



## Zijn organisaties gender biased en beïnvloeden ze vrouwelijke ondernemers?

**Samenvatting:** Aangezien vrouwen een steeds grotere bijdrage leveren aan de wereldwijde economie, en men merkt dat 'vrouwelijke medewerkers' binnen bedrijven regelmatig problemen ondervinden op de werkvloer door hegemoon mannelijke invloeden van organisaties, is het van belang om te onderzoeken of deze hegemoon mannelijke effecten ook hun weerslag hebben op 'vrouwelijke ondernemers'. Ten eerste zal er een introductie worden gegeven op de variabele gender binnen organisaties en de invloed op vrouwelijk werknemers. Maar het belangrijkste doel is een inleiding te bieden over gender binnen ondernemerschap, verschillen tussen mannen en vrouwen en het effect van gender biased organisaties op vrouwelijk ondernemerschap.



## Inleiding

Gedurende de afgelopen jaren is er een opmerkelijke wereldwijde tendens in de economische sector gaande. Het aantal vrouwen dat als werknemer op de arbeidsmarkt deelneemt is sterk gestegen. Een groot percentage van deze werkende vrouwen begon als zelfstandig ondernemer. Vanwege deze aanzienlijke groei van de groep voornamelijk kleine zelfstandige, werden talrijke onderzoekers ertoe aangezet om de kwestie van gender en ondernemerschap te onderzoeken, hoewel het meeste onderzoek pas laat op gang is gekomen (Carter & Bennett, 2006 as cited in Carter & Jones-Evans, 2006). Veel onderzoek richtte zich primair op het zoeken naar de oorzaak van bovengenoemde groei. In later onderzoek veranderde deze focus meer naar de verschillen in ondernemen tussen mannen en vrouwen.

Recentere studies leggen meer nadruk op algemene kwesties met betrekking tot leiderschap binnen ondernemingen die geleid worden door vrouwen. Een van de belangrijkste bevindingen is dat vrouwen die een bedrijf beginnen geïdentificeerd kunnen worden als een groep die moeite heeft om financiële middelen aan te trekken. Een ander wijdverspreid dilemma is dat vrouwen de indruk hebben dat zij met een mannelijk perspectief van ondernemerschap moeten concurreren (Hisrich & Brush, 1986), alhoewel gegevens om deze stelling te ondersteunen soms ontbreken. Ditzelfde gevoel wordt door vrouwelijke werknemers binnen bedrijven opgemerkt (Truman, 1996).

Wanneer men kijkt naar de zaken die spelen in de media, symposia en workshops rondom het thema vrouwelijk ondernemerschap, dan kan men opmerken dat zij zich allemaal concentreren op de groei van de onderneming door bijvoorbeeld het aannemen van personeel, of internationale markten te betreden. Al deze aspecten worden beschouwd als vaardigheden van een ondernemer en worden gebruikt door organisaties die ondernemers steunen, zoals financiële instellingen. Wanneer men echter kijkt naar de dagelijkse praktijk, dan voldoet een grote groep vrouwelijke ondernemers niet aan deze norm.

Aangezien vrouwen een steeds grotere bijdrage leveren aan de wereldwijde economie, en doordat vrouwelijke medewerkers in veel gevallen problemen ervaren op de werkvloer door hegemoon mannelijke invloeden, **is het van belang om te onderzoeken of bedrijven nog altijd hegemoon mannelijke gebiased zijn en of dit ook een reflectie heeft op vrouwelijke ondernemers.** Het doel van dit onderzoek is dan ook tweeledig. Allereerst zal er in een kort overzicht ingegaan worden op gender binnen een organisatie. Echter, het belangrijkste tweede doel is om een toegankelijke introductie te geven met betrekking tot gender en ondernemerschap, waarin de verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke ondernemers besproken zullen worden en de invloed van gender biased organisaties op vrouwelijke ondernemers. Het volbrengen van bovengenoemde doelen zou kunnen leiden tot meer inzicht in de oorzaken en gevolgen van nadelen die ondervonden worden door genderverschillen.

Gedurende het onderzoek moet men, wanneer men het heeft over termen als “vrouwen”, “gender”, “patriarchie” en “femininity” echter oppassen voor de gevaren die schuilen in het tot de essentie terugbrengen van identiteit en veralgemeniseren van ervaringen en het daardoor uitsluiten van zaken tijdens het opstellen van categorieën .



