



UNIVERSITETET I
NORDLAND

HANDELSHØGSKOLEN I BODØ • HHB

MASTEROPPGAVE

«TA STEGET»

- En studie av kvinner og deres vei til egen bedrift.

BE307E

Entreprenørskap og innovasjonsledelse

Ann-Kristin Pedersen

Ronny Pedersen

Vår 2015



Abstract

The main purpose of this master thesis is to look at what makes Norwegian woman quit their job, take "the plunge" and start their own business. While many Norwegian women consider entrepreneurship as a good career choice, most of these do not think it applies to themselves. As it turns out only one in four entrepreneurs in Norway are woman. We wanted to use this study to discover what influenced some of these women to choose a career as an entrepreneur. Based on this we have developed the following research question:

“Which factors influences women entrepreneurs to quit their jobs, and start their own business?”

To discover which factors affect the decision to quit their job to become entrepreneurs, we have analyzed different theoretical perspectives and past research on the subjects of entrepreneurs in general, and more specifically woman entrepreneurs. Based on this literature review, we have made a selection of theoretical perspectives to serve as a foundation for the theory chapter in this thesis.

In the theory chapter of this thesis we show that there are several different factors that may influence aspiring woman entrepreneurs. We have developed a research model based on the theoretical foundation, where we have chosen to focus on a few main topics, which we believe are important, these are gender, motivation, the entrepreneur, the business idea and the family.

To discover which of these factors has had the most influence on the decision to quit their job and start their own business we have interviewed six female entrepreneurs from five different companies in various industries. We wanted through these interviews to find out what made these women leave their jobs to become entrepreneurs.

The empirical data was collected through in-depth interviews with our six informants. These empirical findings make up the foundation for the analysis chapter in this thesis. The empirical data was analyzed in comparison to the theoretical foundation in chapter 2. The findings from the analysis lead us to making changes to our research model. These changes were necessary because the link between the various factors were different than previously

anticipated. The purpose of the model is to illustrate how the different factors are linked and influence each other and the decision.

Forord

Dette er en masteroppgave skrevet som en avsluttende del av studiet Master of Science in Business ved Handelshøgskolen i Bodø, ved Universitetet i Nordland og er skrevet innenfor profileringen Entreprenørskap og innovasjonsledelse.

I oppgaven har vi valgt å skrive om kvinnelige entreprenører, vi ser på hva som gjør at kvinnelige entreprenører ønsker å si opp jobben for å starte egen bedrift. Vi ønsker derfor å rette en takk til våre informanter som har tatt seg tid til å stille opp, og som lot oss intervju dem slik at vi fikk den informasjonen vi trengte for å kunne svare på problemstillingen.

Vi vil også rette en stor takk til vår veileder Gry Agnete Alsos, med hennes veiledning og kompetanse har vi fått verdifulle innspill og konstruktiv kritikk på oppgaven hele veien.

Bodø 18.mai 2015

Ann-Kristin Pedersen

Ronny Pedersen

Sammendrag

Hovedformålet for denne masteroppgaven er å se på hva som får norske kvinnelige entreprenører til å si opp jobben, “ta steget” og starte sin egen bedrift. Mens mange norske kvinner ser på entreprenørskap som et godt karrierevalg, mener flesteparten av disse at det ikke er sant for deres egen del. Det viser seg at kun en av fire entreprenører i Norge er kvinner. Vi ønsket med denne studien å undersøke hva som påvirket noen av disse kvinnene til å velge en karriere som entreprenør. Basert på dette har vi utarbeidet følgende problemstilling:

«Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?»

For å finne ut hvilke faktorer som spiller inn på beslutningen om å si opp jobben for å starte egen bedrift har vi gjort analyser av ulike teoretiske perspektiver, og tidligere forskning både på entreprenører generelt og mer spesifikt kvinnelige entreprenører. Fra denne litteraturanalysen har vi kommet frem til et utvalg teoretiske perspektiver som vi har tatt med videre og som teoridelen av denne oppgaven er basert på.

I teoridelen av denne oppgaven viser vi at det er flere forskjellige faktorer som kan påvirke spirende kvinnelige entreprenører. Basert på dette teoretiske grunnlaget har vi utviklet en forskningsmodell, der vi velger å fokusere på noen hovedtema som vi tror er viktige. Disse er kjønn, motivasjon, entreprenøren, forretningsideen og ressursen og familien.

