

Slutrapport SLF

Kvinnors företagande inom lantgårdsbaserad turism - Genus i förändring på svenska landsbygder?

Projektnummer: V1146014

Rapportens författare: Katarina Pettersson och Susanna Heldt Cassel

Bakgrund

Många av de nya företag som startas inom turismsektorn består av gårdsbaserad besöksnäring såsom caféer, butiker, logi och hästverksamhet och drivs ofta av kvinnor. Få studier har dock fokuserat på kvinnor som företagare i denna sektor, i synnerhet i Sverige. De utländska studier som finns visar att motiven för att starta företag inom lantbruksturism ofta är starkt präglade av genus och att kvinnor lockas mer av denna sektor än män. Det finns överlappande sociala, ekonomiska och personliga drivkrafter bakom företagandet. Motiv som forskningen funnit är vidare att företagandet ger kvinnor möjlighet att kombinera ansvar för hem och familj med just egen näringsverksamhet. Men det kan också finnas mer renodlat ekonomiska motiv bakom företagandet. Det har också visat sig att företagande inom turism kan skilja sig väsentligt från annat företagande inom de gröna näringarna, genom att produktutvecklingen kan påverka genusrelationerna och genusarbetsdelningen på gården. Genusarbetsdelningen i lokalsamhället är också relaterad till den lokala och regionala ekonomin och arbetsmarknaden. En växande turismnäring kan innebära att fler ”kvinnliga” arbeten skapas, kanske på bekostnad av traditionellt ”manliga” jobb. Diversifiering av jord- och skogsbruk utmanar således de sociala relationerna i lokalsamhället och på gården – och kan medföra en förändring av genusrelationer och -identiteter.

Hur diversifieringen av jord- och skogsbruk utmanar de sociala relationerna, med fokus på genusrelationer, i lokalsamhället och på gården behövs det mer kunskaper om, vilket detta projekt bidragit med. Kunskap om hållbar landsbygdsutveckling genom diversifiering av jordbruksproduktion har också skapats genom detta projekt.

Syfte och frågeställningar

Detta projekt har syftat till att skapa kunskap om landsbygdens genusrelationer och kvinnors företagande på lantgårdar inom besöksnäringen i Sverige. De frågeställningar vi har haft är:

- Vad händer med landsbygdens genusrelationer och jämställdhet när servicenäringarna växer på bekostnad av mer traditionella näringar?
- Hur påverkar platsspecifika genusdiskurser och genusrelationer företagandet inom gårdsbaserad besöksnäring? Hur förändras kvinnornas identiteter som ”kvinnor på lantgårdar” genom entreprenörskapet?
- Hur ser kvinnornas entreprenöriella processer ut och vad gjorde de innan de blev företagare? Vilka är kvinnornas motiv till företagandet och vilka är deras upplevelser av att starta företaget och av att vara företagare?

Material och metoder

För att uppfylla syftet och besvara frågeställningarna har vi genomfört vår studie i två regioner: Dalarna och Uppland. Vi har valt att studera dessa regioner eftersom de har olikheter när det gäller bland annat befolkningsutveckling och närhet till kommuniker och en urban arbetsmarknad, men också en del likheter när det gäller förutsättningar för landsbygder. De skiljer sig till viss del också eftersom Dalarna är en av Sveriges mest besökta turistdestinationer, på länsnivå, utanför de tre storstadsområdena och i Dalarna är 11 procent

av jordbrukarna intresserade av att diversifiera sina jordbruk genom turism och hästverksamhet. I Uppsala län är motsvarande siffra 8 procent (LRF-Konsult et al. 2009).

Vi har inom projektet genomfört intervjuer med 15 kvinnor, i 14 företag, i Dalarna och Uppland inom gårdsbaserad turism. Vissa intervjuer genomfördes med kvinnorna enskilt, medan andra genomfördes med paret som gemensamt drev lantbruket och turistföretaget i de fall där båda var involverade i turismverksamheten och själva ansåg att båda borde vara med vid intervjun. Exempel på verksamheter som vi har besökt för intervjuer är gårdscaféer, gårdsbutiker, Bed & Breakfast, logi, aktivitetsföretag såsom turridning etc. Urvalet av företagare har skett utifrån kriterier såsom inriktning på företaget, att de drivs av kvinnor och finns i undersökningsregionerna.