Een ander probleem dat ontstaat wanneer je de werking van gender binnen organisaties onderzoekt, is de voortdurende nadruk die komt te liggen op het identificeren van verschillen tussen mannen en vrouwen, wellicht gelijkenissen tussen de twee groepen onderbelicht blijven, en anderzijds de verschillen binnen de groepen over het hoofd gezien worden (Petersen 2003). Een gevaar hierbij is ook het reproduceren van stereotiepe man/vrouw houdingen en gedragingen die de traditionele patronen in stand houden. Een derde probleem bestaat uit het feit dat er geen eenduidige indeling van de groep op basis van gender plaats kan vinden, en dat deze indeling bovendien onderhevig is aan veranderingen. Petersen (2003) beschreef in ondermeer het concept van discourse van Foucault dat zaken geconstrueerd en veranderlijk zijn of uitvindingen van de mens, en niet intrinsiek en als vaste aspecten kunnen worden beschouwd. Ook tijdens het lezen van dit artikel dient daarmee rekening gehouden te worden. Men kan geen eenduidig onderscheid maken tussen mannen en vrouwen of mannelijke en vrouwelijke ondernemers. Ook de variaties binnen beide groepen moet niet onderschat worden. Bovendien moet men er zich van bewust zijn dat verschillen onderscheiden kunnen worden door een biologisch of sociaal construct. Het hoeft echter niet zo te zijn dat deze verschillen vast staan en altijd op dezelfde vaststaande wijze functioneren.

Het zou onmogelijk zijn om in een artikel zeer uitgebreid in te gaan op de wereldwijde verschillen in werkgerelateerde omgevingen. Hoe dan ook, hoewel lokale en door wetgeving opgelegde zaken, verschillen teweeg brengen in culturele perspectieven op gender, management en ondernemerschap, zijn veel van de concepten en toepassingen wereldwijd relevant. Daardoor kunnen veel van de ideeën en theoretische perspectieven toegepast worden in een bredere context, eventueel aangepast aan nationale en culturele perspectieven en politieke contexten. De literatuur die gebruikt is voor het tot stand brengen van dit artikel varieert van krant tot wetenschappelijke artikel.

## **1. Gender in organisatie**

Rond de jaren '80 bestempelden feministes de organisatorische hiërarchieën en bureaucratische praktijken als mannelijk, ondemocratisch en oppressief. Als gevolg hiervan verscheen nieuw onderzoek op het gebied van gender en werk (Cockburn, 1981, 1985, Hockshild 1983, Spel & Pringle 1983 in Acker, 1999). Dit onderzoek leidde tot een nieuw begrip ten aanzien van gender als fundamenteel aspect voor sociale processen en structuren. Men kwam tot het inzicht dat het begrip gender actief gecreëerd wordt op en rond de werkvloer, maar ook door de structurering van werkplekken, communicatie, culturen, beleid, interactie en procedures, en dat gender bovendien geen bestaand statisch feit is. Dit begrip gender was fundamenteel voor argumenten dat organisaties "gendered" sociale constructen zijn en dat theorieën van gender neutrale organisaties ideologische formuleringen zijn die organisatorische werkelijkheid verhullen, inclusief de doordringendheid van mannelijke macht (Acker, 1999).

Oakley (1973) beschrijft gender als een sociale constructie van sex waarbij karakteristieken worden toegeschreven aan mannen en vrouwen, die begrippen van vrouwelijkheid en mannelijk ondersteunen.



Waar het geslacht (man of vrouw) aangeboren is, verwijst gender meer naar hoe mensen doen wanneer zij een betekenis toekennen aan mannelijk of vrouwelijk (Bruni, Gherardi, & Poggio, 2004a). Gender is niet simpelweg een onderdeel van geslacht, maar meer fundamenteel, het is iets wat iemand doet, periodiek en in interactie met anderen (Butler, 1990). Binnen deze betekenis is gender geen stabiele identiteit of de plaats van agentschap van waaruit diverse handelingen worden gedaan, het is meer een identiteit die door een gesitueerde herhaling van handelingen wordt gevormd: a “*stylized repetition of acts*” (Butler, 1988, p. 519; Butler, 1993 in Gupta, Turban, Wasti, Sikdar 2009). Volgens Marlow & Patton (2005 in Gupta et al. 2009) wordt gender besproken door een binaire divisie die een aantal stereotype gedragingen associeerd met mannelijk en vrouwelijk waarbij de eerstgenoemde bevoorrecht is over de laatstgenoemden is en zo een hiërarchische waardevaststelling van trekken en kenmerken steunt. Zoals Crannie-Francis, Waring, Stavropoulos, & Kirky (2003, p. 2) beschrijven: “the male side of the equation is generally coded as the positive one and so becomes the standard by which all others are judged, in effect it becomes the norm.

