

# Kvinnelig entreprenørskap i Norge

---

Utviklingstrekk,  
hindre og muligheter

# Innhold

<b>FORORD</b>   Kultur for mangfold	<b>4</b>
<b>SAMMENDRAG</b>	<b>6</b>
<b>1. INNLEDNING</b>	<b>8</b>
<b>2. HVA ER ENTREPRENØRSKAP?</b>	<b>9</b>
<b>3. KVINNER OG ENTREPRENØRSKAP I TALL</b>	<b>11</b>
De som drømmer om entreprenørskap	12
De som starter opp egen virksomhet	12
Norge sammenlignet med andre land	13
I hvilke næringer finner man kvinnelige entreprenører?	14
Kvinneandel blant entreprenører i ulike fylker	15
Hel- eller deltidsentreprenørskap	16
Arbeidstid og inntekt til entreprenører og deltidsentreprenører	17
Entreprenøren fem år etter oppstart	19
Mangel på vekstentreprenører handler mye om kvinners valg av næring	21
<b>4. PERSONLIGE KJENNETEGN VED ENTREPRENØRER</b>	<b>23</b>
Hva de drev med før de startet opp virksomheten?	24
Kompetanse og utdanning	24
Kvinnelig entreprenørskap innenfor STEM-fag	25
Alder og erfaring	26
Sosial status og sosial klasse	27
Inntekt og formue	27
Vilje til økonomisk risiko som kjennetegn	27
Opplevelse av egne ferdigheter	28
<b>5. SOSIAL INTERAKSJON SOM DRIVKRAFT FOR KVINNELIG ENTREPRENØRSKAP</b>	<b>29</b>
Foreldre og interaksjon i barndommen	29
Sosiale nettverk som driver for entreprenørskap	30
Kvinnelige entreprenører og tilgang til andres kapital	30
<b>6. KVINNER I STARTUP-MILJØER: EN ANTROPOLOGISK VURDERING AV UTVALGTE MILJØER I OSLO</b>	<b>33</b>
Sosialantropologisk metode og forestillinger om kjønn og entreprenørskap	34
Startup-nettverket som springbrett for entreprenørskap	34
Startup-miljø, entreprenørskap og kjønn	35
«Du er så modig» - Stereotypiske forestillinger om kjønn	36
Å endre forestillingen om hva det er å være entreprenør	37
<b>7. RAMMEVILKÅR FOR ENTREPRENØRSKAP: SLÅR DE NEGATIVT UT FOR KVINNER?</b>	<b>38</b>
Tilgang til sykepenger, ledighetstrygd og svangerskapspermisjon	38
Tilgang til offentlig finansierte goder som avlaster familien i det daglige arbeidet	40
Entreprenørskap og konkurranse mot offentlig sektor	40
<b>8. TILTAK FOR Å STIMULERE TIL MER KVINNELIG ENTREPRENØRSKAP</b>	<b>41</b>
Etablere mer omfattende kvinnelige mentorordninger	41
Etablere et statlig støttet kvinne-investeringsfond	41
Ta bort konkurranseulemper i næringer der kvinner ofte opererer som entreprenører	41
Etablere en ordning for kommersialiseringspermisjon ved universiteter og høyskoler	42
<b>REFERANSER</b>	<b>43</b>

Utgiver: Innovasjon Norge

Rapporten er laget av Menon Economics på oppdrag for Innovasjon Norge  
Medvirkende: Leo Grünfeld, Sigrid Hernes, Veronica Idland, Hans Hvide og Eva Olsson

Trykk: RK Grafisk  
Rapporten er trykket på miljøvennlig papir.

# Kultur for mangfold

Å bidra til at flere gründere lykkes er en viktig oppgave for Innovasjon Norge. Norge trenger flere gründere som vil starte selskaper som kan vokse, skape arbeidsplasser og utvikle samfunnet i en bærekraftig retning. Det er disse selskapene vi skal leve av i framtiden.

Nesten like mange kvinner som menn ønsker å bli gründere. Likevel er bare 30 prosent av gründerne i Norge kvinner. Vi må lære mer om hvorfor det er færre kvinner som velger gründerkap enn menn, og tilrettelegge for større mangfold. Vi må ha mer kunnskap om hva som kan få flere kvinner til å realisere gründerambisjonene sine. Hva som kan gi dem større vekstambisjoner. Hva som er hindre. Hvilke tiltak som kan bidra til å utjevne forskjeller. Derfor har vi bedt Menon Economics utrede en rapport om kvinnelig entreprenørskap i Norge.

Som rapporten viser er det svært sammensatte årsaker til at færre kvinner velger å starte og utvikle eget selskap. Det handler om tradisjon og kultur. Om oppvekst,

utdanning og sosial status. Selvtillit og holdning til risiko. Om foreldre er entreprenører. Svært viktig er dessuten eksponering mot innovasjon i oppveksten.

Finnes det kvinnelige «tapte Einsteins» som kunne ha vært innovatører med stor innvirkning på samfunnet dersom de hadde blitt eksponert for mer innovasjon i barndommen, spør amerikansk forskning fra 2018. Forskningen viser til at jenter påvirkes mer av kvinnelige enn mannlige rollemodeller. Dette kan bety at tilgang til mentor, nettverk og bygging av rollemodeller bør vektlegges enda sterkere for å inspirere flere kvinner til å satse.

Tall fra denne rapporten tyder også på at kvinner har mindre tilgang på kapital enn mannlige entreprenører. Økt kompetanse om innhenting av kapital for kvinnelige gründere og kompetanse for kvinner som vil lære å investere i gründerkap har vært fokusområder for Innovasjon Norge de seneste årene. Denne jobben blir ikke mindre viktig i tiden framover.

Det tar mange år å endre kultur og holdninger, men vi ser en bedring. Kvinner har trådt inn på mannsdominerte arenaer, og menn smyer seg inn på de kvinnedominerte. Det har skjedd en oppblomstring av startup-miljøer og kvinnenettverk over hele landet, og entreprenørskap i skole og utdanning har fått større plass. Vi håper og tror at dette får betydning for kjønnsbalansen blant gründere i Norge framover.

Innovasjon Norge vil fortsette å bygge økosystem for gründere og hjelpe et mangfold av entreprenører med sine vekstambisjoner. Skal vi være med å løse de store globale utfordringene som verden står overfor, har vi ikke råd til «tapte Einsteins». Begge kjønn må ta eierskap til å endre Norge og verden.



**Norge trenger flere gründere som vil starte selskaper som kan vokse, skape arbeidsplasser og utvikle samfunnet i en bærekraftig retning.**



Foto: Line Størnes

Pål T. Næss  
Direktør for Gründere og oppstartbedrifter,  
Innovasjon Norge

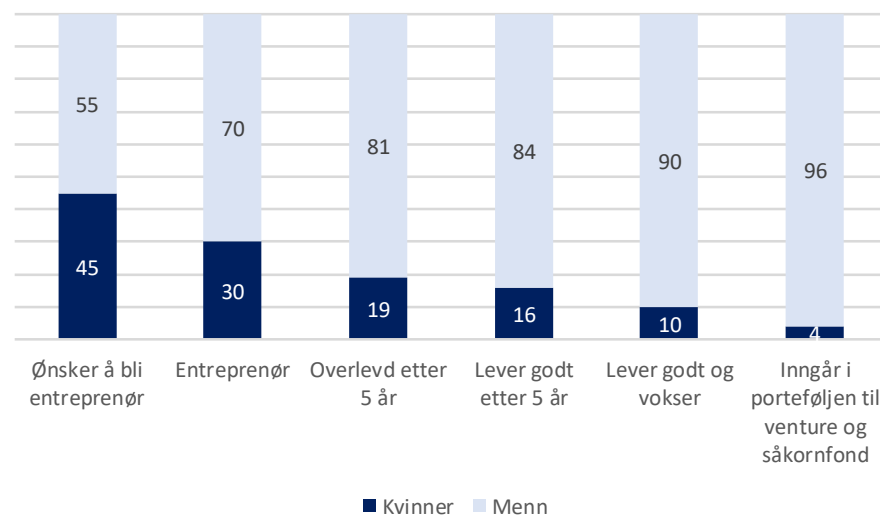
## Sammendrag

Til tross for at kvinners arbeidsmarkedsdeltakelse er høyere i Norge enn i mange andre land, er kvinneandelen blant entreprenører ikke høyere. Hva kan dette skyldes? I denne rapporten går vi gjennom utviklingen i kvinnelig entreprenørskap i Norge og kjennetegn ved oppstartsbedriftene og individene bak. Da ser vi ikke bare på kvinnelige gründere, men også mannlige. Vi forsøker å gi en rask oversikt over forhold som kan forklare hvorfor det er færre kvinnelige enn mannlige entreprenører i Norge. I tillegg presenteres noen forslag til hva som kan gjøres fra det offentlige side for å stimulere flere kvinner til å starte opp for seg selv. Rapporten er skrevet på oppdrag for Innovasjon Norge som har mål om å bidra til flere gode gründere i Norge. Rapporten hviler primært på eksisterende forskning og allerede etablerte datasett. Rapporten vier relativt mye oppmerksomhet til den rolle som de mange nye startup-miljøene nå får spille for entreprenører, ettersom dette er et lite studert fenomen.

Det er et faktum at andelen av befolkningen som er selvstendig næringsdrivende eller gründer er lav i Norge sammenlignet med andre europeiske land. Det er også relativt sett få kvinner i denne delen av befolkningen. Samtidig ser vi at det startes opp et stort antall bedrifter i Norge hvert år. Dette mønsteret gir tydelige signaler om at det ikke primært er antall bedriftsetableringer som er problemet, snarere evnen og viljen til å utvikle foretak som overlever over tid og klarer å skape tilstrekkelig inntekt til gründeren og eventuelt andre ansatte.

På veien fra drømmen om entreprenørskap til etablering av bedrifter med vekst og høy verdiskaping er tallenes tale klar. Andel kvinner blir stadig mindre jo lenger man beveger seg mot vekstbedriften. Det er nærmest som en trakt. Trakten illustrert i Figur 3-1 gir en god beskrivelse av kjønnsdimensjonen i entreprenørskapsaktiviteten her i landet.

**Kvinneandel på veien mot etablering av en vekstbedrift: Kilder. Grünfeld med flere (2015), BRreg, SSB og NVCA**



Om lag 45 prosent av alle som ønsker å starte egen bedrift er kvinner. Det er ikke langt unna hva man skulle forvente ut fra populasjonsandelen. Kvinner utgjør derimot bare 30 prosent<sup>1</sup> av de som faktisk starter, så på veien mot å faktisk ta steget faller det av mange flere kvinner enn menn. Hvordan går de så med de som starter?

<sup>1</sup> Kvinneandelen på 30 prosent inkluderer både AS/ASA og enkeltmannsforetak. Derimot er kvinneandelen blant dem som starter opp et AS/ASA lavere på 20 prosent.

Bare 19 prosent av bedriftene som har overlevd etter fem år har kvinnelige entreprenører. Dersom bedriften i tillegg skal kunne vise til mer enn ti prosent årlig gjennomsnittlig omsetningsvekst går kvinneandelen ned til ti prosent. I Norsk venturekapital sin database over alle bedrifter som har profesjonelle såkorn- og venturefond inne på eiersiden (investorer), finner vi en kvinneandel på kun fire prosent. Det er denne typen bedrifter som gjerne omtales som innovasjonsdrevne høyvekstbedrifter. På veien fra ide til bedrift med høyt vekstpotensial faller de aller fleste entreprenørene av, men langt flere kvinner enn menn forsvinner på denne veien.

Rapporten skiller mellom egenskaper ved oppstarten og personlige kjennetegn ved entreprenører på den ene siden, og sosial interaksjon som drivkraft for kvinnelig entreprenørskap på den andre siden. Det er ikke alltid like lett å skille mellom disse faktorene. Nyere forskning basert på studier av adopterte barn trekker dog i retning av at biologi betyr noe for hvorvidt en person velger å starte opp bedrift eller ei. En lang rekke personlige egenskaper utover kjønn har betydning for sannsynligheten for at et individ starter opp egen virksomhet, slik som utdanning, inntekt, formue, bosted etc, men et interessant funn i denne oversikten er hvordan sosial interaksjon påvirker kvinners entreprenørskap og innovasjonsaktivitet. Nyere studier viser at eksponering mot innovasjon i løpet av barndommen har en signifikant effekt på barns tilbøyelighet til å bli innovatør. Disse eksponeringseffektene er særlig sterke for jenter. Det er særlig interessant å observere at kvinner er mer tilbøyelige til å bli innovatører innenfor et spesifikt teknologiområde dersom de vokste opp i et område med flere kvinnelige (men ikke mannlige) innovatører innenfor samme teknologiområde. I en nyere studie fra Norge viser Markussen og Røed (2016) at kvinners entreprenørskap påvirkes av omfanget av entreprenørskap hos naboer, familie og folk som gikk på samme skole og klassetrinn. Markussen og Røed hevder at hele 50 prosent av avviket mellom menn og kvinners entreprenørskapsaktivitet kan forklares av disse effektene, men årsakssammenhengene her kan gå i flere retninger.

Litteraturen og våre egne kartlegginger trekker i retning av at kvinner møter større krav gjennom screening og informasjonskrav enn menn når de skal hente inn kapital. Ulikt språk og mannsdominans i finansnæringen kan også påvirke sannsynligheten for at gode prosjekter med kvinnelige entreprenører får tilgang til finansiering. Vår antropologiske drøfting av kvinners plass i startup-miljøer viser at de i liten grad opplever kjønn som relevant faktor, men at slike miljøer gjør det lettere å drive oppstartvirksomhet fordi tilgang til nettverk utbedres. Det er dog lite som trekker i retning av at disse nettverkene har flere kvinner. Det er derfor ikke nødvendigvis spesielt viktig for kvinner at slike nettverk vokser frem i stort antall. Effekten er med andre ord kjønnsnøytral.

I siste kapittel presenterer vi fire konkrete forslag til tiltak som kan vurderes for å stimulere til økt kvinnelig entreprenørskap med potensial for skalerbarhet og vekst. Disse kan offentlige aktører vurdere nærmere i fremtidig utforming av politikk.

- 1. Etablere mer omfattende kvinnelige mentor-ordninger**
- 2. Etablere et statlig støttet kvinne-investeringsfond**
- 3. Ta bort konkurranseulemper i næringer der kvinner ofte opererer som entreprenører**
- 4. Etablere en ordning for kommersialiseringspermisjon ved universiteter og høyskoler**

## 1. Innledning

De siste ti årene har vi sett en nærmest eksplosiv økning i oppmerksomheten rundt entreprenørskap. Rollen som entreprenør har fått langt høyere oppmerksomhet og antallet miljøer og institusjoner som fremmer og fasiliterer entreprenører har vokst kraftig. Medias fokus på denne gruppen har også tatt seg opp. Samtidig ser vi at det er langt færre kvinner enn menn som starter en bedrift Norge. Til tross for at kvinners arbeidsmarkedsdeltakelse er høyere i Norge enn i mange andre land, er kvinneandelen blant entreprenører ikke høyere.

Hva er årsaken? Er det kvinners mer grunnleggende preferanser og holdninger her i landet som styrer dette mønsteret? Alternativt kan muligens interessen for entreprenørskap påvirkes av valg gjennom livsløpet som utdanning og karrierevei. Eller er det sosiale strukturer og nettverk som i stor grad bidrar til de relativt store forskjellene mellom menn og kvinner som gründere? Kanskje er det rammevilkårene for entreprenørskap i Norge som slår ulikt ut for kvinner og menn, slikt som offentlige støtteordninger, sykelønn, permisjonsregler og ledighetstrygd?

I denne rapporten går vi gjennom utviklingen i kvinnelig entreprenørskap i Norge og kjennetegn ved de som starter opp egen virksomhet. Da ser vi ikke bare på kvinner men også på særtrekk ved menn. Vi forsøker å gi en rask oversikt over forhold som kan forklare hvorfor det er færre kvinnelige enn mannlige entreprenører i Norge.. I tillegg presenteres noen forslag til hva som kan gjøres fra det offentliges side for å stimulere flere kvinner til å starte opp for seg selv. Rapporten er skrevet på oppdrag for Innovasjon Norge som har mål om å bidra til flere gode gründere i Norge. Den skal bidra til et bedre grunnlag for en ny kunnskapsbasert utvikling av politikk og virkemidler som stimulerer til mer innovasjon gjennom entreprenørskap og spesielt kvinnelig entreprenører med vekstambisjoner. Rapporten hviler primært på eksisterende forskning og allerede etablerte datasett. Det finnes et betydelig empirisk materiale der ute, men dette materialet er i liten grad sammenstilt på en pedagogisk og lettfattelig måte. Rapporten setter eksisterende data og informasjon sammen på en ny måte og beriker tallene og eksisterende funn i forskningen med nye kvalitative vurderinger basert på intervjuer med kvinnelige entreprenører og investorer i Norge. Vi er særlig opptatt av å bedre innsikten i den rolle som de mange startup-miljøene nå får spille for nye entreprenører. Dette er et lite studert fenomen og slik sett er dette arbeidet å anse som ny forskning.

Det er gjerne slik at forhold som påvirker beslutningen om å bli en entreprenør stort sett påvirker både menn og kvinner likt, men noen forhold vil sannsynligvis påvirke kvinner sterkere enn menn, og vi fokuserer på disse. Det er et faktum at andelen av befolkningen som er selvstendig næringsdrivende eller gründer er lav i Norge sammenlignet med andre europeiske land. Det er også relativt sett få kvinner i denne delen av befolkningen, men andelen er ikke lavere enn i andre nordiske land. Samtidig ser vi at det startes opp et stort antall bedrifter i Norge hvert år. Bare i 2017 ble det opprettet 62 000 bedrifter, noe som ligger langt over etableringsfrekvensene i våre nordiske naboland. Dette mønsteret gir tydelige signaler om at det ikke primært er antall bedriftsetableringer som er problemet, snarere evnen og viljen til å utvikle foretak som overlever over tid og klarer å skape tilstrekkelig inntekt til gründeren og eventuelt andre ansatte. For å stimulere til entreprenørskap som har **varige effekter** for samfunnet er det derfor viktig å forstå hva som driver bedriftsetablering, og da særlig kvinnelige, med evne til overlevelse og vekst.

Et viktig spørsmål som en bør stille seg når man drøfter betydningen av entreprenørskap er hvorfor kvinner bør velge å bli entreprenører. Inntektsmessig har kvinner i dag mindre igjen for å starte opp for seg selv sammenlignet med menn. Kvinner tjener i gjennomsnitt mer dersom de velger å være ansatt. Men samtidig viser Menon-rapport fra 2015 om kvinners levekår som selvstendig næringsdrivende at de gjennomgående trives bedre som selvstendige, de føler mindre press og er mindre syke.

