



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Kan crowdfunding minska kvinnors barriärer för att starta företag?

- *En kvantitativ studie om den svenska crowdfundingmarknaden*

Kandidatuppsats i Industriell och finansiell ekonomi

Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Vårterminen 2017

Handledare:
Universitetslektor Taylan Mavruk

Författare:
Karin Bengtsson - 1995 06 02
Erica Wollin Björk - 1992 02 03

Förord

Vi vill börja denna uppsats med att rikta ett stort tack till vår handledare Taylan Mavruk, universitetslektor vid Göteborgs Universitet, för all återkoppling och motivation vi fått under arbetets gång. Vi vill även tacka för all hjälp vi fått med att formulera och förstå de statistiska modeller som vi använt i vår studie.

Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

Göteborg, Maj 2017

Karin Bengtsson

Erica Wollin Björk

Abstract

Even though Swedish society has come a long way regarding gender equality, there is still a long way to go. It has been found that several business sectors are not gender-equal. One of the more prominent sectors affected by this is the financing sector. Studies indicate that female entrepreneurs are systematically discriminated against when they apply for funding in order to start companies, which has led to an increase in the demand for alternative funding options. Crowdfunding is a phenomenon where a company or project is funded through a group of individuals, often via an internet-based platform. This form of fundraising enables entrepreneurs to reach a broader investment circle, which could increase the opportunities for female entrepreneurs looking to start their own business. The aim of this study is to investigate whether the Swedish crowdfunding market can reduce the barriers faced by female entrepreneurs when it comes to raising startup capital. To investigate this, we used a quantitative approach in combination with regression models where relevant variables were tested against each other. The study has generated statistically significant results which show that female entrepreneurs succeed to a greater extent than their male counterparts when using the crowdfunding platform Kickstarter.

Sammanfattning

Trots att det svenska samhället kommit långt i jämställdhetsarbetet, är vägen att gå fortfarande långt ifrån slut. Det har visat sig att flera områden inom näringslivet inte är jämställda, och en av dem berör finansieringsmarknaden. Studier visar att kvinnliga entreprenörer systematiskt diskrimineras då de söker finansiering för att starta företag, något som gjort att efterfrågan på alternativa finansieringssätt ökat. Crowdfunding innebär att ett företag eller ett projekt finansieras via en grupp individer, ofta via en internetbaserad plattform. Den här typen av finansiering gör att man ofta når en bredare investerarkrets, något som skulle kunna öka kvinnors möjligheter att starta företag. Denna studie syftar till att undersöka om den svenska crowdfundingmarknaden kan minska kvinnliga entreprenörers barriärer att bygga upp startkapital. För att undersöka detta har vi använt oss av en kvantitativ ansats och regressionsmodeller där relevanta variabler testas mot varandra. Studien har genererat signifikanta resultat som visar att kvinnliga entreprenörer lyckas i högre utsträckning än manliga entreprenörer på crowdfundingplattformen Kickstarter.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Problembakgrund	1
1.2 Problemdiskussion	4
1.3 Forskningsfrågor	6
1.4 Syfte	6
1.5 Studiens bidrag	6
2. Teori, litteratur och hypoteser	8
2.1 Jämställdhet	8
2.1.1 Definition	8
2.1.2 Lagar och direktiv som rör jämställdhet	8
2.2 Kvinnligt entreprenörskap	9
2.2.1 Definition	9
2.2.2 Teorier som rör kvinnligt entreprenörskap	9
2.3 Crowdfunding	11
2.4 Hypoteser	12
3. Metod	13
3.1 Val av metodansats	13
3.2 Metodval	14
3.3 Data	15
3.3.1 Urval och framtagande av data	15
3.3.2 Kickstarter	16
3.4 Studiens reliabilitet	17
3.5 Studiens validitet	17
3.6.1 Beroende variabler	18
3.6.2 Oberoende variabler	18
3.6.3 Kontrollvariabler	19
3.7 Formulering av modeller	20
3.7.1. Modell för att undersöka sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas	20
3.7.2. Modell för att undersöka sambandet mellan andelen kvinnor i en bransch och om projekten i den lyckas	21
3.7.3. Modell för att undersöka sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas	21
3.8 Tolkning av resultat	22
4. Empiriska resultat	24

4.1 Resultat och tolkning av resultat	24
4.1.1 Utvecklingen av antal projekt på Kickstarter.....	24
4.1.2 Beskrivande statistik	25
4.1.3 Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas.....	25
4.1.3.1 Sambandet mellan målbeloppets storlek och om projektet lyckas	27
4.1.4 Sambandet mellan andelen kvinnor i en bransch och om projekten i den lyckas.....	27
4.1.5 Sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas	29
4.1.6 Känslighetsanalyser	30
5. Slutdiskussion	31
5.1 Slutsats	31
5.1.1. Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas.....	31
5.1.2 Sambandet mellan andelen kvinnor i en bransch och om projekten i den lyckas.....	32
5.1.3 Sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas	33
5.2 Förslag till fortsatta studier	34
Källförteckning	35
Litteratur och publikationer	35
Elektroniska källor	37
Lagar	39
Appendix	40

Figurförteckning

Tabeller

1. Antal projekt och år	24
2. Beskrivande statistik	25
3. Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas	26
4. Sambandet mellan andelen kvinnor i en bransch och om projekten i den lyckas	28
5. Sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas.....	29

Tabeller Appendix

6. Korrelationstabell	40
7. Antal kvinnliga grundare och bransch	40
8. Genomsnittliga marginaleffekter	41
9. Känslighetsanalys innan införandet av fler förklaringsvariabler	42
10. Känslighetsanalys innan kontroll av årseffekt	43
11. Antal kvinnliga grundare och år	44
12. Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas, bransch-och årseffekt	45

Ekvationer

(1)	18
(2)	20
(3)	20
(4)	21
(5)	21
(6)	22
(7)	22

1. Inledning

I detta inledande kapitel kommer du som läsare få en större inblick i de ämnesområden som är centrala för vår studie, som kan beskrivas med nyckelbegreppen entreprenörskap, kvinnligt entreprenörskap, jämställdhet och crowdfunding. Medan bakgrunden beskriver vad som menas med dessa begrepp, belyser problemdiskussionen vikten av det problem vi ämnar undersöka. Kapitlet avslutas med en presentation av studiens syfte och bidrag samt forskningsfrågor.

1.1 Problembakgrund

“Sveriges historia är inte enbart, eller ens främst, dess konungar”, menar Johnson (2012) i en artikel publicerad av Svensk Näringsliv. Däremot är det en historia om ambitiösa entreprenörer som utvecklat nya produkter och lösningar, som har bidragit till att bygga upp det välstånd vi lever i idag (Johnson, 2012).

Småföretagare och entreprenörer anses idag vara betydelsefulla drivkrafter för den ekonomiska tillväxten och utvecklingen inom samhällsekonomin. Motiven för dessa är flera. De ökar inte bara kommersialiseringen av forskning och utveckling utan också konkurrensen, något som gynnar den ekonomiska tillväxten. Dessutom ökar sysselsättningsgraden som följd av en ökad efterfrågan på arbetskraft (Hansson, 2008). Flera studier påvisar empiriskt underlag för att entreprenörer och småföretagare är mer innovativa än stora etablerade företag, och att de därför också bidrar i högre grad till den ekonomiska tillväxten (Wennekers & Thurik, 1999; Fölster, 2000; Acs, Audretsch, Braunerhjelm & Carlsson, 2012). Nämnvärt är dock att dessa resultat inte enbart fått positiv respons, utan även kritiserats, av bland annat Blanchflower (2000) som menar att sambandet mellan entreprenörskap och ekonomisk tillväxt inte är övertygande.

Enligt en rapport från Tillväxtanalys (2016) startades 2015 totalt 70 135 företag i Sverige, varav en dryg tredjedel startades av en kvinna eller enbart kvinnor. Bara 20 år tidigare, 1995,

startades totalt 34 672 företag. Av dessa startades 8565 av kvinnor, vilket innebär en knapp fjärdedel (Statistikportalen, 2016).

Under de senaste 150 åren har det kvinnliga entreprenörskapet genomgått enorma förändringar, förändringar som fortgår än idag (Holmquist, Barle, & Wennermark, 2011). Den svenska kvinnan blev myndig år 1863, vilket gav henne rätten att styra över sin egen ekonomi, och därmed äga företag. Detta gällde dock endast ogifta kvinnor, då alla de som gifte sig fick sin make som förmyndare. Giftna kvinnor förblev omyndiga fram till 1921. Möjligheten för en kvinna att få en statlig tjänst infördes år 1925, då man även avskaffade de formellt lägre lönerna för kvinnor. Denna förändring genomfördes emellertid först år 1960 inom den industriella sektorn (Forsberg, Sundgren Grinups & Nationalencyklopedin, 2017). Först under 1980-talet började det kvinnliga entreprenörskapet uppmärksammas, då det fick teoretiskt stöd och började studeras (Holmquist & Sundin, 2002).

Kvinnligt entreprenörskap är alltså någonting ganska nytt, och den skevhet bland entreprenörer som existerar än idag vittnar om att en del av de normer som präglat kvinnans roll i samhället lever vidare. Detta trots att Sverige enligt *the Global Gender Gap Index* är rankat som världens fjärde mest jämställda land (World Economic Forum, 2016).

En demokrati bygger på allas lika värde och att alla människor ska ha samma rättigheter och skyldigheter (Hirdman, 2003). Det är ett problem att det finns så få kvinnliga entreprenörer i Sverige, eftersom det tyder på ett icke jämställt samhälle. I ett samhälle där jämställdheten är bristfällig har inte alla människor samma möjligheter och förutsättningar att välja karriär. Detta betyder också att det finns outnyttjade samhällsekonomiska resurser vilken leder till ett mindre dynamiskt näringsliv, färre arbetsmöjligheter och förlorade affärsidéer (Sundin, Holmquist & Thorstensson, 2015).

Företagandet som ämne står idag högt på den allmänna agendan, och en av de frågor som uppkommer är varför kvinnor över hela världen är mindre benägna att starta och driva företag (Holmquist, 2008). Författaren menar att det här beror på de skiljaktigheter som råder mellan köns olika förutsättningar och villkor. Det kvinnliga företagandet betraktas som ett nytt fenomen, som gått från att vara i princip osynligt till något som bedöms viktigt att lyfta fram i bland annat media. Det föreligger dock olikheter i mediebevakningen beroende på

entreprenörens kön; manliga företagare benämns som företagare, medan kvinnliga företagare benämns som kvinnliga företagare (Holmqvist, 2008).

Sundin och Holmquist (1989) menar även att kvinnliga entreprenörer ofta ses som mindre professionella, seriösa och framgångsrika än manliga entreprenörer. Tidigare ansågs en av orsakerna till att kvinnor sällan lyckades driva företag vara de typiskt kvinnliga ledaregenskaperna. Exempel på dessa är ödmjukhet, prestigelöshet, kreativitet och intuitiv förmåga. Idag är det däremot just dessa egenskaper som föredras och som många gånger värdesätts högst i en företagsledning (Johannisson & Lindmark, 1995; Johannisson, 1992).

I Europa består 52% av populationen av kvinnor, men dessa står bara för en tredjedel av de företag som startas i området. Det betyder att kvinnor representerar en stor del av den entreprenöriella potentialen. Enligt EU-kommissionen (2013) möter kvinnor fler och större barriärer än män när det kommer till att starta och driva företag, främst i fråga om finansiering och nätverkande.

