



JÄMSTÄLLDHETS
MYNDIGHETEN



NORMER KRING JÄMSTÄLLDHET OCH KVINNORS FÖRETAGANDE

Attityder till kvinnors företagande,
Jämställdhetsundersökningen 2025

Jämställdhetsmyndigheten

Göteborg, juni 2026

Rapport 2026:19

Dnr: 25/00266

Omslagsfoto: Unsplash

Har du frågor om denna publikation, kontakta:

Sara Andersson

Telefon 031-392 90 00

Innehåll

Förord	4
Sammanfattning	5
Inledning	6
Syfte.....	6
Lång politisk tradition av att främja kvinnors företagande	6
Normer påverkar könssegregeringen såväl som tillgång till företagsfinansiering	8
Koppling mellan teori och påståenden i undersökningen	11
Befolkningens attityder till kvinnors företagande	14
Positiva attityder präglas av tydliga könsskillnader och osäkerhet.....	14
Kvinnor och män skiljer sig åt i uppfattningar om jämställdhet	15
Könsskillnader i synen på villkoren för kvinnors företagande.....	18
Attityderna varierar mellan olika branscher	27
Vilka faktorer samvarierar med attityderna?	28
Attityder till kvinnors företagande samvarierar tydligt med kön och synen på jämställdhet...28	
Synen på jämställdhet samvarierar med synen på kvinnors villkor som företagare.....28	
Avståndstagandet till stereotypa föreställningar är starkast bland yngre kvinnor.....33	
Sammansatt mått bekräftar samband med kön, ålder och synen på jämställdhet.....39	
Slutsatser	40
Starkt stöd för kvinnors företagande men varierande syn på ojämsställda villkor	40
Referenser.....	42
Metodbilaga.....	46
Jämställdhetsundersökningen	46
Sambandsanalyser	46
English summary	48
Tabell och figurförteckning.....	50

FÖRORD

Kvinnors företagande är av betydelse för såväl ekonomisk tillväxt som ett jämställt näringsliv. Trots en långvarig politisk ambition i Sverige att stärka kvinnors företagande kvarstår skillnader mellan kvinnor och män när det gäller företagande, ägande och tillgång till kapital.

Denna rapport belyser befolkningens attityder till kvinnors företagande och analyserar hur sådana attityder samvarierar med synen på jämställdhet. Resultaten bygger på *Jämställdhetsundersökningen - Jämställdhetsmyndighetens attitydundersökning* - och bidrar med kunskap om befolkningens syn på kvinnors företagande. Mot bakgrund av tidigare forskning diskuteras resultaten i relation till hur stereotypa könsnormer kan påverka kvinnors möjligheter att starta, driva och utveckla företag.

Rapporten har tagits fram inom ramen för Jämställdhetsmyndighetens arbete med att stödja genomförandet av Tillväxtverkets uppdrag att främja kvinnors företagande.

*Peter Vikström, avdelningschef
Jämställdhetsmyndigheten*



SAMMANFATTNING

Kvinnors företagande är viktigt för såväl ekonomisk tillväxt som ekonomisk jämställdhet. Trots långvariga politiska satsningar är kvinnor fortfarande underrepresenterade bland företagare, företagsledare och företagsägare i Sverige. Tidigare forskning visar att normer och stereotypa föreställningar om kön kan påverka kvinnors möjligheter att starta, driva och utveckla företag, bland annat genom att påverka tillgången till finansiering, företagsstöd och investeringskapital.

Denna rapport undersöker befolkningens attityder till kvinnors företagande och analyserar hur dessa attityder samvarierar med synen på jämställdhet. Analysen bygger på data från Jämställdhetsmyndighetens attitydundersökning 2025, där ett representativt urval av befolkningen fått ta ställning till påståenden om jämställdhet och kvinnors företagande.

Resultaten från Jämställdhetsundersökningen visar att befolkningen i stor utsträckning tar avstånd från negativa och stereotypa föreställningar om kvinnor som företagare. En majoritet av både kvinnor och män avvisar exempelvis påståenden om att män skulle ha mer relevant kompetens att driva företag, att kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande eller att det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag.

Samtidigt framträder tydliga könsskillnader. Kvinnor uppfattar i högre grad än män att kvinnor möter sämre villkor inom företagande, särskilt när det gäller tillgång till finansiering, stöd från företagsfrämjande organisationer och investeringskapital. Kvinnor är också mer positiva till offentliga insatser som särskilt syftar till att främja kvinnors företagande.

Rapporten visar vidare att attityder till kvinnors företagande har samband med synen på jämställdhet. Personer som i högre grad uppfattar att ojämställdhet och könsdiskriminering förekommer i samhället har också mer positiva attityder till kvinnors företagande och större benägenhet att uppmärksamma strukturella hinder för kvinnor som företagare. Resultaten från undersökningen visar att män, äldre personer och personer med mindre jämställdhetsorienterade attityder i genomsnitt är mindre benägna att instämma i att kvinnor möter sämre villkor inom företagande och mindre benägna att ta avstånd från vissa könsstereotypa föreställningar.

Ett återkommande resultat är den höga andelen respondenter som svarar att de inte vet eller saknar uppfattning i frågor som rör finansiering, företagsstöd och investeringsmönster. Det tyder på att kunskapen är begränsad i befolkningen om dessa frågor. Mot bakgrund av tidigare forskning om ojämställda stöd- och finansieringssystem kan detta tolkas som att vissa strukturella hinder riskerar att vara mindre synliga för delar av befolkningen och att kunskapen om villkoren för företagande och om de jämställdhetsutmaningar som finns inom området är begränsad i befolkningen.

Sammantaget visar rapporten att det finns ett starkt stöd för kvinnors företagande och ett brett avståndstagande från öppet stereotypa föreställningar. Samtidigt varierar uppfattningarna om de strukturella villkor som, enligt tidigare forskning påverkar kvinnors möjligheter att starta, driva och utveckla företag. Resultaten från Jämställdhetsundersökningen visar tydligt att attityder till kvinnors företagande samvarierar med synen på jämställdhet. I ljuset av tidigare forskning pekar detta på att normer och attityder är viktiga i arbetet med att främja ett mer jämställt företagande.

INLEDNING

Den politiska ambitionen att öka andelen kvinnor som driver företag i Sverige har funnits länge. Enligt regeringen är kvinnors företagande en outnyttjad resurs i svensk ekonomi som behöver tas till vara för att stärka sysselsättningen, tillväxten och jämställdheten.¹ För att främja kvinnors företagande fick Tillväxtverket därför ett treårigt uppdrag att under 2024 till 2026 förbättra förutsättningarna för kvinnors entreprenörskap, ägande, och företagande i Sverige.² Jämställdhetsmyndigheten ska enligt regleringsbrev stödja Tillväxtverket i uppdraget att främja kvinnors företagande.³ Den här rapporten utgör en del av det uppdraget och syftar till att belysa befolkningens attityder till kvinnors företagande. Resultaten diskuteras mot bakgrund av tidigare forskning om hur könsnormer och stereotypa föreställningar kan påverka förutsättningarna för kvinnor att starta, driva och utveckla företag.

Syfte

Syftet med rapporten är att fördjupa kunskapen om förekomsten av attityder som kan spegla stereotypa könsnormer kopplade till kvinnors företagande. Motbakgrund av tidigare forskning diskuteras i rapporten hur sådana normer kan ha betydelse för kvinnors förutsättning som företagare. Analysen syftar också till att undersöka hur attityder till kvinnors företagande samvarierar med befolkningens syn på jämställdhet. Analyserna bygger på data från Jämställdhetsundersökningen 2025.⁴

Lång politisk tradition av att främja kvinnors företagande

Målet om ett jämställt företagande och jämställda inkomster från näringsverksamhet och kapital i Sverige är långt ifrån uppfyllt, trots många år av politisk prioritering. Delmålet om ekonomisk jämställdhet anger att kvinnor ska ha samma möjligheter som män att starta och driva företag som kan växa och generera inkomster. Målsättningen är också att inkomsten ska vara jämställd.⁵ Jämställdhetsmyndigheten har tidigare konstaterat och belyst hur det företagsfrämjande arbetet i Sverige inte kommer kvinnor till del i lika hög utsträckning som män.⁶ Malmström och Hällstrand konstaterar att företagande kvinnor möter strukturella hinder i alla centrala finansieringssystem, från bankfinansiering och riskkapital till offentlig företagsfinansiering, som män inte möter. Hindren är dessutom konsekventa, långvariga och bestående även när företagandet är jämförbart och ansökningar och ansträngningar liknande. Hindren ska förstås som en effekt av ett systemfel som reproduceras genom institutionella strukturer, etablerade bedömningspraktiker och stereotypa

¹ Regeringen 2024

² Regeringen 2024: KN2024/00614

³ Regeringen 2024: A2024/00485

⁴ Jämställdhetsmyndigheten 2025

⁵ Skr 2016/17:10.

⁶ Jämställdhetsmyndigheten 2022:2, bil. 2, Jämställdhetsmyndigheten 2024:4



Foto: Unsplash

könsnormer.⁷ Det behövs därför fler åtgärder och insatser för att främja kvinnors företagande.⁸ Likaså behöver styrningen på området utvecklas för att företagsfrämjande insatser ska komma kvinnor och män till del i samma utsträckning.⁹

Kvinnor leder färre än tre av tio företag i Sverige

2024 fanns det 550 000 operativa verksamhetsledare¹⁰ i svenska företag, varav 154 000 kvinnor och 395 000 män (28 procent kvinnor och 72 procent män) enligt Statistikmyndigheten, SCB.¹¹ I företag utan anställda var andelen kvinnliga ledare högst och där uppgick istället andelen till 32 procent kvinnor och 68 procent män.¹²

Det går att mäta kvinnors företagande på olika sätt. En annan relevant aspekt är skillnader i inkomst från näringsverksamhet, men också skillnader i företagsägande. Ägandet av företag är särskilt viktigt att följa, då det ger makt att forma villkor för strategiskt beslutsfattande och ekonomisk kapitaluppbyggnad, och därigenom egen förmögenhet.¹³ Det finns idag ingen heltäckande statistik och definition av ägandet av företag. I Tillväxtverkets uppdrag ingår att utveckla metoder för att ta fram statistik för att löpande kunna mäta kvinnors ägande av företag.¹⁴ I en kartläggning av kvinnors ägande av svenska företag beskriver Ownershift luckor i statistiken och kommer fram till att det är tre procent av kvinnorna och åtta procent av männen i arbetsför ålder som äger aktiva företag. Vidare visar kartläggningen att 19 procent av de kvinnliga styrelseledamöterna också är ägare i bolaget, medan motsvarande siffra är 28 procent för män. Av samtliga styrelseledamöter är 33 procent kvinnor

⁷ Malmström & Hällerstrand 2024

⁸ Jämställdhetsmyndigheten 2025:20

⁹ Jämställdhetsmyndigheten (2022), Jämställdhetsmyndigheten (2024), Jämställdhetsmyndigheten (2025).

¹⁰ Operativ verksamhetsledare är den högst uppsatta personen som ansvarar för den löpande verksamheten inom ett företag, en myndighet eller en organisation. Exempelvis är det den verkställande direktören i ett aktieföretag, högsta chefen i ett mindre bolag eller i en organisation, kommunchefen, regiondirektören eller generaldirektören.

¹¹ Befolkningens arbetsmarknadsstatus (BAS), SCB.

¹² SCB 2026

¹³ Malmström & Hällerstrand 2024

¹⁴ Regeringen 2024c

och 67 procent män.¹⁵ Vi kan konstatera att betydligt färre kvinnor driver företag och är företagsledare än män och att färre kvinnor driver aktiebolag. Kvinnor är också underrepresenterade inom flera av näringslivets branscher.¹⁶

Fler män än kvinnor har inkomster från näringsverksamhet. Som näringsinkomst räknas det överskott som näringsverksamheten får in vid försäljning av varor och tjänster. Vid den senaste mätningen uppgick gapet i näringsinkomst mellan kvinnor och män till närmare 35 procent.¹⁷ Statistiken visar att det finns skillnader i inkomster från näringsverksamhet mellan företag som drivs av kvinnor och män. Tidigare forskning pekar på att sådana skillnader hänger samman med strukturella villkor, där djupt rotade normer och bedömningspraktiker bidrar till att premiera finansiering av mäns företag. Finansieringsgapet av kvinnors företag begränsar deras lönsamhet och tillväxtpotential, liksom även tillväxten på samhällsnivå.¹⁸ Trots det visar färsk statistik att företag inom vård och omsorg, där många av företagen drivs av kvinnor, tillhör de branscher som går bäst just nu, med höga vinstmarginaler.¹⁹ Kvinnor driver dock oftare mindre företag som enskild firma, snarare än som till exempel aktiebolag, vilket kan påverka lönsamheten och ekonomiska förutsättningar. Mot bakgrund av tidigare forskning och statistik om ägande, ledning och inkomster, kan kvinnors underrepresentation som företagsägare och ledare förstås som ett strukturellt hinder för ekonomisk jämställdhet och för kvinnors inflytande i näringslivet.²⁰

Normer påverkar könssegregeringen såväl som tillgång till företagsfinansiering

I Sverige finns det en stark föreställning om att kvinnor ska förvärvsarbeta. Till exempel visar European Social survey (ESS), att en klar majoritet av befolkningen tar avstånd från att kvinnor ska gå ner i arbetstid på grund av familjen.²¹ En klar majoritet av befolkningen (83 procent) anser också att det är bra att satsa på ökad jämställdhet mellan kvinnor och män.²² Det finns också djupt rotade föreställningar om vem som är bra på vad och bäst lämpad för olika arbetsuppgifter.

Forskning visar att kön och genusstereotypa föreställningar styr såväl yrkesval som finansiärs beslut. En återkommande bild är att kvinnor beskrivs besitta fler *kommunala* gemenskapsorienterade egenskaper, som till exempelvis omtänksamhet, hjälpsamhet och vårdande beteende och män ha mer *agens* som exempelvis beslutsamhet, dominans, ambition och självständighet. Det återspeglats i normer som styr kvinnors och mäns bedömningar av respektive kön som grupp likväl som i bilden av sig själva.²³ Dessa normer är starkt förknippade med den könsmärkning av yrken som finns i samhället och som styr kvinnor att välja arbeten inom vård, skola och omsorg respektive män att välja teknik, polisyrket och entreprenörskap.²⁴

¹⁵ Ownershift 2023

¹⁶ Jämställdhetsmyndigheten 2025:20

¹⁷ Inkomst och taxeringsregistret, IoT, SCB.

¹⁸ Malmström & Hällerstand 2026

¹⁹ SVT 2026

²⁰ Malmström & Hällerstand 2024

²¹ ESS 2026

²² SOM-institutet 2025

²³ Fischbach m.fl. 2015, Raymondie & Steiner 2024

²⁴ Jämställdhetsmyndigheten 2022:4, Jämställdhetsmyndigheten 2023:11, Jämställdhetsmyndigheten 2023:11 2023:8, Jämställdhetsmyndigheten 2022:4

Framgångsrikt företagande förknippas på motsvarande sätt med agentiska egenskaper som innovationsförmåga, autonomi, proaktivitet, konkurrensmässig aggressivitet och risktagande. Att vara man kopplas enligt denna forskning automatiskt till positiva förväntningar på män som företagare, medan kvinnor inte uppfattas besitta dessa egenskaper.²⁵ Kvinnors potential undergrävs medan männens underbyggs.²⁶

Kön formar våra tolkningar av människor

Vidare visar studier att genusstereotypa föreställningar påverkar finansiärens interaktion med företagande kvinnor och män som söker finansiering. Det finns exempel på att finansiärer, trots liknande ansökningar från företagande kvinnor och män, tenderar att ställa olika typer av frågor till kvinnor och män. Företagande män får flest frågor av främjande karaktär, medan företagande kvinnor i stället fick få frågor av förebyggande karaktär.²⁷ Exempel på detta finns i flera studier²⁸. I en studie ställde riskkapitalisterna fler frågor kopplade till hur förluster ska förhindras till kvinnor, medan män fick fler frågor kopplade till vinster och tillväxt²⁹ Mönstren gynnar männens finansiering och riskerar att könsdiskriminering uppstår till nackdel för företagande kvinnor i möte med finansiärer och tillgång till finansiering.³⁰

Bransch är en avgörande faktor för tillgång till finansiering

Tidigare forskning och myndighetsrapporter visar att vilken bransch ett företag verkar inom har stor betydelse för tillgången till offentlig finansiering, privat riskkapital och företagsfrämjande stöd.³¹ Offentliga företagsfrämjande stöd³² och privat riskkapital är ofta koncentrerade till branscher där män är i stark majoritet.³³ Forskningen visar att kvinnors företagande kan hindras av begränsande könsnormer och stereotyper som bidrar till att entreprenörskap uppfattas som manligt kodat. Skillnader i bemötande från både finansiärer och omgivningen, där kvinnor oftare bemöts med ifrågasättande, får kvinnor att tvivla på sig själva som företagare, både i allmänhet men särskilt inom branscher som betraktas som traditionellt manliga.³⁴ Det handlar bland annat om teknikbranschen och en entreprenörskultur som bygger på vad som traditionellt uppfattats som manliga ideal, som konkurrenskraft, risktagande och individualism.

