men påpekade att det *inte* berodde på att företagen gått i konkurs, utan att hon velat göra något annat. Uttalandet kan vara ett uttryck av att kvinnor upplever större press på sig att lyckas, vilket eventuellt kan bero på att kvinnors företagande inte får lika mycket uppmuntran eller har lika stora felmarginaler som män.

Att kvinnor förväntas ta mer ansvar för barn och familj än vad män gör, innebär att kvinnor som startar företag tar risker som påverkar fler än dem själva. Män har oftare än kvinnor stöd av partners, som täcker upp i hemmet och, visar forskningen, låter sina egna karriärer stå tillbaka (Eriksson 2021). Att kvinnor är mindre riskbenägna är alltså inte en enkel fråga om personliga tvivel, utan om strukturella förutsättningar. Till dessa strukturella förutsättningar hör också att företagsvärlden traditionellt sett är formad av män och för män, vilket kräver en anpassning från kvinnornas sida.

Ibland talas om kvinnors anpassningar som att de har “skinn på näsan”. En följdfråga blir om vi vill ha ett näringsliv där kvinnor behöver utveckla “skinn på näsan”, rustning och vassa armbågar, eller om vi vill forma ett stöttande och öppet företagsklimat där olika idéer,

näringar, förhållningssätt och livsstilar får utrymme och i bästa fall till och med korsbefrukta varandra?

Kommunen kan göra aktiva insatser för att tydliggöra vilka finansieringsmöjligheter som finns, samt ge stöd i olika ansökningsprocesser. Kommunen bör genomföra insatser som skapar bättre förutsättningar för att kvinnor ska ta det steget, vilket kan handla om utvidgade rådgivningsfunktioner, stöd i finansiering, marknadsföring och bidragsansökningar.

Utmaning 3: Lokal spetskompetens, vilka branscher som är mest framträdande och bilden av orten

**Spetskompetens som inte används på rätt sätt:** En informant lyfte fram att hon upplever att spetskompetensen som finns i Vilhelmina inte används till sin fulla potential, vilket blir en utmaning när det gäller att få stöd i att utveckla sitt företag. Att spetskompetensen inte används på rätt sätt gällde exempelvis insatser som bedrivs av näringslivskontoret eller liknande. Informanten menade att vissa aktiviteter, såsom företagsfrukostar och inspirationsträffar, borde karakteriseras av att företag med spetskompetens inom vissa områden delar med sig till andra företagare eller att näringslivskontoret anlitar specialister inom vissa områden istället för att hålla i träffarna själva.

**Könssegregerad arbetsmarknad och mansdominerade branscher:** I intervjuerna framkommer upplevelser av att näringslivet i Vilhelmina är könssegregerat och att män och kvinnor verkar inom olika branscher och inriktningar. En informant lyfter att Vilhelminas förutsättningar, som kretsar mycket kring skogsindustrin, kan göra det svårt att förändra könsuppdelningen mellan branscher:

“Det är mycket som kretsar kring skogsbranschen och det är ju sådana här traditionellt manliga yrken. Så att jag tänker att det liksom [...] och hur man ska förändra det, det vet jag inte om det går att göra med våld.”

**Misstro mot företagare och brist på kommunalt stöd:** Kring hur informanterna upplever näringslivskulturen var svaren tudelade. Det framkom upplevelser från en informant att det inte finns en anda av att stötta lokala företag, bland annat från kommunalt håll. Informanten menade att det inte görs upphandlingar av lokala producenter och att samarbetet med kommunen har varit komplicerat. Samma informant upplevde att det finns

en viss generell misstro mot företagare och hon har även upplevt motstånd mot att hon driver företag:

“Det där är ju jättesvårt, men det måste nog liksom [hända något på] många nivåer. För att närman har den här bilden av att alla som har ett företag är Krösus Sork och sitter på en stor hög med pengar där hemma och fuskar med skatten och allmänt ondskefulla, då blir det ju inte bra företagsklimat liksom.”