## 2. Hva er entreprenørskap?

Hva er en entreprenør? Det er vanlig å definere en entreprenør som en person som starter en bedrift med mål om å utføre en inntektsgivende aktivitet. De går under mange navn: Gründere, nyetablerere, nyskapere, innovatører, oppstartere, Reodor Felgen og selvstendig næringsdrivende. Mange ser for seg innovative mennesker som starter rasktvoksende bedrifter basert på en unik idé eller teknologi, men entreprenører spenner fra de som starter den lille salgsvirksomheten man har på si, via selvstendig næringsdrivende rådgivere til industriere med hundrevis eller kanskje tusenvis av ansatte.

Et fellestrekk ved entreprenører er at de i utgangspunktet ønsker å skape seg en jobb. Et annet fellestrekk er at de kan sies å ta større inntektsrisiko enn vanlig ansatte. De ikke er fast ansatte, men lever direkte av kundene de betjener. Når vi teller antall entreprenører i denne rapporten bruker vi følgende definisjon:

*Den som starter en virksomhet gjennom å etablere en offisielt registeret bedrift, eller å oppgi næringsinntekt til skatteetaten. Det kan være snakk om eierskap i et AS, etablering av et enkeltpersonforetak, et ansvarlig selskap eller lignende.*

Gjennom en slik definisjon treffer vi bredt, siden vi også tar med de som eier et foretak, men ikke jobber der. Vi får også med de som har noe næringsinntekt, men som hovedsakelig livnærer seg gjennom et vanlig ansettelsesforhold. Det er viktig at vi favner bredt nettopp fordi entreprenørskap er så mangt. I Menon-rapporten «En million ideer» fra 2015 presenteres en sjablonmessig karikering av ulike typer entreprenører. Inndeling er ikke fulldekkende for alle typer entreprenørskap men presenterer de mest arketyperiske oppstarterne.

### «Den innovative entreprenøren»

Dette er entreprenøren som starter opp med en god ide og store ambisjoner om forretningsmessig suksess, gjerne basert på en teknologisk innsikt. Veien til vekst og realisering av innovasjoner er dessverre lang og de aller fleste av denne typen entreprenører feiler. Man må skaffe finansiering og slå seg fram i markeder med stor konkurranse. Ser man på slike selskaper som blir vurdert av såkorn og venturefond finner man at ca. fem prosent av de bedriftene som blir vurdert får investeringer. Ca. ti prosent av disse igjen oppnår en betydelig suksess i form av salgsinntekter eller selskapsverdsetting. Vi snakker med andre ord om en suksessrate på under en halv prosent<sup>2</sup>. Det er ikke annet enn brutalt.

### «Tannlegen, frisøren og elektrikeren»

I noen bransjer er antallet entreprenører og selvstendig næringsdrivende høyt, fordi det er slik bransjen er organisert. Leger, tannleger, advokater, snekkere og frisører organiserer ofte sin aktivitet i form av enkeltpersonforetak eller AS det de selv er den eneste ansatte. Mange av dem samler seg i arbeidsfelleskap med felles tjenester, men fortsetter å ha sitt eget selskap. Det er få slike entreprenører som får mange ansatte.

### «De frie og kreative»

I denne kategorien finner vi de som har yrker der fast ansettelse er uvanlig eller lite hensiktsmessig. Her finner vi for eksempel skuespillere, kunstnere og fotomodeller som i liten grad har mulighet til fast ansettelse. Dette gjelder også frilansere i yrkesgrupper der muligheten for fast ansettelse er tilstede, som fotografer og journalister. I noen bransjer er personlige egenskaper så viktige at organisering i større selskaper ikke er

<sup>2</sup> Grünfeld med flere (2011)



hensiktsmessig, eller tjenestene som behøves er så spesifikke at man ikke kan ansette én enkelt person på fast basis.

#### «Business på siden»

I denne gruppen finner vi de som har et lite foretak på si som de ikke lever av. Det kan være en hjemmeverende med et lite foretak på hobbybasis eller professoren som holder foredrag på fritiden. Det finnes mange av disse, som vi gjerne betegner som deltidsentreprenører. Hele 48 prosent av alle kvinner som er entreprenører er det på si. For menn er tallet 35 prosent. Fellesnevneren for personene i denne gruppen er at næringsinntektene er relativt små. Men ikke sjelden går disse fra å ha inntekt «på si» til å satse alt på sitt entreprenørskap. Det er da vi sier at deltidsentreprenøren blir heltidsentreprenør.

#### «Flytt, vask og pass»

I denne kategorien finner vi de som tilbyr tjenester til personer og firmaer, men som har lite formell kompetanse og som ikke passer inn i tradisjonelle yrkesgrupper. Eksempler på dette er personer som vasker for private husholdninger, dagmammaer eller ufaglærte som hjelper til på små gjøremål i hjemmet. Mange av disse jobber i det uregistrerte arbeidsmarkedet og denne typen entreprenørskap har ofte kort varighet, da personene er på vei mellom ulike statuser i arbeidslivet.

Å starte opp noe nytt i arbeids- og næringslivet krever ikke nødvendigvis at man etablerer en ny bedrift. Det aller meste av nyskaping og nye former for aktivitet finner sted i eksisterende bedrifter. Etablering av nye forretningsområder og nye satsninger i eksisterende bedrifter gis gjerne betegnelsen «intraprenørskap». Dersom intraprenøren flyttes ut av selskapet eller den offentlige institusjonen, går hun fra å være intraprenør til å bli entreprenør. De såkalte deltidsentreprenørene vil ofte ha en slik reise bak seg.

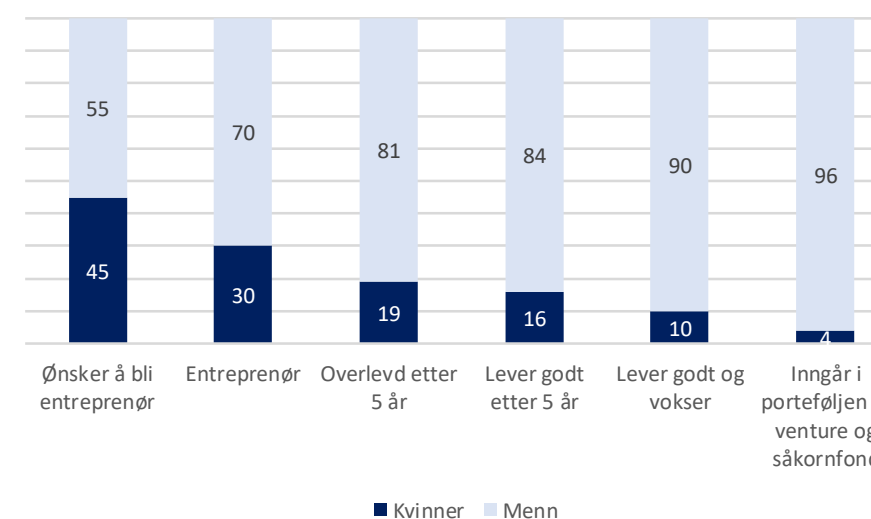
Nøyaktig hvor viktige entreprenørene er for verdiskapingen i næringslivet i Norge, er det vanskelig å slå fast, for næringsdynamikken over tid er komplisert å kartlegge. Det finnes løselige anslag som peker i retning av at bedrifter som er yngre enn ti år står for etableringen av mer enn halvparten av alle nye jobber i Norge. Vi vet at det finnes et stort antall bedrifter i Norge som har fått en sentral rolle i sine næringer i løpet av kort tid etter etablering; Selskaper som Norwegian, Chess, Elixia, Aibel, RGI (Røkke), Opera Software, REC, RIMI, og XXL er alle eksempler på slike. Det er få eksempler på slike bedrifter med kvinner som entreprenør. Et godt eksempel er Hilde Midthjells etablering av Dermanor og senere Dale of Norway. Et mindre kjent eksempel er Turi Josefsens utvikling av selskapet US Surgical Corp. På starten av 1990-tallet var hun USAs høyest lønnede kvinne i USAs næringsliv, men alt hun skapte gjorde hun i USA som amerikansk. I det store bildet er selskapenes evne til å vokse viktig for den langsiktige økonomiske veksten og verdiskapingen i samfunnet. At små bedrifter vokser er både et tegn på at aktiviteten i økonomien øker og at det finner sted konkurranse og innovasjon. I senere tid har vi fått frem en rekke kvinnelige teknologigründere som Sigrun Syversen i Fjong, Kari Dolva i No Isolation, Helene Djupesland i Optinose og Jeanette Kvisvik i Villoid. Skal de nye selskapene klare seg på de store internasjonale markedene er de også avhengig av størrelse. Så langt har denne bølgen av nye kvinnelige entreprenører i begrenset grad klart å nå slike størrelser. Et sentralt spørsmål er om det er mulig å stimulere til slik vekst?

### 3. Kvinner og entreprenørskap i tall

Dette kapittelet beskriver kort omfanget av entreprenørskap i Norge med fokus på kvinnelig entreprenørskap. Kapittelet er rent deskriptivt med data hentet fra ulike offentlige tilgjengelige kilder. Tallene varierer noe med hensyn til årgang og definisjoner, noe vi kommer tilbake til i beskrivelsen av tallene fortløpende.

Innledningsvis er det hensiktsmessig å illustrere kjønnsdimensjonen i form av kvinnes andel blant de som har aktivitet som er entreprenøriell. På veien fra drømmen om entreprenørskap til etablering av bedrifter med vekst og høy verdiskaping er tallenes tale klar. Andel kvinner blir stadig mindre jo lenger man beveger seg mot vekstbedriften. Det er nærmest som en trakt. Trakten illustrert i Figur 3-1 gir en god beskrivelse av kjønnsdimensjonen i entreprenørskapsaktiviteten her i landet.

Figur 3-1: Kvinneandel på veien mot etablering av en vekstbedrift: Kilder. Grünfeld med flere (2015), BRreg, SSB og NVCA



Om lag 45 prosent av alle som ønsker å starte egen bedrift er kvinner. Det er ikke langt unna hva man skulle forvente ut fra populasjonsandelen. Kvinner utgjør derimot bare 30 prosent<sup>3</sup> av de som faktisk starter, så på veien mot å faktisk ta steget faller det av mange flere kvinner enn menn. Hvordan går de så med de som starter? Etter fem år har nærmere 70 prosent av disse bedriftene dødd, men bedrifter med kvinnelige entreprenører dør litt oftere, så bare 19 prosent av bedriftene som har overlevd etter fem år har kvinnelige entreprenører. I Menon-rapporten fra 2015<sup>4</sup> påviste man videre at kvinnes andel av bedrifter der entreprenøren klarer å skape en inntekt som kan konkurrere med en vanlig lønnsinntekt ligger enda litt lavere (16 prosent). Dersom bedriften i tillegg skal kunne vise til mer enn ti prosent årlig gjennomsnittlig omsetningsvekst går kvinneandelen ned til ti prosent. I Norsk venturekapital sin database over alle bedrifter som har profesjonelle såkorn- og venturefond inne på eiersiden (investorer), finner vi en kvinneandel på kun fire prosent. Det er denne typen bedrifter som gjerne omtales som innovasjonsdrevne høyvekstbedrifter. På veien fra ide til bedrift med høyt vekstpotensial faller de aller fleste entreprenørene av, men langt flere kvinner enn menn forsvinner på denne veien. Hva er årsaken?

<sup>3</sup> Kvinneandelen på 30 prosent inkluderer både AS/ASA og enkeltmannsforetak. Derimot er kvinneandelen blant dem som starter opp et AS/ASA lavere på 20 prosent.

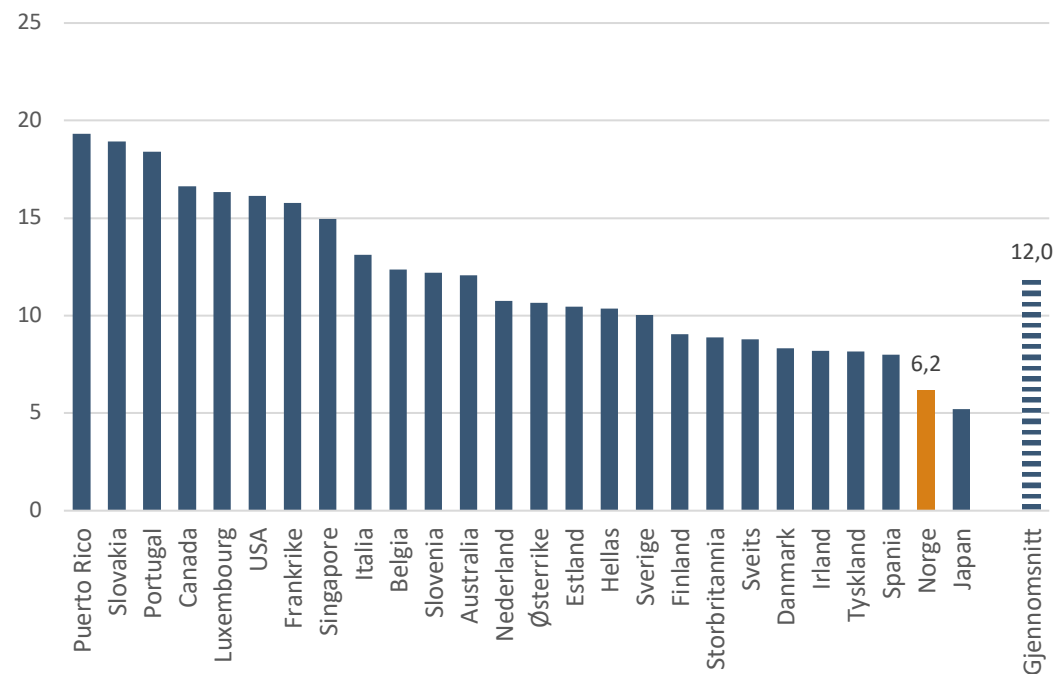
<sup>4</sup> Grünfeld med flere (2015)

## De som drømmer om entreprenørskap

I en undersøkelse utført av Ipsos MMI i 2015 på vegne av DNB om gründerdrømmer i den norske befolkningen kommer det frem at 13 prosent av Norges befolkning drømmer om å starte sin egen bedrift, noe som utgjorde omtrent 500 000 personer i yrkesaktiv alder. Av disse var omtrent 55 prosent menn og 45 prosent kvinner. Kvinneandelen blant de som har ønsker om oppstart er dermed litt lavere enn det befolkningsgrunnetallet skulle tilsi.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) er et internasjonalt forskningsprosjekt som kartlegger årlig omfang av og forhold til entreprenørskap i ulike land. I GEM benytter man spørreundersøkelser og litt andre definisjoner av entreprenørskap som gjør at tallene ikke er helt sammenlignbare med norske registerdata. GEM finner at Norge scorer betydelig under gjennomsnittet på andel av befolkning med intensjon om bedriftsetablering. Som det fremkommer av Figur 3-2 har kun 6 prosent av den norske befolkningen, både kvinner og menn, intensjon om å bli entreprenør i løpet av de kommende tre år. Kun Japan scorer lavere med 5 prosent av befolkningen.

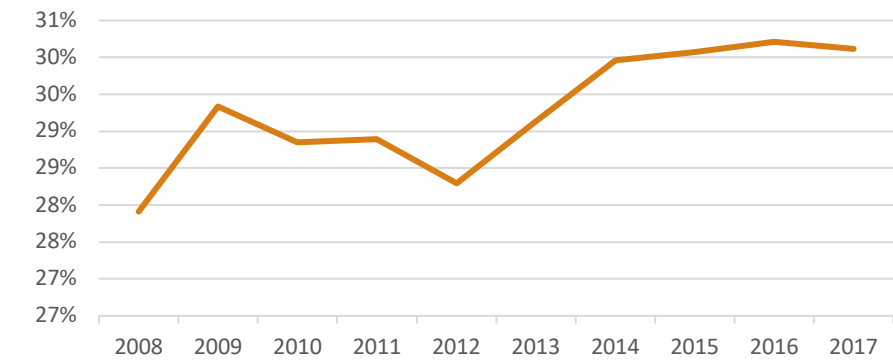
Figur 3-2: Andel av befolkning med intensjoner om å etablere bedrift alene eller sammen med andre innen de neste tre årene blant innovasjonsdrevne land. Kilde: Alsos med flere (2014)



## De som starter opp egen virksomhet

I 2015 ble det opprettet rundt 64 000 nye foretak som inkluderer både enkeltmannsforetak og aksjeselskap. Av disse foretakene ble 30 prosent startet av kvinner. Kvinneandelen blant entreprenørene har de siste ti årene vist små variasjoner. Etter en liten nedgang fra 2009 frem til 2012, har andelen kvinner fra 2012 frem til 2017 økt noe og stabilisert seg rundt 30 prosent. Trenden de siste ti årene viser med andre ord en svak men stabiliserende økning i kvinneandelen.

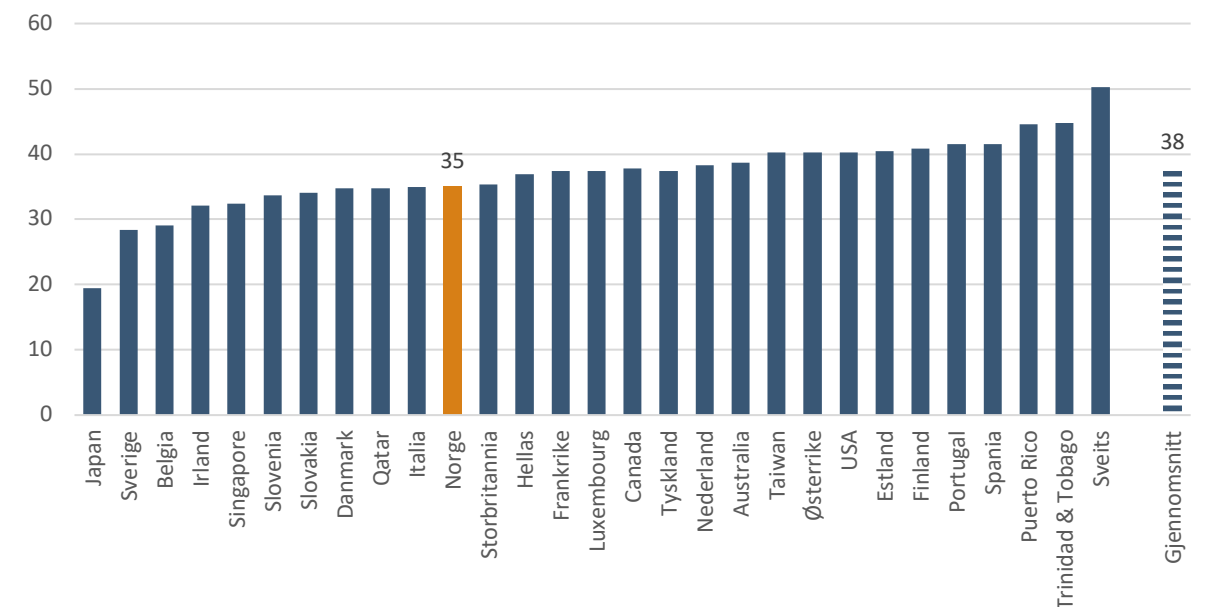
Figur 3-3: Andel kvinnelige gründere ved oppstart av ny virksomhet. Kilde: SSB (07358, 09308)



## Norge sammenlignet med andre land

Figur 3-4 viser andelen av kvinner som var involvert i tidligfase entreprenørskapsaktivitet i 2014 i ulike land. Økonomiene som sammenlignes defineres som innovasjonsdrevne økonomier, hvor landets utvikling i stor grad avhenger av innovasjoner og nyskapning i næringslivet<sup>5</sup>. Norge er plassert i nedre halvdel av rangeringen med en kvinneandel på rundt 35 prosent<sup>6</sup>. Norge ligger altså under gjennomsnittet på cirka 38 prosent kvinner. Resultatene samsvarer godt med resultatene som viser at Norge også scorer lavt på intensjon om å starte opp en virksomhet innen de neste tre årene. Til sammenligning scorer Sveits best med en 50/50 fordeling mellom kvinner og menn, mens Japan gjør det dårligst med under 20 prosent kvinner blant entreprenørene.

