

Studierapport

Utvärdering av coaching och mentorskap för kvinnliga företagare. *En studie av kvinnliga uppfinnare, innovatörer, entreprenörer och företagare.*

Elisabeth Landgren
ebeth.landgren@gmail.com



Sammanfattning

Denna studie undersöker hur coachning- och mentorskaps-processer kan användas för att skapa mervärde för kvinnor i uppfinnare- och innovationssammanhang samt i kvinnors roll som entreprenör och företagare.

Primärt har jag undersökt hur en strukturerad coachnings och mentorskapsinsats upplevs och värderas (i form av engagemang och lärande) av entreprenörer och företagare under företagets tidigaste utveckling men också gällande etablerade företag. Sekundära frågeställningar har varit att studera i vilken utsträckning sådana coachningar- och mentorskapsinsatser kan påverka företagets och företagarens utveckling. Jag har även studerat hur kvinnorna själva utvecklats i sin roll som företagare för att få ut sin uppfinning/innovation på marknaden och för att utöka företagets lönsamhet och resultat. Kvinnorna själva har inkommit med förslag som gynnar deras arbete med att exempelvis få ut sin uppfinning/innovation eller utöka sitt företag.

Av de 46 kvinnor som deltog i studien var majoriteten egenföretagare utan anställda och flera hade mångårig erfarenhet som företagare. De upplevde sig som riskbenägna och deltagandet i mentor- coachnings programmet var ett aktivt beslut.

En majoritet av kvinnorna upplevde att programmen gav den möjlighet att utveckla sitt företag ytterligare speciellt i form av en förbättrad affärsidé och affärsplan. Totalt upplevde 80 % att deltagande i något av programmen var väl investerad tid. Som resultat av MentorRing programmet kom en tredjedel av deltagarna ut med en ny produkt på marknaden och hälften fick uppslag till nya innovationer och/eller produkter. Sammantaget uppfattades samtliga mentor- och coachningsprogram som mycket positivt och två tredjedelar av deltagarna var intresserade av ytterligare kompetenshöjande möjligheter och insatser.

Bakgrund

Kvinnors företagande i Sverige

Coachning och mentorskap används alltmer i organisations- och företagssammanhang i syfte att stimulera personlig utveckling, och för att åstadkomma en positiv kompetensutveckling hos individen. Det är också ett "instrument" för att främja kunskapsöverföring från coach/mentor till individen/företagaren. Organisationer kan med fördel också använda coachning och mentorskapsom metod för karriärsutveckling, vilket gynnar både de anställda och företaget.

Under det senaste decenniet har det riktats ett allt större intresse från politiskt håll för att främja kvinnors företagande (se Tillväxtverkets rapporter: 1) Öppna upp, 2)Två steg fram och ett tillbaka?, 3) Utvärdering av sju pilotprojekt, 4)Ta täten! Slutrapport. Alla utgivna Stockholm 2015). Detta var en del av ett uppdrag från regeringen att ta fram en nationell strategi för hur kvinnor och män kan ta del av företagsfrämjande åtgärder på lika villkor. Rapporterna var bland annat avsedda för att ge insikter och kunskap

om vad som krävs för en framgångsrik insats. Bland annat lyfte man fram behovet att "skapa nya kanaler och nätverk för samverkan med den ideella sektorn på lokal nivå, liksom insatser för att skapa informella mötesplatser (se Tillväxtverkets rapport 1) Öppna upp. Man konstaterade bland annat att "för en grupp i främjarsystemet – affärsrådgivare och coacher behövs dock fler verktyg för att säkerställa det som kallas genusmedvetna rådgivningsprocessen". (se Tillväxtverkets slutrapport, 4) Ta täten)

SCB

I Sverige är det fler män än kvinnor som är företagare. År 2013 fanns det totalt 424 000 företagare varav 119 800 kvinnor och 304 200 män, vilket betyder att Sveriges företagare bestod av 28 procent kvinnor och 72 procent män. Detta är en fördelning som inte nämnvärt förändrats under de senaste åren. Det som också är tydligt är att kvinnors och mäns företagande fördelar sig olika inom olika branscher och näringsgrenar. Utbildningsväsendet var den näringsgren bland de egna företagarna som hade jämn könsfördelning. Endast två branscher var kvinnodominerade; vård och omsorg liksom branschen för personliga och kulturella tjänster (bl.a. föreläsare och journalistverksamhet på frilansbasis), alla andra branscher var mansdominerade (5) SCB 2014)

Mentorskap och coaching

ALMI och Nyföretagarcentrum samarbetar ofta för att erbjuda coaching- och mentor-adeptprogram. Samarbetet skiljer sig dock från ort till ort. Mentorskapprogram har funnits under många år och på flera håll i landet, ofta kopplat till enskilda personer, coacher och mentorers engagemang. Adepter och mentorer har, beroende på hur matchningen, haft stora utbyten av varandra under programmen. 7) *M. Jönsson och I. Uvelius Mentorskap i praktiken – Om kunskapsutbytet i mötet mellan mentor och adept vid en personalutbildning*. Alltså inte enbart en enkelriktad väg. Som mentor finns mycket att lära inom de yngres generationers nya affärsområden, innovationer och entreprenörskap. I ALMIs rådgivning i innovationscoaching har det framkommit skiftande erfarenheter. Det finns mycket mer som ALMI kan göra för kvinnliga innovatörer och entreprenörer. ALMI behöver ett fungerande genustänk hos varje rådgivare. Paradox som återfinns även här, så finns det några som är tacksamma för hjälp som de har fått från ALMI.

Svenska Uppfinnareföreningen har tagit fram en metod som heter MentorRing och som är ett koncept som möjliggör att en uppfinning/innovation snabbare ska komma ut på marknaden. Metoden MentorRing har ca tio stycken deltagare som träffas under ett år eller kortare, upplägget innehåller även företagsfrågor. I konceptet MentorRing blir alla mentorer och coacher till varandra. Nya nätverk öppnas upp för varandra. Kunskap, erfarenhet och klokhet inom alla områden kommer fram på ett sätt som annars inte har varit möjligt. Kvinnor har av tradition oftast inte egna stora nätverk inom innovations och affärsvärlden utan får jobba sig in i de manliga strukturerna och arbeta utifrån ett manligt genusperspektiv. Vidare har kvinnorna själva i MentorRing gruppen kommit med tips om förbättring av produkten/tjänsten. Det har varit en konstruktiv kritik om att utveckla en produkt eller tjänst. Det har även kommit tankar om att en specifik idé/tjänst/produkt kanske behöver läggas på is eller helt enkelt läggas ner. Gruppens processledare håller sig till givna punkter för att föra

gruppen framåt och har också uppgiften att hålla alla deltagare inom en avspänd och lärorik ram.

2. Problemformulering, primärt och sekundära mål

Den generella frågeställningen är hur coachning- och mentorskaps processerna kan användas för att skapa värde i uppfinnar- och innovationssammanhang. Primärt i min studie har jag undersökt hur en strukturerad coachning- och mentorskapsinsats upplevs under företagets tidiga utveckling. Detta har jag undersökt genom ett strukturerat frågeformulär. Sekundära frågeställningar har varit att studera i vilken utsträckning dessa insatser kan påverka företagets utveckling och resultat.

Kan vi utifrån kontexten som idag råder och som finns inom de befintliga statliga och regionala främjandesystem för innovationer och företagande, få till stånd en förändring? Kan vi gå från teori till praktisk handling som bör råda i vår verklighet. Underlag från min studie samt andra studier som tangerar min pekar på vad som kvinnor behöver? Teorier i sig, gör inte skillnad. Det som behövs är en beteendeförändring inom befintliga system och ibland hos vissa rådgivare.

2 Syfte

Syftet har varit att undersöka vilka förbättringar och helst förändringar som kan göras för att underlätta kvinnors arbetssätt inom uppfinningar/innovationer och företagande/entreprenörskap och affärsverksamhet.

Studien syftar också till att genom de förslag som inkommit från kvinnorna själva kunna ge beslutsfattare kunskap för att skapa en förändring i främjandesystemet. I vilken utsträckning kan ett genustänkande utvecklas för att passa in även på kvinnliga företagare?

3 Metod

Mellan november till december 2016 sändes en Web-enkät till 65 kvinnliga entreprenörer, innovatörer och företagare. Totalt svarade 46 kvinnor på enkäten (svarsfrekvens 71%) i åldrarna 24 - 72 år. Alla deltagare svarade på 37 frågor i web-enkäten om bakgrund, tidigare erfarenheter, motivationsfaktorer och drivkrafter. Därutöver svarade deltagarna på ett validerat frågeformulär om entreprenöriell intention enligt Theory of Planned Behaviour (TPB; Icek Aijzen). Utöver web-enkäten och TPB-enkäten gjordes djupintervjuer med fem kvinnor.

Inklusion, exklusion

För undersökningen selekterades enbart kvinnliga innovatörer/uppfinnare, entreprenörer och företagare enligt följande kriterier;

Inklusion

Ålder 20 – 75 år

Svenska medborgare

Deltagit i mentorskaps-coaching program åren 2006-2016

Exklusion

Manligt kön

Personer som inte identifierade sig som företagare

Svårigheter att svara på enkätfrågorna

Många upplevde web-enkätformatet som positivt. De som responderat svarade utan att påverkas av intervjuaren eller andra deltagare. Förutom informationsfrågor såsom namn, företagsnamn, ålder och mejladress besvarades 37 strukturerade öppna och specifika frågor har besvarats som utgör ett validerat frågeformulär relaterat till entreprenöriell intention och beteende (TBP Icek Ajzen). På tre frågor fanns det utrymme för att vidareutveckla individuella svar, som analyserats utifrån den textmassan. TBP instrumentet har en dokumenterad validitet och reliabilitet mätning av entreprenöriell intention och beteende.