**Det anses mindre lyckat att bo kvar i kommunen:** I en intervju kom det även fram upplevelser av att det anses “fult” att bo kvar i Vilhelmina. Att det är mer önskvärt att flytta ifrån orten och att det är vad många förväntar sig av unga personer, att de inte ska bo kvar utan flytta till större orter. Informantens uttalande synliggör maktbalansen mellan stad och landsbygd där urbaniseringsnormen framställer det som mer önskvärt att bo i storstäder. Att vara i “centrum” kopplas ihop med positiva egenskaper såsom utbildning och framåtanda, medan landsbygd kopplas ihop med negativa begrepp som eftersatthet och nedåtgång (Forsberg 2013).

### **Sammanfattning och analys:**

Det här avsnittet har lyft informanternas uppfattningar om vilka lokala förutsättningar som kan vara hinder för företagande. Upplevelsen att den lokala spetskompetensen inte används på rätt sätt kan vara ett incitament för att kartlägga den kompetens som finns inom kommunen och se över hur den kompetensen i störst utsträckning kan gynna andra företagare.

Att skogsindustrin är framträdande i Vilhelmina är positivt och där skulle det kunna göras insatser för att främja att fler kvinnor arbetar eller är involverade i arbete som rör skogen. Kartläggningen har visat att det finns förväntningar, som ligger i linje med urbaniseringsnormen, och att det uppfattas som mer “lyckat” att lämna Vilhelmina. Vi ser dock att människors flyttmönster har förändrats sen pandemin, och en viktig nyckel till att både öka inflyttningen och behålla nuvarande invånare kan därför vara att främja ett levande näringsliv med goda möjligheter att starta eller fortsätta driva sitt företag.

Utmaning 4: Normer och förväntningar på företagaren och hur företag ska drivas

**Vad som krävs för att vara företagare och hur man ska vara:** Det framkommer från informanternas beskrivningar av sig själva och andra företagare vilka egenskaper som

behövs för att kunna arbeta som företagare. Flera informanter beskriver sig själva som drivna personer med gott självförtroende som inte varit rädda för att gå sin egen väg. De flesta uttrycker att de drivs av utmaningar och att deras arbete ska vara spännande. Några informanter berättar om andra entreprenörer de ser upp till och beskriver de personerna som orädda, modiga, kaxiga och att de vågat ta för sig.

**Bilden av företagaren är en person som arbetar hårt och mycket:** Flera informanter beskriver att de gillar utmaningar, att arbeta under press och att de är beredda att arbeta mycket trots att det innebär minskad fritid. Några beskrev företagandet som en livsstil som var utmanande i början, men att man vänjer sig. Vissa informanter uttrycker förståelse att alla inte har den inställningen och att det kan vara avskräckande att starta eget då det både är en ekonomisk och social chansning.

**Kontakter med myndigheter och "pappersarbetet" inom företagande:** En informant uppgav att det som var mest utmanande med att driva företag var kontakten med olika myndigheter. Informanten upplevde att vissa aspekter inom företagande var onödigt komplicerade och att det kan vara tidskrävande att sätta sig in i olika formulär och ansökningar. Informanter lyfte att det kan vara särskilt utmanande för personer som inte har svenska som modersmål, och att den krångliga administrationen kan vara ett hinder för personer som vill starta företag. Informanten uttrycker det såhär:

“Och så får man ju hänvisning till en annan webbsida, där det är liksom fyra sidor text och när man har läst dem så vet man fortfarande inte riktigt hur det ska vara. Ibland tycker man att, jag har inte tid med det här, bara säg hur ni vill ha det, så löser vi det.”

**Många har mött olika former av motstånd:** Flera informanter har också mött motstånd, som exempelvis nedvärderande bemötande från banktjänstemän och kunder som hellre vill prata med en manlig chef än med dem. En informant hade även mött motstånd mot att starta sitt företag då en grupp personer från orten tyckte att hennes produkt var något kvinnor har hållit på med i alla tider och att hon inte skulle göra så stort väsen av det. Gemensamt för informanterna är att de inte tagit så hårt på motståndet och inte låtit det bli ett hinder.

### **Sammanfattning och analys:**

Informanternas uttalanden speglar olika normer kring företagare och vad det enligt normen innebär att driva företag. En norm som framträder är att en företagare förväntas vara tillgänglig dygnet runt och vara en stark person som orkar med den livsstilen. Problemet

med de förväntningarna är att de hinder som kvinnor möter individualiseras och att det blir upp till kvinnor att förändra sina beteenden och exempelvis "ta för sig mer".