Figur 3-4: Andel kvinner som er involvert i tidligfase entreprenørskapsaktivitet blant innovasjonsdrevne land. Kilde: Alsos med flere (2014)



<sup>5</sup> GEM benytter World Economic Forums klassifisering av land i ulike økonomiske faser basert på BNP per innbygger og grad av faktordrevet i form av andel råvareeksport i forhold til total eksport. De tre fasene er: 1. Faktordrevne økonomier, 2. Effektivitetsdrevne økonomier, og 3. Innovasjonsdrevne økonomier.

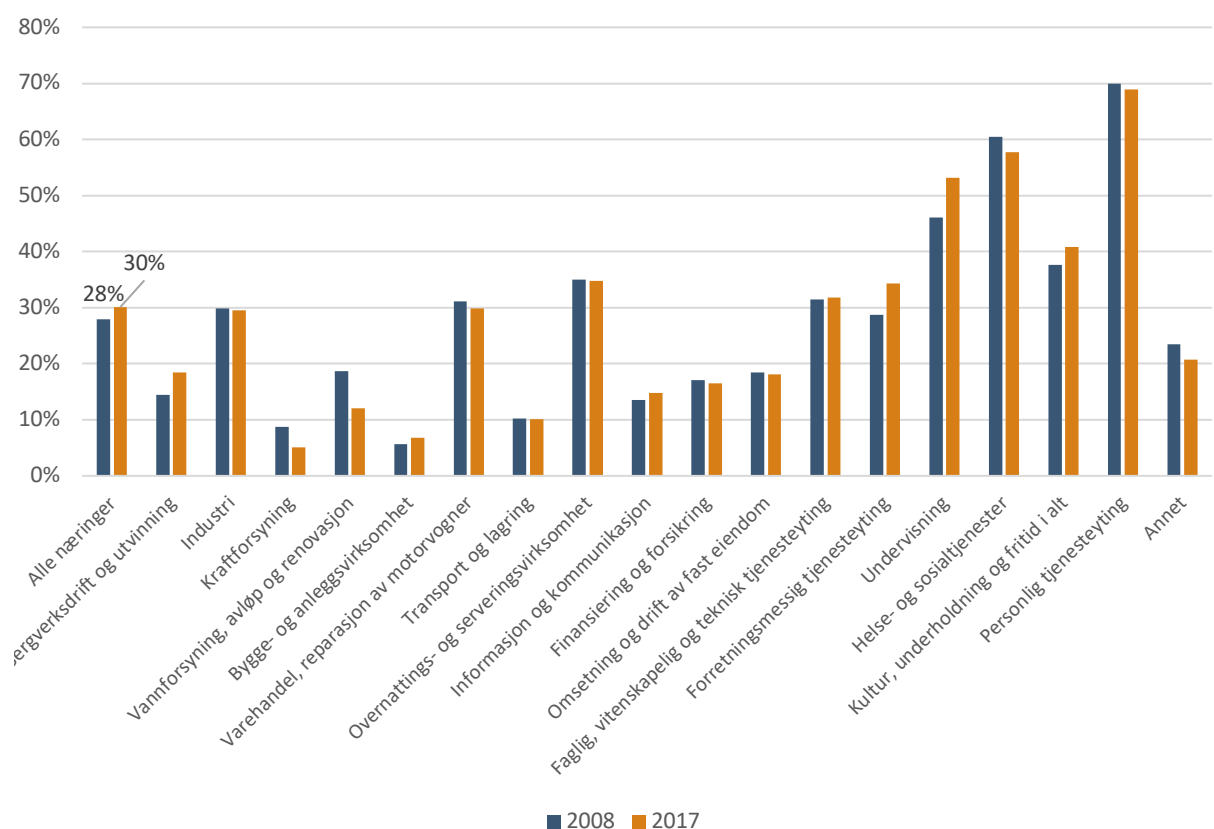
<sup>6</sup> GEM benytter en surveybasert definisjon som gir litt høyere tall enn registerbaserte tall.

## I hvilke næringer finner man kvinnelige entreprenører?

Den typiske kvinnelige entreprenøren finner man innenfor sektorene/næringene undervisning, helse- og omsorg og personlig tjenesteyting, hvor kvinneandelen er over 50 prosent.

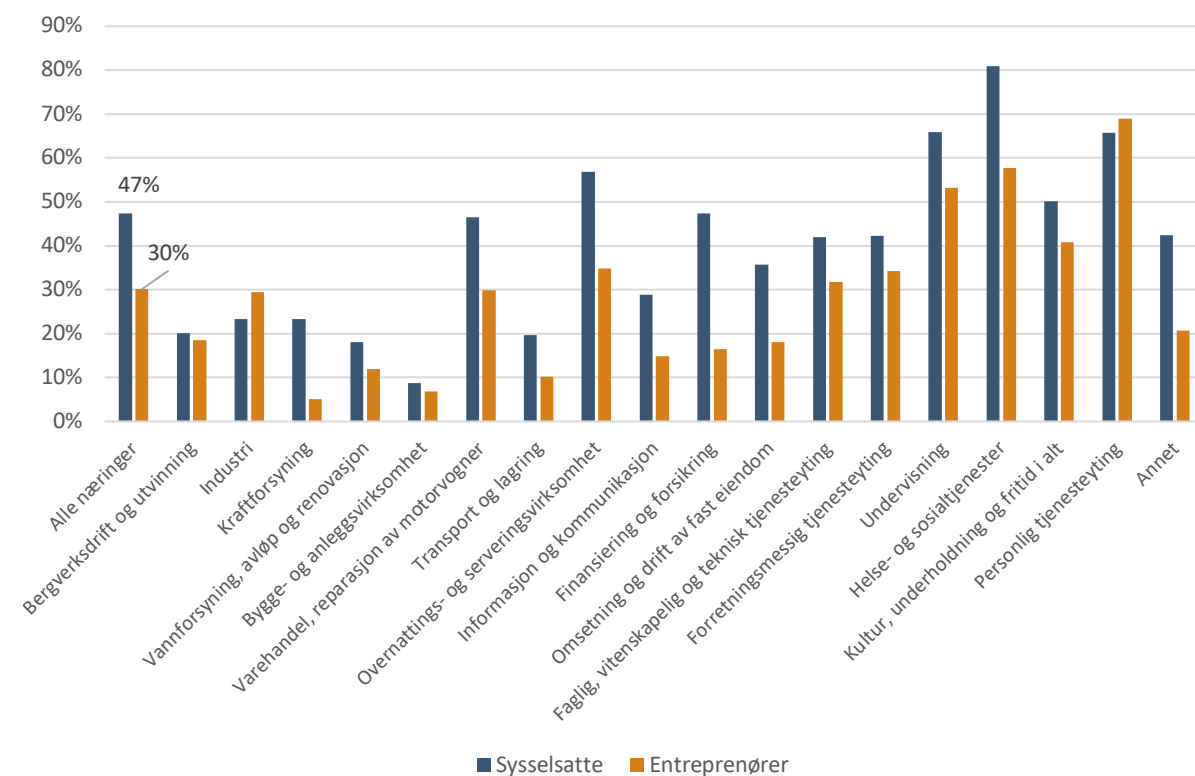
Figur 3-5 viser små endringer i andel kvinnelige entreprenører i de ulike næringene fra 2008 til 2017. Kvinneandelen har økt noe i kultur- og underholdningsbransjen, undervisning, forretningsmessige tjenester, og innen bergverksdrift og olje- og gassutvinning. I næringene kraftforsyning, vann og avløp, og helse- og sosialtjenester er andelen noe lavere i 2017 enn i 2008. Reduksjon i kvinneandel innenfor den sistnevnte næringen skyldes en relativ stor økning i antall mannlige entreprenører, som gir en lavere prosentandel kvinner selv om det faktiske antallet har økt i perioden.

Figur 3-5: Andel kvinnelige entreprenører i ulike næringer i 2008 og 2017. Kilde: SSB (09308 og 07358)



I Figur 3-6 nedenfor sammenligner vi andelen kvinner som er fast ansatt med andelen kvinnelige entreprenører i en og samme næring. Da får vi frem om kvinnes andel av alle entreprenører i en næring kun er et speilbilde av hvor mange kvinner som jobber i næringen totalt, eller om det er noe særskilt med kjønn og entreprenørskap i næringen. Det store bildet viser at kvinner er overrepresentert som arbeidstakere sett i forhold til entreprenører. Men dette gjelder ikke over alt. Innen personlig tjenesteyting er kvinner overrepresentert som entreprenører. De har med andre ord en større sannsynlighet for å starte for seg selv enn menn har. Mer overraskende er det at vi finner det samme mønsteret innen industrien. Denne næringen inkluderer beklædningsindustri, grafisk industri, farmasøytisk industri, møbelindustri og tekstilindustri, noe som kanskje kan forklare hvorfor andelen kvinnelige entreprenører er såpass høy innenfor industri. Dog må det her foretas ytterligere analyser for å se mønstrene bedre.

Figur 3-6: Andel kvinnelige arbeidstakere og entreprenører i ulike næringer i 2017. Kilde: SSB (08536, 09308 og 07358)

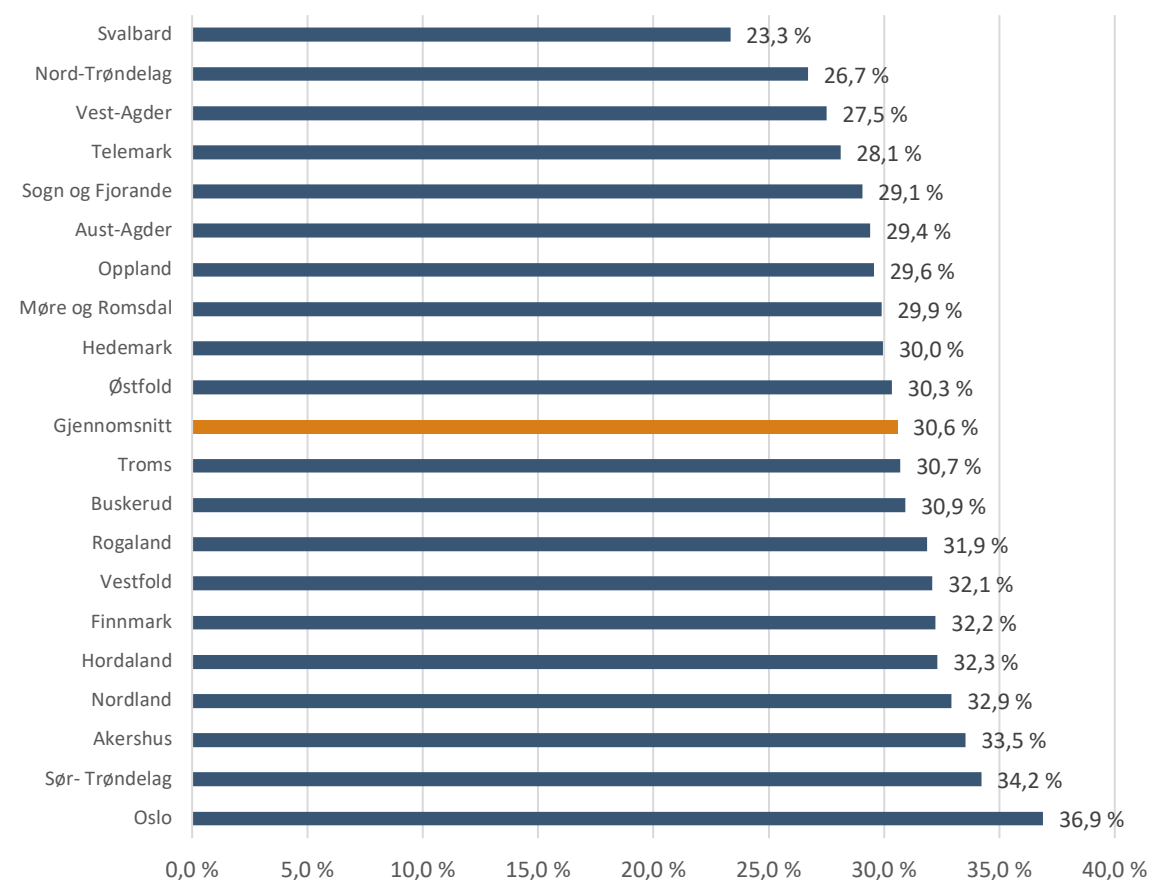


## Kvinneandel blant entreprenører i ulike fylker

I fylkene med en kvinneandel for entreprenører over gjennomsnittet på 30 prosent finner vi de største byene og de største befolkningene, deriblant Sør-Trøndelag, Akershus og Hordaland. Oslo hadde den høyeste kvinneandelen blant gründere i 2017 på 36 prosent. Dette er et velkjent mønster, som dels kan forklares i lys av nærings sammensetning og dels i lys av befolkningens utdanning. Det er litt overraskende at vi også finner Finnmark og Nordland blant fylkene som ligger over gjennomsnittet, noe som indikerer at det ikke bare er urbane kjennetegn som styrer den geografiske strukturen i kvinners entreprenørskap.



Figur 3-7: Kvinneandel blant entreprenører i ulike fylker for 2017<sup>7</sup>



### Hel- eller deltidsentreprenørskap

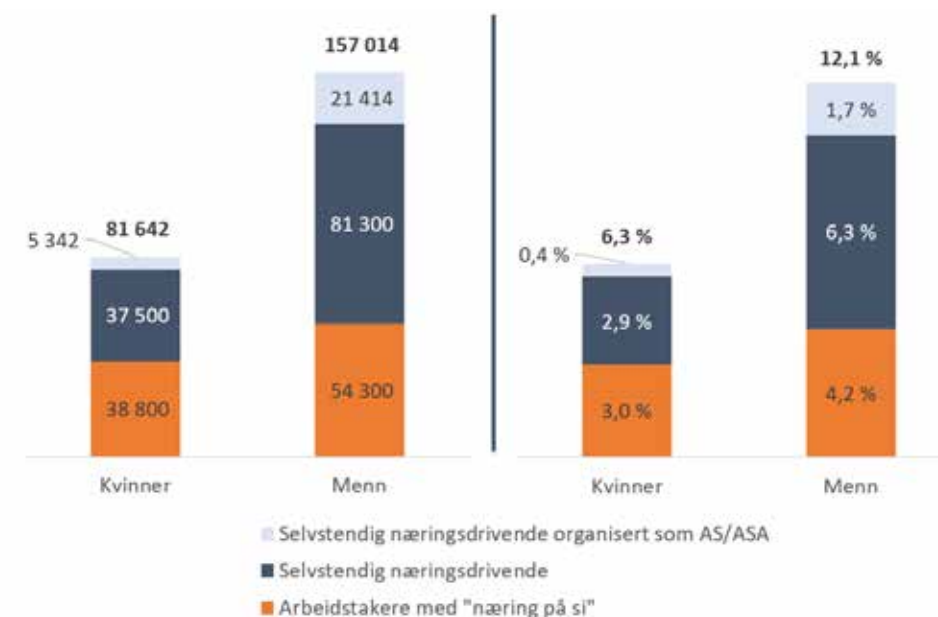
I neste kapittel viser vi at langt over halvparten av de som velger å bli entreprenører kommer fra en situasjon som arbeidstaker. En stor andel av disse begynte først som entreprenører på deltid eller på si. Wennberg med flere (2009) hevder at det store flertall av de som går fra å være arbeidstaker til å drive med entreprenørskap velger nettopp deltidsentreprenørskap som en overgangsløsning. Videre viser de at individer med høyere utdanning er sterkt overrepresentert blant deltidsentreprenørene. Det er også et sentralt poeng at disse deltidsentreprenørene over tid står for to tredeler av alle fulltidsentreprenørene. Deltidsentreprenørene er med andre ord en helt sentral kilde til heltidsentreprenørskap. Mange – og særlig da kvinner med høy utdanning – velger altså med andre ord å starte for seg selv i det små ved siden av vanlig regulært arbeid.

En deltidsentreprenør kan tolkes som en lønnstaker med selvstendig næringsvirksomhet på siden. Dette er individer med hovedinntekt fra lønnsinntekt, men som har registrert noe næringsinntekt i skatteoppgavene. I Norge er en større andel av kvinnelige entreprenører deltidsentreprenører enn blant mannlige entreprenører. Blant selvstendig næringsdrivende utgjør deltidsentreprenører 48 prosent av de kvinnelige entreprenørene og 35 prosent av de mannlige. Som illustrert i Figur 3-8 under, var det registrert 37 500 kvinnelige selvstendige

<sup>7</sup> 9 336 antall bedrifter er blitt ekskludert i statistikken på grunn av manglende informasjon om kjønn på daglig leder. Figuren er basert på 53 225 gründere.

næringsdrivende (2,9 prosent av kvinnelige sysselsatte) mot 28 800 kvinnelige deltidsentreprenører (3,0 prosent av kvinnelige sysselsatte) i 2012.