Onderzoekers zoals Acker (1999) realiseerden zich dat om de reproductie van deze gendered constructen te begrijpen, het noodzakelijk is om organisaties en hun interne processen te bekijken. Door middel van veel onderzoek is de manier waarop organisaties gender constructen reproduceren door middel van de organisatorische gang van zaken en routinebeslissingen zichtbaar gemaakt. Onderzoek, maar ook media maken gebruik van genderverschillen, stereotypen op basis van gender, en rollen die gecreëerd worden op basis van gender. Men creëert een sfeer dat hiërarchie natuurlijk is, of dat bepaalde kennis of vaardigheden aangeboren zijn danwel eenvoudig geleerd kunnen worden door vrouwen, waar “echte” vaardigheden, die mannen hebben, ontstaan door lange training. Deze overtuigingen hebben grote invloed op sollicitatie en promotie enerzijds, maar dit heeft ook zijn weerslag op salariering en het soort werk dat door mannen en vrouwen uitgevoerd wordt (Truman 1996, Acker 1999).

Veel onderzoekers geloven dat verschillen tussen mannen en vrouwen puur gebaseerd zijn op biologische gronden. In dit onderzoek echter, zal de nadruk liggen op constructen van subjecten, gender, representatie, en taal, die geconstrueerd zijn op basis van economische, sociale en politieke krachten (Connel 1996, Dudink 1999), zonder dat daarbij het idee van biologische invloeden volledig verworpen wordt. Gender wordt daarom vaak gezien als een sociale routine, die voortdurend refereert naar personen en wat personen doen, niet naar een vaststaande set van biologische eigenschappen (Connel 1996).

In de volgende paragraaf zullen de begrippen hegemonie, mannelijk en vrouwelijk in meer detail besproken worden. Daarnaast zullen ook de relaties van deze constructen met processen die invloed uitoefenen op vrouwelijke ondernemers binnen de organisatie nader beschouwd worden.

### **1.1. Het effect van hegemonie mannelijke organisatie op vrouwelijke werknemers**

Op basis van verschillende onderzoeken is het duidelijk geworden dat organisaties gender biased zijn door gebruik te maken van bepaalde constructen met betrekking tot mannen en vrouwen.



Hoewel de werkvloer niet langer een door mannen gedomineerd gebied is, heeft het hegemonie mannelijke karakter nog altijd een grote invloed op de positie van een grote groep vrouwen (Acker, 1999). Men kan zich afvragen wat er exact bedoeld wordt met een mannelijk danwel vrouwelijk karakter, en het is lastig om hier een eenduidige oplossing voor te geven. Rekening houdend met het eerdergenoemde gevaar in het tot de essentie terugbrengen van identiteit of dat mannen en vrouwen binnen de categorieën niet eenduidig zijn en intern veel variatie kunnen bevatten, kan men stellen dat vrouwen in het algemeen een andere blik hebben, andere vaardigheden gebruiken dan mannen, of op een andere manier werken (Truman 1996). Hoewel veel variatie gezien kan worden als sociale constructen is het duidelijk dat er verschillen worden waargenomen (Acker 1999). Deze verschillen zullen verder beschreven worden in de volgende paragrafen.

Het hegemonie mannelijke karakter verwijst naar het proces waarin de machthebbers zich zeker stellen van de macht ten opzichte van de sociaal onderdrukten. In plaats van openlijk geweld (zoals vertegenwoordigd door het leger of de politie), probeert de elite hun controle via religieuze, educatieve of media instellingen te bewerkstelligen door de bevolking ervan te overtuigen dat de hiërarchische, sociale en economische systemen vaststaand en natuurlijk zijn, en daardoor onveranderlijk, aldus Marxist Antonio Gramsci (Urbinati, 1998).

Deze mannelijke overheersing kan binnen organisaties worden waargenomen (Truman 1996, Acker, 1999). Op basis van onderzoek kan men concluderen dat functies binnen een bedrijf, prestaties die hoog gewaardeerd worden, en workshops die gegeven worden, meer gerelateerd zijn aan mannelijke motivaties (Acker, 1999). Ook vergaderingen die na het werk voorkomen, op het moment dat veel vrouwen thuis voor kinderen moeten zorgen, en bijvoorbeeld onderhandelingen die tot diep in de nacht doorgaan, zijn problematisch voor vrouwen met gezin (Acker, 1999). Daardoor is meer dan de helft van de werkende mensen gedemotiveerd, wat een negatieve invloed heeft op de productiecapaciteit (Acker, 1999).

Vrouwen komen niet door het glazen plafond, en van de "sticky floor", zoals veel media berichten. Ze ontbreken bovendien bij netwerkborrels, en er is een hiaat tussen de lonen van vrouwen en die van mannen. Dit is ook gerelateerd aan een aantal belangrijke verschillen in de patronen van het werk van mannen en vrouwen. Deze verschillen zijn ondermeer de voorkeur van vrouwen voor part-time werk, "horizontale beroepssegregatie" waarbij de markt is verdeeld in mannen en vrouwen banen, het onderwaarderen van vaardigheden in het werk van vrouwen en tenslotte "verticale segregatie", waarbij mannen domineren aan de top van de organisatorische hiërarchie, en de vrouwen in de lagere niveau's (Truman, 1996).