Vi kan istället se behovet för kvinnor att "ta för sig" som ett uttryck för att det inte är ett tillåtande klimat och att kvinnor behöver vara på ett visst sätt för att kunna överkomma hinder. För flera av informanterna har de behövt arbeta väldigt mycket och det är det som har tagit dom dit de är idag. Informanterna i den här kartläggningen har gett mycket för att hålla sin verksamhet igång och de har gjort uppoffringar som varit värt det i form av avkastning.

Med det sagt, så vill vi på ett strukturellt plan skapa förutsättningar för att man ska kunna gå in i företagande från där man är idag. En kompetent person med en bra företagsidé ska inte hindras av att den inte vill arbeta dygnet runt eller inte ser sig själv som en person som banar vägen. Vi vill bygga ett företagsklimat där det är möjligt att vara kompetent och driven men ändå värna om sin fritid.

### 3. Kan kvinnliga nätverk främja att mer kvinnor driver företag?

Nätverk för kvinnor blev populära på 1980- och 1990-talen, som ett svar på att män i företagavärlden många gånger möttes och fattade beslut i informella och exklusivt manliga rum, som exempelvis i jaktsammanhang, på klubbar och i gym. De kvinnliga nätverken erbjöd alternativa sammanhang för kvinnor som verkade i mansdominerade branscher (Svenska Dagbladet). Idag är det möjligt att i stora drag tala om tre typer av kvinnliga nätverk som ger olika fördelar för deltagarna:

- Nätverk av kvinnor i liknande positioner som tillåter deras medlemmar att dela strategier med varandra (t.ex. nätverk endast för kvinnor, gemenskaper på ledarnivå).
- Nätverk av olika kvinnor som skapar möjligheten att träffa kvinnor som inte liknar dem själva men som kan vara till hjälp i alla möjliga frågeställningar (t.ex. mentorprogram eller karriärnätverk).
- Nätverk som ger sina medlemmar tillgång till resurser som de kan ha svårt att skaffa (t.ex. en finansiell gemenskap för kvinnor).

Även om vissa nätverk kan falla in i exakt en kategori, kommer de flesta att vara en hybrid av två eller till och med alla tre av dessa kategorier. Det huvudsakliga syftet med nätverkande är

att främja utbyte hos olika företagare eller att skapa ett starkt nätverk internt bland sina egna anställda (Sternbaur 2019).

### **Fördelar med kvinnliga nätverk (Forbes 2018):**

- **Mötesplatser:** Det skapas mötesplatser för entreprenörer och företagare som sammanstrålar för utbyte av kontakter, kunskap och idéer samt tillvaratar medlemmarnas olika spetskompetenser genom digitala föreläsningar, workshops m.m.
- **Bollplank:** I nätverk får deltagarna tillgång till ett värdefullt bollplank för att utveckla sina företag. De ges möjlighet att testa idéer och få hjälp att komma vidare. I ett nätverk kan du växa, både som individ och företagare.

Mönster som framträder i intervjuerna

**Svag efterfrågan på kvinnligt nätverk:** Att döma av intervjuerna finns inget uttalat behov av ett lokalt kvinnligt nätverk. En möjlig fördel som uttrycks är att som ensamföretagare genom nätverken få tillgång till "kollegor". Informanterna uppger att de kan se nytta med ett nätverk men att de själva saknar tid eller intresse.

**Tidigare erfarenheter av nätverkande i Vilhelmina:** 2013 arrangerade den ekonomiska föreningen Visit Vilhelmina månatliga träffar med unga företagare som var kvinnor. Det pågick i drygt ett halvår innan deltagarnas aktivitet minskade och nätverket slutligen upplöstes. Framgångarna kan delvis härledas till att det fanns en sammankallande person som ansvarade för att sätta dagordning, teman och mötesbokning.

**Från nätverk till mentorskap:** Några informanter efterfrågar tillgång till kvinnor som tagit steget att starta eget, som en form av mentor.

### **Sammanfattning och analys:**

De sju informanterna som vi intervjuat uttrycker inte ett behov av att ingå i kvinnliga nätverk, men kan ändå se fördelar, särskilt i början av företagsresan. En möjlighet är att utforma stödet som en form av mentorskap, snarare än ett nätverk.

