

# **Entreprenørskap og kjønn**

En kvalitativ studie av kvinnelig entreprenørskap og  
vekstambisjoner

Bacheloroppgave innen profileringen Entreprenørskap og småbedriftsledelse

Kurskode EK206E

Handelshøgskolen i Bodø

2012

Skrevet av:

Navn:

Marianne Tverå

Trine Lise Akselsen

---

## Abstract

---

In this study we focus on the growth ambitions of women entrepreneurs. Existing theory shows that women have lower growth ambitions than men. We chose three different factors and made the following research approach: *"To what extent can risk, resources and social conditions be affected for growth ambitions among women entrepreneurs"*.

Our research is based as a case study. Relevant literature concerning entrepreneurship and the above factors in mind were used. We conducted a qualitative research using five depth interviews with women entrepreneurs in the Region of Salten.

After comparing the existing literature with our analysis and the result of our research, we conclude that our results are mainly consistent with previous research results. The main difference from previous research seems to be that financial capital is not perceived as a barrier for our female entrepreneurs.

---

## Forord

---

Denne bacheloroppgaven skrevet av Trine Lise Akselsen og Marianne Tverå som studerer økonomi og ledelse ved Handelshøyskolen i Bodø. Oppgaven er skrevet innenfor profileringen entreprenørskap og småbedriftsledelse og omhandler kvinnelig entreprenørskap og vekstambisjoner. Oppgaven teller 15 studiepoeng.

Veileder Bjørn Willy Åmo fortjener en stor takk. Han har vært en hjelpende og konstruktiv veileder som har bistått mye både før og underveis i skrivingen av oppgaven. Han har kommet med gode råd og innspill, samt vært en nyttig diskusjonspartner når vi har vært i tvil. Dette har vært til stor hjelp og motivert oss gjennom en lang prosess.

Våre informanter fortjener også en ekstra takk som har stilt opp for oss slik at vi fikk svar på de spørsmålene vi hadde. Det har vært lærerikt og interessant å få kunnskap og innsikt i de erfaringer og meninger de har som kvinnelige entreprenører og deres vekstambisjoner. Vi har fått mange gode svar fra sterke og kreative kvinner, uten de ville ikke oppgaven blitt slik den er i dag.

Vi vil også takke vår mentor Iren N. Tverå som har vært med på å støtte oss ved å gi gode råd og dele kunnskap under arbeidet med oppgaven.

Bodø, den 25. Mai 2012

.....

Trine Lise Akselsen

.....

Marianne Tverå

---

## Sammendrag

---

Global Entrepreneurship Monitor har de siste årene rapportert om nedgang i antall kvinner involvert i entreprenøriell aktivitet. Prosentandelen av kvinnelige entreprenører var i 2010 beskjedne 24,4 % (Bullvåg et al., 2010:17). Dersom en ser på norske vekstbedrifter, har disse en enda lavere kvinneandel. Offensive holdninger til vekst og ekspansjon har nesten utelukkende vært å observere hos menn alene. Kvinnelige entreprenører har altså vist seg å ha lavere ambisjoner om vekst. Det er imidlertid forsket forholdsvis lite på kvinnelige gründere og vekst i deres bedrifter.

Vi ønsker på bakgrunn av dette å undersøke hvorfor kvinnelige entreprenører forblir underrepresentert i denne kategorien. Eksisterende litteratur om emnet trekker frem risiko, ressurser og sosiale forhold som faktorer med betydelig innvirkning på vekstambisjoner. Med utgangspunkt i disse tre faktorene har vi tatt sikte på å undersøke hvilken grad av innvirkning de har for mål om vekst blant norske kvinnelige entreprenører.

Vi har benyttet oss av kvalitativ forskningsmetode for etter beste evne å kunne svare på overnevnte problemstilling. Undersøkelsen er en casestudie av eksplorativ karakter. Med et ønske om å oppnå dypere innsikt og økt forståelse, valgte vi å gjennomføre fem dybdeintervjuer. Kvinnelig entreprenørskap er et emne som kontinuerlig må ses i lys av de endringene som skjer i samfunnet. Ved å sammenfatte det teoretiske grunnlaget med empirisk data kunne vi presentere undersøkelsens hovedfunn. Studien viser tendenser til at finansiell kapital ikke har like store implikasjoner for kvinnelige entreprenørers vekstambisjoner som først antatt. Tilnærming til risiko, samt sosiale forhold viser seg å være de faktorene med størst innvirkning på mål om vekst blant våre informanter. Vi har dermed underbygget en del antagelser som ble presentert i litteraturkapittelet.

# Innholdsfortegnelse

<b>Abstract</b> .....	<b>II</b>
<b>Forord</b> .....	<b>III</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>IV</b>
<b>Innholdsfortegnelse</b> .....	<b>V</b>
<b>Tabelloversikt</b> .....	<b>VII</b>
<b>Figuroversikt</b> .....	<b>VII</b>
<b>Vedleggsoversikt</b> .....	<b>VII</b>
<b>1. Introduksjon</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. Innledning og problemstilling</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2. Avgrensing</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4. Oppgavestruktur</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Litteraturred</b> .....	<b>4</b>
<b>2.1 Hva kjennetegner entreprenøren?</b> .....	<b>4</b>
2.1.2. Vekst .....	<b>8</b>
<b>2.2 Litteratur</b> .....	<b>11</b>
2.2.1. Barrierer .....	<b>11</b>
2.2.2. Risiko .....	<b>12</b>
2.2.3. Ressurser .....	<b>12</b>
2.2.4. Sosiale forhold.....	<b>17</b>
<b>2.3 Forskningsmodell</b> .....	<b>18</b>
<b>3. Metode</b> .....	<b>19</b>
<b>3.1. Hva er metode</b> .....	<b>19</b>
<b>3.2. Forskningsprosessen</b> .....	<b>19</b>
<b>3.4. Forskningsdesign</b> .....	<b>20</b>
<b>3.5. Datainnsamling</b> .....	<b>21</b>
3.5.1 Utvalg .....	<b>22</b>
<b>3.6. Kvalitet i oppgaven</b> .....	<b>24</b>
3.6.1 Validitet .....	<b>24</b>
3.6.2 Reliabilitet .....	<b>25</b>
3.6.3 Ekstern validitet.....	<b>26</b>
3.6.4 Overensstemmelse.....	<b>26</b>
3.6.5 Operasjonalisering.....	<b>26</b>
<b>3.7. Presentasjon av informantene</b> .....	<b>27</b>
<b>3.8. Analyse</b> .....	<b>30</b>
<b>3.9. Kritikk av oppgaven</b> .....	<b>31</b>
<b>4. Analyse</b> .....	<b>33</b>
<b>4.1. Innledning</b> .....	<b>33</b>
<b>4.2. Risiko</b> .....	<b>33</b>
<b>4.3. Ressurser</b> .....	<b>34</b>
<b>4.4. Sosiale forhold</b> .....	<b>38</b>
<b>4.5. Vekst</b> .....	<b>39</b>
<b>4.6 Oppsummering</b> .....	<b>40</b>

<b>5. Konklusjon og implikasjoner.....</b>	<b>43</b>
5.1. Risiko .....	43
5.2. Ressurser .....	44
5.3. Sosiale forhold.....	45
5.5 Vekst .....	46
5.4. Forslag til videre forskning.....	46
<b>6. Litteraturliste .....</b>	<b>47</b>
6.1. Web-linker.....	49
<b>7. Vedlegg/Appendiks .....</b>	<b>50</b>

---

## **Tabelloversikt**

---

1. Klassifisering av ulike typer entreprenører	S. 6
2. Klassifisering av type bedrift.	S. 7
3. Type vekst og tilført gode	S. 11
4. Studier der kvinner er overrepresentert	S. 15
5. Oppsummeringstabell av informantene	S. 29
6. Oppsummeringstabell type bedrift og type entreprenør	S. 41

---

## **Figuroversikt**

---

1. Modell for vekst	S. 9
2. Forskningsmodell	S. 18
3. Forskningsprosessen	S. 20
4. Oversikt over informanter og antall ansatte i bedriften deres.	S. 23
5. Eksempel på strukturering av data	S. 31

---

## **Vedleggsoversikt**

---

1. Intervjuguide	S. 50
------------------	-------

---

# 1. Introduksjon

---

## 1.1. Innledning og problemstilling

Valg av tema for oppgaven er tatt på bakgrunn av vår profilering innen entreprenørskap og småbedriftsledelse. I denne oppgaven ses det nærmere på kvinnelige entreprenørers vekstambisjoner i lys av de tre faktorene risiko, ressurser og sosiale forhold. Bare en fjerdedel av alle nyetableringer i Norge skjer av kvinner, og for bedrifter i vekst er kvinner representert med en enda lavere andel (Bullvåg et al., 2010:17). Kvinners forretningsaktiviteter trekkes frem som viktige kilder til økonomisk vekst, på verdensbasis så vel som på landsbasis (Alsos, 2006). Det er på bakgrunn av dette interessant å studere hvorfor kvinners vekstambisjoner ikke er større. Det fremkommer av tidligere forskning at kvinnelige entreprenører har lave intensjoner om vekst i sin bedrift. Mange har en drøm om å starte for seg selv, men ser seg fornøyd med en tilværelse som selvstendig næringsdrivende. Likevel ser vi tendenser til at kvinnelige gründere med et ønske om vekst støter på barrierer av intern og ekstern karakter. Det er særlig interessant å trekke frem såkalte ”usynlige barrierer” som kan hindre kvinner i å få realisert sine ambisjoner om vekst. Usynlige barrierer innebærer hindre som ikke lett er synlige med det blotte øye. Disse må ses i sammenheng med blant annet utdanningsmønster, forventninger i samfunnet og likestilling.

Innovasjon Norges satsing på kvinnelige entreprenører har som målsetting å øke antallet norske kvinnelige etablerere, i tillegg til å styrke dem i deres bedrifts- og karriereutvikling. Videre rapporterte regjeringen i 2008 et krav om styrket satsing på entreprenørskap blant kvinner. Vi mener imidlertid det er viktig at fokuset rettes mot vekst i nyetablerte bedrifter som er startet av kvinner, og ønsker med denne oppgaven å avdekke en sammenheng som kan klargjøre hvor satsingsområdene bør være.

Vekstambisjoner blant kvinnelige entreprenører er et område som i liten grad er forsket på tidligere. Hvorfor er det slik at vekstambisjonene ikke er større enn det realiteten viser? Vi ønsker med denne oppgaven å undersøke om det kan påvises en direkte sammenheng mellom tre aktuelle faktorer som kvinnelige entreprenører står ovenfor, og deres ambisjoner om vekst.



Oppgavens problemstilling er derfor som følger:

*I hvilken grad kan risiko, ressurser og sosiale forhold være påvirkende for vekstambisjoner blant kvinnelige entreprenører.*

Vi var særlig interessert i å studere kvinnelige entreprenørers vekstambisjoner sett i forhold til følgende tre faktorer; tilnærming til risiko, sosiale forhold, samt tilgang og anvendelse av ressurser.

## **1.2. Avgrensing**

Vi har avgrenset vår oppgave ved å utelukkende fokusere på kvinner og deres vekstambisjoner. Vi har videre avgrenset ytterligere ved å ta for oss tre faktorer og i hvilken grad disse har innvirkning på den avhengige variabelen. På grunn av tilgjengelighet har vi en geografisk avgrensning til Salten.

## **1.4. Oppgavestruktur**

Oppgavens andre kapittel utgjør den teoretiske delen med oversikt over litteratur som er relevant for vårt forskningsspørsmål. Vi vil gi en innføring i kjennetegn ved en entreprenør og hvilke måter vi kan se på vekst. Vi har valgt ut tre faktorer som vi ønsker å se på, disse er risiko, ressurser og sosiale forhold og blir grundig presentert i dette kapitlet. Tilslutt presenterer vi vår egen forskningsmodell som vi har jobbet ut i fra når vi har utformet oppgaven. Vi har brukt modellen som et arbeidsverktøy for å gi en forståelse, og oversikt over problemstillingen vår.

Det tredje kapitlet i oppgaven omfatter valg av metode og beskriver prosessen vi har vært under i planlegging og utarbeidelse av denne bacheloroppgaven. Vi gir en innføring av hva metode er og hvordan forskningsprosessen er før vi forteller om vårt valg av forskningsdesign. Videre i kapitlet forteller vi om hvordan vi valgte informanter og hvordan innsamlingen foregikk. Til slutt i kapittel tre presenterer vi våre informanter.

Det fjerde kapitlet består av analyse. Kapitlet består av en analyse av intervjuene og dataene det gav oss. Vi har satt opp analysen av ulike funn fra datainnsamlingen og knyttet

dette opp mot litteraturen og de teoriene vi gikk igjennom i kapittel 2. Det er de tre faktorene fra forskningsmodellen samt vekst som blir analysert i dette kapitlet.

I oppgavens femte og siste kapitel presenterer vi vår konklusjon. Vi har repetert de viktigste funnene som omhandler de tre faktorene vi har undersøkt. Det vil på bakgrunn av våre funn fremmes forslag til videre forskning.

---

## 2. Litteraturredel

---

I litteraturredelen presenteres relevant litteratur som knytter seg opp mot den problemstillingen vi studerer. Vi ønsker med dette å danne et teoretisk grunnlag for analysen i oppgaven. Vi skal se nærmere på litteratur som kan være til hjelp når vi skal forsøke å forklare hvilke faktorer som påvirker ambisjoner om vekst blant kvinnelige entreprenører. Kapitlet er delt inn i to hoveddeler, der den første delen er en introduksjon til emnet med fokus på identifisering av entreprenøren og hva en ønsker å oppnå med entreprenørskap. Vi kommer også til å gjøre rede for ulike perspektiver på vekst. Den andre delen består av aktuell litteratur som er tilknyttet kvinnelige entreprenører og deres vekstambisjoner. Risikohåndtering, ressurstilgang og sosiale forhold vil i hovedsak representere andre del av kapitlet.

### 2.1 Hva kjennetegner entreprenøren?

Kolvereid og Thune-Holm (2002) hevder at entreprenører ser muligheter der andre ser begrensinger, og påpeker at de kjennetegnes ved en unik stå-på-evne som gir dem nødvendig drivkraft til å fortsette arbeidet. Kremmerånden er en viktig egenskap for å kunne skape noe nytt. Begrepet kremmerånd er knyttet til skaperglede, kreativitet og løsningsorientering. Personlig frihet, selvrealisering og utfordrende arbeidsoppgaver er viktige motivasjonsfaktorer for entreprenøren, og dermed viktige begrunnelser for å ønske seg en karriere som selvstendig næringsdrivende (Kolvereid, 2006). Ønsket om å være selvstendig næringsdrivende kan eksempelvis være knyttet til at man ikke møter nok utfordringer som ansatt. Ifølge Wickham (2006) handler entreprenørskap om å skape endringer og gjøre en forskjell. Verden er ikke den samme etter at en entreprenør er ferdig med den. I en snevrere forstand, handler entreprenørskap om å dra nytte av sine innovative evner for å skape verdier. Verdier som ikke alltid måles rent økonomisk. Gründeren er opptatt med å identifisere potensialet for endring til det bedre. Han eller hun eksisterer i en tilstand av spenning mellom den faktiske og den mulige, dvs. mellom hva som er og hva som kan være.