Enligt Sanandaji (2013) är de kvinnor i Sverige som har en önskan att bli entreprenörer fler än de som faktiskt är det. Problemet ligger alltså inte i att kvinnor inte vill starta företag. Studier visar att kvinnliga entreprenörer upplever att de blir annorlunda bemötta och behandlade än män speciellt före och under startfasen av företagandet, vilket är den period då behovet ofta är som störst av finansiering som förutsättning för att kunna stabilisera sig och växa (Holmquist, Barle & Wennermark, 2011).

Både EU-kommissionen (2013) och Kelly et al. (2015) lägger stor vikt vid den stigande andelen kvinnliga entreprenörer och enligt Sundin, Holmquist och Thorstensson (2015) är det av stor vikt att stödja det kvinnliga entreprenörskapet. Detta för att tillvarata kompetenser hos alla entreprenörer, både kvinnliga och manliga, eftersom det skapar förutsättningar för en hållbar utveckling i Sveriges näringsliv. Småföretag har stor betydelse för samhällsekonomin, och eftersom många nya företag grundas av kvinnor argumenterar de för att kvinnliga entreprenörer är viktiga för samhället och dess ekonomiska tillväxt (Green och Cohen, 1995).

Enligt EU-kommissionen (2013) är svårigheter med finansiering är ett av de största hindren för tillväxt och företagande i Europa. Tidigare har små och medelstora företag i högre grad kunnat förlita sig på bankfinansiering, men till följd av finanskrisen 2008 har möjligheterna till det stramats åt (Daskalakis et al., 2013).

Små och medelstora företag har inte samma tillgång till publika aktie-och skuldmarknader för extern finansiering som stora företag har. De har inte heller samma förutsättningar för att få banklån (Berger & Udell, 1998; Cassar, 2004). Denna situation har skapat ett så kallat finansieringsgap, vilket Chakraborty & Mallick (2012) definierar som skillnaden mellan faktisk och önskad skuldsättningsgrad. Detta har lett till att efterfrågan på alternativa finansieringssätt uppkommit. Ett av dessa finansieringssätt är crowdfunding.

Att använda internet för att finna investerare för att finansiera ett projekt eller ett företag var nästan omöjligt för ett årtionde sedan. I och med internets och sociala mediers starka framväxt har detta förändrats. Crowdfunding är en innovativ finansieringsform där en enskild entreprenör kan nå ut till en bred investerarkrets (Mollick, 2014). Vanligt är att en större grupp individer med relativt små summor bidrar till att finansiera ett projekt via en internetbaserad plattform. Projekten skiljer sig åt avsevärt i såväl finansieringsmål som bransch, vilket ger nya möjligheter att koppla ihop entreprenörer med potentiella investerare. Mollick (2014) menar att crowdfundingens snabba framväxt har banat väg för de entreprenörer som befinner sig i startfasen av sitt projekt och fyllt en del av det finansieringsgap som existerar.

1.2 Problemdiskussion

Studier visar att kvinnliga entreprenörer i högre grad än manliga väljs bort av riskkapitalister (Greene, Brush, Hart & Saporito, 2001; Harrison & Mason, 2007; Miller, 2010). Ett exempel från den svenska marknaden är att 93 % av riskkapitalbolagens investeringar inom tekniksektorn går till bolag med manliga grundare (Jørgensen, 2015). Bland annat är det faktum att kvinnor får en oproportionerligt liten del av riskkapitalet en av drivkrafterna bakom Diana-projektet. Projektet har undersökt tillgången och efterfrågan på riskkapital samt jämfört kvinnliga och manliga företagares tillväxtambitioner. Forskarna slog även hål på ett

antal myter rörande kvinnligt entreprenörskap, exempelvis att kvinnor inte vill driva stora bolag (Gatewood, Brush, Carter, Greene & Hart, 2009).

Det vi kan se av tidigare studier och forskning är alltså att kvinnor systematiskt drabbas av diskriminering när det kommer till att starta företag, då de väljs bort i finansieringssammanhang. Denna diskriminering innebär att barriärerna för bland annat finansiering blir högre och då lyckas färre kvinnliga entreprenörer att ta sig fram. Det betyder att vi som land och samhälle går miste om en del värdefullt entreprenörskap som ger upphov till innovationer, samhällsutveckling och ökad jämställdhet.

Trenden säger att entreprenörer och småföretag kommer att ersätta storföretagen som arbetsgivare i Sverige i takt med globaliseringen då fler och fler storbolag flyttar sin produktion utomlands. Detta innebär att småföretagare och entreprenörer kommer att bidra i allt högre grad till att skapa arbetstillfällen (Eliasson, 2006). Därför är det viktigt att alla får möjligheten till entreprenörskap och att ingen diskrimineras.

En annan viktig aspekt är att om fler kvinnor når ledarpositioner inom företag och samhälle, kan dessa agera förebild för de kvinnor som vill men ännu inte vågat ta steget att själva bli entreprenörer. Enligt en rapport från Tillväxtverket (2014) kommer fler affärsmodeller och affärsidéer lyftas fram om kvinnor utvecklar och driver företag. Det skulle öka förnyandet, dynamiken och utvecklingen i Sveriges näringsliv, vilket i sin tur skulle öka landets konkurrenskraft på den internationella marknaden och bidra till en mer hållbar ekonomisk tillväxt (Tillväxtverket, 2014).

Många av de som är positivt inställda till crowdfunding menar att den kan demokratisera entreprenörskap (Zimmerman, 2014; Jörgensen, 2015). Stora delar av finansieringen av innovationer har tidigare kommit från riskkapitalister, en bransch som är extremt mansdominerad (Johansson, 2017), och där studier visar att en genusbaserad snedvridning föreligger. Crowdfunding erbjuder en finansieringsmodell som väsentligt skiljer sig från traditionella finansieringsformer så som riskkapital eller bankfinansiering. Vi ställer oss därför frågan om denna genusbaserade snedvridning inom traditionell finansiering även drabbar crowdfunding, eller om den bredare och mer diversifierade investerarkrets som nås via crowdfunding bidrar till en mer demokratisk och mindre oligopolistisk finansieringsform.

1.3 Forskningsfrågor

Utifrån bakgrund och problemdiskussion har vi utformat tre forskningsfrågor som vi vill besvara i vår empiriska analys. De lyder enligt följande:

- Kan crowdfunding minska kvinnors barriärer för att starta företag?
- Hur lyckas de mer kvinnodominerade branscherna jämfört med de mer mansdominerade branscherna inom crowdfunding?
- Har könssammansättningen i ett projekts ledning en effekt på dess framgång?

1.4 Syfte

Syftet med denna studie är att kartlägga den svenska crowdfundingmarknaden ur ett genusperspektiv och undersöka om den präglas av patriarkala strukturer. Detta främst för att ta reda på om crowdfunding kan minska kvinnliga entreprenörers barriärer för att starta företag.

1.5 Studiens bidrag

Det finns en del tidigare studier som undersökt investerares val av projekt beroende på genus samt crowdfundingens effekter på demokratiseringen av entreprenörskap (Mollick, 2014). Sverige har kommit en bra bit på vägen mot ett jämställt samhälle, men har fortfarande lång väg att gå.

Det enklaste sättet att säga något om framtiden är att titta bakåt, och historien säger oss att framtiden är jämställd. I arbetet dit är frågan dock fortsatt betydelsefull och problematiken ständigt aktuell. Det här gör oss mycket intresserade och inspirerade att kartlägga den svenska crowdfundingmarknaden och undersöka dess möjligheter för kvinnliga entreprenörer.

I vår studie lyfter vi problematiken kring jämställdhetsnivån inom riskkapitalbranschen och belyser strukturerna inom den. Vi beskriver de effekter som den manliga dominansen inom branschen har på entreprenörskap och innovationer samt i det långa loppet på samhällsekonomin.

Vi undersöker huruvida crowdfunding skulle kunna vara ett bättre alternativ för kvinnliga entreprenörer genom en kvantitativ studie där vi kan dra ett antal slutsatser angående hur väl kvinnor lyckas på crowdfundingmarknaden.

Vi bygger vidare på studier som gjorts på utländska marknader och applicerar dem på svenska förhållanden, för att kartlägga och få en större förståelse för den svenska crowdfundingmarknaden och hur den skiljer sig från till exempel riskkapitalistmarknaden.

2. Teori, litteratur och hypoteser

Kapitlet som beskriver den teoretiska referensramen för studien innehåller teorier och tidigare studier samt de lagar och internationella rekommendationer som kan kopplas till ämnesområdet. Vi har delat upp detta kapitel i tre delar, som berör ämnena jämställdhet, kvinnligt entreprenörskap och crowdfunding. Kapitlet mynnar ut i en presentation av de hypoteser som vi testat i vår studie.

2.1 Jämställdhet

2.1.1 Definition

“Jämställdhet innebär att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter inom alla väsentliga områden i livet.” (NE, 2017)

Enligt Nationalencyklopedin (2017) etablerades ordet jämställdhet med sin aktuella betydelse i samband med att diskussionen kring en lagstiftning mot könsdiskriminering initierades i början av 1970-talet. Jämställdhet förutsätter en jämn fördelning av makt och inflytande inom arbetsmarknad, utbildning, försörjning, familj och föräldraskap.

2.1.2 Lagar och direktiv som rör jämställdhet

Som en del av samhällsutvecklingen har Sverige och EU antagit ett övergripande mål om att ett jämställdhetsperspektiv ska genomsyra alla delar av arbetet i regeringen samt statliga verk och myndigheter (Nationalencyklopedin, 2017). I andra kapitlet i Regeringsformen i Sveriges grundlag förbjuds dessutom lagstiftning som missgynnar någon på grund av kön (Regeringens webbplats om mänskliga rättigheter, 2017).

Jämställdhetslagen trädde i kraft år 1992 och syftade till att stärka kvinnors rättigheter i arbetslivet. Lagen innehöll bland annat regler om förbud mot könsdiskriminering (Sveriges Riksdag, 2017). Den ersattes år 2009 av Diskrimineringslagen, som bland annat ska motverka diskriminering och främja lika rättigheter oavsett kön (Diskrimineringsombudsmannen, 2017).

På EU-nivå ska EU:s fördrag och EU-konventionen ge skydd mot diskriminering i arbetslivet. I kapitel 8 i Fördraget om Europeiska Unionens funktionssätt står det att unionen ska syfta till att främja jämställdhet mellan kvinnor och män, och i kapitel 9 framgår att åtgärder ska vidtas för att bekämpa diskriminering på grund av bland annat kön. Europakonventionen bygger på FN:s konvention om mänskliga rättigheter, som innehåller en konvention mot diskriminering av kvinnor. Den trädde i kraft år 1981 och ger ett ramverk för att säkerställa lika rätt mellan könen (Regeringens webbplats om mänskliga rättigheter, 2017).

Internationella FN antog år 1979 en konvention om avskaffande av all slags diskriminering mot kvinnor. Sverige tillhörde den grupp om runt 100 länder som hade undertecknat kraven år 1990, och år 2009 hade antalet länder ökat till 185 (Regeringens webbplats om mänskliga rättigheter, 2017).