Det finns idag befintliga nätverk för kvinnor, under arrangemang av Region 10. Vi avråder att ytterligare nätverk startas, dels eftersom de konkurrerar med varandra och kan leda till en "trötthet", dels eftersom inget tydligt utmärker Vilhelminas förutsättningar i relation till närliggande kommuner. I den mån befintliga nätverk utvecklas ser vi det som betydelsefullt att de inte agerar som satelliter, utan att aktiviteterna synkroniseras med andra aktiviteter och kommunikationsinsatser runt om i närliggande kommuner.



Medan nätverk tidigare i handlade om att knyta kontakter, är det i dag i större utsträckning en fråga om att fördjupa sin kunskap inom ämnen som har direkt positiv effekt i det egna företaget som exempelvis tillvägagångssätt för att ta in kapital, skala upp bolag, certifiering osv. När vi gör det till nätverkets huvudsyfte att skapa aktiviteter som kan ha direkt effekt i kvinnors företag, blir ett utvidgat kontaktnät en positiv bieffekt

## 5. Strategi och plan

I denna avslutande del av rapporten presenteras förslag på fortsatt utvecklingsarbete och konkreta strategier med utgångspunkt i det genomförda kunskapsunderlaget. Teman som återkommer i kartläggningen är olika aspekter som kan minimera känslan av risktagande, minska den ekonomiska otryggheten och förändra bilden av vad det innebär att driva företag. Nedan presenteras fem utvecklingsområden och insatser i syfte att främja kvinnors företagande i Vilhelmina.

### Område 1: Insatser för stöd, rådgivning och mentorskap i syfte att minimera känslan av risktagande

**Hinder:** I kartläggningen framkom det att rådgivning och stöd har varit viktigt för många informanter i deras företagande, både i uppstartsfasen men också då de mött utmaningar. Det som kartläggningen visat kring betydelsen av rådgivning stöds även av tidigare forskning gjord i mindre kommuner (Glesbygdverket 2008). Flera informanter upplever att utökade stödfunktioner och insatser såsom mentorskap och coachning kan främja att fler kvinnor börjar driva företag.

#### Förslag på lösningar:

- **Kartlägga de instanser som finns kring stödfunktioner:** Ett viktigt steg i att utveckla näringslivet i Vilhelmina är att kartlägga vilka insatser som finns kring stöd, rådgivning och affärsutveckling. Vilka instanser behöver finnas lokalt vad kan finnas på distans? Är det någon funktion som saknas och hur kan vi göra för att tillskansa oss den?
- **Stödfunktioner behöver ha ett genusperspektiv:** Ett led i att kvalitetssäkra stödfunktionerna är att säkerställa att de har kunskap om vad som kännetecknar

kvinnors företagande. Vi vet, både från tidigare forskning och från kartläggningen, att kvinnor som driver företag upplever både praktiska hinder men även symboliska hinder i form av förväntningar, idéer och normer. Därför är det centralt att på olika sätt skapa medvetenhet om kvinnors villkor inom företagande.

- **Tydligare marknadsföring kring vilket stöd som finns att tillgå:** Näringslivskontoret m.fl. kan bli ännu bättre på att marknadsföra vad de kan hjälpa till med. Personer som är intresserade av att starta företag ska inte behöva leta eller känna sig osäkra på vilket stöd som finns att tillgå, utan det ska vara tydligt och lättillgängligt.
- **Undersöka möjligheterna till mentorskap:** Ett förslag är att mentorskap i någon form, som ett program eller som individuella insatser, skulle kunna vara till nytta för Vilhelminas näringsliv. Att få råd och stöd av en mer erfaren företagare som är kvinna kan bidra till att sänka trösklarna för nya företagare.

## Område 2: Konkreta och riktade insatser som förenklar uppstartsprocessen

**Hinder:** Det framkommer i kartläggningen att en del informanter upplevt att uppstartsprocessen varit påfrestande och att starta företag upplevdes som ett stort steg. Andra informanter har upplevt att kontakten med myndighetspersoner varit bland det mest utmanande i med att driva företag. Processen att starta företag kan vara särskilt utmanande för personer som inte har svenska som modersmål eller personer mer NPF såsom dyslexi eller ADHD. Därför är ett viktigt område att på olika sätt underlätta uppstartsprocessen.