Aslesen (2002) har laget en klassifiseringsmodell som tar for seg entreprenøriell atferd sett i lys av de to variablene *karriere* og *familie*. Aslesens skiller mellom karriereentreprenøren,

kombinasjonsentreprenøren, omsorgsentreprenøren og seniorentreprenøren. Dette kommer til å være en nyttig modell når vi skal sammenligne de forskjellige informantene senere i oppgaven. Ved å studere hvordan de prioriterer familie og karriere vil det være mulig å klassifisere entreprenørene med utgangspunkt i disse fire kategoriene. De fire ulike kategoriene er såkalte idealtipe-kategorier som representerer forenklete aspekter av virkeligheten.

*Karriereentreprenøren* har forholdsvis lav prioritering av familie og høy prioritering av entreprenørskapskarriere. For henne blir jobben nærmest en livsstil. Karriereentreprenøren er ofte ung og enslig med ansvar for bare seg selv. Forholdet mellom jobb og fritid blir ofte beskrevet som flytende, noe som kan tolkes som at karriereentreprenøren ”alltid” er på jobb. Hennes identitet er tett knyttet til rollen som entreprenør og ønsket om å være selvstendig næringsdrivende.

*Kombinasjonsentreprenøren* kjennetegnes ved at hun gjerne ønsker en karriere som selvstendig næringsdrivende. Det er imidlertid viktig at karrieren må kunne kombineres med hjemmet og familiesituasjonen. Kombinasjonsentreprenøren besitter ofte rollen som gift eller samboer, med barn som bor hjemme. De drives av entreprenørskap, men lever ikke for det alene. Drivkraften bak å være entreprenør stammer ofte i behov for å realisere egne ressurser og jobbe uavhengig med fleksibilitet til å ta seg av familie. I motsetning til karriereentreprenøren er kombinasjonsentreprenøren familieorientert og kan føle at ekstra tid brukt på foretaket kan gå på bekostning av familien.

Hos *omsorgsentreprenøren* settes foreldrerollen svært høyt, der omsorg av barn kommer i første rekke. Familiesituasjonen til omsorgsentreprenøren er nokså lik kombinasjonsentreprenøren. Omsorgsentreprenøren skiller seg imidlertid fra kombinasjonsentreprenøren ved å være litt yngre. Omsorgsentreprenøren motiveres av fleksibilitet og frihet i arbeidet, som igjen gjør det mulig å ta seg av familie og barn ved behov. Fleksibilitet i arbeidet legger til rette for at arbeidet kan utføres når barn er sysselsatt med andre ting eller at man kan utføre arbeidet på sene kvelder. Identiteten er knyttet til å være en omsorgsperson da prioritering av familie er viktigst.

*Seniorentreprenøren* har valgt å ta seg av familie og barn, for deretter å starte virksomhet på et senere tidspunkt i livet. Dette resulterer i at entreprenørene ofte er mer voksne når bedriftsetableringen finner sted. Seniorentreprenøren deler synet om at barn kan bli en begrensning for bedriftsetablering, men har i motsetning til karriereentreprenøren valgt å vente

med å starte egen virksomhet. Oppgaver i hjemmet er fremdeles å anse som viktig. Prioriteringer mellom arbeid og familie er nokså jevnt fordelt. Deres identitet ser ut til å ha dype spor i den tradisjonelle kjønnsrollemønsteret. Dette kan forklares ved at de har ventet til barna er store nok til å klare seg selv før de har satt sin selvrealisering om eget foretak i prioritering.

*Tabell 1. Klassifisering av ulike typer entreprenører*

<b>Karriereentreprenøren</b>	<b>Lav prioritering av familien, høy prioritering av karrieren.</b>
<b>Kombinasjonsentreprenøren</b>	<b>Høy prioritering av familien, høy prioritering av karrieren</b>
<b>Omsorgsentreprenøren</b>	<b>Høy prioritering av familien, lav prioritering av karrieren</b>
<b>Seniorentreprenøren</b>	<b>Suksessiv prioritering, først familie deretter entreprenørskap.</b>

Kilde: Aslesen (2002:157)

For å identifisere entreprenøren kan det også være hensiktsmessig å se på hvilken type bedrift de driver. Sørheim (2006) deler ulike type bedrifter inn i en grov inndeling, disse er hobbybedrifter, levebrødsbedrifter og vekstbedrifter. Han fokuserer også på hvordan entreprenørens ambisjonsnivå er sett i sammenheng med hvilken type bedrift en eier. Videre kommer en beskrivelse av hvordan vi kan kjenne igjen disse tre typene bedrifter. I analysekapittelet skal vi se på hvilke bedriftsformer våre informanter kan klassifiseres i.

Vi kan kjenne igjen en hobbybedrift etter hvilke typer produkter eller tjenester de leverer. Et eksempel kan være noen som driver med små datareparasjoner hjemmefra, eller noen som

selger hjemme strikkede vatter. En hobbybedrift kan også tjene inntil 50 000 kr i året uten å bli momspliktig.

Entreprenører som starter levebrødsbedrift har som oftest et ønske om å skape sin egen arbeidsplass. 90 % av bedriftene som etableres i Norge hvert år, vil klassifiseres som hobby eller levebrødsbedrifter.

Entreprenører som starter vekstbedrifter eller starter bedrifter som utvikler seg til vekstbedrifter, er ute etter noe mer en å skape sin egen arbeidsplass. Utfordringene til vekstbedrifter varierer i forhold til hvilket stadium bedriften er i.

Den største forskjellene mellom en levebrødsbedrift og en vekstbedrift, uten om deres motivasjon, kan vi se av deres behov og forhold til private investorer. Vekstbedrifter er nemlig veldig positiv til private investorer da de i større grad har behov for mye mer kapital fra eksterne investorer. Levebrødsbedrifter forholder seg relativt kritisk til private investorer. Dette kan vi tolke ut fra at når en privat investor entrer bedriften, vil ikke entreprenøren opprettholde 100% kontroll. Risikoen som medfølger av at investor ønsker avkastning på sin investering kan være en faktor som gir utslag i at levebrødsbedrifts-eiere forholder seg kritisk til private investorer. Nedenfor ser vi en fremstilling entreprenørens motivasjon og ambisjon for å starte opp bedrift sett i forhold til de tre ulike typer bedrifter.

*Tabell 2. Klassifisering av type bedrift.*

<b>Hobbybedrift</b>	<b>Ønske om å etablere en biinntekt</b>
<b>Levebrødsbedrift</b>	<b>Ønske om å skape sin egen arbeidsplass</b>
<b>Vekstbedrift</b>	<b>Teknologi eller markedsdrevet</b>

Kilde: Sørheim (2006:174)

### 2.1.2. Vekst

Gründerbedrifter er kjennetegnet ved sitt vekstpotensial. Veksten til en gründerbedrift er et resultat av entreprenørens ønske og evne til å dra nytte av det potensialet for å dyrke sin virksomhet. Ønsket om vekst henger ofte sammen med den enkeltes ambisjonsnivå. Det finnes flere grunner til å vokse. Det kan for eksempel være et ønske om selvrealisering i form av personlig vekst. En positiv økonomisk utvikling danner grunnlag for at bedriften kan vokse ytterligere. Med vekst i geografisk bredde vil man stå sterkere ved lokale lavkonjunkturer. Vekst kan også bidra til å styrke bedriftens posisjon i markedet og dermed gjøre bedriften mer konkurransedyktig. Fordelingen av markedsandeler er en viktig indikator for grad av konkurranse i et marked, og en bedrift i vekst vil potensielt ha mulighet til å sikre seg betydelig makt og innflytelse. Som nevnt innledningsvis kan entreprenører også være drevet av et ønske om å gjøre en forskjell på verdensbasis. Jo større bedrift de skaper, desto større blir forskjellene de utretter. Vekst er på mange måter en nødvendighet for bedriftens overlevelsessevne. Vekst i bedriften danner det finansielle grunnlaget for investering og nyskaping.

I følge Wickham (2006) er vekst en kritisk faktor for entreprenøriell suksess. Organisatorisk vekst betyr imidlertid mer enn bare økning i størrelse. Veksten til en bedrift er en dynamisk prosess. Dette innebærer utvikling og endring i organisasjonen, samt endringer i måten organisasjonen samhandler med omgivelsene. Selv om en organisasjon ofte vokser som en sammenhengende helhet, kan man også forstå organisasjoners vekst ved å ta utgangspunkt i ulike perspektiver. Det er fire perspektiver som er særlig viktige når vi ser på vekst i nyetablerte bedrifter:

*Økonomisk vekst.* Dette perspektivet innebærer et syn på virksomhetens utvikling som økonomisk enhet. Økonomisk vekst dreier seg blant annet om økning i omsetning, driftsresultat, kostnadseffektivitet, likviditet, rentabilitet og soliditet. Det er også interessant å studere bedriftens eiendeler og hvorvidt disse øker i verdi. Økning i eiendeler verdi kan relateres til økning i verdien av virksomheten som helhet.

*Strategisk vekst* er knyttet til de endringene som finner sted i måten organisasjonen samhandler med sine omgivelser som en sammenhengende strategisk "hele". Primært er dette perspektivet opptatt av måten virksomheten utvikler sine evner til å utnytte sin tilstedeværelse i markedet. Strategisk vekst indikerer at bedriften klarer å skape bærekraftige

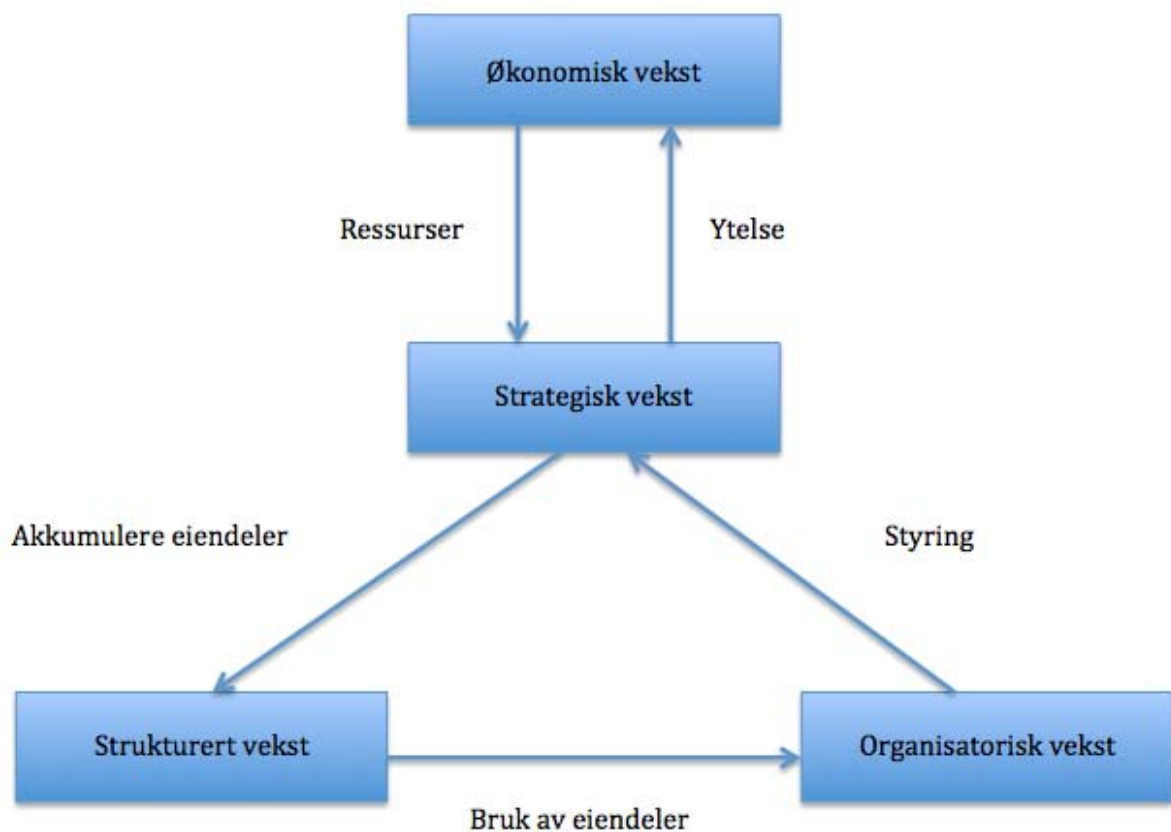
konkurransefortrinn.

*Strukturell vekst* dreier seg om endring i måten virksomheten organiserer sine interne systemer, da særlig med tanke på fordeling av lederroller og ansvar. Det er også viktig å bemerke seg at strukturell vekst innebærer endring i rapportering, teknologi, ressurser, samt kontroll- og styringssystemer.

*Organisatorisk vekst* er knyttet til forbedringer i organisasjonens interne prosesser, kultur og holdninger etter hvert som den vokser og utvikler seg. Organisatorisk vekst er også endring i entreprenørens rolle som følge av at bedriften vokser.

Nedenfor presenteres en modell som viser hvordan disse fire perspektivene står i forhold til hverandre.

Figur 1. Modell for vekst



Kilde: Wickham (2006:517)



### Dynamikken i vekst for gründerbedrifter.

De overnevnte formene for vekst er ikke uavhengige av hverandre, men representerer forskjellige faser av samme underliggende prosess. I hjertet av denne prosessen finner vi drivkraften for vekst, nemlig at bedriften hele tiden klarer å skape større verdier ved å utnytte sine tilgjengelige ressurser på best mulig måte. Bedre anvendelse av ressursene er en konsekvens av entreprenørens beslutningsgrunnlag, og det er derfor vi finner det strategiske perspektivet i sentrum av modellen. Det er interaksjonen med markedet og kundene som avgjør bedriftens evne til å tilfredsstille kundens behov. Den økonomiske veksten er et mål på hvor godt bedriften klarer nettopp dette. Økonomisk vekst vil gjerne vise seg ved flere verdier og eiendeler, noe som igjen gjenspeiles i den strukturelle veksten. Etter hvert som bedriften vokser medfører dette endring av organisasjonsstrukturen og entreprenøren blir følgelig nødt til å delegerer ansvar og oppgaver.

Veksten må synliggjøres og presenteres som konkrete mål for bedriften. Når dette er gjort kan vekststrategien kan ledes frem. For entreprenøren vil vekst fremstå som en belønning for å klare å identifisere de riktige mulighetene, forstå hvordan de best mulig kan utnyttes og utvikle konkurransefordeler basert på dem (Wickham, 2006).

Det er mulig å se på vekst som en økning i mengde, økning i størrelse eller forbedring i kvalitet. Lysten til å vokse må ses i sammenheng med den innsatsen som kreves og de forventede effektene av vekst. For mange entreprenører er deres vekstambisjoner knyttet til et ønske om å videreutvikle sitt potensial. Det å virkeliggjøre sine drømmer er på mange måter den viktigste motivasjonsfaktoren for entreprenøren. På individnivå kan motivasjon for vekst være knyttet til trygghet, selvrealisering og faglig kompetanse. På bedriftsnivå vil mulige konkurransefortrinn, omdømme, markedsandel, kundelojalitet og kapital være viktige motivasjonsfaktorer.