For å finne ut hvilke av disse faktorene som har hatt størst påvirkningskraft på beslutningen om å si opp jobben for å starte egen virksomhet, har vi intervjuet seks kvinnelige entreprenører fra fem bedrifter i ulike bransjer. Gjennom intervjuene ville vi finne ut hva som fikk disse kvinnene til å si opp jobben sin for å starte for seg selv.

Det empiriske datamaterialet ble samlet inn via dybdeintervju av våre seks informanter. Disse dataene er grunnlaget for analysekapittelet i denne oppgaven. Analysen av datamaterialet skjedde opp mot det teoretiske grunnlaget i kapittel 2. Funnene fra analysen førte til at vi måtte gjøre endringer i vår forskningsmodell. Dette fordi forbindelsen mellom de ulike faktorene ikke var slik som først antatt. Hensikten med modellen er å illustrere hvordan de ulike faktorene henger sammen og hadde påvirkningskraft på hverandre og beslutningen.

Innholdsfortegnelse

Abstract	II
Forord	IV
Sammendrag	V
Innholdsfortegnelse	VI
Figuroversikt	VIII
Tabelloversikt	VIII
1 Innledning.....	1
1.1 Aktualisering	1
1.2 Forsknings spørsmål.....	3
1.3 Oppgavens bidrag.....	3
1.4 Oppgavens oppbygging.....	4
2 Teoretisk rammeverk.....	5
2.1 Kjønn.....	6
2.2 Entreprenøren	7
2.2.1 Teorien om planlagt adferd	8
2.2.2 Selvtillit	9
2.2.3 Oppsummering entreprenøren	11
2.3 Motivasjon.....	11
2.3.1 Indre og ytre motivasjon.....	11
2.3.2 Pull- og pushfaktorer	13
2.3.3 Oppsummering motivasjon	18
2.4 Forretningsideen og ressursene	18
2.4.1 Ressurser	18
2.4.2 Interne ressurser	19
2.4.3 Eksterne ressurser.....	21
2.4.4 Oppsummering forretningside og ressurser.....	24
2.5 Familien.....	24
2.5.1 Familielivet.....	24
2.5.2 Family embeddedness perspective	25
2.5.3 Oppsummering familien	28
2.6 Starte bedrift, «Ta steget»	28
2.6.1 Etableringsprosessen	29
2.6.2 Oppsummering starte bedrift, «Ta steget»	33
2.7 Oppsummering	34
3 Metode.....	36
3.1 Valg av metode.....	36
3.2 Forskingsdesign.....	37
3.3 Kvalitativ metode	38
3.3.1 Utvelgelse av informanter	38
3.3.2 Datainnsamling.....	40
3.3.3 Gjennomføring	41
3.3.4 Analyse	42
3.3.5 Svakheter med intervju som metode	42
3.4 Studiets kvalitet.....	43
3.5 Etikk	45
3.6 Oppsummering	46
4 Presentasjon av informantene.....	47
4.1 Presentasjon av Reddi	47

4.2 Presentasjon av Luefabrikken	48
4.3 Presentasjon av Helse og velvære	48
4.4 Presentasjon av Bliss Design.....	49
4.5 Presentasjon av Fruene café	49
5 Analyse.....	50
5.1 Starte bedrift, «ta steget».....	51
5.1.1 Oppsummering	52
5.2 Motivasjon.....	52
5.2.1 Indre motivasjon.....	53
5.2.2 Ytre motivasjon	54
5.2.3 Pullfaktorer.....	55
5.2.4 Pushfaktorer.....	56
5.2.5 Oppsummering	57
5.3 Forretningsideen og ressursene	58
5.3.1 Interne ressurser	58
5.3.2 Eksterne ressurser.....	60
5.3.3 Oppsummering	63
5.4 Familien.....	64
5.4.1 Familielivet.....	64
5.4.2 Innflytelse fra familien	65
5.4.3 Oppsummering	66
5.5 Entreprenøren	66
5.5.1 Typen entreprenør	67
5.5.2 Holdninger og verdier	67
5.5.3 Selvtillit	69
5.5.4 Oppsummering	69
5.6 Kjønn	70
5.7 Oppsummering	71
6 Drøfting og konklusjon	74
6.1 Hvordan påvirker motivasjon beslutningen?.....	74
6.2 Hvordan påvirker familien beslutningen?	77
6.3 Hvordan blir beslutningen påvirket av ressurser?	79
6.4 Konklusjon	82
6.5 Svakheter med oppgaven	86
6.6 Videre forskning.....	86
6.7 Implikasjoner.....	87
Referanseliste	88
Vedlegg:	94
Vedlegg 1	94
Vedlegg 2	97
Vedlegg 3	99
Vedlegg 4	100
Vedlegg 5	101