Avgränsningar

Denna studie har sina avgränsningar framför allt avseende gruppen som studerats – svenska kvinnliga innovatörer/uppfinnare, entreprenörer/företagare. Jag kan inte dra konklusioner till entreprenörskap generellt eller kvinnliga entreprenörer i ett internationellt perspektiv.

4 Resultat

De kvinnor som deltog i studien hade deltagit i mento- och coachnings-aktiviteter i regi av ALMI, Nyföretagarcentrum eller MentorRing via SUF (Fig 2-4). Flertalet hade mångårig erfarenhet som företagare (Fig 5), och ägnade sig åt sitt företag på hel - eller halvtid (Fig 6). Många hade tidigare erfarenhet från styrelsearbete (Fig 7) och flera hade annan förvärvsverksamhet utöver sitt företag (Fig 8). En majoritet (76%) hade inga anställda, medan 7% hade 5 anställda eller fler (Fig 9). Intressant var också att över 50% av deltagarna upplevde sig som ganska eller mycket riskbenägna (Fig 10). Deltagandet i mentor- och coachningsprogram var ett aktivt beslut (Fig 11), och en majoritet (76%) upplevde att programmen hjälpte dem att bygga vidare på sina styrkor och komma till rätta med sina svagheter (Fig 13). Deltagarna upplevde generellt sin mentor/coach som kompetent (Fig 14), och att de gavs tid för att hitta lösningar på de problem de hade i sitt företagande (Fig 15).

Intressant var att en majoritet av deltagarna (65 %) upplevde att programmet medförde att de kunde utveckla sitt företag ytterligare (Fig 16), specifikt i termer av en förbättrad affärsidé och affärsplan (52 %) (Fig 17). Över 80% av deltagarna ansåg att det var väl investerad tid (Fig 18), och att det medförde en mer realistisk handlingsplan för deras individuella företagande (Fig 19). För mer än en tredjedel bidrog programmet till att den kvinnliga innovatören/entreprenören kom ut med sin produkt på marknaden (Fig 20). För många (20/46) innebar programmet också att de fick uppslag till nya innovationer eller produkter. (Fig 21).

Många av deltagarna i programmet (45%) upplevde att de fick påtagligt stöd och inspiration av sina "kollegor" (Fig 22), och att de upplevde gruppövningar som positiva (Fig 23). Den samlade bedömningen av de olika programmen från deltagarnas sida var mycket positiv, och hela 67% var intresserade av ytterligare möjligheter till kompetensutveckling (Fig 24).

När det gällde undersökningen om entreprenöriella ambitioner och intentioner, och upplevd beteendekontroll så upplevde en majoritet en stor tillförsikt (Fig 28 – 31) vad gäller kompetens och drivkrafter. I allmänhet hade de personer i sin omgivning som de upplevde att de uppmuntrades av (Fig 32-33). Däremot fanns det en utbredd uppfattning (76%) att infrastrukturen för uppstart av nya företag var dålig eller kunde förbättras (Fig 34).

Generellt var de kvinnliga företagarnas intentioner för nyföretagande höga, och 63% var helt eller delvis positiva (Fig 35), och en majoritet ville syssla med eget företagande på heltid (Fig 36). De var även positiva till att deras barn skulle bli egna företagare (70%).

5. Analys och diskussion

I olika rapporter från, Tillväxtverket se ^{1),2),3),4)}, VINNOVA ⁸⁾, SCB ⁵⁾ med flera finns det i rapporter tankar om att vi behöver byta spår för att nå ut till fler kvinnor. Med den kunskap vi nu har är det dags att gå från teori till handling, så att kvinnors innovations-, entreprenörskap och företagande kan ges andra förutsättningar och att den normgivande rådande strukturen som nu existerar i bland annat innovationssystemen ska förändras.

VINNOVA ⁸⁾ är Sveriges innovationsmyndighet och i ett flertal rapporter anger de att de ska öka konkurrenskraften hos forskare och företag i Sverige och att deras uppgift är att främja hållbar tillväxt i Sverige. Myndigheten investerar 2 miljarder kr per år i nya och pågående projekt. En viktig del av VINNOVAs verksamhet är att öka samarbete mellan företag, högskolor och universitet, forskningsinstitut och andra organisationer i innovationssystemet. Men ofta följer rapporter ett mönster, t.ex “Mobilisering för innovation” som är en baserad på diskussioner med 10 koncernledare i ledande svenska företag. I denna studie fanns ingen kvinna med... det är därför intressant att fundera över om en myndighet som VINNOVA bidrar till att konservera ett manligt normtänkande. Rapporten speglar samtidigt kvinnors osynlighet i koncernledning. T. ex i avsnittet 7.2.4 ⁷⁾ **Skapa förebilder och synliggör innovation** ur “Mobilisering för innovation”

“Det är viktigt att skapa viljan att innovera samt att uppmuntra till mod. I företagen handlar det om att uppmuntra entreprenörskap eller invadörskap, samt att se till att strukturer inte motverkar innovation och förnyelse. Det är också viktigt med ett ledarskap som ser och aktivt uppmuntrar nytänkande. Offentliga strukturer behöver även underlätta entreprenörens roll i systemet. Det innebär till exempel att anpassa strukturerna för finansiering och patent, men också att offentligt skapa förebilder och synliggöra innovation. Tyvärr är det lätt att glömma bort tjänsteinnovation när man synliggör och uppmuntrar till innovation”.

“Det finns många aktörer som kan synliggöra betydelsen av innovation bättre. Politiskt ledarskap är viktigt för att skapa innovationskultur och säkerställa spridningsbehovet av idéer och nytänkande. På samma sätt har medierna en viktig roll. Inte minst för att skapa föredömen, verka för innovationskultur och stödja viljan att innovera. Detta gäller för näringslivet, akademien och i skolan. ÅF och andra aktörer arbetar till exempel aktivt med priser, för att öka synligheten av företag som är bra innovationsförebilder”.

“Att synliggöra innovation handlar inte bara om att göra den publik. En av de största utmaningarna företag har, är att hitta innovativa idéer eller lösningar som de kan använda och sprida vidare. Det gäller framför allt från akademien. Företag har speciellt svårt att hitta rätt inom akademien när de har tvärvetenskapliga behov. Generellt upplevs akademien vara dåliga på att tala om och sprida den kunskap de har”.

Men varför glömmer VINNOVA bort kvinnorna? Det kan ju inte vara okänt att undersökningarna från ⁹⁾ Global Entrepreneurship Monitor (se GEM 2015) visar att kvinnor i Sverige i decennium efter decennium enbart utgör ca 20 % av innovatörer och entreprenörer.

I förorden i rapporten ¹⁰⁾ "Var skapades Sveriges 100 främsta innovationer?" av Christian Sandströms finns intressanta reflektioner.

En av de viktigaste frågorna för utformning av innovationspolitiken borde vara vilka innovationsmiljöer som är mest framgångsrika. Först när denna fråga är besvarad kan innovationspolitik föras på rationella grunder.

Det kanske inte är universiteten som borde stå i centrum för innovationspolitikens intresse, utan just de innovatörer och entreprenörer som skapar tillväxt i Sverige. Det är viktigt att reflektera över om alla stödfunktioner inom innovationer, utveckling, entreprenörskap och företagande också omfattar ett koncept för kvinnors företagande. Alla stödfunktioner inom innovationer, utveckling, entreprenörskap och företagande också omfattar ett koncept för kvinnor och som är sett ur genusperspektiv.

Ett intressant resultat i min studie är resultaten anger att det bör underlättas för småföretag att anställa. I studien angav 76,1 % att det inte har några anställda alls.

En viktig fråga blir därför, hur kan vi underlätta för att dessa företag ska anställa i sina företag? Om de vill anställa, alla kanske inte har den ambitionen.

Intressant är att det är många kvinnor i studien som har en annan (43,5 %) anställning vid sidan om sitt företagande för att klara sig ekonomiskt. De kvinnliga entreprenörerna i studien utvecklade sina företag med låg risk, ett resultat som överensstämmer med de data som finns i ⁹⁾ GEM undersökningarna (GEM 2014)

En annan intressant aspekt är hur riskbenägen man själv anser sig vara. Hela 10,9 % anser sig vara mycket riskbenägna och 41,3 % anser sig vara ganska riskbenägna. Sammantaget anger det att hamnar vi på 51,2 % av kvinnorna kan och vill satsa mer. Kan förutsättningar skapas och underlätta för kvinnors företagande så anger det också det också en ny möjlighet att minska arbetslösheten i Sverige. Det är egentligen en paradox i siffrorna. 51,2 % å ena sidan som är riskbenägna och 76,1 % som inte har anställda, å andra sidan? Detta är ett resultat som behöver undersökas och utvecklas vidare.