En viss spridning avseende företagens ”ålder”, verksamhetsinriktning, kvinnornas ålder och bakgrund (utbildning och arbetslivserfarenheter), hel- och deltidsföretagande har eftersträvat. Vi har med hjälp av olika organisationer som företräder och/eller marknadsför småskalig livsmedelsproduktion och gårdsbaserad turism kunnat hitta kvinnorna för intervjuerna. Intervjuerna är kvalitativa, semi-strukturerade, öppna för nya perspektiv och informanternas kunskaper. Intervjuerna har följt en frågeguide med frågor kring teman såsom:

- Bakgrund, utbildning, arbetslivserfarenheter och hur kvinnorna kommit till gården
- Lantgården (äggande, arv, genusarbetsdelning inom familjen/slakten)
- Företaget (verksamhet, äggande, form, genusarbetsdelning etc.)
- Den entreprenöriella processen (hur gick kvinnorna till väga för att starta företaget och vilka alternativa arbetslivsstrategier/diversifieringsmöjligheter hade kvinnorna/familjen)
- Ev. deltagande i stödprojekt för kvinnors företagande/företagande och nätverk
- Engagemang i det lokala samhället, föreningar, politik etc.

Intervjuerna har genomförts hos företagarna på lantgårdarna, för att få en uppfattning av turismprodukten, vilket kan bidra till tolkningar av och förståelse för kvinnans entreprenörskap och dess kontext (familj, gård, lokalsamhälle). Intervjuerna har spelats in och transkriberas och sedan tolkas utifrån de studier och de teoretiska perspektiv som har utgjort projektets utgångspunkter och som redovisas i de publicerade arbeten projektet resulterat i.

Resultat och diskussion

Inom projektet har vi författat tre vetenskapliga artiklar, varav två är accepterade för publikation i internationella vetenskapliga tidskrifter. De tre artiklarna har haft lite olika fokus, även om de förstås också är sammanflätade till viss del: en artikel fokuserade på ett turismvetenskapligt perspektiv, en artikel fokuserade på ”doing gender” och entreprenörskap som social förändring och en artikel har ett mer traditionellt företagsekonomiskt perspektiv på kvinnors företagande.

I den artikel som fokuserade på ”doing gender” och entreprenörskap som social förändring var syftet just att analysera hur genus görs i Sverige, inom ramen för sammanhanget av en växande besöksverksamhet på lantgårdar. Tidigare forskning hade funnit att diversifiering av jord- och skogsbruk utmanar sociala relationer i lokalsamhället och på gården och kan medföra en förändring av genusrelationer och -identiteter. I artikeln studerade vi därför hur ”genus görs”, och eventuellt förändras, genom att kvinnor startar företag på lantgårdar. Forskningsfrågorna i artikeln vad som hade motiverat kvinnornas företagande, hur

genuspräglade uppdelningar i arbetet på gården förändrades genom att kvinnorna startade företag, liksom hur den genuspräglade symboliken och identiteter förändrades.

Analysen i artikeln visar att kvinnorna var motiverade av ekonomiska, sociala och mer personliga motiv. För några hade företagandet utvecklats för att få en inkomst till gården och för att vara ett av "benen" på gårdens verksamhet. Nära nog hälften av de intervjuade kvinnorna hade anställningar utan för gården innan de blev företagare, vilket kan tolkas som att de inte främst motiverades av ekonomiska skäl eller ett behov av att diversifiera gårdens verksamhet utan av andra orsaker. För några kvinnor har önskan att arbeta hemifrån varit ett skäl att starta företag men det är sällan kopplat till ett behov eller en önskan om att vara hemma för att ta hand om hushåll och barn. Detta skäl figurerar ofta i den internationella litteraturen, men är således begränsat i det svenska sammanhanget förmodligen eftersom det svenska välfärdssystemet ser annorlunda ut och omfattar en välutbyggd och förhållandevis billig barnomsorg.

Analysen i artikeln visade också att kvinnorna använder gårdarna och dess resurser (naturresurser och andra resurser) på nya sätt genom att utveckla entreprenöriella idéer. Många av kvinnorna var således motiverade av att utveckla en idé och ibland sammanföll idéutvecklingen med önskan om att exempelvis hålla landskapet öppet eller att använda ett oanvänd byggnad på gården på ett nytt sätt. Exempelvis har maskinhallar och ladugårdar förvandlats till konferenslokaler och restauranger, en gammal smedja har blivit ett café, skördade åkrar användes för en festival och en äng användes till mindfulness aktiviteter. Vi kan tolka denna förändring som att byggnader och lokaler på gårdarna på det här sättet förändrats från manliga till kvinnliga rum. Och från rum kopplade till en traditionell lantbrukarmaskulinitet till en feminint märkt serviceproduktion.