Ondanks het feit dat veel grote werkgevers gelijke kansen hebben gegeven aan mannen als aan vrouwen, blijven vrouwen relatief onzichtbaar in de hogere echelons van de organisaties. De term "glazen plafond" wordt vaak gebruikt om de problemen van vrouwen te beschrijven, die ze tegenkomen bij het ontwikkelen van hun carrière en het behalen van promotie. Het is zo'n subtiele barrière dat deze transparant is, maar toch zo sterk dat hij voorkomt dat vrouwen en minderheden binnen de organisatie omhoog bewegen richting de top (Evetts 1994:6 in Truman, 1996).



Veel feministen is het opgevallen dat het hele carrière-concept om mannelijke normen gecentreerd is, waarbij het continue werkzaam zijn, het hebben van full-time werk, en vooruitgang door het verkrijgen van meer verantwoordelijkheden van het grootste belang zijn (Dex 1985:86, Beechey 1987 in Truman, 1996). Dit zijn echter niet de enige factoren die een bijdrage leveren aan de factoren van ongelijkheid. Ook de term “vaardigheid” maakt deel uit van deze ongelijkheid. Feministen hebben aangetoond dat de term “vaardigheid” sociaal geconstrueerd is. Dit betekent dat de mate van vaardigheid toegewezen aan een baan afhangt van wie de baan uitvoert, in plaats van wat deze inhoudelijk voorstelt (Truman, 1996). Ook dit heeft een negatieve invloed op vrouwelijke medewerkers.

De media benadrukken deze gevolgen door gebruik te maken van gestereotypeerde beelden. Journalisten beschrijven vrouwen vaak als een risicogroep voor wat betreft arbeidsongeschiktheid. Vooral jonge alleenstaande zakenvrouwen hebben een verhoogde kans om met een burn-out weg te vallen en daardoor werkloos te worden. Daarnaast kunnen vrouwen in verwachting raken, waardoor de werkgever met hoge uitgaven komt te zitten. Voorgaande processen zijn nog redelijke transparant, maar het wordt ingewikkelder wanneer door overheidsbeleid een verrekend negatief effect op de (financiële) positie van vrouwen wordt uitgevoerd (van Egmond, 2007). Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer er bij verzekeraars geen verschil wordt gemaakt tussen mannen en vrouwen. Hoewel dit een zeer belangrijke bijdrage is aan de waargenomen verschillen tussen mannen en vrouwen, valt het niet binnen de kaders van dit artikel. Globaal kan men stellen dat het effect van gender binnen organisaties, en vooral het hegemoon mannelijke karakter en het gebruik van stereotypen, een belangrijke invloed heeft op vrouwelijke werknemers.

In de volgende paragraaf wordt er ingegaan op het proces van gender binnen ondernemerschap en wordt er bekeken of dezelfde mannelijk dominante processen in organisaties ook een negatieve invloed op vrouwelijke ondernemers hebben.

## **2. Gender binnen ondernemerschap**

Het ondernemerschap wordt de laatste jaren gezien als de groeimotor van de wereldwijde economie, waarbij het een belangrijk feit is dat het aantal vrouwen dat toetreedt tot het ondernemerschap groter is dan het aantal mannen. Desalniettemin heeft onderzoek aangetoond dat vrouwen een aantal moeilijkheden ondervinden in het opzetten en het handhaven van hun onderneming. Hoewel een groot deel van de moeilijkheden voor beide geslachten geldt, blijkt dat in veel gevallen de problemen voor vrouwelijke ondernemers significanter zijn. Dit is toe te schrijven aan factoren zoals een slecht bedrijfsmilieu, de keus van bedrijfstypes en -sectoren, slechte informatievoorziening, gebrek aan contacten en toegang tot een netwerk, stereotypering, zwakke en onbuigbare levering van kinderverzorgingsfaciliteiten, moeilijkheden in het in overeenstemming brengen van bedrijfs- en familie verplichtingen, en tenslotte verschillen in de manier waarop mannen en vrouwen het ondernemerschap benaderen (Truman, 1996).