Vi har laget en tabell med oversikt over type vekst og tilført gode som resultat av slik vekst.

Tabell 3. – Type vekst og tilført gode

<b>Vekstform</b>	<b>Tilført gode</b>
Overskudd/profitt	Kr
Omsetning	Trygghet
Oppgaveløsning	Faglig kompetanse
Ansatte	Økt menneskelig ressurser
Kunder	Markedsandel
Geografisk bredde	Konkurransefortrinn
Samfunnsansvar	Omdømme

## 2.2 Litteratur

Tidligere forskning har antydnet at det foreligger en forskjell når det kommer til mannlige og kvinnelige entreprenørers holdninger til vekst. De siste årene har vi sett en økning i antall vekstbedrifter eid av kvinner. Likevel forblir kvinner underrepresentert i kategorien for ”høyvekst”-bedrifter, og det er interessant å spørre seg selv hvorfor det er slik. Eksisterende litteratur på området har kommet frem til mange forskjellige teorier som muligens kan gi oss svar på dette spørsmålet. Spilling (2000) mener at veksten til en gründerbedrift i stor grad bestemmes av entreprenørens innovative ferdigheter. Dette er et teoretisk perspektiv som kan sies å være kjønnsnøytralt. Det vil videre være interessant å studere i hvilken grad det eksisterer særtrekk ved kvinnelige entreprenører som kanskje kan forklare deres tilnærming til vekst.

### 2.2.1. Barrierer

Proessen med å etablere en ny virksomhet innebærer en del hindringer som skal overkommes og barrierer som skal brytes. Det er i denne sammenheng vanlig å snakke om eksterne og interne barrierer. En barriere kan i denne sammenheng forstås som en ”veisperre” på veien mot vekst. Eksterne barrierer knytter seg til ressursanskaffelse, herunder finansiell, menneskelig og sosial kapital (Foss og Ljunggren, 2006). Disse kapitalformene vil vi gå nærmere inn på senere i litteraturkapittelet. Interne barrierer knytter seg til entreprenørens personlige motiver, vilje og evner. I eksisterende litteratur om kvinnelig entreprenørskap, påpekes det at kvinner også står ovenfor såkalte ”usynlige” barrierer (Hauge & Havnes,

2005). Disse henger sammen med hvordan vi i vårt samfunn betrakter menn og kvinner, hvordan samfunnet er satt sammen og konsekvenser av dette.

### **2.2.2. Risiko**

I hvilken grad kan vekst representere suksess? Størrelse og vekst er et klassisk kriterium når det kommer til beregning av suksess og det er en underliggende antakelse at vekst er indikator for hvorvidt en bedrift lykkes eller ikke. Dersom vi tar utgangspunkt i at kvinner ønsker at deres bedrifter skal vokse i like stor grad som menn. Da vil man anse den beskjedne størrelsen på bedriften som et problem. Det viser seg imidlertid at menn og kvinner har forskjellige preferanser når det gjelder ønsket størrelse på bedrifter. Dette kan ses i lys av flere ulike aspekter ved mannlig og kvinnelig ledelse. (Minniti et al., 2004:28).

Det kan se ut til at både kvinner og menn forholder seg til terskler som representerer den størrelsen på bedriften som entreprenøren er komfortabel med å håndtere. Ønsket størrelse på bedriften henger sammen med opplevd kontroll, hvor mye tid og energi entreprenøren har til rådighet for bedriften sin, samt balanse mellom arbeid og fritid. Tersklene er avgjørende for hvor mye de ønsker at bedriftene deres skal vokse, men det kan se ut til at disse grensene settes lavere hos kvinnelige entreprenører. Det er flere bedrifter med vekstpotensial som ikke ønsker å vokse, noe som kan komme av at opplevd kontroll anses som viktigere enn ekspansjon. Kvinner virker også i større grad enn menn bekymret for konsekvensene av rask ekspansjon, og har derfor en tendens til å vokse med lavere vekstrate (Cliff 1998). Kvinner har en tendens til å jakte på en ønsket balanse mellom økonomiske mål, som resultat og salg, og ikke-økonomiske mål, som kvalitet og kundetilfredshet.

Etter hvert som bedriften vokser og utvikler seg, oppstår det et behov for ansvarsdelegering. Dette kan oppleves som ubehagelig for entreprenøren, ettersom han/henne mister den ”fysiske” kontrollen. De aller fleste entreprenører foretrekker å ha styringen selv, og delegering av ansvar kan derfor sies å være en bremsekloss for risikovillighet.

### **2.2.3. Ressurser**

Ressursbegrepet har mange dimensjoner, men kan forklares som *midler for å nå et bestemt mål*. Ressurser er på mange måter grunnlaget for enhver prosess og dermed også nødvendig for å kunne utøve aktiviteter. Tilgang til gode ressurser er med andre ord avgjørende for en gründerbedrift i vekst. Vi skal i dette delkapittelet ta for oss kvinnelige entreprenørers tilgang

til nødvendige ressurser som har vist seg å være grunnleggende for nyetablerere. Ved å studere hvordan entreprenøren anskaffer og anvender finansiell, menneskelig og sosial kapital kan vi kanskje være i stand til å si noe om hvorvidt virksomheten har vekstpotensial.

### Finansiell kapital

Finansiell kapital er ansett for å være den viktigste ressursen i vekstfasen, og er følgelig også avgjørende for kvinnelige entreprenørers holdning til ekspansjon. Begrenset tilgang til finansiell kapital er et hinder for en bedrift med vekstpotensial. Uten tilstrekkelig kapital vil ikke bedrifter i oppstartsfasen ha mulighet til å vokse seg stor nok til å møte markedets krav. Utilstrekkelig likviditet er i mange tilfeller årsak til konkurs hos mindre bedrifter. Nyetablerte bedrifter kan ikke legge sin tillit til kapitalmarkedene, men er i stedet avhengig av bankfinansiering, varekreditt og uformell finansiering (Coleman, 2000).

Tilgang til kapital er et område hvor kvinnelige entreprenører ofte støter på usynlige barrierer, noe som igjen hindrer dem i å tenke stort. Finansielle barrierer kan være knyttet til størrelsen på bedriften. Det viser seg at lånegivere først og fremst foretrekker å låne til større og mer etablerte selskaper. En slik innstilling kan være med på å sette kvinneide selskaper i en ufordelaktig posisjon (Coleman, 2000). Forskning viser at nyetablerte bedrifter ledet av kvinner er mindre i størrelse enn de som er ledes av menn. Det er flere faktorer som ligger til grunn for en slik antakelse. For det første viser det seg at kvinnelige entreprenører ofte har mindre egenkapital ved oppstart, som igjen kan komme av at det eksisterer en skjevhet mellom menn og kvinner hva gjelder inntekt og formue (Foss og Ljunggren, 2006). For det andre vil grad av startkapital kunne ses i sammenheng med den sektoren entreprenøren opererer innenfor. Kvinner starter gjerne opp i bransjer med mindre kapitalbehov, som for eksempel i servicebransjen. For det tredje er kvinnelige entreprenører angivelig mer risikoavers enn menn, som også kan være en forklaring på bedriftenes beskjedne størrelse (Verheul og Thurik, 2001).

En tilsynelatende mer forsiktig tilnærming til vekst kan være både til fordel og ulempe for kvinnelige entreprenører. Det vil kunne resultere i bedrifter som er i stand til å overleve på lengre sikt sammenlignet med de som styres av ledere som følger mer risikable vekststrategier. En forsiktig tilnærming til vekst vil kunne fremstå som svært attraktivt for en investor som ikke er interessert i å se pengene sine gå til spille. Det er imidlertid viktig å ta i betraktning at kapitalister i stor grad forventer at nyetablerte bedrifter skal vokse i form av salg og profitt. For en kreditor vil det overordnede målet ved en investering være knyttet til

profitt, og det er derfor ønskelig å dra nytte av risikoen kreditoren pådro seg på tidspunktet for investering. For en kapitalist vil strategien innebære å trekke seg ut etter noen år og dermed tjene på investeringen. En slik strategi passer ikke nødvendigvis med kvinners tilsynelatende lave vekstambisjoner, noe som kan være med på å danne en usynlig barriere for kvinnelige entreprenører. (Minniti et al., 2004:30) I den grad kvinner oppfattes som mer risikable lånetakere, kan de bli nektet lånefinansiering.

Kvinnelige entreprenørers ønske om opplevd kontroll i forbindelse med vekst kan ha viktige implikasjoner for tilbydere av finansiell kapital. For mange entreprenører er det slik at den største tilfredsstillelsen ved å eie et selskap knytter seg opp mot det å jobbe tett med kunder og ansatte. Etter som bedriften vokser, vil uunngåelig entreprenørens rolle endres som resultat av dette (Gundry og Welsch, 2001). Dersom vekst er ensbetydende med en distansering fra denne rollen, velger mange entreprenører i stedet å begrense veksten. Ved at kvinnelige bedriftsledere i stor grad er opptatt av å ivareta kontroll, kan ønsket om ekstern finansiering være begrenset og dermed har vi et dårlig utgangspunkt for vekst.

Det kan på bakgrunn av overnevnt litteratur være interessant å studere sammenhengen mellom kapital og vekst for kvinnelige entreprenører. Det vil også være interessant å undersøke hvorvidt kvinnelige entreprenører anser opplevd kontroll som avgjørende for ønsket vekst.

### Menneskelig kapital

Menneskelig kapital, dreier seg om den generelle kompetansen som entreprenøren innehar i form av utdanning og erfaring (Foss og Ljunggren, 2006). Menneskelig kapital innebærer de egenskapene ved entreprenøren som bidrar til økt produktivitet og verdiskapning i bedriften. Carter et al. (2002) refererer til en studie gjort av Dollinger (1994) og hevder at menneskelig kapital ikke bare fremkommer av investering i formell utdanning, yrkesmessig erfaring og trening. Den omfatter også entreprenørens innsikt, kreativitet, intelligens og evne til å ta avgjørelser. Verdien av menneskelig kapital bestemmes av de menneskelige ressursene som eksisterer i bedriften. I en nyetablert bedrift vil følgelig denne kapitalen i stor grad hvile på entreprenørens skuldre. Menneskelig kapital vil blant annet kunne økes ved å investere i kompetanseutvikling.

Usynlige barrierer for kvinnelige entreprenører kan ses i sammenheng med sysselsettingsmønsteret som kommer frem i det norske arbeidsmarkedet; nemlig at en stor

andel kvinner velger utdannelse som kvalifiserer til arbeid i offentlig sektor. Foss og Ljunggren (2006) viser til en sammenligning av norske selvstendig næringsdrivende og påpeker at undersøkelsen samsvarer med tendensen som fremkommer av utdanningsmønsteret, nemlig at kvinner dominerer utdanninger innen helse, undervisning og omsorg. Database for statistikk om høyere utdanning (DBH) presenterer lignende tall. Vi ser av tabellen nedenfor at kvinner er overrepresentert innen studium som i stor grad kvalifiserer til arbeid i offentlig sektor.

*Tabell 4. – Studier der kvinner er overrepresentert*

Studium	2010			2011			2012		
	Menn	Kvinner	Totalt	Menn	Kvinner	Totalt	Menn	Kvinner	Totalt
<b>Førskolelærerutdanning</b>	762	5 828	6 590	877	6 093	6 970	919	6 009	6 929
<b>Helsefag</b>	1236	6962	8198	1192	6674	8066	1200	6968	8168
<b>Sykepleierutdanning</b>	1 222	11 048	12 270	1280	11 449	12 729	1396	11 733	13 129

Kilde: DBH (2012).

Det at Norge har en sterk offentlig sektor som dominerer helsevesen og utdanningssystem, legger på ingen måte rette for entreprenørskap innen disse fagområdene. For dem som velger å utdanne seg til yrker innen offentlig sektor er sannsynligheten for entreprenøriell aktivitet redusert betydelig.

Det finnes få norske studier om hvilken betydning menneskelig kapital har for entreprenøriell atferd og vekstambisjoner. Dette kommer kanskje av at menneskelig kapital, og i hvilken grad den påvirker vekstambisjoner, vanskelig lar seg måle. Foss og Ljunggren (2006) henviser til en studie av Foss (1994) som kunne identifisere en sammenheng mellom menneskelig kapital og risikovillighet. Studien fant at de informantene med menneskelig kapital i form av høyere utdanning, i mindre grad var villige til å ta risiko sammenlignet med de som hadde erfaring. Dette indikerer at utdanning kan gjøre entreprenøren oppmerksom på de negative konsekvensene som vekst kan føre med seg.

Menneskelig kapital omfatter også kompetanse i form av erfaring. Erfaring er den kunnskap en får gjennom egne opplevelser. Det argumenteres for at erfaring vil forenkle oppstarten og bedre entreprenørens sjanser for å lykkes ved at en får et bedre beslutningsgrunnlag. Erfaring kan derfor sies å være motivasjon for vekst. Mange gründere er for dårlig forberedt når de etablerer sin egen virksomhet for første gang. Virkeligheten har en helt annen fremtoning enn det som fremkommer på forelesningssalen.

Det vil på bakgrunn av overnevnt litteratur være interessant å undersøke i hvilken grad informantene besitter menneskelig kapital og hvorvidt den er eller har vært utslagsgivende for deres ambisjoner om vekst.

### Sosial kapital

*"Our success has really been based on partnerships from the very beginning."* – Bill Gates

Sosial kapital kan forklares som de sosiale relasjoner entreprenøren danner rundt virksomheten. Bill Gates kan med det overnevnte sitatet belyse viktigheten av et godt fungerende nettverk. Entreprenøren eksisterer ikke alene i omgivelsene, men i tett relasjon med andre mennesker og omverden. Nettverket består av kontakter av formell og uformell karakter. Forskning har i liten grad studert sammenhengen mellom kjønn og anvendelse av sosialt nettverk, og vi vet derfor forholdsvis lite om hvordan kvinner etablerer, bevarer og utvikler sine nettverk. Foss og Ljunggren (2006) viser til forskning på sammensetning av nettverk, og påpeker at menn og kvinner tilsynelatende har forskjellige motiver for å etablere sosiale relasjoner. I tillegg viser det seg at kvinners sosiale nettverk i større grad enn menn er bestående av venner og familie. Aslesen (2002) refererer til en omfattende undersøkelse gjort av Aldrich (1989) som tar utgangspunkt i menn og kvinners sosiale relasjoner. Det fremkommer av denne analysen at suksessrike bedriftsetableringer er avhengig av tilgang på unik og spesialisert kunnskap gjennom et velfungerende nettverk. Aldrich (1989) trekker frem at kvinner i større grad er opptatt av likevekt og følelsesmessige hensyn snarere enn effektivitet. Dette gir kvinner et tettere nettverk bestående av færre aktører med relativt sterke bånd. Mark Granovetters banebrytende artikkel fra 1973 *"The strenght of weak ties"*, viser betydningen av det han kaller "svake bånd". Han påpeker at det er viktig å søke informasjon ut over nærmeste omgangskrets og at svake bånd vil fungere som broer mellom sosiale systemer, og gir nye impulser til å forstå verden på en ny måte. Entreprenørskap er å forstå verden på en ny måte og å iverksette denne nye forståelsen.