2.2 Kvinnligt entreprenörskap

2.2.1 Definition

Entreprenörskap är allmänt känt som en hänvisning till eget företagande och en entreprenör definieras enligt Nationalencyklopedin som en företagsam person som skapar nya företag eller utvecklar nya produkter (Nationalencyklopedin, 2017).

2.2.2 Teorier som rör kvinnligt entreprenörskap

Kvinnans roll i företagandet och näringslivet kan till viss del förklaras i teorin. En sådan är Hardings teori som belyser uppdelningen mellan könen och kvinnans underordnade roll. Harding menar att genus ständigt är närvarande och påverkar vårt sätt att tolka tillvaron symboliskt, strukturellt och individuellt. Ett exempel gällande det symboliska är kontrasten mellan den traditionella bild man först ser framför sig när man hör ordet kvinna, och de kvinnor man faktiskt omges av varje dag. Detta förklarar delvis den bild av den kvinnliga entreprenören som finns i samhället (Harding, 1986).

Ytterligare en teori som är viktig i det här avseendet är den om genuskontraktet av Hirdman (1988). Den beskriver normer, seder och förväntningar om manligt och kvinnligt och

kännetecknas av tre grundläggande principer; att kvinnor och män separeras, att det manliga värderas högre än det kvinnliga och att alla är med och skapar genusordningen. Särskilt principen om att det manliga värderas högre än det kvinnliga går att koppla till den traditionella bilden av den kvinnliga entreprenören idag och historiskt (Hirdman, 1988). Detta stämmer överens med de studier som belyst att kvinnliga egenskaper tidigare ansågs vara en anledning till att kvinnliga entreprenörer sällan lyckats. Typiskt kvinnliga egenskaper, så som prestigelöshet och riskaversitet värdesätts dock många gånger högt inom företagsledning idag (Johannisson & Lindmark, 1995; Johannisson, 1992; Ahl, 2014).

Studier visar att kvinnliga entreprenörer i högre grad än manliga väljs bort av riskkapitalister. Greene et al (2001) och Harrison & Mason (2007) menar att en förklaring till snedvridningen är homofili, vilket betyder att manliga investerare tenderar att välja att finansiera manliga entreprenörer. Bara 14% av riskkapitalisterna i USA är kvinnor (Miller, 2010), vilket stöder denna hypotes. Detta kan kopplas till de så kallade diskrimineringsteorierna. Den första av dessa benämns som *Taste based discrimination* (Becker, 1957), som handlar om att vissa ekonomiska aktörer inte vill interagera med vissa typer av människor på grund av specifik ras, etnicitet, kön eller religion. Den andra kallas *Statistical discrimination* (Arrow, 1973; Phelps, 1972) och beror inte på fördomar utan på ofullständig information.

I realiteten skulle teorin om *taste based discrimination* innebära att manliga riskkapitalister avstår från att finansiera kvinnor på grund av fördomar, medan den om *statistical discrimination* skulle innebära att manliga riskkapitalister inte väljer att finansiera kvinnor på grund av bristande information kring kvinnligt entreprenörskap. Resultatet blir dock det samma, både för den kvinnliga entreprenören och för samhället. Harrison & Mason (2007) belyser dock att anledningen snarare borde vara beroende av nätverk, eftersom kvinnliga och manliga riskkapitalister har liknande beteenden. Greene et al (2001) instämmer i att det är svårare för kvinnor att erhålla finansiering på grund av barriärer inom sociala nätverk.

Nämnvärt är att dessa teorier inte bara har ursprung i Sverige och därför inte bara utgår från den jämställdhetsnivå som råder här. Teorin om *taste based discrimination* har till exempel bakgrund i USA som i kontrast till Sveriges fjärdeplats ligger på plats 45 på listan över världens mest jämställda länder (World Economic Forum, 2016).

Fungerande nätverk är centrala vid startandet av ett företag. En entreprenör bör aktivt bygga, vidmakthålla och utnyttja sitt nätverk för att samla kunskap och information, då denne når en större framgång jämfört med andra entreprenörer som saknar den förmågan. Detta framgår av Nätverksteorin (Johannisson, 1992). Det finns i huvudsak två olika typer av nätverk. Det sociala nätverket omfattar informella relationer med regelbunden interaktion, medan det yrkesmässiga nätverket byggs av kompetens och ett professionellt innehåll (Drake & Solberg, 1996).

Tidigare forskning framhåller att kvinnors nätverk tenderar dra sig mer åt det sociala hållet, och att kvinnor är mer benägna att underhålla redan existerande kontakter än att knyta nya. Vidare menar Johannisson (2012) att kvinnor inte är lika aktiva i sina nätverk som män är. En förklaring till det kan vara att kvinnor efter arbetsdagens slut fokuserar mer på hemmet och familjelivet medan män underhåller dessa nätverk (Johannisson 2012).

2.3 Crowdfunding

Crowdfunding är en relativt ny finansieringsform, där enskilda entreprenörer, vanligtvis genom en internetbaserad plattform, finansieras av investerare som ofta bidrar med en relativt liten summa var. Det finns olika typer av crowdfunding, som definieras utifrån vad en investerare kan förvänta sig för motprestation (Mollick, 2014). Bland dessa finns donationsbaserad, lånebaserad, delägarbaserad och belöningsbaserad. Den data vi använt i studien kommer från crowdfundingplattformen Kickstarter, som tillämpar den belöningsbaserade formen av crowdfunding. Vi introducerar och går djupare in på Kickstarter i metodavsnittet.

Belöningsbaserad crowdfunding går ut på att en entreprenör erbjuder någon form av belöning som motprestation till en investerares bidrag. Belöningen består ofta av ett exemplar av den fysiska produkt som investeraren valt att sponsra, och ibland rätten att förköpa den. För investeraren innebär detta också en möjlighet att påverka utbudet på marknaden. Andra typer av belöningar kan exempelvis vara autografer, biljetter till spelningar eller att få sitt namn med i en publicerad bok (Mollick, 2014).

När man har dessa olika former av crowdfunding samt den breda branschaspekt den täcker i åtanke, är det svårt att skapa en bred definition av begreppet (Mollick, 2014). Allmänt är dock att crowdfundingen skapat nya möjligheter både för entreprenörer och investerare. Potentialen handlar inte bara om att få finansiering för att starta ett projekt eller företag. Entreprenörer kan genom crowdfundingplattformar testa efterfrågan på en produkt, vilket kan göra det möjligt att erhålla traditionell finansiering, så som bankfinansiering och riskkapital. Tjänsten kan även användas i marknadsföringssyften. Eftersom varje investerare kan bidra med små summor ger det även de med mindre kapital tillgång till att investera i startups. Dessutom sprids risken per investerare ju fler investerare som bidrar.

2.4 Hypoteser

Med bakgrund i teoriavsnittet ovan konverterade vi våra forskningsfrågor till hypoteser för att kunna undersöka dem. För en djupare förståelse för variablerna, till exempel vad vi menar med begreppet "lyckas", se avsnittet variabelförklaring under metodkapitlet.

H_0 : Entreprenörens kön har ingen signifikant påverkan på om, och i så fall hur väl projektet lyckas.

H_0 : Målbeloppets storlek har ingen signifikant påverkan på om, och i så fall hur väl projektet lyckas.

H_0 : Att andelen kvinnor är högre än genomsnittet i en bransch har ingen signifikant påverkan på om, och i så fall hur väl projekten inom den lyckas.

H_0 : Andelen kvinnor i ett projektteam har ingen signifikant påverkan på om, och i så fall hur väl det projektet lyckas.

3. Metod

Detta kapitel inleds med en motivering till vårt val av metodansats, följt av en kritisk utvärdering av vårt metodval. Därefter redogör vi för hur datainsamlingen gått till, och berör vår studies trovärdighet. Kapitlet avslutas med förklaringar av de variabler och formler som används i studien.

3.1 Val av metodansats

För att utveckla vår förståelse för ämnet har vi bearbetat en större mängd litteratur och vetenskapliga artiklar som behandlar det aktuella ämnesområdet. Förutom detta satte vi oss in i vedertagna teorier som berör frågan. Med denna bakgrundsförståelse kunde vi, baserat på tidigare forskning, teorier och aktuella debatter, sedan föra en diskussion kring ämnet och utforma vår metod.

Då vi primärt valt att bygga vår studie på att undersöka samband mellan variabler i en regressionsmodell, används den kvantitativa metodansatsen. Alternativet hade varit en kvalitativ undersökning, något som inte kräver numeriska data och därför inte kan analyseras med hjälp av matematiska eller statistiska grepp.

I förhållandet mellan teori och empiri kan studiens forskningsansats beskrivas som deduktiv; vi har utifrån teorin format ett antal hypoteser som testas empiriskt. Till en deduktiv ansats hör detaljerade hypoteser, vilket går väl ihop med en kvantitativ ansats. En induktiv ansats hade istället inneburit att studien hade skapat ny teori med utgångspunkt i insamlade data (Bryman & Bell, 2013).

Under åren har de kvantitativa metodansatsernas förespråkare inte stått helt oemotsagda. Bland annat kritiserade Schutz (1962) samhällsforskare som använde naturvetenskapliga modeller, eftersom det då inte tas hänsyn till det faktum att människan tolkar den värld vi lever i, vilket inte är fallet för naturvetenskapens objekt, såsom molekyler, atomer och elektroner. Dessutom menade Blumer (1956) att analyser av relationer mellan olika variabler skapar en statisk bild av verkligheten, åtskild från de individer som skapat den. Ansatsen

förblir dock objektiv och strukturerad, vilket gör den lämplig för vårt ändamål (Bryman & Bell, 2013).

3.2 Metodval

För att undersöka de orsakssamband vi tagit oss an i våra hypoteser använde vi oss av en *ordinary least square* (OLS) regression. Ett dilemma med denna modell är att den bygger på ett antal antaganden och med dem följer ett antal fallgropar.

Modellen antar bland annat att regressionernas koefficienter har ett linjärt förhållande (Jaggia & Kelly, 2013). Ett tecken på ett icke-linjärt samband är bland annat en låg förklaringsgrad. För att hantera detta antagande använde vi, där den beroende variabeln var binär, en *probability unit* modell, en sannolikhetsmodell som visar sannolikheten mellan koefficienterna i icke-linjära samband. Vi går djupare in på detta i avsnittet ”Tolkning av resultat” längre ned i kapitlet.

Ett annat av antagandena är att förklaringsvariablerna inte lider av multikollinearitet. Det innebär att det inte finns något exakt linjärt förhållande mellan någon av förklaringsvariablerna i modellen. I de allra flesta fall korrelerar emellertid förklaringsvariablerna med varandra i viss grad, särskilt i modeller som innehåller tidsseriedata, eftersom variablerna då ofta påverkas av en gemensam underliggande trend. En riktlinje är att multikollineariteten anses grav om variablerna korrelerar till 80% eller mer (Jaggia & Kelly, 2013). För att kontrollera detta skapade vi en korrelationstabell mellan samtliga variabler som används i våra regressioner. Se tabell 6 i appendix.