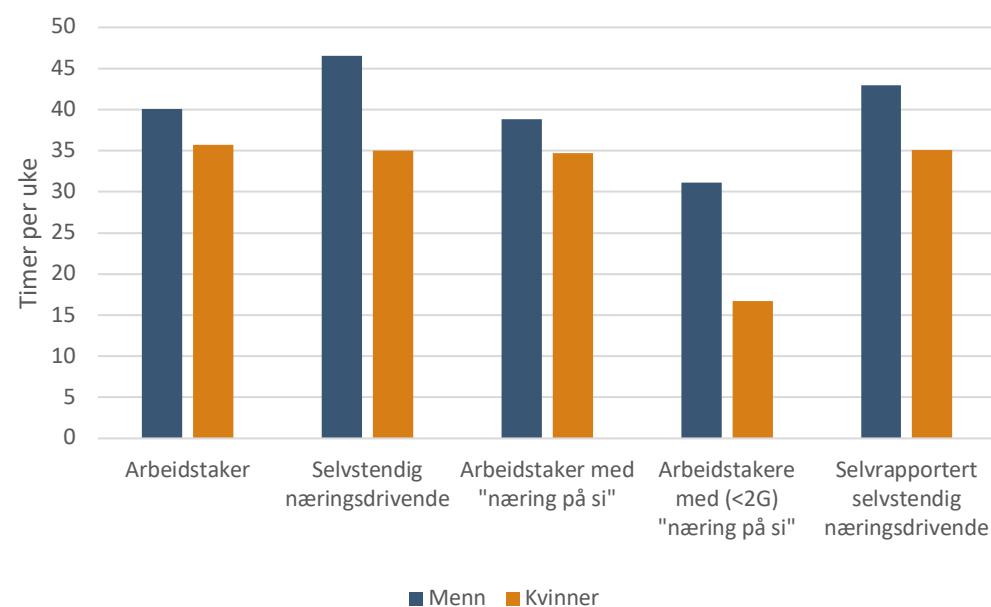
Figur 3-8: Antall selvstendige næringsdrivende (venstre figur) og som andel av sysselsatte (høyre figur) i 2012. Kilde SSB (Levekårsundersøkelsen) og Menon (2016)



### Arbeidstid og inntekt til entreprenører og deltidsentreprenører

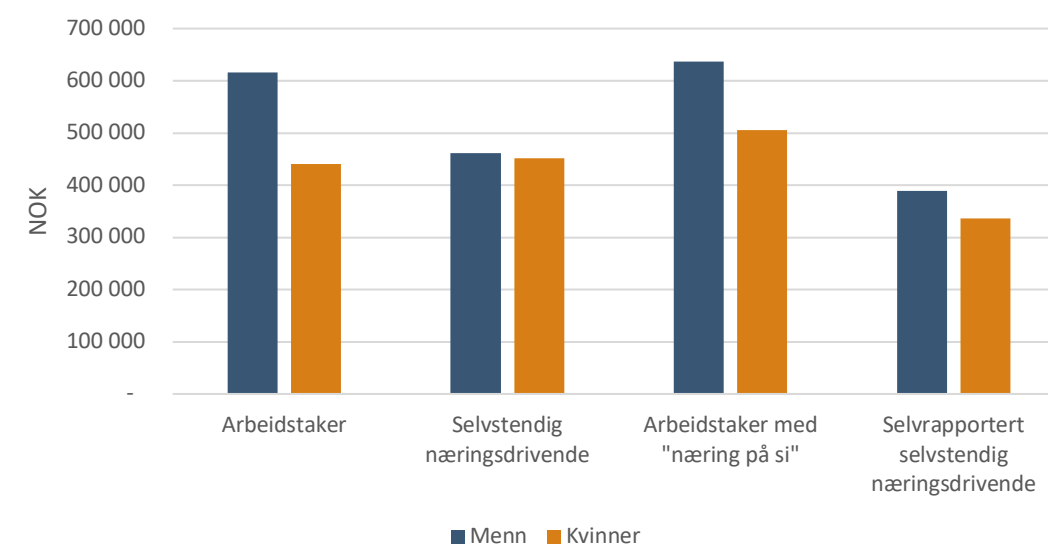
Som det fremkommer av Figur 3-9 under arbeider menn flere timer i løpet av en uke, uavhengig av gruppering. Kvinnelige selvstendig næringsdrivende som tjener over 2G (ca 200 000) arbeider 33 prosent færre timer enn mannlige selvstendig næringsdrivende. Forskjellen er mindre blant sysselsatte, hvor kvinner jobber 12 prosent færre timer enn menn. Derimot er forskjellen størst blant deltidsentreprenører som tjener mindre enn 2G, hvor kvinner jobber hele 86% færre timer enn menn.

Figur 3-9: Gjennomsnittlig arbeidstid per uke for sysselsatte, entreprenører og deltidsentreprenører som tjener over 2G fordelt på kjønn. Kilde: Selvrapporing 2013



Basert på data vi har benyttet er det en relativt liten inntektsforskjell mellom kvinnelige og mannlige selvstendig næringsdrivende. Som illustrert i Figur 3-10 under, var forskjellen på kun 2 prosent i 2012. Inntektsforskjellen mellom kvinnelige og mannlige arbeidstakere langt høyere (26 prosent). Dette er overraskende ettersom forskjellen i antall arbeidstimer per uke jo er større for selvstendige enn for arbeidstakere. At kvinner har en relativt høy inntekt som selvstendig næringsdrivende kan reflektere at det er mange kvinner med høy utdanning som velger å være selvstendig.

Figur 3-10: Gjennomsnittslønn i form av arbeidsinntekt og næringsinntekt for sysselsatte, entreprenører og deltidsentreprenører som tjener over 2G fordelt på kjønn i 2012. Kilde: Selvrapporing 2013



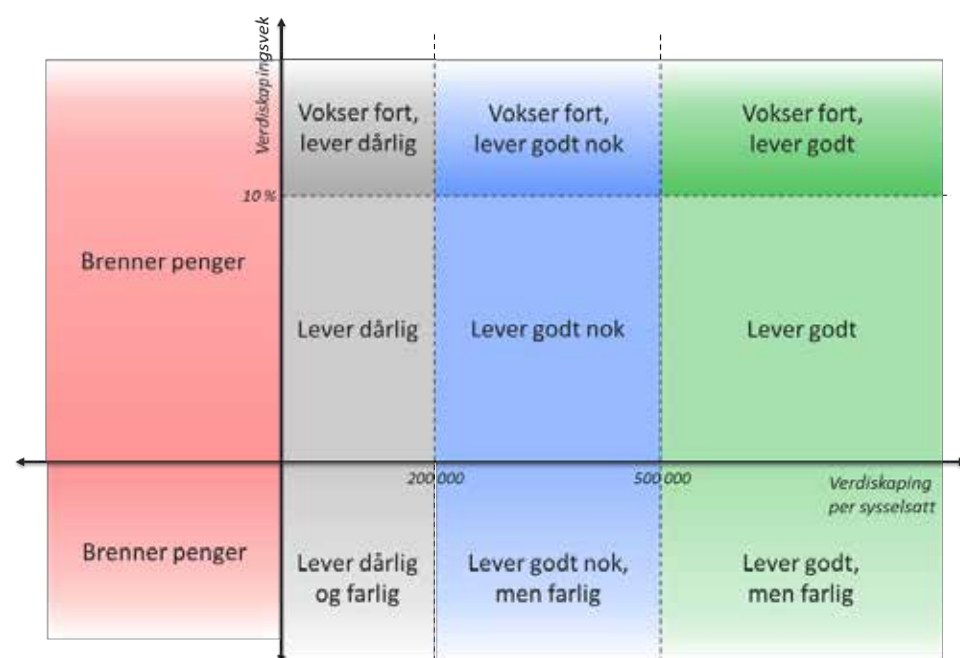
### Entreprenøren fem år etter oppstart

Sannsynligheten for at en entreprenør klarer å holde virksomheten i live de første fem årene er lav. Ca. 70 prosent av alle nye foretak forsvinner i denne perioden, og mange av disse har aldri fått noe aktivitet overhode. Sannsynligheten for å overleve er langt større for aksjeselskaper enn for et personlig eid foretak (ENK), henholdsvis 50 prosent for AS og 20 prosent for ENK. Overlevelsesraten for kvinner og menn er relativt lik for begge organisasjonsformene<sup>8</sup>.

Når vi skal se nærmere på de som har overlevd etter fem år, må vi kategorisere bedriftene. Kategoriseringen er hentet fra Menon-rapporten «En million ideer» fra 2015. I figuren under har vi laget ti kategorier som beskriver graden av økonomisk suksess. Som det kommer frem av fargene i figuren er det fire hovedkategorier basert på verdiskapingen per sysselsatt i bedriften. De mest suksessfulle selskapene er de som har verdiskaping for mer enn 500 000 per sysselsatt. Vi anser at de som har startet disse selskapene «lever godt» og kan derfor sies å ha lyktes med sitt entreprenørskap. De har en verdiskaping per ansatt som kan konkurrere med en regulær lønnsinntekt.

<sup>8</sup> Det er viktig å presisere at raten er basert på overlevelse av etablerere i virksomheten og ikke antall foretak. For eksempel er det ikke nødvendigvis slik at 50 prosent av alle AS/ASA som blir etablert dør innen fem år, men at halvparten av entreprenørene ikke er en del av virksomheten fem år senere.

Figur 3-11: Suksesskategorier basert på verdiskaping per sysselsatt og verdiskapingsvekst

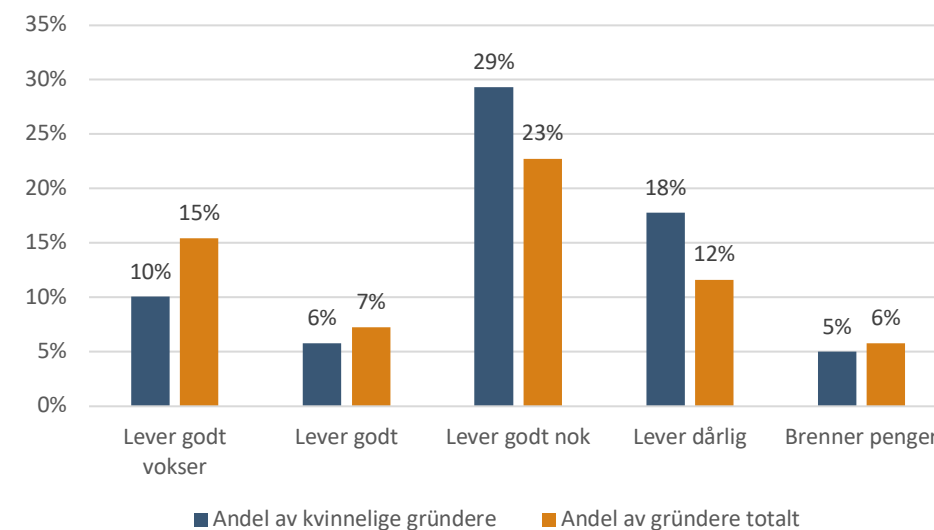


For de med verdiskaping per sysselsatt mellom 200 000 og 500 000 er situasjonen mindre bra. I hvilken grad disse har lyktes med sin virksomhet avhenger av den individuelle entreprenørs målsetning med oppstarten. Derfor har vi kalt denne kategorien «lever godt nok» ettersom det her vil være mange såkalte «levebrødsforetak» som ikke nødvendigvis har ambisjoner eller mulighet til å vokse seg større. Noen av de som har en verdiskaping på mellom 200 000 og null kan også være slike levebrødsforetak, men her er det nok svært få som kan leve av inntekten fra entreprenørskap alene. Det er igjen viktig å presisere at dersom målet kun er å spe på en allerede eksisterende lønnsinntekt vil det også her kunne være noen som oppfatter sin virksomhet som en suksess.

Til slutt har vi de som har negativ verdiskaping per sysselsatt.<sup>9</sup> Denne gruppen har fått det passende navnet «brenner penger». Å havne i denne kategorien er ikke nødvendigvis en dødsdom. Dette gjelder spesielt kapitalintensive selskaper med lave lønnskostnader. Det er antakelig mange selskaper som befinner seg her som senere skyter fart oppover til høyre i figuren. De brenner penger for å vokse senere i livet. I tillegg til de fire hovedkategoriene har vi lagt inn et skille for de som vokser fort – dvs. en gjennomsnittlig årlig verdiskapingsvekst på over ti prosent.

<sup>9</sup> Dette betyr at driftsresultatet per ansatt (før avskrivninger, nedskrivninger og finansposter) i disse selskapene er negativt og at lønnskostnadene ikke er høye nok til å veie opp.

Figur 3-12: Andel kvinnelige gründere og andel av gründere totalt i suksesskategoriene for virksomheter som fortsatt var aktive fem år etter oppstart i 2003. Kilde: Grünfeld med flere (2015)



I Figur 3-12 over ser vi på kvinneandel i fem av de ti gruppene. Av de entreprenørene som har overlevd fem år etter oppstart lever de fleste «godt nok» økonomisk av virksomheten. Kvinner er overrepresentert blant de som lever «dårlig» og «godt nok». Likeledes er kvinnelige gründere underrepresentert blant de som «lever godt» av næringen og blant de som «lever godt og vokser»<sup>10</sup>. Kategorien «brenner penger» omfatter de som har negativ verdiskaping per sysselsatte. Også her er kvinner underrepresentert. Dette mønsteret underbygger et bilde der kvinnelige entreprenører i mindre grad er involvert i prosjekter/bedrifter som skaper stor vekst så vel som prosjekter som går i kraftig underskudd de første årene. Mange vekstforetak, og særlig de som krever store investeringer går gjerne gjennom en periode i starten der man brenner penger og oppnår store underskudd. Blant disse er det relativt få med en kvinnelig entreprenør.

### Mangel på vekstentreprenører handler mye om kvinners valg av næring

En viktig forklaring bak hvorfor det er langt færre kvinner i gruppen av vekstforetak fem år etter start, er at kvinner gjerne velger å gå inn i næringer som har lavere vekst.

Tabellen nedenfor rapporterer andelen av selskaper som har kvinnelige gründere og som befinner seg i de ulike suksess-kategorier etter fem år i ulike næringer. Den bakerste kolonnen viser kvinneandelen totalt i næringen. Andelene i de ulike suksesskategoriene må måles opp mot denne bakerste kolonnen. Tallene viser at kvinner er langt til stede i enkelte næringer: sosiale/personlige tjenester, helse/sosial og hotell og restaurant. I disse næringene gjør kvinner det bedre eller like bra som menn, målt i andelen av gründere som lever godt og vokser (se grønne celler). I tillegg gjør de det faktisk bedre enn menn også i transportnæringen. Det er også interessant å se at kvinner gjennomgående er overrepresentert i kategorien (levere godt nok). De tjener rimelig godt men vokser ikke så fort. Mange vil betegne også disse som suksessfulle.

<sup>10</sup> Grünfeld med flere (2015)

Figur 3-13 Kvinneandeler blant entreprenører i ulike næringer og suksesskategorier

	Antall	Kvinneandel		Lever godt		Brenner		Død	Total
		vokser	nok	Lever godt	Lever dårlig	pengen			
Andre sosiale og personlige tjenester	369	49 %	58 %	50 %	33 %	17 %	19 %	41 %	
Undervisning	107	16 %	23 %	0 %	56 %	31 %	41 %	32 %	
Helse- og sosialtjenester	324	30 %	41 %	23 %	29 %	20 %	25 %	31 %	
Varehandel	3023	10 %	25 %	20 %	33 %	18 %	20 %	22 %	
Hotell- og restaurantvirksomhet	918	25 %	22 %	0 %	26 %	40 %	14 %	18 %	
Forretningsmessig tjenesteyting	1982	11 %	21 %	12 %	16 %	13 %	10 %	14 %	
Industri	556	6 %	17 %	9 %	21 %	6 %	15 %	13 %	
Jordbruk skobruk og fiske	259	4 %	9 %	15 %	17 %	0 %	10 %	9 %	
Finans og forsikring	45	0 %	0 %	0 %	29 %	0 %	12 %	9 %	
Transport	361	16 %	4 %	10 %	22 %	0 %	8 %	9 %	
Informasjon og kommunikasjon	460	5 %	6 %	4 %	15 %	10 %	9 %	8 %	
Bygg og anlegg	1284	5 %	8 %	5 %	16 %	7 %	6 %	7 %	
Elektrisitet vann og renovasjon	31	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	
Bergverk	18	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	
<b>Total</b>	<b>10001</b>	<b>11 %</b>	<b>21 %</b>	<b>13 %</b>	<b>25 %</b>	<b>14 %</b>	<b>14 %</b>	<b>17 %</b>	

Tallene i tabellen tilsier at det ikke først og fremst er kvinner men næringstilknytning som styrer hvor ofte kvinner figurerer som entreprenør i en bedrift som kan betegnes som vekstbedrift. En av årsakene til at bedrifter vokser sakte i de næringene der det er mange kvinner kan være samspillet/konkurransen med offentlig sektor. Dette kommer vi tilbake til i kapittel 7.

## 4. Personlige kjennetegn ved entreprenører

I dette kapitlet ser vi nærmere på personlige kjennetegn ved kvinnelige entreprenører. Formålet er å utdype forståelsen av hva det er som preger kvinners vurdering rundt det å starte opp for seg selv. Vi forsøker å ikke berøre kvinners sosial relasjoner, nettverk og samspill med andre, dette er tema for neste kapittel. Dog er det ikke lett å skille klart mellom personlige egenskaper og sosiale relasjoner. De henger ofte tett sammen.

Litteraturen om kvinner og entreprenørskap er stor og det eksisterer egne tidsskrifter som fokuserer på dette temaet, eksempelvis *International Journal of Gender and Entrepreneurship* og *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*. Forskningen<sup>11</sup> identifiserer gjennomgående at personlige kjennetegn og individenes bakgrunn betyr mye for hvorvidt en kvinne, så vel som en mann, velger å bli entreprenør. Kjennetegn som utdanning, sosial bakgrunn, alder, bosted, inntekt og ikke minst syn på egne ferdigheter er viktige forklaringsfaktorer for entreprenørskap, men til tross for at forskningen nå har avdekket en rekke viktige kjennetegn forblir store deler av kjønns-gapet i entreprenørskap uforklart, og særlig et såpass stort gap som i Norge<sup>12</sup>.

Lindquist, Sol og van Praag (2015) forsøker å skille mellom medfødte og senere tilegnede egenskapers betydning for entreprenørskap. Ved å studere adopterte barn og deres biologiske og sosiale foreldre i Sverige får de beregnet effekten på barns tilbøyelighet til entreprenørskap, betinget på både biologiske og sosiale foreldres tilbøyelighet til entreprenørskap. Begge typer foreldre er med på å bestemme barnas atferd, men effekten av sosiale foreldres atferd er omlag dobbelt så sterk som effekten av biologiske foreldres atferd. Forfatterne peker på at den sterke sosiale effekten bygger opp under betydningen av å ha entreprenører som rollemodeller. Bell med flere (2018) undersøker i en stor og nylig publisert studie kjennetegn ved de som blir en oppfinner<sup>13</sup> i USA, med fokus på om individet har blitt sånn eller er født sånn («nature or nurture»). Det er et viktig spørsmål fordi man i debatten om kjønnsulikhet i entreprenørskap og innovasjon ofte hører at ulikhetene knytter seg til medfødte forskjeller som det er vanskelig å gjøre noe med. Studien fokuserer ikke direkte på entreprenørskap men på hva som forklarer at en person ender opp med en patent eller oppfinnelse. Det er med andre ord et langt strengere kriterium enn entreprenørskap, og dekker både intraprenører og entreprenører.

Studien følger 1,2 millioner oppfinnere i USA gjennom deres liv fra fødsel til innovasjon. Den viser at sannsynligheten for at et barn blir innovatør i stor grad påvirkes av karakteristika som kjønn, rase og foreldres inntekt. Forfatterne finner at ulike matematikkferdigheter<sup>14</sup> ikke forklarer kjønns-gapet i innovasjon. De viser at matematikkferdighetene til jenter og gutter i tredje og åttende klasse er nokså like og kan kun forklare hhv 2,4 prosent og 8,5 prosent av kjønns-gapet i innovasjon.