#### 2.2.4. Sosiale forhold

Entreprenørens sosiale liv har tradisjonelt sett vært å betrakte som tydelig adskilt fra bedriftsetableringen, og sosiale forhold har generelt hatt liten plass i entreprenørskapsforskning. Entreprenøren har blitt beskrevet som et rasjonelt individ som fatter beslutninger uten å ta hensyn til forhold utover det rent økonomiske. Et slikt perspektiv på entreprenøren som individ har vist seg å være dårlig egnet når det er ønskelig å forklare strategi og handling i forbindelse med den nye bedriften. For å få en forståelse av entreprenørskap som fenomen er det viktig å betrakte bedriftsetableringen i sammenheng med entreprenørens sosiale liv. Når vi bruker begrepet ”sosiale forhold”, tenker vi først og fremst på hushold og familie, men også på entreprenørens tilknytning til samfunnet generelt.

Når vi studerer entreprenørskap, er det viktig å ta hensyn til at arbeidsliv og sosialt liv er gjensidig påvirkende faktorer, og at denne sammenhengen skaper både muligheter og spenninger for entreprenøren (Ljunggren et al., 2000). Morris et al. (2006) antyder at kvinnelige entreprenører bevisst begrenser størrelsen på bedriften med den hensikt å kunne balansere karriere og familieliv. Selv om begge kjønn må forholde seg til motstridende krav vedrørende familie og karriere, har de tradisjonelle ansvarsområdene i hjemmet betydning for valg, prioriteringer og mål for bedriften. Ljunggren et al. (2000) har studert sammenhengen mellom kjønn, hushold og bedrift, og påpeker at arbeidsdelingen i hjemmet fremdeles fremtoner seg som kjønnsdelt. Når likestilling mellom kjønn gradvis har vunnet frem i Norge vil det være naturlig å forvente at likestillingen også skal sette spor i hjemmet. Til tross for store fremskritt de siste tjue årene, kan det se ut til at vi fremdeles har en vei å gå mot likestilling. Både i hushold der kvinnen har etablert bedrift og i hushold der mannen har etablert bedrift, synes hovedansvaret for hus- og omsorgsarbeid å ligge på kvinnens skuldre (Ljunggren et al. 2000). Selv i et likestilt land som Norge eksisterer det altså forskjeller på menn og kvinner når det gjelder ansvaret for hus og hjem. Det kan være interessant å spørre seg om kjønnskjevhetene i næringslivet er et resultat av et kjønnsdelt norsk samfunn. Forventninger til kvinnerollen samsvarer per dags dato ikke med entreprenørskap og næringsliv.

På samme tid ser at kvinner i langt større grad enn tidligere tar del i arbeidet med å forsørge familien, da gjerne ved å starte egen virksomhet. Dette representerer en ny og utradisjonell tilpasning sett i forhold til den tradisjonelle kvinnerollen. Når det fremdeles er slik at kvinner

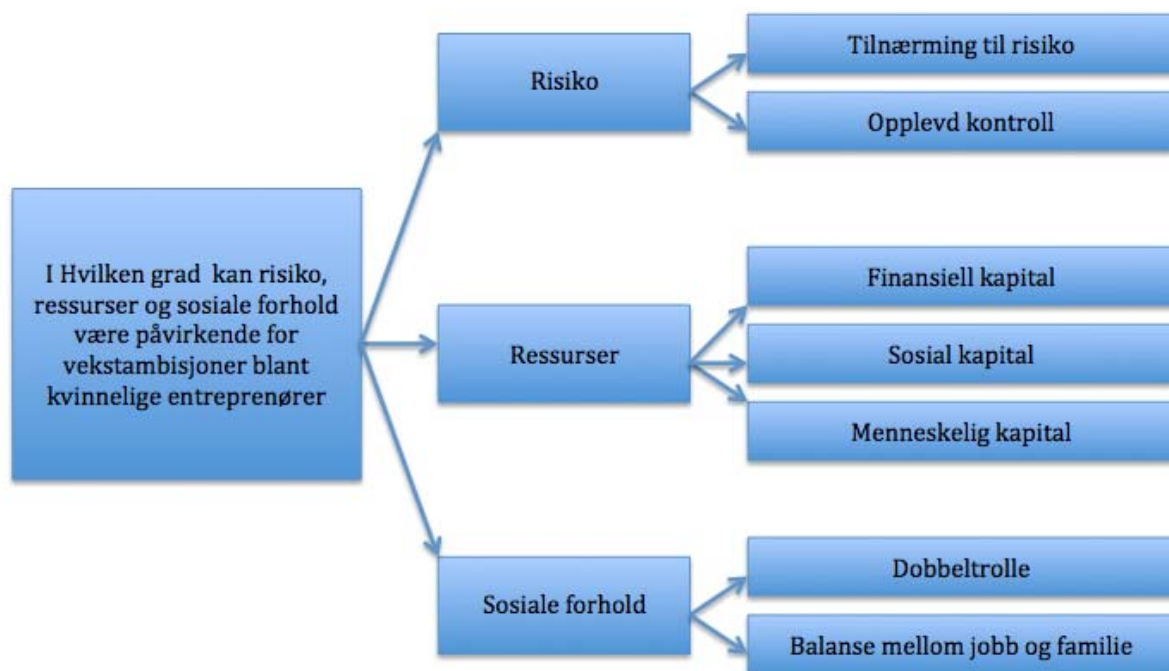


i stor grad tar seg av arbeidet i hjemmet, kan det se ut til at kvinner ofte tilpasser sine bedrifter etter husholdets behov og dermed tar valg ut fra sine roller som mor og hustru. Ljunggren et al. (2000) kan imidlertid også vise til kvinnelige entreprenører som skiller seg fra mengden ved at familiehensyn ikke har betydning for etablering av bedrift. Det er derfor svært interessant for oss å undersøke hvordan kvinnelige entreprenører forholder seg til denne problemstillingen. Forhåpentligvis kan dette hjelpe oss med å svare på i hvilken grad familie og hushold har innvirkning på ambisjoner om vekst.

### 2.3 Forskningsmodell

Vi har satt sammen en forskningsmodell for undersøkelsen, basert på vårt forskningsspørsmål og de tre faktorene som ble avdekket i litteraturdelen.

Figur 2. Forskningsmodell.



Vekstambisjoner er en avhengig variabel som kan ses i sammenheng med tre uavhengige variabler. Vi ønsker først og fremst å studere hvordan risiko virker inn på kvinnelige entreprenørers ambisjoner om vekst. Deretter vil tilgang og anvendelse av ressurser være i fokus før vi til slutt tar for oss hvordan familie og familieetablering påvirker vekstambisjonene.

---

## 3. Metode

---

### 3.1. Hva er metode

Vi vil i dette kapitlet redegjøre for valg av metode, samt utforming og gjennomføring av undersøkelsen. Videre følger en beskrivelse av hvordan datainnsamlingsprosessen har foregått, samt en kort presentasjon av våre informanter. Avslutningsvis er kvaliteten på undersøkelsens data vurdert i forhold til reliabilitet og validitet.

Metode er en fremgangsmåte for å undersøke om våre antagelser er i samsvar med virkeligheten (Johannessen et al., 2005). Metode gjør det mulig å sannsynliggjøre om disse antagelsene stemmer, eventuelt avdekke nye erkjennelser. Metode er imidlertid mer enn bare undersøkelsesteknikker. Det er læren om innsamling, organisering, strukturering, bearbeiding, analysering og tolkning av sosiale fakta (Halvorsen, 2003). I samfunnsvitenskapelig metode skiller det mellom kvalitative og kvantitative tilnærminger. Det prinsipielle skillet dreier seg om hvordan data registreres og analyseres. Kvantitativ metode består av målbare data, med andre ord data kan uttrykkes i tall eller andre mengdetemer. Kvalitativ metode benytter data i tekstform bestående av *ord med mening*, og har til hensikt å gi en dypere innsikt og forståelse av menneskelig atferd og sosiale fenomener. Ved kvalitativ forskningsmetode foregår datainnsamling og analyse parallelt, og de ulike fasene i forskningsprosessen overlapper hverandre. Kvalitativ tilnærming tar sikte på å få frem fylldige beskrivelser ved å innhente mer detaljert og nyansert informasjon (Johannessen et al., 2005).

### 3.2. Forskningsprosessen

Formålet med en hver forskning er å skaffe kunnskap. Som resultat kan man ende med ny viten om det man studerer eller man kan bekrefte hva eksisterende teori sier om emnet. For at resultatet av forskningen skal kunne beskrive den virkelige verden på en troverdig måte, må en systematisere fremgangsmåten for innsamling av informasjon. Felles for all type forskning er at prinsippet om logisk, kritisk og konsistent tekning gjelder.

Vi vil her presentere en modell for forskningsprosessen. Prosessen er lik både for kvalitative og kvantitative undersøkelser, med ett unntak. I kvalitative undersøkelser har man i større grad mulighet til å gå tilbake til informantene og be om mer informasjon om man har punkter

hvor dataene er uklare. Det er fire faser i prosessen, disse er skissert under. Man kan se at dette er en interaktiv og dynamisk prosess.

Figur 3. Forskningsprosessen.



Kilde: Johannesen et al. (2005:39)

Forberedelse er den første fasen i forskningsprosessen. Det er her store deler av utformingen til oppgaven skjer. Når man har tatt stiling til undersøkelsens formål og forskningsspørsmål, har man også satt seg noen begrensninger i de andre fasene. Andre fase i prosessen er datainnsamling. Man velger her hvordan forskningen skal utføres, hvem som skal undersøkes og hvordan data skal innsamles. Dataanalyse er tredje trinn i prosessen. Etter endt datainnsamling må en redusere datamaterialet, dette innebærer transkribering og koding. Analyse og tolkning av den kodede informasjonen skjer så. Ved bruk av kvalitative metode kan man gå tilbake til fase to, dersom en ikke har tilstrekkelig med data eller at man ønsker mer utfyllende informasjon. Den siste fasen i prosessen er rapportering. Når en har utført de tre første fasene i prosessen og er tilfreds med det ferdige materialet, vil en skriftlig rapportering skje. Det er viktig at en som forsker beskriver hva som gjøres og skjer i alle fasene i forskningsprosessen. Dersom forskningsdesign er etablert vil dette arbeidet bli betydelig lettere.

### 3.4. Forskningsdesign

Med utgangspunkt i forskningsspørsmålet har vi ansett det som formålstjenlig å anvende et kvalitativt forskningsdesign, nærmere bestemt et enkelt casedesign med flere analyseenheter.

Denne tilnærmingen er valgt på grunnlag av det vi ønsker å studere, nemlig *vekstambisjoner blant kvinnelige entreprenører*. Casedesign som metode innebærer et studium av et eller flere caser over tid, og brukes for å forstå komplekse sosiale fenomener (Johannessen et al., 2005). Casestudiets analysenivå kan være en aktivitet, et individ, et sammensatt system eller en hendelse. Vi har følgelig valgt et casedesign på individnivå.

Caseundersøkelser kan brukes i eksplorative, beskrivende, forklarende, forstående og vurderende undersøkelser. Eksplorative studier kan i følge Halvorsen (2003) brukes når en skal avdekke kunnskap om et lite kjent emne. Denne undersøkelsen kan sies å være av eksplorativ karakter ettersom eksisterende litteratur i hovedsak har tatt for seg andre tilnærminger til entreprenørskap. Kvinnelig entreprenørskap og deres vekstambisjoner er et område som det per dags dato er forsket forholdsvis lite på. Det er skrevet mye litteratur både om entreprenørskap og vekst, men det har ikke vært skrevet mye litteratur som utelukkende fokuserer på kvinner og deres ambisjoner om vekst. Vi håper med denne undersøkelsen å utvide kunnskapsgrunnlaget på dette området og samle foreløpig informasjon som vil bidra til å definere eventuelle problemer.

Resultater fra eksplorativ forskning vil vanligvis ikke gi nok informasjon for å ta store konklusjoner, men de kan gi betydelig innsikt i det temaet som studeres. Man kan for eksempel få indikasjoner på hvorfor eller hvordan noe skjer, men man vil ikke få et representativt svar som forteller hvor ofte eller hvor mange dette gjelder for.

### **3.5. Datainnsamling**

Det finnes en rekke ulike datainnsamlingsmetoder innenfor kvalitative studier. Målet med vår undersøkelse er å avdekke hvilke faktorer som påvirker vekstambisjoner hos kvinnelige entreprenører og vi har derfor ansett dybdeintervju for å være den mest hensiktsmessige fremgangsmåten for innsamling av data. Dybdeintervjuet tillater oss å få dypere forståelse for atferd, motiver og personlighet gjennom å snakke med personer som har førstehåndskjennskap til det fenomenet vi studerer (Halvorsen, 2003). Dybdeintervjuet foregår som en uformell samtale der intervjueren oppfordrer informantene til å fortelle om egne erfaringer og holdninger som knytter seg opp mot den problemstillingen som studeres. Et dybdeintervju forutsetter en fortrolighet mellom intervjuer og informant, og det er viktig å ivareta integriteten til personene som intervjues (Halvorsen, 2003). Vi ønsket derfor å introdusere oss ansikt til ansikt med hver de aktuelle informantene i forkant av intervjuet, for

på denne måten å skape en relasjon allerede før intervjuet ble gjennomført. Vi startet med å redegjøre for oppgavens problemstilling og hvorfor vi ønsket å komme i kontakt med akkurat denne informanten. Deretter leverte vi fra oss et brev med ytterligere informasjon og kontaktopplysninger. Informanten fikk selv bestemme rammen for intervjusituasjonen. Noen av intervjuene ble gjennomført over en kopp kaffe på nærmeste kafé, andre ble utført hjemme i informantens egen stue. Dette skapte en avslappende atmosfære og gav grobunn for gode data.

En godt utarbeidet intervjuguide kan være et viktig verktøy for å styre samtalen i riktig retning og ikke minst avgjørende for hvordan intervjuet arter seg. Intervjuguiden fungerer som en liste over aktuelle temaer og generelle spørsmål som intervjueren ønsker svar på i forbindelse med sin studie. Under arbeidet med utformingen av vår intervjuguide var det i første omgang viktig å identifisere deltemaer som kunne knyttes direkte opp mot forskningsmodellen og forskningsspørsmålet. Vi ønsket at intervjuguiden skulle inneholde en del konkrete spørsmål, i tillegg til noen påstander som vi håpet kunne trigge en diskusjon mot slutten av intervjuet. Intervjuguiden var av strukturert karakter med forhåndsdefinerte spørsmålsformuleringer. Med et ønske om å sikre godt datamateriale og samtidig øke trykgheten hos de enkelte informantene, ble intervjuguiden tilsendt hver av dem noen dager i forkant av intervjuet. Vi opplevde dette som utelukkende positivt da informantene kom godt forberedt til intervjuet.

### **3.5.1 Utvalg**

Kvalitative studier representerer en retning der hensiktsmessighet verdsettes høyere enn representativitet. I de fleste kvalitative intervjuer velges informantene ut gjennom strategisk utvelgning (Halvorsen 2003). Strategisk utvelgning innebærer at forskeren på forhånd har bestemt seg for hvilke informanter som er aktuelle for undersøkelsen. Et strategisk utvalg vil være å foretrekke dersom utvalget som skal trekkes er lite.

