



UMEÅ UNIVERSITET

KVINNORS FÖRETAGANDE I VÄSTERBOTTEN

Rapport från en kartläggning 2022

**Ulrica Nylén
Quang Evansluong**

Handelshögskolan vid Umeå Universitet

Januari 2023



HANDELSHÖGSKOLAN
UMEÅ UNIVERSITET

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	2
Bakgrund	4
Rapportens uppläggning	4
Kommunöversikt.....	4
Den fördjupande intervjustudien.....	13
Diskussion och rekommendationer	21

Bilagor

Bilaga 1: Kommunöversikt

Bilaga 2: Kommunernas näringslivssidor

Bilaga 3: Jämförande analys avseende underlättande respektive begränsande faktorer



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

Sammanfattning

Denna rapport presenterar genomförande och resultat från projektet Kvinnors företagande i Västerbotten, vilket initierades i samarbete mellan Handelshögskolan vid Umeå universitet, Länsstyrelsen i Västerbottens län samt Sparbanksstiftelsen Norrlands Riskkapitalstiftelse. Projektet avser en kartläggning av kvinnors företagande i länet med avseende på omfattning och struktur på företaget respektive kvinnors egna uppfattningar om att vara företagare.

Rapporten inleds med en översikt över kommunerna i Västerbotten med avseende på demografi och näringslivsstruktur med särskilt fokus på omfattning och inriktning på företag som ägs av kvinnor. För varje kommun redovisas också kommunens lokala företagsklimat, enligt Svensk Näringslivs ranking. Vidare ingår en granskning av kommunens webbsidor avseende information om och till näringsliv och företagare.

Denna översikt visar på stor variation mellan kommunerna med avseende på andelen företagare i befolkningen i helhet respektive bland kvinnor. Högst andel företagare i befolkningen finns i Bjurholm, Sorsele och Åsele och lägst andel i Umeå, Skellefteå och Lycksele. Sorsele och Åsele har dessutom en relativt jämförbar företagarstruktur; däremot rankas företagsklimatet som gott i Sorsele och svagt i Åsele. Umeå har också en relativt jämförbar företagarstruktur; i både Umeå och Skellefteå rankas dock företagsklimatet som ganska svagt.

Vidare är variationen stor med avseende på kommunernas engagemang för att utveckla och stötta näringslivet såsom detta framgår genom de publika webbsidorna. Det är även stora skillnader i hur kvinnors företagande specifikt lyfts fram på kommunens webb. Dorotea, Nordmaling, Sorsele och Vilhelmina framstår som goda förebilder i det sistnämnda avseendet.

I de flesta kommuner är jord- och skogsbruk den vanligaste branschen bland företag som ägs av kvinnor. Vid sidan av denna bransch är det stora skillnader mellan kommunerna med avseende på vilka branscher som kvinnor driver företag inom. Vanligt förekommande branscher är dock hushåll och service, hotell och restaurang, samt finans/fastighet/juridik. De flesta av kvinnors företag är små eller mycket små. Vidare är det betydligt vanligare att män driver företag än vad kvinnor gör: på varje företag som ägs av en kvinna i Västerbotten finns det i genomsnitt 2,3 företag som drivs av en man.

Därefter presenterar rapporten resultatet från en fördjupande intervjustudie med kvinnor som driver företag i Västerbotten. Genom analys av intervjuerna har sex olika företagartyper identifierats. De identifierade företagarterna ger en god representation av variationen inom kvinnors företagande. De uppvisar också god överensstämmelse med tidigare forskning om kvinnors entreprenörskap.

De sex företagarterna är: Livsstilsföretagaren, som driver företag som ett sätt att utöva en konstnärlig eller hantverksmässig kompetens eller förverkliga en hobby; Familjeföretagaren, som har övertagit både intresse och kunskap för företagande och själva företaget från en tidigare generation; Hybridföretagaren, som har startat företag i nära koppling till sitt yrke men valt att, åtminstone under en övergångsperiod, behålla sin anställning i en annan organisation; Professionsbaserade företagaren, som driver företaget baserat på specialiserad och avancerad kompetens inom ett yrkesområde; Diversifierade företagaren, som startar och driver flera parallella verksamheter som respons på uppdykande eller skapade affärsmöjligheter; Nödvändighetsföretagaren, som driver företag främst som ett sätt att få en inkomst då det är svårt att få en lämplig anställning. För var och



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

en av företagartyperna diskuteras vilka möjligheter respektive utmaningar som denna företagare står inför vid utveckling av verksamheten.

Genom intervjustudien har även en övergripande analys gjorts avseende faktorer som underlättar respektive begränsar verksamhetsutveckling för kvinnors företagande i allmänhet. Dessa faktorer har identifierats på individ-, hushålls- samt lokal/regional nivå. På individnivån är det i synnerhet individens ambitioner att fördjupa sig inom sitt kompetens- eller intresseområde som driver verksamhetsutveckling; en bromsande faktor är däremot att individen avstår för att undersöka möjligheter utanför sitt utbildningsområde. På hushållsnivå utgör stöd och arbetsinsatser från familjen en viktig underlättande faktor; samtidigt kan ansvar för familjen bromsa företagsengagemanget. Slutligen är faktorer på den lokala/regionala nivån mycket betydelsefulla för kvinnors företagande. Nätverkande med andra företagare kan hjälpa företagaren att nå nya marknader, dessutom kan kontakter i näringslivsnätverk erbjuda erfarenhetsutbyte och stöd som exempelvis kan underlätta att förstå behoven hos den lokala kundbasen. Å andra sidan kan en alltför stark inbäddning i lokalsamhället begränsa verksamhetsutveckling. En annan försvårande faktor på lokal/regional nivå är när geografiska avstånd och isolering komplicerar samarbete med andra företagare.

Rapporten avslutas med diskussion och rekommendationer. Som rekommendationer till kvinnor som driver företag anges bland annat att använda modellen över underlättande och begränsande faktorer som stöd för att kritiskt granska den egna verksamheten eller finna inspiration till verksamhetsutveckling. Vidare rekommenderas att ägna sig åt aktivt nätverkande, endera engagera sig i befintliga nätverk eller starta egna, samt att etablera samarbeten med andra företag för att dela och utveckla resurser, kunskaper och kundbaser.

Kommunerna i Västerbotten rekommenderas att göra en egen granskning av hur kommunens näringsliv presenteras på den egna webben, i synnerhet avseende i vilken utsträckning som kvinnors företagande synliggörs. Vidare rekommenderas att varje kommun utvecklar en strategi för näringslivsutveckling med särskilt fokus att på stötta nätverkande och andra aktiviteter riktade mot företag som drivs av kvinnor. Kommunerna bör också utnyttja den specifika näringslivsstrukturen i kommunen för att genom samarbete med andra kommuner med kompletterande industriellt fokus gemensamt exploatera resurser, marknader och kompetenser och därigenom stimulera tillväxt.

Till sist ges rekommendationer till Länsstyrelsen för att gå vidare i sitt engagemang för att stimulera och stötta kvinnors företagande i länet. En långsiktig och ambitiös ansats vore att organisera en s.k. "trippelhelix" för samarbete mellan aktörer från tre sfärer: akademien (i första hand forskare vid Handelshögskolan vid Umeå universitet); näringslivet (kvinnor som driver företag utgör målgrupp, men även andra företagare bör ingå i samarbetet som bollplank och mentorer, liksom andra näringslivsanknutna och/eller ideella organisationer som kan bidra med kunskap, nätverkande och finansiering); samt den offentliga sfären (kommunala näringslivsrådgivare från ett urval kommuner samt representanter från Region Västerbotten och exempelvis Almi eller Tillväxtverket). Länsstyrelsens roll blir i så fall att som moderator initiera och organisera samarbetet mellan de tre aktörsgrupperna.



Kvinnors företagande i Västerbotten

Bakgrund

Projektet Kvinnors företagande i Västerbotten har formulerats i samarbete mellan Handelshögskolan vid Umeå universitet, Länsstyrelsen i Västerbottens län samt Sparbanksstiftelsen Norrlands Riskkapitalstiftelse. Projektet avser en kartläggning av kvinnors företagande i länet med avseende på omfattning och struktur på företagandet respektive kvinnors egna uppfattningar om att vara företagare. Projektet har genomförts av docent Ulrica Nylén och lektor Quang Evansluong, båda vid Enheten för företagsekonomi, under 2022. Föreliggande skrift utgör vår självständiga slutrapport från projektet.

Rapportens uppläggning

Rapporten inleds med en översikt över kommunerna i Västerbotten och deras näringslivsstruktur med särskilt fokus på omfattning och inriktning på företag som ägs av kvinnor i länet. En tabell med data från samtliga kommuner finns i **Bilaga 1: Kommunöversikt**. Underlaget är hämtat dels från SCB, dels från Företagarnas Företagarfaktablad. Vidare finns i tabellen en siffra som återger respektive kommuns placering i Svenskt Näringslivs ranking av det lokala företagsklimatet; denna information är hämtad från rapporten Ranking 2021, utgiven av Svenskt Näringsliv i september 2021. Deras ranking baseras framför allt på en enkät bland företagen, men även på vissa statistiska data kring exempelvis arbetsmarknad och företagsamhet i kommunen.

Kommunöversikten nedan innehåller även en kommentar kring respektive kommuns näringslivs-sidor på den publika webben; detta bygger på en granskning som återfinns i **Bilaga 2: Kommunernas näringslivssidor**. Vi har bland annat granskat hur informativa webbsidorna är för företagare, vilket engagemang för näringslivet som framgår och i vilken utsträckning företagare som är kvinnor synliggörs.

Efter denna kommunvisa översikt följer en fördjupande studie av kvinnors företagande baserad på intervjuer med ett litet antal företagare; dels intervjuer som vi själva genomfört, dels intervjuer insamlade från offentliga källor (Youtube). Alla företagare är verksamma i Västerbotten. Intervjustudien har inte för avsikt att ge en generell eller heltäckande bild av alla kvinnor som driver företag i länet; däremot presenteras ett antal reflexiva berättelser som speglar olika "företagartyper". Dessa företagartyper illustrerar en del av den variation som finns inom kvinnors företagande. Vidare lyfter analysen fram gemensamma mönster bland företagen med avseende på faktorer som underlättar respektive begränsar verksamhetsutveckling för kvinnors företagande i allmänhet.

Avslutningsvis presenterar vi övergripande reflektioner och några rekommendationer.

Kommunöversikt

I detta avsnitt ges en översikt över kommunernas demografi och näringslivsstruktur samt granskning av kommunernas webbsidor avseende företagande och näringsliv. Underlaget till texten kommer från bilagorna "Kommunöversikt" respektive "Kommunernas näringslivssidor".

Kommunerna presenteras i bokstavsordning.



Figur 1. Kommunkarta (Källa: SCB, Kommunkarta09)

BJURHOLM

Bjurholms kommun, i södra delen av länet, har ca 2 400 invånare och en befolkningstäthet på 1,9 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 17/53/30. 25 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -9 %. Var tredje invånare i arbetsför ålder pendlar till en annan kommun för sitt förvärvsarbete, hälften av dessa till Umeå.