Ett annat antagande gäller homoskedasticitet. Det betyder att feltermens varians ska vara densamma för alla observationer, det vill säga, att den har samma spridning. Motsatsen benämns som heteroskedasticitet, och påverkar tillförlitligheten för modellen och dess statistiska signifikans negativt (Jaggia & Kelly, 2013). För att kontrollera för denna risk i regressionerna använde vi oss av robusta standardfel. När heteroskedasticitet föreligger är dessa mer tillförlitliga, och de mildrar vikten av antagandet om att feltermens spridning är konstant.

Vidare antar modellen att exogenitet råder. Det innebär att feltermen inte korrelerar med någon av förklaringsvariablerna. Om denna typ av korrelation föreligger, lider modellen av det så kallade endogenitetsproblemet. Orsaken är ofta att relevanta förklaringsvariabler som korrelerar med övriga variabler utesluts ur modellen, vilket gör att dess effekt hamnar i feltermen. Vi är väl medvetna om denna risk, med på grund av studiens begränsade tidsram och omfattning har vi inte möjlighet att ta hänsyn till detta. Detta är dock en utmärkt problematisering för framtida forskning. Det ska dock nämnas att endogenitetsproblemet inte drabbar vår studie i alla regressioner, då ett dubbelverkande samband rent logiskt inte kan förekomma. Till exempel kan ett projekts framgång på Kickstarter inte påverka eller förändra grundarens kön.

3.3 Data

3.3.1 Urval och framtagande av data

Datan från crowdfundingplattformen Kickstarter innehåller alla avslutade svenska projekt som startats på sidan, under en tidsperiod som sträcker sig från 2010 fram till idag, maj 2017. Detta representerar tiden från att det första svenska projektet startades på Kickstarter, vilket ger oss möjlighet att basera studien på en population. Fördelen med detta, jämfört med ett stickprov, är en större säkerhet och ett mer träffsäkert resultat, då man inte riskerar att få ett skevt och icke-representativt urval.

Datan omfattar alltså samtliga lyckade och misslyckade projekt indelade i 15 branscher. De observationer som exkluderats från datan i ett tidigt skede, är de som tagits bort av grundaren innan slutdatumet nåtts. Detta då det inte säkert går att veta om projektet hade lyckats eller misslyckats vid insamladets slut, och då anledningen till avbrytandet förblir okänd. Därtill har vi uteslutit de projekt som är i finansieringsfasen och ännu inte avslutats, av samma anledning.

Av populationen som innefattar 1540 projekt, kvarstår efter bortfallet 1277 stycken. Förutom detta innehåller ett visst antal av observationerna *missing values* i en eller flera av variablerna som vi sammanställt. Bland annat var det inte alltid möjligt att identifiera grundarens kön eller könsfördelningen inom ett projektteam. Efter detta bortfall återstod 1240 projekt, vilket är antalet observationer som de regressioner som innefattar den variabeln består av.

Insamlingen av datan skedde manuellt, där vi hjälptes åt att gå igenom samtliga projekt och extrahera de variabler vi ansåg vara relevanta. Det innebär att datan är skräddarsydd för det specifika ändamålet, och vi kan försäkra oss om att den är aktuell. Dessutom undviker vi genom att använda primärdata en del risker, till exempel att gå miste om viktig information från tertiära källor, där källmaterialet som används redan bygger på tidigare sekundärdata.

Vi måste dock ta i beaktning att den mänskliga faktorn existerar, vilket lämnar rum för en felmarginal så som oaktsamhet eller misstag under datainsamlingen. Ytterligare en nackdel med primärdata är att den kan vara kostsam och tidskrävande.

För att behandla och undersöka datan vi beskrivit använde vi oss av statistikmjukvaran Stata, där vi utförde våra regressioner. Med detta program kunde vi även ta fram beskrivande statistik som gjorde det lättare att förstå vårt data.

3.3.2 Kickstarter

Kickstarter är en av världens största belöningsbaserade crowdfundingplattformar. Att den är belöningsbaserad innebär, som tidigare nämnt, att projektets grundare får behålla det fullständiga ägandet av sitt projekt och att de som investerar i projekten istället erhåller någon form av belöning (Kickstarter, 2017).

Plattformen använder sig av en allt-eller-ingen-mekanism när det kommer till finansiering. Entreprenören erhåller de pengar som samlats in endast om denne uppnått sitt finansieringsmål inom en bestämd tidsram. I annat fall returneras pengarna till investeraren. Denna mekanism är även det som definierar huruvida ett projekt lyckats eller inte; ett projekt som fått ihop sitt målbelopp är ett lyckat projekt, då det erhåller den finansiering grundaren ansökt om. Kickstarter tjänar pengar genom en avgift på 5 % av det insamlade beloppet som betalas av den som startat projektet. Nämnvärt är att detta belopp betalas endast om projektet lyckats med sin finansiering (Kickstarter, 2017).

”Backing a project is more than just giving someone money. It’s supporting their dream to create something that they want to see exist in the world.” (Kickstarter, 2017)

Kickstarter grundades 28 april år 2009 och sedan dess har 125 176 projekt blivit framgångsrikt finansierade världen över. 3 056 446 151 USD har samlats in av 12 937 245 investerare. Av de 50 högst finansierade projekten på plattformen har 45 stycken växt sig till företag. Dessutom har över 300 000 hel- och deltidsjobb skapats av projekt på Kickstarter (Kickstarter, 2017).

Anledningen till att vi valde just Kickstarter som underlag, efter att ha undersökt flera plattformar, var att det var där vi kunde hitta flest svenska projekt. För att kunna dra så träffsäkra och generella slutsatser som möjligt ville vi använda det största potentiella antalet observationer. Detta för att i så hög grad som möjligt säkerställa studiens reliabilitet.

3.4 Studiens reliabilitet

En studies reliabilitet avgör om den kan anses vara tillförlitlig eller inte, och visar ett mått eller en mätningens pålitlighet och följdriktighet. Vid god reliabilitet ska resultatet av en studie bli likadant varje gång, oberoende av vem som utför den eller vid upprepade mätningar. Det fungerar nämligen som ett bevis på att modellen är fri från bias av personen som utför studien, och att modellen besitter en viss stabilitet. Detta kommer inte att vara fallet om det föreligger höga slumpmässiga avvikelser, som drabbar reliabiliteten negativt. Dessutom kan ett resultat innehålla systematiska fel, som har att göra med de antaganden som gjordes när modellen utformades. Om man inte har kunskap om dessa fel och därför inte kan härleda dem, påverkar det omedelbart modellens trovärdighet (Muijs, 2004). För att kontrollera studiens reliabilitet utförde vi ett antal känslighetsanalyser. Vi går närmare in på detta under avsnittet "Känslighetsanalyser" i empirikapitlet. Se även tabell 9 och 10 i appendix.

3.5 Studiens validitet

Mätningens validiteten är en slags bedömning av de utfall som en undersökning genererar, och visar huruvida de går att lita på. Det innebär att ett test verkligen mäter det som man avsett att mäta. En förutsättning för att bevara validiteten i en regressionsmodell är att de oberoende variabler som inkluderas är relevanta förklaringsvariabler åt den beroende variabeln. Därför är det viktigt att anskaffa mycket kunskap och förståelse om det ämne som studeras; på så sätt blir bedömningen om vad som skulle kunna påverka utfallet högre, och man lyckas därmed

uppnå en högre inre validitet. Något som kan påverka denna studies validitet är endogenitetsproblemet, som beskrivs närmare i metodavsnittet ovan (Muji, 2004).

3.6 Förklaring av variabler

Nedan presenteras de variabler som använts för att genomföra vår studie. Varje variabel förklaras även enskilt för att ge en djupare förståelse för var och en av dem.

3.6.1 Beroende variabler

- **Lyckat Projekt** - Att ett projekt är lyckat definieras som att det fått in den finansiering grundaren satt upp som mål eller högre. Vi har hanterat denna variabel som binär, där 1 betyder att projektet lyckats och 0 betyder att det misslyckats.
- **Andel Målbelopp** - Denna variabel representerar den andel av målbeloppet som projektet faktiskt fick in via sina investerare. Variabeln presenteras som en kvot och antar värdet 1 eller högre om projektet är lyckat. Antar kvoten ett värde som är lägre än 1 innebär det att projektet misslyckats.

$$\frac{\text{Insamlat Belopp}}{\text{Målbelopp}}$$

(1)

3.6.2 Oberoende variabler

- **Kvinnlig Grundare** - Detta är en binär variabel, där 1 betyder att projektets grundare är kvinnlig och 0 betyder att projektets grundare är manlig.
- **Målbelopp** - När ett projekt läggs ut på Kickstarter måste grundaren ange ett målbelopp, som representerar det belopp som denne tror sig behöva för att kunna få igång projektet. Eftersom målbeloppet fluktuerar enormt mellan projekten valde vi att skala ned beloppet i de regressioner vi utförde, för att tydligare kunna tolka resultaten.

- **Bransch** - Denna variabel representerar de 15 affärsgränar som Kickstarter delat upp projekten i. Den var från början icke-numerisk, men för att kunna utföra regressionerna, skapade vi en dummyvariabel. Men hjälp av denna dummyvariabel kunde vi jämföra en branschs påverkan på den oberoende variabeln, i förhållande till de andra branscherna. Detta gjorde dock att en av branscherna, Art, fick agera benchmark, vilket gjorde att vi inte kunde se effekten av just den branschen. Art valdes automatiskt av Stata eftersom den kommer först i bokstavsordning. Eftersom den även representerar den genomsnittliga gruppen ganska väl i termer av storlek och könsfördelning, valde vi att acceptera detta.

Vidare delade vi upp branscherna i två grupper, då vi ville testa variabeln som oberoende i en av våra hypoteser. Då bildades den nya variabeln **Grupp**. Den ena gruppen bestod av de branscher som hade fler kvinnliga grundare än genomsnittet för alla branscher, och den andra bestod av de som hade färre. Detta för att testa om att andelen kvinnor är högre än genomsnittet i en bransch har påverkan på hur väl projekten inom den lyckas. Tabellen som beskriver könsfördelningen i de olika branscherna finns i appendix i tabell 7.

- **Andel kvinnor** - Denna variabel beskriver den andel av projektteamet som bestod av kvinnor. Den uttrycks som en kvot mellan 0 och 1, där 1 betyder att samtliga i teamet var kvinnor.

3.6.3 Kontrollvariabler

- **Urban Area** - Grundaren för varje projekt på Kickstarter har vid skapandet angivit en stad där projektet har sitt ursprung. Efter att ha delat in dessa städer i större områden (till exempel fördelades den angivna staden Södermalm till Stockholmsområdet) gjorde vi om variabeln till binär. I denna betyder 1 att projektet har sitt ursprung i Stockholm, Göteborg eller Malmö, och 0 betyder att projektet har ursprung i en mindre stad eller på landsbygden. Detta för att kontrollera effekten av att ett projekt har ursprung i en av Sveriges tre största städerna eller inte.

- **År** - Variabeln beskriver vilket år som finansieringsprojektet startades på Kickstarter. Den infördes som dummyvariabel för att kontrollera årseffekten i regressionerna vi utförde. Det första året, 2010, valdes automatiskt som benchmark, men eftersom vi inte tyckte det var rimligt att jämföra alla andra resultat med ett år som innehöll endast tre projekt, satte vi istället år 2014 som benchmark. Detta var en avvägning då vi ville använda ett år relativt långt bak i historien men samtidigt ett som hade ett rimligt antal projekt att jämföra med. För att se årseffekten, se tabell 1 i kapitlet om empiriska resultat.
- **Hjärtmärkt** - Vissa av projekten på Kickstarter tilldelas av plattformen en hjärtmärkning eller favoritmärkning. Detta skulle kunna vara en indikation på att projektet är bra och påverka investerarens val, så vi valde att inkludera den som kontrollvariabel. Denna variabel behandlades som binär där 1 betydde att projektet var hjärtmärkt och 0 att det inte var det.