Figuroversikt

Figur 1 Forskningsmodell	5
Figur 2 Theory of planned behavior (Ajzen, 1991, s.182).....	8
Figur 3 Oppmerksomhet på faglig og personlig utvikling (Bolstad og Sørensen, 2011).....	15
Figur 4 Sammenheng mellom indre og ytre motivasjon og pull og push.	17
Figur 5 Fullførte universitets- og høyskoleutdanning i Norge, etter kjønn og fagfelt (Statistisk sentralbyrå, 2014).....	20
Figur 6 Family embeddedness perspective (Aldrich & Cliff, 2003, s.590).	26
Figur 7 Etableringsprosessen (Alsos og Ljunggren, 2002, s.112).	29
Figur 8 Utvidet forskningsmodell	34
Figur 9 Analysemodell	50
Figur 10 Funn i analysen	71
Figur 11 Ny forskningsmodell	83

Tabelloversikt

Tabell 1 Klassifisering av ulike typer entreprenører (Aslesen, 2002, s.157).	7
Tabell 2 Fasemodell for etableringsprosessen (Hatteland, 2012, s.72).....	32
Tabell 3 Presentasjon av informanter	40

1 Innledning

I dette kapittelet vil vi presentere hva vi ønsker å undersøke og hvorfor vi har valgt akkurat dette temaet. Oppgavens hovedformål er å belyse norske kvinners beslutning om å si opp jobben for å starte en egen bedrift. Innledningsvis vil vi gi en kort presentasjon om kvinnelig entreprenørskap i Norge. Videre presenterer vi studiets problemstilling, forskningsspørsmål, oppgavens bidrag og videre oppbygning.

1.1 Aktualisering

Næringsminister Monica Mæland sier i et intervju til e24.no: «*Det er nå viktigere enn noen gang at vi bygger opp flere næringer*» (Sørheim, 2015). I dette intervjuet kommer det frem at regjeringen ønsker å øke andelen gründere i Norge. Dette kommer i forbindelse med at oljeprisen har hatt en kraftig nedgang siden april 2014. Denne nedgangen har fortsatt i 2015, og har stor betydning for oljenasjonen Norge.

I Norge er det relativt få kvinner som velger en karriere som entreprenør, dette til tross for at 68 prosent av kvinnene er yrkesaktive (ssb.no, 2014). Fra 2012-utgaven av Global entrepreneurship monitor (GEM) rapporten, kommer det frem at det kun er to land som har en lavere andel kvinner involvert i den tidlige fasen av entreprenørskapsaktivitet enn Norge. Det kommer også frem at 22 prosent av kvinnene i Norge har nok kunnskap om det å starte egen bedrift. Det viser seg at det er en nedgang de siste årene blant kvinnelige entreprenører (Alsos, Bullvåg, Clausen, Kolvereid, Åmo, 2013).

Vi velger å forske på dette temaet da nye tall viser at prosentandelen av norske kvinner, som velger en karriere som entreprenør, fortsatt ikke er like høy som hos norske menn. Til tross for at tallene fra GEM-rapporten viser at færre kvinner velger å satse på egen bedrift (Alsos et al., 2013), finnes det flere eksempler på kvinner som har lykket med å starte opp egen bedrift. Det viser seg at etter en tiårs periode så har trenden vært en svak stigning blant andelen kvinner involvert i tidligfase entreprenørskapsaktivitet. Men selv om dette er tilfellet så er problemstillingen om hvordan man kan bidra til flere kvinnelige entreprenører fortsatt uløst (Alsos et al., 2013). Vi ønsker med denne oppgaven å undersøke hva som påvirker beslutningen, til et utvalg norske kvinner, om å satse på egen bedrift