Andelen företagare (inkl. egenföretagare och företagare i eget aktiebolag) är 12 % bland män och 4,8 % bland kvinnor, totalt 8,5 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.7. Siffran betyder att det för varje företag som ägs av en kvinna finns 2.7 företag som ägs av en man. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 54 (av landets 290 kommuner). Trots en god ranking framstår kommunens engagemang som begränsat, eller snarare svårbedömt, utifrån en granskning kommunens webb. Kommunens webbsidor innehåller sparsamt med information om näringsliv eller stöd till företagare i kommunen. Inget specifikt nämns vare sig om eller till kvinnor som driver företag.

90 % av kommunens företag är mycket små, med färre än 5 anställda. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom jord- och skogsbruk resp. utbildning. Den vanligaste, och helt dominerande branschen för företag som ägs av kvinnor är just jord- och skogsbruk.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att Bjurholm är länets befolkningsmässigt minsta kommun men har länets näst högsta andel företagare i befolkningen. Det gäller dock inte bland kvinnorna utan kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är relativt hög, 2.7. Kommunens anses ha gott näringslivsklimat.

DOROTEA

Dorotea kommun, en inlands-/fjällkommun i södra länsdelen, har ca 2 500 invånare och en befolkningstäthet på 0,9 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 15/54/31. 22 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -23 %.



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 286 (av landets 290 kommuner). Andelen företagare är 9,7 % bland män och 3,7 % bland kvinnor, totalt 6,9 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 3.0 vilket är högst i länet – dvs minst jämställt företagande. 91 % av företagen har färre än 5 anställda. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom tillverkning och utvinning. Den vanligaste branschen bland företag som ägs av kvinnor är handel, reparation och transport; därefter jord- och skogsbruk samt finans/fastighet/juridik. 93 % av företagen som ägs av kvinnor har färre än 5 anställda.

Kommunen brottas med drastiskt sjunkande befolkningstal. Statistiken visar att andelen kvinnor som driver företag i Dorotea är relativt låg, särskilt i jämförelse med andelen män som driver företag, samtidigt som det lokala företagsklimatet rankas som mycket svagt, bland de lägsta i hela landet. Däremot presenteras kommunens näringsliv fylligt på de egna webbsidorna och med en hel del engagemang och aktiviteter. God synlighet ges även åt kvinnor som företagare.

LYCKSELE

Lycksele kommun är den befolkningsmässigt största kommunen i Västerbottens inland med drygt 12 300 invånare och en befolkningstäthet på 2,2 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 18/57/24. 31 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -6 %.

Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 95 (av 290). Tilläggas kan att kommunen faktiskt har "klättrat" nästan 60 platser sedan året före. De egna webbsidorna riktade till företagare innehåller kortfattad information och ger intryck av måttligt engagemang. Ingen information/presentation handlar specifikt om eller riktar sig till kvinnor som driver företag. Andelen företagare är 7,2 % bland män och 2,9 % bland kvinnor, totalt 5,0 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.6. 90 % av företagen har färre än 5 anställda. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom tillverkning och utvinning samt utbildning och tjänster. Den vanligaste branschen bland företag som ägs av kvinnor är jord- och skogsbruk. Därefter kommer hushållsservice respektive finans/fastighet/juridik. 95 % av företagen som ägs av kvinnor har färre än 5 anställda.

Lycksele har alltså bland den lägsta andelen kvinnor som driver företag i hela länet (efter Umeå och Skellefteå). Kommunen har en relativt stabil befolkningsutveckling och gynnsam åldersstruktur.

MALÅ

Malå kommun, belägen i inlandet vid norra länsgränsen, har drygt 3 000 invånare och en befolkningstäthet på 2,0 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 18/55/27. 24 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -13 %.

Andelen företagare är 9,1 % bland män och 3,9 % bland kvinnor, totalt 6,6 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.4. 93 % av företagen har färre än 5 anställda. En relativt hög andel av befolkningen är sysselsatta inom bygg och fastighet respektive tillverkning och utvinning. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 115 (av 290). Enligt kommunens egna webbsidor har man jobbat hårt för att förbättra rankingen, och den har också förbättrats med över 100 platser sedan året före. Näringslivssidorna ger också god information till företagare och presenterar en hel del planer, projekt och aktiviteter. Även viss referens till kvinnor som företagare som förebilder.



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

De vanligaste branscherna bland företag som ägs av kvinnor är jord- och skogsbruk följt av handel resp. hushållsservice. 97 % av kvinnors företag är mycket små, dvs har färre än 5 anställda.

Vi kan se att Malå har svag befolkningsutveckling samtidigt som andelen företagare i befolkningen är medelhög. De små företagen dominerar. Jord- och skogsbruk är även här vanligaste branschen för kvinnor som driver företag, men inte lika dominerande som i en del andra av länets kommuner.

NORDMALING

Nordmalings kommun, beläget vid kusten i södra länsdelen, har ca 7 100 invånare och en befolkningstäthet på nästan 6 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 17/55/27. 26 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -7 %.

Andelen företagare är 8,5 % bland män och 3,2 % bland kvinnor, totalt 5,9 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.8. 93 % av företagen har färre än 5 anställda. En hög andel av befolkningen är sysselsatta inom tillverkningsindustri. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 52 (av landets 290 kommuner). Näringslivssidorna på kommunens webb pekar på vissa aktiviteter och stödfunktioner, men informationen förefaller inte helt uppdaterad. Viss referens till företagare som är kvinnor och som har deltagit i utvecklingsprojekt.

De vanligaste branscherna bland företag som ägs av kvinnor är jord- och skogsbruk, handel samt service och hushållstjänster. 97 % av företagen med kvinnor som ägare har färre än 5 anställda.

Sammanfattningsvis ser vi att Nordmaling har det bästa företagsklimatet av samtliga kommuner i Västerbotten. Kommunen har ändå en relativt låg andel företagare i befolkningen; i synnerhet bland kvinnor jämfört med män.

NORSJÖ

Norsjö, en inlandskommun i norra länsdelen, har ca 4 000 invånare och en befolkningstäthet på 2,4 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 17/55/28. 22 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -12 %.

Av befolkningen är 7,5 % företagare; bland män är andelen drygt 10 % och bland kvinnor 4,3 %. Det ger en kvot mellan företag som drivs av män respektive kvinnor på 2.6.

91 % företagen har färre än 5 anställda; bland företag ägda av kvinnor ligger andelen på 96 %. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 57 (av 290). Trots en god placering förefaller inte kommunen lagt ned så stort engagemang på att genom sina webb-sidor ge lättillgänglig information till företagare eller bedriva aktiviteter. Ingen specifik information ges heller om eller till kvinnor som driver företag.

Branschmässigt domineras företagandet i Norsjö av jord- och skogsbruk – särskilt bland kvinnor. Andra branscher där kvinnor äger företag, dock i mycket lägre utsträckning, är handel respektive service.



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

Sammanfattningsvis karakteriseras Norsjö av en svag befolkningsutveckling. Företagandet ligger på medelnivå jämfört med länet och domineras helt av jord- och skogsbruk respektive mycket små företag. Företagsklimatet förefaller gott, enligt Svenskt Näringslivs ranking.

ROBERTSFORS

Robertsfors, beläget vid kusten mellan Skellefteå och Umeå, har ca 6 800 invånare, fördelade på 5,2 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 18/56/26. 30 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -7 %.

Andelen företagare (inkl. egenföretagare och företagare i eget aktiebolag) är 9,7 % bland män och 5,0 % bland kvinnor, totalt 7,4 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.1. 92 % av företagen har färre än 5 anställda. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom tillverkning resp. jord- och skogsbruk. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 117 (av 290). Informationen till nya företagare är tillfredsställande på kommunens webb, däremot presenteras inga uppgifter om särskilda aktiviteter för verksamma företagare. Vidare saknas beskrivningar av det lokala näringslivet. Inget specifikt presenteras heller om eller till kvinnor som driver företag.

Den dominerande branschen bland företag som ägs av kvinnor är jord- och skogsbruk. 95 % av företagen med kvinnor som ägare har färre än 5 anställda.

En relativt stor andel av den arbetsföra befolkningen, 35 %, pendlar till arbete utanför kommungränsen, varav majoriteten pendlar till Umeå. Sammanfattningsvis ser vi att andelen företagare är relativt hög, både bland män och kvinnor, men däremot ett medelmåttigt lokalt företagsklimat. Företagandet är förhållandevis jämställt sett till företagarefrekvensen. De flesta företag är mycket små.

SKELLEFTEÅ

Skellefteå kommun, vid kusten i norra länsdelen, har ca 73 000 invånare och en befolkningstäthet på ca 11 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 18/59/24. 38 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var +/- 0 %.

Andelen företagare (inkl. egenföretagare och företagare i eget aktiebolag) är 5,9 % bland män och 2,6 % bland kvinnor, totalt 4,3 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.4. 88 % av företagen har färre än 5 anställda, och bland företag som ägs av kvinnor är andelen 93 %. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom tillverkningsindustri och utvinning, respektive inom privata tjänstesektorn. Den vanligaste branschen bland företag som ägs av kvinnor är jord- och skogsbruk; därefter service och hushållstjänster respektive finans/fastighet/juridik.

Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 204 (av landets 290 kommuner). Rankingen framstår som förvånansvärt låg, inte minst med tanke på kommunens aktuella utveckling. De publika webbsidorna om näringslivet och till företagare är mycket informativa och väl designade. Presenterade aktiviteter och planer indikerar också ett högt engagemang. Trots omfattande beskrivningar av näringslivet, berättelser från olika branscher, bildmaterial etc., återfinns dock inga exempel på kvinnors företagande. Inte heller lyfts servicenäringen, eller andra branscher där kvinnor är mer representerade, fram specifikt.

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

Skellefteå befinner sig sedan ett par år tillbaka i kraftig tillväxt inom näringsliv, bostadsbyggande och befolkning, inte minst som en följd av Northvolts etablering av en batterifabrik i kommunen, med flera företagsetableringar. Kommunens näringslivsklimat förefaller dock svagt. Näringslivet i kommunen är, övergripande sett, inte lika dominerat av den allra minsta storlekskategorin som i många andra kommuner; däremot är de flesta företag som ägs av kvinnor mycket små, och endast enstaka företag med fler än 50 anställda ägs av kvinnor.

SORSELE

Sorsele kommun, en inlands-/fjällkommun i norra länsdelen, har ca 2 400 invånare och en befolkningstäthet på 0,3 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 16/56/29. 26 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -21 %.

Andelen företagare i befolkningen är 13,5 % bland män och 7,0 % bland kvinnor, totalt 10,4 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.1. 93 % av företagen har färre än 5 anställda. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom jord- och skogsbruk samt bygg och fastighet. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 70 (av 290), vilket dock är 30 platser lägre än året före. Kommunens webbsidor riktade till företagare är informativa och presenterade aktiviteter tyder på gott engagemang för näringslivet; även riktat specifikt mot kvinnor som företagare vilka lyfts fram både som goda exempel och som målgrupp för specifika evenemang.