Bell med flere (2018) finner at barn fra høyinntektsfamilier (topp 1 prosent) har ti ganger så høy sannsynlighet for å bli oppfinner enn barn fra familier med inntekt under medianen. Gapet er stort selv om en kontrollerer for matematikkferdigheter, kjønn mm. Studien viser at barn som ble oppfinnere typisk kommer fra nabolag med høyere gjennomsnittsinntekt, færre enslige foreldre og mer mobilitet mellom generasjonene. Dette gjelder for både menn og kvinner.

<sup>11</sup> Jennings og Cash (2006)

<sup>12</sup> Langowitz og Minniti (2007)

<sup>13</sup> Studien definerer en innovatør som et individ som har et patent. Bruken av patent som en proxy for innovasjon har sine begrensninger, blant annet vil ikke alle innovasjoner være patentert og ikke alle patenter er meningsfulle innovasjoner.

<sup>14</sup> Gode ferdigheter i matematikk er svært forutsigende for innovatørraten.

## Hva de drev med før de startet opp virksomheten?

En studie av alle entreprenører i Norge gjennomført av Berglann med flere (2011) finner at omtrent halvparten av alle entreprenører i Norge har status som arbeidstaker før de starter opp egen virksomhet. Åtte prosent kommer fra arbeidsledighet, fem prosent fra utdanning og to prosent av entreprenørene er pensjonister eller uføre når de starte opp egen virksomhet<sup>15</sup>. Studien viser at menn langt oftere velger å bli entreprenør i Norge, uavhengig av hva de drev med tidligere. Forskjellen mellom kvinner og menn er spesielt stor hvis personen var arbeidsledig i utgangspunktet.

Tabell 4.1: Andel av entreprenører som kom fra ulik status i arbeidsmarkedet i perioden 2000 til 2005. Kilde: Berglann med flere (2011).

STATUS FØR ENTREPRENØRSKAP	ANDEL AV TOTAL
JOBBS (ANSATT)	53 %
UTDANNING	5 %
ARBEIDSLEDIGHET	8 %
PENSJON OG UFØRHET	2 %
ANNET	31 %

## Kompetanse og utdanning

En stor del av forskningslitteraturen om kvinnelig entreprenørskap fokuserer på utdanning. Resultatene fra forskning er her ikke entydige. På den ene siden antyder en rekke studier at valg av utdanning spiller en rolle for entreprenørskapsraten. Eksempelvis viser en studie<sup>16</sup> at høyere inntekt og høyere utdanning øker sannsynligheten for at kvinner blir entreprenører dersom kvinnen er opportunistisk motivert (og ikke handler ut fra nødvendighet). Andre studier<sup>17</sup> viser at kjønnsgapet i liten grad skyldes utdanning. På tross av store forskjeller i entreprenørskapsraten mellom utdanningsgrupper, består forskjellene mellom kjønn når det kontrolleres for utdanning<sup>18</sup>.

I Norge har en større andel av kvinnelige entreprenører høyere utdanning<sup>19</sup> enn mannlige entreprenører, som illustrert i Figur 4-1. I tillegg har kvinnelige (og mannlige) entreprenører høyere utdanning enn befolkningen generelt<sup>20</sup>. Norske kvinnelige entreprenører har tatt utdanning innen allmenne fag<sup>21</sup> (25 prosent), økonomi og administrasjon (21 prosent), samt helse, sosial- og idrettsfag (18 prosent)<sup>22</sup>. Norske mannlige entreprenører har i større grad studiebakgrunn fra naturvitenskapelig faglige og tekniske fag (42 prosent), allmenne fag (23 prosent) og økonomi og administrasjon (17 prosent).

<sup>15</sup> Mange entreprenører er i utgangspunktet uten fast jobb før de starter for seg selv, men har ikke krav på dagpenger og blir derfor ikke regnet som arbeidsledige av NAV. Disse inngår i gruppen "annet" som er 31 prosent av entreprenørene. Berglann med flere (2011) forutsetter en næringsinntekt på over 2G for å defineres som entreprenør i sin studie, noe gjør at gruppen "annet" også omfatter de som går inn og ut som entreprenører per definisjon.

<sup>16</sup> Langowitz og Minniti (2007)

<sup>17</sup> Berglann med flere (2013), Berglann med flere (2011) og Fjærli med flere (2013)

<sup>18</sup> Berglann med flere (2011)

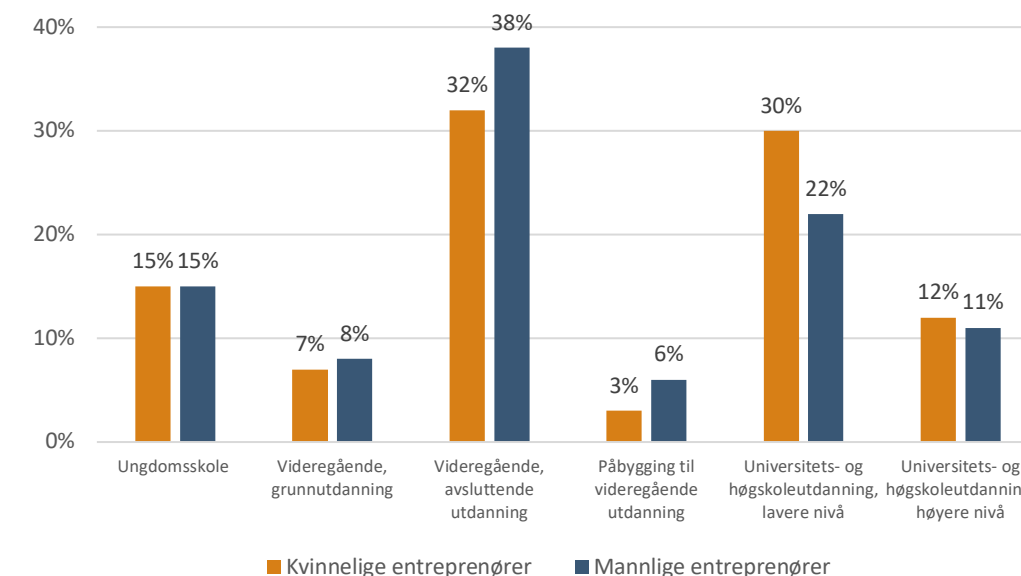
<sup>19</sup> Høyere utdanning inkluderer universitets- og høyskoleutdanning lavere og høyere nivå.

<sup>20</sup> I den norske befolkningen generelt har 28 prosent av kvinnene og 26 prosent av mennene høyere utdanning. Referansebefolkningen består av alle sysselsatte over 18 år og inkluderer selvstendig næringsdrivende.

<sup>21</sup> Kalt *general programmes* i studien, og er i hovedsak grunnskole og videregående allmenne fag.

<sup>22</sup> Fjærli med flere (2013)

Figur 4-1: Andel kvinnelige og mannlige entreprenører per utdanningsnivå. Kilde: Fjærli med flere (2013)



## Kvinnelige entreprenørskap innenfor STEM-fag

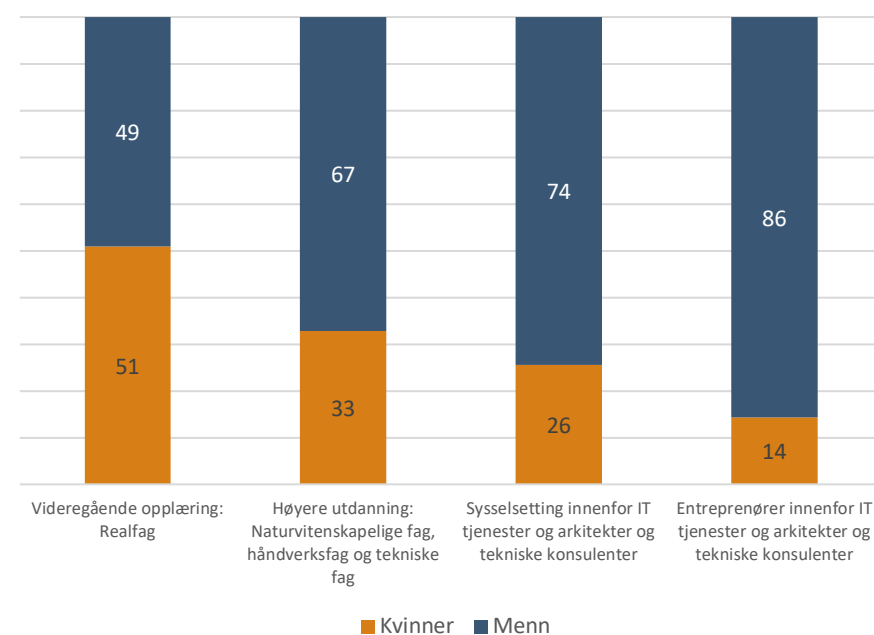
Kvinner er underrepresentert innenfor utdanningsfelt som **vitenskap, teknologi, ingeniør og matematikk** (kjent som STEM-fag<sup>23</sup>). Når vi følger kvinner fra videregående opplæring til sysselsetting og entreprenørskap finner vi et stort frafall innenfor den såkalte STEM-sektoren. Litteraturen har omtalt dette som en *leaky pipeline*.

I Norge kan vi observere et tilsvarende fenomen, illustrert i Figur 4-2. Blant elever i den videregående skolen er over halvparten av elevene som velger realfag innenfor studiespesialisering kvinner. Derimot er kun en tredjedel kvinner av studentene i høyere utdanning innenfor naturvitenskapelige fag, håndverksfag og tekniske fag. Etter endt utdanning velger enda færre kvinner å jobbe innenfor næringer som sysselsetter mange med STEM-bakgrunn. Her finner vi «tjenester tilknyttet informasjonsteknologi», «arkitektvirksomhet og teknisk konsulentvirksomhet» og «teknisk prøving og analyse». Innenfor disse næringene er kvinneandelen 26 prosent. Videre er kun 14 prosent av entreprenørene innen disse næringene kvinner. Det er naturlig å spørre hvorfor kvinner velger å forlate disse fagfeltene.

<sup>23</sup> STEM står for *science, technology, engineering* og *math*. Litteraturen bruker og benevnelsen SET, som står for *science, engineering* og *technology*.



Figur 4-2: Kvinneandel på veien mot etablering av STEM bedrift i 2016. Kilde: UDIR, SSB (05576, 08536 og 07359)



En studie utført av Marlow og McAdam (2012) argumenterer for at både STEM og entreprenørskap er statistisk sett mindre vanlig for kvinner. Dette understøttes av en tilsvarende studie<sup>24</sup> som peker på at kulturen innenfor utdanningsfeltet STEM og i entreprenørskap er tilpasset menn og basert på mannlig væremåte. Dette gjenspeiles i sitatet under hvor det argumenteres for at menn i større grad enn kvinner trives innenfor STEM-sektorer, mens kvinner tilstedeværelse er svakere innenfor de samme sektorene.

*“Women may be marginalized within STEM sectors, while men often thrive and prosper under the same conditions”<sup>25</sup>*

Blume-Kohout (2014) finner at kvinnelige PhD kandidater i USA innenfor STEM-fag har lavere entreprenørskapsrate og patenteringsrate enn mannlige PhD kandidater innenfor samme fag. Ifølge Blume-Kohout kan 68 prosent av kjønnsgapet i entreprenørskapsraten tilskrives forskjeller mellom kjønn med tanke på fagområder, arbeidssektorer, erfaring, læringsmiljøer og foreldre.

### Alder og erfaring

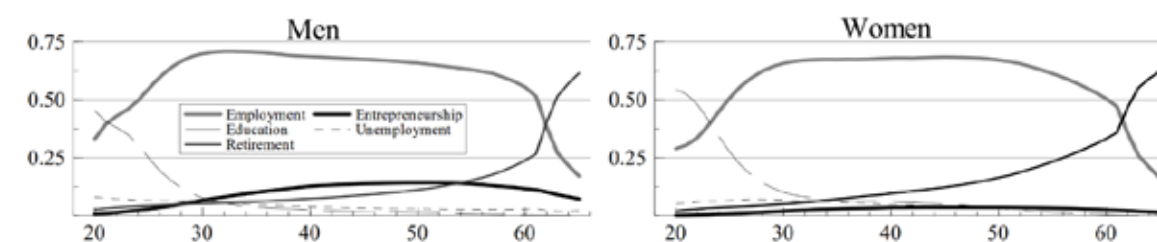
Entreprenørskapsraten i Norge øker med alderen. Berglann med flere (2011) viser at alderen med høyest andel kvinnelige entreprenører er 44 år (51 år for menn), men raten stabiliserer seg for kvinner allerede i midten av 30-års alderen (for menn i midten av 40-års alderen). Dette mønsteret bekreftes av en tidligere studie<sup>26</sup> som finner at kvinner og menn ofte blir entreprenører i en periode av livet når det er vanlig å oppdra barn.

<sup>24</sup> Ogbor (2000)

<sup>25</sup> Martin med flere (2015)

<sup>26</sup> Minniti og Arenius (2003)

Figur 4-3: Andel kvinner (figur til høyre) og menn (figur til venstre) som er sysselsatt, i utdanning, i pensjon, entreprenør eller arbeidsledig innenfor fordelt på alder. Figur hentet fra Berglann med flere (2011).



### Sosial status og sosial klasse

Halvparten av norske entreprenører er gift med minst ett barn, mens 20 prosent er enslige<sup>27</sup>. Økonomisk trygghet og stabilitet i ekteskap kan muligens forklare den høye andelen entreprenører som er gift. Mindre enn ti prosent av norske entreprenører er aleneforeldre. Det er grunn til å forvente at de aller fleste av disse er kvinner.

Nel med flere (2010) ser på fenomenet *mumpreneurs* som integrerer morsrollen og entreprenørskap. Studien setter søkelys på fortrinnene som oppnås gjennom å være såkalte *mumpreneurs*. De peker på arbeidslivsbalanse, følelse av måloppnåelse, tilfredstilte av en selv, høyere inntekt, økt respekt og følelse av selvstendighet.

Berglann med flere (2011) viser at jobbstatus påvirker sannsynligheten for å bli kvinnelig entreprenør i Norge. Studien finner at det er størst sannsynlighet for at en kvinne blir entreprenør dersom hun allerede har en fot innenfor arbeidslivet, men ikke er fulltidsansatt. I tillegg er det større sannsynlighet for en kvinne å bli entreprenør dersom hun er arbeidsledig enn i vanlig arbeid, men høy samlet ledighet i økonomien reduserer sannsynligheten for å bli entreprenør. Dette bekreftes i en annen studie<sup>28</sup> som finner en negativ korrelasjon mellom kvinnelig entreprenørskap og kvinnelig arbeidsledighet.

Fra forskningslitteraturen er det tegn til at norske kvinner er mer opptatte av praktiske forhold som tilgang på lokaler og eksterne faktorer som barn, alder og bosted når de skal starte en virksomhet<sup>29</sup>.

### Inntekt og formue

Høyere personlig inntekt og formue øker sannsynligheten for at kvinner blir entreprenører<sup>30</sup>. Derimot har ikke partners inntekt og formue stor betydning for kvinnelig entreprenørskapsrate<sup>31</sup>. Dette er motsatt for menn. Deres entreprenørskapsrate er sterkt påvirket av partners formue.

### Vilje til økonomisk risiko som kjennetegn

En rekke studier peker på at kjønnsgapet i entreprenørskap skyldes ulik preferanse for risiko og vilje til å konkurrere mellom kvinner og menn<sup>32</sup>. Enkelte studier rapporterer at kvinnelige entreprenører er mer

<sup>27</sup> Fjærli med flere (2013)

<sup>28</sup> Minniti og Arenius (2003)

<sup>29</sup> Grünfeld med flere (2015)

<sup>30</sup> Berglann med flere (2011) og Langowitz og Minniti (2007)

<sup>31</sup> Berglann med flere (2011)

<sup>32</sup> Markussen og Røed (2017)

risikoavers enn mannlige entreprenører, men andre studier klarer ikke å påvise en slik kobling<sup>33</sup>. Vi står med andre ord overfor et uklart bilde her. Det er vist at redsel for å mislykkes kan påvirke kvinnelige entreprenører i større grad enn mannlige entreprenører, noe som kan peke i retning av at kvinner har lavere toleranse for risiko<sup>34</sup>. Tilsvarende argumenterer en studie<sup>35</sup> for at kvinnelige entreprenører tar mindre risiko enn mannlige entreprenører da kvinner i større grad enn menn benytter seg av banklån for å finansiere virksomheten.

Berglann med flere (2011) antyder at mannlige entreprenører tar mer risiko enn kvinnelige entreprenører i Norge, ettersom de mest (minst) suksessfulle mannlige entreprenørene har høyere gevinst (tap) enn de mest (minst) suksessfulle kvinnelige entreprenørene. I forrige kapittel viste vi at kvinnelige entreprenører er overrepresentert blant såkalte "levebrødsforetak"<sup>36</sup> i Norge. Dette kan gjenspeile en lavere preferanse for risiko blant kvinner. Samtidig kan disse korrelasjonene også være drevet av at kvinner systematisk velger å etablere nye foretak oftere i næringer som ikke genererer like mange høyvekstforetak<sup>37</sup>. Bird og Bush (2002) fremhever at kvinners avgjørelse om å starte en virksomhet påvirkes i større grad enn menn av ikke-økonomiske forhold<sup>38</sup>.

### Opplevelse av egne ferdigheter

Kvinnens tilbøyelighet til å bli entreprenør påvirkes sannsynligvis av hvordan kvinner oppfatter egne ferdigheter. En studie<sup>39</sup> fra 2006 finner at kvinner som mener de selv har de nødvendige egenskapene for entreprenørskap oftere etablerer egen virksomhet. Schneider (2017) viser at blant annet selvtillit med hensyn til egne ferdigheter er en viktig faktor for kvinnelige entreprenører å lykkes. Dette er i tråd med studier<sup>40</sup> som argumenterer for at kjønnsgapet i entreprenørskap i stor grad kan forklares ut fra at kvinner har en lavere oppfatning av egen kompetanse. Som vist i neste kapittel kan oppfattelsen av egne ferdigheter også påvirke kvinners sannsynlighet for å få tilført ekstern kapital til sine bedrifter.