### Förslag på lösningar:

- **Skapa sammanhang där myndighetspersoner och företagare möts:** Ett förslag är att samla centrala aktörer, såsom Försäkringskassan, Arbetsförmedlingen, Skatteverket m.fl. i ett sammanhang där syftet är att ge kvinnor stöd att starta företag. På träffen får kvinnor möjlighet att göra ansökan med stöd av myndighetspersoner. Ansökningsprocessen är svår och det kan kännas avskräckande, vilket informanter vittnar om i kartläggningen. Därför är det viktigt att få konkret och tydlig hjälp i uppstartsprocessen. Som en informant uttryckte det är de internetbaserade sidorna som finns idag ofta komplicerade och inte alltid enkla att tyda. Det skulle också kunna finnas en revisionsfirma eller liknande på plats som vill sälja in sina tjänster. De här tillfällena ska inte bara *informera* om hur man startar

företag, utan ge *konkret stöd* i processen. Att träffas på det sättet ger också fördelen att företagaren får kontakt med många viktiga aktörer direkt och vet var den ska vända sig i framtiden.

- **Företagshotell som syftar till att locka kompetens till Vilhelmina:** Ett förslag är att hyra eller bygga en lokal kan användas som företagshotell. Där kan det finnas lokaler som är specifikt utrustade för exempelvis sjukgymnastik och där olika yrkesgrupper kan hyra in sig. Ett företagshotell kan vara ett sätt för företagare utanför kommunen att vidga sin kundpool genom att vara verksam på flera orter i närliggande kommuner. Det kan också innebära större utbud för invånare i Vilhelmina om de får tillgång till fler tjänster. Företagshotell kan vara ett sätt att koppla ihop kommunerna och skapa samarbete mellan företagare över kommungränserna.

### Område 3: Se över interna rutiner och prioriteringar i syfte att lyfta kvinnors företag

**Hinder:** Kartläggningen och tidigare forskning har visat att det finns förväntningar och normer kring företagande, som exempelvis hur företag ska drivas, inom vilka branscher, vilka idéer som uppmuntras och vilka företag som lyfts fram som föredömen. Dessa förväntningar kan påverka vad som anses vara framgångsrikt företagande vilket i sin tur kan påverka de insatser som görs. Det kan leda till att den som startar ett industriföretag får mer uppmuntran än den som startar en enskild firma som sjukgymnast. I kartläggningen upplever flera informanter att de inte fått så mycket uppmuntran, vilket kan vara ett tecken på att kvinnors företagande inte uppmuntras på samma sätt.

#### **Förslag på lösningar:**

- **Se över interna rutiner och vilka företag som prioriteras:** Ett förslag är att se över rutiner för hur ofta olika aktörer (kommunen, näringslivskontoret m.fl.) interagerar med företag i Vilhelmina och huruvida de företagen drivs av män eller kvinnor. Det kan också vara bra att reflektera över vilka företag och branscher som lyfts fram som föredömen? Och vad är orsaken till att vissa företag lyfts fram mer än andra?

- **Genusmedvetenhet kring stöd och uppmuntran:** Det är viktigt att kommunen och andra relevanta aktörer är medvetna om hur genusmönster kan påverka på vilket sätt företag ges stöd, i vilken utsträckning, vilka som får bidrag och vilka som har svårare att få bidrag. Det behöver finnas ett genusperspektiv i de processerna för att säkerställa att kvinnors företag/branscher inte missgynnas.
- **Undersöka möjligheter till offentlig upphandling:** Vilhelmina kommun kan undersöka möjligheterna till att öppna upp processer och dialog kring upphandling, i syfte att skapa fler möjligheter för lokala företag.

#### Område 4: Nätverkande måste ske regionalt och ha ett tydligt utbyte

**Hinder:** Det framkommer i kartläggningen att merparten av företagare inte har tid eller utrymme för nätverkande. De flesta ser inte vinningen att vara i ett nätverk enbart för att höra om hur andra gjort, utan det måste ge direkt effekt i det egna företaget. En del av informanterna menade dock att nätverk kan fylla viktiga funktioner som att få inspiration, stöd och möjlighet att skapa kontakter.