Den vanligaste (och helt dominerande) branschen bland företag som drivs av kvinnor är jord- och skogsbruk. 96 % av företagen med kvinnor som ägare har färre än 5 anställda.

Sammanfattningsvis är Sorsele den kommun i länet som har högst andel företagare i befolkningen, både bland män och kvinnor, och samtidigt en låg kvot män vs. kvinnor som företagare, dvs relativt jämställt företagande. Jord- och skogsbruk är den dominerande branschen. Kommunen har relativt gott företagsklimat, dock sjunkande, samt kraftigt fallande befolkningstal.

STORUMAN

Storuman är en till ytan vidsträckt inlands-/fjällkommun med knappt 6 000 invånare och en befolkningstäthet på 0,8 inv./m². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 16/56/28. Andelen med eftergymnasial utbildning är 29 %. Befolkningsutvecklingen mellan 2000 och 2018 var -15 %.

En relativt hög andel av befolkningen har registrerade företag, ca 8 %. Andelen företagare bland kvinnor i befolkningen är däremot 4,6 %, vilket ger en kvot på 2.5. Näringslivet domineras av jord- och skogsbruk. 92 % av företagen har färre än 5 anställda; andelen är något högre bland företag som ägs av kvinnor. Förutom jord- och skogsbruk driver kvinnor företag inom tillverkning respektive finans/fastighet, hotell & restaurang samt hushållsservice, dvs en förhållandevis god branschspridning.

I Svenskt Näringsliv ranking ligger Storuman på plats 238 (av landets 290 kommuner). Kommunens publika webbsidor ger endast grundläggande information till företagare, delvis inaktuell, samt demonstrerar måttligt engagemang för näringslivet. Inget specifikt framgår om eller till kvinnor som driver företag.



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

I Storuman är vård, skola och omsorg dominerande sysselsättning för förvärvsarbetare. Företagandet domineras även i denna kommun av jord- och skogsbruk. Företagsklimatet framstår som svagt och kommunens engagemang för näringslivet som måttligt. Kommunen har en bekymmersam befolkningsutveckling.

UMEÅ

Umeå kommun, vid kusten i den södra delen av länet, har drygt 130 000 invånare och en befolkningsstäthet på 55 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 18/65/17. 56 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var +22 %.

Andelen företagare är 4,3 % bland män och 2,1 % bland kvinnor, totalt 3,2 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.1. 88 % av företagen har färre än 5 anställda. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom privata tjänstesektorn samt utbildning. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 179 (av landets 290 kommuner). Kommunens näringslivssidor på webben är informativa, men något svårnavigerade. De ger intryck av ett ganska gott engagemang för näringslivet. Kvinnor som driver företag synliggörs bland annat i form av ett riktat nätverk.

De vanligaste branscherna bland företag som drivs av kvinnor är finans/fastighet/juridik, jord- och skogsbruk samt service och hushållstjänster. 92 % av företagen med kvinnor som ägare är små, med färre än 5 anställda.

Sammanfattningsvis kan konstateras att bortåt hälften, eller 48 %, av länets befolkning bor i Umeå och befolkningsutvecklingen är starkt uppåtående. Kommunen präglas av såväl universitetet och offentlig administration som näringsliv och entreprenörskap. Den privata sektorn har vuxit kraftigt under den senaste tioårsperioden trots att företagarklimatet framstår som ganska svagt. Andelen företagare i befolkningen är dock relativt låg, i synnerhet bland kvinnor. Däremot är företagarefrekvensen förhållandevis jämställd i denna kommun.

VILHELMINA

Vilhelmina är en till ytan vidsträckt inlands-/fjällkommun med drygt 6 500 invånare och en befolkningsstäthet på 0,8 inv./m². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 17/57/26. 26 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan 2000 och 2018 var -15 %.

Andelen företagare i befolkningen ligger på 7,8 %, och bland kvinnor 4,5 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.6. De flesta företag, eller 92 %, har färre än 5 anställda; bland företag som ägs av kvinnor är siffran 94 %. Förutom inom jord- och skogsbruk driver kvinnor företag inom flera branscher såsom handel, hotell och restaurang, service och hushåll samt finans och fastighet. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 274 (av 290). Via kommunens webbsidor uppvisas däremot ett ganska gott engagemang för näringslivet och tillfredsställande information till nyföretagande. Flera företagsreportage ger god synlighet åt kvinnor som företagare.

Sammanfattningsvis är Vilhelmina den befolkningsmässigt största inlands-/fjällkommunen i länet, dock med en negativ befolkningsutveckling. Branschstrukturen inom kvinnors företagande är mer balanserad utanför jord- och skogsbruk än i en del andra inlandskommuner. Det lokala företags-



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

klimatet i kommunen är, enligt Svenskt Näringslivs ranking, mycket svagt och bland de lägsta i landet.

VINDELN

Vindelns kommun är belägen i östra delen av länet och gränsar till inte mindre än sex andra kommuner i länet. Antalet invånare är ca 5 500 och befolkningstätheten 2,1 inv./km². 29 % av befolkningen har eftergymnasial utbildning. Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 18/54/28. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -10 %. Mellan 2017 och 2018 hade kommunen dock ett positivt inflyttningsöverskott.

Omkring 7 % av befolkningen äger företag, andelen är drygt 4 % bland kvinnor och knappt 10 % bland män. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2.6. 95 % av företagen har färre än 5 anställda. Jord- och skogsbruk är den vanligaste branschen följt av handel. Bland företag som drivs av kvinnor är däremot hushåll och service den näst vanligaste branschen. Kommunens plats i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är 215 (av 290). Webbssidorna riktade till näringslivet innehåller grundläggande information men uppvisar inte särskilt starkt engagemang i form av aktiviteter eller projekt. Inget specifikt presenteras om eller till kvinnor som företagare.

Kommunen har en rätt omfattande in- respektive utpendling, särskilt stort är utbytet med Umeå. Sysselsättningsmässigt är tillverkningsindustri en stark gren. Som framgick ovan så domineras företagandet i kommunen, i likhet med många andra kommuner i länet, av jord- och skogsbruk. Näringslivsklimatet förefaller svagt, enligt Svenskt Näringslivs ranking.

VÄNNÄS

Vännäs kommun är en till ytan liten kommun, belägen väster om Umeå och med ca 9 000 invånare och en befolkningstäthet på ca 17 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 20/59/21. 37 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var +3 %.

Andelen företagare är 6,1 % bland män och 3,4 % bland kvinnor, totalt 4,8 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 1.9. 91 % av företagen har färre än 5 anställda. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom utbildning samt bygg och fastighet. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 92 (av landets 290 kommuner). Informationen till företagare via kommunens publika webb är mycket mager; troligen finns mer information via Facebook. Några aktiviteter riktade till företagare presenteras dock vilka pekar på ett visst engagemang, såsom näringslivsråd och årlig näringslivsgala. Inget specifikt presenteras om eller till kvinnor som företagare.

Den vanligaste branschen bland företag som drivs av kvinnor är jord- och skogsbruk, följt av finans/fastighet/juridik samt handel. 93 % av företagen med kvinnor som ägare har färre än 5 anställda.

Vännäs har en relativt ung befolkningsstruktur; högst andel invånare under 16 år av alla länets kommuner och näst lägsta andelen invånare över 65 år. Arbetspendlingen är rätt omfattande, både avseende inpendling och utpendling. 43 % av den arbetsföra befolkningen arbetar i annan kommun, de flesta i Umeå. Företagarfrekvensen är den mest jämlika i hela länet, under 2. Däremot är företagandet totalt sett något lägre än medel.



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

ÅSELE

Åsele kommun, en inlandskommun i södra länsdelen, har ca 2 800 invånare och en befolknings-täthet på 0,7 inv./km². Åldersstrukturen fördelat på procentandelen yngre än 16 år, 16–64 år samt 65 år och äldre är: 15/55/31. 28 % har eftergymnasial utbildning. Befolkningsutvecklingen mellan år 2000 och 2018 var -22 %.

Andelen företagare (inkl. egenföretagare och företagare i eget aktiebolag) är 11,1 % bland män och 5,4 % bland kvinnor, totalt 8,4 %. Kvoten mellan företag som drivs av män respektive kvinnor är 2,3. 94 % av företagen har färre än 5 anställda. Vid sidan av vård- och omsorgssektorn är en relativt hög andel av befolkningen sysselsatta inom jord- och skogsbruk, fastighet och bygg samt tjänster. Kommunens placering i Svenskt Näringslivs ranking av lokalt företagsklimat är plats 252 (av landets 290 kommuner). Trots en svag ranking pekar kommunens näringslivssidor på ett gott engagemang. Även viss synlighet ges åt kvinnor som företagare i form av potentiella eller utsedda pristagare.

Den dominerande branschen för kvinnor som driver företag är jord- och skogsbruk. Samtliga registrerade företags som ägs av kvinnor är små – *inget* av dessa företag har mer än fyra anställda.

Som nämndes ovan har kommunen, enligt Svenskt Näringslivs ranking, ett svagt lokalt företagsklimat. Andelen företagare är däremot relativt hög. Andelen kvinnor i befolkningen som driver företag är näst högst i länet; samtidigt är deras företag mycket små. Kommunen har kraftigt sjunkande befolkningstal.

REFLEKTIONER FRÅN KOMMUNÖVERSIKTEN

Kommunöversikten ger en på samma gång likartad och splittrad bild av företagandet, både totalt sett och vid särskilt fokus på kvinnors företagande. Bland de tre kommuner som har högst andel företagare i befolkningen, dvs Bjurholm, Sorsele och Åsele, finns såväl likheter som olikheter. Både Sorsele och Åsele har en relativt jämställd företagarkonstruktion, dvs skillnaden i andelen män respektive kvinnor som driver företag är mindre än i andra kommuner. Däremot rankas företagsklimatet som svagt i Åsele och gott i Sorsele. Även Bjurholm bedöms ha ett gott företagsklimat, men däremot en mindre jämställd företagarkonstruktion. Till det sistnämnda kan även dras en parallell till Nordmaling; där bedöms företagsklimatet som gott medan andelen företagare bland kvinnor i befolkningen är låg; den lägsta i länet efter Umeå, Skellefteå och Lycksele. Det förefaller alltså inte som en allmänt god företagarkonstruktion eller aktivt näringsliv nödvändigtvis stimulerar kvinnor att driva företag.

Över huvud taget är variationen stor vad gäller andelen kvinnor som driver företag i olika kommuner i länet – från 2,1 % (i Umeå) till 7 % (i Storuman). Den lägsta företagarkonstruktionen återfinns alltså i den befolkningsmässigt största kommunen medan den högsta frekvensen finns i en av de minsta. Men det går ändå inte att se något generellt samband mellan antal invånare i en kommun och andelen företagare i befolkningen eller bland kvinnor. Likaså har vissa av de befolkningsmässigt minsta kommunerna god placering i ranking av företagsklimat (exempelvis Bjurholm och Norsjö) medan andra har mycket svag placering (exempelvis Dorotea och Åsele).