3.7 Formulering av modeller

3.7.1. Modell för att undersöka sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas

Vi har tagit fram en OLS-modell för att kunna undersöka om entreprenörens kön har signifikant påverkan på om, och i så fall hur väl projektet lyckas. Vi körde alltså denna regression med två olika beroende variabler. I den första använde vi den binära variabel som beskriver huruvida ett projekt lyckats eller inte, och i den andra använde vi variabeln Andel Målbelopp som beskriver hur stor andel av det förutbestämde målbeloppet projektet uppnådde. Så här formulerades modellerna:

$$Lyckat_i = \beta_0 + \beta_1 D_Kön_i + \beta X_i + \beta \sum_{t=2010}^{2017} D_år_t + \varepsilon_i \quad (2)$$

$$Andelbel_i = \beta_0 + \beta_1 D_Kön_i + \beta X_i + \beta \sum_{t=2010}^{2017} D_år_t + \varepsilon_i \quad (3)$$

Där β_0 är modellens intercept, $\beta_1 D_Kön_i$ är den oberoende variabeln, βX_i är regressionskoefficienten för kontrollvariablerna urban area, år, bransch, hjärtmärkt och målbelopp, och ε_i feltermen. Dessutom visas dummyvariabeln som kontrollerar årseffekten.

I samma körning testade vi även om målbeloppets storlek påverkar projektets sannolikhet att lyckas.

3.7.2. Modell för att undersöka sambandet mellan andelen kvinnor i en bransch och om projekten i den lyckas

I denna hypotes undersöker vi om en högre andel kvinnor än genomsnittet i en bransch har signifikant påverkan på om, och i så fall hur väl projekten inom den lyckas. Branscherna är som tidigare nämnt uppdelade i en grupp där andelen kvinnor är högre än genomsnittet och en där den andelen är lägre. Även i denna modell används de två beroende variablerna för lyckat projekt och andel målbelopp. Så här formulerades modellerna:

$$Lyckat_i = \beta_0 + \beta_1 D_Grupp_i + \beta X_i + \beta \sum_{t=2010}^{2017} D_år_t + \varepsilon_i \quad (4)$$

$$Andelbel_i = \beta_0 + \beta_1 D_Grupp_i + \beta X_i + \beta \sum_{t=2010}^{2017} D_år_t + \varepsilon_i \quad (5)$$

Där β_0 är modellens intercept, $\beta_1 D_Grupp_i$ är den oberoende variabeln, βX_i är regressionskoefficienten för kontrollvariablerna för grundarens kön, urban area, år, bransch, hjärtmärkt och målbelopp, och ε_i feltermen. Dessutom visas dummyvariabeln som kontrollerar årseffekten.

3.7.3. Modell för att undersöka sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas

Vidare undersökte vi om andelen kvinnor i ett projektteam har signifikant påverkan på om, och i så fall hur väl det projektet lyckas. Precis som ovan använde vi de två beroende variablerna för lyckat projekt och andel målbelopp. Så här formulerades modellerna:

$$Lyckat_i = \beta_0 + \beta_1 Andel_kvinna_i + \beta X_i + \beta \sum_{t=2010}^{2017} D_år_t + \varepsilon_i \quad (6)$$

$$Andelbel_i = \beta_0 + \beta Andel_kvinna_i + \beta X_i + \beta \sum_{t=2010}^{2017} D_år_t + \varepsilon_i \quad (7)$$

Där β_0 är modellens intercept, $\beta_1 D_Andel_kvinna_i$ är den oberoende variabeln, βX_i är regressionskoefficienten för kontrollvariablerna för grundarens kön, urban area, år, bransch, hjärtmärkt och målbelopp, och ε_i feltermen. Dessutom visas dummyvariabeln som kontrollerar årseffekten.

3.8 Tolkning av resultat

Vid utvärdering av en statistisk modells signifikans är det vanligt att välja mellan signifikansnivåer på 0,01, 0,05 och 0,1. Av dessa valde vi mellanvägen, 0,05. Detta motsvarar ett t- eller z-värde som är större (mindre) eller lika med 1,96 (-1,96) och betyder att ett utfall som är signifikant med 95 procents säkerhet också är riktigt. Det innebär också att vi tar på oss en risk på 5 % att förkasta en sann nollhypotes. Denna signifikansnivå räknas också som standard inom ekonomisk forskning.

För att tolka våra resultat kontrollerade vi även determinationskoefficienten, R^2 , som beskriver hur mycket en förändring i de beroende variablerna kan förklaras av de oberoende variablerna. En fallgrop med R^2 är att den inte minskar som följd av att fler, potentiellt irrelevanta, förklaringsvariabler inkluderas i modellen. Eftersom vi testade att inkludera flera förklaringsvariabler i vår modell valde vi även att kontrollera den justerade förklaringsgraden, justerat R^2 . Detta för att få en mer sanningsenlig förklaringsgrad, där hänsyn tas till både stickprovsstorleken och antalet förklaringsvariabler i modellen. En låg förklaringsgrad kan indikera att den slumpmässiga variationen har en stor inverkan på modellen. Det kan också vara ett tecken på att koefficienternas samband inte är linjärt (Jaggia & Kelly, 2013).

Om vi genom förklaringsgraden såg tecken på att datat inte passar för ett linjärt samband och att den beroende variabeln var binär, kontrollerade vi modellens resultat med en *probability unit* modell. I detta test kan vi tolka koefficientens riktning, men att tolka dess storlek är svårt och måste göras med stor försiktighet. Därför tittade vi på den genomsnittliga marginaleffekten. Se tabell 8 i appendix. Den genomsnittliga marginaleffekten är en funktion av koefficienten som visar den genomsnittliga effekten som varje beroende variabel har på den oberoende variabeln.

För denna studie är inte förklaringsgraden måttet vi primärt fokuserar på för att avgöra om modellen var tillräckligt stark. Detta då det är naturligt att en modell inte kan förklara hela verkligheten. Vårt mål är inte heller att göra fulländade prediktioner, utan att finna signifikanta samband.

För att avgöra variabelernas signifikans valde vi därför att kontrollera dess t- respektive z- värden. Som nämnt ovan motsvaras konfidensintervallet av ett intervall mellan 1,96 och - 1,96. Ett utfall där värdet ligger utanför detta intervall räknas som signifikant.

För att kontrollera våra resultats robusthet upprättade vi även känslighetsanalyser. Detta för att undersöka huruvida resultaten ändrade sig till följd av ändringar i de förklaringsvariabler som inkluderats i modellen. Vi går som tidigare nämnt närmare in på dessa i avsnittet ”Känslighetsanalyser” i kapitlet om empiriska resultat. Se även tabell 9 och 10 i appendix.

Hela modellens signifikans förklaras av F-värdet, ett jämförande mått som inte beaktar varje enskild variabel utan den sammanvägda effekten av alla variabler tillsammans.

4. Empiriska resultat

Empirivsnittet inleds med korta presentationer av de resultat vi fått genom våra undersökningar i statistikmjukvaran Stata. För att ge dig som läsare större förståelse för dessa resultat gör vi därefter en djupare analys där vi tolkar dem.

4.1 Resultat och tolkning av resultat

4.1.1 Utvecklingen av antal projekt på Kickstarter

I tabellen nedan beskrivs antalet svenska projekt som startats på Kickstarter per år. Det är dessa projekt som ligger till grund för vår studie. Den kraftiga ökning av crowdfundingprojekt som vi tidigare nämnt framgår tydligt, precis som den ökning från år 2012 till 2014 som ligger till grund för beslutet att använda år 2014 som benchmark.

Tabell 1. Antal projekt och år

År	Antal Projekt	Procent
2010	3	0,2
2011	12	0,9
2012	20	1,6
2013	29	2,3
2014	114	8,9
2015	516	40,4
2016	426	33,4
2017	156	12,2
Totalt	1276	100

I appendix finns även en tabell (Tabell 11) som beskriver andelen kvinnliga grundare fördelat på år. Den förtydligar utvecklingen av det kvinnliga entreprenörskapet på Kickstarter, och vi kommer att återkoppla till den i vår slutsats.

4.1.2 Beskrivande statistik

För att få större förståelse och inblick i vårt dataset beskriver tabellen nedan hur ett urval av våra variabler är statistiskt fördelade när det kommer till antal observationer, medelvärde, standardavvikelse samt minimi-och maximivärde. Av tabellen framgår viktiga värden för att förstå datat vi hanterar och de utfall som genereras i våra modeller:

- Av alla svenska projekt på kickstarter lyckades 36,6%.
- 22,8% av projekten grundades av en kvinna.
- Andelen kvinnor i ett projektteam var i genomsnitt 23,4%

Tabell 2. Beskrivande statistik

Variabler	Observationer	Medelvärde	Std. avvikelse	Min	Max
Kvinnlig Grundare	1241	0,228	0,42	0	1
Andel Kvinnor	1253	0,234	0,385	0	1
Målbelopp	1253	236004,8	1516886	10	42900000
Andel Målbelopp	1276	1,025	3,066	0	52,962
Hjärtmärkt	1275	0,447	0,207	0	1
Lyckat Projekt	1276	0,366	0,482	0	1

4.1.3 Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas

När vi undersökte om entreprenörens kön har signifikant påverkan på om projektet lyckas erhöles ett t-värde på 2,29. Regressionskoefficienten för variabeln kvinnlig grundare var 0,078 och hela modellens justerade förklaringsgrad uppgick till 0,053. Modellens F-värde är 4,23.

Eftersom vi erhöles ett t-värde som uppfyllde kravet att ligga utanför intervallet $-1,96 - 1,96$, är resultatet signifikant och H_0 kan förkastas. Därmed kan vi med 95 % säkerhet fastställa att det finns ett samband mellan entreprenörens kön och huruvida dennes projekt lyckas. Regressionskoefficientens värde på 0,078 betyder att en kvinnlig grundare har 7,8 % större chans att lyckas med sitt projekt än vad en manlig grundare har. Vidare är den justerade förklaringsgraden relativt låg, vilket innebär att förändringar i den beroende variabeln endast till viss del kan förklaras av förändringar i de oberoende.

När vi i stället testade om entreprenörens kön har signifikant påverkan på hur väl projektet lyckas erhöles däremot ett t-värde på $-1,57$ och en justerad förklaringsgrad på 0,0221.

Regressionskoefficienten är -0,15 och F-värdet uppgick till 2.43. Vi kunde alltså inte förkasta H_0 .

Detta är ett intressant resultat, med tanke på resultatet då den beroende variabeln som testades var den binära som beskriver om projektet lyckats eller inte. Kvinnor tenderar alltså att uppnå sitt mål i högre utsträckning än män, men det finns inga tecken på att de får mer finansiering i förhållande till sitt uppsatta mål. Detta skulle kunna vara kopplat till att kvinnor tenderar att sätta upp lägre och mer realistiska mål, som gör det lättare att komma över ribban.