Ur ett jämställdhetsperspektiv skulle potentialen till innovation och hållbar tillväxt kunna stärkas inom flera företagssektorer, inte minst inom tjänstebranscher där kvinnor oftare finns.³⁵ Tjänstesektorn har dessutom ökat i betydelse i förhållande till exempelvis tillverkningsindustrin, både i förhållande till inhemsk ekonomi och i förhållande till svensk export.³⁶

²⁵ Malmström & Hällerstrand 2026

²⁶ Malmström m.fl. 2017

²⁷ Kanze m.fl. 2018

²⁸ Malmström m.fl. 2020

²⁹ Kanze m.fl. 2023

³⁰ Kanze m.fl. 2023; Malmström m.fl. 2020

³¹ Jämställdhetsmyndigheten (2024), Aernoudt & De San José 2020

³² Tillväxtanalys 2025

³³ Jämställdhetsmyndigheten (2024), Aernoudt & De San José (2020), Jämställdhetsmyndigheten (2022b)

³⁴ Hentschel m.fl. 2019

³⁵ Jämställdhetsmyndigheten 2022

³⁶ SOU 2025:96

Attityder till kvinnors företagande är kopplade till synen på jämställdhet

I media, populärkultur och institutionella sammanhang porträtteras entreprenörsförebilder oftast som män, med stor agens. Det bidrar till att förstärka bilden om entreprenörskap som manligt kodat.³⁷ Det reproducerar också en normativ bild på samhällsnivå, som påverkar finansiärer och den omgivningen som företagare verkar i.³⁸

Det finns en rad myter om kvinnors och mäns egenskaper, med grund i stereotypa könsnormer, som utmanas i forskningen och som gör det intressant att titta på attityder till jämställdhet generellt, liksom samband med attityder till kvinnors företagande. Uppdelningen i agentiska och kommunala (gemenskapsorienterade) egenskaper kan förstås som en grundbult i hur kvinnor och män tillskrivs olika förmågor. Inom forskningen används en rad teorier för att förstå hur könsnormativa attityder till just företagande och ledarskap uppstår.³⁹ För att förstå hur dessa normer påverkar ledarskap kan man använda teorin *role congruity theory*. Teorin handlar om att det ofta finns en konflikt mellan hur kvinnor förväntas vara och hur en framgångsrik ledare förväntas vara. Kvinnor riskerar därför att ses som mindre lämpliga som ledare. De hamnar i ett dilemma där de antingen måste bryta mot normer för kvinnlighet eller mot normer för ledarskap. *Gender stereotyping of emotions* används för att beskriva hur känslor beskrivs som könade. Båda valen riskerar att skapa en negativ bild, antingen av dem som kvinnor eller som ledare.⁴⁰ Dessa två kompletterande teorier kan appliceras för att förstå vilka egenskaper som könas, hur dessa egenskaper påverkar omgivningens upplevelser av individen och vilka konsekvenser individens val som ledare får beroende på dess kön.

Begränsad kunskap om allmänhetens attityder till företagande

Tidigare forskning har främst fokuserat på hur företagen själva och till viss del hur anställda uppfattar dem som ledare. Vidare har forskningen i stor utsträckning studerat finansiärers attityder och hur dessa kan påverka finansieringen av företag som drivs av kvinnor respektive män. Däremot finns mindre kunskap om allmänhetens attityder. Resultaten från *Jämställdhetsundersökningen* bidrar därför med kunskaper om hur sådana frågor uppfattas i befolkningen.

Forskning om kvinnors intention eller motiv till att bli företagare utgår från normer kring företagande och hur den egna självkänslan påverkar kvinnors benägenhet att starta företag. En självkänsla, som påverkas och formas av samhället och omgivande aktörers bemötande. Dessa normer har bland annat visat sig ligga bakom att färre kvinnor än män önskar bli företagare och därmed påvisar en mer negativ attityd till entreprenörskap.⁴¹ Att se sig själv som en företagare och att det finns kvinnliga företagare och makthavare har ett positivt samband med att kvinnor startar företag.⁴²

Det finns en uppfattning om att kvinnor oftare startar ”levebrödsföretag”, för att de måste snarare än för att de ser en möjlighet. Det är ofta ett skäl i utvecklingsländer,

³⁷ Malmström m.fl. 2017

³⁸ Tillväxtverket 2023; Malmström & Hällerstrand 2026.

³⁹ Raymondie & Steiner 2024; Fischbach m.fl. 2015

⁴⁰ Raymondie & Steiner 2022

⁴¹ Laguía m.fl. 2022

⁴² Fischbach m.fl. 2015; Gaweł & Toikko 2024

men sällan i Europa, där den vanligaste drivkraften för både kvinnor och män att starta företag är möjlighet och intresse.⁴³

Det finns också en myt om att kvinnor presterar sämre än män gällande vinst, tillväxt och låg lönsamhet (female underperformance hypothesis) som motbevisas i forskningen.⁴⁴

Normer om risk bidrar till ojämställda villkor i företagande

Ett område som ofta kommer upp som en förklaring till varför färre kvinnor startar och driver företag, såväl som till finansieringsgapet, är risktagande.⁴⁵ Kvinnor uppger i större utsträckning än män, både i Sverige och andra länder, att de undviker att starta företag på grund av rädsla att misslyckas.⁴⁶ Synen på risktagande och normer kring det framkommer också i forskning kring finansiärers bedömningsprocesser, som något som slår olika för kvinnor och män som söker finansiering till sitt företag. Kvinnor bedöms i större utsträckning som försiktiga och som att de inte vågar satsa. Slutsatsen hos finansiärerna blir att de i lägre utsträckning är i behov av kapital, samt att kvinnor bedriver levebrödsföretag i fel bransch.⁴⁷ Balansgången mellan feminina och maskulina attribut som kvinnor tvingas hantera blir i detta sammanhang tydlig i forskningen (*gender congruity theory*).⁴⁸ En internationell forskningsöversikt pekar på genusrelaterade bias kopplade till företagande kvinnors möjlighet till banklån och högre ränta, och att det finns ett samband med trender och politik i samhället i stort.⁴⁹ Det finns ett glapp mellan andelen kvinnor och män som driver etablerade företag i jämförelse med nystartade företag. Detta glapp bör snarare ses som en effekt av strukturella möjligheter och hinder för kvinnor och män att driva företag än en positiv trend som kommer att bidra till utjämning.⁵⁰

Koppling mellan teori och påståenden i undersökningen

Utifrån det teoretiska ramverket som vi presenterar i forskningssammanställningen ovan har vi tagit fram tio påståenden med koppling till kvinnors företagande. Påståendena syftar till att besvara tre övergripande frågor:

1. Finns det attityder i befolkningen som visar på stereotypa könsnormer kopplat till kvinnor som företagare?
2. I vilken utsträckning förekommer attityder i befolkningen som kan spegla könsnormar som, enligt tidigare forskning, kan utgöra hinder för kvinnor att starta, driva äga och investera i företag?
3. Hur samvarierar normer kring kön och ojämställdhet med attityder till kvinnors företagande?

⁴³ Laguía m.fl. 2022

⁴⁴ Marlow & McAdam 2013; Tillväxtverket 2023.

⁴⁵ Kovaleva m.fl. 2023

⁴⁶ GEM 2024

⁴⁷ Tillväxtverket 2015

⁴⁸ Swail & Marlow 2018; Kanze m.fl. 2018; Malmström m.fl. 2020

⁴⁹ Malmström m.fl. 2024

⁵⁰ GEM. 2024

En deskriptiv analys av påståendena presenteras i kapitlet om *Befolkningens attityder till kvinnors företagande*. En analys av sambandet mellan attityder till jämställdhet och attityder till kvinnors företagande återfinns i kapitlet *Vilka faktorer påverkar attityderna?*.

Nedan finns information om Jämställdhetsundersökningen och hur det statistiska beräkningarna från undersökningen ska tolkas.

Tabell 1: Om Jämställdhetsundersökningen 2025

Genomförande	Jämställdhetsundersökningen genomförs av Jämställdhetsmyndigheten i samarbete med Statistikmyndigheten (SCB).
Innehåll	Attityder till jämställdhet (13 påståenden) och kvinnors företagande (tio påståenden) ⁵¹ . Påståendena inleddes med frågeställningen "I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden?" och svarskategorierna var "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" och "Vet inte/Ingen åsikt".
Datainsamlingsperiod	Mars till juni 2025
Urvalsram	Folkbokförda i Sverige 16 år eller äldre
Urvalstorlek	10 075
Urvalsmetod	Stratifierat obundet slumpmässigt urval. Strata utifrån åldersgrupper.
Svarsfrekvens	34 procent – 3 450 svar
Viktat material	SCB har beräknat vikter för varje svarande i undersökningen. Jämställdhetsmyndigheten har använt dessa vikter vid samtliga analyser, både för populationsskattningarna i den deskriptiva resultatredovisningen och för de multivariata regressionsanalyserna. Vikterna korrigerar för kända skillnader mellan de svarande och urvalet, men kan inte korrigeras för selektivt bortfall kopplat till exempelvis intresse för jämställdhetsfrågor eller företagande.

Mer information finns i undersökningens tekniska rapport.⁵²

Faktaruta 1: Tolkning av siffrorna

Resultaten bygger på ett slumpmässigt urval och är därför förenade med viss statistisk osäkerhet. Konfidensintervall redovisas i samtliga diagram för att visa skattningarnas precision.

Vid tolkningen av enskilda påståenden finns metodologiska utmaningar att beakta. En viktig aspekt är att påståendeformuleringar, i högre grad än mer balanserade frågeformat, riskerar att påverkas av *acquiescence response bias*, det vill säga en generell tendens hos respondenter att instämma snarare än att ta avstånd.⁵³

Svarsalternativen "Instämmer delvis" och "Tar delvis avstånd" kan i högre grad spegla osäkerhet eller ambivalens än tydligt etablerade uppfattningar.⁵⁴ Analyserna fokuserar därför främst på andelarna som instämmer helt respektive tar helt avstånd. Dessa svar bedöms i större utsträckning spegla stabila och tydligt formulerade attityder och är särskilt relevanta för att identifiera skillnader mellan grupper.

⁵¹ Jämställdhetsmyndigheten (2026).

⁵² SCB, 2025.

⁵³ Krosnick 1999.

⁵⁴ Krosnick 1999; Weisberg, 2005.

Tabell 2: Antal svarande kvinnor och män.

Kvinnor	Män
1 893	1 557

Tabell 3: Antal svarande kvinnor och män i olika åldersgrupper.

Ålder	Kvinnor	Män
16–29 år	215	172
30–44 år	328	245
45–65 år	670	531
66+ år	680	609

Tabell 4: Antal svarande kvinnor och män med olika utbildningsnivå.

Utbildningsnivå	Kvinnor	Män
Förgymnasial	210	232
Gymnasial	641	634
Eftergymnasial	1 042	691

Tabell 5: Antal svarande kvinnor och män med olika inkomst.

Inkomst	Kvinnor	Män
Lägre kvartil	363	200
Median	543	350
Övre kvartil	987	1 007

Tabell 6: Antal svarande kvinnor och män med olika bakgrund.

Födelseland	Kvinnor	Män
Sverige	1 567	1 350
Utanför Sverige	326	207

BEFOLKNINGENS ATTITYDER TILL KVINNORS FÖRETAGANDE

I detta kapitel presenteras deskriptiva resultat av kvinnors och mäns inställning till jämställdhet såväl som deras inställning till kvinnors företagande. Inledningsvis redovisar vi hur kvinnor och män ser på jämställdhet i Sverige. Därefter presenterar vi attityder till kvinnors företagande med fokus på uppfattningar om kvinnors villkor som företagare och förekomsten av könsstereotypa föreställningar.

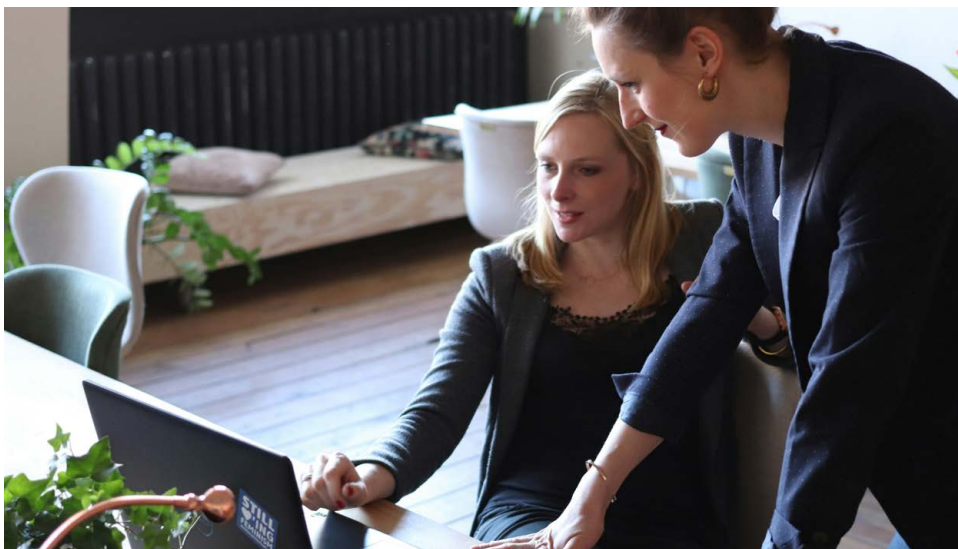


Foto: Unsplash

Positiva attityder präglas av tydliga könsskillnader och osäkerhet

Resultaten från Jämställdhetsundersökningen visar ett brett stöd för kvinnors företagande, men också tydliga könsskillnader och stor osäkerhet. Kvinnor instämmer i högre utsträckning än män i att kvinnor möter sämre villkor, vad gäller finansiering, stöd från företagsfrämjande organisationer och investeringsmönster. Män tar ofta avstånd från sådana påståenden eller avstår från att ta ställning. Samtidigt finns ett brett avståndstagande från mer explicita stereotyper som att män skulle ha högre kompetens, att kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande och att kvinnliga företagsledare är mindre sympatiska. Det gäller både kvinnor och män men är starkare bland kvinnor. Även föreställningen att könsskillnader i företagande är ”naturliga” möter motstånd, om än något mer uttalat bland kvinnor än män. Ett återkommande mönster är att könsskillnaderna framför allt återfinns i skalans ytterkategorier, alltså hos de som instämmer helt eller helt tar avstånd, det vill säga de med mest tydligt formulerade och stabila uppfattningar. Vidare kännetecknas inställningen till kvinnors företagande av höga andelar som inte vet eller inte har någon åsikt, i vissa fall över hälften av respondenterna. Detta gäller särskilt frågor som rör mer specifika eller mindre synliga aspekter av företagandets villkor, såsom finansiering, stödstrukturer och branschval.

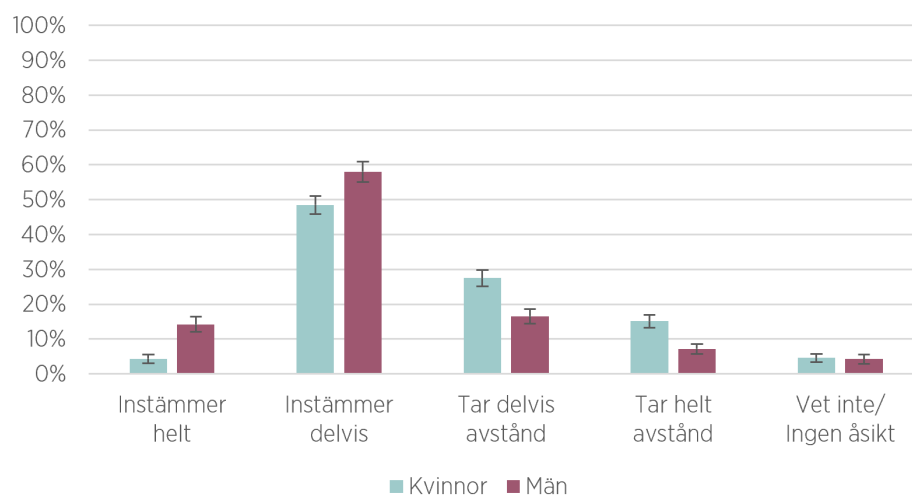
Kvinnor och män skiljer sig åt i uppfattningar om jämställdhet

Övergripande attityder till jämställdhet fångas genom tre påståenden.⁵⁵ De berör synen på om jämställdhet har uppnåtts i Sverige, om könsdiskriminering förekommer samt om kvinnor behöver prestera mer än män för att göra karriär. Resultaten visar att män i högre utsträckning anser att Sverige har uppnått jämställdhet och att kvinnor oftare upplever att diskriminering på grund av kön förekommer. Den största könsskillnaden återfinns i synen på karriärmöjligheter, där betydligt fler kvinnor än män anser att kvinnor behöver prestera bättre än män för att göra karriär.