Variationen är också stor beträffande hur mycket engagemang och resurser som respektive kommun förefaller ha ägnat åt att utveckla och designa sina näringslivssidor; från mycket knapphändig information, möjligen med länkar till aktörer som ger stöd, till väldigt informativa och väl designade webbsidor som förutom fyllig information till presumtiva eller aktiva företagare även presenterar näringslivet i kommunen, vilka projekt och aktuella aktiviteter som bedrivs, återger företagarkonstruktion osv. Det är även stora skillnader i hur kvinnor som driver företag lyfts fram (som goda exempel och/eller som målgrupp för riktade aktiviteter): många kommuner saknar helt referenser till

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

kvinnors företagande. Däremot är Dorotea, Nordmaling, Sorsele och Vilhelmina *goda* förebilder i detta avseende! Intressant nog har dessa kommuner – med undantag för Sorsele – en relativt hög kvot mellan män respektive kvinnor som driver företag, dvs mindre jämställd företagarfrekvens.

En intressant reflektion kan göras avseende Skellefteå, traditionellt ansedd som en kommun med ett starkt näringsliv; företagarfrekvensen är relativt låg både bland män och kvinnor, under genomsnittet för länet, samtidigt som kommunen får en svag placering i Svenskt Näringslivs ranking av företagsklimatet. På kommunens i övrigt väldesignade och engagerande webbsidor saknas helt referenser till företagare som är kvinnor. Det blir intressant att se om kommunens snabba utveckling de senaste åren, och förväntade framtida utveckling, kommer att avspegla sig i kvinnors företagarfrekvens framöver, eller i hur kvinnor som driver företag lyfts fram på kommunens webbsidor.

I samtliga kommuner *utom* Dorotea och Umeå är jord- och skogsbruk den vanligaste branschen bland företag som ägs av kvinnor. *Särskilt* dominerar denna bransch i Bjurholm, Norsjö, Robertsfors, Sorsele och Åsele. Om vi undantar denna kategori av företag, som till största delen består av enskilda firmor som hanterar privata skogs- eller jordbruksfastigheter, så framträder ett mer splittat mönster. Visserligen är hushåll och service, som kan betraktas som en traditionellt kvinnodominerad bransch, mycket vanlig eller ganska vanlig i många kommuner. Å andra sidan finns den knappt representerad i exempelvis Bjurholm eller Dorotea. I vissa kommuner är handel en vanlig bransch för kvinnor som driver företag, bland annat i Dorotea, Malå och Nordmaling. Handel är däremot mindre vanlig bransch – relativt andra branscher – i Skellefteå och Lycksele.

Branschen hotell och restaurang är inte så vanlig bland företag i länet som ägs av kvinnor, dock med undantag för Storuman – relativt sett, naturligtvis: det finns förstås fler företag till antalet inom hotell och restaurang i Umeå och Skellefteå än i Storuman, men branschens andel av totala antalet företag som drivs av kvinnor ligger betydligt högre i Storuman. Storuman sticker också ut genom att vara den enda kommun där tillverkning är en märkbar bransch bland företag som ägs av kvinnor – faktiskt vanligare än branschen hushåll och service.

Vidare är variationen stor vad gäller branschen finans/fastighet/juridik: i ungefär hälften av kommunerna är detta en ganska populär bransch bland kvinnor som driver företag, och särskilt i Umeå, samtidigt som den är knappt representerad i övriga kommuner.

Det förefaller alltså som om en kommuns specifika förutsättningar både vad gäller storlek, demografi, yta, naturförhållanden och infrastruktur liksom etablerade traditioner inom näringsliv och arbetsmarknad har stor betydelse både för om kvinnor väljer att driva företag och, i så fall, inom vilka branscher. Det är troligen många faktorer i omgivningen som påverkar, liksom naturligtvis individens egna drivkrafter och ambitioner. Övergripande går det ej att identifiera några tydliga mönster på kommunnivå avseende kvinnors företagande i Västerbotten.

Det mest tydliga mönstret är i så fall att det är betydligt mindre vanligt att kvinnor driver företag jämfört med män – på varje företag som ägs av en kvinna i Västerbotten finns det i genomsnitt 2.3 företag som drivs av en man – samt att kvinnors företag vanligtvis är mycket små.

Den fördjupande intervjustudien

Den kvantitativa översikten baserad på befintlig statistik gav en övergripande beskrivning av näringslivets struktur i länet med avseende på omfattning och inriktning på företagandet i olika kommuner i allmänhet och kvinnors företagande i synnerhet. Denna översikt har vi kompletterat med en djupstudie i form av intervjuer med ett urval kvinnor som driver företag. Intervjustudien

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

har inte några anspråk att ge en generell eller heltäckande bild, utan fördjupande berättelser som speglar en del av den variation som finns bland kvinnors företagande.

I urvalet intervjuade personer finns en spridning mellan kommuner och branscher. Som nämndes tidigare har vi genomfört en del av intervjuerna själva, andra har vi hämtat från publika källor (Youtube). Insamling och dokumentation av intervjudata följer dataskyddsförordningen GDPR och Umeå universitets policy för hantering av forskningsdata. I den här rapporten hålls alla intervjuade anonyma och analysen är helt avidentifierad.

Intervjuerna var 30 – 90 minuter långa; intervjuguiden var tematisk och öppet hållen vilket gav kvinnorna utrymme att fritt berätta om sin bakgrund och motiv till att starta företaget, beskriva företagets utvecklingsresa med framgångar och hinder, reflektera om familjens betydelse för företagandet, samt beskriva företagets förankring i det lokala näringslivet. Vid analysen har varje intervju först transkriberats och därefter noggrant undersökts genom att all data har "kodats", dvs systematiserats och kategoriserats utifrån centrala aspekter inom intervjutemanan. I nästa steg har fokus lagts på att identifiera såväl likartade som särskiljande karakteristika mellan intervjupersonerna. Utifrån dessa karakteristika har vi kunnat identifiera ett antal "företagartyper". Genom denna analys och kategorisering blir det möjligt att lyfta fram och renodla intressanta aspekter av en komplex verklighet. Detta innebär visserligen förenkling men också överblick, abstraktion och tydlighet. Alla företagartyper nedan har således direkt verklighetsgrund, däremot kan en specifik företagartyp bygga på flera intervjuer. Beskrivningen av respektive företagartyp avslutas med en reflektion om vilka möjligheter respektive utmaningar som denna typ av företagare står inför.

LIVSSTILSFÖRETAGAREN



För livsstilsföretagaren utgår företagandet från den personliga bakgrunden i form av exempelvis unik kompetens, en uppskattad hobby, en konstnärlig alternativt hantverksmässig utbildning och liknande. Företaget startas på ett personligt intresse och engagemang för en viss typ av verksamhet, som personen ser en möjlighet att utveckla till ett företag. Steget från privat intresse/engagemang till förvärvsverksamhet kan gå relativt snabbt eller vara utdraget över många år. Driva företag blir ett sätt att förverkliga en livsstil, där verksamhetens innehåll är drivande för företagets utveckling snarare än

förväntningar om tillväxt eller ekonomisk framgång.

Livsstilsföretagaren är ofta starkt inbäddad i lokalsamhället både personligt och professionellt, vilket kan vara en god möjliggörare till samarbeten med andra lokala småföretagare, men också en hindrande faktor genom att begränsa marknaden och nätverkandet.

Familjeförhållandena kan vara centrala i företagandet; dels i form av stöd från familjen exempelvis genom inspiration från företagare i släkten eller konkreta insatser i företaget; dels i form av krav på balansering mellan familjens/barnens behov och företagandet. Föräldraansvaret kan ses som en begränsning för engagemanget i företaget, men å andra sidan kan den frihet och flexibilitet som företagandet möjliggör ses som positivt för att utöva en god föräldraroll.

Som utmaningar ser vi att företaget för sin fortlevnad är helt beroende av företagarens personliga kompetens och dagliga insatser, vilket begränsar förutsättningarna för tillväxt eller utveckling av nya marknader eller produkter. Möjliggörare är å andra sidan det personliga engagemanget och

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

kunnandet som kan användas för att fördjupa det existerande tjänste-/produktutbudet, samt den lokala förankringen.

FAMILJEFÖRETAGAREN

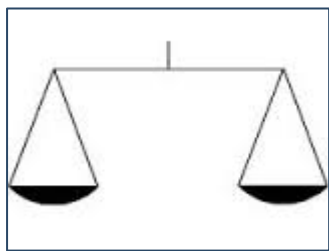


Familjeföretaget etablerades av en tidigare generation och företagaren som tar över behåller samma, eller nästan samma, produkter eller tjänster som tidigare ägare. Genom att redan i barndomslivet blivit engagerad i familjeföretagsaktiviteter utvecklar personen ett allmänt intresse för företagande, och särskilt för företagets specifika verksamhet. Dessutom övertas kunskap om att driva företag från tidigare generationer. Familjeföretagarens uppväxt har alltså stor grund i viljan att bli företagare. Samtidigt kan en stor del av motivationen att ta över familjeföretaget ligga i möjligheten att kunna förverkliga idéer och ambitioner kring utveckling av nya affärsmöjligheter, som har personen har tänkt på under årens lopp.

Familjeföretagaren har ofta tillgång till ett starkt lokalt nätverk och en kundbas etablerad från den tidigare generationen. Familjeföretagets integration i det lokala näringslivet kan underlätta fortsatt tillväxt genom att bygga vidare på ett etablerat förtroende, vilket behövs för att expandera produkt- eller tjänsteutbudet och skaffa nya kundbaser. Företagaren får legitimitet genom sin koppling till föräldrarnas företagande. Familjen är också viktig som stöd och resurs i driften av företaget.

Utmaningar för familjeföretagaren är att balansera mellan familj och verksamhet när både familj och företag ligger i tillväxtfas: familjen utökas samtidigt när företaget växer. Möjligheterna ligger i att bygga vidare på den stabila grund som tidigare generationer lagt och samtidigt addera något eget till verksamheten.

HYBRIDFÖRETAGAREN



Med hybridföretagare avses att aktivt driva ett företag och samtidigt vara anställd i en annan organisation, och där tjänsten eller produkten som hybridföretaget erbjuder har en tydlig koppling till företagarens profession och yrke som anställd. Företaget ger möjlighet att fördjupa sina ambitioner inom yrkesområdet. Inspiration till företagande kan även ha grundats genom förebilder från föräldrar. Att bibehålla sin anställning samtidigt med att driva företag kan hjälpa företagaren att säkra sin ekonomiska överlevnad innan företaget är tillräckligt stabilt. Hybridföretagaren kan alltså vara en tillfällig företagartyp.

Det professionella nätverket genom anställningen ger hybridföretagaren tillgång både till potentiella samarbeten och till kunder, vilket stöttar företagets tillväxt. Det professionella nätverket kan också hjälpa företagaren att stärka förtroendet hos kunder och samarbetspartners. Nätverk och samarbeten är alltså centralt för att företagandet ska etableras och utvecklas.