Andra intressanta fynd rör frågan om varför man anmälde sig till ett coachning-mentorsprogram. Här kom det fram att 10,9 % var allmänt intresserad av företagande och att 8,1 % specifikt ville delta i coachning-mentorsprogram. En tredjedel eller 37 % var primärt intresserade av att träffa andra innovatörer/uppfinnare, entreprenörer och företagare och 45,7 % såg det som en viktig möjlighet till kompetensutveckling.

Viktiga resultat var också relaterade till den del av studien som belyste vikten av coachen/handledaren/processledarens kompetens. Här svarade 71,6 % att den

mentor/coach man haft hjälpte till att hitta och bygga vidare på de styrkor man hade och hjälpte till att förbättra olika svagheter som den kvinnliga adepten upplevde sig ha. Man anser också att den mentor/coach man haft var tillräcklig erfaren och kompetent i den utsträckning man behöver/behövde, hela 78,3 % tyckte det. Man ansåg också att den mentor/coach man haft ägnade tillräcklig tid för att analysera uppkomna problem/hinder, så att man kunde hitta lösningar!
Totalt 69,6 % ansåg att det gjordes och 30,4 % ansåg att det inte hann göras.

Viktiga frågor i undersökningen var kopplade till vilka verktyg företag idag använder för att växa och fokusera på tillväxt så tyckte 63 % att möjligheten att ingå i mentor-coachningsgrupp har fått dem att ta fram en realistisk vision, strategi- och handlingsplan för deras företagande.

En annan viktig reflektion från studien var att endast 23,9 % har gjort "Return of Investment" (RIO) vilket kanske skiljer sig från ett manligt perspektiv. Kanske är det så att kvinnor och män ser olika drivkrafter i sitt företagande. Män fokuserar på de ekonomiska målen samt att få sitt företag att växa och kvinnor har helt andra mål som inte tillgodoses i den struktur vi har i dag i främjandesystemen.

En viktig reflektion är kvinnornas subjektiva uppfattning i vilken utsträckning det finns en väl fungerande infrastruktur och stöd för att stödja uppstart av nya företag. Här anser 23,9 % att det finns en väl fungerande infrastruktur. Medans 19,6 % inte håller med och 32,6 % håller med till viss del (32,6 %) samt 17,4 % som inte helt med. Sammantaget blir det 69,6 % som inte anser att infrastrukturen för kvinnor är optimal. Intressant är också de egna svar som ges med tankar och åsikter om förbättringar och förändringar som kommer från 34 av de 46 kvinnorna i studien som återfinns i Appendixen.

Personliga reflektioner

Min studie visar att trots de politiska riktade insatser för kvinnor och kvinnors företagande under senare år (i form av olika projekt över hela landet) så återstår mycket att göra för att utveckla främjandesystemen. Det är glädjande att vi har ett konkret exempel på att Tillväxtverket har en drivkraft till att förändra men 1) Öppna Upp! 2015- 2020, Nationella strategi för ett företagsfrämjande på lika villkor.

Det återstår även mycket hos oss själva, kvinnor ska inte förvänta sig att män ska skapa åt oss, vi får påverka politiskt och även skapa själva. Kvinnor måste peka på det som behöver korrigeras, som nu görs i min studie. Även i andra studier och rapporter påpekas behovet av förändringar. Vi kvinnor behöver också utöka vår kompetens och använda våra drivkrafter. Som jag ser finns hos många presumtiva kvinnliga företagare i vårt land.

Man kan kalla det för ett paradigmskifte när det gäller genusperspektivet för att underlätta och optimera möjligheterna för kvinnliga entreprenörer att etablera sig. Människor generellt befinner sig i olika paradigms perspektiv, och drivkrafterna för kvinnliga entreprenörer är helt enkelt annorlunda än de drivkrafter som man traditionellt ser hos män. Nytankande vad gäller kvinnligt företagande kommer säkert att möta motstånd, innan en successiv acceptans erhålls för nya perspektiv. Samhället behöver inse att förutsättningarna kan vara annorlunda för hur kvinnor

uttrycker sitt innovativa och entreprenöriella skapande. Det handlar inte enbart om teoretisk kunskap utan också om de erfarenheter som man förvärva sig genom en egen personlig utveckling.

Det som vi idag kan se som en enkel kanske även simpel och okomplicerad lösning/uppfinning/innovation kan på sikt vara revolutionerande för många människor. Ett exempel är tvättmaskinen, som som över tid frigjorde tid och kapacitet för många presumtiva kvinnliga företagare (se ¹¹⁾ Hans Rosling, Nature 2016).

Denna studie ger intressanta reflektioner som kan omvandlas till handling och även action. Till exempel projektet för den ¹⁾ Nationella strategin "Öppna upp! 2015 - 2020" som riktar sig brett till att bidra till en utveckling av det offentliga stödsystem för företagande på nationell, regional och lokal nivå för att nå det långsiktiga målet - att kvinnor och män, oavsett ålder och etnisk bakgrund och ålder ska kunna etablera företag på likvärdiga villkor...

En enskild studie i sig kan vara en början till att göra skillnad, och ett tråget arbete kommer att krävas för att nå ut. Ytterst är det Riksdag och Regering via riktade satsningar som kan ändra de vanföreställningar som behövs ändras ur ett genusperspektiv och via lagändringar. Det kan öka möjligheterna för att skapa en hållbar tillväxt i Sverige. Riksdag och Regering behöver själva vara entreprenöriella och innovativa!

Kvinnligt företagande skiljer sig i många avseenden från det man traditionellt ser hos män. Andelen kvinnliga entreprenörer är sedan decennier oförändrat och omfattar även andra branscher. En viktig observation är att det borde finnas förutsättningar för att göra riktade mentor och coaching insatser till kvinnliga företagare så att de kan anställa och utveckla sina företag, speciellt eftersom de är i sektorer som är personalintensiva, t.ex vård, omsorg och media. Detta kommer i så fall att kräva nya synsätt och policys, med åtgärder för att minska risken för småföretagare att anställa personal på hel- eller deltid eller temporärt under högre aktivitet. Det kommer att vara viktiga frågor för svensk arbetsmarknadspolitik under de närmaste åren framöver.

Post scriptum

Under arbetets gång har även nya frågor väcks hos mig, vad det gäller kvinnors sätt att jobba med innovationer/uppfinningar samt entreprenörskap/företagande. Kvinnors arbetsmetoder kommer i skymundan och stoppas idag in i en manlig struktur för att passa in i bland annat innovationssystemet. Den mest slående tanken som kommer fram när jag studerar graferna är när de riktade offentliga satsningar inte verkar komma kvinnorna till del utan att de stannar och "rullar runt" i själva infrastrukturen för innovationer och entreprenörskap. I dagens samhälle och debatt har genusperspektiv mer blivit en läpparnas bekännelse än att det skapar en förbättring och förändring för kvinnorna.

“Drivkraften i projekt beror av engagemanget hos de personer som deltar i det. I skapande och förändrande verksamheter brukar man tala om effekten som produkten av “kunna” och vilja”.

Kompetens, verktyg och resurser behövs för att kunna. Men utan vilja, alltså motivation, kommer inte mycket att hända”.

Tack

Ett stort tack till Romanusfondens styrelse för att ni har möjliggjort denna studie, utan Romanusfondens ekonomiska stöd hade detta inte varit möjligt. Jag är mycket nöjd med resultatet i studien vilket jag kommer att förvalta väl genom opinionsarbete och för att få till stånd ett förändringsarbete genom aktiva handlingar. Steg två är att skapa en vision och en handlingsplan med en tillhörande strategi samt ett effektivt lobbyistarbete. Kvinnorna i studien har så mycket erfarenhet, förslag på förändringar och de har även en stark önskan om förbättringar. Det förtroende jag har fått av dessa kvinnor tar jag på stort allvar, och jag kommer att skapa skillnad genom denna studie. När vi har ett genusperspektiv för ögonen så skapas nya vägar för att en förändring kan komma till stånd.

Professor emeritus, Thomas Hedner har varit min mentor i studien, och jag vill rikta ett speciellt varmt tack till Thomas. Diskussionerna har varit många för att hitta rätt i våra olika genusperspektiv vilket har varit givande och lärorikt. Det är just specifikt ett genusperspektiv som är till grund och den viktigaste faktorn för studien.

Jag har haft förmånen att intervju 2016 års SKAPA Pristagare *Tongyun Shen* och Årets Uppfinnarkvinna 2016 *Kristina Frisk*.

SKAPA Framtidens Innovatör 2016, Länsvinnarna för Södermanland *Josefin Andersson* med medsökande *Daniela Lundin Hatje* är också med i studien. *Ylva Ryngbeo*, *Åsa Magnusson* och *Marit Sundin*, tre tidigare vinnare av Årets Uppfinnarkvinnor de driver idag företag på sina innovationer. Jag tacksam för det gensvar jag har erhållit från alla deltagande kvinnor.