En större andel män än kvinnor anser att Sverige har uppnått jämställdhet

Kvinnors och mäns uppfattning skiljer sig åt om huruvida jämställdhet har uppnåtts i Sverige (se figur 1). Män instämmer i högre utsträckning än kvinnor. Andelen som helt instämmer är betydligt större bland män (14 procent) jämfört med kvinnor (4 procent) och det är samtidigt en större andel män (58 procent) än kvinnor (49 procent) som instämmer delvis. Kvinnor tar också i högre utsträckning avstånd från att Sverige har uppnått jämställdhet än män. Vidare är det tydligt att de största könsskillnaderna återfinns bland personer 16 till 29 år där 20 procent av männen helt instämmer i påståendet jämfört med enbart 2 procent av kvinnorna. Liknande resultat och könsskillnader återfinns i Jämställdhetsundersökningen 2022 även om frågorna då var annorlunda formulerade vilket försvårar en direkt jämförelse.

Figur 1. I Sverige har vi uppnått jämställdhet mellan kvinnor och män. Andelar i procent fördelat på kön.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "I Sverige har vi uppnått jämställdhet mellan kvinnor och män." med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

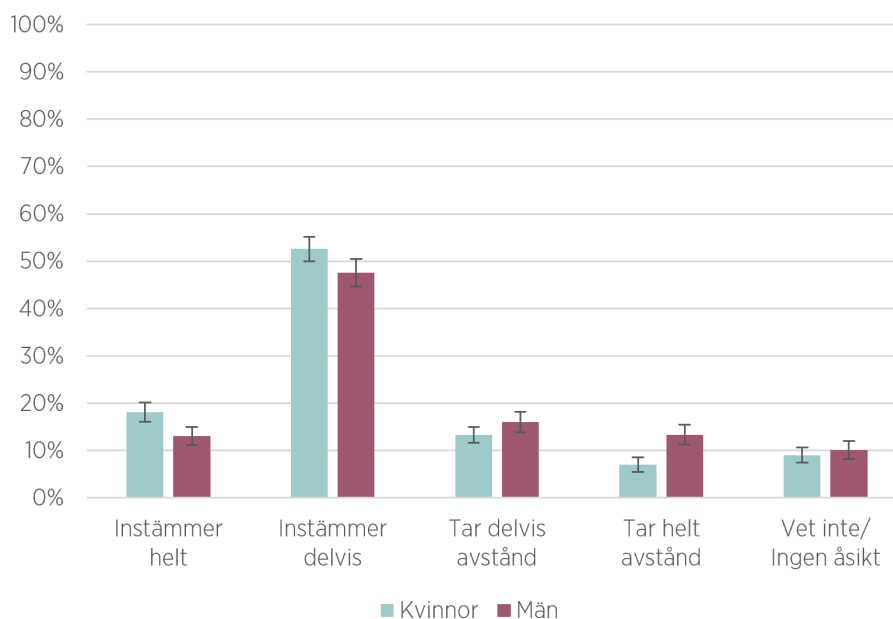
⁵⁵ Påståendena har valts ut för att fånga grundläggande attityder och fånga upp befolkningens attityder till utmaningar på jämställdhetsområdet snarare än specifika jämställdhetsfrågor.

En majoritet anser att människor diskrimineras på grund av sitt kön i Sverige och andelen är högre bland kvinnor

Liksom för inställningen till att Sverige uppnått jämställdhet mellan kvinnor och män framträder vissa könsskillnader i inställningen till att människor i Sverige diskrimineras på grund av kön, även om en majoritet av både kvinnorna och männen instämmer (se figur 2). Andelen som instämmer är högre bland kvinnor och skillnaden är särskilt tydlig bland dem som instämmer helt – 18 procent av kvinnorna jämfört med 13 procent av männen. Även här är könsskillnaderna mest framträdande i den yngsta åldersgruppen. Bland personer i åldern 16–29 år är andelen som instämmer helt 24 procent bland kvinnor, jämfört med 14 procent bland män.

Bland de som helt tar avstånd är mönstret det omvända. Nästan dubbelt så hög andel män tar avstånd jämfört med kvinnor (13 procent av männen och 7 procent av kvinnorna). Andelen som uppger att de inte vet eller saknar uppfattning uppgår till cirka 9–10 procent för båda könen, vilket indikerar att en betydande andel saknar en tydligt formulerad uppfattning i frågan.

Figur 2. I Sverige diskrimineras människor på grund av sitt kön. Andelar i procent fördelat på kön.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "I Sverige diskrimineras människor på grund av sitt kön." med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

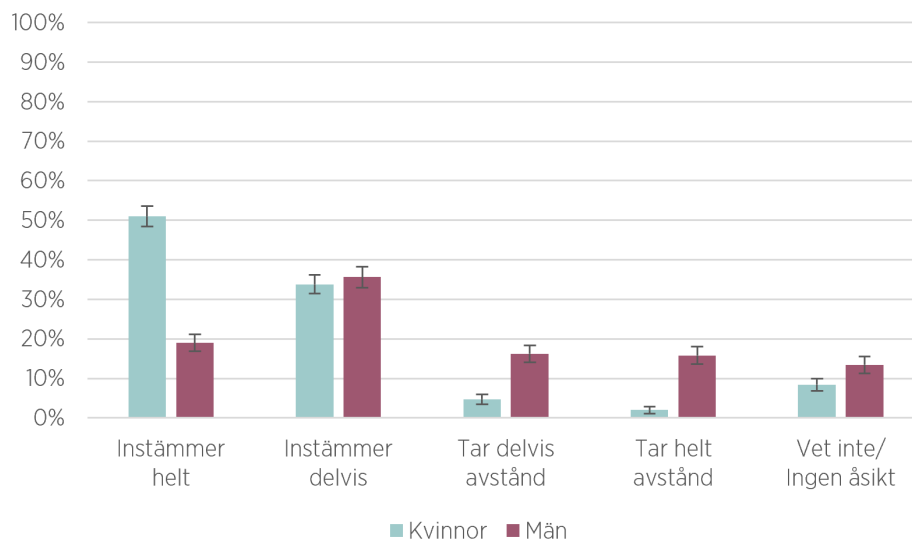


Foto: Unsplash

Betydligt fler kvinnor än män anser att kvinnor behöver prestera bättre än män för att göra karriär

De tydligaste könsskillnaderna framträder i inställningen till att kvinnor generellt måste prestera bättre än män för att göra karriär (se figur 3). Hela 51 procent av kvinnorna instämmer helt i påståendet, jämfört med 19 procent av männen. Samtidigt är det en större andel män som tar avstånd – 15 procent av männen jämfört med 2 procent av kvinnorna. Andelen som uppger att de inte vet eller saknar uppfattning är dock högre bland män, där 13 procent anger detta, jämfört med åtta procent av kvinnorna.

Figur 3. I Sverige måste kvinnor generellt prestera bättre än män för att göra karriär. Andelar i procent fördelat på kön.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "I Sverige måste kvinnor generellt prestera bättre än män för att göra karriär." med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

Könsskillnader i synen på villkoren för kvinnors företagande

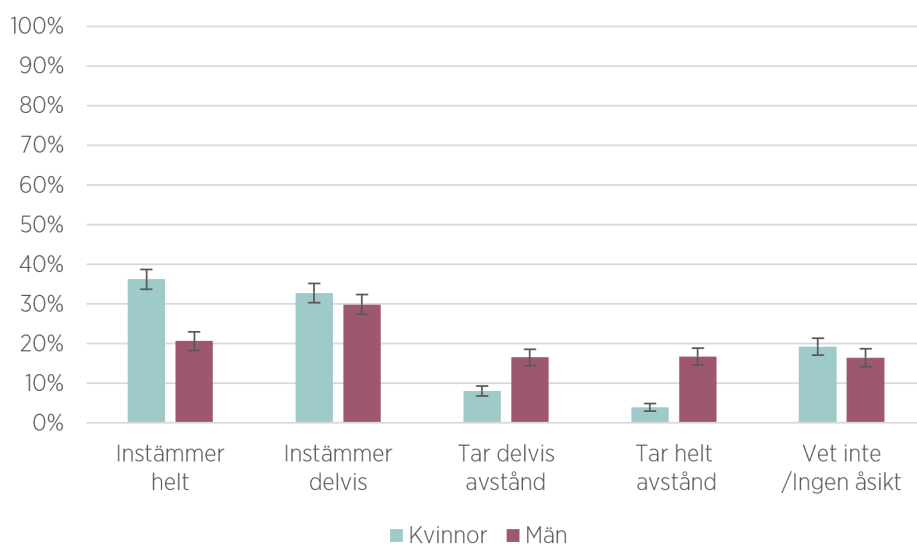
Kvinnors villkor som företagare innefattar påståenden tillgång till offentligt stöd, finansiering, företagsfrämjande insatser och investeringar. Resultaten visar genomgående att kvinnor i högre grad än män uppfattar att kvinnor möter sämre villkor än män som företagare. Kvinnor uppfattar i högre grad än män att kvinnor möter sämre villkor när det gäller finansiering, företagsstöd och investeringar. Samtidigt är osäkerheten stor. För flera av påståendena uppger mellan hälften och två tredjedelar av respondenterna att de saknar uppfattning.

Positiv inställning till offentliga stödinsatser riktade till kvinnors företagande

En majoritet av både kvinnor och män är positivt inställda till att offentliga stödinsatser särskilt riktas till kvinnors företagande (se figur 4). Samtidigt är andelen som instämmer helt betydligt större bland kvinnor (36 procent) än bland män (21 procent). Däremot framkommer ingen statistiskt signifikant könsskillnad när det gäller andelen som instämmer delvis. Ett omvänt mönster återfinns bland dem som helt tar avstånd, där män (17 procent) i högre grad än kvinnor (4 procent) återfinns. Kvinnor uttrycker med andra ord ett tydligt stöd för riktade offentliga insatser, medan män i något högre grad ger uttryck för ett mer uttalat motstånd. Att skillnaderna framför allt återfinns i skalans ytterkategorier tyder på att könsskillnaden främst gäller graden av övertygelse snarare än den grundläggande inställningen.

En relativt stor andel har svarat att de inte vet eller inte har någon åsikt (16 procent bland kvinnor och 19 procent bland män), vilket indikerar att en betydande andel saknar en tydligt formulerad uppfattning.

Figur 4. Det är bra att särskilt offentligt stöd avsätts till kvinnors företagande. Andelar i procent fördelat på kön.



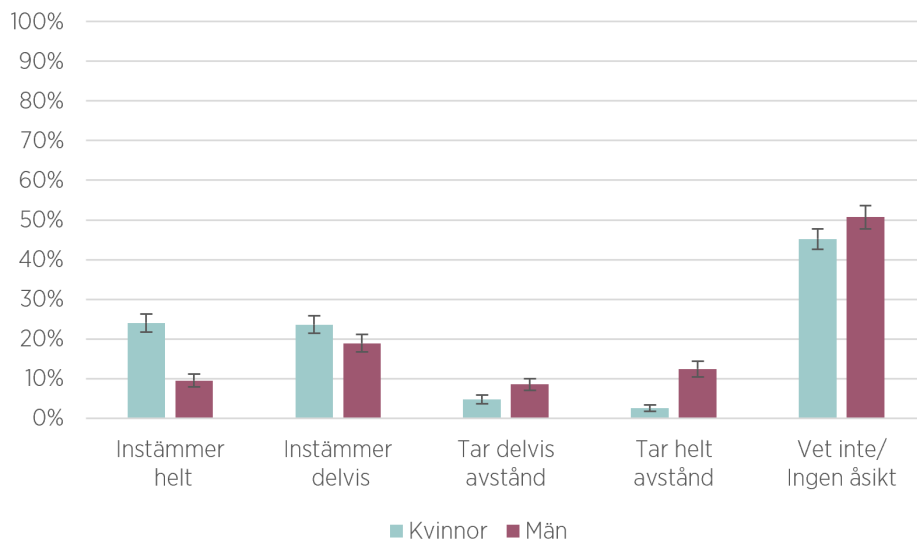
Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "Det är bra att särskilt offentligt stöd avsätts till kvinnors företagande." med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

Svårt att bedöma om det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag

Närmare hälften av samtliga respondenter har valt svarsalternativet ”vet ej/ingen åsikt”, för påståendet att det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag än vad det är för kvinnor (se figur 5). Det tyder på att många uppfattar frågan som svår att bedöma eller saknar insyn i villkoren för extern finansiering. Bland dem som tar ställning är det fler som instämmer än tar avstånd och det framträder tydliga könsskillnader, framför allt i skalans ytterkategorier. Kvinnor instämmer helt i högre grad än män (24 respektive 10 procent), medan män oftare tar helt avstånd (12 respektive 3 procent). Skillnaderna mellan kvinnor och män är således återigen mest framträdande bland dem som uttrycker ett tydligt instämmande eller ett tydligt avståndstagande.

Resultaten visar att kvinnor i högre grad än män uppfattar att män har lättare att få tillgång till extern finansiering. Det ska inte tolkas som ett direkt mått på faktiska skillnader i finansiering men ligger i linje med tidigare forskning som visar att kvinnor möter större hinder i flera delar av systemet med finansiering än män.

Figur 5. Det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag än vad det är för kvinnor. Andelar i procent fördelat på kön.

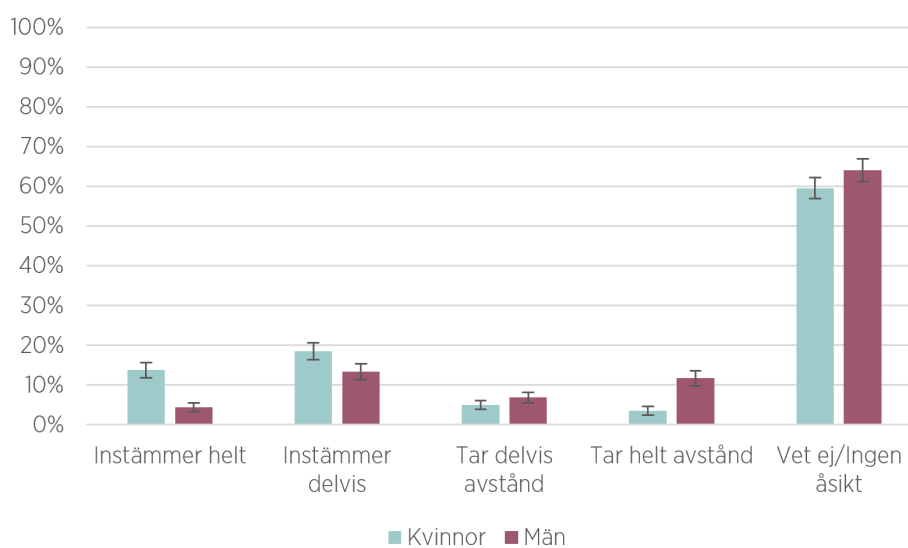


Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat ”Det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag än vad det är för kvinnor” med svarsalternativen ”Instämmer helt”, ”Instämmer delvis”, ”Tar delvis avstånd”, ”Tar helt avstånd” samt ”Vet inte/Ingen åsikt”. Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

Stor osäkerhet i bedömningen om kvinnor får sämre stöd av företagsfrämjande organisationer än män i att starta och driva företag

Påståendet att organisationer som ger stöd till företag ger kvinnor sämre stöd än män att starta och driva företag är ett av de påståenden där andelen som inte vet eller inte har någon åsikt är som högst (se figur 6). Totalt uppger 62 procent att de inte tar ställning, vilket motsvarar 64 procent av männen och 60 procent av kvinnorna. Det tyder på att många saknar kunskap om eller erfarenhet av företagsfrämjande stödsystem. Det kan delvis förstås mot bakgrund av att företagare utgör en begränsad del av den sysselsatta befolkningen.⁵⁶ Bland dem som uttrycker en uppfattning är det en större andel som instämmer än tar avstånd men det framträder tydliga könsskillnader. Resultaten tyder på att kvinnor i högre grad än män uppfattar att stödorganisationer ger kvinnor sämre villkor. Kvinnor instämmer helt i större utsträckning än män (13 respektive 4 procent), medan män oftare tar helt avstånd (12 respektive 4 procent). Kvinnor återfinns även i något högre grad i kategorin instämmer delvis.

Figur 6. Organisationer som ger stöd till företag ger kvinnor sämre stöd än män att starta och driva företag. Andelar i procent fördelat på kön.