Utmaningen för hybridföretagaren är att balansera mellan anställningen och företagsverksamheten. Om engagemanget i det egna företaget kan uppfattas som en intressekonflikt gentemot anställningen kan det förhindra företagstillväxt. Samtidigt ligger även möjligheterna till företagstillväxt i kopplingen mellan anställningen och företaget genom att hybridföretagaren kan nyttja sin anställning och kundkontakter i den andra organisationen för att i sitt företag utveckla kompletterande

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

produkter eller tjänster till dessa kunder, men utan att konkurrera. På sikt har hybridföretagaren möjlighet att släppa anställningen och ägna sig helt åt företaget.

PROFESSIONSBASERADE FÖRETAGAREN



Företaget etableras baserat på personens professionella utbildning och tidigare yrkeserfarenhet. I likhet med hybridföretagaren kan den professionsbaserade företagaren behålla sin anställning i en organisation, framför allt inledningsvis i företagets etableringsprocess. Motiven till att starta eget företag handlar här om att personen önskar en mer självstyrande arbetsituation eller högre inkomst än som anställd. Företagandets drivkrafter ligger alltså i att exploatera kunskaper och engagemang från utbildning och yrke.

Samtidigt är det befintliga professionella nätverket avgörande för att företagaren får tillgång till resurser såsom kunskap, samarbetspartners, och potentiella kunder. Den professionsbaserade företagaren ägnar sig åt avancerad tjänsteverksamhet som kräver professionell utbildning och expertis, men även behöver *få förtroende* för sin expertis för att nå ut till kunderna. Förtroendet grundas på företagarens tidigare anställning och professionella erfarenhet och på rekommendationer från det professionella nätverket.

Det professionella nätverket kan även skapa tillväxtmöjligheter genom att underlätta legitimeringsprocessen när företagaren söker expandera sin kundbas, eller erbjuda nya tjänster till marknaden.

En möjlighet för den professionsbaserade företagaren ligger i att kunna tillfälligt dominera ett visst geografiskt område på grund av sin speciella kompetens. Andra möjligheter som vi ser är att erbjuda kompletterande tjänster eller produkter till organisationer som ingår i det professionella nätverket. Utmaningarna ligger i att skapa verksamhetstillväxt utöver företagarens egna arbetsinsats. Det kan många gånger vara svårt att transferera den unika expertisen till andra personer och därigenom kunna hantera fler kunder. En annan utmaning är att konkurrera med stora organisationer som erbjuder likartade produkter eller tjänster.

DIVERSIFIERADE FÖRETAGAREN



Med den diversifierade företagaren avses en företagare som startar nya verksamheter som respons på att nya affärsmöjligheter, även inom olika sektorer, kontinuerligt identifieras. Ibland kan företagaren driva flera företag/verksamheter samtidigt. Drivkraften för den diversifierade företagaren ligger i förmåga att identifiera affärsmöjligheter och en stark passion att förverkliga sina affärsidéer. Även ekonomiska incitament kan vara stark drivkraft, exempelvis för att försörja sin familj. Företagaren söker hitta olika vägar att utveckla sina idéer till framgång. I denna dynamik spelar *både lärande och läkande* en viktig roll: inte alla affärsidéer blir lika framgångsrika och den diversifierade företagaren måste lära sig från tidigare försök –

och även från sina misstag.

En framgångsfaktor för den diversifierade företagaren ligger i förmågan att kunna optimera resurser. Om flera verksamheter ligger inom *samma* sektor kan dessa bilda ett gemensamt system, genom att erbjuda flera tjänster eller produkter till samma målgrupper och därigenom maximera kundbasen. Alternativt; om verksamheterna ligger i *olika* sektorer kan företagaren bygga upp ett

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

system inom vilket en produkt från en verksamhet kan användas som input att utveckla produkter eller tjänster som stärker en annan av företagarens verksamheter.

Möjligheter: den diversifierade verksamheten kan gynnas av att företagaren utnyttjar sitt nätverk, såsom lokalt eller regionalt nätverk, för att få tillgång till investeringsstöd eller nya marknader. Företagaren kan också samarbeta med olika aktörer i regionen såsom andra företag, näringslivsföreningar samt offentliga organisationer som erbjuder stöd till företag. Genom dessa samarbeten kan ytterligare affärsmöjligheter utvecklas genom att förnyad användning av befintliga resurser eller utveckling av nya resurser.

Utmaningar för den diversifierade företagaren handlar om att dela resurser mellan flera företag/verksamheter samtidigt. Exempelvis ifall flera av dessa företag ligger i startupfasen och ger låg vinstnivå samtidigt som de behöver en hög nivå av resurser för att växa.

NÖDVÄNDIGHETSFÖRETAGAREN



Bakgrunden till denna typ av företagare är individens ekonomiska behov av att få en inkomst till sig själv och familjen. Det kan vara en person som av olika skäl har svag anknytning till arbetsmarknaden eller bor på en ort som saknar lämpliga arbetstillfällen. Däremot finns det i den personliga bakgrunden viss kompetens eller erfarenhet som kan användas som grund för företagets verksamhet. Samtidigt är företagandet inte nödvändigtvis avgränsat till en viss verksamhet eller bransch, utan personen "lagar efter läge" och tar vara på, eller skapar, nya möjligheter till utveckling av produkter, marknader eller helt nya affärsområden. Den ekonomiska drivkraften för överlevnad är stark för nödvändighetsföretagaren.

Avsaknad av såväl grundläggande affärsidé som professionell yrkesbas eller övertagande av en etablerad verksamhet kan dock medföra att företagandet brottas med svag lönsamhet då produkter eller tjänster inte får acceptans på marknaden eller att företagaren saknar nödvändigt stöd från samarbetspartners. Nödvändighetsföretagaren stimuleras, eller tvingas, därför kontinuerligt till omorientering och nytänkande. Verksamhetsutveckling i form av exploatering av nya marknader, produktutveckling, eller helt nya branscher håller företagaren ständigt "på tå". Samtidigt riskeras företagandet av bakslag. Som exempel kan nämnas att inte erhålla finansiering för en tänkt satsning på att finansiera är tveksam till företagarkompetensen. Bristande erfarenhet och kunskaper om företagande kan också skapa problem för företagets utveckling.

För att nödvändighetsföretagaren ska fortsätta krävs kreativitet och uthållighet. Ofta är familjen ett starkt stöd för att delta i skötseln av företagen, men även som en motivator till att kämpa på för att få en inkomst för familjens behov. Utmaningar för nödvändighetsföretagaren ligger i att identifiera en långsiktigt stabil affärsidé med god marknadspotential, som kan få nödvändigt stöd av finansiärer och samarbetspartners. Som möjliggörare vill vi lyfta fram företagarens kreativitet och uthållighet.

MÖNSTER AV UNDERLÄTTANDE OCH BEGRÄNSANDE FAKTORER

I dessa analyser av olika företagartyper kan vissa övergripande mönster urskiljas med avseende på hur bakgrund, familj och nätverkande påverkar kvinnors företagande i allmänhet. Vi har således identifierat *ett antal faktorer som underlättar respektive begränsar verksamhetsutveckling*. Dessa faktorer kan ses på de tre olika nivåer av sammanhang som företagande inbäddas i: *individnivån, hushållsnivån* samt *den lokala/regionala nivån*. Se **Bilaga 3: Jämförande analys avseende underlättande respektive begränsande faktorer** för en översikt över underlättande faktorer



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

(gröna rutor) respektive begränsande faktorer (röda rutor) på olika nivåer och för varje företagartyp. Nedan sammanfattas dessa mönster på en nivå i taget.

På *individnivån* driver följande faktorer verksamhetsutveckling i *positiv* riktning: (i) individens ambitioner att fördjupa sig inom sitt utbildningsområde eller inom en engagerande hobby; (ii) att individen kan exploatera möjligheter inom eller nära sitt kompetens/utbildningsområde; och (iii) individens inkomstbehov som driver företagaren att expandera företagets produkter, tjänster eller kundbas. De två förstnämnda faktorerna har en medelhög eller stark effekt i alla företagartyper med undantag för den diversifierade företagaren. Även faktorn inkomstbehov har övergripande stor betydelse; i synnerhet för den professionsbaserade, den diversifierande samt nödvändighetsföretagaren.

Beträffande faktorer på individnivån som *begränsar* verksamhetsutveckling finner vi (i) företagarens egen begränsade ambition till expansion och (ii) att individen avstår från att undersöka möjligheter utanför egna utbildningsområdet, vilket kan förhindra utveckling av företagets kundbas, produkt eller tjänst. Begränsad ambition till expansion har en hämmande effekt särskilt för livsstilsföretagaren, och en viss men mindre betydelse i andra företagartyper. Att avstå från att undersöka möjligheter utanför utbildningsområde och hobby drabbar verksamhetsutveckling särskilt för livsstilsföretagaren, hybridföretagaren, professionsbaseradeföretagaren och nödvändighetsföretagaren.

När det gäller *hushållsnivån* visar det sig att förebilder, stöd, ansvarsdelning och arbetsinsatser från familjen/släkten påverkar kvinnorna som driver företag på många *positiva* sätt. Särskilt stark positiv faktor för alla företagartyper utgörs av (i) stöd och direkta insatser från familjen, till exempel arbetskraft eller finansiering av investeringar som underlättar utveckling av verksamheten. Vidare är det i synnerhet för livsstilsföretagare och familjeföretagare en starkt underlättande faktor att (ii) det finns erfarenhet att driva företag från föräldrarna eftersom det bidrar till kunskap om företagande i allmänhet. Ytterligare en positiv influens på hushållsnivå ligger i (iii) att legitimering via föräldrarnas företag kan hjälpa företagaren att attrahera och säkerställa en lokal kundbas, vilket särskilt gäller familjeföretagaren.

Vidare kan företagarens ansvar för sin närmaste familj kan vara en underlättande faktor på olika sätt; dels genom (iv) att driva företag kan ge en frihet och flexibilitet som upplevs underlätta att ta föräldraansvar, vilket var särskilt synligt för livsstilsföretagaren och familjeföretagaren; dels genom (v) att kvinnans ekonomiska ansvar för familjen motiverar till att driva och/eller utveckla företagandet; detta var särskilt synligt för familjeföretagaren, den diversifierade företagaren och nödvändighetsföretagaren.

Familjeansvar finns dock även med som en *begränsande* faktor på hushållsnivå. Det handlar då om att upplevda svårigheter att balansera mellan att driva företag och ta föräldraansvar bromsar företagsengagemang och verksamhetsutveckling. Detta framkom i flertalet företagartyper med undantag för hybridföretagaren och professionsbaserade företagaren.