Vår analys visade också att den genuspräglade arbetsdelningen inte förändrades. De föreföll relativt strikt uppdelade och traditionella mellan man och kvinna på gårdarna, eftersom kvinnorna tog hand om besöksverksamheten, inklusive städning, matlagning, omhändertagande av gäster, ostproduktion mm. Männerna utförde istället den jordbruksrelaterade produktionen eller hade en anställning utanför gården.

Vi drar i artikeln också slutsatsen att kvinnorna bygger sitt entreprenörskap och utvecklar en del av sina produkter med hänvisning till en "rural idyll" fokuserad på hemmet och som innebär att kvinnorna medvetet representerar sig som traditionella jordbrukande kvinnor. Samtidigt indikerar resultaten att kvinnorna identifierar sig som företagande och att de förändrar hur gårdarna och dess resurser används.

I en annan artikel fördjupar vi analysen av hur företagandet inom besöksnäringen förändrar synen på lantbruket och också den egna identiteten som lantbrukare. Till att börja med kan vi konstatera att diversifieringen av jordbruket mot mer service-intensivt företagande möjliggör innovationer och högre konkurrenskraft inom lantbruksnäringen. Att driva ett företag inom turism och besöksnäring skiljer sig dock mot företagande inom traditionellt jordbruk och kräver delvis olika typer av kompetenser. Att sälja tjänster och jobba med service kräver direkt kundkontakt och en förmåga att skapa upplevelser baserade på platsens resurser och på den egna identiteten. Genom att bjuda in gäster/kunder till gården så förändras gårdens innebörd, från att ha varit enbart en plats för jordbruksproduktion, till att bli en plats för produktion av upplevelser och service.

I denna artikel studerade vi hur kvinnor som engagerar sig i gårdsbaserad besöksnäring iscensätter olika typer av identiteter kopplade till kön och till landsbygden, till exempel som kvinna på en lantgård, genom att producera upplevelser och service, samt hur detta i sin tur reproducerar eller utmanar traditionella köns- och landsbygdsidentiteter. Intervjuerna visade att företagarna inom gårdsbaserad besöksnäring måste anpassa sig till och hantera olika typer av spänningar och konflikter mellan jordbruksproduktionen och besöksnäringen på gården, i termer av dagligt praktiskt arbete samt när det gäller på vilket sätt deras identiteter som kvinnor/män och som lantbrukare iscensätts.

Denna artikel pekar på hur det praktiska arbetet med att integrera besöksnäring i befintliga jordbruksföretag kan innebära svårigheter som är kopplade till företagarnas roller och identiteter inom de olika branscherna. Det fanns flera exempel på där jordbruksproduktionen stod i direkt konflikt med att ha besökare på gården, både av säkerhetsskäl och för att den storskaliga produktionen inte inbjöd till den efterfrågade turismupplevelsen av en fridfull landsbygdsidyll. Turismupplevelser på de studerade gårdarna skapades i stor utsträckning genom att entreprenören som person bjöd på sig själv och sin hemmiljö och iscensatte de förväntade upplevelserna och miljöerna som besökarna efterfrågade, tex lugn och ro, närhet till naturen, genuin och traditionell landsbygd samt hemtrevnad och lokalproducerade livsmedel. Detta krävde att entreprenörerna iklädde sig roller som i vissa fall var svåra att kombinera med ett praktiskt vardagsliv.

Gränser mellan vad som var hem och arbete samt det som var publikt/offentligt och privat överskreds och omförhandlades ständigt i det dagliga arbetet, något som också lyfts fram som en viktig aspekt när det gäller att förstå villkoren för gårdsbaserad besöksnäring. Konstruktionen av genusidentiteter och förhållandet mellan man och hustru var en viktig del i skapandet av turismupplevelser på gårdarna, samtidigt som turismaktiviteterna också innebar en möjlighet till utmaning av könsstereotyper och traditionell arbetsfördelning på gården. Genom att iscensätta specifika genus och landsbygdsidentiteter, som exempelvis bondkvinna, kunde entreprenörerna ta kontroll över och styra förväntningarna på vilka produkter som skulle erbjudas i mötet med gästerna och skilja på sin roll som företagare och sin roll som privatpersoner. Potentialen att utmana etablerade föreställningar om kvinnors och mäns roller på gårdarna var dock relativt begränsad eftersom förväntningarna från turister och besökare satte ramar för vilka maskuliniteter och femininiteter som passade in i den landsbygdsidyll som de efterfrågade.