---

<sup>33</sup> Humbert og Brindley (2015)

<sup>34</sup> Langowitz og Minniti (2007)

<sup>35</sup> Minniti og Arenius (2003)

<sup>36</sup> Grünfeld med flere (2015)

<sup>37</sup> Grünfeld med flere (2015), Grünfeld med flere (2016)

<sup>38</sup> Bird og Brush (2002)

<sup>39</sup> Arenius og Kovalainen (2006)

<sup>40</sup> Langowitz og Minniti (2007), Minniti og Arenius (2003)

## 5. Sosial interaksjon som drivkraft for kvinnelig entreprenørskap

I dette kapitlet retter vi fokus på hvordan sosial samhandling påvirker tilbøyeligheten til entreprenørskap. I forrige kapittel gikk vi gjennom en lang rekke kjennetegn som synes å påvirke hvorvidt kvinner blir entreprenører eller ikke. Disse kjennetegnene som utdanning, sosial klasse og status, inntekt, mm, vil alle kunne være et resultat av hvordan kvinner (og menn) samhandler med andre rundt seg. Med dette sikter vi til hvem som bor i nærheten av dem, hvem de jobber med, foreldrenes erfaringsgrunnlag, om de har noen rundt seg som kan fremstå som inspirasjon eller rollemodell, deres tilgang til finansiering og andres kompetanse i nettverkene.

### Foreldre og interaksjon i barndommen

En rekke studier<sup>41</sup> viser at sannsynligheten for å bli entreprenør øker dersom en eller begge foreldre er entreprenører, uavhengig av kjønn. Eksempelvis finner en studie<sup>42</sup> fra Sverige at dersom foreldrene har startet opp en virksomhet øker sjansen for å bli entreprenør selv med hele 60 prosent.

I en studie som bruker registerdata fra Norge, Hvide og Oyer (2019), viser forfatterne at familiebakgrunn har stor betydning for hva slags type bedrift en entreprenør starter opp. Mer enn halvparten av mannlige entreprenører starter opp en bedrift i samme eller en tett relatert bransje som fedrene har arbeidserfaring fra. De som starter opp i eksakt samme bransje gjør det betydelig bedre enn andre entreprenører i samme bransje. Tilbøyeligheten for kvinner til å starte opp en bedrift i samme bransje som en av foreldrene har arbeidserfaring fra er også sterk, men ikke like sterk som for menn.

Bell med flere (2018) finner at eksponering mot innovasjon i løpet av barndommen har en signifikant effekt på barns tilbøyelighet til å bli innovatør. Barn av familier som flyttet til et *innovativt* nabolag<sup>43</sup> da de var unge vil med en høyere sannsynlighet bli innovatører. Jo yngre de var da de flyttet dit jo større er korrelasjonen med innovasjon. Disse eksponeringseffektene er særlig sterke for jenter og effektene er også styrt av hvilket teknologiområde<sup>44</sup> som preger nabolaget. Barn som vokser opp i et nabolag eller i en familie med en høy innovasjonsrate i en spesifikk teknologi vil med høyere sannsynlighet patentere innenfor det spesifikke teknologiområdet. Det er særlig interessant å observere at kvinner er mer tilbøyelige til å bli innovatører innenfor et spesifikt teknologiområde dersom de vokste opp i et område med flere kvinnelige (men ikke mannlige) innovatører innenfor samme teknologiområde.

Tidligere studier har argumentert for at eksponeringseffekter fra nabolag har vært forårsaket av bedre skoler i enkelte områder og bostedssegregering. Bell med flere (2018) argumenterer i sin omfattende studie for at eksponeringseffektene av å vokse opp i et nabolag med en høy innovatørrate ikke kan forklares kun ut fra bedre skoler, men i større grad gjennom mekanismer som overfører spesifikk humankapital mellom personer, i form av mentorer eller nettverk, for eksempel gjennom *internships*. De finner at det er mindre sannsynlig at kvinner, minoriteter og barn fra lavinntektsfamilier har vært eksponert mot dette gjennom deres familier og nabolag. Dette kan igjen være med på å forklare den signifikant lavere innovasjonsraten blant disse gruppene enn innovasjonsraten generelt.

---

<sup>41</sup> Berglann med flere (2011) og Lindquist med flere (2015)

<sup>42</sup> Lindquist med flere (2015)

<sup>43</sup> Definert av Bell med flere (2018) som et nabolag med en høy andel patenter.

<sup>44</sup> Bell med flere (2018) har klassifisert patenter innenfor 445 ulike teknologiområder.

Bell med flere (2018) estimerer at dersom jenter hadde vært like eksponert for kvinnelige innovatører som gutter er for mannlige innovatører i deres barndomsnabolag, ville den kvinnelige innovasjonsrate øke med 164 prosent og kjønnsgapet i innovasjon falle med 55 prosent –kjønnsgapet ville med andre ord bli halvert.

### Sosiale nettverk som driver for entreprenørskap

Den sterke effekten av å bli eksponert for innovatører eller entreprenører av samme kjønn i barndommen sammenfaller med norske studier som viser betydningen av sosiale nettverk og sosial interaksjon i voksen alder for kvinners tilbøyelighet til å bli entreprenør. I en nyere studie fra Norge viser Markussen og Røed (2016) at kvinners entreprenørskap påvirkes av omfanget av entreprenørskap hos naboer, familie og folk som gikk på samme skole og klassetrinn. Basert på omfattende statistiske tester av populasjonen av alle entreprenører i Norge viser de at menn blir sterkere påvirket av at menn rundt dem er entreprenører, mens kvinner blir sterkere påvirket av tilstedeværelsen av andre kvinnelige entreprenører. Studien viser, i likhet med Bell med flere (2018), at sosiale nettverkseffekter er sterke og at de kan forklare mye av forskjellen mellom menn og kvinner når det kommer til andel som starter opp. Markussen og Røed hevder at hele 50 prosent av avviket mellom menn og kvinners entreprenørskapsaktivitet kan forklares av disse effektene. Ettersom denne studien ikke tar høyde for at enkelte nabolag kan særlig tiltrekke seg kvinner med spesielle egenskaper, skal man være varsom med å trekke alt for sterke slutninger fra denne analysen.

Forfatterne er opptatt av at den geografiske dimensjonen i sosial interaksjon er viktig. Studier fra Sverige<sup>45</sup> og Danmark<sup>46</sup> støtter opp under deres fokus på geografisk nærhet som kilde til sosial interaksjon som igjen påvirker entreprenørskapsratene. Kjennskap til andre entreprenører er positivt relatert til kvinners tilbøyelighet til å starte en virksomhet<sup>47</sup>. Dog er det forskjell mellom kvinnelige og mannlige nettverk. I tillegg har kvinnelige entreprenører mindre nettverk enn mannlige entreprenører<sup>48</sup>.

I Norge i dag finnes det flere muligheter å bli eksponert for entreprenørskap under høyere utdanning. Eksempelvis tilbyr NTNU et masterstudium i entreprenørskap, mens andre utdanningsinstitusjoner tilbyr entreprenørskap som en del av et studium som Gründerskolen i regi av Universitetet i Oslo og Innovation School ved NHH. Kvinneandelen på Entreprenørskolen ved NTNU har ligget mellom 30 til 35 prosent de siste årene, mens Innovation School ved NHH har hatt en kvinneandel rundt 40 prosent.

### Kvinnelige entreprenører og tilgang til andres kapital

Entreprenører som ønsker å starte opp virksomheter med stort vekstpotensial vil ofte ha behov for kapitaltilførsel fra andre, enten i form av lån eller gjennom andres investeringer. Dersom kvinnelige entreprenører har vanskeligere for å få tilgang til kapital enn mannlige entreprenører – alt annet likt, så kan dette være med på å forklare hvorfor kvinner er underrepresentert blant entreprenører generelt og blant entreprenører i høyvekstbedrifter mer spesielt.

Ved å kombinere Norsk venturekapitals database over alle bedrifter i Norge med profesjonelle fondsinvestorer på eiersiden og data fra Brønnøysundregistrene kan vi finne kjønn til daglig leder på tidspunktet da fondene

<sup>45</sup> Giannetti og Simonov (2009), Andersson og Larsson (2016)

<sup>46</sup> Nanda og Sørensen (2008)

<sup>47</sup> Langowitz og Minniti (2007)

<sup>48</sup> Minniti og Arenius (2003)

(såkorn og venturefond) gjorde sin første investering i bedriften. Normalt vil daglig leder i så unge bedrifter også være entreprenøren. Databasen dekker alle investeringer fra 2007 til og med 2017.

Av alle virksomhetene<sup>49</sup> som mottok investeringer fra 2007 til og med 2017, var det kun 4,2 prosent som hadde kvinnelig daglig leder på tidspunkt for første investering.<sup>50</sup> Dette utgjør eksempelvis en langt lavere andel enn den andelen som kvinner utgjør i bedrifter som lever godt og vokser (se kapittel 3). Det statlige investeringsselskapet Investinor har gått gjennom alle bedrifter de har vurdert å investere i perioden 2009 til 2015. Av totalt 1620 bedrifter hadde kun 16 bedrifter, eller 1 prosent, kvinnelig leder, styreleder eller oppfinner<sup>51</sup>. Et sentralt spørsmål som må stilles i denne sammenhengen er om den lave andelen kvinner i slike bedrifter følger av deres manglende vilje til å satse i denne retningen eller om de møter dårligere tilgang på kapital.

Malmstrøm med flere (2018) viser gjennom survey og intervjuer med investorer at statlig støttede investeringsfond i Sverige vurderer kvinnelige entreprenører og bedriftsledere til å ha mindre ressurser tilgjengelig og mindre vilje til å satse på at bedriften skal vokse. Studien viser videre at empirien ikke påviser noen forskjell på suksess i bedriftene som var i kontakt med fondene, avhengig av om de ble drevet av en kvinne eller mann. Forfatterne mener derfor at kvinnelige bedriftsledere får langt mindre kapital med offentlig støtte enn det de ideelt burde blitt tilført. Kvinnelige entreprenører fikk i snitt fikk 25 prosent av det beløpet de søkte om, mens menn fikk halvparten av hva de ba om fra offentlige svenske investeringsfond. Dette er en ny type forskning som krever mer omfattende studier med bedre metoder for identifikasjon av årsakssammenhenger, men disse første indikasjonene er av stor interesse.

Malmstrøm og Vincent (2018) viser videre at kvinner som søker lånefinansiering gjennom banker for finansiering av transaksjoner (ikke løpende kreditt) møter langt strengere krav til informasjonsinnhenting enn menn når bankene er typisk nasjonale. Når bankene er mer lokale (relation based banking) forsvinner denne ulikheten. Forfatterne mener at dette er tydelige indikasjoner på at kvinner møter andre og strengere krav til dokumentasjon i ved innhenting av kapital i finansmarkedet.

Alsos og Ljunggren ved Nord Universitet har gjennomført en lang rekke studier av kvinnelig entreprenørskap og fremhever overfor tidsskriftet *Forskning* at også de som forvalter offentlige næringsfond i Norge tror det er mindre lønnsomt å investere eller gi støtte til kvinner enn til menn. De peker på at kvinnelige gründeres erfaringsbakgrunn ble tillagt mindre vekt av investeringsfondet enn menns erfaringsbakgrunn. Alsos og Ljunggren hevder videre at de kvinnene som får støtte, ser ut til å ha innsett sin svakhet, og har derfor alliert seg med mannlige støttespillere.

Vi har intervjuet tre kvinner som står sentralt i det norske systemet for investeringer i oppstartsbedrifter med stort skaleringspotensial. Ingen av de tre kvinnene har særskilte interesser knyttet til å fremme kvinner som entreprenører. De tre har omfattende erfaring med næringen der man enter inn kapital til slike bedrifter, primært fra investor-siden. De bringer frem et entydig bilde av et marked for kapital som er preget av maskuline kjennetegn. Jo større investeringene eller lånene er, jo mer dominerer menn. Språket som brukes er også typisk maskulint og det hevdes at mange kvinner skremmes vekk fra de rom der investorene er lettest å finne og eventuelt matche med. Ulikt språk og unaturlige forventninger kan redusere effektiviteten i markedet og bidra

<sup>49</sup> Utvalg av 407 bedrifter.

<sup>50</sup> 80,3 prosent av virksomhetene hadde mannlige leder. Ettersom ikke alle virksomheter er registrert med kjønn på leder er 15,5 prosent av alle virksomhetene kategorisert som ukjent kjønn. Vi har ingen grunn til å tro at de uregistrerte har en annen kjønnsammensetning

<sup>51</sup> Artikkel i Dagens Næringsliv: <https://www.dn.no/her-er-kvinneandelen-099-prosent/1-1-5486759>

til å dempe tilgangen på kapital til gode prosjekter med kvinnelige grundere. En av intervjuobjektene pekte på behovet for å finne andre typer rom der entreprenører og investor kan møtes uten at disse faktorene får dempe markedsaktiviteten. Folkefinansiering (crowd funding) er en slik type rom der kvinner kan føle større trygghet og kanskje lettere hente inn kapital i markedet. De tre som ble intervjuet fremhevet også at det gjennomgående er slik at kvinner ikke er vant med eierrollen – i form av å være aktiv eier av aksjer. Når Aksje Norge holder regulære medlems- og informasjonsmøter kommer det svært få kvinner, men når de holder møter som er eksklusivt laget for kvinner, så er etterspørselen stor. Det pekes på en mangel på slike kvinnedominerte fora i finansmarkedet.

## 6. Kvinner i startup-miljøer: En antropologisk vurdering av utvalgte miljøer i Oslo

De senere årene har vi opplevd et kraftig oppsving i antall miljøer som legger til rette for entreprenører gjennom å tilby kontorfellesskap, ulike faglige tjenester, sosiale arenaer, kafeetilbud etc. Disse miljøene går under mange betegnelser: Startup-miljø, coworking spaces, gründerhager, inkubatorer, acceleratorer, etc. Bare i Oslo har vi fått flere titalls slike miljøer de seneste årene, aktører som Startuplab, Mesh, BI Startup, The Factory, Oslo Cancer Cluster Incubator, Nunatak, Aleap, Arkwright X, Katapult Accelerator, Charge Incubator, Oslo House of Innovation, Loftet Studentinkubator, Fintech Mundi, Tøyen Unlimited, SoCentral og Oslo Media House. I Bergen (Tripod, HUB, Bergen Works, Jo Capital m. fl.), og Trondheim har trenden også fått fotfeste, og gradvis ser vi tegn til at dette blir et fenomen som dukker opp i små og mellomstore byer her i landet. Kvinneandelen varierer kraftig fra nettverk til nettverk. I SoCentral er halvparten kvinner, mens mange andre steder er den helt nede i 5 prosent.

I dette kapittelet ser vi nærmere på kvinnelige entreprenører som har plass i et startup-miljø i Oslo. Vi presenterer noen av deres erfaringer med å få plass i et slikt nettverk, og reflekterer rundt det å være kvinnelig gründer sett i lys av behovet for sosiale nettverk. Basert på erfaringene fra de to foregående kapitlene skulle man forvente at slike miljøer vil kunne gi kvinner et sterkere sosialt og forretningsrettet nettverk som igjen kan bidra til å tilrettelegge for raskere vekst og måloppnåelse for kvinnelige entreprenører. Slike historier blir vi også presentert for i media, på konferanser, etc. Men i hvilken grad stemmer dette, og er kvinnelige entreprenører i slike miljøer egentlig opptatt av at de er kvinner eller er det andre forhold de fokuserer på?

Mauseth og Alsos (2017) finner i sin studie at såkalte *coworking spaces* kan i oppstartsfasen forenkle ressursanskaffelser for entreprenører dersom entreprenøren tar del i fellesskapet og ikke bare bruker det som kontorplass. Forfatterne argumenterer for at et *coworking space* gir entreprenører direkte ressurser som kontorplass, samt sosial og human kapital gjennom kurs og seminarer. I tillegg kan *coworking spaces* gi entreprenører indirekte ressurser som eksempelvis legitimitet og nettverksbånd som igjen kan føre til tilgang til finansiell kapital.

Feldman med flere (2016) viser til den store forskjellen mellom narrativer og virkelighet i startup-organisasjoner som de betegner som katalysatorer:

*«While respondents described a collaborative, open environment cultivated by Catalysts that should be particularly advantageous to women, we found that the stark gender disparity observed in the startup and technology realms in general was maintained in the Catalyst microcosm».*

Forfatterne påpeker at det er stor ulikhet mellom det en startup formidler at de gjør med kjønnsbalanse og det som faktisk skjer. Startups formidler at de jobber med å utjevne forskjellene mellom kvinner og menn, men i realiteten er det de same forskjellene mellom kjønn i startup-miljøene som verden utenfor. Kvinner er sterkt underrepresentert i startup-miljøene og i teknologiske miljøer generelt. Feldman med flere (2016) påpeker at «Women are just as adept as, if not more adept than, men in forming relationships, but due to the phenomenon of *homophily*, they are disadvantaged in the historically male-dominated startup industry». Prinsippet om *homophily* tilsier at nettverk bygges lettere mellom individer av samme kjønn, med samme alder og samme etnisitet. Forfatterne mener derfor at det er gjennom å jobbe med å inkludere kvinner fra et tidlig stadie, at disse strukturene kan endre seg.



Nedenfor rapporterer vi fra en liten antropologisk studie av kvinner i startup-miljøer i Oslo. Den har ikke til hensikt å hvile på statistiske mønstre, men å utdype, nyansere og forankre kvinneperspektivet i entreprenørskap og startup-nettverk.

### Sosialantropologisk metode og forestillinger om kjønn og entreprenørskap

Vårt blikk på kvinner i startup-miljøer i Oslo tar et antropologisk perspektiv. For en dypere antropologisk forståelse av sosiale prosesser knyttet til kjønn og entreprenørskap er det bedre med et feltarbeid som varte over tid. Med tidsperspektivet på oppdraget har metoden blitt avgrenset til samtaler og dybdeintervju. Alle samtaler fant sted på startup-stedet de var medlemmer av. Deltagende observasjon er sosialantropologiens primære metode og det er gjennom å oppholde seg et sted over tid at uformelle sosiale strukturer kommer til syne. Det samme gjelder forholdet mellom de formelle og uformelles strukturer i et felleskap (Eriksen, 2010). Antropologi handler om å dekonstruere og vise kompleksiteten i forestillinger vi tar for gitt. I denne sammenhengen forestillinger rundt kjønn og entreprenørskap. Som observatør står *jeget* sentralt. Mange vurderinger presenteres derfor i jeg-form.

Som antropolog har jeg oppholdt meg i startup-miljøene for å observere hvordan folk samhandler, men det jeg presenterer her er fra samtaler og intervju. Jeg har valgt å la kvinnene snakke fritt om hvordan de startet opp som entreprenører, og etterhvert stilt konkrete spørsmål knyttet til kjønn. De snakket mye om sin kompetanse- og karriereutvikling og hvordan de startet som gründer, hvordan de henter inn oppdrag og finansiering, betydningen av å være del av et startup-fellesskap og planer framover. Det var altså ingen som, uten å ha blitt spurt av meg, eksplisitt snakket om kjønn i forbindelse med oppstarten.

### Startup-nettverket som springbrett for entreprenørskap

Kjønn var ikke noe de reflekterte over til daglig, men fra omgivelsene har noen fått høre at det å satse og være en modig gründer er en maskulin egenskap. De har erfart at kjønnsrollestereotyper om entreprenører er knyttet til menn.