Under arbeidet med utvelgelsen av informanter for vår oppgave, måtte vi stille oss følgende spørsmål; ”Hvilke kvinner ønsker vi å komme i kontakt med?”. Svaret ble kvinnelige entreprenører med tilknytning til Nordland. Et kriterium var at kvinnene allerede hadde etablert bedrift, men vi ønsket ingen begrensinger i forhold til bedriftens størrelse. Vi startet derfor med å opprette en skala bestående av ytterpunktene *stor bedrift* og *liten bedrift*. Vi hadde ikke forutsetning for å vite noe om informantenes vekstambisjoner før selve intervjuet var foretatt. Derfor tok vi utgangspunkt i spredning i erfart vekst. Størrelsen på bedriften er

representert ved antall ansatte. For oss var det viktig å bevege oss langs hele denne akse. Deretter laget vi en oversikt over de kvinnelige gründerne vi hadde kjennskap til i området. Ved å snakke med kvinner som nylig hadde startet opp egen virksomhet kunne vi finne ut mer om deres forhold vekst i startfasen. Kvinnelige entreprenører som hadde drevet virksomhet en stund kunne fortelle oss om vekst ved oppstart, realisert vekst og potensiell videre vekst. Vi var også så heldige å komme i kontakt med en anerkjent kvinnelig gründer som eier og driver et av Nordens største konsernselskap. Det var svært interessant å høre denne erfarne kvinnen fortelle om bedriftens historie og hennes vågale vekststrategier gjennom årenes løp.

Figuren viser hvordan vi fordelte våre informanter langs en akse for å strukturere bedriftene etter størrelse

Figur 4. Oversikt over informanter og antall ansatte i bedriften deres.



Utvalg med *maksimal variasjon* innebærer at informantene avviker mest mulig fra hverandre når det gjelder sentrale kjennetegn ved undersøkelsen (Johannessen et al., 2005). Sentralt for vår undersøkelse er *vekstambisjoner* hos kvinnelige gründerne. Vårt utvalg kan derfor sies å være preget av *maksimal variasjon* ved at informantene tilsynelatende har varierende vekstambisjoner. I *kriteriebaserte utvalg* oppfyller informantene spesielle kriterier. Ved å benytte oss av utvalg med maksimal variasjon kombinert med kriteriebasert utvelgning fikk vi anledning til å studere flere aspekter ved vekst, noe som forhåpentligvis kan gi oss noen svar vedrørende kvinnelige entreprenørers vekstambisjoner.

Begrensing i forhold til geografisk område, først og fremst på grunn av tilgjengelighet

### 3.6. Kvalitet i oppgaven

Hvordan kan vi kvalitetssikre undersøkelsens data? Johannessen et al. (2005) viser til Lincoln og Guba (1985) som opererer med fire ulike kriterier for sikring av kvalitet i kvalitative studier. Lincoln og Guba argumenterer for at kvalitative forskningsopplegg må vurderes på en annen måte enn kvantitative studier, og henviser derfor til begrepene troverdighet (validitet), pålitelighet (reliabilitet), overførbarhet (ekstern validitet) og overensstemmelse.

#### 3.6.1 Validitet

Validitet kan forklares som grad av samsvar mellom temaet som studeres og de konkrete dataene som foreligger (Johannessen et al., 2005). Når det kan reises tvil om de valgte variablene faktisk reflekterer et teoretisk begrep, er dette et spørsmål om validitet. Validitet sier altså noe om hvorvidt metoden undersøker det den i utgangspunktet har til hensikt å undersøke. I følge Halvorsen (2003) oppstår det validitetsproblemer når forskeren befinner seg på to forskjellige plan underveis i studiet. Han skiller følgelig mellom det han kaller *teoriplanet* og *empiriplanet*. Det teoretiske planet innebærer forskerens arbeid med utforming av forskningsspørsmål, samt tolkningsprosessen. Det empiriske planet dreier seg i hovedsak om innsamling og behandling av datamaterialet. Halvorsen (2003) påpeker at det ideelt sett skal være samsvar mellom bruken av samme begreper på teori- og empiriplanet.

Når vi skal vurdere undersøkelsens validitet vil det først og fremst være interessant å overveie om våre informanter er de rette personene å spørre i denne sammenheng. Når vi er interessert i den kvinnelige gründeren og hennes motivasjon og ambisjoner for vekst, er det nærliggende å tro at kvinnelige entreprenører vil være de riktige å spørre. Det vil imidlertid være interessant å undersøke hvorvidt begrepet vekst virkelig *er lik* vekst. Det er viktig å ta høyde for at dette sentrale begrepet kan ha blitt misforstått eller feiltolket. Det kan eksempelvis være snakk om vekst i form av omsetning, kvadratmeter, antall besøkende, kunder, antall solgte enheter, antall utsalgssteder, antall bedrifter eller vekst i omdømme. Som forskere og studenter har vi allerede en forståelse ordet vekst, men det kan tenkes at informantene legger annet innhold i begrepet. I hvilken grad kan informantenes utsagn vedrørende vekst og vekstambisjoner samsvare med vår definisjon og samtidig reflektere

formålet med studien? Med denne problemstillingen i bakhodet, valgte vi innledningsvis i intervjuguiden å stille informantene følgende spørsmål; *Hva assosierer du med vekst i bedriftssammenheng? På hvilken måte har du vokst til nå? Ønsker du og vokse?* Ved å redegjøre vekstbegrepet i starten av intervjuet, ble det mulig for oss å undersøke hvorvidt informantenes definisjon avvek fra vår egen. Dersom det skulle vise seg at deres oppfatning av vekst ikke var overensstemmende med vår definisjon, var det viktig å få klarhet i dette på et tidlig stadium av intervjuet.

Et klassisk problem ved intervjusituasjonen er at intervjuobjektet ikke nødvendigvis svarer på spørsmålet som stilles. Det kan skyldes at han eller hun misforstår spørsmålet, eventuelt at intervjuer og informant ikke snakker ”samme språk”. Vi var oppmerksom på at informantene ikke hadde forutsetning for å forstå fagterminologier som *human kapital*, *sosial kapital*, *risikoavershet* osv. For å hindre eventuelle misforståelser oppklarte vi de begrepene som informantene stusset på. Vi stilte oppfølgingsspørsmål underveis slik at vi kunne være sikre på at vi fikk informasjonen vi var ute etter. En tilfredsstillende validitet er nødvendig for at datamaterialet kan representere fenomenet vi studerer.

### **3.6.2 Reliabilitet**

Reliabilitet dreier seg om datas pålitelighet. Dersom vi har grunn til å tro at noen av informantene ikke snakker sant, kan det stilles spørsmål ved hvor egnet datamaterialet er til å belyse problemstillingen vi undersøker (Halvorsen, 2003). Det finnes flere måter å teste datas reliabilitet på, og en av dem er ved gjentagende undersøkelser. Tilnærmet identiske resultater ved flere uavhengige undersøkelser vitner blant annet om høy reliabilitet. Et reliabilitetsspørsmål kan være om informantene, enten bevisst eller ubevisst, gir deg ukorrekt informasjon. Det ilegges tillit til at våre informanter etter beste evne ga oss korrekt og pålitelig informasjon. Likevel er det viktig å ta politisk korrekthet i betraktning når vi skal teste datamaterialets reliabilitet. Med *politisk korrekthet* tenker vi på holdninger eller meninger som samsvarer med flertallet. Utsagn, holdninger og oppførsel som søker å følge de normer og regler som eksisterer i det sosiale samfunnet betegnes som politisk korrekte. Det kan eksempelvis være ansett som politisk ukorrekt å komme med uttalelser om at jobb verdsettes høyere enn familie og barn. Vi må derfor være oppmerksom på at samfunnets forventninger til kvinnelige entreprenører kan ha vært innvirkende på deres svar under intervjuet. Med hensikt å styrke oppgavens troverdighet valgte vi å tilbakeføre resultatene til hver av våre informanter etter transkriberingen var gjennomført.



### 3.6.3 Ekstern validitet

Ved kvalitative undersøkelser snakker vi om *overførbarhet* i stedet for *generalisering*.

Kvalitativ forskning er opptatt av om resultatene er overførbare til andre situasjoner, steder eller liknende fenomener (Johannessen et al., 2005). En undersøkelse er overførbar når den lykkes i å medføre økt teoretisk innsikt og forståelse av et fenomen, og er ikke avgjørende hvorvidt undersøkelsen avdekker nye funn eller ikke.

### 3.6.4 Overensstemmelse

At undersøkelsen er overensstemmende betyr at det er samsvar mellom funnene og forskningen, og at funnene ikke er et resultat av forskerens subjektive holdninger. Ettersom kvalitativ forskning i utgangspunktet benytter seg av data i tekstform og ikke av målbare variabler, har tolkningsprosessen en mer åpen tilnærming. Det kan derfor forekomme at tidligere erfaringer, fordommer eller oppfatninger er med på å forme undersøkelsens resultat. Ved å redegjøre for alle beslutninger underveis i oppgaven, kan vi gjøre det mulig for leseren å vurdere hvordan forskningsprosessen er gjennomført.

### 3.6.5 Operasjonalisering

Operasjonalisering innebærer å gjøre teoretiske begreper anvendelige ved å fastsette kriterier for deres anvendelse (Halvorsen 2003). Ved overgangen fra teori til empiri viser det seg ofte at teoretiske definisjoner ikke er tilstrekkelige for å angi om noe er aktuelt for den problemstillingen vi studerer. Operasjonalisering av variabler angir hvordan vi kan gå frem for å innhente nødvendig datamateriale for undersøkelsen. Denne prosessen gjør det lettere for oss å konkretisere de operasjonene som trengs for å kunne registrere teoretiske fenomener som data (Johannessen et al. 2005).

I prosessen med å gjøre det generelle fenomenet mer konkret, startet vi med å definere oppgavens analyseenhet. Vi valgte en analyseenhet som var representativt for det problemområdet som skulle studeres, nemlig *kvinnelige gründere*. Vi ønsker med vår studie å undersøke deres motivasjon for vekst. Neste utfordring var dekomponere fenomenet ved å spesifisere de forholdene som kunne forklare sammenhengen mellom vår analyseenhet og variabelen *vekstambisjon*. Vi kom frem til at det var aktuelt å samle inn data vedrørende *risiko, ressurser og sosiale forhold*. Operasjonaliseringsprosessen gjorde det mulig for oss å identifisere hvilke operasjoner som måtte gjennomføres for å gjøre problemstillingen forskbar.

### 3.7. Presentasjon av informantene

<b>Navn:</b>	Informant A
<b>Alder:</b>	30 år
<b>Sivilstand:</b>	Forlovet, 3 barn
<b>Utdanning:</b>	Fullført studiekompetanse
<b>Yrkeserfaring:</b>	Betydelig arbeids- og ledelseserfaring. Hun var på ett tidspunkt involvert i drift av tre uteplasser i tre ulike byer. Etter det jobbet hun som nestleder i butikk.

Informant A driver en forretning der primæraktiviteten er håndverk og produksjon. Hun støper og dekorerer kvalitetslys i forskjellig design. Hun designer selv lysene og selger i tillegg forskjellige interiørartikler til hjemmet. Forretningen er lokalisert i sentrum av Bodø. Det er to ansatte i bedriften.

<b>Navn:</b>	Informant B
<b>Alder:</b>	41 år
<b>Sivilstand:</b>	Gift, 3 barn
<b>Utdanning:</b>	Fullført studiekompetanse, forkurs ingeniør. Utdannet miljøterapeut.
<b>Yrkeserfaring:</b>	Arbeidserfaring fra jobb i klesforretning. Hun har jobbet med salg i en mediebedrift. Hun startet som spinning-instruktør ved et anerkjent treningssenter i 1998 og hadde senere stilling som daglig leder ved samme senter. Videre har hun erfaring fra oppstart av et prosjekt i en liten kommune. Siste ar

Etter å ha jobbet i mange år hos forskjellige arbeidsgivere og i tillegg hatt mye plager med kronisk sykdom, fikk Informant B beskjed at det beste alternativet for henne var å bli erklært 50% uføretrygdet. Dette var ikke informantens vår enig i. Hun konkluderte med at dersom det

ingen kunne gi henne en jobb som var tilrettelagt og tilpasset henne, var hun nødt til å lage den selv. Hun startet sin virksomhet sammen med to andre. Informanten driver i dag et helse- og livsstilsenter lokalisert sentralt i Bodø sentrum.

**Navn:** Informant C

**Alder:** 25 år

**Sivilstand:** Samboer, 2 barn

**Utdanning:** Studiekompetanse, fullført to år på Handelshøgskolen i Bodø.

**Yrkeserfaring:** Hun har tidligere erfaring fra klesbutikk og daglig leder på en skoforretning.

Informant C har jobbet lenge i motebransjen, både med klær og med sko. Etter to år på Handelshøgskolen ble hun lei av skolebenken, og valgte derfor å starte for seg selv da hun oppdaget en forretningsmulighet. Hun bestemte seg sammen med sin med gründer om å åpne en eksklusiv moteforretning i sentrum av Bodø.

**Navn:** Informant D

**Alder:** 53 år

**Sivilstand:** Gift, 3 barn

**Utdanning:** Fullført ett år på handel og kontor. Deltatt på tre kurs med Anthony Robbins.

**Yrkeserfaring:** Informant D startet sin første forretning med salg av barneklær i en nabokommune til Bodø etter ett år på handel og kontor. I 1982 åpnet hun den første frisørsalongen sammen med sin daværende ektemann. Salongen var stasjonert utenfor bykjernen. Etter en tid ble ytterligere én salong åpnet, informanten så at dette var et lett kopierbart konsept. I dag er Informant D eier og driver av Nordens største frisørkjede med 125 salonger fordelt på Norge og Sverige.

**Navn:** Informant E

**Alder:** 22 år

**Sivilstand:** Samboer

**Utdanning:** Studiekompetanse, utdannet hudpleier.

**Yrkeserfaring:** Informant E har nylig startet sin forretning. Etter endt utdanning som hudpleier har hun brukt litt tid på å kjøpe inn et nødvendige utstyret hun trengte og å finne lokaler. Informanten jobber nå deltid som resepsjonist samtidig som hun driver med hudpleie, men ønsker å kunne jobbe fulltid med hudpleie etter hvert. Hun har tidligere yrkeserfaring fra matbutikk, klesbutikk og interiørforretning.

#### Oppsummeringstabell

Ved hjelp av denne oppsummeringstabellen vil en få en liten oversikt over informantenes livssituasjon, motivasjon for oppstart av bedrift, når bedriften ble startet og årsresultat for 2010. Vi har tatt for oss en og en entreprenør og viser vannrett funnene til hver entreprenør. Hvis en bare vil konsentrere seg om funnene innenfor hvert område og ikke for hver entreprenør kan en lese loddrett i tabellen. For entreprenør E er det ikke ført opp noen årsresultat da informanten hadde oppstart av bedriften i første kvartal av år 2012.