I en tredje artikel, under utarbetande, diskuterar vi hur de företagande kvinnorna på lantgårdar också bidrar till utvecklingen av lokalsamhällena där de finns och i förlängningen till landsbygdsutveckling. Andra forskare menar att landsbygdsföretagare kan bidra med ett spektrum av värden: från ekonomiska värden, såsom inkomster och arbetstillfällen, socio-ekonomiska värden till sociala värden, såsom en starkt lokal identitet eller platskänsla. Vi kan se att de intervjuade kvinnorna bland annat bidrar med att skapa arbetstillfällen (ibland i form av säsongsanställningar) särskilt för kvinnor inom kvinnodominerade yrken, på de intervjuade kvinnornas caféer, restauranger och i butiker. Marknader skapas också genom att företagarna hänvisar kunder till andra företagare i lokalsamhället.

Kvinnorna skapar också försäljningskanaler/marknader för andra företagare – vilket bidrar till att skapa och återskapa nätverk mellan företagare i bygden. Att kvinnorna finns på landsbygden med sina företag innebär också att de kan delta i olika former av lokala utvecklingsgrupper och -projekt. Dessa grupper och projekt bidrar samtidigt till att kvinnornas

egna verksamheter kan utvecklas. I förlängning kan kvinnornas företagande således bidra till ett ökat socialt kapital vilket i sin tur är nödvändigt för utvecklingen av landsbygder och näringsliv.

Vidare skapar de genom sina företag mötesplatser för lokalbefolkningen – genom exempelvis sina caféer, restauranger och butiker – och för andra besökare, på platser där det annars saknas mötesplatser. Dessutom bidrar kvinnornas företagande till att utveckla olika typer av kunskaper och färdigheter, exempelvis visningsträdgårdar, kurser i odling och företagande, bakning, tovning och personlig utveckling – ibland tydligt inriktade på aktiviteter som företrädesvis lockar kvinnor. Deras företag bidrar också till att hålla jordbrukslandskapet öppet genom att de har djur samt till biodiversitet, genom att bland annat ha gamla lantraser och visningsträdgårdar och småskalig jordbruksproduktion. Kvinnornas företagande bidrar således till att hålla landsbygden levande och befolkad, dels genom att kvinnorna och deras familjer bor och verkar där (och ibland också flyttar till landsbygden) och dels genom att de lockar besökare och gäster till landsbygden.

Slutsatser och bidrag (gällande nytta med råd till näringen)

Projektet har bidragit till forskningen om entreprenörskap, företagande och genus på latgårdar och på landsbygden. Projektet bidrar med en utveckling av begreppet entreprenör genom att utmana normer om entreprenörer som risktagande män med snabbväxande företag fokuserade på ekonomisk vinst, i ett individfokuserat perspektiv genom att dra slutsatsen att kvinnor med små företag på lantgårdar också är idédrivna entreprenörer som utvecklar gårdens och bygdens resurser på ett innovativt sätt. Projektets bidrag till turismforskningen har skett genom att diskutera på vilket sätt genusediteter och entreprenörskap bidrar i skapandet av upplevelser och tjänster.

Dessutom har projektet lett till utveckling av undervisning i turismvetenskap och kulturgeografi och landsbygdsutveckling, vid Högskolan Dalarna och Sveriges lantbruksuniversitet. Teoriutveckling och empiriska exempel har använts i föreläsningar och seminarieuppgifter. Vidare har vissa av gårdarna använts för studiebesök med studenter. Papers från projektet har också presenterats vid en rad vetenskapliga konferenser, bland andra:

- Presentation av paper, 'This is what we have: a farm with houses painted red and white trimmings' – Farm women's tourism entrepreneurship building on a rural gendered idyll? Gender, work and Organization, Keele University, 24-26 juni.
- Presentation av paper, *Rural gendered change? Women farm tourism entrepreneurs in Sweden*, Working group 32: Understanding rural resilience – A gendered and integrative perspective, ESRS Congress, Florence, July 29- Aug 3, 2013.
- Presentation av paper, *Reconstructing the rural? Women's farm tourism entrepreneurship*, på Association of American Geographers meeting, 8-13 april, Los Angeles, USA.
- Presentation av paper, *Reconstructing the rural? Women farm tourism entrepreneurs*, Nordregio research symposium, Nordregio week, 5-7 februari, Nordregio.
- Presentation av paper, *Reconstructing the rural? Farm tourism entrepreneurship and gender*, på nationell konferens för genusforskning, g12, 28-30 november, 2012, Nationella sekretariatet för genusforskning, Göteborg.
- Presentation av paper, *Rural reconstructions? Doing farm tourism entrepreneurship and gender*, på forskningskonferensen Gender, Work and Organization, 27-29 juni, 2012, Keele University, England.