Slutligen på *den lokala/regionala nivån* kan nätverk och lokala aktörer både underlätta och begränsa verksamhetsutveckling. När det gäller den *positiva* sidan, kan (i) samarbete med kollegor och andra företagare i nätverk hjälpa företagare att nå nya marknader. Effekten av denna faktor varierar dock mellan företagartyperna. Den ger mindre effekt för livsstilsföretagaren och familjeföretagaren och medelhög effekt för hybridföretagaren och nödvändighetsföretagaren. Däremot ger den stark påverkan på den professionsbaserade företagaren respektive diversifierade företagaren. Vidare (ii) att vara en del av näringslivsnätverk erbjuder tillväxtpotentialer genom att tillhandahålla



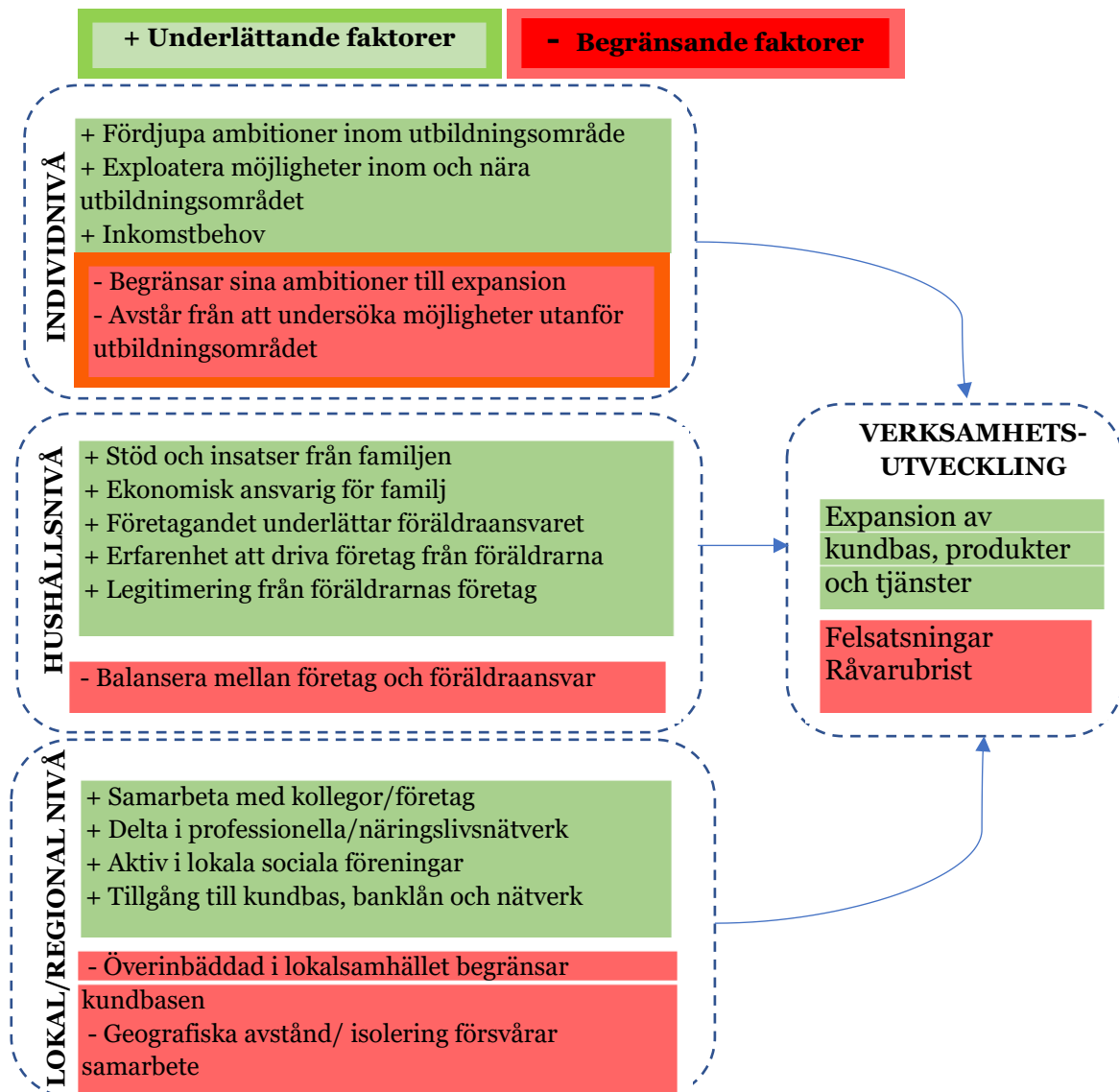
HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

en plattform för att diskutera med andra aktörer och tillsammans utveckla nya affärsmöjligheter, men även minska risken för råvarubrist eller felsatsningar. Alla företagartyper drar nytta sådana nätverk; dock upplevde nödvändighetsföretagaren svårigheter att etablera relationer med andra aktörer inom det lokala eller regionala näringslivet.

Andra pådrivande faktorer på denna nivå är att (iii) hålla kontakt med lokala aktörer för att förstå den lokala kundbasen och att säkerställa legitimering; detta utgör en viktig underlättande faktor för alla företagartyper. De som är mest beroende av denna faktor är livsstilsföretagaren, den professionsbaserade företagaren samt diversifierade företagaren. Ett gott lokalt och regionalt nätverkande kan också (iv) underlätta tillgången till banklån och andra typer av finansiering. Detta påverkar på positivt sätt i alla företagartyper, och med starkast effekt för professionsbaserade företagaren och diversifierade företagaren.

När det gäller den negativa sidan, dvs faktorer i lokalt och regionalt nätverk som kan *förhindra* verksamhetsutveckling, ligger en riskfaktor i att (i) ”överinbäddning” i lokalsamhället kan leda till felsatsningar på lokala kunder om kundbasen för produkten eller tjänsten egentligen återfinns utanför lokalsamhället. En stark integration i lokalsamhället kan alltså medföra en geografisk avgränsning som förhindrar verksamhetstillväxt. I synnerhet livsstilsföretagaren och familjeföretagaren kan drabbas starkt av detta. Annan begränsande faktor på den regionala nivån ligger i de geografiska förutsättningarna på den västerbottniska landsbygden, där (ii) geografiska avstånd och isolering kan försvåra samarbete med andra företagare och även leda till råvarubrist pga leveranssvårigheter. Vi såg att det var särskilt livsstilsföretagaren, familjeföretagaren och diversifierade företagaren som upplevde denna begränsande faktor.

I figuren nedan har vi sammanfattat flernivåanalysen avseende underlättande respektive begränsande faktorer generellt över alla företagartyperna.



Figur 2: Gemensam flernivåanalys av underlättande och begränsande faktorer

Som figuren ovan visar kan individ-, hushålls- och lokala/regionala faktorer påverka företagets verksamhetsutveckling *simultant* och på både *negativa* och *positiva* sätt.

För det första påverkar faktorer på de tre nivåerna företagsverksamheten samtidigt. Vi har sett hur ett antal faktorer från alla nivåerna kan relatera till flera eller alla företagartyper. Utmaningen för kvinnor som driver företag handlar därför ofta om hur kan de navigera bland dessa faktorer; åtnjuta fördelarna av underlättande faktorer och minska effekten av begränsade faktorer för att uppnå positiv verksamhetsutveckling i form av expansion av kundbas, produkter och tjänster (gröna rutan till höger i figuren) och samtidigt undvika felsatsningar eller råvarubrist (röda rutan till höger i figuren). Denna navigering handlar bland annat om vilken prioritet företagaren lägger på sitt företag och sitt privatliv men även på vilken beredskap företagaren har att "lyfta blicken" utöver befintlig utbildnings- eller verksamhetsområde eller kundbas.



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

Vidare kan flera faktorer påverka verksamhetsutvecklingen i både positiv och negativ riktning; en och samma faktor kan spela olika roll beroende på tidsperiod i företagets utveckling. Å ena sidan kan företagarens utbildning och hobby motivera till att starta affärsdrivande verksamhet. Å andra sidan kan ett kvardröjande fokus på samma utbildning och hobby under tillväxtfasen innebära begränsning för utveckling och expansion av nya produkter eller tjänster som företaget behöver för att växa. Motsvarande kan företagarens familj förstärka motivationen att utveckla produkt- och tjänstebudet inom verksamheten, men samma familjeengagemang kan också sakta ner farten av fortsatt expansion. Ett starkt professionellt nätverk i den lokala kontexten kan öka tillgången till resurser som företagaren behöver i olika faser av verksamhetens utveckling. Men samtidigt innebär en "överinbäddning" i nuvarande nätverk att företagaren riskerar att avstå från att utforska nya resurser eller expansionsmöjligheter samt kan leda till felsatsningar.

Diskussion och rekommendationer

Vi har nu kommit till rapportens avslutande del där vi först sammanfattar resultaten från de båda delstudierna, dvs den övergripande kommunöversikten och den fördjupande intervjustudien. Därefter presenterar vi rekommendationer till olika målgrupper för denna rapport: till kvinnor som driver företag i Västerbotten, till kommunerna i länet samt till Länsstyrelsen. Avslutningsvis utvecklar vi ett förslag till fortsatt arbete på länsnivå kring kvinnors företagande genom ett s k "trippelhelix-samarbete" mellan näringsliv, offentliga aktörer och akademi.

RESULTAT I SAMMANFATTNING

Den inledande kommunöversikten, baserad på befintlig statistik och publikt tillgänglig information, visar på *stora variationer mellan kommunerna i Västerbotten* med avseende på flertalet undersökta faktorer:

- **Företagarfrekvensen bland kvinnor, män respektive totalt.** Andelen företagare i befolkningen varierar kraftigt, både mellan kommunerna och mellan män och kvinnor – från som högst 13 % (bland män i Sorsele) till som lägst 2 % (bland kvinnor i Umeå). Högsta andelen företagare i befolkningen totalt sett finns i Sorsele, Åsele och Bjurholm (8–10 %). Även andelen kvinnor som driver företag är högst i Sorsele (7 %); därefter kommer Åsele och Robertsfors (ca 5 %). Lägst andel kvinnor i befolkningen som driver företag finns, förutom i Umeå, i Skellefteå och Lycksele (2,6 – 2,9 %).
- **Branschstrukturen för kvinnors företagande:** Jord- och skogsbruk är visserligen den vanligaste branschen i 13 av länets 15 kommuner, men det finns en betydande variation mellan kommuner med avseende på vilken bransch som därefter är vanligast bland företag som drivs av kvinnor. Om vi ser till länet som helhet är kvinnor dock framför allt verksamma inom tjänsteproduktion (service och hushåll, finans/fastighet/juridik/uthyrning) respektive handel.
- **Kommunens lokala företagsklimat.** Enligt Svenskt Näringslivs ranking återfinns Västerbottens kommuner både med en *hög placering* på listan, såsom Nordmaling, Bjurholm och Norsjö (omkring plats 50–60 av 290 kommuner), och *låg placering*, såsom Åsele, Vilhelmina och Dorotea (omkring plats 250–280). De största kommunerna Umeå och Skellefteå återfinns båda på den nedre halvan av rankinglistan. Det går alltså inte att ge några generella utsagor om företagsklimatet i Västerbotten i helhet.
- **Kommunens engagemang för näringslivet.** Det är en stor variation med avseende på vilket engagemang som kommunerna visar för näringsliv och företagande genom information och presentation av aktiviteter och stöd på sina publika webbsidor. Bland kommuner som ger ett intryck av *gott engagemang och stöd* kan nämnas Dorotea, Malå, Skellefteå, Sorsele, Umeå och Åsele.