Tabell 4. Oppsummeringstabell av informantene

	<b>Alder</b>	<b>Barn</b>	<b>Motivasjon for oppstart</b>	<b>Stiftet bedrift</b>	<b>Årsresultat 2010</b>
<b>A</b>	30 år	Tre barn	Skape egen arbeidsplass	2010	(1 ' ) kr
<b>B</b>	41 år	Tre barn	Måtte skape tilpasset arbeidsplass for seg selv,	2008	(1 167 ' ) kr
<b>C</b>	25 år	To barn	Lei skole og så mulighet i markedet.	2007	(300 ' ) kr
<b>D</b>	53 år	tre barn	Bestemme egen fremtid	1999	10 837 ' kr
<b>E</b>	22 år	ingen	Har alltid hatt lyst til å starte for seg selv.	2012	-

(Alle tall i tusen)

Hensikten med denne oppsummeringstabellen er å vise hvilke likheter og ulikheter som fremkommer for alle entreprenørene sett under ett.

### 3.8. Analyse

Vi skal i påfølgende kapittel gjennomføre en analyse basert på innsamlet datamateriale, og i likhet med teorikapittelet vil også analysen bli presentert ved fem hovedpunkter. Vi kommer til å studere likheter, forskjeller og sammenhenger i empirien, og dermed danne oss et bilde av hvorvidt informantene passer til beskrivelsene som er gjort rede for i teoridelen.

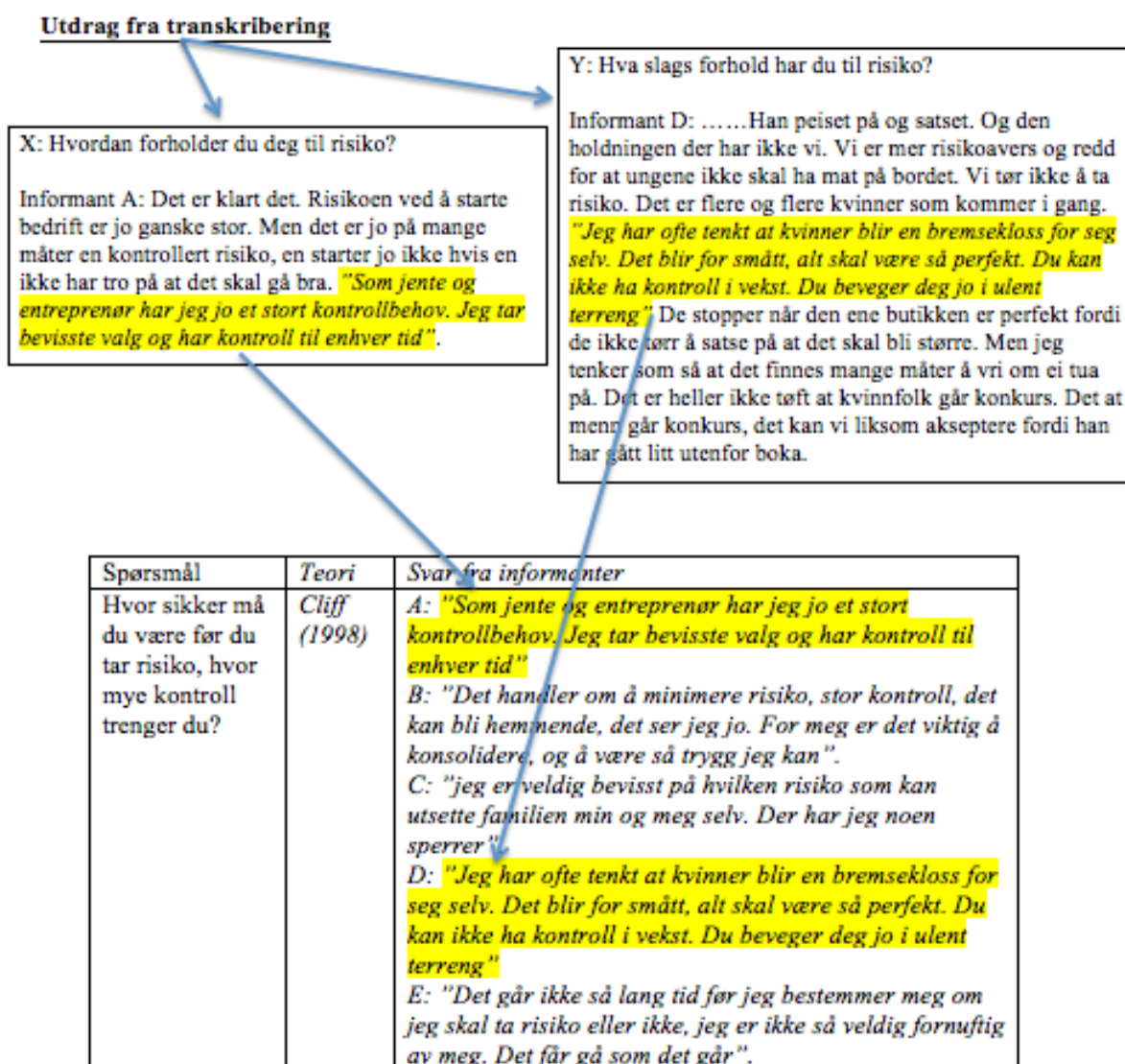
Utgangspunktet for kvalitativ dataanalyse er stort sett data i tekstform. Forskeren er opptatt av å få fram meningsinnholdet i teksten og står dermed ovenfor en stor oppgave. Miles og Huberman (1984) deler kvalitativ analyse inn i tre deler;

1. Reduksjon av data (koding)
2. Presentasjon av data (tematisering)
3. Konklusjoner og verifisering (oppsummering)

Denne fremgangsmåten for bearbeidelse og analyse av kvalitative data dreier seg altså om at datamaterialet først og fremst skal sorteres grovt gjennom en kodeprosess. Deretter skal data systematiseres og ordnes i et system, for til slutt å kunne være et presentabelt utgangspunkt for analyse og konklusjon.

Koding dreier seg i hovedsak om å gjøre det tekstbaserte materialet mer håndterlig. Det handler om å skape orden i det uoversiktlige datamaterialet ved å gå igjennom det innsamlede materialet i sin helhet. Underveis i denne prosessen er det viktig å bemerke seg de momentene som man synes kan være interessant for problemstillingen (Hjerm og Lindgren, 2011). Vi startet med å identifisere noen nøkkelbegreper som kunne knytte informantenes svar opp mot forskningsspørsmålet. Nøkkelbegreper vi anså som særlig relevant fra teori var: *risiko, barn, kontroll, nettverk, vekst, utdanning og kapital*. Deretter benyttet vi oss av nøkkelordene for å finne fram til de delene av teksten som hadde interessant innhold. Målet var å bygge opp et begrepsmessig rammeverk. Med utgangspunkt i kodene måtte vi ta stilling til hvordan disse kunne ordnes i forhold til hverandre. Vi valgte å sette opp en tabell bestående av følgende tre kolonner; *spørsmål fra intervjuguiden, relevant teori om emnet og tilhørende svar fra hver informant*.

Figur 5. Eksempel på strukturering av data



Ved å strukturere datamaterialet på denne måten ble det mulig for oss å sammenligne svarene, i tillegg til at vi nå også kunne knytte svarene opp mot teori. Vi så etter meningsbærende utsagn for å bygge opp ny forståelse. Slik tematisering er mer enn bare sorteringsarbeid, men også avgjørende for selve analysen. Gjennom analysen vil teori og empiri sammenlignes og studeres for på den måten å kunne komme med en avsluttende konklusjon.

### 3.9. Kritikk av oppgaven.

Under utarbeidelsen av vår intervjuguide ble det foretatt en grundig vurdering hvilke spørsmål vi ønsket å stille for å kunne besvare vårt forskningsspørsmål på best mulig måte. I

ettertid har vi vært nødt til å vurdere hvorvidt disse spørsmålene var tilstrekkelige og om de kunne vært formulert på en bedre måte. Vi har i etterkant av intervjuene bemerket oss en svakhet ved spørsmålene om menneskelig kapital. Spørsmålene var ikke konkrete nok i forhold til det vi faktisk ønsker å finne svar på, nemlig i hvilken grad informantene opplevde at kunnskap og ferdigheter påvirket deres vekstambisjoner. Vi fikk svar på hva informantene anså som mest viktig for dem selv og deres bedrift, men ikke sett i forhold til vekstambisjoner. Dette medførte vanskeligheter i analyseprosessen.

Innledningsvis nevner vi inntekt og egenkapital under avsnittet som omhandler finansielle ressurser. Dette har vi imidlertid ikke undersøkt.

---

## 4. Analyse

---

### 4.1. Innledning

Vi vil i dette kapittelet foreta en analyse basert på innhentet datamateriale. Kapittelet er delt inn i to deler, hvorav den første ser på hver enkelt faktor alene. Den avsluttende delen er en oppsummering av funnene gjort i selve analysen. Tilknytning mellom analysen og det teoretiske grunnlaget danner et utgangspunkt for en sammenfattet konklusjon i kapittel 5.

### 4.2. Risiko

Cliff (1998) har gjennom sine studier funnet at terskler for ønsket vekst henger sammen med grad av opprettholdt kontroll over virksomheten og risiko forbundet med vekst. Felles for våre informanter var erkjennelse av deres behov for kontroll.

*”Som jente og entreprenør har jeg jo et stort kontrollbehov. Jeg tar bevisste valg og har kontroll til enhver tid” – Informant A*

Flere av informantene kunne fortelle at ønsket om opplevd kontroll var en del av deres hverdag, noe som opptok dem og som var innvirkende for driften av deres virksomhet. Behovet for fullstendig oversikt til en hver tid hadde hatt en hemmende virkning på veksten til flere av våre intervjuobjekter. Det er verdt å merke seg at det imidlertid ikke var alle som anså deres behov for kontroll som noe negativt, men snarere et virkemiddel for suksess. Den av informantene med lengst erfaring som gründer hadde i motsetning til de andre lært seg å gi slipp på kontrollen etter hvert som bedriften vokste.

*”Det er lett å være sin egen bremsekloss, men du kan ikke ha kontroll i vekst. Du beveger deg jo i ulent terreng” – Informant D*

Kontroll kan derfor synes å være et viktig nøkkelord for å forstå kvinners tilnærming til risiko, og ikke minst for forståelsen av hvordan deres bedrifter vokser og utvikler seg. Det kan også se ut til at våre kvinnelige entreprenører i stor grad er opptatt av konsekvensene som risikable vekststrategier kan medføre. Flere av informantene trekker frem personlig risiko og konsekvensene av å tape ansikt som innvirkende for deres valg vedrørende vekst i bedriften.



*”Det var en veldig stor personlig risiko. Personlig så vel som økonomisk risiko. Jeg tror at menn har mer tradisjon. Det er ikke så skummelt for en mann å gå konkurs. Vi kvinner er mye mer redd for å tape, ikke bare penger, men også ansikt” – Informant D*

*”Det er annerledes for menn. Så går det nå til helvette, men vel vel. Han peiset på og satset. Det er ikke tøft at kvinnfolk går konkurs. Det at menn går konkurs, det kan vi liksom akseptere fordi han har gått litt utenfor boka.” – Informant D*

*”Vi kvinner skal prestere så mye bedre, og dermed blir risikoen høyere. Mens jeg skal ha tid til mine barn, jeg skal ha tid min bedrift, jeg skal ha positiv vekst i bedriften, positiv vekst i barna” – Informant A*

Det kan altså se ut til at risiko i forbindelse med virksomheten er forskjellig for menn og kvinner og at våre informanter opplever å ha større grad av risiko forbundet med vekst.

### **4.3. Ressurser**

#### Finansiell kapital

Det fremkommer i teorikapittelet at kvinnelige gründere gjerne støter på barrierer når det gjelder å få tilgang til finansiell kapital. Skjev fordeling av inntekt og kapital blant norske menn og kvinner resulterer i reduserte muligheter for kvinnelige bedriftsetablerere. Vi ønsket å undersøke hvorvidt våre kvinnelige entreprenører hadde opplevd at denne faktoren på noen måte hadde vært en utfordring så langt.

*”Det gikk egentlig veldig bra. Som sagt, så tror jeg det har mye med det sosiale nettverket å gjøre. Bankene er jo generelt skeptiske til etablering av butikker” – Informant C*

*”Det er steinhardt å få tak i finansiell kapital, men det er nok likt for både menn og kvinner” – Informant B*

Det viste seg at våre informanter uten store problemer hadde fått tilgang til finansiell kapital, og ingen informanter kunne trekke frem noen negative erfaringer knyttet til anskaffelse av finansielle midler ved oppstart og erfart vekst. Finansiell kapital var altså ikke et hinder for

deres ambisjoner om vekst. Det var også interessant å undersøke hvordan de skaffet kapital ved videre vekst. Informant B kan fortelle at hun til tross for motgang har hatt investorene med på laget gjennom hele vekstperioden. Videre forteller Informant D hvordan veksten var nødvendig for å lykkes.

*”Det hender jo at man nærmest blir tvunget til å ekspandere, rett og slett for å få hjulet til å gå rundt. Sånn sett så har jeg jo skaffet kapital ved å ekspandere”* – Informant D

Heller ikke anskaffelse av kapital ved videre vekst ser ut til å ha bydd på spesielt store utfordringer. Informant B trekker frem at det opplevdes som både tungt og vanskelig å få investorene til å investere ytterligere etter år med underskudd, men at disse utfordringene på ingen måte var knyttet til hennes kjønn.

*”Det handler i bunn og grunn om den forretningsideen du presenterer og hvilke muligheter som finnes i den bransjen du opererer innenfor”* – Informant B

Informant B presiserer at personlig egnethet og driv er viktigere enn kjønn. Hun argumenterer for at en god forretningsidé som presenteres med fokus på fremtidig vekst er avgjørende for tilbydere av finansiell kapital. Til tross for at ingen hadde opplevd barrierer knyttet til finansiering var det flere informanter som kunne kjenne seg igjen i påstanden om at kvinner opplever det som ekstra vanskelig å innhente kapital til sin virksomhet.

*”Jeg var innom flere banker, og følte jeg var på vei inn på rektor sitt kontor og ba om unnskyldning for at jeg kom. Vi jenter går inn på møtet med banken med en følelsesmessig ballast, samtidig som vi preges av at vi er redd for å feile”* – Informant A

### Menneskelig kapital

Fra teorikapittelet vet vi at menneskelig kapital er entreprenørens kunnskap og kompetanse som fremkommer gjennom utdanning og erfaring (Foss og Ljunggren, 2006). Videre vet vi at en stor andel kvinner studerer til yrker som kvalifiserer til arbeid innen offentlig sektor. For å undersøke hvorvidt dette stemmer, spurte vi våre informanter hvilken formell utdanning de besitter og hvordan utdanning synes å være av positiv betydning for drift av egen virksomhet. Bare informant E viste seg å ha utdanning som kunne knyttes direkte til sin virksomhet. Hun er utdannet hudpleier og driver i dag en salong på Fauske. For henne har utdanningen vært av avgjørende betydning for at hun kan drive virksomhet. Informant B er utdannet miljøterapeut,

en utdanning som indirekte kan knyttes til hennes helse- og livsstilsenter. Miljøterapeut er en utdanning som en ofte forbinder med arbeid innen offentlig sektor. Det er derfor interessant å bemerke seg at informant B har tatt et utdanningsvalg som samsvarer med det tradisjonelle utdanningsmønsteret, men at hun likevel har realisert sitt ønske om å starte egen bedrift.