När det gäller policyimplikationer av projektet så menar vi att det är viktigt att uppmärksamma kvinnors entreprenörskap inom besöksverksamhet på lantgårdar som det nya lantbruksföretagandet. Detta bidrar inte bara till gårdars överlevnad utan också till utveckling av landsbygden genom att hålla landskapet öppet och landsbygden levande och befolkad. Det är också viktigt att beakta att detta företagande kan utgöra ett av "benen" på en lantgårds verksamhet vilket därmed innebär att diversifiering genom besöksverksamhet är ett sätt att vidmakthålla mindre och större jordbruks lönsamhet. Denna typ av företagande är också en viktig inkomstkälla för kvinnor på landsbygden och det bidrar till en diversifiering av lantbruk, men också landsbygdens näringsliv.

Ytterligare en policyimplikation är att det är viktigt att inse att kvinnors företagande på lantgårdar är ett komplext fenomen. Å ena sidan kan starten av ett turistföretag utmana och förändra genus, genom att kvinnor får utrymme att utveckla sina idéer, identiteter och roller som lantgårdsföretagare och skapa en inkomst till sig och gården. Å andra sidan visar studien att inte alla företag (ännu) är lönsamma och ibland bygger på en stereotyp representation av "bondmoror". Det bör beaktas till exempel när kvinnors företagande ska främjas, eftersom det inte ska uppmuntra människor (kvinnor) att hamna i någon form av "fattigdomsföretagande" eller skapa ett ekonomiskt beroende av sina partners.

Projektet visar tydligt på behovet av fortsatt grundforskning inom området diversifiering av lantbruksföretag och en ökad serviceproduktion inom lantbruksnäringen, eftersom kunskapen på området är bristfällig samtidigt som det finns en stor utvecklingspotential för entreprenörskap och innovation inom detta område. Landsbygden genomgår en transformationsprocess från produktionslandskap till konsumtions- och upplevelselandskap i takt med ett växande tjänstesamhälle. Turistnäringen är den näring som växer mest internationellt sett och efterfrågan på turistprodukter ökar i Sverige. Detta är en potential som landsbygdsområden och dess företagare kan kapitalisera på (särskilt nära större städer), eftersom efterfrågan på skräddarsydda exklusiva platsspecifika produkter ökar. Lantgårdar och landsbygden besitter en rad resurser som är möjliga att utveckla för att svara mot efterfrågan på småskaliga och högförädlade tjänsteintensiva produkter.

Publikationer

Heldt-Cassel, Susanna och Pettersson, Katarina, *accepterad för publikation*, 'Performing Gender and Rurality in Swedish Farm Tourism', special issue Rural Tourism, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*.

Pettersson, Katarina och Heldt-Cassel, *accepterad för publikation*, 'Women tourism entrepreneurs – Doing gender on farms in Sweden', Special issue Power Shifts: Women as entrepreneurs, leaders and managers in the global context, *Gender in Management: An International Journal*.

Resultatförmedling till näringen

Inom projektet har vi träffat och diskuterat frågeställningar och preliminära resultat med ett antal aktörer inom jordbrukssektorn, inom landsbygdsutveckling och kvinnors företagande. Nedan listas de personer som har bidragit med kunskap och som har fått ta del av våra idéer i projektet:

- Monica Jönsson, Region Dalarna, ansvarig för regional tillväxt och kvinnors företagande
- Catarina Espmark, Resurscentrum för kvinnor, Regionförbundet Uppsala län

- Mai Lundell, projektledare Distinkt Dam
- Resurs Uppland, Winnet-projekt (Anne Närhi, Ann-Marie Morhed, Tommy Regnström, Kristina Persson)
- Ulrika Forsberg, projektledare Dramadam och Distinkt Dam
- Regionförbundet i Uppsala län, Svante Rowa (ansvarig bl.a för Främja kvinnors företagande), som Anna Lena NN (blivande ansvarig för Kvinnors företagande) samt Tommy Åkher ansvarig för turism