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

- **Kommunens engagemang för kvinnors företagande.** Det är likaså stor variation med avseende på hur kommunen på sina webbsidor väljer att lyfta fram kvinnors företagande i synnerhet, liksom i vilken utsträckning kommunen anordnar särskilda aktiviteter och nätverk som riktar sig till företagare som är kvinnor. Samma kommuner som nämndes ovan sticker ut positivt i denna aspekt också – *förutom* Skellefteå. I stället tillkommer Nordmaling och Vilhelmina med avseende på att synliggöra kvinnors företagande på sina publika webbsidor.

Mot bakgrund av denna studie går det således inte att identifiera några tydliga mönster vare sig beträffande kommuner med geografisk närhet eller liknande befolkningssiffror. Det finns inte heller några återkommande samband mellan en kommuns lokala företagsklimat och andelen företagare i befolkningen, inte heller mellan kommunens engagemang för näringslivet och/eller för kvinnors företagande och andelen kvinnor som driver företag. Det saknas också entydig koppling mellan å ena sidan kommunens uppvisade engagemang för näringslivet (enligt vår granskning av webbsidor) och å andra sidan det lokala företagsklimatet (enligt Svenskt Näringslivs ranking). En övergripande tolkning av dessa *uteblivna samband* är att det är komplexa faktorer som påverkar företagsamheten och branschstrukturen i en kommun, såväl totalt sett som specifikt för kvinnor.

Det mest tydliga mönstret är att det är *betydligt mindre vanligt att kvinnor driver företag jämfört med män* – på varje företag som ägs av en kvinna i Västerbotten finns det 2.3 företag som drivs av en man – samt att kvinnors företag vanligtvis är mycket små.

Vår intervjustudie ger en fördjupad bild i kvinnors företagande och hur kvinnorna själva upplever sitt företagande. Analysen visar att kvinnors företagande är mångfacetterat både avseende bakgrund, motiv och utövande. Genom intervjuerna kunde vi urskilja sex företagartyper; ingen som exakt motsvarar en intervjuad person men samtliga med reell verklighetsgrund. De sex företagartyperna är:

- **Livsstilsföretagaren:** driver företag som ett sätt att förverkliga ett konstnärligt intresse, en hobby, en hantverkskompetens och liknande. Möjligheter till verksamhetsutveckling ligger i att exploatera det personliga engagemanget och kunnandet för att ytterligare utveckla produkt- eller tjänsteutbudet; motsvarande ligger utmaningarna i att företaget för sin fortlevnad är helt beroende av företagets individuella kompetens och insatser.
- **Familjeföretagaren:** har övertagit verksamheten, inklusive företagarentresse/-kunskap, från en tidigare generation. Familjen är fortsatt viktig som stöd och legitimering; möjligheterna till utveckling av verksamheten ligger i att kombinera den etablerade kund- och produktbasen med nya affärsmöjligheter.
- **Hybridföretagaren:** har etablerat sitt företag i nära koppling till sitt yrkesområde, men har valt att (åtminstone under ett övergångsskede) behålla sin anställning för att säkra sin ekonomiska situation under företagets etablering och tillväxt. En utmaning är därför att balansera mellan anställningen och företaget. Möjligheterna till verksamhetsutveckling ligger i att nyttja sin anställning för att utveckla kundbasen och sitt produkt- och tjänsteutbud, utan att samtidigt konkurrera med den organisation företagaren är anställd i.
- **Professionsbaserade företagaren:** har startat företaget baserat på professionell kompetens och yrkeserfarenhet, men önskar en mer självstyrande arbetssituation eller högre inkomst än som anställd. Legitimering genom företagarens professionella nätverk är avgörande för att nå ut till kunderna och en möjlighet till tillväxt ligger i att utveckla kompletterande produkter eller tjänster till organisationer inom nätverket. Däremot innebär den avancerade verksamhetsinriktningen att det kan vara svårt att transferera kompetens till andra personer och på så sätt kunna växa.

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

- **Diversifierade företagaren:** startar kontinuerligt nya verksamheter eller verksamhetsinriktningar som respons på uppdykande/skapade affärsmöjligheter och kan ibland driva flera företag samtidigt. Eftersom det inte är givet att alla affärsidéer blir framgångsrika blir förmåga till lärande, även från misstag, viktigt i företagprocessen. En viktig framgångsfaktor ligger också i att kunna optimera resurser inom flera verksamhetsområden, även genom samarbete i lokala och regionala nätverk. Utmaningarna handlar om att dela resurser och engagemang mellan flera verksamheter samtidigt.
- **Nödvändighetsföretagaren:** driver företag som ett sätt att få en inkomst när personen, av olika anledningar, har svårt att hitta en lämplig anställning. Företagandet är inte avgränsat till viss bransch, utan företagaren söker ta vara på uppdykande affärsmöjligheter inom olika områden. Bristande företagarkompetens, svagt stöd från nätverk och finansiärer, eller avsaknad av unik kompetens/affärsidé kan skapa svårigheter; möjligheterna ligger i företagarens kreativitet och uthållighet, vilket krävs för att fortsätta kämpa och kunna formulera en långsiktigt stabil affärsidé.

Dessa företagartyper illustrerar en del av den variation som finns inom kvinnors företagande. Även om vi inte gör anspråk på att ge en fullständig bild, menar vi att dessa företagartyper ändå ger en ganska bred och giltig översikt. Det är bland annat tydligt att företagartyperna i denna studie stämmer väl överens med tidigare forskning om kvinnors entreprenörskap. Vilka företag- eller entreprenörskapstyper som specifikt identifieras i forskningen är dock delvis beroende på den empiriska miljö som studerats, med avseende på land, region (urban eller rural), sektor (tjänst, produkt, etc.) och individbakgrund. Det är viktigt att framhålla att *varje företagartyp spelar en lika viktig roll* för näringslivet och att alla bör betraktas som värdefulla för både regional och nationell tillväxt.

Vi har också kunnat använda intervjustudien för att identifiera generella mönster i form av individ-, hushålls- och lokala/regionala faktorer som påverkar verksamhetsutveckling i allmänhet, i positiv respektive negativ riktning. För att driva verksamhetsutveckling måste företagaren finna former för att åtnjuta fördelarna av underlättande faktorer och samtidigt minska effekten av begränsade faktorer. Även här stöds våra resultat av tidigare litteratur, inte minst avseende den centrala betydelsen av nätverkande (ibland benämnt socialt kapital) genom hela entreprenörskapsprocessen.

- **På individnivå** driver följande faktorer verksamhetsutveckling i *positiv* riktning: (i) individens ambitioner att fördjupa sig inom sitt kompetensområde eller inom en engagerande hobby; (ii) att individen kan exploatera möjligheter inom eller nära utbildningsområdet; och (iii) att individen har ett inkomstbehov som driver företagaren att utveckla och expandera produkt- och tjänsteutbud och kundbas. Följande faktorer på individnivå *begränsar* verksamhetsutveckling: (i) att företagaren inte har egna ambitioner till expansion och (ii) att individen avstår från att undersöka möjligheter utanför sitt utbildningsområde.
- **På hushållsnivå** driver följande faktorer verksamhetsutveckling på *positiva* sätt: (i) stöd och direkta arbets-/finansieringsinsatser från familjen, (ii) erfarenhet att driva företag från föräldrarna vilket bidrar till kunskap och förmåga kring företagande; samt (iii) att, särskilt för familjeföretagaren, legitimering via föräldrarnas företag kan stärka möjligheterna att attrahera och säkerställa en lokal kundbas. När det gäller faktorer som påverkar på *negativa* sätt, handlar detta om företagarens familjeansvar; i synnerhet om att behov av att balansera mellan att samtidigt driva företag och ta föräldraansvar kan bromsa företagsengagemang och verksamhetsutveckling.

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

- **På den lokala/regionala nivån** kan nätverk och lokala aktörer både driva och bromsa verksamhetsutveckling. På den *positiva* sidan, handlar nätverkande om (i) att samarbete med kollegor och andra företag kan hjälpa företagaren att nå nya marknader; (ii) att vara en del av ett näringslivsnätverk erbjuder tillväxtpotentialer genom att företagaren kan diskutera med flera aktörer, utveckla nya affärsmöjligheter och minska risken för råvarubrist och felsatsningar. Nätverkande på den lokala/regionala nivån är också positivt för verksamhetsutveckling genom (iii) att kontakter med lokala aktörer kan bidra till att förstå behovet hos, och accepteras av, den lokala kundbasen samt genom (iv) att underlätta möjligheter till banklån och andra typer av finansiering. Faktorer på den *negativa* sidan handlar på denna nivå om (i) risken för att bli ”överinbäddad” i lokalsamhället om detta leder till felsatsningar på lokala kunder när kundbasen för produkten eller tjänsten egentligen återfinns utanför lokalsamhället; och (ii) att geografiska avstånd och isolering försvårar samarbete med andra företagare, eller leder till problem med råvaruförsörjningen.

Vår flernivåanalys av underlättande respektive begränsande faktorer visar att en och samma faktor kan spela både negativ och positiv roll beroende på tidsperiod i företagets utveckling. Övergripande demonstrerar studien betydelsen av att anlägga en helhetssyn och ett flernivåperspektiv på kvinnors företagande för att öka förståelsen för hur individ-, hushålls- och lokala/regionala faktorer samspelar i verksamhetsutveckling.

REKOMMENDATIONER TILL KVINNOR SOM DRIVER FÖRETAG

Vår förhoppning är att de sex företagartyperna som identifierades i den fördjupande intervjustudien kan vara intressanta att som företagare relatera sig själv och sitt företag till. Är det någon företagartyp som stämmer överens med egna företaget – nu eller i en tidigare fas i processen – och kan denna i så fall ge inspiration till att reflektera om den egna verksamheten och dess styrkor, eventuella svagheter och utvecklingsmöjligheter? Ett igenkännande kan också ge en styrka i insikten att det finns andra företagare med liknande situation som en själv. Man är inte ensam om eventuella svårigheter, och kanske kan den företagartypens identifierade möjligheter ge uppslag till att utveckla det egna företaget.

Vi förstår också att det inte är givet att någon specifik företagartyp över huvud taget stämmer in på den egna situationen, men då föreslår vi att *använda generella modellen över underlättande och begränsande faktorer för att kritiskt granska den egna verksamheten*. Finns det underlättande faktorer som kan exploateras ytterligare – alternativt som överutnyttjas och låser in verksamheten? Vid ”ofrånkomliga” begränsande faktorer (såsom geografiskt avstånd eller föräldraansvar), finns det metoder eller mekanismer att gå vid sidan om dem – exempelvis använda digital kommunikation för nätverkande?