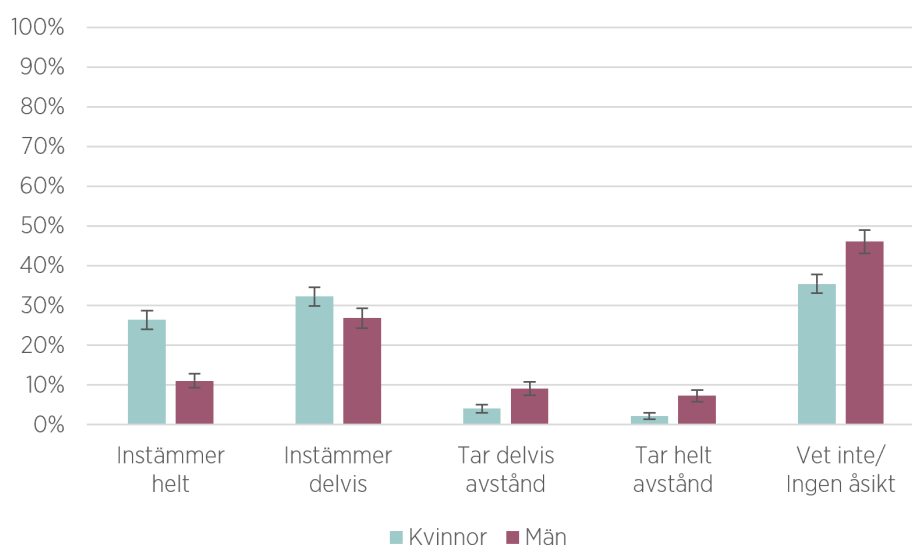
Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "Organisationer som ger stöd till företag ger kvinnor sämre stöd än män att starta och driva företag" med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

⁵⁶ SCB (AKU). Till gruppen företagare räknas även medhjälpare hushållsmedlemmar.

Fler kvinnor än män anser att män är mer benägna att investera i andra mäns företag

Resultaten visar att det även finns stor osäkerhet kring påståendet att män är mer benägna att investera i andra mäns företag än i kvinnors företag (se figur 7). Det gäller särskilt bland män (46 procent jämfört med 35 procent bland kvinnor), vilket kan tyda på att frågan kräver särskild insyn i investeringsmönster. Bland de respondenter som tar ställning är det en majoritet av kvinnorna som instämmer (59 procent) och drygt en tredjedel av männen (38 procent). Könsskillnaderna är tydliga. Kvinnor uppfattar i högre grad än män att investeringsbeslut påverkas av kön, och 26 procent av kvinnorna instämmer helt, jämfört med 11 procent av männen. Män intar i sin tur oftare en avvisande hållning. Resultaten tyder på att kvinnor i högre grad än män uppfattar att kön har betydelse för investeringsbeslut, medan män oftare avvisar den bilden.

Figur 7. Män är mer benägna att investera i andra mäns företag än i kvinnors företag. Andelar i procent fördelat på kön.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "Män är mer benägna att investera i andra mäns företag än i kvinnors" med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

Tydligt avståndstagande från könsstereotyper

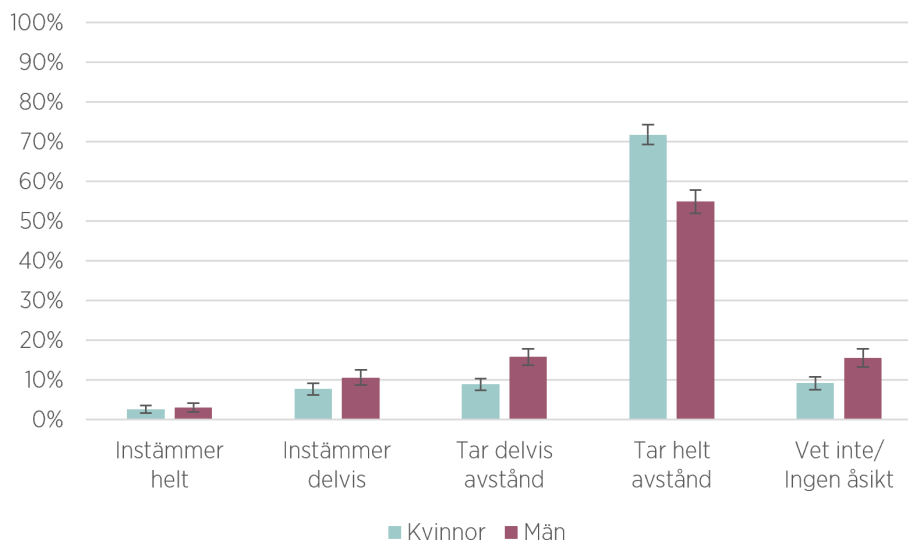
Påståendena belyser olika stereotypa föreställningar om kvinnor som företagare, bland annat synen på kompetens, innovationsförmåga, ledarskap och företagandets relation till familjeliv. Resultaten visar att sådana föreställningar har begränsat stöd i befolkningen. En majoritet tar avstånd från flera av de analyserade påståendena, samtidigt som kvinnor genomgående uttrycker ett starkare avståndstagande än män. Ett återkommande mönster är också att män oftare uppger att de saknar uppfattning i frågorna.

Tydligt avståndstagande till att män har mer relevant kompetens att driva företag – särskilt bland kvinnor

Inställningen till att män har mer relevant kompetens att driva företag än vad kvinnor har dominerar av ett starkt avståndstagande (se figur 8). En mycket stor andel av både kvinnorna och männen tar helt avstånd från påståendet, särskilt kvinnor (72 procent jämfört med 55 procent bland män). Det visar på ett tydligt avvisande i båda grupperna, men starkare bland kvinnor.

Däremot är det en större andel män (16 procent) än kvinnor (9 procent) som delvis tar avstånd från påståendet, även om dessa andelar ligger på en avsevärt lägre nivå än andelarna i kategorin helt avståndstagande. Andelen som instämmer i påståendet är genomgående låg. Vidare är det en större andel män (16 procent) än kvinnor (9 procent) som har svarat ”vet ej/ingen åsikt”, vilket kan tyda på att män i något högre grad anser att frågan är svår att ta ställning till.

Figur 8. Män har mer relevant kompetens att driva företag än vad kvinnor har. Andelar i procent fördelade på kvinnor och män.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat ”Män har mer relevant kompetens att driva företag än vad kvinnor har” med svarsalternativen ”Instämmer helt”, ”Instämmer delvis”, ”Tar delvis avstånd”, ”Tar helt avstånd” samt ”Vet inte/Ingen åsikt”. Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

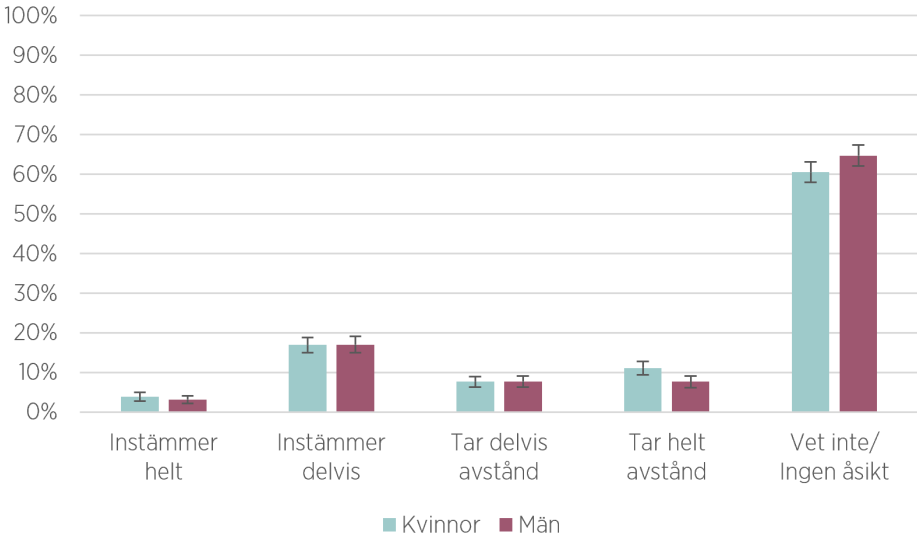


Foto: Unsplash

Svårt att bedöma om kvinnor oftare startar företag i branscher utan tillväxtmöjligheter – inga framträdande könsskillnader

Inga tydliga könsskillnader framträder i synen på om kvinnor oftare än män startar företag i branscher utan tillväxtmöjligheter. Resultaten visar mycket höga andelar av både kvinnor och män som har svarat att de inte vet eller inte har någon åsikt (61 procent av kvinnorna och 65 procent av männen) (se figur 9). Det tyder på att många uppfattar frågan som svår att bedöma eller att de saknar kunskap om branschens tillväxtförutsättningar. Bland dem som tar ställning är ”instämmer delvis” det vanligaste svarsalternativet.

Figur 9. Kvinnor startar oftare än män företag i branscher utan tillväxtmöjligheter. Andelar i procent fördelat på kön.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "Kvinnor startar oftare än män företag i branscher utan tillväxtmöjligheter" med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

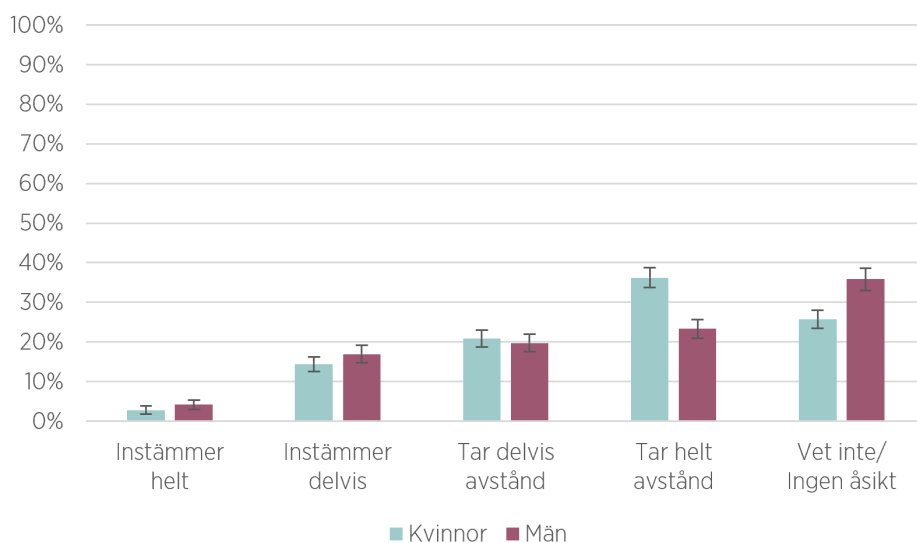


Foto: Unsplash

Avståndstagande och osäkerhet präglar inställningen till att kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen

Inställningen till att kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen visar att avståndstagandet är tydligare än instämmandet (se figur 10). Den mest framträdande könsskillnaden finns bland dem som tar helt avstånd, där kvinnor (36 procent) återfinns i högre grad än män (23 procent). Andelen som instämmer är relativt låg utan några tydliga könsskillnader. Även här är andelen som inte vet eller inte har någon åsikt relativt hög, och högre bland män (36 procent) än kvinnor (26 procent). Det kan indikera att män i större utsträckning saknar en tydligt formulerad uppfattning.

Figur 10. Kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen. Andelar i procent fördelat på kön.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "Kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen" med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

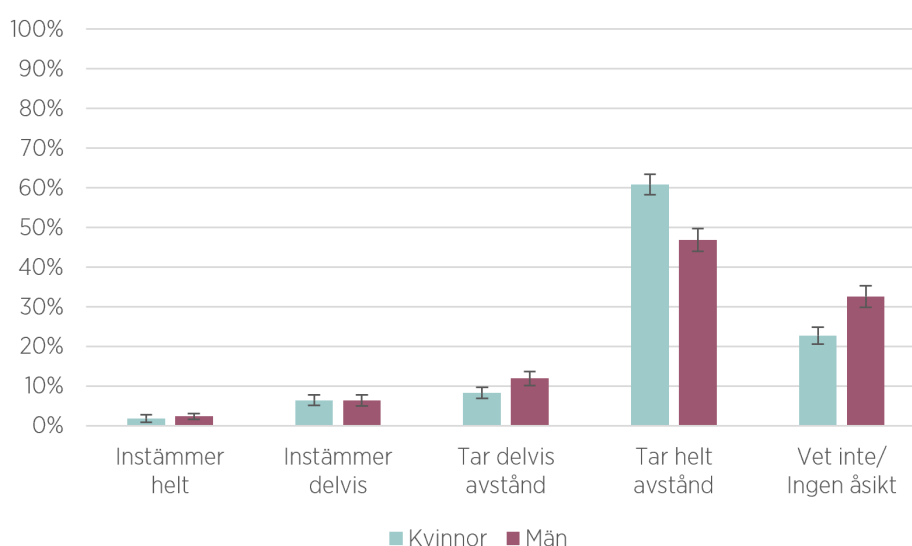


Foto: Unsplash

En majoritet tar avstånd från att kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande

En majoritet av både kvinnor och män tar avstånd från att kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns affärsidéer och den största andelen återfinns i kategorin tar helt avstånd (se figur 11). Kvinnor gör detta i högre grad än män (61 respektive 47 procent). Samtidigt är andelen som inte vet eller inte har någon åsikt återigen relativt stor, särskilt bland män (32 procent jämfört med 23 procent bland kvinnor). Andelen som instämmer är genomgående mycket låg och utan tydliga könsskillnader.

Figur 11. Kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns affärsidéer. Andelar i procent fördelat på kön.

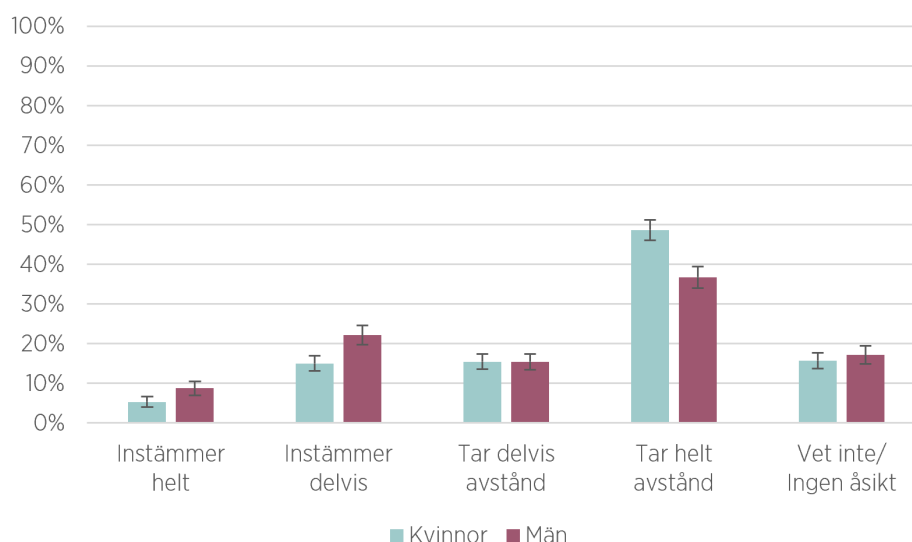


Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "Kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns affärsidéer" med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

Få instämmer i att det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag

En majoritet tar avstånd till att det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag (se figur 12). Däremot finns det en könsskillnad bland dem som tar helt avstånd som utgörs av en större andel kvinnor (49 procent) än män (38 procent). Samtidigt finns det ett visst instämmande, framför allt bland dem som instämmer delvis, där män (22 procent) återfinns i högre grad än kvinnor (15 procent). Det tyder på att kvinnor i högre grad än män tydligare tar avstånd från föreställningen att könsskillnader i företagande är ”naturliga”, medan män något oftare ger uttryck för ett visst, om än inte fullständigt, instämmande. Andelen som inte vet eller inte har någon åsikt är i stort sett lika stor bland kvinnor (16 procent) respektive män (17 procent).

Figur 12. Det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag.
Andelar i procent fördelat på kön.

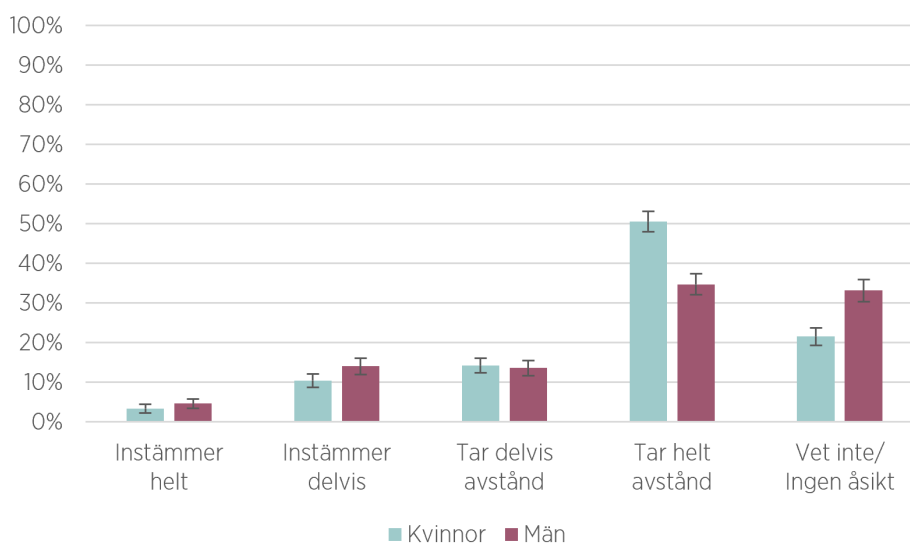


Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "Det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag" med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

Få instämmer i att kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor

Även när det gäller inställningen till att kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor dominerar ett stort avståndstagande (se figur 13). Kvinnor tar tydligare avstånd. Det vanligaste svarsalternativet är att helt ta avstånd vilket görs av 51 procent av kvinnorna jämfört med 35 procent av männen. Det visar på en tydlig könsskillnad i styrkan i avståndstagandet. Samtidigt är andelen som instämmer i påståendet genomgående låg. Det framträder även tydliga könsskillnader bland dem som har svarat att de inte vet eller inte har en åsikt, där en större andel män (33 procent) än kvinnor (22 procent) återfinns.