***Ett stort varmt tack till er alla som har deltagit i studien.
Elisabeth***

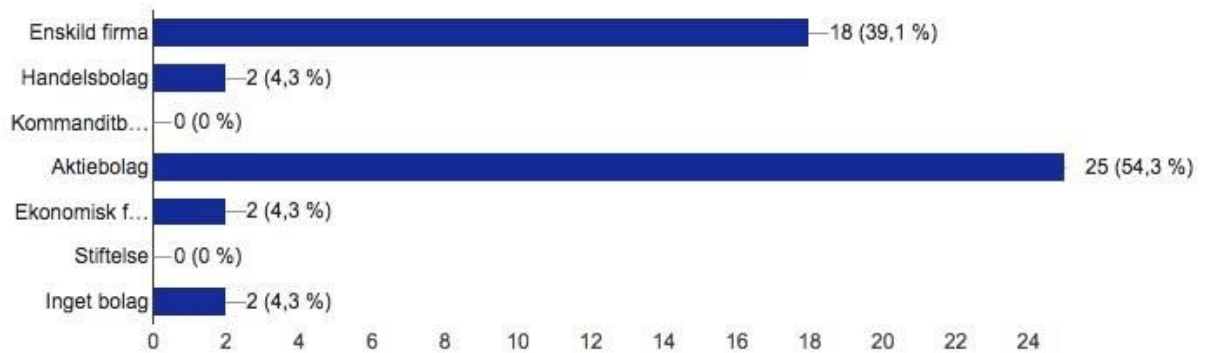
Litteraturreferenser:

- 1) Tillväxtverket Öppna upp! Nationell strategi för ett företagsfrämjande på lika villkor 2015-2020 ISBN 978-91-87903-21-2 (finns att laddas ned på www.tillvaxtverket.se/publikationer).
- 2) Två steg fram och ett tillbaka. Tillväxtverket. ISBN 978-91-87903-16-8
www.tillvaxtverket.se/publikationer)
- 3) Utvärdering av sju pilotprojekt Tillväxtverket Lärdomar från jämställdhetsintegrering av företagsfrämjande verksamhet, Slutrapport ISBN 978-91-87903-17-5
www.tillvaxtverket.se/publikationer
- 4) Ta täten! Slutrapport Tillväxtverket. ISBN 978-91-87903-18-2
www.tillvaxtverket.se/publikationer
- 5) SCB. Sju av tio företagare är män. SCB 2104.
http://www.scb.se/sv/_hitta-statistik/artiklar/sju-av-tio-foretagare-ar-man/
- 6) Mentorskap i praktiken – Om kunskapsutbytet i mötet mellan mentor och adept vid en personalutbildning. M.Jönsson & I. Uvelius HT 2012
www.diva-portal.org/smash/get/diva2:601786/FULLTEXT01.pdf
- 7) Theory of Planned Behaviour (TPB) Icek Ajzen
<http://people.umass.edu/aizen/tpb.diag.html>
- 8) VINNOVA, Skapa förebilder och synliggör innovation ur "Mobilisering för innovation" 7.2.4 http://www.vinnova.se/upload/EPiStorePDF/vr_12_07.pdf
- 9) Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015 [**Global Entrepreneurship Monitor United Kingdom 2014 Monitoring Report**](#)
- 10) Var skapades Sveriges 100 främsta innovationer? Christian Sandström
www.ratio.se/publikationer/var-skapades-sveriges-100-framsta-innovationer/
- 11) Hans Rosling, Natur 2016
www.nature.com/news/three-minutes-with-hans-rosling-will-change-your-mind-about-the-world-1.21143?WT.mc_id=SFB_NNEWS_1508_RHBox

Appendix

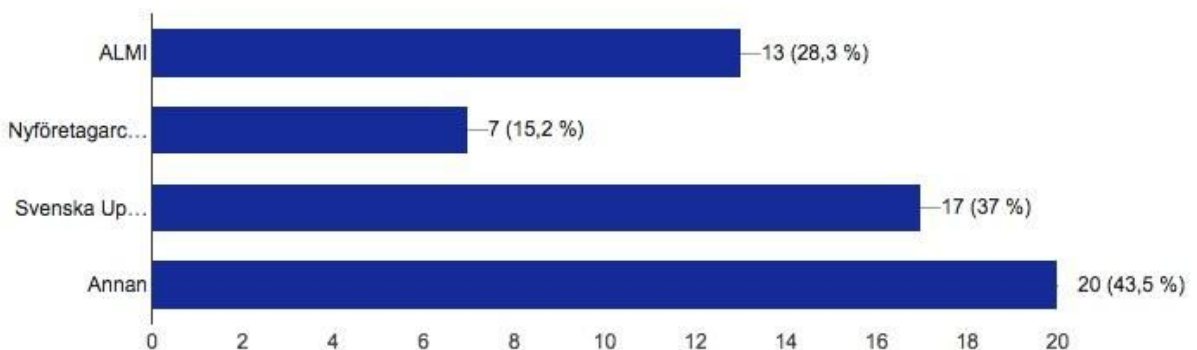
Resultat från enkätundersökningen.

1) Bolagsform (46 svar)

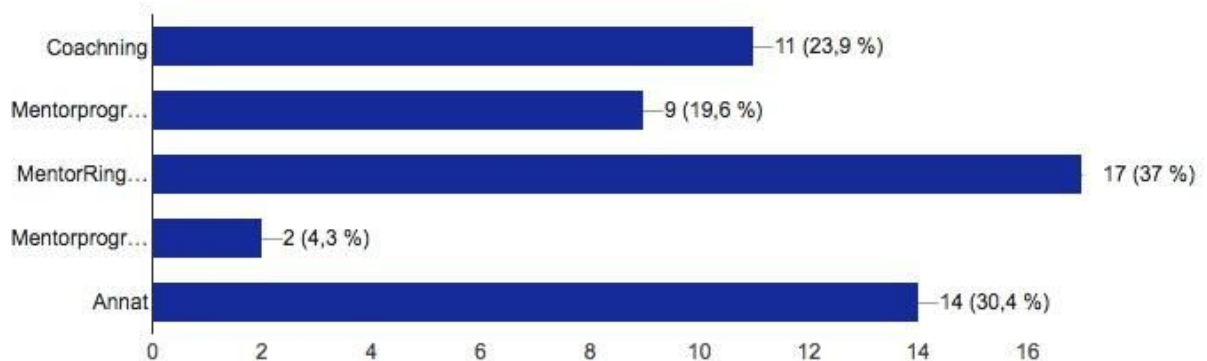


2) Den coachnings- och mentorsaktivitet du deltog i. I vems regi var aktiviteten?

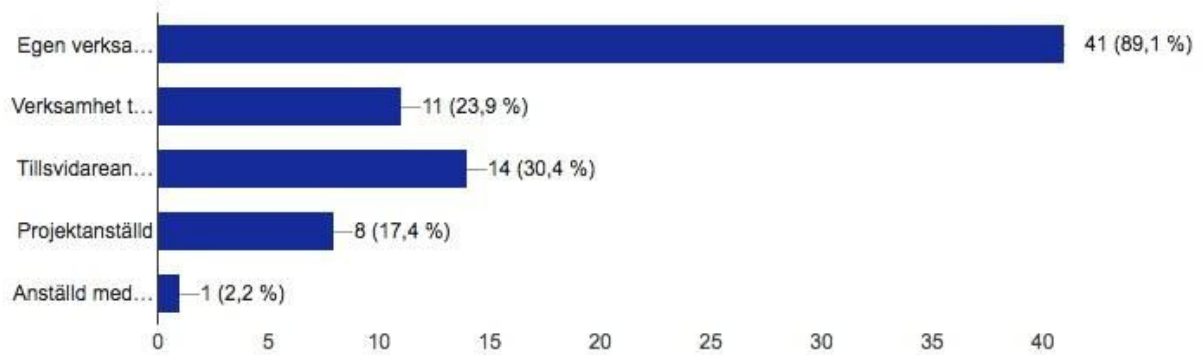
(46 svar)



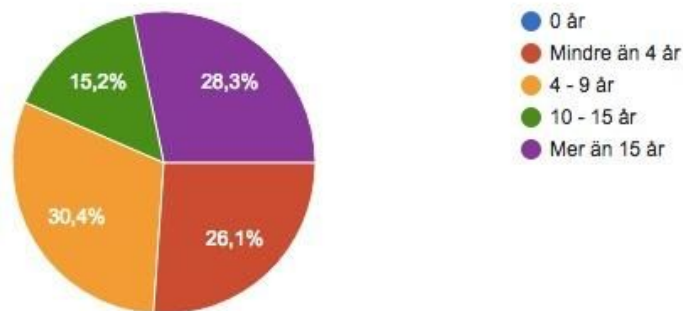
3) Vilken typ av aktivitet deltog du i? (46 svar)



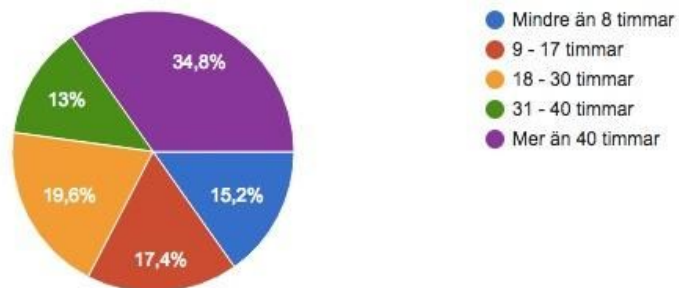
4) Vilken typ av tidigare erfarenheter har du som företagare? (46 svar)