Å være del av et startup-nettverk har vært avgjørende for alle jeg snakket med. Nettverket, kontorfasilitetene, det sosiale, muligheten for å utveksle tjenester og dra nytte av hverandres nettverk. Og det å være en del av en startup i seg selv var et kvalitetsstempel og ga kredibilitet. De jeg snakket med har startet som gründer etter å ha opparbeidet kompetanse gjennom privat eller offentlig arbeidsliv.

«Hvordan og hvorfor jeg startet for meg selv? Jeg har nesten ti års bakgrunn fra offentlig sektor. Etter hvert merket jeg at jeg har mer og mer *drive* innenfor en kompetanse, spesialisering, som jeg jobbet mye med. Og jeg kjente at dette må jeg bare prøve ut. Jeg startet derfor opp helt for meg selv. Og jeg startet opp i forbindelse med fødselspermisjon. Jeg kunne hvile meg på den økonomisk. Jeg fikk flere store oppdrag og kunne senke skuldrene på at jeg hadde permisjon. Jeg ble medlem her (i startup-miljøet) etter bare et halvt år. Det var helt avgjørende. Mest i forhold til å utvide virksomheten. Jeg fikk tilgang til et stort nettverk, og mulighet til å utvikle bedriften. Jeg har flere i nettverket som kunder og samarbeider mye med kontorfellesskapet i seg selv. Å være del av startup-nettverket har altså vært helt avgjørende. Jeg kan teste konsepter her, jeg kan få hjelp til omtrent hva som helst jeg har behov for, og jeg har et stort nettverk å samarbeide med. Det er også en stor fordel å ha et fysisk miljø utenfor hjemmet å utvikle bedriften i. Jeg har nå holdt på i tre år og er i en fase hvor jeg vurderer å utvide bedriften enda mer.»

For andre hadde utviklingen til å jobbe med startup vært annerledes: «Jeg har alltid jobbet med salg i techselskap. Det var en knallbra skole. Men ble etter hvert lei. Jeg begynte å kjede meg på jobb og fikk etterhvert muligheten til å være med på en startup. Det var en *mindblowing* opplevelse med ekstrem læringskurve. Vanskelig, *gøy* og utrolig inspirerende. Nå er jeg i min andre startup og bruker erfaringen fra første gang. Jeg kom inn for å få på plass den kommersielle siden. En businessmodell, en strategi og *fundraising*. Jeg har aldri vært så modig noen gang. Man må tørre på en helt annen måte.»

«Å sitte her i en startup er avgjørende. Vi får kredibilitet og kontakter og muligheten for vekst er mye større her.»

«Det har vært helt grunnleggende for utviklingen av min bedrift å være del av et startup-miljø. Blant annet får jeg testet ut konsepter. For eksempel inviterte jeg folkene her til å delta på et kurs jeg ville teste ut. De deltok gratis mot å komme med tilbakemeldinger. Jeg fikk da vist meg for flere i miljøet. En tydelig *spin-off* for min del at folk fikk vite hva jeg driver med. Her er vi opptatt av å anbefale hverandre. Og dette stedet er unikt fordi vi hele tiden tenker samarbeid istedenfor at vi er konkurrenter. Det må man innimellom øve seg litt på når man møter noen som gjør det samme. Men samarbeid fører alltid til vekst. Noen ganger har jeg fått oppdrag som er større enn jeg klarer alene og da har jeg underleverandører herfra. Kanskje jeg utvider. Det er også strukturerende og inspirerende å se andre rundt seg jobbe og er konsentrerte. Å sitte hjemme funker ikke. Det er når jeg kommer hit jeg virkelig får jobbet. Det smitter over. De aller fleste dagene jeg er her samarbeider jeg ikke med noen, men det er et sosialt miljø som inspirerer»

### Startup-miljø, entreprenørskap og kjønn

En interessant observasjon er at kvinnene ikke snakket om kjønn før jeg spurte direkte om det. En av informantene svarte at: «Man blir litt bedøvd og vant til at sånn er det bare og reflekterer ikke over det. Vi kvinner er i fåtall i techmiljøet. Jeg har lang erfaring med å selge teknologi til kunder. Og alle kundene har alltid vært menn. Det er menn som kjøper teknologi. Det er menn som er sjefer, forhandlere, kolleger og distributører. I hele min karriere har det vært menn overalt. Jeg er så vant til det og det er ikke slik at jeg går rundt og tenker på at jeg er kvinne». En annen sa at «Her er vi like mange kvinner som menn og jeg tenker sjelden over at jeg er kvinne i miljøet. Det har ingen betydning i mitt daglige arbeid.» Men begge har blitt møtt med holdninger om at det er noe maskulint over det å være gründer.

Årsaken til at kjønn ikke er en kategori det reflekteres over til daglig kan være at det tas for gitt. Og at forestillinger om kjønn ikke er statiske og ensartet men mangeartet og i endring. Forestillinger om kjønn er komplekse sosiale og kulturelle strukturer i samfunnet som tas for gitt (Marlow, 2018). Å forstå disse strukturer er viktig for å forstå betydningen av kjønn og entreprenørskap.

Det ble sagt at hvis man vil ha flere kvinnelige gründerer bør det satses ut fra tema, ikke ut fra kjønn. Alle nevnte at jo flere kvinner som lykkes jo lettere blir det for andre. Og de var opptatt av å være en rollemodell. Hvis den økonomiske risikoen ved å starte for seg selv kunne bli bedre for kvinner så «bring it on. Slik kan vi gjøre det lettere for andre etter oss». Stereotyper om gründerer kan endres gjennom at flere kvinner kan få bedre betingelser.

I planleggingen av denne studien ble jeg som analytiker møtt med forestillinger om at kvinner ikke starter for seg selv i like stor grad som menn på grunn av omsorg for barn. Ingen av kvinnene jeg snakket med mente det var relevant. Sosiologen Anne Grethe Solberg har skrevet om kjønn og ledelse og er opptatt av at «det må nye spørsmål, nye tiltak og nye årsaksforklaringer til for å arbeide med kjønn og ledelse. Og familielivet må frikoples



i årsaksforklaringene til kjønnsbalanse»<sup>52</sup>. Entreprenøren jeg snakket med om dette var opptatt av en naturlig videreutvikling av sin kompetanse der deltagelsen i startup-miljøet ble ansett som avgjørende. For henne var faktisk det å få barn ikke et hinder, men en mulighet for å videreutvikle bedriften.

### «Du er så modig» - Stereotypiske forestillinger om kjønn

Stereotype forestillinger refererer til tendensen til å kategorisere mennesker inn i grupper basert på egenskaper som kjønn, yrke, bakgrunn og deretter utvikler en sannhet om karakteristikene til disse gruppene<sup>53</sup>.

I artikkelen «Entrepreneurship and stereotypes»<sup>54</sup> viser forfatterne at kjønnsrollestereotypifisering og entreprenørskap er et område det er lite forsket på. Studien ser derfor på hva slags karakteristika menn og kvinner tilegner entreprenører med ulikt kjønn for på denne måten å belyse stereotypiene. Deres komparative studie viser at kjønnsstereotyper knyttet til entreprenørskap ofte er forbundet med forestillinger om noe maskulint.

Flere av de jeg snakket med hadde fått tilbakemeldinger på at de var tøffe. At det var veldig modig å starte for seg selv: «Det er litt underlig. Når jeg startet for meg selv fikk jeg stadig høre at det var en maskulin egenskap å starte eget selskap. Det å hive seg uti og være tøff. Jeg har fått mye tilbakemeldinger på at jeg er modig. Det å ikke vite sikkert hva jeg skal gjøre neste halvår. At jeg hele tiden må finne ut av ting jeg ikke kan. Når noen spør om jeg kan løse en oppgave sier jeg ja og finner ut etterpå hvordan jeg gjør det. Det har jeg fått høre er maskulint. Det er litt provoserende og veldig interessant. Hvorfor er det forbundet med å være mann? Det er veldig rart.»

Denne uttalelsen kan knyttes til Marlow's vektlegging av kjønn som en sosial struktur. Og den sosiale strukturen vises i stereotypiske forestillinger om kjønn og entreprenørskap. Det å være entreprenør knyttes altså her til forestillingen om noe maskulint.

Jeg møtte kvinner i ulike startup-miljøer. På den ene var det like mange kvinner som menn, og kvinnene jeg snakket med her opplevde sjeldnere at kjønn var relevant. Graden av stereotypifisering kan slik sett være avhengig av hvilket tema man jobber med og hvilket miljø man retter seg mot. I en annen og mer tech-basert startup var kvinner i klart mindretall. På spørsmål om hvordan det var å være kvinne i dette miljøet ble det svart med: «Det er mest menn som sitter her i startupen. Vi kvinner er i fåtall. Til daglig tenker jeg sjelden over at jeg er kvinne. Det er mer i møte med *fundraising* og salg at temaet blir synlig. Jeg har lang erfaring med å selge teknologi til kunder. I hele min karriere har det vært menn overalt. Det er ikke slik at jeg går rundt og tenker på at jeg er kvinne, men jeg er veldig bevisst på at jeg bygger verdens kuleste selskap. At jeg gjør de riktige tingene. Og bare viser at det er plass til oss (kvinner). Og er et bra forbilde og rollemodell.»

«Jeg går aldri på scenen hvis det er slik at nå skal vi fortelle om hvordan det er å være kvinne i miljøet. Men jeg går på scenen hvis det er investorer i salen, eller potensielle kunder. Jeg er opptatt av å bygge butikk og gjøre min ting. Og så er jeg veldig opptatt av å støtte kvinner som gjør det samme som meg. Fordi vi er i mindretall og det er noen sirkler vi ikke er med i. Og sånn er det bare. Etter «Me Too» har vi kvinner som har vært i mannsdominert techmiljø fått en liten oppvåkning. Man blir vant til at sånn er det bare og reflekterer ikke over det. Der er jeg nå mye mer bevisst.»

<sup>52</sup> Kommentar hentet fra: <http://kifinfo.no/nb/2016/05/kjonnsforskjeller-i-ledelse-er-en-myte>

<sup>53</sup> Powell med flere (2002)

<sup>54</sup> Gupta med flere (2005)

«Nå som jeg *fundraiser* kan jeg noen ganger møte menn som jeg merker har en ovenfra-ned holdning. At de tenker at nå skal de lære meg noe. Særlig da jeg var yngre og solgte teknologi ble jeg møtt med at du er jo kvinne og kan ikke noe om dette og du må ha med en mann som kan teknologien. Da velger jeg dem bort. Jeg sier det ikke høyt, og er ikke uhøflig. Etterhvert blir man flinkere til å ikke bry seg og stole på sin egen dyktighet. Ved å være god, så motbeviser du.» Her beskriver entreprenører hvordan hun altså ikke passer inn i den stereotypiske forestillingen om en entreprenør som driver med teknologi og salg. Samtidig forteller hun hvordan hun bevisst går inn for å endre på denne forestillingen gjennom å jobbe som hun gjør, støtter andre kvinner som er i samme miljøet og ved å være dyktig.

### Å endre forestillingen om hva det er å være entreprenør

Gründerne i denne analysen har startet opp en virksomhet etter å ha opparbeidet kompetanse fra privat eller offentlig næringsliv. På spørsmål om det å tørre å satse som gründer handler om personlige egenskaper, en viss type, eller særtrekk, svarte de at det var en naturlig utvikling av egenkompetanse. Det er ikke deres personlige egenskaper som er avgjørende, men at de har opparbeidet kompetanse gjennom flere år i privat eller offentlig næringsliv, innen et felt som de brant for.

De jeg har snakket med har alle møtt stereotype forestillinger om kvinnelige gründere. Dette er kanskje forestillinger som står i veien og som må endres for å flere kvinnelige entreprenører.

Refleksjonene gikk i retning av at jo mer man holder ved stereotypiske forklaringsmodeller jo mer opprettholdes skillet mellom kvinner og menn som entreprenører. «Det er gjennom å være rollemodell vi kan endre kvinners betingelser som entreprenører. Vi blir hele tiden fortalt at kvinner tar mindre risiko. Og vi blir fortalt det så ofte at vi begynner nesten å tro på det selv. Men det er en myte.»

«Men man lytter jo litt til det. Vi har en jobb å gjøre med å bli synlige og fortelle. Og burde det vært ordninger eller ekstra insentiv for å støtte kvinner? Eller alle som ikke er *white male*? De som typisk ikke er helt innafor?»

«Skal vi ha kvotering? Jeg ser jo at det har hjulpet på kvinner inn i styret. Det gir resultat. Kanskje det er det vi må gjøre. Verden har kommet kort på noen områder. Statistikken er nitrist. Så sånn sett burde vi kanskje kvotere kvinner inn som gründere. Mange kvinner har kule høye stillinger i næringslivet. Kanskje de ble kvotert inn i starten, men nå er de ønsket inn overalt fordi de er dyktige.»

«De måtte bare løftes inn. Det hadde vært utrolig kult om noen hadde et fond for de som er *underserved*. Om det er kvinner eller andre som ikke er normen. Det tar lang tid å få inntekt. Det økonomiske aspektet er så viktig - hvis det var *fundring* for å rekruttere de som ikke er normen, ville det bidratt til å endre stereotypiene. Tvang kan være kjipt i starten. Men det er kanskje det som skal til.»

Eller som forfatterne i den overnevnte studien «Entrepreneurship and stereotypes»<sup>55</sup> skriver:

«Gender-role stereotypes about entrepreneurs are strongly biased in favor of men. If women experience difficulty in becoming entrepreneurs because men do not perceive women to possess the characteristics that entrepreneurs are believed to have, there is a need for policy makers and educators to seek and develop ways to reduce such stereotypes».

<sup>55</sup> Gupta med flere (2005)

## 7. Rammevilkår for entreprenørskap: Slår de negativt ut for kvinner?

I dette kapitlet går vi nærmere inn på rammevilkårene for entreprenørskap, slik de skapes gjennom offentlige reguleringer, rettigheter og støtteordninger. Dersom rammevilkårene er gjennomgående dårligere for kvinner enn for menn, bør man vurdere endringer i systemet. Det er utført flere komparative studier der man sammenligner politikktutforming rettet mot kvinnelig entreprenørskap i ulike land (se for eksempel Henry, 2017 og Foss med fler, 2018). Studiene viser at politikktutforming er svært heterogen og at det er komplisert å foreta sammenligninger som gjør det mulig å trekke ut normativ innsikt knyttet til best mulig politikktutforming.

### Tilgang til sykepenger, ledighetstrygd og svangerskapspermisjon

Det finnes mange økonomiske og regulatoriske forskjeller mellom det å være arbeidstaker og det å være entreprenør i Norge. Selvstendig næringsdrivende, frilansere og ansatte i eget aksjeselskap dekkes i (noe) mindre grad av trygdeordningene enn arbeidstakere.

Frilansere, selvstendig næringsdrivende eller ansatte i eget aksjeselskap får ikke sykepenger ved kortidssykdom (<16 dager), ettersom dette dekkes av arbeidsgiver. Folketrygden tilbyr et sortiment av frivillige forsikringer<sup>56</sup> som (delvis) dekker selvstendiges lønn de første 16 dagene. Merk at arbeidstakere, selvstendig næringsdrivende, frilansere og ansatte i eget aksjeselskap har rett på sykepenger fra og med dag 17. Både frilansere og ansatte i eget AS har samme rettigheter fra NAV som arbeidstakere når det kommer til dagpenger. Dersom man er selvstendig næringsdrivende og ikke har hatt noen lønnsinntekt de siste tre årene, har man heller ikke krav på dagpenger ved arbeidsledighet. Selvstendig næringsdrivende og frilansere har i utgangspunktet ingen støtte fra folketrygden ved yrkesskade, og må tegne frivillig trygd for å få yrkesskadedekning.

Grunnen til ulik dekning av trygdeordningene er at selvstendig næringsdrivende, frilansere og ansatte i eget aksjeselskap betaler ulikt inn til folketrygden enn arbeidstakere og deres arbeidsgivere. I Tabell 7.1 nedenfor har vi oppsummert innbetalinger og tilgang til trygdeordninger for ulike tilknytningsformer til arbeidslivet.

Tabell 7.1: Innbetaling til trygdeavgift og arbeidsgiveravgift, tilgang på trygdeordninger. Kilde: Grimsby med flere (2016)

	Trygdeavgift	Arbeidsgiveravgift	Sykepenger kortidssykdom	Dagpenger	Yrkesskade-trygd
<b>Arbeidstakere</b>	8,2% av bruttolønn	14,1% betalt av arbeidsgiver	Full lønn første 16 dager	Rett på dagpenger	
<b>Selvstendig næringsdrivende</b>	11,4%		Kun ved frivillig forsikring	Kun rett på dagpenger dersom lønnsinntekt	Kun ved frivillig forsikring
<b>Frilansere</b>	8,2%	14,1% betalt av oppdragsgiver	Kun ved frivillig forsikring	Rett på dagpenger	Kun ved frivillig forsikring
<b>Ansatte i eget aksjeselskap</b>	8,2%	14,1%	Kun ved frivillig forsikring	Rett på dagpenger	

<sup>56</sup> Se Grimsby med flere (2016) for en beskrivelse av de ulike frivillige forsikringene.

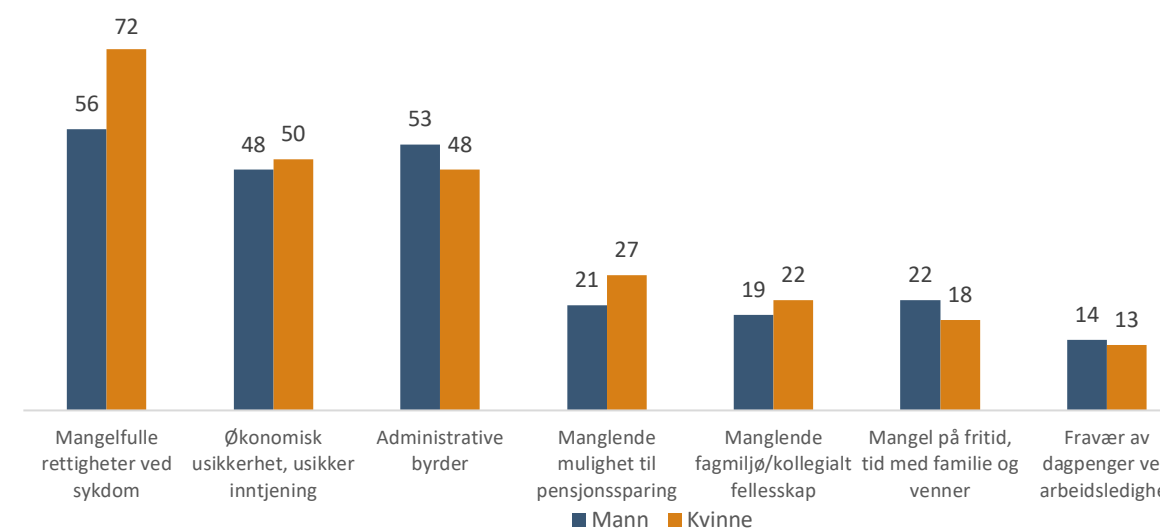
Kvinner har rett på svangerskapspermisjon, fødselspermisjon og foreldrepermisjon hhv før, under og etter fødsel. Utbetaling av foreldrepenger skal dekke vanlig inntekt. I Tabell 7.2 følger en oversikt over permisjon og utbetaling i forbindelse med svangerskap for arbeidstakere, selvstendig næringsdrivende, frilansere og ansatte i eget aksjeselskap.