Tabell 3. Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas

VARIABLER	(1)	(2)	(3)
	Lyckat Projekt		Andel Målbelopp
	REG	PROBIT	REG
Kvinnlig Grundare	0.0778** (2.29)	0.192** (2.08)	-0.150 (-1.57)
Urban Area	0.116** (4.20)	0.353** (4.37)	0.535** (3.99)
Målbelopp	-0.0186** (-2.57)	-0.707** (-3.53)	-0.0634 (-1.82)
Hjärtmärkt	0.0656 (0.89)	0.265 (1.36)	0.350 (0.87)
Constant	0.307** (4.17)	-0.479** (-2.35)	1.345** (2.63)
Time Fixed Effects	Yes	Yes	Yes
Industry Fixed Effects	yes	Yes	Yes
Observations	1,240	1,240	1,240
R ² / Pseudo R ²	0.072	0.071	0.042
Adj. R ²	0.0530		0.0221
F -value	4.28		2.43

t-values in parenthese, (z-value for probit)

** p<0.05

För att se hela regressionstabellen där bransch- och årseffekter redovisas, se tabell 12 i appendix.

4.1.3.1 Sambandet mellan målbeloppets storlek och om projektet lyckas

Vid undersökningen gällande om målbeloppets storlek har signifikant påverkan på om projektet lyckas, erhöles ett t-värde på -2,57 och en justerad förklaringsgrad på 0,053. F-värdet uppgick till 4,28 och regressionskoefficienten var -0,0186.

I denna undersökning erhåller vi ett statistiskt signifikant negativt samband, då t-värdet ligger utanför det angivna intervallet. Den negativa regressionskoefficienten påvisar ett negativt samband mellan hur stort målbelopp en entreprenör sätter upp och dennes chans att lyckas. Med andra ord blir det svårare att lyckas ju högre mål entreprenören begär.

När vi testade om målbeloppets storlek har signifikant påverkan på hur väl projektet lyckas, erhöles ett t-värde på -1,82 och en justerad förklaringsgrad på 0,0221. F-värdet uppgick till 2,43 och regressionskoefficienten var -0,063.

Det som händer när vi byter ut den beroende variabeln är att vi nu testar om målbeloppets storlek påverkar den andel av målbeloppet entreprenören faktiskt samlar in. I enlighet med föregående resultat bör denna körning visa på ett negativt resultat. Eftersom vi fick ett t-värde inom intervallet var resultatet inte signifikant, vilket gör att vi måste tolka resultatet med stor försiktighet. Vi kan se en svag indikation på ett negativt samband, och hade vi till exempel valt ett 90-procentigt konfidentintervall hade resultatet betraktats som signifikant. Som tidigare nämnt bedömer vi dock att vår modell är för allt osäker för detta.

4.1.4 Sambandet mellan andelen kvinnor i en bransch och om projekten i den lyckas

När vi undersökte om en högre andel kvinnor än genomsnittet i en bransch har signifikant påverkan på om projekten inom den lyckas erhöles ett t-värde på 0,4 och en justerad förklaringsgrad på 0,0351. F-värdet uppgick till 5,04 och regressionskoefficienten var 0,01135.

Vi uppnår alltså inget som helst signifikant samband. För att förtydliga innebär resultatet att varken mansdominerade eller kvinnodominerade branscher tenderar att lyckas bättre än den andra.

Vid undersökningen av om en högre andel kvinnor än genomsnittet i en bransch har signifikant påverkan på hur väl projekten inom den lyckas erhöles ett t-värde på -2,41 och en justerad förklaringsgrad på 0,0191. F-värdet uppgick till 2,26 och regressionskoefficienten var -0,34.

I detta test erhöles vi ett statistiskt signifikant negativt samband mellan kvinnodominerade branscher och målbelopp. Det betyder att vi tydligt kan se att entreprenörerna i de branscher med en högre andel kvinnor än genomsnittet tenderar att söka lägre finansieringsbelopp än de med lägre andel kvinnor än genomsnittet. För att se fördelningen av kvinnliga grundare sorterat på bransch, se tabell 7 i appendix.

Tabell 4. Sambandet mellan andelen kvinnor i en bransch och om projekten i den lyckas

VARIABLER	(4)	(5)	(6)
	Lyckat Projekt		Andel Målbelopp
	REG	PROBIT	REG
Kvinnlig Grundare	0.0775** (2.32)	0.189** (2.11)	-0.206** (-2.00)
Urban Area	0.118** (4.32)	0.359** (4.54)	0.527** (4.02)
Målbelopp	-0.0181** (-2.06)	-0.750** (-3.88)	-0.0602 (-1.82)
Hjärtmärkt	0.104 (1.49)	0.359 (1.95)	0.416 (1.04)
Grupp Uppdelad	0.0114 (0.4)	-0.0401 (-0.51)	-0.340** (-2.41)
Constant	0.235** (4.66)	-0.577** (-3.93)	1.506** (2.68)
Time Fixed Effects	Yes	Yes	Yes
Observations	1,240	1,240	1,240
R ² / Pseudo R ²	0.044	0.051	0.029
Adj. R ²	0.0351		0.0191
F-value	5.04		2.26

t-values in parenthese, (z-value for probit)

** p<0.05

4.1.5 Sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas

När vi undersökte om andelen kvinnor i ett projektteam har signifikant påverkan på om det projektet lyckas erhöles ett t-värde på 2,35, och en justerad förklaringsgrad på 0,0527. F-värdet uppgick till 4,28 och regressionskoefficienten var 0,085.

Vi ser alltså ett statistiskt signifikant samband mellan andelen kvinnor i ett projektteam och huruvida ett projekt lyckas. Detta betyder att när en kvinna läggs till i projektteamet ökar chanserna att lyckas med projektet med 8,6%.

När vi istället undersökte om andelen kvinnor i ett projektteam har signifikant påverkan på hur väl det projektet lyckas erhöles ett t-värde på -0,7 och en justerad förklaringsgrad på 0,0183. F-värdet uppgick till 2,10 och regressionskoefficienten var -0,09.

I detta fall ser vi inga signifikanta samband. Detta kan tolkas som att en extra kvinna i teamet inte leder till att projektet får in en högre andel av sitt målbelopp.

Tabell 5. Sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas

VARIABLER	(7)	(8)	(9)
	Lyckat Projekt		Andel Målbelopp
	REG	PROBIT	REG
Andel Kvinnor	0.0856** (2.35)	0.223** (2.24)	-0.0945 (-0.70)
Urban Area	0.114** (4.12)	0.345** (4.30)	0.591** (4.05)
Målbelopp	-0.0186** (-2.57)	-0.695** (-3.57)	-0.0712** (-2.00)
Hjärtmärkt	0.0651 (0.88)	0.261 (1.35)	0.339 (0.83)
Constant	0.292** (4.00)	-0.526** (-2.59)	1.218** (2.41)
Time Fixed Effects	Yes	Yes	Yes
Industry Fixed Effects	Yes	Yes	Yes
Observations	1,252	1,252	1,252
R ² / Pseudo R ²	0.072	0.070	0.038
Adj. R ²	0.0527		0.0183
F-value	4.28		2.10

t-value in parentheses, (z-value for probit)

** p<0.05

4.1.6 Känslighetsanalyser

För att utvärdera robustheten i våra modeller testade vi om dess resultat ändrades beroende på hur många förklaringsvariabler som inkluderades. Först körde vi regressionerna med endast en förklaringsvariabel, för att sedan addera fler. I resultaten för samtliga samband vi testade ändrades variabelns signifikans endast marginellt, vilket betyder att signifikansen bibehölls och resultaten var robusta. Se tabell 9 i appendix.

För att även testa årseffektens påverkan på variablernas signifikans testade vi regressionsmodellen före och efter årseffekten inkluderades och jämförde resultatet. Även i denna känslighetsanalys bibehölls signifikansen, och vi kunde därmed räkna med att resultatet var robust. Se tabell 10 i appendix.

5. Slutdiskussion

I detta kapitel redogör vi för de slutsatser vi kunnat dra efter att ha tolkat och analyserat resultaten i föregående avsnitt. Vi inleder med att återkoppla till studiens syfte för att förankra resultaten i vad vi initialt ville ta reda på, och avslutar med att presentera ett antal förslag till fortsatt forskning inom ämnesområdet.

5.1 Slutsats

Syftet med denna studie var att kartlägga den svenska crowdfundingmarknaden ur ett genusperspektiv för att utreda om den påverkas av patriarkala strukturer på liknande sätt som den traditionella finansieringsmarknaden, där bank och riskkapital ingår. Den huvudsakliga avsikten med detta var att undersöka kvinnliga entreprenörers möjligheter på en innovativ finansieringsmarknad.

Jämställdhetsdebatten är, som tidigare nämnts, i allra högsta grad aktuell, och dess koppling till finansieringsbranschen och möjligheterna till entreprenörskap är inte bara viktiga för de kvinnor som direkt drabbas av snedvridningen. Den är i själva verket också betydelsefull för den ekonomiska tillväxten och vår samhällsekonomi.

5.1.1. Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas

Utifrån vår undersökning kan vi fastställa att det finns ett samband mellan entreprenörens kön och att projektet lyckas. Vår studie inom crowdfunding skiljer sig alltså från de resultat i tidigare undersökningar som gjorts av bland andra Harrison & Mason (2007) på den traditionella finansieringsmarknaden, där kvinnor tenderar bli diskriminerade. De utfall som genererats i våra modeller påvisar att kvinnliga entreprenörer lyckas i högre utsträckning än manliga entreprenörer på crowdfundingplattformen Kickstarter i Sverige.

Nämnvärt är dock att andelen kvinnliga grundare i vårt dataset (22,8%) är ett genomsnitt över de år som ingår i vår undersökning (2010-2017). År 2015 låg denna siffra på 22,4%, vilket är lägre än den andel kvinnor som startade företag i det svenska näringslivet under samma period. Trots att våra resultat tyder på att möjligheterna för svenska kvinnliga entreprenörer är

bättre inom crowdfunding än traditionell finansiering, föreligger alltså en problematisk könsfördelning även inom crowdfunding.

Resultatet från denna undersökning skulle kunna verka som en drivkraft för kvinnliga entreprenörer att söka sig till crowdfunding. Om kvinnors barriärer för att starta företag minskar, kan fler bli entreprenörer och ledare för företag. Då skulle de, i enlighet med vad Tillväxtverket (2014) skriver, kunna agera förebilder vilket skulle inspirera fler att våga ta steget mot entreprenörskap. Det skulle bilda en positiv spiral, som i förlängningen skulle kunna leda till att den traditionella finansieringsmarknaden öppnas upp för kvinnor och att den blir mer jämställd. Detta skulle i sin tur, enligt de teorier vi tidigare presenterat, ge positiv effekt i demokratiseringen av entreprenörskap.

För att ytterligare koppla till teorin om *taste-based discrimination* (Becker, 1957), kan detta resultat tolkas på två sätt. Det ena är att ingen diskriminering av denna typ föreligger inom crowdfunding. Det andra är att diskriminering föreligger, men att merparten av investerarna inom crowdfunding är kvinnor. Oavsett tolkning tyder vår studie på att crowdfundingen kan minska kvinnors barriärer att få finansiering för att starta företag.