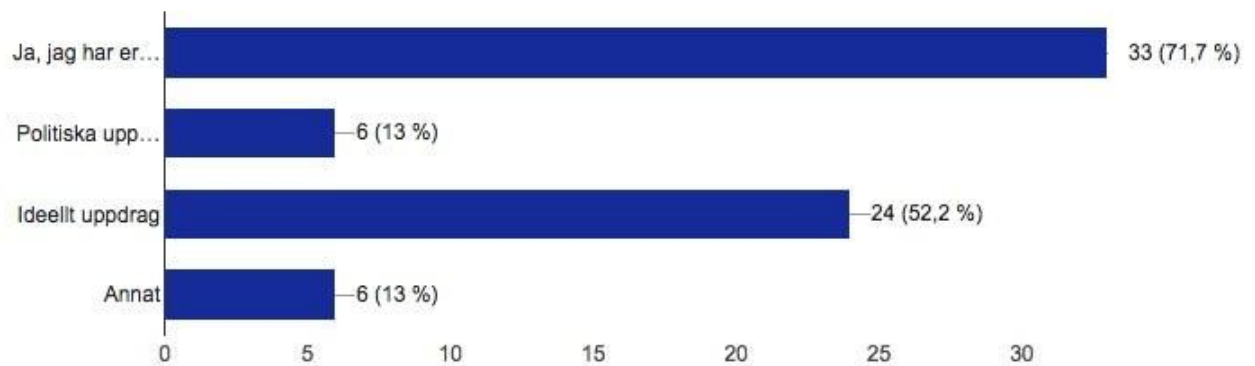
5) Antal år du har drivit företaget (46 svar)



6) Arbetstimmar per vecka som du ägnar åt ditt företagande? (46 svar)

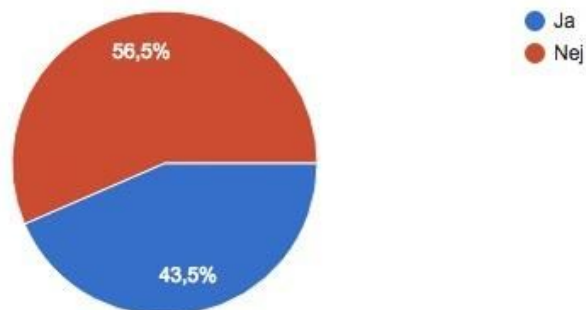


7) Tidigare erfarenheter i styrelsearbete eller liknande (46 svar)

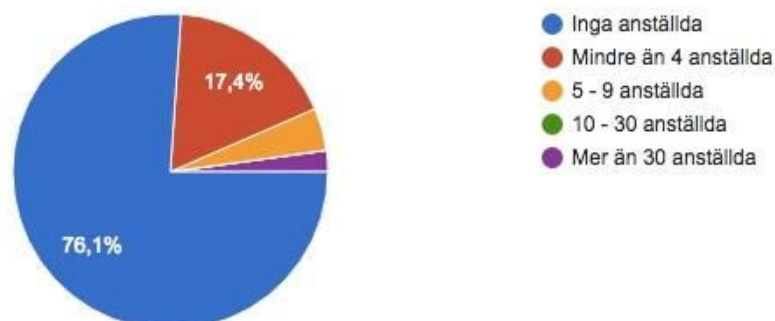


8) Har du också annan anställning/yrkesverksamhet vid sidan om ditt företagande?

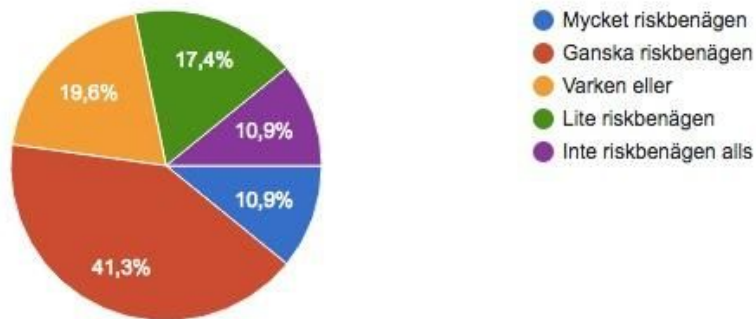
(46 svar)



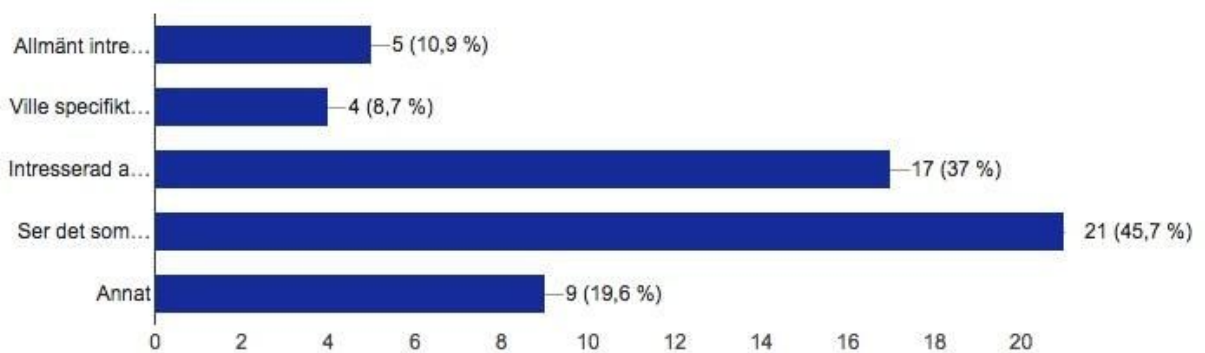
9) Vilken storlek har ditt företag/verksamhet idag? (46 svar)



10) Hur riskbenägen upplever du dig? (46 svar)

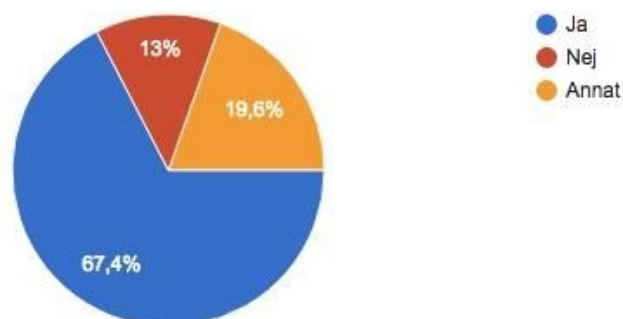


11) Varför anmälde du till ett coaching- mentorskapsprogram? (46 svar)



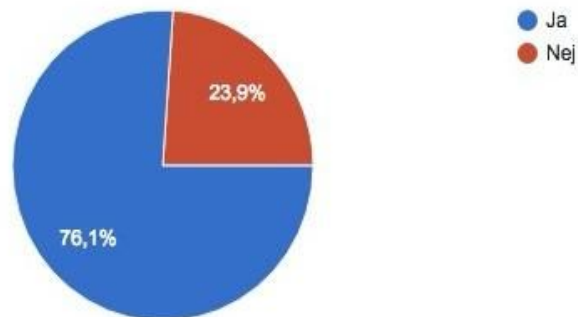
12) Gjorde du eget arbete/uppgifter med din idé/företag mellan träffarna?

(46 svar)



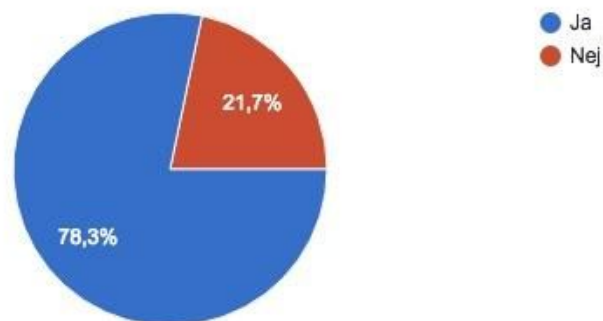
13) Min mentor/coach hjälper mig att hitta och bygga vidare mina styrkor och har hjälpt mig förbättra mina svagheter

(46 svar)



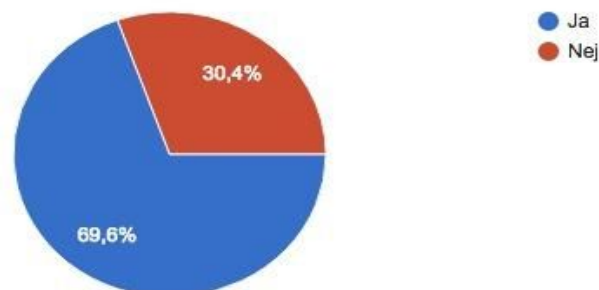
14) Anser du att din mentor/coach är/var tillräcklig erfaren och kompetent för dig i den utsträckning du behöver/behövde

(46 svar)



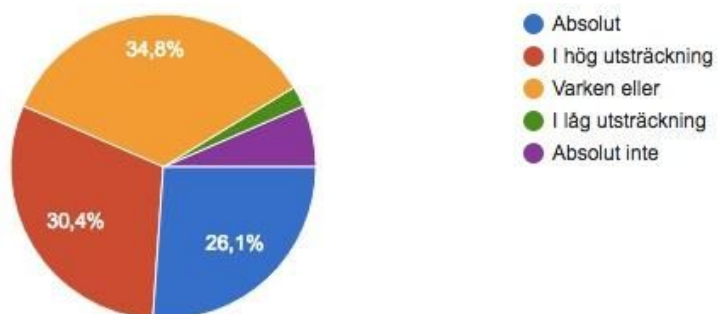
15) Anser du att din mentor/coach ägnade tillräcklig tid åt dig för att analysera uppkomna problem/hinder, så att du kunde hitta lösningar?