*”Jeg er utdannet miljøterapeut. Ambisjonsnivået mitt var der, men legen min sa til meg at jeg var nødt til å erkjenne at jeg måtte være 50% uføretrygdet. Det var da jeg tenkte at hvis jeg ikke jeg kan får en jobb som er tilpasset meg, hvis ingen andre kan gi meg det, så må jeg lage den selv”* – informant B

Informant B har menneskelig kapital i form av utdanning og erfaring fra arbeidslivet, men også personlig erfaring fra egen livshistorie.

Videre har ingen av informantene utdanning på masternivå, og bachelorgrad er høyeste fullførte utdanning.

*”Ekte ledere praktiserer ikke lederskap, de lever lederskap. Jeg er gründer og entreprenør. Det er noe som jeg har i ryggmargen. Du kan lære noe på skolen altså, men du må ha noe i ryggmargen”* – informant D

Informant D har et år på Handel og kontor med *”særdeles mye fravær”*. Hun har ikke fullført ungdomsskolen og er ikke utdannet frisør. Likevel eier og driver hun Norges største frisørkonsern. Dollinger (1994) hevder at menneskelig kapital består av mer enn kunnskap og kompetanse i form av utdanning og erfaring. Han trekker frem innsikt, kreativitet, intelligens og beslutningsevne som avgjørende for verdien av menneskelig kapital. Denne teorien kan se ut til å være gjeldende for flere av våre informanter.

Informant D er ikke alene om å mene at erfaring vektlegges tyngre enn utdanning. Fire av fem informanter svarer erfaring når vi spør hvilken faktor som har vært av størst betydning for deres virksomhet.

*”Personen kommer alltid først. Det som er viktigst for meg er definitivt livshistorien min og innstillingen min. Jeg er ikke så opptatt av utdanning”* – informant B

*”Jeg har nok hatt mest utbytte av erfaring. Utdanning også selvfølgelig, i forhold til tallforståelse. Men det er erfaringen jeg føler har vært viktigst”* – informant C

Som nevnt i litteraturen ovenfor kunne Foss (1994) med sin studie identifisere en sammenheng mellom menneskelig kapital og risikovillighet, der studiens hovedfunn indikerte at utdanning kan gjøre entreprenøren oppmerksom på de negative konsekvensene som vekst kan føre med seg. Det var vanskelig å avdekke en sammenheng mellom utdanning og risikovillighet i vår undersøkelse. Informant B kunne imidlertid fortelle at hun aldri hadde startet opp dersom hun i forkant visste hvor stor risiko hun tok.

### Sosial kapital

Mennesker flest har en eller annen form for nettverk, entreprenøren er intet unntak. Med tanke på bedriftsetablering kan kvaliteten i nettverket være avgjørende for suksess.

*”Du klarer deg ikke alene. Du lykkes ikke alene, aldri”* – Informant A

Samtlige informanter gav lignende svar. De presiserte viktigheten av deres nettverk og hvor avgjørende det har vært både i etableringsfasen, så vel som i vekstfasen. Ifølge Foss og Ljunggren (2006) er kvinners sosiale nettverk ofte bestående av venner og familie. Det som kan støtte opp under Foss og Ljunggrens (2006) forskning, er at flere av våre informanter anså venner og familie som en viktig del av nettverket. Våre informanter kunne likevel vise til brede nettverk bestående av både familiære og forretningsmessige forbindelser. Det skal også nevnes at informantene så nytten av å ha både kvinnelige og mannlige forretningsforbindelser. Dette kom særlig til uttrykk under intervjuene med Informant B og D. Felles for disse kvinnene er at de driver virksomheter av større karakter. Informant B beskriver kvinnelige entreprenører som differensiert og nyansert. Hun trekker frem viktigheten av å ta i bruk sine mannlige støttespillere når hun trenger konkrete svar og tilbakemeldinger.

Alrich (1989) viser til funn i sin undersøkelse og hevder at kvinner er mer opptatt av likevekt og følelsesmessige hensyn i sine nettverk. Vi kan også supplere denne undersøkelsen. Av samfunnet ser vi at kvinner ofte er mer i kontakt med sine følelser.

*”Lojaliteten til nettverket er veldig sterk. Jeg er veldig ydmyk for de rundt meg og de mulighetene de har gitt meg. Jeg vil ha respekt for dem av takknemlighet for at de er til stede” – Informant B*

Som informant B siterer, er det følelsesmessige hensynet til nettverket meget viktig for henne. Alle informantene fortalte at de aldri vært der de er i dag uten det nettverket de hadde og støtten de fikk gjennom dette nettverket.

#### **4.4. Sosiale forhold**

Tidligere forskning har hevdet at omsorgsansvar og manglende likestilling i hjemmet kan være hemmende for vekstambisjonene blant kvinnelige entreprenører (Alsos, 2006). Norge er i dag et av verdens mest likestilte land, men vi ser likevel at det eksisterer betydelige forskjeller på menn og kvinner når det gjelder ansvar for hushold og fordeling av arbeidsoppgaver i hjemmet. I en undersøkelse gjort av Ljunggren (2000) kommer det frem at hovedansvaret for hus og hjem i hovedsak ligger hos kvinnen.

*”Så lenge det ikke er likestilling i hjemmet, så er jo dette et hinder. Hadde mennene tatt mer ansvar i hjemmet, så hadde det vært enklere for oss kvinner” – Informant D*

Vi leser av sitatet til Informant D at hun så og si gjengir det Ljunggren presenterer i sin undersøkelse. Videre antyder Morris (2006) at kvinner bevisst forsøker å begrense størrelse og vekst med hensikt å kunne balansere karriere og familieliv. Likhetstrekk ved flere av våre kvinnelige entreprenører er at de tilpasser bedriften etter hvordan husholdningen fungerer.

*”Jeg skal ha positiv vekst i bedriften og positiv vekst i barna. Når jeg kjører fra jobb er det ikke snakk om å koble av jobb, men å koble på unger” - Informant A*

Flere av informantene la stor vekt på ønsket balanse mellom familieliv og karriere. De fleste anså oppnådd balanse som både nødvendig og avgjørende, og hadde derfor funnet løsninger på hvordan oppgavene i husholdningen skulle fordeles. Ingen av informantene sa at de ble hemmet av familie og barn, men spesifiserte at det var nødvendig å ha familien med på laget.

*”Det lar seg ikke kombinere. Eller det lar seg kombinere, men du kan ikke være hjemme med barna. Jeg både forstår og aksepterer prioriteringen til andre kvinner, men jeg ser ikke problemet. Det blir vaskehjelper, hushjelper, tre-fire dagmammaer og like mange barnevakter.”* – Informant D

Sosiale forhold kan totalt sett se ut til å være innvirkende på vekstambisjonene for våre informanter.

#### **4.5. Vekst**

Eksisterende litteratur hevder at det foreligger forskjeller når det gjelder menn og kvinners holdning til vekst i bedriften, og at kvinner forholdsvis har lave ambisjoner om vekst sammenlignet med menn.

*”Jeg så muligheter. Når jeg fikk det til å funke én plass tok jeg frem min grønne NAF veibok og letet etter plasser i Norge med flere enn 25 000 innbyggere. Det viste seg å være 42 steder, så da startet jeg like gjerne 50 salonger rundt om i landet”* – Informant D

Informant D har som vist ovenfor hatt ambisjoner om vekst siden oppstart av virksomheten. For Informant C er vekstambisjonene av en helt annen art. Hun beskriver bedriftens størrelse per dags dato som tilfredsstillende.

*”Jeg tror er vi er der vi kan være, i hvert fall i Bodø. Jeg er fornøyd. Bedriften er bra nå og jeg er fornøyd”* – Informant C

Dette utsagnet underbygger teorien om at kvinner gjerne sier seg fornøyd når bedriften har nådd en viss størrelse. Dette henger kanskje sammen med den opprinnelige intensjonen bak bedriftsetableringen. Etter som flere av våre informanter ga uttrykk for å være tilfreds med bedriftens størrelse og omfang på nåværende tidspunkt, kunne vi observere en generelt forsiktig tilnærming til vekst.

## 4.6 Oppsummering

Når det gjelder informantenes tilnærming til risiko, ser vi at det fremkommer forskjeller som bygger på personlige egenskaper ved hver av kvinnene. Det viser seg å være ulikheter knyttet til deres opprinnelige innstilling og tanker om vekst i bedriften. Vi ser at behovet for kontroll er innvirkende for informantenes holdning til risiko og at dette kontrollbehovet kan virke hemmende for veksten. Det fremkommer også en tendens til at kvinner står ovenfor risiko i flere dimensjoner. Personlig risiko og redsel for å "tape ansikt" viser seg å være utslagsgivende for informantenes holdning til risiko. Vi kan generelt observere en forsiktig tilnærming til risiko.

På spørsmål om tilgang til finansielle ressurser var det ingen av informantene som kunne fortelle om vanskeligheter med anskaffelse på bakgrunn av kjønn, verken for oppstart eller videre vekst. De utfordringene som oppstod i forbindelse med dette hadde ingen åpenbar tilknytning til at de var kvinner, men var derimot knyttet til finanskrisens ettervirkninger og generell skepsis hos investorer. Våre resultater kan tyde på at forretningsidé og bransjetilhørighet er utslagsgivende for hvorvidt bankene stiller med lån. Det kan derfor se ut til at finansiell kapital i mindre grad enn ventet påvirker våre informanters vekstambisjoner.

Vi ser av analysen at erfaring blir vektlagt som mest viktig blant våre informanter. Det legges vekt på at erfaring skaper trygghet, noe som igjen gjør det lettere å satse på vekst i bedriften. Informant B bryter med den tradisjonelle oppfatningen om at utdanning innen helse og omsorg ikke legger til rette for entreprenøriell aktivitet. Personlige egenskaper og evner ser ut til å ha vært av stor betydning for den av entreprenørene som har opplevd størst vekst.

Våre informanter anser det sosiale nettverket som svært viktig, og forteller at de aktivt samhandler med sine kontakter. Nettverket består for noen i stor grad av familie og venner. For andre består nettverket utelukkende av forretningsmessige forbindelser. Det er tydelig at venner og familie på en eller annen måte inngår i informantenes nettverk. Det legges vekt på lojalitet og likevekt mellom informant og aktører i nettverket.

Balanse mellom familieliv og karriere fremstår som viktig for de fleste informantene. De som var opptatt av en slik balanse hadde derfor funnet løsninger på hvordan oppgavene i husholdningen skulle fordeles. Ingen av informantene sa at de ble hemmet av familie og barn, men spesifiserte at det var nødvendig å ha familien med på laget. Det er likevel interessant å se at de av informantene som streber etter balanse mellom jobb og familieliv, også er de med

tilsynelatende beskjedne visjoner om vekst. De kvinnene som i dag driver de største virksomhetene kunne fortelle at dobbeltrollen som mamma og entreprenør sjelden lar seg kombinere og at jobben til tider gikk på bekostning av familielivet. Totalt sett kan sosiale forhold se ut til å være innvirkende på vekstambisjonene for våre informanter.

Ønsket størrelse på bedriften henger sammen med den opprinnelige intensjonen for etablering. Flere av informantene sier seg fornøyd med en tilværelse som selvstendig næringsdrivende og har ikke ambisjoner om å bygge en stor bedrift. Dersom hensikten var å skape sin egen arbeidsplass, være sin egen sjef eller å oppnå positivt resultat, er det grunn til å tro at forutsetningen for stor vekst ikke er til stede.

### Oppsummeringstabell 2.

I andre kapittel i oppgaven har vi forklart om Aslesen (2002) klassifiserings modell av entreprenører og Sørheim (2006) modell over ulike typer bedrifter. Vi har ved hjelp av disse to modellene satt opp en tabell der vi har vurdert hvor vi mener at våre informanter befinner seg i dag.

*Tabell 5. Oppsummeringstabell type bedrift og type entreprenør*

	<b>Type entreprenør</b>	<b>Type Bedrift</b>
<b>A</b>	Omsorgsentreprenør	Levebrødsbedrift
<b>B</b>	Kombinasjonsentreprenør	Vekstbedrift
<b>C</b>	Omsorgsentreprenør	Levebrødsbedrift
<b>D</b>	Karriereentreprenør	Vekstbedrift
<b>E</b>	Indikasjon om fremtidig omsorgsentreprenør	Hobbybedrift, med ønske om å bli levebrødsbedrift

Kommentarer til Tabell 5.

Informant A: Omsorgsentreprenør. Ønske om positiv vekst i barna så vel som bedriften. Barna kommer først. Motivert av å skape sin egen arbeidsplass.

Informant B: Kombinasjonsentreprenør med høy prioritering av bedrift og av barn. Kan gå ut over tid sammen med barna hjemme grunnet lange arbeidsdager, ikke ferie osv. Bedrift i vekst, positiv til eksterne investorer.



Informant C: Omsorgsentrepreneur. Hun arbeidet mindre etter å ha fått barn.

Levebrødsbedrift. Ønske om å skape sin egen arbeidsplass. Ingen store ambisjoner om stor vekst. Lån i bank og ikke investorer. Motivasjon for oppstart var at hun så muligheter i et lett kopierbart konsept.

Informant D: Karriereentrepreneur. Karriere har til en viss grad gått utover barna med tanke på behov for hushjelp, dagmamma, barnevakt osv. Vekstbedrift i kontinuerlig vekst. Store ambisjoner.

Informant E: Nyetablert bedrift. Indikasjoner om fremtidig omsorgsentrepreneur. Motivasjon for oppstart var ønsket om å skape egen arbeidsplass. Driver i dag en hobbybedrift med ønske om å vekst. Finansiert ved lån.

---

## 5. Konklusjon og implikasjoner.

---

Studiens hovedmål har vært å studere sammenhengen mellom vekstambisjoner og kjønn med utgangspunkt i følgende forskningsspørsmål:

*I hvilken grad kan risiko, ressurstilgang og sosiale forhold være påvirkende for vekstambisjoner for vekstambisjoner blant kvinnelige entreprenører.*

### 5.1. Risiko

Vi ønsket å studere hvordan fem kvinnelige entreprenører i Salten passet med beskrivelsene fra eksisterende forskning, og i hvilken grad deres vekstambisjoner lot seg påvirke av de overnevnte tre faktorene. Studiets hovedfunn viser noen klare sammenhenger mellom teori og empiri, da særlig med tanke på tilnærming til risiko. Som presentert i analysen kunne vi antyde en forsiktig tilnærming til risiko blant våre informanter. Selv om to av informantene skiller seg nevneverdig ut i den forstand at de har ført risikable vekststrategier på vegne av sin bedrift, synes behovet for kontroll å virke hemmende for flertallets ambisjoner om vekst. Ønsket om kontroll hadde altså innvirkning på informantenes forhold til risiko, noe som indikerer at våre funn underbygger eksisterende litteratur.

Som nevnt innledningsvis er interne barrierer knyttet til entreprenørens personlige motiver, vilje og evner (Alsos, 2006). Risiko kan trekkes frem som et eksempel på en intern barriere. Det viser seg i vår undersøkelse at personlig drivkraft gir seg utslag i grad av risikovillighet. Informantenes opprinnelige ambisjonsnivå og tanker om vekst, gjenspeiler seg i dagens størrelse på bedriften. Det kan derfor se ut til at risiko blir en intern barriere for flere av våre informanter.