Som tidigare nämnts bygger *statistical discrimination* på bristande information, vilket enligt våra resultat inte verkar föreligga inom crowdfunding så som det gör inom finansiering via riskkapital. Det skulle kunna bero på den homogena grupp riskkapitalister enligt studier är, och att investerarna inom crowdfunding är mer diversifierade. Då investerargruppen är mer diversifierad är även individernas kunskaper och erfarenheter mer diversifierade, vilket skulle minska effekten av *statistical discrimination*.

5.1.2 Sambandet mellan andelen kvinnor i en bransch och om projekten i den lyckas

I denna studie kan vi inte framlägga några bevis för att de branscher där andelen kvinnliga grundare är högre än genomsnittet lyckas bättre. Vi kunde däremot fastställa, då vi testade mot den beroende variabeln som beskriver andelen av målbeloppet, att dessa branscher tenderar att få lägre finansieringsbelopp.

Med hjälp av resultaten från detta samband samt från den första regressionen kan vi dock dra slutsatsen att kvinnliga entreprenörer lyckas bättre än manliga, inte bara i de traditionellt sett

kvinnodominerade branscherna utan i alla branscher, vilket är positivt ur ett jämställdhetsperspektiv.

Detta resultat skulle kunna kopplas till nätverksteori. Då entreprenörer som tidigare nämnts når ut till en bredare investerarkrets via crowdfunding, är det möjligt att detta även är en plattform för att bygga nätverk. Även det faktum att en internetbaserad plattform är så lättillgänglig skulle kunna vara en indikation på att det öppnar möjligheter för kvinnor som tar på sig stora delar av hushållsansvaret att bygga upp det yrkesmässiga nätverket.

5.1.3 Sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas

I denna undersökning kunde vi dra slutsatsen att när sammansättningen av ett projektteam ökade med en kvinna, så ökade också chansen att lyckas med projektet med 8,6%. Denna förändring i projektteamet hör dock inte samman med ett högre insamlat belopp, vilket är förenligt med de tidigare slutsatser vi kunnat dra.

Dessutom skulle dessa resultat kunna fungera som en förklaring för utfallet i sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas. Att kvinnor lyckas i högre grad, skulle kunna bero på att kvinnliga entreprenörer sätter upp lägre mål än manliga, vilket gör det lättare att lyckas.

Detta stämmer överens med litteraturen på två sätt. Dels skulle det faktum att en kvinna i projektteamet ökar chanserna att lyckas kunna bero på att kvinnor är mer riskaversiva och tar färre riskfyllda beslut. Detta kan från investerarperspektivet innebära en säkrare investering som därför kan vara mer attraktiv. Dessutom skulle kvinnliga egenskaper så som prestigelöshet och ödmjukhet kunna förklara att kvinnliga entreprenörer tenderar söka lägre finansieringsbelopp än manliga. Om resultatet att kvinnliga entreprenörer lyckas i högre utsträckning än manliga kopplas till de kvinnliga egenskaperna, går det alltså emot Hirdmans och Hardings teorier om kvinnans underordning och att de manliga egenskaperna värderas högre än de kvinnliga.

Enligt litteraturstudier och egen forskning, vågar vi därför påstå att det finns indikationer som visar att crowdfunding kan vara en väg att gå som minskar kvinnliga entreprenörers barriärer i finansieringssammanhang.

Beaktningsvärt är dock, att de snedvridningar inom traditionell finansiering och i samhället överlag som tidigare beskrivits fortgår, vilket betyder att samhället inte är jämställt och att vi fortfarande går miste om värdefullt entreprenörskap. Detta trots att jämställdhet är en mänsklig rättighet och ingår i svensk lagstiftning.

Ämnesområdet är alltså i allra högsta grad aktuellt, och denna studie är endast en början till den framtida forskning som är ett nödvändigt steg i rätt riktning för att undersöka kvinnliga entreprenörers förutsättningar. Ytterligare forskning behövs även för att undersöka vad crowdfunding som en relativt ny finansieringsform har för inverkan på jämställdheten, och i det långa loppet samhällsekonomin och dess tillväxt.

5.2 Förslag till fortsatta studier

I vår studie undersöker vi om crowdfundingen har potential att demokratisera entreprenörskapet mellan könen på den svenska marknaden. Något som skulle ge studien ytterligare en dimension vore att djupare studera huruvida crowdfundingen också kan demokratisera entreprenörskapet geografiskt. Denna typ av forskning är mycket intressant och kan motiveras med hjälp av flertalet teorier.

För att kontrollera de resultat vår undersökning genererat är ett förslag till vidare studier att undersöka investerargruppen och dess könssammansättning på den svenska crowdfundingmarknaden. Detta skulle inte bara skapa en intressant kartläggning utan också utifrån vår studies resultat kunna avgöra om taste-based discrimination föreligger.

Vidare tar vi, på grund av studiens tidsram och omfattning, inte hänsyn till endogenitetsproblemet i vår regressionsmodell. Detta påverkar studiens trovärdighet, men skapar en möjlighet att vidareutveckla modellen i framtida forskning. Det här är bland annat något vi eventuellt planerar göra under våra studier på masternivå.

Källförteckning

Litteratur och publikationer

- Acs, Z., Audretsch, J., Braunerhjelm, D., & Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(2), 289-300.
- Ahl, H. (2004). *The scientific reproduction of gender inequality: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*.
- Arrow, K. "The Theory of Discrimination." Pages 91-100 in *Discrimination in Labor Markets*, edited by Orley Ashenfelter and Albert Rees. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1973.
- Becker, Gary S. *The Economics of Discrimination*. Chicago: University of Chicago Press, 1957.
- Berger, N. & Udell, F. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking and Finance*, 22(6), 613-673.
- Blanchflower, D. (2000). Self-Employment in OECD Countries. *NBER Working Paper Series*, 7486.
- Blumer, H. (1956). Sociological analysis and the "variable". *American Sociological Review*, 21, s. 683-690.
- Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (2., [rev.] uppl.. ed.). Stockholm: Liber.
- Cassar, G. (2004). The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 261-283.
- Chakraborty, A., & Mallick, R. (2012). Credit Gap in Small Businesses: Some New Evidence. *International Journal of Business*, 17(1), 65-80.
- Daskalakis, N., Jarvis, R., & Schizas, E. (2013) Financing practices and preferences for micro and small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 80-101
- Drake, I., Solberg, A., & Erikson, M. (1996). *Kvinnor och ledarskap*. Lund: Utbildningshuset/Studentlitteratur.
- Eliasson, G. (2009). Policies for a new entrepreneurial economy. *Schumpeterian Perspectives on Innovation, Competition and Growth*. pp 337-368. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

- Fölster, S. (2000). Do Entrepreneurs Create Jobs? *Small Business Economics*, 14(2), 137-148.
- Gatewood, E., Brush, J., Carter, C., Greene, G., & Hart, N. (2009). Diana: A symbol of women entrepreneurs' hunt for knowledge, money, and the rewards of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(2), 129-144.
- Greene, P., Brush, C., Hart, M., & Saporito, P. (2001). Patterns of venture capital funding: Is gender a factor? *Venture Capital*, 3(1), 63-83.
- Green, E., & Cohen, L. (1995). Women's Business: are women entrepreneurs breaking new ground or simply balancing the demands of "women's work" in a new way? *Journal of Gender Studies*, 4 (3), 297-314.
- Hansson, Å &., Globaliseringsrådet. (2008). *Skatter, entreprenörskap och nyföretagande* (Underlagsrapport till Globaliseringsrådet, 12). Stockholm: Globaliseringsrådet.
- Harding, S. (1986). *The Science Question in Feminism*. Ithaca: Cornell University Press.
- Harrison, R., & Mason, C. (2007). Does Gender Matter? Women Business Angels and the Supply of Entrepreneurial Finance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 445-472.
- Hirdman, Y., 1988. Genussystemet - *Reflexioner kring kvinnors sociala underordning*. Kvinnovetenskaplig tidskrift.
- Hirdman, Y. (2003). *Genus : Om det stabilas föränderliga former* (2., [rev.] uppl. ed.). Malmö: Liber.
- Holmquist, C. (2008). *Fältet genus och företagande - introduktion och sammanfattning*. I Larsson, P., Göransson, U., Lagerholm, M., & Vinnova (Red.), Sesam öppna dig! forskarperspektiv på kvinnors företagande. (s. 7-31). (VINNOVA rapport VR, 2008:20). Stockholm: VINNOVA.
- Holmquist, C., Barle, A., Wennermark, K., & Tillväxtverket. (2011). *Varför ska man främja kvinnors företagande?* (Ny, rev. utg.]. ed.). Stockholm: Tillväxtverket.
- Holmquist, C., Sundin, E., Studieförbundet Näringsliv och samhälle, & Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm. (2002). *Företagerskan : Om kvinnor och entreprenörskap* (1. uppl. ed., Innovationer & entreprenörskap). Stockholm: SNS förlag.
- Jaggia, S., & Kelly, A. (2013). *Business statistics : Communicating with numbers* (2nd revised ed.). S.I.]: McGraw-Hill.
- Johannisson, B. (1992). *Entreprenörskap på Svenska*. Malmö, Berlings Grafiska.

- Johannisson, B. & Lindmark, L., (1995). *Företag, Företagare, Företagsamhet*. Lund, SFS Studentlitteratur AB.
- Miller, C. (2010). "Out of the Loop in Silicon Valley", New York Times.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Muijs, D. (2004). *Doing quantitative research in education with SPSS*. London: Sage Publications Ltd. E-bok. [Hämtad: 2017-04-27]
- Phelps, Edmund. "A Statistical Theory of Racism and Sexism." *American Economic Review* 62 (1972): 659-61.
- Schutz, A. (1962). *Collected papers, I: The problem of social reality*. The Hauge: Martinus Nijhof.
- Sundin, E., & Holmquist, C. (1989). *Kvinnor som företagare : Osynlighet, mångfald, anpassning : En studie* (1. uppl.. ed.). Malmö: Liber.
- Sundin, E, Holmquist, C, & Thorstensson, G. (2015). *25 år med kvinnors företagande: Från osynligt till drivkraft för tillväxt*. Stockholm: Tillväxtverket.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-56.
- Zimmerman, E. (2014, February 10). Crowdfunding helps women beat financing odds. *Crain's New York Business*, p. 13.