Många företag som drivs av kvinnor är mycket små och ligger i kommuner med ett begränsat antal företagare inom samma bransch. Det framstår som särskilt viktigt för dessa företagare att *ägna sig åt aktivt nätverkande, både inom och utom kommunen respektive branschen*. Nätverkande och kommunikation är betydelsefullt för utbyte av erfarenheter och ömsesidig inspiration och stötning. Vi rekommenderar att kvinnor som driver företag deltar i de nätverk och aktiviteter som erbjuds lokalt av kommunen respektive näringslivsorganisationer – och även kommer till dessa forum med egna förslag och idéer för att synliggöra kvinnors företagande och behov! Saknas lämpliga/intressanta nätverk på orten eller regionalt kan kvinnor som driver företag även behöva starta egna nätverk och plattformar för erfarenhetsutbyte och lärande.

HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

Dessutom är nätverkande viktigt för konkret verksamhetsutveckling genom direkta samarbeten. Vi menar att kvinnor som driver solitära företag¹ med fördel kan etablera egna plattformar för nätverkande och samarbeten i mindre skala. Samarbete kan organiseras för att dela och njuta av varandras resurser, kundbas och kunskap så att företagen får möjlighet att utvecklas tillsammans. Till exempel, att samarbeta med företag som erbjuder kompletterande produkter/tjänster kan öka möjligheten att attrahera fler kunder. Vidare, att dela på resurser, exempelvis genom en gemensam digital plattform kunna marknadsföra produkter eller tjänster tillsammans med andra företag, kan både öka försäljningsvolym och reducera marknadsföringskostnader.

Att på dessa sätt samarbeta med andra företagare i nätverk kan leda till att företaget kan endera *fördjupa och utveckla nuvarande verksamhetsinriktning* eller *expandera till nya produkter eller tjänster*. Företagaren kan behöva göra en prioritering med avseende på dessa båda alternativ, men i båda fallen handlar det om långsiktiga och strategiska frågor som det många gånger kan vara svårt att få utrymme till när den dagliga verksamheten kräver företagarens tid och uppmärksamhet. Vi menar dock att det är viktigt att försöka skapa utrymme för mer långsiktig och strategisk verksamhetsutveckling, och gärna i form av nätverkande och samarbeten.

REKOMMENDATIONER TILL KOMMUNER

Vi utgår från att *alla* kommuner i Västerbotten har ett gott engagemang för att stötta företagande och näringslivsutveckling i egna kommunen – även i de kommuner där detta inte var särskilt uppenbart på de publika webbsidorna! Vi hoppas att kommuner som ”inte kommer så bra ut” i vår granskning (se bilaga 2: Kommunernas näringslivssidor) ser denna granskning som *en inspiration till utveckling, uppdatering och komplettering av webbinformationen*.

Vi vill också uppmana alla kommuner att självkritiskt granska hur kommunens näringsliv och aktiva företag presenteras på webben, och i synnerhet i vilken utsträckning som det finns en balans mellan synlighet för företag som drivs av män respektive kvinnor.

Mer specifikt rekommenderar vi att *varje kommun utvecklar en strategi för näringslivsutveckling* med utgångspunkt i en egen analys av kommunens specifika förutsättningar, möjligheter och eventuella svagheter vad gäller företagaktivitet, branschstruktur och företagsklimat, detta i samarbete med lokala näringslivsorganisationer. I strategin bör ingå en plan för genomförande och uppföljning av strategin. Mot bakgrund av att det för varje företag som drivs av en kvinna finns mellan två och tre företag som drivs av en man, rekommenderar vi att *lägga ett särskilt fokus på kvinnors företagande* – dels genom att synliggöra dessa företagare som förebilder, dels genom att initiera eller stötta nätverkande och andra aktiviteter riktade mot kvinnor; både nuvarande och potentiella företagare. Nätverket De 4K som anordnas av Länsstyrelsen på länsnivå kan se som en förebild och ett bra initiativ för kvinnor som driver företag att träffas, lära av varandra och skapa affärs-möjligheter, som borde kunna skalas ner till kommunnivå.

Vi kan nämna ett par specifika möjligheter som kan vara relevanta att beakta vid utvecklingen av en näringslivsstrategi för kommunen. Beroende på branschstrukturen kan kommunen överväga åtgärder för att stimulera nyföretagande inom specifika branscher; antingen för att minska beroendet av en dominerande bransch, alternativt för att stärka en liten bransch och därigenom underlätta samarbete och erfarenhetsutbyte bland företagare inom branschen. Vidare föreslår vi att direkt kontakt tas med kvinnor som driver företag inom en mansdominerad bransch, för att

¹ Med solitära företag menas i detta sammanhang företag som drivs utan partnerskap eller andra formaliserade långsiktiga samarbeten.



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

undersöka om det finns specifika behov eller önskemål bland dessa företagare för att utveckla sin verksamhet.

Den av oss genomförda kommunöversikten gav en fragmenterad bild både av kommunernas struktur och inriktning inom näringsliv och företagande och av deras engagemang för att stötta och stärka företagsamhet. *Vi menar att denna fragmentisering bör både bejakas och begränsas.* Å ena sidan kan kommunens specifika industriella fokus innebära unika kompetenser och möjligheter att fördjupa och exploatera genom den lokala näringslivsstrategin. Vi vill särskilt lyfta fram att kvinnors företagande kan utvecklas genom ökad konkurrens inom de lokalt dominerande branscher där kvinnor driver företag; internationell forskning visar att detta kan vässa och driva företagsutveckling mot framgångsrika kluster inom en/flera branscher. Likaså kan kommuner nyttja sitt specifika industriella fokus för att i samarbete med andra kommuner med kompletterande industriellt fokus exploatera gemensamma resurser, marknader och kompetenser med ambitioner om tillväxt på såväl lokal som länsnivå.

Samtidigt finns det även en potential till näringslivsutveckling genom att *minska/överbrygga variationen mellan kommuner*, då med avseende på övergripande villkor för företagande, stöttning och engagemang för näringslivsutveckling i allmänhet och för kvinnors företagande i synnerhet. Det torde inte vara motiverat med så stora skillnader i kommuners stöd till näringslivet, inte heller i lokalt företagsklimat mellan geografiskt eller demografiskt likartade kommuner. Vi rekommenderar att kommunala näringslivsrådgivare från flera kommuner går samman och skapar gemensamma plattformar för erfarenhetsutbyte och lärande, där även aktörer från det lokala näringslivet deltar, för att utveckla program riktade särskilt mot företag som drivs av kvinnor. Här torde regionala och statliga organisationer kunna användas som stöd, såsom Almi och Nyföretagarcentrum.

REKOMMENDATIONER TILL LÄNSSTYRELSEN

Vi vill inledningsvis framhålla det positiva i att Länsstyrelsen i Västerbotten visar ett tydligt och konkret engagemang för kvinnors företagande i Västerbotten genom samarbetet i nätverket De 4K (Kompetens, Kapital, Kontakter och Kunder) och initieringen av den studie som presenteras här! Vi hoppas att dessa satsningar utgör aktuella illustrationer av ett stabilt och långsiktigt åtagande. Nedan lyfter vi fram ett par möjligheter för Länsstyrelsen att gå vidare i sitt åtagande för att stimulera och stötta kvinnors företagande i länet.

Vi menar att kommunerna och deras näringslivsrådgivare/motsvarande innehar en nyckelroll att etablera och stärka det lokala stödet och synliggörandet av kvinnors företagande. Den kommunvisa kartläggningen visade på stora variationer mellan kommunerna i detta avseende. Vi rekommenderar att Länsstyrelsen tar på sig en samordnande roll att organisera ett regelbundet erfarenhetsutbyte och nätverkande mellan kommunernas näringslivsenheter i syfte för kommunerna att lära av och med varandra och därigenom reducera den onödiga variationen mellan olika kommuners näringslivsengagemang.

En långsiktig och ambitiös ansats vore att organisera en s.k. "trippelhelix" med särskilt fokus på kvinnors företagande, där Länsstyrelsen intar funktionen som förmedlande aktör mellan näringsliv och universitet. Det innebär en uppskruvad ambitionsnivå med målsättning i linje med de rekommendationer som ovan gavs till kvinnor som driver företag respektive till kommunerna i Västerbotten. En trippelhelix är en form av samarbete mellan akademien, näringslivet och offentliga myndigheter i syfte att skapa och främja regional innovation och utveckling. För att främja kvinnors företagande i Västerbotten kan en trippelhelix skapas med följande aktörer:



HANDELSHÖGSKOLAN UMEÅ UNIVERSITET

Från akademien: Handelshögskolan vid Umeå universitet bidrar med kunskap om systematiskt regionalt innovationsarbete, om lokal näringslivsutveckling och om affärsutveckling på företagsnivå. Forskare inom entreprenörskap, affärsutveckling och interorganisatoriskt samarbete kan följa med och studera processen, men även stötta och vägleda utvecklingen. (Detta är förstås avhängigt tillgängliga forskare och resurser.) Det kan möjligen vara relevant att även inbjuda Uminova Innovation eller Expression Umeå i samarbetet, vilka verkar som företagsinkubatorer.

Från näringslivet är företag som drivs av kvinnor den centrala målgruppen för trippelhelixen, och deltar för att lära av och med varandra och utveckla affärsmöjligheter i kommuner och länet. Även andra företagare bör ingå i samarbetet, som bollplank och mentorer. Det vore också fördelaktigt om fristående aktörer såsom Sparbanksstiftelsen Norrlands Riskkapitalstiftelse eller Norrlandsfonden kan delta med stöd och eventuell finansiering. Vidare finns det ett flertal näringslivsanknutna ideella organisationer som ägnar sig åt rådgivning och nätverkande för nystartade företag och tillväxtföretag; vi kan här nämna IUC Norr, Svenskt Näringsliv, Företagarna, Handelskammaren och Coompanion, respektive affärsdrivande konsultföretag såsom Ernst & Young eller PWC. Representanter från någon eller några av dessa organisationer kan bjudas in till samarbetet.

Från den offentliga sfären blir kommunala näringslivsrådgivare och andra representanter från kommunsektorn en given aktörskategori. Vi bedömer att det vore lämpligt att börja med ett urval av särskilt intresserade kommuner i länet, för att starta detta samarbete i mindre skala. Om modellen visar sig framgångsrik kan den expanderas till fler kommuner. Andra offentliga aktörer som kan ingå i en trippelhelix för att främja kvinnors företagande kan vara Almi eller Tillväxtverket. Vidare bör en förbindelse med Region Västerbottens enhet för näringsliv och samhällsbyggnad etableras då denna arbetar med övergripande regional utveckling inklusive att stötta entreprenörskap och näringslivsutveckling i länet.

Som moderator med ansvar för att initiera, organisera plattform och koordinera de tre aktörsgruppernas samarbete menar vi att Länsstyrelsen i Västerbotten vore lämplig.

Vi hoppas att detta förslag framstår som intressant att gå vidare med i en fortsatt dialog!