Tot voor kort was er sprake van een bijkomend probleem door het feit dat onderzoek grotendeels “gender blind” was. Tijdens de jaren '70 en de jaren '80, werd gender” niet meegenomen in belangrijke studies als een variabele die het proces van bedrijfsvorming of de bedrijfsroutine zou kunnen beïnvloeden. Dit aspect werd vermeld door Holmquist en Sundin (zoals aangehaald door Marlow & vreemd 1994 in Tanton, 1994) die beweren dat de ondernemerstheorieën door mannen, voor mannen worden gecreëerd, en toegepast worden op mannen. De implicatie hiervan is ofwel dat vrouwen geen bedrijven bezitten, of dat zij niet verschillend van mannen handelen. Zelfs het feit dat er nauwelijks academische artikelen over gender-gerelateerde zaken zijn gepubliceerd, onderstreept het door mannen gedomineerde karakter. Deze mannelijke benadering veronderstelt dat vrouwen handelen op basis van dezelfde motivatie en op zoek zijn naar dezelfde beloningen uit hun ondernemersactiviteiten als hun mannelijke tegenhangers.

Doordat er geen afweging is gemaakt of vrouwelijk ondernemerschap afwijkt van de mannelijke benadering, is het besluitvormingsproces van financiële instellingen afgesteld op de analyse van ervaringen en acties van mannelijke ondernemers. Daarom worden vrouwen gemeten op basis van standaarden die geen rekening houden met de factor gender. Hoewel deze factor in eerder onderzoek verwaarloosd werd, kan deze factor “gender” fundamentele verschillen veroorzaken in motivatie van de ondernemer, wat op zijn beurt van grote invloed kan zijn op de manier waarop het succes van de onderneming gedefinieerd wordt door de onderneming zelf (Marlow & Strange 1994 in Tanton, 1994).

## **2.1. Mannen en vrouwen vergeleken**

Vele jaren van socialisatie is de belangrijkste oorzaak van de subtiele verschillen die in het gedrag van mannelijke en vrouwelijke managers volgens vele feministen worden waargenomen. Vrouwen worden bijvoorbeeld grootgebracht om meer aandacht aan relaties te besteden en het bereiken van consensus, wat ook leidt tot andere beroepskeuzes, zoals verpleegkundige. Mannen, daarentegen, worden assertiever opgevoed, taakgericht, en raken daardoor meer geïnteresseerd in probleemoplossing dan het opbouwen van relaties.

Dit wil zeggen dat, als de maatschappij mannen en vrouwen genderneutraal behandelt, en zonder gender-gedefinieerde verwachtingen, de verschillen tussen beide genders minder belangrijk zouden worden dan de verschillen binnen de genders (Tanton, 1994).

Hoewel het vaak genoemd wordt dat mannen en vrouwen dezelfde motieven delen voor het opzetten van een eigen onderneming, beïnvloedt de ervaring van ondergeschiktheid de motieven van vrouwen al bij het opzetten van hun bedrijf. Voor mannen is het starten van een eigen onderneming een individuele reactie op een individuele situatie. Voor vrouwen aan de andere kant, is het een individuele reactie op stereotypering van groepen, gebaseerd op vooroordelen van gender-discriminatie volgens Marlow & Strange (1994 zoals in Tanton, 1994).

In veel opzichten verschilt het vrouwelijk ondernemerschap van mannen die hun eigen bedrijf hebben. Hun socialisatie in gender-modellen heeft waarden en gedrag veroorzaakt die niettemin kunnen worden geëvalueerd, hoewel zij verschillend zijn.



Deze verhandeling leidt tot een sociale verwachting van gedragsverschillen die zich op essentialist- of culturalistveronderstellingen baseert en een nieuw normatief model van vrouwelijke ervaringen gestalte geeft (Bruni, Gherardi & Poggio, 2004).

In hoofdlijnen is een bepaald gedrag of statistische informatie waargenomen, waarbij vrouwelijke ondernemers vooral kleine ondernemingen bezitten, zij geen werknemers hebben, eerder part-time werken, vaak in de dienstsector werken, risico-avers handelen, minder ervaring hebben met financieel beheer en minder tijd besteden aan het opzetten van een netwerk dan mannelijke ondernemers (Verheul, 2001). In alle bestudeerde landen was het aandeel van verdiend inkomen van vrouwen lager dan dat van mannen. Bovendien is het hoogste percentage vrouwelijke ondernemers aanwezig in traditionele sectoren zoals kleine handelsondernemingen en “low-order” diensten (Marcucci, 2001).