Figur 13. Kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor. Andelar i procent fördelat på kön.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Påståendet är formulerat "Kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor" med svarsalternativen "Instämmer helt", "Instämmer delvis", "Tar delvis avstånd", "Tar helt avstånd" samt "Vet inte/Ingen åsikt". Urvalsundersökningar är skattningar och förknippade med en viss statistisk osäkerhet. De markeringar som syns på linjerna i diagrammet motsvarar osäkerhetsintervallet/konfidensintervallet.

Attityderna varierar mellan olika branscher

En analys av attityderna till kvinnors företagande, uppdelade efter bransch, oavsett om personen är anställd eller företagare, visar att negativa attityder återfinns bland de som är verksamma inom tillverkning, byggverksamhet, transport och magasinering samt finans och försäkring. Mer positiva attityder återfinns bland personer som arbetar inom jordbruk, media, offentlig förvaltning, kultur samt vård och omsorg. Inom dessa branscher är det relativt genomgående mindre könsskillnader i inställningen till kvinnors företagande. De största skillnaderna mellan kvinnors och mäns uppfattningar återfinns inom utbildning, hotell och restaurang, finans och försäkring samt tillverkning.

VILKA FAKTORER SAMVARIERAR MED ATTITYDERNA?

De deskriptiva resultaten visar tydliga könsskillnader i flera av de analyserade påståendena. I detta kapitel presenteras resultaten av ordinala multivariata regressionsanalyser⁵⁷ för att undersöka om dessa skillnader kvarstår när hänsyn tas till ålder, utbildning, födelseland, inkomst och generella attityder till jämställdhet. Resultaten redovisas som predicerade sannolikheter⁵⁸ att välja olika svarsalternativ för att underlätta tolkningen av skillnader mellan grupper. Kapitlet beskriver även hur attityder till kvinnors företagande samvarierar med dessa faktorer och avslutas med en analys av ett sammanvägt index över attityder till kvinnors företagande.

Attityder till kvinnors företagande samvarierar tydligt med kön och synen på jämställdhet

De multivariata analyserna visar att även efter kontroll för ålder, utbildning, födelseland, inkomst och generella attityder till jämställdhet så är kvinnor genomgående mer positiva till kvinnors företagande än män. Skillnaderna är särskilt tydliga bland yngre kvinnor och män. Ett övergripande mönster är att attityder till kvinnors företagande samvarierar starkt med synen på jämställdhet. Personer som uppfattar att kvinnor möter hinder och diskriminering i arbetslivet är också mer benägna att uppfatta ojämsställda villkor för kvinnor som företagare och att ta avstånd från stereotypa föreställningar om kvinnors kompetens, innovationsförmåga och lämplighet som företagsledare. Även utbildning och ålder har betydelse, där högutbildade och yngre personer generellt uttrycker mer positiva attityder till kvinnors företagande. Sammantaget visar resultaten att synen på kvinnors företagande är nära sammanflätad med bredare uppfattningar om jämställdhet och könsroller i samhället.

Synen på jämställdhet samvarierar med synen på kvinnors villkor som företagare

Stöd för offentliga insatser för kvinnors företagande är starkare bland kvinnor och personer med medvetenhet kring jämställdhetsutmaningar

Sambandet mellan kön och inställningen till att det är bra att ge särskilt offentligt stöd för kvinnors företagande kvarstår och är statistiskt signifikant efter kontroll för ålder, utbildning, inkomst och attityder till jämställdhet. Kvinnor är mer benägna än män att instämna. Den predicerade sannolikheten att instämna helt i påståendet är 38 procent bland kvinnor, jämfört med 30 procent bland män. Även födelseland

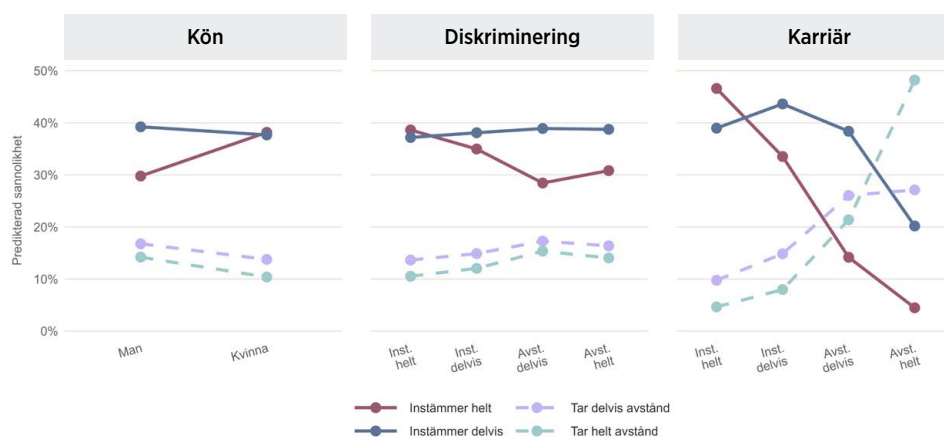
⁵⁷ Ordinal regressionsanalys är en statistisk metod som används för att analysera samband när utfallet består av ordnade svarsalternativ, exempelvis från ”instämmer helt” till ”tar helt avstånd”. Multivariat innebär att analysen samtidigt tar hänsyn till flera bakgrundsfaktorer, vilket gör det möjligt att undersöka om skillnader kvarstår när andra relevanta variabler hålls konstanta.

⁵⁸ Predicerade sannolikheter är modellbaserade skattningar av hur stor andel i en viss grupp som förväntas välja ett visst svarsalternativ när övriga variabler i analysen hålls konstanta. För mer detaljer kring metoden se metodbilagan.

har statistiskt signifikanta samband. Personer födda utanför Sverige är mer benägna att instämma. Däremot framträder inga tydliga samband med ålder, utbildning eller inkomst. Interaktionsanalyser⁵⁹ visar vidare att sambandet mellan födelseland och inställning till offentligt stöd skiljer sig mellan kvinnor och män. Bland inrikes födda är sannolikheten att instämma helt 39 procent bland kvinnor och 26 procent bland män, medan motsvarande könsskillnader är små bland utrikes födda.

Det finns också ett starkt samband med uppfattningen att könsdiskriminering förekommer och att kvinnor behöver prestera mer än män för att göra karriär. Ju starkare dessa uppfattningar är, desto större är benägenheten att instämma. Sannolikheten att instämma helt i att det är bra att särskilt offentligt stöd avsätts till kvinnors företagande är 35 procent, jämfört med 28 procent som delvis tar avstånd. Vidare är sannolikheten att instämma helt 47 procent bland dem som instämmer helt i att kvinnor måste prestera mer än män för att göra karriär, jämfört med 5 procent bland dem som helt tar avstånd. I figur 14 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågorna om diskriminering och karriär.

Figur 14. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Det är bra att särskilt offentligt stöd avsätts till kvinnors företagande.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter⁶⁰ från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (med funktionen *svyI*). Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). ⁶¹ Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix. De predicerade sannolikheterna kan tolkas som den förväntade sannolikheten att en individ med vissa egenskaper väljer ett visst svarsalternativ när hänsyn samtidigt tas till övriga variabler i modellen. Exempelvis innebär en predicerad sannolikhet på 60 procent för ett visst svarsalternativ att 60 av 100 personer med motsvarande egenskaper förväntas välja detta alternativ, givet modellens antaganden.

⁵⁹ Interaktionsanalyser används för att undersöka om sambandet mellan två variabler skiljer sig mellan olika grupper. Metoden gör det möjligt att analysera om exempelvis ett samband är starkare eller svagare beroende på kön, ålder eller andra bakgrundsfaktorer.

⁶⁰ De predikerade sannolikheterna är beräknade som genomsnittliga marginalprediktioner innebär att sannolikheterna först beräknas för varje individ i urvalet utifrån den statistiska modellen och därefter vägs samman till ett genomsnitt för populationen med hjälp av undersökningens vikter. Resultaten kan därför tolkas som förväntade sannolikheter i befolkningen snarare än för en typisk individ.

⁶¹ Statistisk signifikans ($p < 0,05$) innebär att sannolikheten att det observerade sambandet uppkommit av slumpen är mindre än 5 procent, givet att det i verkligheten inte finns något samband.

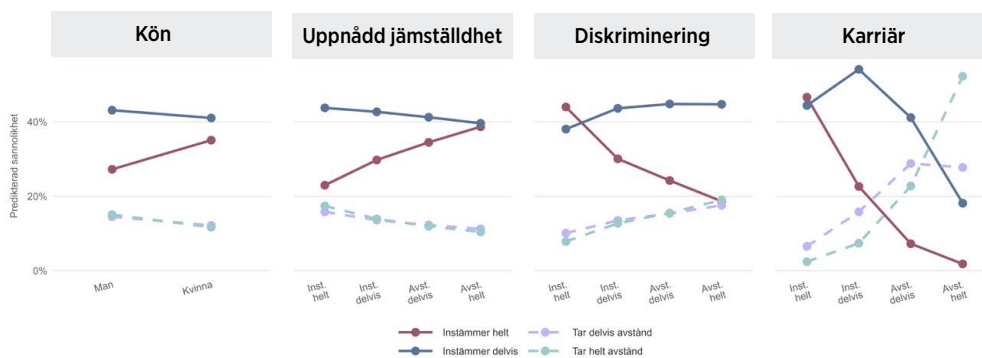
Kvinnor uppfattar oftare att män har lättare att få extern finansiering

Ett statistiskt signifikant samband mellan kön och inställningen till att det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag kvarstår även efter kontroll för ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst och attityder till jämställdhet. Kvinnor är mer benägna att instämna än män. Den predicerade sannolikheten att instämna helt är 35 procent bland kvinnor, jämfört med 27 procent bland män. Resultaten bör tolkas med en viss försiktighet då över 60 procent av de svarande uppgett att de saknar uppfattning, vilket tyder på begränsad insyn i villkoren för extern finansiering. För ålder, födelseland, utbildningsnivå och inkomst kan inga statistiskt säkerställda samband identifieras.

Däremot är sambanden med generella jämställdhetsattityder tydliga och konsekventa. Personer som anser att jämställdhet redan har uppnåtts i Sverige är mindre benägna att instämna, medan de som uppfattar att könsdiskriminering förekommer eller att kvinnor måste prestera mer än män för att göra karriär instämmer i att det är enklare för män att få finansiering i betydligt högre grad.

Den predicerade sannolikheten att instämna helt i att det är enklare för män att få extern finansiering varierar tydligt med jämställdhetsattityder. Sannolikheten är 39 procent bland dem som tar helt avstånd från att jämställdhet har uppnåtts jämfört med 23 procent bland dem som instämmer i detta. Bland dem som instämmer helt i att könsdiskriminering förekommer är sannolikheten 44 procent, jämfört med 19 procent bland dem som tar avstånd. Störst är skillnaden kopplat till synen på karriärmöjligheter. Sannolikheten är 47 procent bland dem som anser att kvinnor måste prestera mer än män, jämfört med endast 2 procent bland dem som helt tar avstånd. I figur 15 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågorna om uppnådd jämställdhet, diskriminering och karriär.

Figur 15. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag än vad det är för kvinnor.



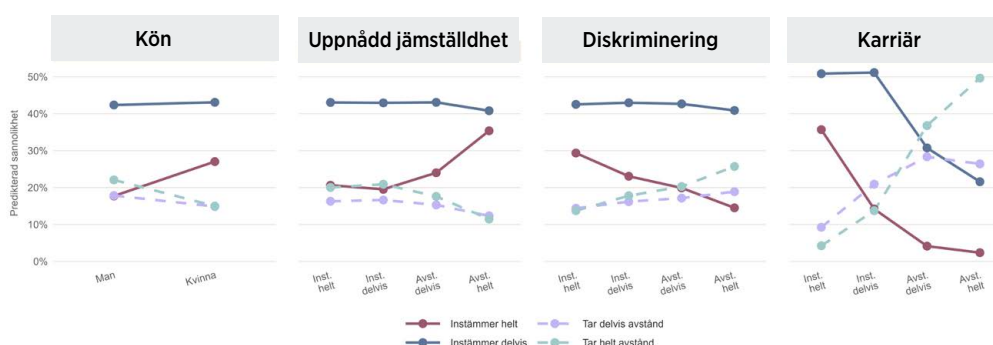
Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (med funktionen *svyolr*). Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix. De predicerade sannolikheterna kan tolkas som den förväntade sannolikheten att en individ med vissa egenskaper väljer ett visst svarsalternativ när hänsyn samtidigt tas till övriga variabler i modellen. Exempelvis innebär en predicerad sannolikhet på 60 procent för ett visst svarsalternativ att 60 av 100 personer med motsvarande egenskaper förväntas välja detta alternativ, givet modellens antaganden.

Män och personer med en negativ inställning till jämställdhet uppfattar i lägre grad att kvinnor får sämre stöd till att starta och driva företag än män

Ett statistiskt signifikant samband mellan kön och uppfattningen att stödorganisationer ger kvinnor sämre stöd än män kvarstår efter kontroll för ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst och generella attityder till jämställdhet. Kvinnor är mer benägna än män att instämma. Den predicerade sannolikheten att instämma helt uppgår till 27 procent bland kvinnor, jämfört med 18 procent bland män. Däremot framträder inga statistiskt säkerställda samband mellan inställningen till påståendet och övriga bakgrunds faktorer.

Liksom för flera andra påståenden är sambanden med övergripande attityder till jämställdhet tydliga. Personer som i lägre grad anser att jämställdhet har uppnåtts i Sverige är mer benägna att instämma i att kvinnor får sämre stöd. Den predicerade sannolikheten att instämma helt uppgår till 35 procent bland dem som helt tar avstånd från att Sverige har uppnått jämställdhet, jämfört med 21 procent bland dem som instämmer helt i detta påstående. Ett liknande mönster framträder i relation till uppfattningen att könsdiskriminering förekommer. Sannolikheten att instämma helt är 29 procent bland dem som instämmer helt i detta, jämfört med 15 procent bland dem som tar helt avstånd. Sambandet är särskilt tydligt när det gäller uppfattningen att kvinnor behöver prestera mer än män för att göra karriär. Bland dem som instämmer helt i detta påstående är sannolikheten att instämma helt i att kvinnor får sämre stöd 35 procent, jämfört med endast 3 procent bland dem som helt tar avstånd. I figur 16 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågorna om uppnådd jämställdhet, diskriminering och karriär.

Figur 16. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Organisationer som ger stöd till företag ger kvinnor sämre stöd än män att starta och driva företag.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (med funktionen *svyolr*). Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix. De predicerade sannolikheterna kan tolkas som den förväntade sannolikheten att en individ med vissa egenskaper väljer ett visst svarsalternativ när hänsyn samtidigt tas till övriga variabler i modellen. Exempelvis innebär en predicerad sannolikhet på 60 procent för ett visst svarsalternativ att 60 av 100 personer med motsvarande egenskaper förväntas välja detta alternativ, givet modellens antaganden.

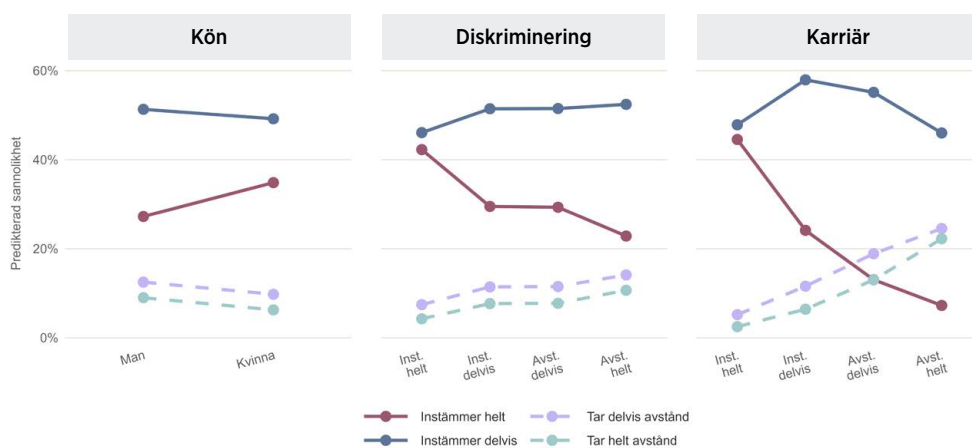
Föreställningen att män främst investerar i andra mäns företag är vanligare bland kvinnor och personer som i högre utsträckning ser jämställdhetsutmaningar

Analysen visar att det finns ett statistiskt signifikant samband mellan kön och inställningen till påståendet, vilket kvarstår efter kontroll för ålder, utbildning, inkomst och bakgrund. Kvinnor är mer benägna än män att instämma i att män i högre utsträckning investerar i andra mäns företag. Den predicerade sannolikheten att instämma helt uppgår till 35 procent bland kvinnor, jämfört med 27 procent bland män.