#### Förslag till lösningar:

- **Nätverk bör inte vara lokala utan regionala:** Som kartläggningen och de tidigare insatserna kring nätverk som gjorts i Vilhelmina kunnat visa, finns det inte tillräckligt starka incitament för att skapa ett lokalt nätverk i kommunen när det redan finns regionala aktiviteter. Vi ser att de regionala nätverken ger mervärde och föreslår istället insatser för att utveckla befintliga nätverk. Det är också viktigt att de regionala nätverk som finns inte genomför aktiviteter avskilda ifrån varandra utan att aktiviteter i den mån det är möjligt synkroniseras, både utifrån kommunikationsinsatser och genomförande.
- **Syftet med nätverkande bör fokusera på att utveckla det egna företaget:** Resultaten från kartläggningen visar att företagarna har begränsat med tid, och även intresse, för att engagera sig i nätverk. Därför är det centralt att de nätverk som finns bidrar med det som företagarna behöver för att utveckla sina företag. Själva syftet med nätverken bör vara att få konkret stöd i utmaningar som exempelvis upphandling, beställarkompetens, extern finansiering, prissättning, digital teknik, marknadsföring, myndighetskontakter m.m. När vi gör det till nätverkets huvudsyfte att skapa aktiviteter som kan ha direkt effekt i kvinnors företag, blir ett utvidgat

kontaktnät en positiv bieffekt.

- **Undersöka de behov som finns för att aktiviteterna ska bli relevanta:** Ett förslag är att undersöka vilka behov som finns hos företagare i kommunerna inom Business Region North. Genom att samla in behoven hos företagare kan de aktiviteter som genomförs i exempelvis nätverk eller utvecklingsprogram bli mer skraddarsydda och därmed locka fler företagare. Utgå från de hinder som forskning visat och undersök hur andra har gjort, finns det några framgångskoncept? Genom att undersöka företagares behov kommer vi kunna ha större möjligheter att erbjuda företagarna konkret och adekvat hjälp som driver deras företag framåt.

## Område 5: Undersöka möjlighet att satsa på strategisk kommunikation i syfte att lyfta kvinnors företagande

**Hinder:** Kartläggningen har kunnat visa att flera informanter har upplevt svårigheter som ekonomisk stress och för litet kundunderlag. Det framkom även upplevelser av att det finns negativa föreställningar om företagare och vad de innebär att driva företag. Vi vet också att det finns föreställningar om vem en företagare är och att kvinnor möter andra hinder än män. Därför är det viktigt att skapa medvetenhet om kvinnors villkor och att lyfta företagande på olika sätt och i olika forum.

### Förslag på lösningar:

- **Avsätta medel för att genomföra strategisk kommunikation:** Ägna medel åt att låta en strategisk kommunikator marknadsföra kvinnors företagande på Business Region North. Att anlita en strategisk kommunikator ger fördelarna att de har kunskap om de mest effektiva sätten att synas och kan göra en långsiktig plan för arbetet. Att ta hjälp av en strategisk kommunikator ger även möjlighet att profilera sig som jämställd region. Vi vet också att effekten av att synas externt med sitt företag kommer få interna effekter för kommunerna i Business Region North. Att en lokal kvinna som driver företag syns utåt kommer ha lika stor effekt för det enskilda företaget som för regionen i helhet.
- **Kommunicera tydligt kring företagande i kommunen:** Det kan finnas behov av att kommunen/andra aktörer kommunicerar kring företagande och lyfter att det

finns många olika typer av företagande. Detta för att på olika sätt vidga vyerna och motverka seglivade föreställningar om vad det innebär att driva företag.

- Arbetet inom det här området kan med fördel införlivas i den strategiska utvecklingen av Business Region North (se rapport av Vknä 2023).