Elektroniska källor

- EU-kommissionen. (2013). *Entrepreneurship 2020 Action Plan*. Hämtad från: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:en:PDF> [2017-05-13]
- Johansson, M. (2017). *Risikkapitalbolagen nästan helt utan kvinnor i toppen*. Civilekonomen. Hämtad från: <http://www.civilekonomen.se/aktuellt/risikkapitalbolagen-nastan-helt-utan-kvinnor-i-toppen/> [2017-05-13]
- Forsberg, G. Sundgren Grinups, B. & Nationalencyklopedin. (2017) *Jämställdhet*. Hämtad från NE:s webbplats: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/jämställdhet> [2017-04-20]
- Johnson, A. (2012). *Driftiga entreprenörer viktig del av vår historia*. Hämtad från Svenskt Näringslivs webbplats: https://www.svensktnaringsliv.se/fragor/entreprenorskap-i-skolan/driftiga-entreprenorer-viktig-del-av-var-historia_560681.html [2017-05-16]

- Jørgensen, J. (2015). Dumma pengar går främst till män. *DI Digital*. Hämtad från:
<http://digital.di.se/artikel/debatt-dumma-pengar-gar-framst-till-man> [2017-03-28]
- Kelly, D., Brush, C., Greene, P., Herrington, M., Ali, A. & Knew, P. (2015). *GEM Special Report: Women's Entrepreneurship*. [Rapport]. Global Entrepreneurship Monitor.
Hämtad från: <http://gemconsortium.org/report/49281> [2017-04-15].
- Kickstarter. (2017) Hämtad från: <https://www.kickstarter.com/> [2017-03-30]
- Nationalencyklopedin. (2017) *Entreprenörskap*. Hämtad från:
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/entreprenörskap> [2017-03-28]
- Nationalencyklopedin. (2017) *Jämställdhet*. Hämtad från:
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/jämställdhet> [2017-03-29]
- Regeringens webbplats om mänskliga rättigheter. (2017). *Kvinnors åtnjutande av mänskliga rättigheter*. Hämtad från: <http://www.manskligarattigheter.se/sv/de-manskliga-rattigheterna/vilka-rattigheter-finns-det/kvinnors-atnjutande-av-manskliga-rattigheter> [2017-05-07]
- Sanandaji, N.(2013). *Äntligen ett lyft för kvinnors företagande i Sverige*. Hämtad från svenskt Näringslivs webbplats:
https://www.svensknaringsliv.se/migration_catalog/Rapporter_och_opinionsmaterial/Rapporters/kvinnors-foretagande-och-valfarden_533320.html/BINARY/Kvinnors%20f%C3%B6retagande%20och%20v%C3%A4lf%C3%A4rden [2017-05-10]
- Statistikportalen. (2016). *Antal nystartade företag 2009 - 2015 efter branschgrupp (SNI2007) och lednings könssammansättning*. Hämtad från: <http://statistikportalen.tillvaxtanalys.se/> [2017-04-12]
- Tillväxtanalys. (2016). *Nystartade företag i Sverige 2015*. (Rapport nr: 2009/053). Hämtad från: <https://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/statistikserien/statistikserien/2016-10-03-nystartade-foretag-i-sverige-2015.html> [2017-04-12]
- Tillväxtverket. (2014). *Golden Rules of Leadership 2013-2014*, dnr 3.1.7-2013-2707. Hämtad från:
<https://tillvaxtverket.se/download/18.78c8919b153f0cf99ef220d7/1464859107435/Slutrapport%2Bkvinnors%2Bforetagande.pdf> [2017-05-16]
- World Economic Forum. (2016). *The Global Gender Gap Report*. Hämtad från
<http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/rankings/> [2017-04-22]

Lagar

Diskrimineringslagen (2008:567). Hämtad från Diskrimineringsombudsmannens webbplats:

<http://www.do.se/lag-och-ratt/diskrimineringslagen/> [2017-05-16]

Jämställdhetslagen (1991:433). Hämtad från Riksdagens webbplats:

http://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/jamstalldhetslag-1991433_sfs-1991-433 [2017-05-16]

Appendix

6. Korrelationstabell

Korrelation	Kvinnlig Grundare	Andel Kvinnor	Urban Area	Målbelopp	Andel Målbelopp	Lyckat Projekt	Hjärtmärkt	Grupp Uppdelad
Kvinnlig Grundare	1.0000							
Andel Kvinnor	0.9034	1.0000						
Urban Area	-0.0014	0.0006	1.0000					
Målbelopp	-0.0414	-0.0422	-0.0348	1.0000				
Andel Målbelopp	-0.0477	-0.0494	0.0961	-0.0298	1.0000			
Lyckat Projekt	0.0798	0.0763	0.1252	-0.0692	0.4025	1.0000		
Hjärtmärkt	-0.0442	-0.0366	0.0021	0.0045	0.0373	0.0311	1.0000	
Grupp Uppdelad	0.2237	0.2238	-0.0163	-0.0861	-0.0610	0.0397	0.0204	1.0000

7. Antal kvinnliga grundare och bransch

Bransch	Kvinnliga Grundare	Antal Projekt	Procent
Art	29	83	34,9
Comics	5	17	29,4
Crafts	17	32	53,1
Dance	5	8	62,5
Design	21	123	17,1
Fashion	19	71	26,8
Film/Video	35	155	22,6
Food	8	65	12,3
Games	9	176	5,1
Journalism	8	36	22,2
Music	36	156	23,1
Photography	13	39	33,3
Publishing	51	139	36,7
Technology	15	122	12,3
Theater	12	19	63,2
Totalt	283	1241	22,8

9. Känslighetsanalys innan införandet av fler förklaringsvariabler

Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas

VARIABLER	(10)	(11)	(12)
	Lyckat Projekt		Andel Målbelopp
	REG	PROBIT	REG
Kvinnlig Grundare	0.0883** (2.66)	0.232** (2.70)	-0.312** (-2.56)
Constant	0.339** (22.16)	-0.415** (-9.92)	1.051** (10.78)
Observations	1,241	1,241	1,241
R ² / Pseudo R ²	0.006	0.0045	0.002
Adj. R ²	0.00516		0.00152
F-value	7.09		6.53

t-value in parentheses, (z-value for probit)

** p<0.05

Sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas

VARIABLER	(13)	(14)	(15)
	Lyckat Projekt		Andel Målbelopp
	REG	PROBIT	REG
Andel Kvinnor	0.100** (2.81)	0.264** (2.85)	-0.275* (-1.91)
Constant	0.341** (21.89)	-0.409** (-9.63)	1.088** (10.96)
Observations	1,253	1,253	1,253
R ² / Pseudo R ²	0.006	0.0049	0.001
Adj. R ²	0.00566		0.000391
F-value	7.90		3.65

t-value in parentheses, (z-value for probit)

** p<0.05

10. Känslighetsanalys innan kontroll av årseffekt

Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas

Sensitivity

VARIABLER	(16)	(17)	(18)
	Lyckat Projekt		Andel Målbelopp
	REG	PROBIT	REG
Kvinnlig Grundare	0.0845** (2.48)	0.210** (2.29)	-0.159 (-1.62)
Urban Area	0.122** (4.39)	0.363** (4.52)	0.540** (4.05)
Målbelopp	-0.0191** (-2.81)	-0.664** (-3.43)	-0.0625** (-2.18)
Hjärtmärkt	0.0440 (0.61)	0.193 (1.03)	0.406 (1.10)
Constant	0.316** (5.35)	-0.473** (-3.03)	0.689** (3.58)
Industry Fixed Effects	Yes	Yes	Yes
Observations	1,240	1,240	1,240
R ² / Pseudo R ²	0.059	0.0586	0.030
Adj. R ²	0.0449		0.0160
F-value	4.86		3.14

t-value in parentheses, (z-value for probit)

** p<0.05

Sambandet mellan andelen kvinnor i ett projektteam och om projektet lyckas

Sensitivity

VARIABLER	(19)	(20)	(21)
	Lyckat Projekt		Andel Målbelopp
	REG	PROBIT	REG
Andel Kvinnor	0.0927** (2.53)	0.240** (2.43)	-0.0939 (-0.68)
Urban Area	0.120** (4.31)	0.354** (4.45)	0.592** (4.09)
Målbelopp	-0.0193** (-2.81)	-0.641** (-3.50)	-0.0710** (-2.39)
Hjärtmärkt	0.0399 (0.56)	0.179 (0.96)	0.366 (0.98)
Constant	0.316** (5.37)	-0.474** (-3.05)	0.636** (3.11)
Industry Fixed Effects	Yes	Yes	Yes
Observations	1,252	1,252	1,252
R ² / Pseudo R ²	0.056	0.056	0.028
Adj. R ²	0.0425		0.0139
F-Value	4.72		2.72

t-values in parentheses, (z-value for probit)

** p<0.05

11. Antal kvinnliga grundare och år

År	Kvinnliga Grundare	Antal Projekt	Procent
2010	0	3	0,0
2011	4	11	36,4
2012	6	20	30,0
2013	7	27	25,9
2014	18	108	16,7
2015	113	505	22,4
2016	116	417	27,8
2017	19	150	12,7
Totalt	283	1241	22,8

12. Sambandet mellan grundarens kön och om projektet lyckas med bransch-och årseffekt

HYPOTES 1			
	(1)	(2)	(3)
VARIABLER	Lyckat Projekt		Andel Målbelopp
	REG	PROBIT	REG
Kvinnlig Grundare	0.0778** (2.29)	0.192** (2.08)	-0.150 (-1.57)
Urban Area	0.116** (4.20)	0.353** (4.37)	0.535** (3.99)
Målbelopp	-0.0186** (-2.57)	-0.707** (-3.53)	-0.0634 (-1.82)
Hjärtmärkt	0.0656 (0.89)	0.265 (1.36)	0.350 (0.87)
År 2010	0.0321 (0.13)	0.0968 (0.14)	-0.413 (-0.62)
År 2011	0.236 (1.51)	0.601 (1.38)	-0.523 (-0.86)
År 2012	0.241** (2.04)	0.598 (1.86)	-0.277 (-0.37)
År 2013	0.136 (1.26)	0.391 (1.35)	-0.988 (-1.64)
År 2015	-0.0386 (-0.76)	-0.148 (-0.99)	-0.943 (-1.71)
År 2016	0.0508 (0.96)	0.136 (0.88)	-0.492 (-0.90)
År 2017	0.0241 (0.39)	0.0666 (0.38)	-0.520 (-0.68)
Bransch Comics	0.260** (2.15)	0.673 (1.91)	0.372 (0.92)
Bransch Crafts	-0.198** (-2.23)	-0.587** (-1.98)	-0.299 (-1.14)
Bransch Dance	-0.218 (-1.40)	-0.673 (-1.33)	-0.386 (-1.36)
Bransch Design	0.0642 (0.89)	0.240 (1.27)	0.150 (0.57)
Bransch Fashion	-0.122 (-1.56)	-0.305 (-1.41)	-0.0661 (-0.20)
Bransch Film/Video	-0.0408 (-0.61)	-0.0558 (-0.31)	-0.398 (-1.93)
Bransch Food	-0.103 (-1.33)	-0.215 (-0.95)	0.0784 (0.18)
Bransch Games	-0.0360 (-0.55)	-0.0536 (-0.30)	0.542 (1.56)
Bransch Journalism	-0.144 (-1.61)	-0.381 (-1.42)	-0.551** (-2.49)
Bransch Music	-0.0529 (-0.80)	-0.146 (-0.83)	-0.409 (-1.93)
Bransch Photography	-0.117 (-1.29)	-0.324 (-1.27)	-0.548** (-2.38)
Bransch Publishing	-0.00130 (-0.02)	0.0150 (0.08)	-0.223 (-0.95)
Bransch Technology	-0.186** (-2.77)	-0.385 (-1.94)	0.407 (0.77)
Bransch Theater	0.0182 (0.15)	0.0762 (0.23)	0.169 (0.34)
Constant	0.307** (4.17)	-0.479** (-2.35)	1.345** (2.63)
Observations	1,240	1,240	1,240
R ² / Pseudo R ²	0.072	0.071	0.042
Adj. R ²	0.0530		0.0221
F-value	4.28		2.43
t-values in parentheses, (z-value for probit)			
** p<0.05			