Utbildningsnivå har också ett statistiskt signifikant samband med inställningen. Personer med lägre utbildning är mer benägna att instämma än personer med högre utbildning. Däremot framträder inga tydliga samband med ålder, födelseland eller inkomst. Det bör också noteras att andelen som uppger att de inte vet eller saknar uppfattning är relativt hög. Vidare visar resultaten en statistiskt signifikant interaktion mellan kön och tillhörighet till den äldsta åldersgruppen (66 år eller äldre) jämfört med yngre åldersgrupper. Inom denna grupp är sannolikheten att instämma helt 33 procent bland kvinnor, jämfört med 24 procent bland män, medan motsvarande könsskillnader är små i övriga åldersgrupper.

Även i detta fall samvarierar inställningen tydligt med generella attityder till jämställdhet. Särskilt gäller detta uppfattningen att könsdiskriminering förekommer samt att kvinnor behöver prestera mer än män för att göra karriär. Den predicerade sannolikheten att instämma helt uppgår till 42 procent bland dem som instämmer helt i att könsdiskriminering förekommer, jämfört med 23 procent bland dem som helt tar avstånd. Motsvarande sannolikhet är 45 procent bland dem som instämmer helt i att kvinnor behöver prestera mer än män, jämfört med 7 procent bland dem som helt tar avstånd. I figur 17 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågorna om diskriminering och karriär.

Figur 17. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Män är mer benägna att investera i andra mäns företag än i kvinnors företag.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (med funktionen *svyolr*). Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix. De predicerade sannolikheterna kan tolkas som den förväntade sannolikheten att en individ med vissa egenskaper väljer ett visst svarsalternativ när hänsyn samtidigt tas till övriga variabler i modellen. Exempelvis innebär en predicerad sannolikhet på 60 procent för ett visst svarsalternativ att 60 av 100 personer med motsvarande egenskaper förväntas välja detta alternativ, givet modellens antaganden.

Avståndstagandet till stereotypa föreställningar är starkast bland yngre kvinnor

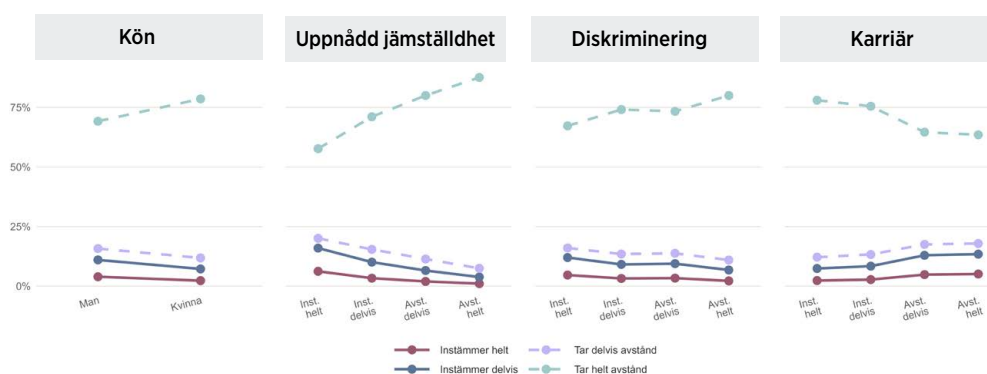
Män, lågutbildade och personer med mindre jämställdhetsorienterade attityder tar mindre avstånd från stereotypa uppfattningar om företagskompetens

Det finns ett tydligt samband mellan kön och inställningen till att män har mer relevant kompetens att driva företag än kvinnor, och detta samband kvarstår efter kontroll för övriga variabler. Kvinnor är i högre utsträckning än män benägna att ta avstånd från påståendet även om män också tar avstånd i hög utsträckning. Den predicerade sannolikheten att helt ta avstånd uppgår till 79 procent bland kvinnor, jämfört med 69 procent bland män.

Flera bakgrundsfaktorer uppvisar också statistiskt signifikanta samband. Personer födda i Sverige, personer med högre utbildning samt personer med högre inkomster är mer benägna att ta avstånd från påståendet. Den predicerade sannolikheten att helt ta avstånd är 79 procent bland personer födda i Sverige, jämfört med 55 procent bland personer födda utanför Sverige. Motsvarande sannolikheter är 80 procent bland personer med eftergymnasial utbildning och 64 procent bland personer med förgymnasial utbildning, samt 78 procent i den högsta inkomstkvartilen jämfört med 70 procent i den lägsta. Däremot framträder inget tydligt samband med ålder.

Även attityder till jämställdhet samvarierar med inställningen. Personer som i högre grad uppfattar att jämställdhet inte har uppnåtts, eller att könsdiskriminering förekommer, är mer benägna att ta avstånd från påståendet. Liknande mönster återfinns för uppfattningen att kvinnor behöver prestera mer än män för att göra karriär. I figur 18 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågorna om uppnådd jämställdhet, diskriminering och karriär.

Figur 18. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Män har mer relevant kompetens att driva företag än vad kvinnor har.



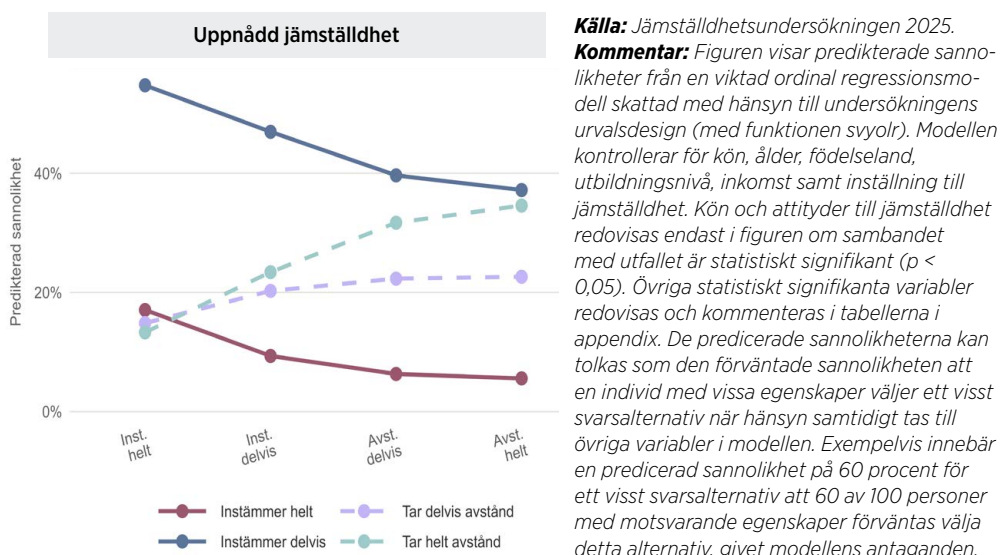
Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (med funktionen *svyolr*). Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix. De predicerade sannolikheterna kan tolkas som den förväntade sannolikheten att en individ med vissa egenskaper väljer ett visst svarsalternativ när hänsyn samtidigt tas till övriga variabler i modellen. Exempelvis innebär en predicerad sannolikhet på 60 procent för ett visst svarsalternativ att 60 av 100 personer med motsvarande egenskaper förväntas välja detta alternativ, givet modellens antaganden.

Få tydliga skillnader i attityder till att kvinnor oftare startar företag i branscher utan tillväxtmöjligheter

I likhet med de deskriptiva resultaten framträder inga statistiskt signifikanta könsskillnader i inställningen till att kvinnor oftare startar företag i branscher utan tillväxtmöjligheter, och detta kvarstår även efter kontroll för övriga bakgrundsfaktorer. Inte heller kan några tydliga samband identifieras mellan inställningen och variabler som ålder, födelseland, utbildningsnivå eller inkomst. Däremot visar resultaten en statistiskt signifikant interaktion mellan kön och ålder där könsskillnader tydligt framträder bland 16- till 29-åringar jämfört med övriga åldersgrupper. I denna grupp är sannolikheten att helt ta avstånd från att kvinnor oftare startar företag i branscher utan tillväxtmöjligheter 46 procent bland kvinnor, jämfört med 16 procent bland män.

I övrigt noteras ett samband som rör uppfattningen om huruvida jämställdhet har uppnåtts i Sverige. Personer som tar avstånd från att jämställdhet har uppnåtts är mer benägna att själva ta avstånd från att kvinnor oftare startar företag i branscher utan tillväxtmöjligheter. Den predicerade sannolikheten att helt ta avstånd uppgår till 35 procent i denna grupp, jämfört med 13 procent bland dem som instämmer i att jämställdhet har uppnåtts. Det bör samtidigt understrykas att en stor andel av respondenterna, över 60 procent, har angett att de saknar uppfattning i frågan, vilket påverkar generaliseringen av resultaten. I figur 19 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ avseende frågan om uppnådd jämställdhet.

Figur 19. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnor startar oftare än män företag i branscher utan tillväxtmöjligheter.



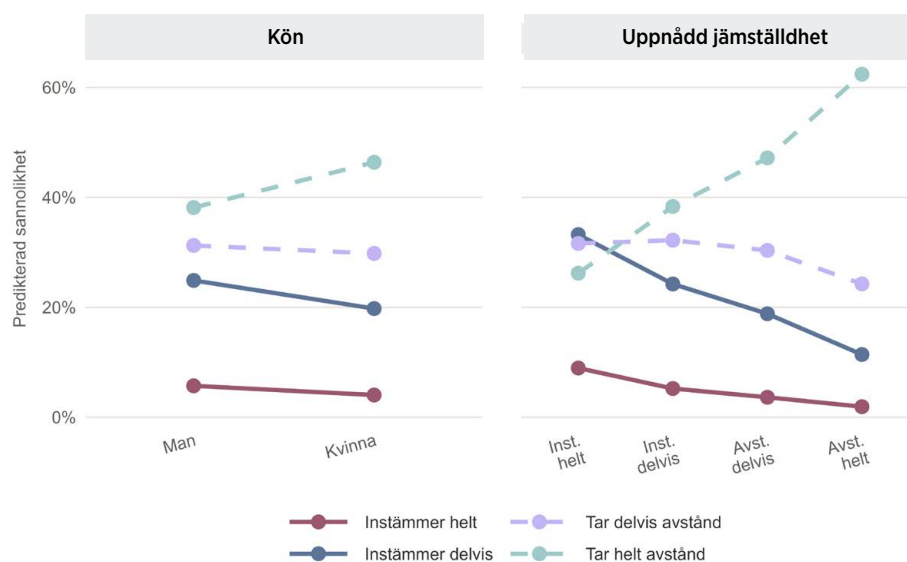
Kvinnor och särskilt yngre kvinnor tar oftare avstånd från att kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen

I linje med de deskriptiva resultaten kvarstår ett tydligt statistiskt signifikant samband mellan kön och inställningen till att kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen, även efter kontroll för ålder, födelseland, utbildningsnivå,

inkomst och generella attityder till jämställdhet. Kvinnor är mer benägna än män att ta avstånd från påståendet. Den predicerade sannolikheten att helt ta avstånd uppgår till 46 procent bland kvinnor, jämfört med 38 procent bland män. Resultaten visar vidare en statistiskt signifikant interaktion mellan kön och ålder. Inom åldersgruppen 16–29 år är sannolikheten att helt ta avstånd från påståendet 57 procent bland kvinnor, jämfört med 34 procent bland män. I övriga åldersgrupper ses ingen tydlig skillnad. Detta tyder på att könsskillnader i inställningen till påståendet är särskilt tydliga bland yngre respondenter.

Resultaten visar vidare att även ålder, födelseland, utbildningsnivå och inkomst har statistiskt signifikanta samband med inställningen till påståendet. Yngre personer, personer födda i Sverige, personer med högre utbildning samt personer i de högsta och lägsta inkomstkvartilerna är mer benägna att helt ta avstånd från påståendet. Även inställningen till om Sverige har uppnått jämställdhet mellan kvinnor och män uppvisar tydliga samband med inställningen till påståendet. Den predicerade sannolikheten att helt ta avstånd uppgår till 62 procent bland dem som helt tar avstånd från att Sverige har uppnått jämställdhet, jämfört med 26 procent bland dem som instämmer helt i detta påstående. I figur 20 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågan om uppnådd jämställdhet.

Figur 20. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen.



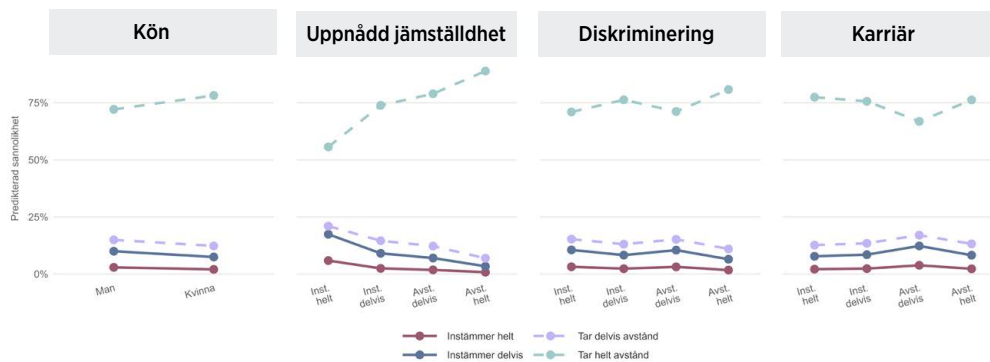
Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (med funktionen *svyIor*). Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix. De predicerade sannolikheterna kan tolkas som den förväntade sannolikheten att en individ med vissa egenskaper väljer ett visst svarsalternativ när hänsyn samtidigt tas till övriga variabler i modellen. Exempelvis innebär en predicerad sannolikhet på 60 procent för ett visst svarsalternativ att 60 av 100 personer med motsvarande egenskaper förväntas välja detta alternativ, givet modellens antaganden.

Yngre kvinnor, högutbildade och personer som inte anser att jämställdhet är uppnådd i Sverige tar oftare avstånd från föreställningen att kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande

Det finns ett tydligt samband mellan kön och inställningen till att kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns, även efter kontroll för bakgrundsfaktorer. Kvinnor är mer benägna än män att ta avstånd från påståendet. Den predicerade sannolikheten att helt ta avstånd uppgår till 78 procent bland kvinnor och 72 procent bland män. Resultaten visar dessutom en statistiskt signifikant interaktion mellan kön och ålder. I åldersgruppen 16–29 år är sannolikheten att helt ta avstånd 85 procent bland kvinnor och 64 procent bland män. Även i den äldsta åldersgruppen (66+ år) kvarstår en könsskillnad, om än mindre uttalad.

Flera faktorer uppvisar statistiskt signifikanta samband. Yngre personer, personer födda i Sverige och personer med högre utbildning är i högre grad benägna att ta avstånd från påståendet. Även uppfattningar om jämställdhet har tydliga samband med inställningen att kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande. Personer som tar avstånd från att Sverige har uppnått jämställdhet är i högre grad benägna att ta avstånd från påståendet. I figur 21 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågorna om uppnådd jämställdhet, diskriminering och karriär.

Figur 21. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns affärsidéer.



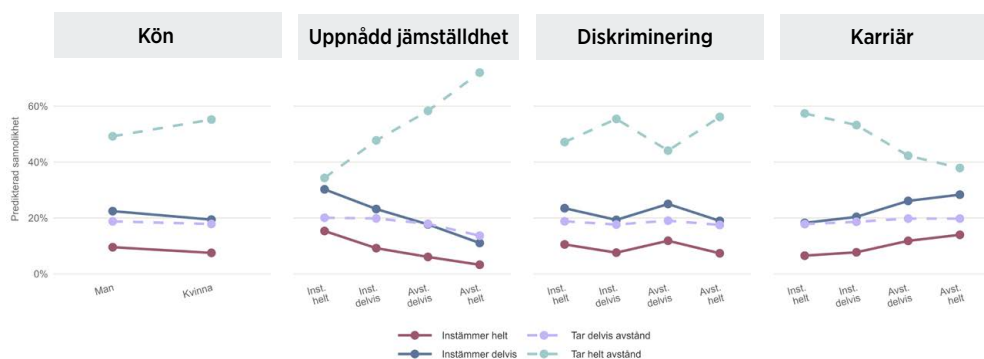
Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (med funktionen *svy:lr*). Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix. De predicerade sannolikheterna kan tolkas som den förväntade sannolikheten att en individ med vissa egenskaper väljer ett visst svarsalternativ när hänsyn samtidigt tas till övriga variabler i modellen. Exempelvis innebär en predicerad sannolikhet på 60 procent för ett visst svarsalternativ att 60 av 100 personer med motsvarande egenskaper förväntas välja detta alternativ, givet modellens antaganden.