(46 svar)



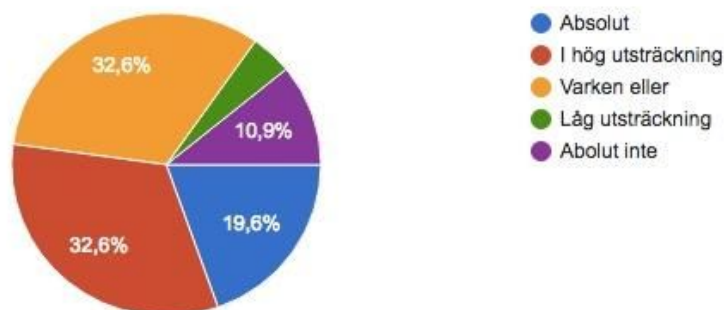
16) Anser du att mentor- coachprogrammet hade tillräckliga resurser/möjligheter för att hjälpa dig utveckla din idé/företag?

(46 svar)



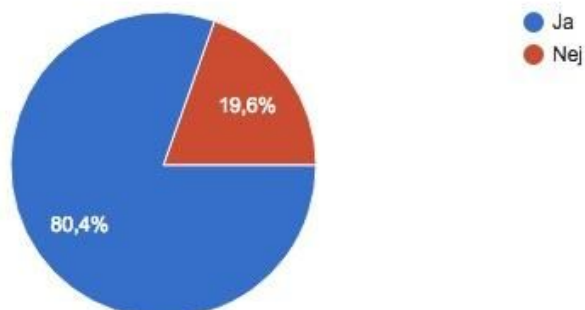
17) Anser du att mentor- coachprogrammet har hjälpt dig komma närmare en utvecklande och hållbar affärsidé och affärsplan med tydliga mål

(46 svar)



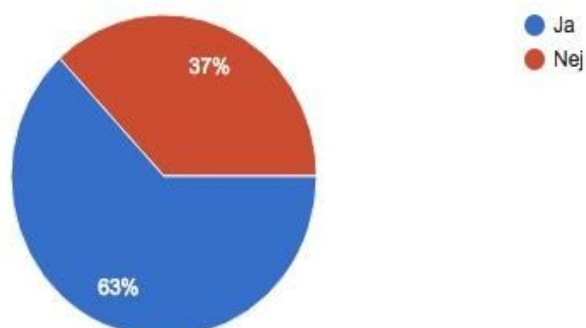
18) Att ingå i mentor- coachprogrammet har varit en bra investering av min tid på väg mot nästa steg i företaget

(46 svar)



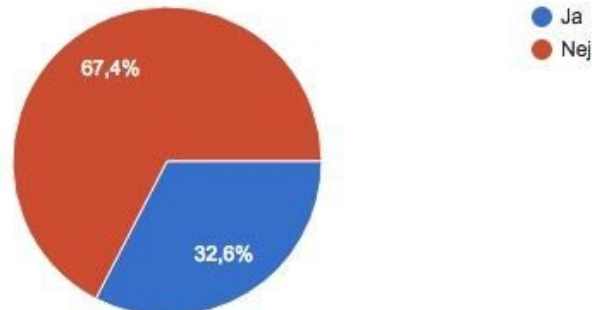
19) Att ingå i mentor- coachninggruppen har fått mig att ta fram en realistisk vision, strategi- och handlingsplan för mitt företagande

(46 svar)



20) Medförde programmet att din uppfinning/innovation kom ut på marknaden?

(46 svar)



21) Hjälpte dig programmet att skapa nya uppfinningar/innovationer/produkter? Hur många i så fall?(20 svar)

6 produkter

Programmet hjälpte mig dels att få kontakt med Almi och utveckla min uppfinning, sedan hjälpte mig programmet att få fram en helt ny idé som sedan blev mitt företag, utan den stöttning av mentor och andra uppfinnare på plats hade detta inte hänt i denna form, för det de som "lockade" fram idén.

3 stycken

2

Nej, jag utgick från den tjänsten jag sålde och arbetade vidare med den.

Ja, en ny dryck

Jag säljer bara tjänster, och dessa är nu ute på marknaden, ca 10 st.

Två

Delvis använder metoder och verktyg i mitt företagande och framtagning av nya tjänster mm

3

Fick inspiration till fler produkter

Ja

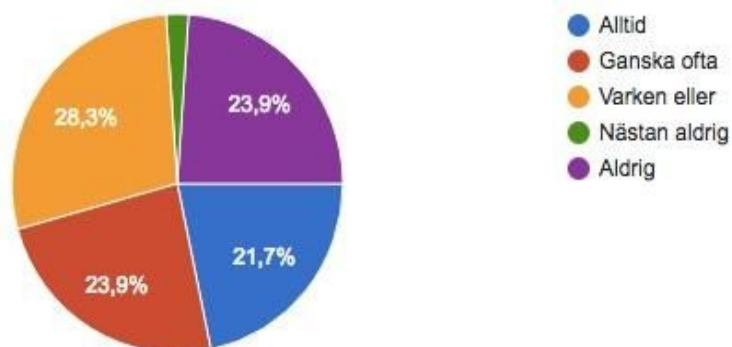
Nej, det skapar vi själva

Adepten bytte företagsidé och "gjorde sin dröm". Är nu framgångsrik inom sitt område. Rådgivaren släppte igenom en ohållbar idé. Adepten valde mig efter att ha pratat ihop sig med någon annan först. Slumpen gjorde skillnaden. Inte ok.

5 stycken

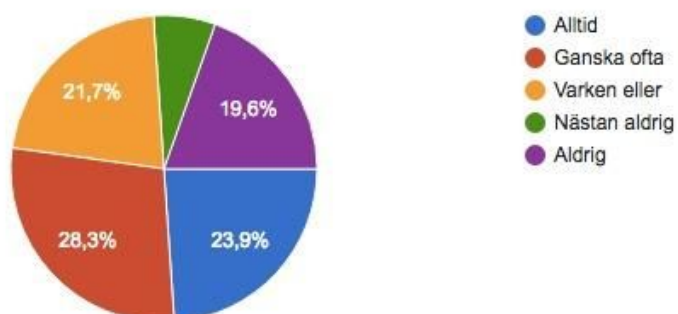
22) Jag har fått stöd och idéer av de andra deltagare i mentor-coachninggruppen

(46 svar)

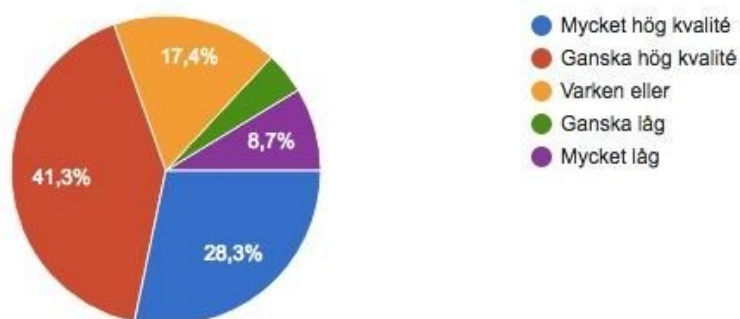


23) Att arbeta med gruppövningar har varit ett bra inslag i mentor-coachningsgruppen

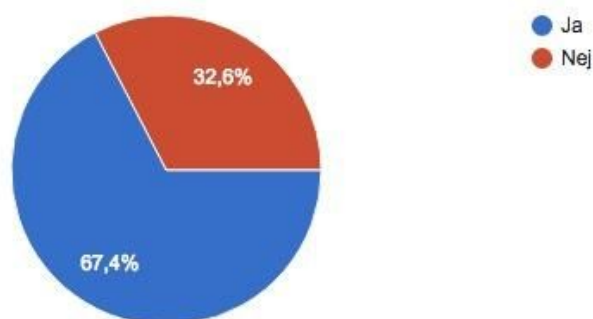
(46 svar)



24) Hur upplevde du mentor- coachningsprogrammet som helhet? (46 svar)



25) Är du intresserad av ytterligare kompetensutvecklingsmöjligheter? (46 svar)



Konkreta förslag från kvinnorna i studien

Nätverk för inspiration

Det skulle vara av intresse med en liknande övning som MentorRing, fast för kvinnligt styrelsearbete -fler kvinnor behövs i styrelser och genom att coacha och nätverka kring detta tror jag att det skulle vara möjligt att höja dagens siffror

Få ut produkter på marknaden

Mentorskap, coaching och idéutveckling

Exportmarknad och försäljning

Riktade marknadsföringsåtgärder.

Vill få en ny möjlighet till coaching som är mer givande eftersom jag var missnöjd med det förra som drevs i XXXX-bolagens regi.

Om ett år vill jag ha specifikt om försäljningsbiten. Sälja in sin produkt till annat företag. Ska det vara en svensk produkt rakt igenom för att utveckla min andra idé eller ska jag försöka sälja in till ett utländskt företag med större möjligheter så jag kan få Royalty?

Nätverk

Arbete i styrelse, förtydligande av roller och hur man skriver egna avtal mellan samarbetspartners.

jag hade velat ha mindre föreläsande gäster och mer av vår egen mentor som jag var så nöjd med

XXX XXX fantastisk kvinna

Neuroledarskap och AI

Vill gärna se att MentorRing-projekt startas. Även för "etablerade" uppfinnare för att kunna utveckla verksamheten.