Met betrekking tot ondernemerschap hangt de media nog steeds oude stereotypen aan, zelfs wanneer de vrouwelijke ondernemer de wereld van wetenschap is ingegaan. Uit verschillende studies blijkt dat vrouwelijke protagonisten vaker worden beschreven als non-conformisten, gezien als meer meedogenloos en vastberaden dan hun mannelijke tegenhangers. Dit conservatisme is duidelijk in stereotypen als ‘the iron lady’, ‘de minnares van de baas die zijn vrouw wordt’ op een dergelijke manier dat vrouwelijke ondernemers hoofdzakelijk worden beschreven met betrekking tot de familie zaken en vaak in hun familierol worden uitgedrukt. Op de achtergrond van deze issues speelt een constant thema namelijk de strijd van deze vrouwen in het balanceren van werk en zorg, met de onderliggende sociale veronderstelling dat hun ‘natuurlijk’ plaats en hun primaire sociale verantwoordelijk de familie is. De rol van de media in deze sociale constructie van dit ondernemerschap discours is belangrijk omdat zij deze thema's en begrippen in gespecialiseerde literatuur repliceren, die zij zodoende populariseren. Zowel wetenschappelijke artikelen als gespecialiseerde pers gebruiken de ‘natuurlijk’ mannelijke gender van de ondernemer op een onzichtbaar en oncontroversiële manier, waarbij vrouwelijke ondernemers worden benadeeld (Bruni, Gherardi & Poggio, 2004). Het is interessant om te kijken of de door organisaties gebruikte stereotypen tevens hun effect hebben op vrouwelijke ondernemers.

### **3. Effect van gendered organisaties op vrouwelijke ondernemers**

Gerelateerd aan de recente ontwikkelingen in de bedrijfssector zijn er diverse organisaties opgezet om de groep MKB'ers te ondersteunen. Onder deze organisaties vallen beleidsmakers, banken, Kamers van Koophandel, adviseurs, coaches etc. Er is veel gesuggereerd over vrouwelijke ondernemers en hun relatie met deze ondersteunende organisaties. Vrouwen die een bedrijf hebben zouden minder bekend zijn met deze organisaties en er ook geen gebruik van maken. Volgens velen is dit toe te schrijven aan het feit dat vrouwen minder van hun netwerk gebruik maken of minder goed bekend zijn met de netwerken ten aanzien van deze organisaties (Verheul & Thurik, 2001).

Aan de andere kant kan men zich afvragen of vrouwelijke ondernemers zich op hun gemak voelen binnen deze netwerken en of dat zij zich aangetrokken voelen tot deze mannelijk dominante organisaties.



Tot slot kan ter discussie gesteld worden of deze organisaties zich wel op een 'vrouwvriendelijke' manier presenteren aan deze doelgroep. Want ondanks het feit dat een grote groep vrouwelijke ondernemers vooral 'kleine' ondernemers blijven maar financieel onafhankelijk zijn wordt men vooral gezien als een groep die niet voldoet aan het stereotype van ondernemerschap. Als gevolg hiervan worden deze ondernemers door bovengenoemde organisaties gecoacht, gestimuleerd om te groeien, geadviseerd om werknemers aan te nemen en om cursussen te volgen hoe men een 'echte succesvolle ondernemer' wordt.

Men kan zich afvragen waarom deze groep gestimuleerd moet worden ondanks het feit dat ze financieel onafhankelijk zijn. Tegelijkertijd rijst de vraag of al deze 'hulp' aan vrouwelijke ondernemers bijdraagt aan het accepteren van deze groep en hoe zij op hun manier bijdragen aan de economische markt.

Daarnaast ondervinden vrouwelijke ondernemers vaak moeite met het overtuigen van mannelijke investeerders of bank medewerkers wegens het feit dat vrouwen andere management stijlen hanteren. Vrouwen worden hiermee openlijk gediscrimineerd door financiële instituten die vinden dat vrouwen minder geschikt of betrouwbaar zijn dan mannen. Als voorbeeld rapporteren, Buttner & Rosen, 1988; Fay & Williams, 1993 als geciteerd in Becker-Blease & Sohl, 2007, dat bank medewerkers het idee hebben dat mannen meer karakteristieken hebben die geassocieerd worden met succesvol ondernemerschap dan vrouwen.

Hisrich and Brush (1986) vonden ook dat de helft van hun respondenten moeilijkheden ondervonden met het strijden tegen stereotypen van bankiers dat vrouwen minder serieus zouden zijn dan mannen over hun bedrijf.

Bovendien aarzelen banken ook nog eens om geld aan kleine ondernemingen te lenen vanwege lage winstmarges, asymmetrische informatie en hoge risico's (EIM, 1998). Lucas (2006) suggereert dat besluiten ten aanzien van leningen worden gemaakt op basis van rentabiliteit, het weder ontvangen van de investering en op percepties dat investeringen 'relatief' veilig zijn. Om te weten te komen of aan deze voorwaarden kan worden voldaan onderzoekt men de ervaringen van de ondernemer, bekijkt men de informatie die toegankelijk is, wordt gekeken of het concept innovatief is en wordt de management stijl van de ondernemer nader geanalyseerd. Vaak hebben vrouwelijke ondernemers geen privé kapitaal of ze hebben een kleinere hoeveelheid eigen middelen beschikbaar bijvoorbeeld als gevolg van lagere salaris betaling in vorige banen of omdat familiebezit vaak op de naam van de echtgenoot wordt geregistreerd (Verheul, 2001). Vaak zijn vrouwen daardoor minder ervaren met acquisitie ten aanzien van financiële middelen. Dit gecombineerd met het soms weinig verstand hebben van een goed business plan of groei potentie van hun onderneming zorgt ervoor dat investeerders niet snel geneigd zijn in vrouwelijke ondernemers te investeren (Lucas 2006). Tot slot vereist het hebben van toegang tot kapitaal markten, banken evenals privé investeerders kennis over wie kapitaal beschikbaar heeft en voor wat doel. In werkelijkheid is deze kennis niet openlijk beschikbaar en vrouwelijke ondernemers bevinden zich vaak in het nadeel omdat ze geen onderdeel uitmaken van de belangrijke netwerken die een rol spelen in de kapitaal markt (Lucas, 2006).