Kvinnor och yngre tar i högre grad avstånd från föreställningen om företagande som mindre naturligt för kvinnor

Det kvarstår ett statistiskt signifikant samband mellan kön och inställningen till att det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag efter kontroll för ålder, utbildning, inkomst och bakgrund. Kvinnor är mer benägna än män att ta avstånd. Den predicerade sannolikheten att helt ta avstånd uppgår till 55 procent bland kvinnor, jämfört med 49 procent bland män. Även födelseland och utbildningsnivå har betydelse. Personer födda i Sverige och personer med högre utbildning är mer benägna att ta avstånd. Det finns också en statistiskt signifikant interaktion mellan kön och ålder. I åldersgruppen 16–29 år är sannolikheten att helt ta avstånd 63 procent bland kvinnor och 36 procent bland män, vilket visar att könsskillnaderna är särskilt tydliga bland yngre.

Inställningen samvarierar tydligt med attityder till jämställdhet. Personer som tar avstånd från att Sverige har uppnått jämställdhet är mer benägna att ta avstånd från påståendet (72 procent jämfört med 34 procent). Ett liknande mönster gäller för uppfattningen att kvinnor behöver prestera mer än män för att göra karriär. I figur 22 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågorna om uppnådd jämställdhet, diskriminering och karriär.

Figur 22. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag.



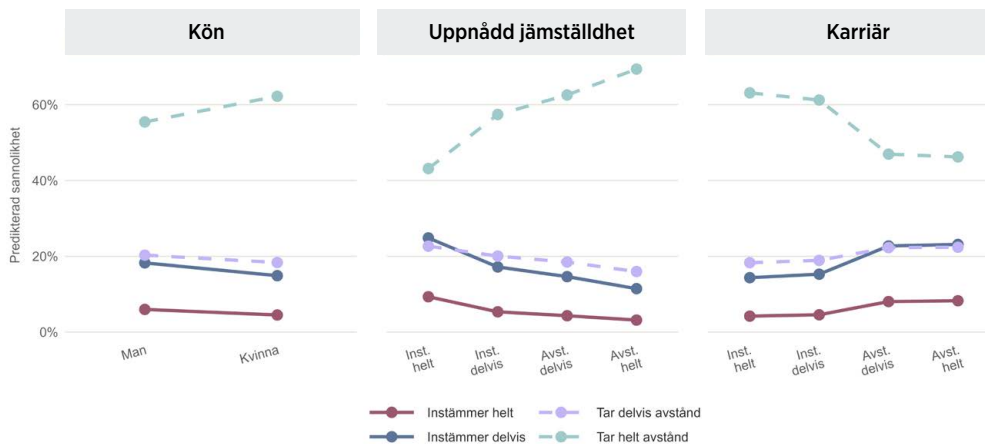
Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (med funktionen *svyolr*). Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix. De predicerade sannolikheterna kan tolkas som den förväntade sannolikheten att en individ med vissa egenskaper väljer ett visst svarsalternativ när hänsyn samtidigt tas till övriga variabler i modellen. Exempelvis innebär en predicerad sannolikhet på 60 procent för ett visst svarsalternativ att 60 av 100 personer med motsvarande egenskaper förväntas välja detta alternativ, givet modellens antaganden.

Skepsisen mot påståendet att kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska är särskilt stark bland unga kvinnor

Ett statistiskt signifikant samband mellan kön och inställningen till påståendet att kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor kvarstår efter kontroll för övriga faktorer. Kvinnor är mer benägna än män att ta avstånd från påståendet. Den predicerade sannolikheten att helt ta avstånd uppgår till 62 procent bland kvinnor, jämfört med 55 procent bland män. Resultaten visar vidare att både födelseland och utbildningsnivå har betydelse. Personer födda i Sverige samt personer med högre utbildning är mer benägna att ta avstånd. Det finns även en statistiskt signifikant interaktion mellan kön och ålder. I åldersgruppen 16–29 år är sannolikheten att helt ta avstånd 72 procent bland kvinnor jämfört med 43 procent bland män, vilket tyder på att könsskillnaderna är särskilt tydliga bland yngre.

Inställningen samvarierar dessutom med bredare jämställdhetsattityder. Personer som uppfattar att jämställdhet inte har uppnåtts, att det förekommer könsdiskriminering eller att kvinnor behöver prestera mer än män för att göra karriär är mer benägna att ta avstånd från påståendet. I figur 23 presenteras de predicerade sannolikheterna att välja olika svarsalternativ för om man är kvinna eller man och för vilka svarsalternativ man valt avseende frågorna om uppnådd jämställdhet, diskriminering och karriär.

Figur 23. Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor.



Källa: Jämställdhetsundersökningen 2025. **Kommentar:** Figuren visar predikerade sannolikheter från en viktad ordinal regressionsmodell skattad med hänsyn till undersökningens urvalsdesign (svyolr). De predikerade sannolikheterna är beräknade som genomsnittliga marginalprediktioner över den viktade populationen. Modellen kontrollerar för kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå, inkomst samt inställning till jämställdhet. Kön och attityder till jämställdhet redovisas endast i figuren om sambandet med utfallet är statistiskt signifikant ($p < 0,05$). Övriga statistiskt signifikanta variabler redovisas och kommenteras i tabellerna i appendix.

Sammansatt mått bekräftar samband med kön, ålder och synen på jämställdhet

Ett mättekniskt validerat index

Genom att skapa ett index baserat på flera påståenden om kvinnors företagande kan en gemensam underliggande inställning till kvinnors företagande mätas mer tillförlitligt än med enskilda frågor. Attityder ses sällan som direkt synliga och det finns fördelar med att mäta attityder med ett mer indirekt angreppssätt genom att flera påståenden tillsammans fångar en och samma underliggande dimension. För att säkerställa att indexet verkligen mäter något sammanhållet och inte bara slumpmässigt valda påståenden har en så kallad Rasch-analys⁶² genomförts. Rasch-analysen visade att följande fyra påståenden fungerar relativt väl tillsammans som indikatorer på samma underliggande dimension:

- ”Kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen”
- ”Kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns affärsidéer”
- ”Det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag”
- ”Kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor”

Tillsammans fångar dessa påståenden en gemensam tolkning av attityder präglade av könsstereotypa föreställningar om företagande. Det är värt att notera att påståenden om finansiering varken passade in i detta index eller uppvisade de mättekniska egenskaper som krävs för att bilda ett eget index.

Kvinnor, högutbildade och personer med jämställdhetsorienterade attityder har mest positiva attityder till kvinnors företagande

Resultaten från regressionsanalysen av det sammansatta indexet visar att ålder, utbildningsnivå samt attityder till jämställdhet har statistiskt signifikanta samband med inställningen till kvinnors företagande. Personer i åldern 30–44 år och personer med högre utbildning är mer benägna att ha en positiv attityd. Den predicerade sannolikheten för en positiv inställning uppgår till 81 procent i åldersgruppen 30–44 år, jämfört med 75 procent bland personer i åldern 66 år eller äldre. Motsvarande sannolikheter är 82 procent bland personer med eftergymnasial utbildning och 71 procent bland personer med förgymnasial utbildning. Analysen visar också en statistiskt signifikant interaktion mellan kön och ålder. I den yngsta åldersgruppen (16–29 år) är sannolikheten att ha en positiv attityd 87 procent bland kvinnor, jämfört med 67 procent bland män. I övriga åldersgrupper är skillnaderna mellan könen betydligt mindre. Även uppfattningar om jämställdhet uppvisar tydliga samband med indexet. Personer som tar avstånd från att Sverige har uppnått jämställdhet är mer benägna att ha en positiv attityd till kvinnors företagande. Den predicerade sannolikheten uppgår till 87 procent i denna grupp, jämfört med 63 procent bland dem som instämmer i att jämställdhet har uppnåtts.

⁶² Rasch-analys är en statistisk metod som används för att bedöma om ett antal påståenden eller frågor mäter en och samma underliggande egenskap (en så kallad latent dimension). Metoden testar hur väl varje enskilt påstående ”passar in” i det gemensamma mönstret och om svaren på påståendena samvarierar på det sätt som teorin förutsäger.

SLUTSATSER

Jämställdhetsundersökningen visar att det finns ett starkt stöd för kvinnors kompetens och förmåga som företagare i befolkningen. Samtidigt visar resultaten också påtagliga skillnader i hur ojämställda villkor uppfattas – skillnader som i hög grad följer kön, ålder och generell syn på jämställdhet. Det pekar på ett fortsatt behov av ökad kunskap om kvinnors och mäns olika villkor som företagare, och om hur könsnormativa uppfattningar kan påverka bemötande, stöd och finansiering. Analyserna visar också att könsskillnaderna i flera fall är särskilt tydliga bland yngre respondenter. Unga kvinnor tar i högre grad än unga män avstånd från könsstereotypa påståenden, både vad gäller jämställdhet generellt och synen på kvinnor som företagare.

Starkt stöd för kvinnors företagande men varierande syn på ojämställda villkor

Befolkningen tar avstånd från könsstereotyper men bilden är inte entydig

Forskning visar att entreprenörskap länge har uppfattats som manligt kodat, präglad av egenskaper som risktagande, konkurrenskraft och autonomi. Resultaten från analyserna ger delvis en positiv bild där en tydlig majoritet av befolkningen tydligt tar avstånd från de mest explicita könsstereotyperna. Få instämmer i att mäns affärsidéer är mer nyskapande, att män har mer relevant kompetens att driva företag eller att kvinnliga företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor. Det tyder på att befolkningen i Sverige i stort uppfattar kvinnor som kompetenta och legitima företagare.

Men bilden är inte entydig. Avståndstagandet till de könsstereotypa attityderna är konsekvent starkare bland kvinnor än bland män, och könsskillnaderna är som störst i svarsskalans ytterkategorier, det vill säga bland de som har tydligast formulerade uppfattningar. Män återfinns också i högre grad i svars-kategorin ”Vet inte/Ingen åsikt”. Det visar att män oftare saknar eller avstår från att uttrycka en uppfattning i dessa frågor. En möjlig tolkning är att frågorna upplevs som mer avlägsna eller mindre angelägna, men undersökningen kan inte fastställa orsaken till detta. Män tenderar också att instämma i de stereotypa påståendena i högre utsträckning än kvinnor. Vidare visar resultaten att könsskillnaderna är mest framträdande bland unga mellan 16 och 29 år. Resultaten indikerar att yngre kvinnor är mer benägna att ifrågasätta stereotypa föreställningar än jämnåriga män.

Många saknar uppfattning om ojämställda villkor i finansiering och företagsstöd

Medan stereotypa föreställningar om kompetens och könskodade egenskaper möter tydligt motstånd är bilden delvis annorlunda när det gäller strukturella hinder som

finansiering och företagsfrämjande stöd. Svaren präglas i hög utsträckning av en hög osäkerhet. Vid flera av påståendena som rör finansiering och stödorganisationer uppger mer än hälften av respondenterna att de inte vet eller inte har någon åsikt. Det är ett mönster som på ett sätt kan sättas i relation till att en liten andel av befolkningen är verksamma som företagare eller saknar kännedom och erfarenhet om villkoren inom det företagsfrämjande systemet. Det kan innebära att ojämsställda strukturer och hinder inte alltid uppmärksammas, åtminstone inte bland grupper som inte själva berörs av dem.

Samtidigt är det män som i högre utsträckning svarar att de inte vet eller inte har någon åsikt, vilket är intressant ur aspekten att betydligt fler män än kvinnor är verksamma som företagare vilket borde ge en viss inblick i hur villkoren ser ut. Det kan också förstås som att kvinnor är mer insatta eller har egen erfarenhet kring ojämsställda villkor bland företagare. Bland dem som tar ställning är bilden relativt tydlig. Fler instämmer än tar avstånd i att män har lättare att få extern finansiering, att stödorganisationer ger kvinnor sämre villkor och att män i högre grad investerar i andra mäns företag. Men i samtliga av dessa påståenden instämmer kvinnor i betydligt högre utsträckning än män, medan män oftare tar avstånd eller avstår från att ta ställning. Vidare är stödet för riktade offentliga insatser till kvinnors företagande brett. En majoritet av både kvinnorna och männen är positiva, även om stödet är starkare och mer övertygat bland kvinnor. Detta antyder att det finns en acceptans bland befolkningen för aktiva åtgärder, något som är relevant för utformningen av företagsfrämjande system.

Resultaten ligger i linje med tidigare forskning som visar att finansieringsgapet är långvarigt och kan förstås i relation till normer och bedömningspraktiker. Denna undersökning visar dock främst hur befolkningen uppfattar sådana villkor, inte hur finansieringsbeslut faktiskt fattas. Det är också ett problem att en stor del av befolkningen saknar uppfattning i dessa frågor då osynliga strukturella hinder är svårare att ifrågasätta och förändra.

Synen på jämställdhet och synen på kvinnors företagande hänger ihop

Ett av de mest genomgående fynden i analyserna är att attityder till kvinnors företagande konsekvent samvarierar med bredare uppfattningar om jämställdhet. Sambandet kvarstår även efter kontroll för kön, ålder, utbildning, inkomst och bakgrund. Den som anser att Sverige redan uppnått jämställdhet tenderar också att i lägre grad uppfatta de strukturella hinder som finns för kvinnors företagande. Även den som anser att könsdiskriminering förekommer, eller att kvinnor måste prestera mer än män för att göra karriär, är i betydligt högre grad benägen att instämma i brister i finansiella stödsystem och könsstereotypa föreställningar om kvinnor som företagare. Dessa resultat indikerar att attityder till kvinnors företagande bör förstås i ett sammanhang och en del i arbetet att synliggöra de strukturer och normer som formar hur vi uppfattar jämställdhet i stort.

En viktig slutsats blir därför att de fortsatta arbetet med att främja kvinnors företagande bör fokusera på genomförande och kunskapshöjande insatser hos företagsfrämjare, finansiärer och en bred allmänhet, för att förändra de system och strukturer som missgynnar kvinnors företagande.

REFERENSER

- Aernoudt, R., & De San José, A. (2020). A gender financing gap: fake news or evidence? *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 22(2), 127–134.
- ESS. (2026). European Social Survey [datafil]. Hämtad 2026-04-28 från <https://ess.sikt.no/en/datafile/0189b86b-8aa4-4be3-88ad-39c58b02f19f?tab=1&elems=6539c-8ba-01db-41b1-ab20-1f5a8af87789>
- Fischbach, A., Lichtenthaler, P. W., & Horstmann, N. (2015). Leadership and Gender Stereotyping of Emotions: Think Manager - Think Male? *Journal of Personnel Psychology*, 14(3), 153–162. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000136>
- Gawel, A., & Toikko, T. (2024). Female immigrant entrepreneurship – predicted by women’s empowerment in host country. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 44(5/6), 586–606. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-12-2023-0334>
- GEM. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report*.
- Hentschel, T., Heilman, M. E., & Peus, C. V. (2019). The Multiple Dimensions of Gender Stereotypes: A Current Look at Men’s and Women’s Characterizations of Others and Themselves. *Frontiers in Psychology*, 10, 11–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011>
- Jämställdhetsmyndigheten. (2022a). *Ekonomisk jämställdhet – en uppföljning av senare års utveckling av det jämställdhetspolitiska delmålet* (Rapport 2022:2).
- Jämställdhetsmyndigheten. (2022b). *Offentlig finansiering av företagande ur ett jämställdhetsperspektiv*. Bilaga 2 till Jämställdhetsmyndighetens rapport 2022:2.
- Jämställdhetsmyndigheten. (2022c). *Val efter eget kön - En kunskapsammanställning om könsskillnader i utbildningsval* (Rapport 2022:4).
- Jämställdhetsmyndigheten. (2023a). *Analys av den könssegregerade arbetsmarknaden. Förutsättningar för en bredare rekryteringsbas till välfärden* (Underlagsrapport 2023:8).
- Jämställdhetsmyndigheten. (2023b). *Så ska fler välja jobb i välfärden – förslag för att motverka könsbundna studie- och yrkesval* (Rapport 2023:11).
- Jämställdhetsmyndigheten. (2024). *Regionala företagsstöd och kvinnors företagande* (Underlagsrapport 2024:4).
- Jämställdhetsmyndigheten. (2025a). *Resultatrapporten 2025 – jämställdhet som strategi för att hantera och förebygga vår tids samhällsutmaningar* (Rapport 2025:15).