## 6. Referenslista

- Företagarna, 2016. "Tillväxt i hela landet - Företagarnas perspektiv på landsbygden". <https://www.foretagarna.se/contentassets/5c9b7952eaf148698b1fecfcb7212424/landsbygdsrapport-oktober-2016.pdf>
- Glesbygdsverket, 2008. "Kvinnors företagande i gles- och landsbygder - fakta och fönster." Regeringsuppdrag, juni 2008. <https://www.tillvaxtanalys.se/download/18.62dd45451715a00666f276ac/1586367607755/kvinnors-foretagande-i-gles-landsbygder-fakta-fonster-08.pdf>
- Andersson, Elin, 2022. "Var finns arbetskraft till den norrländska tillväxten?". Umeå universitet. <https://www.umu.se/reportage/vart-finns-arbetskraft-till-den-norrlandska-tillvaxten/>
- Torstensson, Simon. 2023. Ekonomifakta 2022. Antal företag i Sverige. Ekonomifakta. <https://www.ekonomifakta.se/fakta/foretagande/naringslivet/antal-foretag-i-sverige/>
- Sweco 2021. "Sveriges nya geografi Pandemins flyttmönster". [https://www.sweco.se/wp-content/uploads/sites/3/2021/03/SNG\\_2021\\_final.pdf](https://www.sweco.se/wp-content/uploads/sites/3/2021/03/SNG_2021_final.pdf)
- Almi/Företagarna, 2020. "Kvinnors företagande - internationalisering och tillväxt". <https://www.foretagarna.se/contentassets/ca906c41b35f454cbf7a5ee4ce3736da/almi-rapport-kvinnors-foretagande-digital-uppslag-final.pdf>
- Dagens industri, 2021. "Miljarderna fortsätter rulla in till män – dödläge för kvinnors bolag." <https://www.di.se/digital/miljarderna-fortsatter-rulla-in-till-man-dodlage->

for-kvinnors-bolag/

- Eriksson, Matilda. 2021. "Entreprenörskapets tysta(de) röster. En narrativ studie om kvinnor som delar sitt liv med en man som är entreprenör." Diss: Stockholms universitet. <http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:1615372/FULLTEXT01.pdf>
- Institutet för arbetsmarknads- och utbildningspolitisk utvärdering (IFAU) 2021. Familjebildning och karriär- konsekvenser av oförutsägbar frånvaro" **Författare: Ghazala, Azmat.Hensvik, Lena. Rosenqvist,Olof.**  
**file:///Users/Ellen/Downloads/r-2020-11-familjebildning-och-karriar%20(1).pdf**
- SCB, 2021. "En fråga om tid. En studie av tidsanvändningen bland kvinnor och män 2021. "  
[https://www.scb.se/contentassets/4e98132bob784a01b6e4762e909a6fa2/le0103\\_2021a01\\_br\\_lebr2202.pdf](https://www.scb.se/contentassets/4e98132bob784a01b6e4762e909a6fa2/le0103_2021a01_br_lebr2202.pdf)
- Eklund, Stina & Vejsiu, Altin. 2009. " Drivkrafter att starta företag: ett genusperspektiv." <https://www.nationalekonomi.se/sites/default/files/legacy/37-3-seav.pdf>
- Forsberg, G. (2013). Rumsliga obalanser i befolkningens sammansättning och bosättning. I: Forsberg, G. (red.) Planeringens utmaningar och tillämpningar. Stockholm: Liber AB.
- Svenska dagbladet.(2011). "Bättre nätverk ska få kvinnorna till toppen". Sebastian Orre. <https://www.svd.se/a/4842ff68-56ef-378d-930d-0316ca273e5d/battre-natverk-ska-fa-kvinnorna-till-toppen>
- Sternbaur, Tanja. 2019. "Why Women's Networks Are Crucial".  
<https://www.femalefactor.global/post/why-women-s-networks-are-crucial>
- Forbes, 2018. "Why Female Entrepreneurs Should Join Women's Networks". Anette B van Blokland.  
<https://www.forbes.com/sites/anettebvanblokland/2018/10/18/why-female-entrepreneurs-should-join-womens-networks/>

## Bilaga 1

### Intervjuguide

#### 1. Bakgrundsfrågor

- Berätta lite om dig själv, vem du är, hur gammal du är, vad du har för utbildning och vad du jobbar med?
- Frågor kring boende och uppväxt/eventuell inflytt:
  - Var bor du i dagsläget?
  - Är du uppvuxen i Vilhelmina kommun eller inflyttad?
  - Om uppvuxen: Vad motiverade dig att bo kvar i kommunen?
  - Om inflyttad: Hur kom det sig att du flyttade hit? Vad var det som lockade?