Det fremkommer av analysen indikasjoner på at kvinnelige entreprenører står ovenfor risiko i flere dimensjoner. Personlig risiko trekkes frem som utslagsgivende for informantenes holdning til risiko. Personlig risiko knytter seg i denne sammenheng til frykten for å "tape ansikt". For mange gründere er redselen for å "tape ansikt" så sterk at en vegrer seg for å ta risiko. Slik motvilje til å ta risiko kan gå på bekostning av bedriftens overlevelsessevne. Vekst er nødvendig for at bedriften skal kunne utvikle seg i takt med "tiden".

## 5.2. Ressurser

### Finansiell kapital

Litteraturkapittelet presenterer en antakelse om at kvinnelige entreprenører støter på barrierer i form av finansiell kapital. Vår analyse støtter imidlertid ikke denne forventningen og vi har ikke funnet noen direkte sammenheng mellom finansiell kapital og kjønn. Det kan derfor se ut som at tilgang til finansielle midler i mindre grad enn ventet har innvirkning på kvinnelige entreprenørers vekstambisjoner. Ettersom vår undersøkelse ikke har fokusert på mannlige entreprenører og deres tilgang til kapital, vil det være vanskelig å si noe om eventuelle forskjeller som foreligger. Ved å utelukkende se på kvinnelige entreprenører kan vi likevel si noe om i hvilken grad finansiell kapital har vært påvirkende for deres vekstambisjoner. Av analysen kan vi ikke se noen klare sammenhenger mellom de to variablene, og det vil derfor være rimelig å tro at finansielle midler ikke utgjør en like stor barriere som først antatt. Det kan se ut til at personlig egnethet, drivkraft og en god forretningsidé står sterkere enn kjønn når det gjelder å anskaffe finansiell kapital.

### Menneskelig kapital

Menneskelig kapital blir ofte ansett for å være den mest verdifulle ressursen en virksomhet innehar. Kompetanse og ferdigheter gjennom utdanning og erfaring kan være utslagsgivende for entreprenørens holdning til vekst. Det har vært vanskelig å avdekke en sammenheng mellom menneskelige ressurser og vekstambisjoner. Vi ser av analysen at erfaring blir vektlagt som mest viktig av våre informanter. Det er likevel vanskelig å si noe om hvordan erfaring er påvirkende for deres vekstambisjoner. Flere av våre informanter la vekt på at erfaring skaper trygghet, noe som igjen gjør det lettere å satse på vekst i bedriften. Ved å studere informantenes uttalelser om ønsket vekst i sammenheng med deres utdanningsbakgrunn, kan vi spekulere i om utdanning kan påvirke vekstambisjonene i positiv retning. De informantene med tilsynelatende forsiktige vekstambisjoner vektlegger legger vekt på at erfaring er mest viktig. Dette er naturlig med tanke på at de ikke har noe sammenligningsgrunnlag. Vi ser av analysen at personlig egnethet veier tungt og det er tydelig at entreprenøren er en viktig ressurs i seg selv.

## Sosial kapital

Vår analyse kan bekrefte antagelsen om at det sosiale nettverket er av betydning for kvinnelige entreprenørers vekstambisjoner. Alle våre informanter understreket viktigheten av gode sosiale relasjoner og det var tydelig at god samhandling med nettverket var nødvendig for råd og veiledning. Det viste seg at våre informanter anså familie og venner som en viktig del av nettverket på lik linje med forretningsmessige relasjoner. Våre kvinnelige entreprenører fremstod som opptatt av å pleie nettverket av lojalitet og takknemlighet til aktørene.

Analysen danner grunnlag for å tro at våre informanter har sterke bånd til sine aktører i nettverket. Ved at nettverket er bestående av personer med tett relasjon til entreprenøren, som familie og venner, er det nærliggende å tro at det foreligger sterke relasjoner. Dette støtter overnevnt litteratur som argumenterer for at kvinnelige entreprenører har tettere nettverk bestående av færre aktører med relativt sterke bånd.

### **5.3. Sosiale forhold**

Hva sosiale forhold angår kan vi med analysen bekrefte at rollen som mor og entreprenør ser ut til å ha innvirkning på vekstambisjonene for de fleste av våre informanter. De av informantene som kunne fortelle om opplevd balanse mellom arbeid og fritid var også dem med virksomhet av mindre karakter. De entreprenørene som drev større virksomhet uttrykket at rollen som mor og entreprenør sjelden lar seg kombinere. De opplevde at jobben med jevne mellomrom gikk på bekostning av familielivet, men at dette likevel ikke var en begrensning for deres ønsker om vekst i bedriften. Sosiale forhold kan totalt sett se ut til å være innvirkende på vekstambisjonene for våre informanter.

Ved å sammenligne eksisterende litteratur med våre analyser kan vi konkludere med at våre funn i stor grad samsvarer med det tidligere forskning har hevdet. Den største forskjellen synes å være at finansiell kapital ikke opplevdes som en barriere for våre kvinnelige entreprenører.

## 5.5 Vekst

Ønsket størrelse på bedriften henger sammen med den opprinnelige intensjonen for etablering. Flere av informantene sier seg fornøyd med en tilværelse som selvstendig næringsdrivende og har ikke ambisjoner om å bygge en stor bedrift. Dette kan ses i lys av risikovillighet og sosiale relasjoner. Dersom hensikten med bedriftsetableringen var å skape sin egen arbeidsplass, være sin egen sjef eller å oppnå positivt resultat, er det er det lite trolig at bedriften vil ha særlig vekstpotensial grunn til å tro at forutsetningen for stor vekst ikke er til stede. Vekst i bedrifter er på mange måter en frivillig viljebestemt handling (Kolvereid og Thune-Holm, 2002). Uten drivkraft og motivasjon så vokser heller ikke virksomheten. Dersom entreprenøren kan observere en forskjell i ønsket vekst og oppnådd vekst, er det verdt å spørre seg selv hvorfor denne differansen forekommer.

## 5.4. Forslag til videre forskning.

I denne oppgaven har vi forsøkt å redegjøre for i hvilken grad risiko, ressurser og sosiale forhold påvirker vekstambisjoner blant kvinnelige entreprenører. Når vi nå skal fremme forslag til videre forskning, er det viktig å ta hensyn til denne oppgavens begrensninger. Som nevnt i avsnitt 3.9 at vi har bemerket oss en svakhet ved spørsmålene om menneskelig kapital. Menneskelig kapital og dens innvirkning på vekstambisjoner, er et område som det i liten grad er forsket på tidligere. Dette har medført at vi hadde lite tilgjengelig eksisterende litteratur å støtte oss på. Vi føler det er behov for ytterligere forskning vedrørende hvorvidt menneskelig kapital påvirker, og hvordan den påvirker, vekstambisjoner.

Ettersom vi har benyttet oss av et eksplorativt forskningsdesign om et tema som det i liten grad er forsket på tidligere, kan det være lurt å supplere med kvantitative undersøkelser for å få tilstrekkelig data. Vi kan med vår undersøkelse ikke si noe om for eksempel få indikasjoner på hvor mange dette gjelder for.

---

## 6. Litteraturliste

---

Aldrich, H. 1989. Networking among women entrepreneurs. I *Women-owned businesses*. 103-132. New York: Greenwood Publishing Group.

Alsos, G, A. 2006. Barrierer for kvinners entreprenørskap. *NF - arbeidsnotat nr 1009/2006*, 18-18. Kunnskapsparken Bodø:

Aslesen, S. 2002. Entreprenørskap – med basis i familiestatus. I *Entreprenørskap Kjønn, livsløp og sted.*, Berg, Gunnerud, Nina., Foss, Lene., (red) Oslo: Abstrakt forlag,

Aslesen, S. 2002. Forsknings om entreprenørskap og kjønn – en litteraturgjennomgang. I *Entreprenørskap Kjønn, livsløp og sted.*, Berg, Gunnerud, Nina., Foss, Lene., (red) Oslo: Abstrakt forlag,

Bullvåg, E., Kolvereid, L., Åmo, B. 2010. Entreprenørskap i Norge 2010. I *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*.

Burns, P. 2011. *Entrepreneurship and small business: start-up, growth and maturity*. 278-282. Utgitt av Palgrave Macmillan.

Carter, N, M., Brush, C, G., Greene, P, G., Gatewood, E, J., and Hart, M, M. 2002. Women entrepreneurs who break through to equity financing: the influence of human, social and financial capital. I *Women and Entrepreneurship, contemporary classics*. Storbritannia: MPG Books

Cliff, J, E., 1998. Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender and business size. I *Women and Entrepreneurship, contemporary classics*. 426-445. Brush, C, G., Carter, N, M., Gatewood, , J., Greene, P, G., Hart, M, M. Storbritannia: MPG Books

Coleman, S. 2000. Access to Capital and Terms of Credit: A Comparison of Men- and Women-owned Small Businesses. I *Women and Entrepreneurship, contemporary classics*. 320-335. Brush, C, G., Carter, N, M., Gatewood, , J., Greene, P, G., Hart, M, M. Storbritannia: MPG Books

- Foss, L., Ljunggren, E. 2006. Kvinners entreprenørskap i Norge. I *Perspektiver på entreprenørskap*. 265-280. Jenssen, J,I., Kolvereid, L., Erikson, T. Kristiansand S: Høyskoleforlaget.
- Gundry, L, K., Welsch, H.P. 2001. The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. I *Women and Entrepreneurship, comtemporary classics*. 471-488.
- Brush, C, G., Carter, N, M., Gatewood, , J., Greene, P, G., Hart, M, M. Storbritannia: MPG Books
- Guba, E, G., Lincoln, Y, S., 1985. *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park: Sage Publications.
- Halvorsen, K., 2003. Å forske på samfunnet I *en innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Cappelen akademiske forlag
- Hauge, E, S., Havnes, P-A., 2005., What now? Challenges and opportunities for women entrepreneurs. I *Women entrepreneurs, theory, research and policy implications*. Høyskoleforlaget: Kristiansand S
- Hjerm, M., Lindgren, S. 2011. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig analyse*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS
- Huberman, , M., Miles, M. 1984. Qualitative data analysis. I *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig analyse*. 88-91 Hjerm, M. Lindgren. Oslo: Gyldenda Norsk Forlag AS,
- Johannessen, A., Kristoffersen, L., Tufte, P, A. 2005. *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Oslo: Abstrakt forlag
- Kolvereid, L., Thune- Holm, A., 2002. *Gründerboken.*, Oslo: j.w. cappelens forlag.
- Kolvereid, Lars. 2006. Potensielle entreprenører. I *Perspektiver på entreprenørskap*. 25-36. Jenssen, J,I., Kolvereid, L., Erikson, T. Kristiansand S: Høyskoleforlaget
- Ljunggren, E, C., Magnussen, T., Pettersen, L, T. 2000. Bedriftsetablerere mellom hushold og marked. Fra *Entreprenørskap og kjønn*. Ljunggren, Elisabet C. 2002. 147-160. Umeå universitetet.
- Minniti, M., Arenius P., Langowitz, N. 2004. Report on women and entrepreneurship. I *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*.

Spilling, O.R. 2000. *SMB 2000 – fakta om små og mellomstore bedrifter i Norge*.

Fagbokforlaget, Bergen.

Sørheim, R. 2006. Finansiering av vekstbedrifter. I *Perspektiver på entreprenørskap*. 173-187. Jenssen, J.I., Kolvereid, L., Erikson, T. Kristiansand S: Høyskoleforlaget.

Verheul, I., Thurik, R. Start-Up Capital: “Does Gender Matter?”. 2001. I *Women and Entrepreneurship, contemporary classics*. 336-352. 2006. Brush, C, G., Carter, N, M., Gatewood, , J., Greene, P, G., Hart, M, M. Storbritannia: MPG Books

Wickham, P, A. 2006. *Strategic Entrepreneurship*. Edinburgh: Pearson Education Limited.

### **6.1. Web-linker**

Database for statistikk om høgre utdanning. 2012. Online. Nedlastet dato 20.05.12

Tilgjengelig fra;

[http://dbh.nsd.uib.no/dbhvev/student/registrerte\\_rapport.cfm](http://dbh.nsd.uib.no/dbhvev/student/registrerte_rapport.cfm)



---

## 7. Vedlegg/Appendiks

---

### Intervjuguide

---

Vi er to studenter som i forbindelse med profilering i entreprenørskap og småbedriftsledelse arbeider med en bacheloroppgave med vekstambisjoner blant kvinnelige entreprenører som tema. I den forbindelse ønsker vi å vite mer om dine erfaringer og ambisjoner knyttet opp mot din rolle som kvinnelig entreprenør.

#### *Personalia*

- Fortell litt om deg selv.
  - Navn
  - Alder
  - Sivilstatus
  - Har du barn?

#### *Introduksjon*

- Fortell litt om historien bak bedriften?
- Hvorfor valgte du å starte opp? Hva ønsket du å oppnå ved å engasjere deg i din bedrift?
- Hva assosierer du med vekst i bedriftssammenheng?
- På hvilken måte har du vokst til nå?
- Ønsker du å vokse?

### ***Arbeid og familie***

- Hvor mye jobber du?
- Hvordan fordeles oppgaver i husholdningen?
- Hvordan vil du si at dine holdninger til balanse mellom arbeid og familie har vært med på å fremme eller hemme dine vekstambisjoner?
- Opplever du noen forventninger knyttet til det å være kvinne og selvstendig næringsdrivende, da særlig med tanke på en eventuell morsrolle?

### ***Risiko***

- Hvordan forholder du deg til risiko? Føler du at risiko er noe som må til for at bedriften skal lykkes?
- Hvor sikker må du være før du tar risiko?

### ***Ressurser***

#### ***Sosial kapital***

- Hvem består ditt sosiale nettverk av?
- I hvilken grad samhandler du med ditt sosiale nettverk?
- Hvilken betydning tror du at det sosiale nettverket spiller inn når det gjelder vekstambisjoner?

#### ***Menneskelig kapital***

- Hvilken utdanning og erfaring har du?
- Av utdanning og erfaring, hva er det du vektlegger som mest viktig for deg og din bedrift?
- Hvor er det du henter kompetansen din?

### ***Finansiell kapital***

- Hvordan skaffet du finansiering da du startet?
- Har du hatt behov for mer? Opplevde du det som lett eller vanskelig?
  
- Vil du si at tilgang til finansiell kapital har vært eller er et hinder for dine vekstambisjoner?
- Hvordan tror du at behovet for finansiell kapital kan ha en sammenheng med vekstambisjoner?

### ***Påstander***

Påstand:

*”Kvinner har en tilsynelatende mer forsiktig tilnærming til vekst og er ikke like komfortabel med å ta risiko.”*

- Kjenner du deg igjen i den overnevnte påstanden?
  
- Tror du dette ville vært annerledes dersom du var en mann?

Påstand:

*”Kvinner anser opplevd kontroll over situasjonen som viktigere enn ekspansjon.”*

- I hvilken grad vil du si at opplevd kontroll over bedriftssituasjonen er med på å fremme eller hemme dine ambisjoner om vekst?
  
- Tror du dette ville vært annerledes dersom du var mann?