Tabell 7.2: Permisjon og utbetaling i forbindelse med svangerskap. Kilde: NAV<sup>57</sup>

	Permisjon	Foreldrepenger
<b>Arbeidstakere</b>	Alle har rett på permisjon	Gjennomsnitt av inntekt tre siste kalendermåneder
<b>Selvstendig næringsdrivende</b>	Alle har rett på permisjon	Gjennomsnitt av inntekt tre siste ferdiglignede årene
<b>Frilansere</b>	Alle har rett på permisjon	Gjennomsnitt av inntekt tre siste kalendermåneder
<b>Ansatte i eget aksjeselskap</b>	Alle har rett på permisjon	N/A

I en Menon-rapport fra 2016<sup>58</sup> vises det at norske kvinnelige entreprenører rapporterer i større grad enn menn utfordringer knyttet til mangelfulle rettigheter ved sykdom. Rapporten argumenterer for å styrke tilgang til sykeforsikring for selvstendige og frilansere for å legge til rette for en høyere andel kvinnelige entreprenører. Videre trekker studien frem at selvstendig næringsdrivende ønsker mer informasjon om deres rettigheter til velferdsordninger i forbindelse med sykdom, svangerskap og arbeidsledighet.

Figur 7-1: De største utfordringene ved å starte opp og drive egen virksomhet blant Akademikernes medlemmer. Kilde: Respons og Grimsby med flere (2016)



En dansk studie<sup>59</sup> har undersøkt velferdsordningers innvirkning på kvinnelig entreprenørskap. Studien finner at selv om den nordiske velferdsmodellen tilbyr ordninger som svangerskapspermisjon og barnehage/barnepass,

<sup>57</sup> <https://familie.nav.no/om-foreldrepenger#hva-kan-du-fa>

<sup>58</sup> Grimsby med flere (2016)

<sup>59</sup> Neergaard og Thrane (2011)

favoriserer ordningen arbeidstakere fremfor entreprenører. Eksempelvis vil godtgjørelse i forbindelse med svangerskap til en selvstendig næringsdrivende bli redusert dersom hun arbeider, mens en sysselsatt ikke begrenses tilsvarende. Studien argumenterer for at dette kan bety at en kvinnelig entreprenør må stenge ned virksomheten når hun får barn. 56 prosent av kvinnelige entreprenører mener at systemet for svangerskapspermisjon ikke oppfyller de behov som kreves ved å både ha egen virksomhet og familie. Studien finner at 20 prosent av kvinnelige entreprenører ikke tok ut svangerskapspermisjon, mens en tredjedel av kvinnelige entreprenører tok ut mindre enn tre måneders svangerskapspermisjon. Til sammenligning tok en gjennomsnittlig kvinnelig arbeidstaker ut rett over ni måneder med svangerskapspermisjon. Ifølge studien avsto eller utsatte elleve prosent av kvinnelige entreprenører å få barn.

En nyere studie<sup>60</sup> fra Canada finner at forlenget jobb-beskyttet svangerskapspermisjon for kvinner<sup>61</sup> økte entreprenørskapsraten med 1,9 prosentpoeng blant mødre relativt til fedre. En kvinnelig entreprenør intervjuet i studien fortalte at hun brukte den utvidede permisjonstiden til å samle klienter. Permisjonstiden åpnet altså opp for eksperimentering med å starte egen virksomhet med liten risiko.

### Tilgang til offentlig finansierte goder som avlaster familien i det daglige arbeidet

Tilgang til barnepass og barnehage er en faktor som signifikant påvirker kvinners mulighet til å delta i arbeidsmarkedet. Dette fastslår EU Kommisjonens rapport om likestilling fra 2009<sup>62</sup>. Den overnevnte studien<sup>63</sup> fra Danmark finner at 30 prosent av kvinnene i studien oppfatter barnehage/-pass systemet som en signifikant barriere for entreprenørskap. Så langt vi kjenner til er det ikke gjennomført studier av sammenhenger mellom kvinnelig entreprenørskap og bedret tilgang til barnehager i Norge de seneste årene.

### Entreprenørskap og konkurranse mot offentlig sektor

I kapittel 3 påviste vi et interessant funn som viser at kvinner ofte velger å etablere virksomhet i næringer som har færre vekstforetak. Herunder faller for eksempel helseforetak, omsorg og pleie, undervisning og kultur/idrett. Innenfor disse næringene gjør kvinner det systematisk like bra eller bedre enn menn når det kommer til vekst og omsetning.

Et viktig kjennetegn ved disse næringene er at de i stor grad konkurrerer med offentlig eide aktører som ikke sjelden får operere under andre og bedre vilkår. Det kan handle om ulik håndtering av moms, om ulik innkjøpspraksis i kommuner knyttet til valg av offentlig, ideell eller privat leverandør. Det kan handle om kryssubsidiering av offentlige tjenester og det kan handle om særskilte krav til drift som ikke offentlige aktører bli pålagt. Dette er forhold som gjør det vanskelig for kvinner å starte opp virksomhet. De rammer i stor grad næringene der kvinner er mest aktive som entreprenører.

<sup>60</sup> Gottlieb med flere (2018)

<sup>61</sup> Canadiske myndigheter innførte i 2000 en reform som forlenget jobb-beskyttet svangerskapspermisjon til ett år, en økning på 5 måneder. Studien brukte reformen som et eksperiment hvor de sammenlignet entreprenørskapsraten blant kvinner som fikk barn før og etter en bestemt dato.

<sup>62</sup> COM (2009)

<sup>63</sup> Neergaard og Thrane (2011)

## 8. Tiltak for å stimulere til mer kvinnelig entreprenørskap

Denne studien har vist at vi i Norge står overfor store og varige forskjeller i kvinners og menns entreprenøraktivitet. Vi har sett en svak økning i andelen kvinner blant entreprenører de siste 20 årene, men det går sakte. Trakten som ble presentert i kapittel 2 viser med tydelighet at kvinners tilstedeværelse blir gradvis mindre jo mer fokuset blir på vekstbedrifter, teknologi, skalerarhet og finansiell usikkerhet/risiko. Dette er på ingen måte unikt for Norge, men det som er overraskende er at ulikhetene mellom menn og kvinner på disse områdene er like store eller endatil større her enn i mange land som vi anser som langt mindre likestilt.

Kvinner er gjennomgående underrepresentert blant entreprenører og innovatører med stor innvirkning på samfunnet generelt. Bell med flere (2018) trekker frem at dette kan bety at det finnes mange kvinnelige såkalte «tapte Einsteins», som kunne ha vært innovatører med stor innvirkning på samfunnet dersom de hadde blitt eksponert for innovasjon i barndommen. Ifølge forfatterne gjelder dette spesielt for kvinner, minoriteter og barn av lavinntektsfamilier. Det begynner gradvis å etableres en forskningslitteratur på dette feltet som gir oss større grad av trygghet i at ulikhetene dels er et resultat av sosial interaksjon og nedfelte holdninger i markedene som kan hindre fremvekst av ellers gode gründerprosjekter med kvinner i ledelsen. Hva kan man gjøre for å øke det kvinnelige entreprenørskapet generelt og vekstentreprenørskap mer spesielt? Nedenfor lister vi opp fire tiltak som kan være relevante og effektive for å få frem flere kvinnelige entreprenører med et betydelig vekstpotensial.

### Etablere mer omfattende kvinnelige mentor-ordninger

Funnene i denne studien trekker i retning av at kvinner mangler rollemodeller og kvinnelige entreprenører som de har kontakt med. Det finnes bare et gitt antall suksessrike kvinnelige entreprenører der ute, men vi kan gjøre det lettere for andre kvinner å finne dem. Den nye evalueringen av Innovasjon Norges mentor-ordning viser med tydelighet at denne ordningen har betydning for bedriftenes vekst, og særlig for kvinnelige entreprenører. Et forslag er derfor å styrke denne ordningen for kvinner, og da med mål om at også mentor er en kvinne.

### Etablere et statlig støttet kvinne-investeringsfond

Staten har gjennom de senere år bidratt med kapital til å etablere en lang rekke såkornfond, presåkornfond, venturefond, mm. De fleste av disse fondene har en rekke føringer gjennom sine investeringsmandater som kan være kompliserende både for investor, slik som begrensninger med hensyn til geografi, næring, fase, etc. Basert på innsikt fra denne rapporten er det tegn til at kvinner gjennomgående møter hindre når de søker etter ekstern kapital til sine prosjekter. Det skulle tilsi at et fond som utelukkende plukker investeringscase der kvinner er gründer, kan oppnå høy avkastning. Samtidig er det viktig å huske på at kvinner tiltrekkes næringer hvor kapitalavkastningen i utgangspunktet er noe lavere. På samme måte har man tenkt i investeringsfondet Backstage Capital i USA, men det er fortsatt for tidlig å vurdere avkastningen der. Tanken med et slikt fond er ikke å stille krav om kjønn blant fondets forvaltere, men å stille krav om fondets fokus på investeringsunivers.

### Ta bort konkurranseulempen i næringer der kvinner ofte opererer som entreprenører

I denne studien har vi vist at kvinner gjør det bra som entreprenører i de næringene der de er overrepresentert. Her tenker vi først og fremst på omsorg, helse, undervisning, kultur, pleie/fritid og til en viss grad reiseliv. I mange av disse næringene møter private små foretak tung konkurranse fra det offentlige, ikke minst på det kommunale markedet. Alle særvilkår som gjør det økonomisk gunstigere å drive slik virksomhet i kommunal regi gjør det vanskeligere for kvinner å lykkes som entreprenører. Det handler om statens og kommunenes innkjøpspolicy, MVA-regler, og ulike krav til tilsyn og regulering. Offentlige beslutningsmyndigheter bør gå grundig gjennom

dette området og fjerne alle unødvendige forskjellsbehandlinger. Det er god grunn til å tro at dette er et sentralt hinder for kvinnelig entreprenørskap og det er skapt av staten og kommunene.

### Etablere en ordning for kommersialiseringspermisjon ved universiteter og høyskoler

Det er mulig er å tilby vitenskapelig ansatte ved universiteter og høyskoler en såkalt kommersialiseringspermisjon som gjør det mulig for dem å være borte fra sin ordinære stilling i eksempelvis tre år, men deretter å ha krav på sin stilling når man kommer tilbake. Her kan man la universitetene/instituttene ha varierende grad av generøsitet, avhengig av deres ønske om å prioritere dette. En slik ordning åpner også for flere vikariater i denne sektoren, noe som kan skape dynamikk i fagmiljøet, der slike permisjoner benyttes i noen grad.

## Referanser

Alsos, G. A., Clausen, T. H., Isaksen, E. J. & Åmo, B. W. (2014). Global Entrepreneurship Monitor – Entreprenørskap i Norge 2014.

Alsos, G. A., Ljunggren, E. C., Carter, S. & Jørstad, M. (2017). Strategies for managing work-life balance challenges among female and male entrepreneurs. Babson College Entrepreneurship Research Conference.

Arenius, P. & Kovalainen, A. (2006). Similarities and differences across the factors associated with women's self-employment preference in the Nordic countries, *International Small Business Journal*, 24(1), 31-59.

Bell, A., Chetty, R., Jaravel, X., Petkova, N. & Van Reenen, J. (2018). Who Becomes an Inventor in America? The Importance of Exposure to Innovation.

Berglann, H., Golombek, R. & Røed, K. (2013). Entreprenørskap i Norge – Mest for Menn?, *Søkelyset på arbeidslivet* 30 (1-2), 3-21.

Berglann, H., Moen, E., Røed, K. & Skogstrøm, J. F. (2011). Entrepreneurship: Origins and returns, *Labour Economics*, 18, 821-833.

Bird, B. & Brush, C. G. (2002). A gendered perspective on organizational creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 41-65.

Blume-Kohout, M. E. (2014). Understanding the Gender Gap in STEM Fields Entrepreneurship.

Brush, C. G. & Hisrich, R. D. (1991). Antecedent influences on women-owned businesses. *Journal of Managerial Psychology*, 6(2), 9-16.

Brush, C. G., Olin, F. W., Carter, N. M., Schulze, R. M., Gatewood, E. J., Greene, P. G. & Hart, M. M. (2006). Women and Entrepreneurship: Contemporary Classics. Book from Edward Elgar Publishing.

COM (2009). Equality between women and men – 2009: report from the commission, accompanying document. Brussels SEC (2009) 165 Committee of the European Communities, Brussel.

Feldmann, R., Armitage, A. & Wang, C. (2016). Feldman, Robin and Armitage, Alice and Wang, Connie, The Gender Gap in Startup Catalyst Organizations: Bridging the Divide between Narrative and Reality.

Fjærli, E., Iancru, D. & Raknerud, A. (2013). Facts about entrepreneurship in Norway. Who become entrepreneurs and how do they perform?

Giannetti, M. & Simonov, A. (2009). Social Interactions and Entrepreneurial Activity.

Gottlieb, J. D., Townsend, R. R., Xu, T., (2018). Does career risk deter potential entrepreneurs? National Bureau of Economic Research Working Paper 22446

Grimsby, G., Eide, L. S. & Grünfeld, L. (2016). Organisering av arbeidsliv: Forskjeller i skatt og tilgang på velferdsgoder. Menon-publikasjon 55/2016.

Grünfeld, L., Theie M. G. & Skogstrøm, J. F. B. (2015). En million ideer – veien fra drøm til å lykkes som entreprenør.

Grünfeld, L., Salvanes, K. G., Hvide, H., Jensen, T. B. & Skogstrøm, J. F. (2016). Selvstendig næringsdrivende i Norge. Hvem er de og hva betyr de for fremtidens arbeidsmarked? Menon-publikasjon 14/2016.

Grünfeld, L., Iversen, L. M. & Grimsby G. (2011). The need for government supported capital measures in the market for early stage risk capital in Norway. Menon-publikasjon 18/2011.

Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A. & Skidar, A. (2005). Entrepreneurship and Stereotypes: Are Entrepreneurs from Mars or Venus? Academy of Management Best Conference Paper

Haugum, M. H., Alsos, G. A. & Ljunggren, E. C. (2017) Gender equality in regional entrepreneurial ecosystems: The implementation of policy initiatives Entrepreneurial Ecosystems and Growth of Women's Entrepreneurship: A Comparative Analysis.

Humbert, A. L. & Brindley, C. (2015). Challenging the concept of risk in relation to women's entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 20(1), 2-25.

Hvide, H. & Oyer, P. (2019). Dinner Table Human Capital and Entrepreneurship. Working paper, University of Bergen.

Hvide, H. & Jones, B. (2018). Innovation by university employees. *American Economic Review*, 108, 1860-98.

Hvide, H & Østberg, P. (2015). Social interaction at work. *Journal of Financial Economics*, 117, 628-652.

Hvide, H. & Panos, G. (2014). Risk tolerance and entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 111, 200-223.

Hvide, H. (2014). The quality of entrepreneurs. *Economic Journal*, 119, 1010-35.

Hytti, U., Alsos, G. A., Heinonen, J. & Ljunggren, E. C. (2017). Navigating the Family Business: A Gendered Analysis of Daughters' Identity Construction. *International Small Business Journal*, 35, 665-686.

Jennings, J. E. & Cash, M. P. (2006). Women's entrepreneurship in Canada: progress, puzzles and priorities, in Brush, C. G., Carter, N. M., Gatewood, E. J., Greene, P. G. and Hart, M. M. (Eds), *Growth-oriented Women and Entrepreneurs and their Businesses*. Edward, Elgar, Northampton, MA, 53-87.

Kirkwood, J. (2009). Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(2), 118-133.

Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.

Lindquist, M. J., Sol, J. & Van Praag, M. (2012). Why Do Entrepreneurial Parents Have Entrepreneurial Children? *Journal of Labour Economics*, 33(2).

Malmström, M og J Wincent (2018): Bank lending and financial discrimination from the formal economy: How women entrepreneurs get forced into involuntary bootstrapping, *Journal of Business Venturing Insights*, Vol 10.

Malmström med fler (2018): When stereotypical gender notions see the light of day, will they burst? Venture capitalists' gender constructions versus venturing performance facts, *Journal of Business Venturing Insights*, Vol 9, 32-38. Markussen, S. & Røed, K. (2017). The gender gap in entrepreneurship: The role of peer effects. *Journal of Economic Behaviour & Organization*, 134, 356-373.

Marlow, S. & McAdam, M (2012). Analyzing the Influence of Gender Upon High Technology Venturing Within the Context of Business Incubation. *Entrepreneurship Theory and Practice* 36(4), 655-676.

Martin, L., Wright, L., Beaven, Z., & Matlay, H. (2015). An unusual job for a woman? Female entrepreneurship in scientific, engineering and technology sectors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(4), 539-556.

Mauseth, I. K., & Alsos, G. A. (2017). Er coworking space et godt tilbud for gründere? *Magma - Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 20, 61-70.

Minniti, M. & Arenius, P. (2003). Women in Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.

Neergard, H., & Thrane, C. (2011) The Nordic Welfare Model: barrier or facilitator of women's entrepreneurship in Denmark? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(2), 88-104.

Nel, A., Maritz, E., & Thongprovati, O., (2010). Motherhood and entrepreneurship: the mumpreneur phenomenon. *The International Journal of Organizational Innovation*, 3(1).

Ogbor, J. O. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology – critique of entrepreneurial studies. *Journal of Management Studies*, 37(5), 605-635.

Powell, G. N., Butterfield, D. A., & Parent, J. D. (2002). Gender and Managerial Stereotypes: Have the Times Changed? *Journal of Management*, 28, 177-193.

Røed, K. & Markussen, S. (2015). Social Insurance Networks. *Journal of Human Resources*, 50(4), 1081-1113.

Schneider, K. (2017). Entrepreneurial Competencies of Women Entrepreneurs of Micro and Small Enterprises. *Science Journal of Education*, 5(6), 252-261.

Scott, J. M., & Irwin, D. (2009). Discouraged advisees? The influence of gender, ethnicity, and education in the use of advice and finance by UK SMEs. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 27(2), 230-245.

Spilling, Olav (2011). *Entreprenørskap på norsk*. Forboksforlaget.

Verheul, I., Uhlaner, L., & Thurik, R. (2005). Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image. *Journal of Business Venturing*, 20(4), 483-518.

Wennberg, K., Delmar, F., & Folta, T. (2009). Dynamiken bland företagare, anställda och kombinatorer. *Arbetsmarknad & Arbetsliv*, 15(2), 43-54.

Wigger, K. & Alsos, G. A. (2017). Resource mobilization for temporary opportunities. RENT XXXI - Research in Entrepreneurship and Small Business.