Mer individuellt anpassad hjälp, precis som alla andra tycker jag mig ha en helt unik situation, väldigt olik att starta en pizzeria, i huset där det alltid legat en pizzeria, som min bror ägde precis innan mig.....

Att få hålla kontakten och veta vad som händer med oss som gick MentorRing runt i Sverige, finns via Fb men liten aktivitet...

Finansieringsmöjligheter och framskrivning av budget och finansplan. Hjälp att söka bidrag, Fördjupning av strategi och handlingsplan. Kompetensutveckling med studiebesök inom mitt eget område.

Kring finansiering

Budgetarbete, export/import

Att få ut produkterna på marknaden

Införskaffande av kapital. Skatterådgivning som småföretagare.

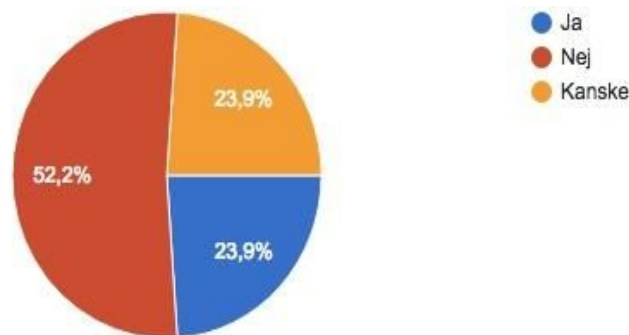
Företaget har blivit större och nya utmaningar har dök upp. Söker mentor för att ta mig vidare i dessa nya kommande utmaningar

Bör tilläggas: jag har inte gått ett mentorskapsprogram. Jag har en mentor inom min bransch som jag själv har funnit. Därav svarar jag på denna enkät i förhållande till detta - dvs jag har inte gått ett mentorskapsprogram utan jag har en mentor, helt enkelt:)

marknadsföring på sociala medier

27) Har du kunnat utvärdera de konkreta effekterna av programmet/din insats i rent ekonomiska termer, t.ex "Return on Investment" (ROI) som betyder = bruttovinst/omsättning uttryckt i procent där allt under 100 % innebär en förlust och vice versa. Om du omsatt (satsat) 10 000 kr och fått tillbaka 8 000 kr så har du: Avkastning - 20 % (-2 000/10 000) ROI 80 % (8 000/10 000)

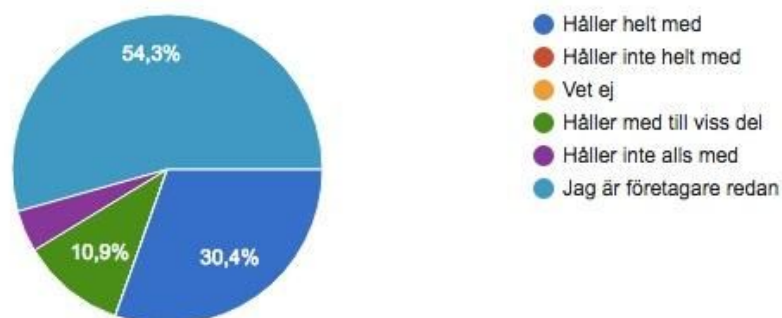
(46 svar)



Del 2 Dina entreprenöriella ambitioner

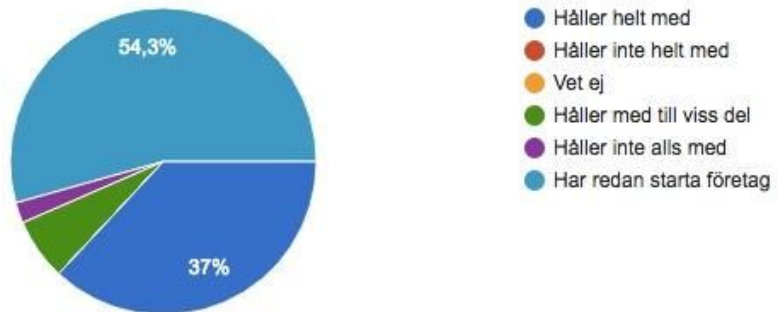
28) Upplevd beteendekontroll: Jag är övertygad om att jag skulle lyckas om jag startade ett eget företag.

(46 svar)



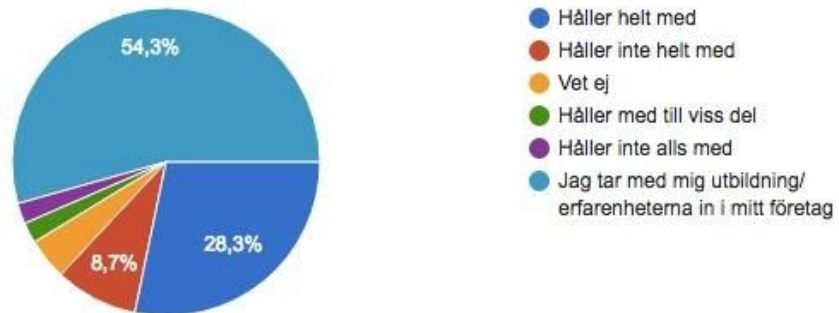
29) Upplevd beteendekontroll: Det skulle vara lätt för mig att starta ett företag

(46 svar)



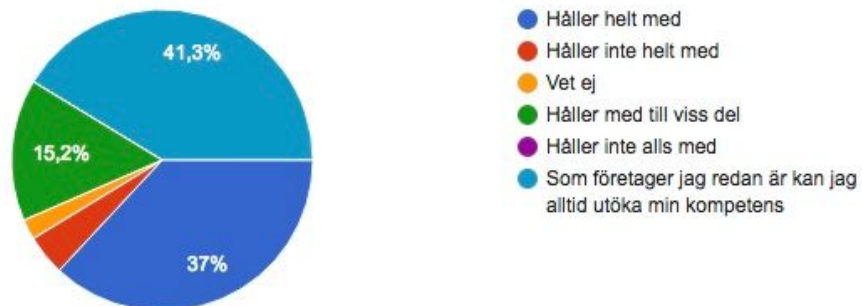
30) Upplevd beteendekontroll: Att starta eget företag skulle förmodligen vara det bästa sättet för mig att dra nytta av min utbildning/erfarenhet

(46 svar)



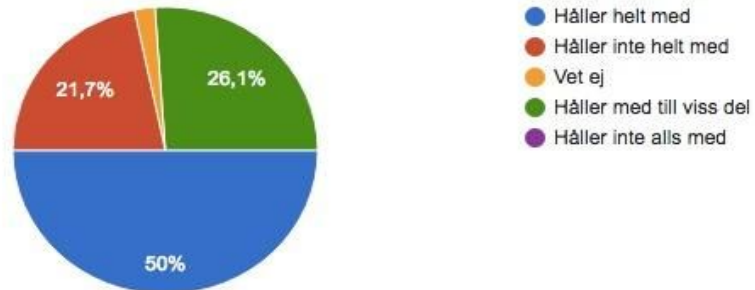
31) Upplevd beteendekontroll: Jag har den kompetens och kapacitet som krävs för att lyckas som entreprenör

(46 svar)



32) Subjektiv norm: I min omgivning, uppmuntras människor att fullfölja sina egna idéer

(46 svar)



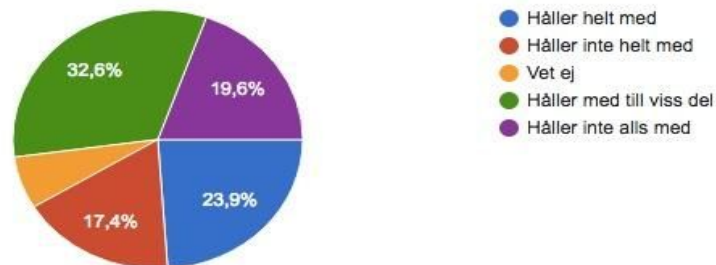
33) Subjektiv norm: I min omgivning får jag träffa massor människor med goda idéer för nya företag

(46 svar)



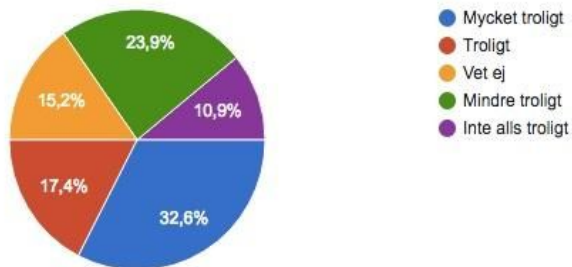
34) Subjektiv form: Det finns en väl fungerande infrastruktur och stöd för att stödja uppstart av nya företag

(46 svar)

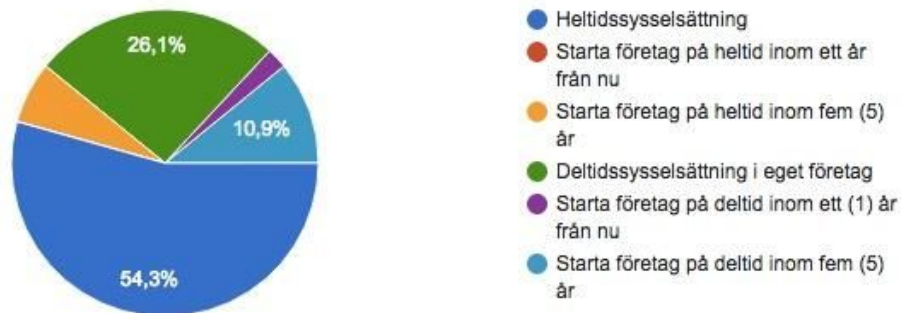


35) Entreprenöriell intention: Hur troligt är det att du kommer att starta ett nytt företag, eller ett till företag.