Jämställdhetsmyndigheten. (2025b). *Fler sätt att främja kvinnors företagande - Kartläggning av åtgärder från andra länder för att främja kvinnors företagande* (Rapport 2025:20).

Jämställdhetsmyndigheten. (2026). *Jämställdhetsundersökningen 2025* (Rapport 2026:2).

Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Higgins, E. T. (2018). We Ask Men to Win and Women Not to Lose: Closing the Gender Gap in Startup Funding. *Academy of Management Journal*, 61(2), 586–614. <https://doi.org/10.5465/amj.2016.1215>

Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Higgins, E. T. (2023). We ask men to win and women not to lose: Closing the gender gap in startup funding, *Academy of Management Journal* 61 (2), 586-614

Kovaleva, Y., Hyrynsalmi, S., Saltan, A., Happonen, A., & Kasurinen, J. (2023). Becoming an entrepreneur: A study of factors with women from the tech sector. *Information and Software Technology*, 155, 107110. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2022.107110>

Krosnick, J. A. (1999). Survey research. *Annual Review of Psychology*, 50, 537–567.

Laguía, A., Wach, D., Garcia-Ael, C., & Moriano, J. A. (2022). “Think entrepreneur – think male”: the effect of reduced gender stereotype threat on women’s entrepreneurial intention and opportunity motivation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 28(4), 1001–1025. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2021-0312>

Malmström, M., Burkhard, B., Sirén, C., Shepherd, D., & Wincent, J. (2024). A meta-analysis of the impact of entrepreneurs’ gender on their access to bank finance. *Journal of Business Ethics*, 192(4), 803–820.

Malmström, M., Johansson, J., & Wincent, J. (2017). Gender stereotypes and venture support decisions: How governmental venture capitalists socially construct entrepreneurs’ potential. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(5), 833–860.

Malmström, M., Voitkane, A., Johansson, J., & Wincent, J. (2020). What do they think and what do they say? Gender bias, entrepreneurial attitude in writing and venture capitalists’ funding decisions. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00154. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00154>

Malmström, M., & Hällerstrand, L. (2026). *Ekonomisk jämställdhet i näringslivet. Kunskapsunderlag till 2024 års Jämställdhetsutredning*. <https://www.sou.gov.se/globalassets/ekonomisk-jamstallldhet-i-naringslivet-malin-malmstrom-och-linda-hallerstrand.pdf>

Marlow, S., & McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: Advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(1), 114–124. <https://doi.org/10.1108/13552551311299288>

Ownershift. (2023). *Vem äger företagen? En kartläggning av kvinnors ägande av svenska företag*.

Raymondie, R. A., & Steiner, D. D. (2022). Backlash against counter-stereotypical leader emotions and the role of follower affect in leader evaluations. *Journal of Applied Social Psychology*, 52(8), 676–692. <https://doi.org/10.1111/jasp.12778>

Raymondie, R. A., & Steiner, D. D. (2024). Leader's Conveyed Emotional Labor and Leadership Evaluations: The Moderating Role of Gender. *Journal of Personnel Psychology*, 23(3), 122–133. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000337>

Regeringen. (2024a). *Uppdrag att främja kvinnors företagande* (KN2024/00614, dnr Ä 2024–629).

Regeringen. (2024b). *Ändring av regleringsbrev för budgetåret 2024 avseende Jämställdhetsmyndigheten* (A2024/00485).

Regeringen. (2024c). Nu stärker vi förutsättningarna för att kvinnor ska starta, bygga och äga företag. Hämtad 2025-06-24 från <https://www.regeringen.se/debattartiklar/2024/03/nu-starker-vi-forutsattningarna-for-att-kvinnor-ska-starta-bygga-och-aga-foretag/>

Regeringen. (2024d). Nytt uppdrag ska stärka kvinnors företagande. Hämtad 2024-03-11 från <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2024/03/nytt-uppdrag-ska-starka-kvinnors-foretagande/>

SCB. (2025). Kort analys: *Fortsatt ojämnr könsfördelning bland ledande chefer*, Hämtad 2026-05-11 <https://www.scb.se/hitta-statistik/artiklar/2025/fortsatt-----ojamn-konsfordelning-bland-ledande-chefer/>

SCB. (2026a). *Befolkningens arbetsmarknadsstatus (BAS)*.

SCB. (2026b). *Inkomst- och taxeringsregistret (IoT)*.

SCB. (2026c). Statistikdatabasen: företagens styrning. Hämtad 2026-04-28 från https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_AM_AM0210_AM0210H/ZZFtgStyrningI/table/tableViewLayout1/

Schein, V. E. (1973). The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 57(2), 95–100.

Skr. 2016/17:10. *Makt, mål och myndighet – feministisk politik för en jämställd framtid*.

SOM-institutet. (2026). *Den nationella SOM-undersökningen 2025*.

SOU 2025:96. *Fler möjligheter till ökat välbefinnande. Slutbetänkande av Produktivitetskommissionen*.

SVT. (2026). Här är branscherna i Sverige med bäst och sämst lönsamhet. Hämtad 2026-05-21 från <https://www.svt.se/nyheter/ekonomi/har-ar-branscherna-i-sverige-med-bast-och-samst-lonsamhet>

Svenskt Näringsliv. (2022). *Varför driver så få kvinnor företag i Sverige?*

Swail, J., & Marlow, S. (2018). "Embrace the masculine; attenuate the feminine" - gender, identity work and entrepreneurial legitimation in the nascent context. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30(1–2), 256–282. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1406539>

Tillväxtanalys. (2025a). *Ett effektivt och ändamålsenligt företagsfrämjande. Delredovisning av regeringsuppdrag KN2024/01306*.

Tillväxtanalys. (2025b). *Offentlig upphandling som medel för att öka kvinnors företagande. Juridiska överväganden och samhällsekonomiska perspektiv (Rapport 2025:11)*.

Tillväxtverket. (2015). *Under ytan – hur går snacket och vem får pengarna II?*

Tillväxtverket. (2022). *Tillstånd och trender. För regional tillväxt 2022 (Rapport 0439)*.

Tillväxtverket. (2023a). *Uppdrag om kvinnors företagande, KN2023/02624 – Slutrapport*.

Tillväxtverket. (2023b). *Kvinnors företagande – Hur kan kvinnors företagande främjas för större bidrag till Sveriges konkurrenskraft?*

Tillväxtverket. (2023c). *Kvinnors företagande. Kartläggning av de statliga åtgärder som genomförts för att främja kvinnors företagande från 2006 och framåt*.

Tillväxtverket. (2023d). *Kvinnors företagande. Kunskapsöversikt. Tre decennier av framsteg och utmaningar*.

Tillväxtverket. (2023e). *Kvinnors företagande – en sammanställning av relevant forskning som rör hinder för kvinnors företagande*.

Weisberg, H. F. (2005). *The total survey error approach: A guide to the new science of survey research*. University of Chicago Press.

METODBILAGA

Jämställdhetsundersökningen

Jämställdhetsmyndigheten gav Statistiska centralbyrån (SCB) i uppdrag att genomföra datainsamlingen. Urvalet bestod av 10 075 personer i åldern 16 år och äldre som valdes ut från Registret över totalbefolkningen genom ett stratifierat obundet slumpmässigt urval. Stratifieringen baserades på fyra åldersgrupper och syftade till att öka antalet utskick i grupper där svarsfrekvensen förväntades vara lägre. Den första inbjudan skickades ut den 17 mars 2025 och följdes av tre påminnelser. Datainsamlingen avslutades den 13 juni 2025. Personer med registrerad digital brevlåda, cirka 72 procent av urvalet, fick inbjudan digitalt medan övriga kontaktades via post. I samband med den andra påminnelsen skickades även en pappersenkät till samtliga personer som ännu inte svarat. Totalt besvarade 3 450 personer enkäten, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 34 procent. Av de svarande var 55 procent kvinnor och 45 procent män. Majoriteten av respondenterna (71 procent) besvarade enkäten via webben medan resterande svarade på papper.

Sambandsanalyser

Originala regressionsmodeller

För att analysera samband mellan attityder till kvinnors företagande och olika bakgrundsfaktorer användes ordinala multivariata regressionsmodeller. De analyserade bakgrundsfaktorerna omfattar kön, ålder, födelseland, utbildningsnivå och inkomst samt generella attityder till jämställdhet. De senare avser uppfattningar om huruvida jämställdhet har uppnåtts i Sverige, om diskriminering på grund av kön förekommer samt om kvinnor behöver prestera mer än män för att göra karriär. Ordinal regressionsanalys valdes eftersom svarsalternativen utgör en ordnad skala från ”instämmer helt” till ”tar helt avstånd”, samtidigt som avståndet mellan svarskategorierna inte kan antas vara lika stort. Metoden möjliggör därför analys av graden av instämmande respektive avståndstagande utan att förutsätta intervallskalnivå.

Svarsalternativet ”Vet inte/Ingen åsikt” exkluderades från regressionsanalyserna eftersom dessa svar inte entydigt kan placeras på den underliggande ordinala skalan. Resultaten redovisas i form av marginella predicerade sannolikheter och marginaleffekter. Detta möjliggör en mer intuitiv tolkning av resultaten än exempelvis oddskvoter genom att visa hur sannolikheten att välja olika svarsalternativ varierar mellan grupper när övriga variabler hålls konstanta. Modellerna inkluderar även analyser av interaktionseffekter. En interaktionseffekt innebär att sambandet mellan en förklarande variabel och attityder till kvinnors företagande varierar beroende på nivån på en annan variabel. Exempelvis kan sambandet mellan ålder och attityder skilja sig mellan kvinnor och män. Som robusthetstest genomfördes även logistiska regressionsanalyser där svarskategorierna omkodades till binära utfallsvariabler. Resultaten var i huvudsak förenliga med resultaten från de ordinala modellerna.

Konstruktion av ett sammanvägt index

För att undersöka om de olika påståendena kunde sammanföras till ett gemensamt mått på attityder till kvinnors företagande genomfördes en Raschanalys. En Rasch-analys är en statistisk metod som används för att bedöma om ett antal påståenden eller frågor mäter en och samma underliggande egenskap (en så kallad latent dimension). Metoden testar hur väl varje enskilt påstående ”passar in” i det gemensamma mönstret och om svaren på påståendena samvarierar på det sätt som teorin förutsäger.

Analysen visade att flera av de ursprungliga påståendena inte kunde inkluderas i samma underliggande dimension. Påståendet ”Män har mer relevant kompetens att driva företag än vad kvinnor har” exkluderades eftersom det överlappade i hög grad med övriga påståenden och därför tillförde begränsad ny information. Påståendet ”Kvinnor startar oftare än män företag i branscher utan tillväxtpotentialer” bedömdes mäta en annan dimension än övriga frågor.

Påståendena ”Det är bra att särskilt offentligt stöd avsätts till kvinnors företagande” och ”Män är mer benägna att investera i andra mäns företag än i kvinnors företag” uppvisade underanpassning, vilket innebär att svarsmönstren inte samvarierade på det sätt som krävs för att mäta samma underliggande konstruktion.

Vidare uppvisade påståendena ”Det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag än vad det är för kvinnor” och ”Organisationer som ger stöd till företag ger kvinnor sämre stöd än män att starta och driva företag” starkt lokalt beroende. Det innebär att svaren på frågorna var alltför lika varandra för att båda skulle kunna ingå i indexet utan att snedvrیدا mätningen. De påståenden som uppfyllde modellens krav användes därefter för att konstruera ett sammanvägt index över attityder till kvinnors företagande.

ENGLISH SUMMARY

Women's entrepreneurship is important for both economic growth and economic gender equality. Despite longstanding policy initiatives, women remain underrepresented among entrepreneurs, business leaders, and business owners in Sweden. Previous research has shown that gender norms and stereotypes can affect women's opportunities to start, run, and grow businesses, partly by influencing access to financing, business support programs, and investment capital.

This report examines public attitudes toward women's entrepreneurship and analyses how these attitudes are associated with views on gender equality. The analysis is based on data from the Swedish Gender Equality Agency's 2025 Attitude Survey, in which a representative sample of the population was asked to respond to statements concerning gender equality and women's entrepreneurship.

The results from the Gender Equality Survey show that the population largely rejects negative and stereotypical perceptions of women entrepreneurs. A majority of both women and men, for example, reject claims that men possess more relevant entrepreneurial skills, that women's business ideas are less innovative, or that it is natural for fewer women than men to run businesses.

At the same time, clear gender differences emerge. Women are more likely than men to perceive that women face less favorable conditions in entrepreneurship, particularly with regard to access to financing, support from business promotion organizations, and investment capital. Women are also more supportive of public initiatives specifically aimed at promoting women's entrepreneurship.

The report further shows that attitudes toward women's entrepreneurship are associated with views on gender equality. Individuals who are more likely to perceive the existence of gender inequality and gender discrimination in society also tend to hold more positive attitudes toward women's entrepreneurship and are more likely to recognize structural barriers facing women entrepreneurs. The survey results show that men, older individuals, and people with less gender equality-oriented attitudes are, on average, less likely to agree that women face less favorable conditions in entrepreneurship and less likely to reject certain gender stereotypes.

A recurring finding is the high proportion of respondents who report that they do not know or have no opinion on issues related to financing, business support, and investment patterns. This suggests that knowledge in these areas may be limited. In light of previous research on gender inequalities in support systems and financing structures, this may indicate that certain structural barriers are less visible to parts of the population and that public knowledge about the conditions for entrepreneurship and the gender equality challenges within this field is limited.

Overall, the report demonstrates strong public support for women's entrepreneurship and widespread rejection of overtly stereotypical views. At the same time, perceptions vary regarding the structural conditions that, according to previous research, affect women's opportunities to start, run, and grow businesses. The results from the Gender Equality Survey clearly show that attitudes toward women's entrepreneurship are associated with views on gender equality. In light of previous research, these findings suggest that norms and attitudes play an important role in promoting more gender-equal entrepreneurship.

TABELL OCH FIGURFÖRTECKNING

Tabeller		
Sidan 12	Tabell 1	Om Jämställdhetsundersökningen 2025.
Sidan 13	Tabell 2	Antal svarande kvinnor och män.
Sidan 13	Tabell 3	Antal svarande kvinnor och män i olika åldersgrupper.
Sidan 13	Tabell 4	Antal svarande kvinnor och män med olika utbildningsnivå.
Sidan 13	Tabell 5	Antal svarande kvinnor och män med olika inkomst.
Sidan 13	Tabell 6	Antal svarande kvinnor och män med olika bakgrund.

Figurer		
Sidan 15	Figur 1	I Sverige har vi uppnått jämställdhet mellan kvinnor och män. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 16	Figur 2	I Sverige diskrimineras människor på grund av sitt kön. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 17	Figur 3	I Sverige måste kvinnor generellt prestera bättre än män för att göra karriär. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 18	Figur 4	Det är bra att särskilt offentligt stöd avsätts till kvinnors företagande. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 19	Figur 5	Det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag än vad det är för kvinnor. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 20	Figur 6	Organisationer som ger stöd till företag ger kvinnor sämre stöd än män att starta och driva företag. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 21	Figur 7	Män är mer benägna att investera i andra mäns företag än i kvinnors företag. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 22	Figur 8	Män har mer relevant kompetens att driva företag än vad kvinnor har. Andelar i procent fördelade på kvinnor och män.
Sidan 23	Figur 9	Kvinnor startar oftare än män företag i branscher utan tillväxtpotentialer. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 24	Figur 10	Kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 25	Figur 11	Kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns affärsidéer. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 26	Figur 12	Det är naturligt att färre kvinnor än män driver företag. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 27	Figur 13	Kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra. Andelar i procent fördelat på kön.
Sidan 29	Figur 14	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Det är bra att särskilt offentligt stöd avsätts till kvinnors företagande.

Sidan 30	Figur 15	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Det är enklare för män att få extern finansiering till sitt företag än vad det är för kvinnor.
Sidan 31	Figur 16	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Organisationer som ger stöd till företag ger kvinnor sämre stöd än män att starta och driva företag.
Sidan 32	Figur 17	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Män är mer benägna att investera i andra mäns företag än i kvinnors företag.
Sidan 33	Figur 18	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Män har mer relevant kompetens att driva företag än vad kvinnor har.
Sidan 34	Figur 19	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnor startar oftare än män företag i branscher utan tillväxtpöjligheter.
Sidan 35	Figur 20	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnor som driver företag sätter karriären före familjen.
Sidan 36	Figur 21	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns affärsidéer.
Sidan 37	Figur 22	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnors affärsidéer är mindre nyskapande än mäns affärsidéer.
Sidan 38	Figur 23	Predicerad sannolikhet för svar på påståendet: Kvinnor som företagsledare är mindre sympatiska än andra kvinnor



Jämställdhetsmyndigheten | Vikingsgatan 3, 411 04 Göteborg
031-392 90 00 | info@jamstalldhetsmyndigheten.se | jamstalldhetsmyndigheten.se