Dessutom har projektets resultat på olika sätt förmedlats vid en rad tillfällen bland annat:

- Katarina Petterssons var inbjuden paneldeltagare (tillsammans med jämställdhetsminister Maria Arnholm) på Företagarnas sommaringel med titeln *Jämställdhet i näringslivet*, 18 juni, Stockholm.
- Panelsamtal (Gunilla Thorstensson, Tillväxtverket, Carin Holmquist, Handelshögskolan, Stockholm, Jessica Hagård, Jordbruksverket, Elisabeth Andersson Brinckmann, företagare,): Hur ser framtiden ut för kvinnors företagande inom de gröna näringarna?, Tillväxtverkets konferens Entreprenörskap och ledarskap till nästa nivå – företagande på lika villkor, 28 mars, Stockholm, på uppdrag av Anna Norlin, Tillväxtverket, där Katarina Pettersson var moderator.
- Föredrag, *Kvinnors entreprenörskap på landsbygden*, på Regional Spridningskonferens Resultat, Forskning & Framtid, 16 november, 2012, Jönköping, på uppdrag av Siw Lindén Winnet Jönköpings län.
- Inbjuden kommentator, på två forskningsprojekt, på seminariet *Mer Entreprenörskap Mötesplats*, Norges Forskningsråd, 7 november, 2012, Oslo, på uppdrag av Hanne Mari Förland, Norges Forskningsråd.
- Föreläsning, Katarina Pettersson, *Den osynliga entreprenören? Kvinnor inom de gröna näringarna*, på erfarenhetsträff för uppdragstagarna inom gröna näringar, program Främja kvinnors företagande, 20 september, 2012, Stockholm, på uppdrag av Anna Norlin, Tillväxtverket.
- Föredrag, Katarina Pettersson, *Kvinnors entreprenörskap på landsbygden*, på Regional Spridningskonferens Resultat, Forskning & Framtid, 16 november, 2012, Jönköping, på uppdrag av Siw Lindén Winnet Jönköpings län.
- Katarina Pettersson inbjuden kommentator, på två forskningsprojekt, på seminariet *Mer Entreprenörskap Mötesplats*, Norges Forskningsråd, 7 november, 2012, Oslo, på uppdrag av Hanne Mari Förland, Norges Forskningsråd.
- Föreläsning, Katarina Pettersson, *Den osynliga entreprenören? Kvinnor inom de gröna näringarna*, på erfarenhetsträff för uppdragstagarna inom gröna näringar, program Främja kvinnors företagande, 20 september, 2012, Stockholm, på uppdrag av Anna Norlin, Tillväxtverket.

Populärvetenskaplig rapport

Många av de nya företag som startas inom turismsektorn består av gårdsbaserad besöksnäring såsom caféer, butiker, logi och hästverksamhet och drivs ofta av kvinnor. Få studier har dock fokuserat på kvinnor som företagare i denna sektor, i synnerhet i Sverige. I detta projekt har vi studerat förutsättningar för och konsekvenser av kvinnors företagande inom gårdsbaserad besöksnäring i två svenska regioner. Forskningen visar att detta företagande kan utgöra ett av "benen" på ett lantbruks verksamhet och diversifieringen genom besöksverksamhet är ett sätt att vidmakthålla både mindre och större gårdars lönsamhet. Denna typ av företagande är också en viktig inkomstkälla för kvinnor på landsbygden och det bidrar till en diversifiering inte bara av lantbruket, men också av landsbygdens näringsliv i stort. Entreprenörer inom

gårdsbaserad besöksnäring bidrar med att skapa arbetstillfällen särskilt för kvinnor inom kvinnodominerade yrken på landsbygden. Kvinnorna skapar också försäljningskanaler/marknader för andra företagare – vilket bidrar till att skapa och återskapa nätverk mellan företagare i bygden. Att kvinnorna finns på landsbygden med sina företag innebär också att de kan delta i olika former av lokala utvecklingsgrupper och -projekt. I förlängning kan kvinnornas företagande således bidra till ett ökat socialt kapital vilket i sin tur är nödvändigt för utvecklingen av landsbygder och näringsliv. Projektet visar tydligt på behovet av fortsatt grundforskning inom området diversifiering av lantbruksföretag och en ökad serviceproduktion inom lantbruksnäringen, eftersom kunskapen på området är bristfällig samtidigt som det finns en stor utvecklingspotential för entreprenörskap och innovation inom detta område.