Uit dit alles kan men concluderen dat, in vergelijking met vrouwelijke werknemers die negatief beïnvloed worden door mannelijk hegemonie organisaties, vrouwelijke ondernemers voor dezelfde uitdagingen staan. Ze worden (in)direct beïnvloed door een mannelijk dominante manier van zaken doen. Vrouwen krijgen als ondernemer niet zo snel financiering en fungeren niet in de juiste netwerken als gevolg van het feit dat de organisaties waarmee ze samenwerken gegenderd zijn.

## **Conclusie**

Binnen dit paper is gesuggereerd dat organisaties nog steeds gegenderd zijn en dit een negatief effect heeft op zowel vrouwelijke medewerkers als vrouwelijke ondernemers waar zij zaken mee doen. Er is een verschil gevonden in wat organisaties definiëren als ondernemerschap, de behoefte die zij voelen om vrouwelijke ondernemers te transformeren in 'echte ondernemers', en het advies en de behoefte die vrouwelijke ondernemers eigenlijk graag zouden willen ontvangen.

Verschillende processen dragen bij aan deze gender verschillen en invloeden. Als eerste komt dit als gevolg van het feit dat er een gebrek is aan onderzoek wat bijdraagt aan zowel mannelijke als vrouwelijke ondernemers. Ten tweede worden vrouwelijke ondernemers nog steeds vergeleken met het mannelijke dominante stereotype van een ondernemer. Ook de media heeft een enorme invloed daar zij vasthouden aan oude stereotypen van vrouwen en werkprocessen.

Vooropgesteld mag worden dat niet alle vrouwelijke ondernemers negatief beïnvloed worden. Er is gebleken dat wanneer vrouwen hun eigen netwerken gebruiken om uitdagingen aan te gaan en verandering teweeg willen brengen ze dit prima kunnen en ze niet moeten worden beschouwd als slachtoffers in een strak systeem met weinig of geen controle over hun leven (Lister 2003, Titterton 1992 in Marlow & Patton 2005).

Men kan zich afvragen hoe we deze 'negatieve' gender invloeden ten aanzien van vrouwelijke ondernemers ongedaan kunnen maken? Het eerste aspect wat belangrijk is om de aandacht op te richten is het zichtbaar maken van macht constructies. Zoals Acker (1999) voorstelt zijn organisaties, activiteiten en praktijken altijd die van concrete organismen. Van mensen die ook bezig zijn geweest met het creëren van abstracte systemen. Om het begrip ten aanzien van sociale structuren en procedures, die altijd als 'disembodied' en gender neutraal werden gezien, te veranderen moet men gender, het werken in loondienst als wel ondernemerschap in processen van analyses brengen. Onderzoekers zouden zich moeten focussen op het concretiseren van deze processen om sociale relaties te ontdekken als actief geproduceerde schakelingen binnen en tussen veel verschillende plaatsen en niet als abstracte structuren.

Een andere mogelijkheid voor anti gender discriminatie op de werkvloer zou kunnen zijn om bij het vrijkomen van een positie eerst te beslissen wat voor type persoon men nodig heeft voor deze functie in plaats van of het een man of vrouw dient te zijn. Dus men moet bedenken wat voor wenselijke karakteristieken of competenties deze toekomstige leider nodig heeft waardoor men vervolgens middels gestructureerde beoordelings- en ontwikkelingsprogramma's de geschikte persoon kan kiezen, ongeacht of het een man of vrouw is.