#### 2. Inledande frågor

- Berätta vad det är för slags företag du driver och vad verksamheten består av?
  - Hur länge har du drivit företaget?
  - Är det några fler personer involverade i att driva företaget?
    - Om ja, vad har de/den personen för roll? Vad är dina ansvarsområden?
  - Har du drivit fler företag än ditt nuvarande företag?
  - Om flera olika företag: Vad gjorde att du ändrade riktning?
- Hur kom det sig från början att du började driva företag?
  - Vad motiverade dig?
  - Var det någonting som kändes skrämmande eller svårt med att starta eget?
  - Om ja; Vad tror du det berodde på att det kändes skrämmande?
  - Om nej; Vad gjorde det enkelt/tryggt?
- Vilka delar av att driva företag tycker du är givande och roliga?
- Vilka delar är mer utmanande?

#### 3. Tema jämställdhet generellt och inom företagande

- Vad är dina första tankar du när du hör ordet "jämställdhet?"
  - Vad tror du det beror på att du gör de kopplingarna?



- Vad skulle du säga att jämställdhet innebär för dig i praktiken, i verkliga livet?  
Ge gärna exempel.
- När jag talar om jämställdhet inom företagande, vad är dina första tankar då?
  - Hur upplever du jämställdheten inom Vilhelminas näringsliv?
- Vad tror du är viktigt för att skapa ett mer jämställt näringsliv och företagande generellt?

#### **Tema 4: Hinder och svårigheter**

- Under din tid som företagare, vilka former av hinder eller svårigheter har du upplevt?
  - Om inga, vilka förutsättningar eller omständigheter har gjort det enklare för dig att driva företag?
- Vilka hinder tror du kan vara kopplade specifikt till att vara kvinna och driva företag?
  - Vilka hinder kan vara kopplade till att vara kvinna att driva företag i Vilhelmina?
  - Vilka förutsättningar kopplade till orten kan vara utmanande?
  - Eller till näringslivskulturen? Näringslivspolitikerna?
- Vilka former av hinder eller motstånd tror du att manliga företagare inte upplevt?

#### **(till den som är kombinator)**

- Hur upplever du din situation nu, med att vara både anställd och driva företag?
- Är det någonting som håller tillbaka från att satsa på företaget? Och i så fall vad?
- Vilka förutsättningar behövs för att det ska vara tillräckligt tryggt/lönsamt att driva företag? Vad finns inte idag? Vilka instanser skulle överbrygga det osäkra med att driva företag? Vad skulle krävas för att du skulle satsa helt på företaget?

#### **Tema 5: Möjligheter och utveckling**

- Om vi tittar på Vilhelmina specifikt, vad tror du det finns för förutsättningar som förenklar för personer att driva företag?
  - Om nej/inga, vad tror du har lett fram till att det ser ut så idag?
- Vilka förutsättningar & insatser i Vilhelmina kommun tycker du motiverar och stödjer kvinnor till att driva/starta företag?
  - Om inget, vad hade du velat se för förutsättningar?
- I din erfarenhet som företagare, vad hade gjort din bana enklare?
  - Om du skulle starta företag idag, vad hade du behövt då?
  - Vad hade du behövt för hjälp?

- Vilka - enligt dig - är de tre viktigaste åtgärderna för att stimulera kvinnors företagande? (göra det lättare för kvinnor att driva företag)
- Tror du att ett kvinnligt nätverk hade varit hjälpsamt i din bana som företagare?
  - Om ja. På vilket sätt hade det kunnat vara positivt för ditt företagande?
  - Om nej, på vilket sätt hade det *inte* bidragit med något till ditt företagande?

### **Tema 6: Framtid**

- Hur skulle du vilja att näringslivet i Vilhelmina såg ut om 10 år?
  - Hur skulle vi kunna nå dit?
  - Om Vilhelmina kommun hade obegränsat med resurser, vilka satsningar på näringslivet skulle du vilja gjordes då?
    - Några särskilda satsningar på just kvinnors företagande?
    - Hur kan vi få fler kvinnor att starta företag?
- Har du något mer du vill skicka med?