(46 svar)

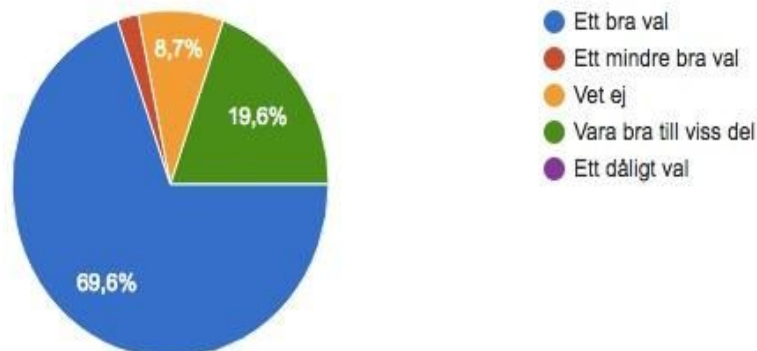


36) Entreprenöriell intention (46 svar)



37) Entreprenöriell intention: Om mitt barn beslutar att starta eget företag, skulle jag själv anse det vara...

(46 svar)



Är det något du vill tillägga, använd fältet nedan eller skriv i separat mejl till studierapport@gmail.com

(21 svar)

Egna svar till fråga 34

I X-stad är inte infrastrukturen lika positiv som i X-stad. Det finns en struktur med nyföretagare centrum, Almi, olika startup forum, men de är väldigt inriktade på avknoppningar från Universitetet och tekniska ideér föredras så det är ok, men kan bli bättre.

Det beror mycket på vem man träffar i dessa sammanhang. Personlig vägledning

För höga skatter, ingen politiker förstår vilket arbete det är att driva företag i Sverige

Behövs mer utveckling för långsiktigt företagsuppbyggande. Det är t.ex svårt och väldigt kostsamt att anställa. I stort behöver alla innovatörer en säljare.

Även XX, min man har hjälpt mig då han är egen företagare. En bankkontakt har också varit till stor hjälp.

På högskolan fick vi mycket stöttning och stöd (XXXX), Skatteverket höll regelbundna träffar, XXXX XXXX en miljö för möte och ALMI som har nyföretagarträffar.

Jag behöver ett lån för att det ska fungera bättre

I Sverige är det lätt att komma igång, men svårt att få det att gå runt över tid pga politiska beslut. Man får slita ihjäl sig som småföretagare.

Det finns för få innovationsrådgivare och för lite bidrag till nya idéer.

Samhället/politiker utger sig för att vilja ha fler entreprenörer och företagare. Men min erfarenhet är att entreprenören lämnas - i stort sett helt - ensam i sitt risktagande och i sin utveckling. Entreprenören kan delta i div projekt, men dessa är ofta för breda för att på ett tidseffektivt sätt kunna stödja entreprenören i sin verksamhet. Efter att ha deltagit i ett antal EU finansierade projekt (varav ett av dessa som jag hänvisar till i frågorna mentorskap) väljer jag aktivt numera bort att delta i storgruppsprojekt där man tror sig kunna stödja entreprenörer med hjälp av någon form av hagelböss-teknik. SOm företagare kan man vara med om det upplägget några gånger, summa summarum blir det ett antal trevliga möten. Men det fungerar inte vad gäller effektivt tidsutnyttjande för att ge företagaren den "bost" man kan behöva för att lyfta!

Det finns inte det kapital man behöver när man behöver det, tydliga ramar är okey, men ändå skulle det vara viktigare att man får välja själv till vad man behöver dem till. För någon kanske en allmän kurs i marknadsföring, medan någon annan får en mycket bättre skjuts av att få ekonomisk hjälp att göra en riktig fotograferingssession för hemsida, visitkort etc. Eller handgriplig hjälp att sitta tillsammans med någon och fylla i en affärsidé från början till slut, alternativt en rejäl grundplåt att anlita en patentbyrå.

Det har inte funnits någon instans tidigare som tagit (framförallt kvinnligt!) företagande på allvar. Inget intresse att se möjligheter i ny bransch. Möts av trångsynthet, avundsjuka och etablerade kluster där ingen släpps in. Alltid samma svar... Antingen är jag för tidig med en idé för att få stöd eller kommit för långt.. OM man upplever den som ny idé möts man med total oförståelse och är den djärv som konkurrent o farlig. Det erbjuds INGEN hjälp till företagare som vågar nytt. Mjuka värden - i vissa fall - kvinnliga - bedöms som olönsamma och naiva. Män är absolut prioriterade. Dyra kostsamma projekt är prioriterade.

Jag har många ggr skrivit om att tex Almi och Nyföretagarcentrum borde kunna göra bättre för nya företagare. Som det nu ser ut så frågar tex Almi en nystartad firma efter

-"Hur stor är din produktion"? När man är helt ny på marknaden och banken säger nej-Almi frågar efter "produktionen"-då hamnar man i ett MOMENT 22? Jag har diskuterat detta med bla XXX XXX -som hade samma uppfattning -Almi måste också sluta med att ge Lån och Bidrag till 66% av männen enl Mentor XXX XXX???.Jag har mött så många som är besvikna på Almi.Dom har fått så många MILJONER att hantera-VAR GÅR DOM??Jag ställde den frågan när XXXX XXXX besökte oss han sa att ALMI fått 130 NYA MILJONER 2014- min fråga: Vad ska ni använda dom 130 miljonerna till? Svaret:"Ja du XXXX -det finns många hål att stoppa dom i"? Behövs en revision där kanske? Det är väl våra skattepengar ?

Det är skillnad på företag och företag.

Den nisch jag skapat är via en helt ny produkt/tjänst och därmed har en ny global marknad samtidigt genererats. Att vara först, även om jag blivit prisbelönt på nationell och internationell nivå med all den uppmärksamhet som följer med - är jättetufft. Nej. Det finns ingen hållbar infrastruktur kring ett innovativt företag oavsett hur bra innovationen än är.

Här är ALMI en av de största bromsklossarna utöver Vinnova. Man är alldeles för beroende av hur väl tjänstemannen på andra sidan "gillar" idén från start. Lägg sedan till att det är inga innovatörer som sitter på dessa handläggargolar. De har inte heller erfarenhet att betala utveckling ur sin egen ficka.

Det innebär att de ev. lån /stöd som står till förfogande för en idébärare är anpassade utifrån att produkten/tjänsten redan är ute på marknaden och försäljning är i full gång med betalande kunder. Verkligheten är att det tar i bästa fall 6 år att nå till det läget. Medan lånen ska betalas av med högsta räntan inom 3 år... Samtidigt som uppväxling ska ske från noll till ett flöde av betalande kunder.

Det rimmar väldigt illa, när teori och praktik inte litar alls. Det är alldeles för många företagare som offras via konkurs för denna betalmodell, som stjälper istället för att den hjälper.

Uppstart ja men inte inför fortsättningen då man vill vidare. Då finns det bara lån och jag upplever att man inte räknas längre. Dock tror jag det få som är inom ALMI m.fl som drivit eget företag en längre tid.

Som utbildad sjuksköterska så fanns varken entreprenörskap eller ekonomi med på agendan. Jag har fått lära mig den så kallade hårda vägen. Lite av en kulturkrock. Att ta sig fram som uppfinnare/innovatör och entreprenör/företagare innebär två processer. Innovationsprocessen OCH företagsprocessen. Här gäller det att veta vad man gör, vara lite av en "renesansmänniska", lära sig lite av varje...vara kreativ på alla plan. Men ibland så undrar jag vad jag egentligen håller på med. Du har inget skyddsnet, skattar bort det mesta, måste omsätta stora summor innan du kan ta ut en dräglig lön men då först ligga ute med lika stora summor i utvecklingskostnader innan du ens kan börja att sälja. Någoting är skevt här. De system som finns idag är knappast uppbyggda för vår verksamhet. Önskade att här kunde finnas en bättre insikt och kunskap.

Det finns ganska många organisationer som erbjuder stöd just i det absolut initiala processen: välja bolagsform, visa vilka finansieringsmöjligheter som finns, mentorskapsprogram, etc. Det som hjälpte mig mest av allt är att vi fick den enorma och fantastiska möjlighet att sitta i en inkubator som erbjöd oss högklass hjälp i form

av nätverk, rådgivare och kostnadsfritt kontor. Jag hoppas att alla små bolag skulle kunna ha den chansen vi fick! (Min egna notering: Här åsyftas MentorRing)

Det saknas riskkapital och de pengar som finns går i huvudsak till män

Vi umgås mycket i "entreprenöriella kretsar" och vi peppar alltid varandra att följa sina drömmar och nå sina egna mål. Jag peppar mina vänner och de peppar tillbaka! Tror det är viktigt att umgås med folk som tror på en/stödjer en och vice versa. Är även med i nätverket YEOS vilket gynnar mitt företagande då de bl.a var via dem som jag fick hittade min mentor:)

Det finns INTE en tydlig struktur. Det finns inte en samlad teoretisk ansats och struktur. Det är mycket okunskap och få med reell kompetens från företagande.