Wanneer men dit vergelijkt met ondernemerschap, zouden organisaties die ondernemers ondersteunen in hun ondernemerschap hierbij ook gebruik van kunnen maken. Belanghebbenden zijn gebaat bij het nemen van accurate beslissingen. Van beslissingen die worden genomen "op gevoel" is aangetoond dat deze niet accuraat zijn. Beter is het om heldere criteria te hebben om kandidaat-ondernemers op te beoordelen. Organisaties dienen eerst te kijken wat voor type ondernemer men nodig heeft voor de soort organisatie die men op wil gaan zetten en vervolgens te kijken naar de persoon die voor hen zit en te beslissen wat deze persoon wel of niet nodig heeft in zijn/haar weg naar succesvol ondernemerschap. Daarnaast zou het herwaarderen van 'vrouwelijke kwaliteiten' in het bedrijfsleven, zoals "more attention to relationships and consensus building", een gewenst positief effect kunnen hebben alswel de stimulans naar vrouwelijke ondernemers toe om hun eigen netwerken op te zetten.

Tot slot dient men op te merken dat de participatie van vrouwen op de arbeidsmarkt de onontbeerlijke volgende stap is in het proces van globalisatie en emancipatie. Daarom zouden ondersteunende organisaties, beleidsmakers, financiële instellingen, Kamers van Koophandel, adviseurs en coaches de volgende stap moeten zetten in het analyseren van processen van gender om gender biases te voorkomen. Tevens dienen vrouwelijke ondernemers en al deze ondersteunende organisaties hun krachten te bundelen om een sterkere wereldeconomie te krijgen.



## Bibliography

Acker, J (2006). Gender and Organizations. In Handbook of the Sociology of Gender. Springer US 177-194.

Becker-Blease, J.R. & Sohl, J.E. (2007). Do women-owned businesses have equal access to angel capital? *Journal of Business Venturing* 22, 503-521.

Bruni, A., Gherardi, S. & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management* 17 (3), 256.

Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004a). Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. *Gender Work and Organization*, 11, 407–429.

Bruni, A., Gherardi, S. & Poggio, B. (2008). Gender and Entrepreneurship: An Ethnographic Approach. *Gender, Work & Organization* 15 (6), 672-674.

Butler, J. (1988). Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory. *Theatre Journal*, 40, 519–531.

Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge.

Butler, J. (1993). *Bodies that matter*. New York: Routledge.

Carter, S. & Jones-Evans, D. (2006). *Enterprise and Small Business. Principles, Practice and Policy*. (Second Edition). Harlow: FT Prentice Hall.

Cliff, J.E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of Business Venturing*, 13, 523-542.

Connell, R.W. (1996). The Social Organization of Masculinity. In R.W. Connell, (1996), *Masculinities*. Cambridge: Polity Press, 67-86.

Crannie-Francis, A., Waring, W., Stavropoulos, P., & Kirky, J. (2003). *Gender studies: Terms and debates*. Basingstoke: Palgrave.

Dudink S. (1999). De sloophamer van de geschiedenis. In Vincent Duindam e.a., (1999), *Ruimte voor mannen*, Amsterdam: Van Genneep, 77-86.



Egmond, Stans van. (2007). Het verduisteren van vanzelfsprekendheden. *Tijdschrift voor Genderstudies* 10 (2), 48-54.

EIM, 1998, Kleinschalig Ondernemen 1998: Structuur en Ontwikkeling van het Nederlandse MKB, Zoetermeer.

Gupta, V. K., Turban, D. T., Wasti, S. A., Sikdar, A. (2009). The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice* 33 (2), 397-417.

Lucas, L.M. (2006). Capital Accessibility, Gender, and Ethnicity: The case of Minority Women-Owned Firms. *New England Journal of Entrepreneurship* 9 (1), 41-48.

Marcussi. P. N. (2001). Jobs, gender and small enterprises in Africa and Asia: Lessons drawn from Bangladesh, the Philippines, Tunisia and Zimbabwe. Seed Working Paper 2001/18, Wedge series.

Marlow , Patton (2005). All Credit to Men? Entrepreneurship, Finance, and Gender. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29 (6), 717-735.

Nicholson, L. (1995). Interpreting Gender. In *Social Postmodernism. Beyond identity politics*. Cambridge 39-67.

Oakley, A. (1973). *Sex, gender and society*. London: Temple Smith.

Petersen, A. (2003). Research on Men and Masculinities: some Implications of Recent Theory for Future Work. In *Men and Masculinities* 6, 54-69.

Tanton, M. (1994). *Women in management. A developing presence*. Routledge: London and New York 172- 185.

Truman, C. (1996). Paid work in women's lives: continuity and change. In Cosslett, T., Easton, A., and Summerfield, P. (Eds.): *Women, Power and Resistance, and introduction to Women's Studies*. Open University Press: Buckingham.

Urbinati, N. (1998). From the Periphery of Modernity: Antonio Gramsci's Theory of Subordination and Hegemony. *Political theory: an international journal of political philosophy*, 26 (3), 370-391.

Verheul, I. & Thurik, A.R. (2001). Start-up capital: Differences between male and female entrepreneurs 'Does gender matter'? *Small Business economics* 16 (4), 329-345.