En undersøkelse gjort i 2011 viser at det er få kvinnelige entreprenører i Norge, og det er kun en av fire entreprenører i dag som er kvinner (Alsos, Bullvåg, Kolvereid og Åmo, 2012). Det viser seg at regjeringen under Soria Moria erklæringen i 2008 ønsket å øke kvinneandelen blant nye entreprenører til 40 prosent i 2013 (Regjeringen, 2008). I tillegg ønsket de også at kvinner skal se positivt på entreprenørskap som et karrierevalg. Den nye regjeringen har ikke tatt stilling til entreprenørskap blant kvinner, men ønsker et generelt fokus på entreprenørskap i undervisningen i grunnskolen (Regjeringen, 2009). Det viser seg at mange kvinner ser på entreprenørskap som et godt karrierevalg for andre, men ikke for seg selv (Alsos et al., 2012). En rapport fra 2012 viser at ønsket som ble ytret av Regjeringen i 2008 ikke er nådd. Det har vært en økning i kvinnelige entreprenører, men tallet er ikke like høyt som regjeringen ønsket (Alsos et al., 2013). På bakgrunn av dette er det interessant å se på hva som gjør at kvinner ønsker å si opp jobben sin for å satse på en karriere som entreprenør.

Entreprenørskap er ikke kjønnsnøytralt begrep, det er tidligere sett på som et maskulint kodebegrep. Med dette menes gjerne en mann avbildet som selvsikker, ambisiøs, hardtarbeidende og risikovillig (Berg og Foss, 2002). Med årene har dette bildet endret seg noe, og kvinner er nå mer fremtredende blant entreprenører. Cliff (1998) sier at kvinner som velger å starte egen bedrift ikke har de samme målene eller forhåpningene som menn. Det er mulig å tro at kvinner og menn ikke nødvendigvis har lik ambisjon.

Det kommer frem i en undersøkelse gjort i 2008 at kvinner ønsker en fleksibel arbeidsplass og andre arbeidsrutiner. Dette betyr at kvinner ønsker å velge hvor de skal jobbe, hva de skal jobbe med og hvor lange arbeidsdager de skal ha (Kirkwood og Tootell, 2008). Vi tror dette kan komme av at flere kvinner ønsker å ivareta sin rolle i familien. Derfor kan en mulighet for å få balanse mellom jobb og familie, være å starte egen bedrift.

På bakgrunn av dette, vil vi i denne oppgaven gjøre en gjennomgang av litteratur og empiri som kan beskrive kvinnelige entreprenører. Vi vil da spesielt se på norske kvinner som har sagt opp jobben sin, for å satse på egen bedrift. Dette synes vi er veldig interessant fordi, det er en del forskning som viser at kvinnelige entreprenører er i undertall i Norge. Samtidig som det viser seg at det er kvinner i Norge som har startet egne bedrifter, med stor suksess. Vi vil se på hvilke faktorer som påvirker kvinner til å ta beslutningen om å starte egen bedrift. Velger de dette for å få det enklere på hjemmebane, eller bare for å vise at de også klarer det. På bakgrunn av dette har vi kommet frem til følgende problemstilling:

«Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?»

1.2 Forskningsspørsmål

For å kunne besvare problemstillingen hadde vi behov for å stille noen konkrete spørsmål som skulle være til hjelp for å gjennomføre undersøkelsene våre. Vi valgte å formulere tre spørsmål om tre ulike tema som vi antok var viktige i forbindelse med denne oppgaven.

Spørsmålene er som følger:

- Hvordan påvirker familien beslutningen?
- Hvordan påvirker motivasjon beslutningen?
- Hvordan blir beslutningen påvirket av ressurser?

Basert på våre forskningsspørsmål har vi utviklet en modell som skal illustrere hvordan faktorene påvirker motivasjonen og beslutningen om å starte for seg selv. I denne oppgaven vil beslutningen bety at en kvinne velger å si opp jobben, for å starte egen bedrift. Modellen blir presentert i neste kapittel.

1.3 Oppgavens bidrag

Kvinnelige entreprenører er det utbredt tema som det er forsket mye på i Norge. Det er forsket på kvinnelige entreprenører og familie, og forholdet mellom kvinner og menn innenfor entreprenørskap. Som nevnt innledningsvis er det et ønske fra politisk hold at andelen kvinner som starter bedrifter økes, og som næringsministeren sier er det også behov for flere arbeidsplasser i Norge i tiden fremover. Dette behovet vil stadig øke etter hvert som Norges inntekter fra oljeindustrien reduseres.

For å kunne øke andelen kvinnelige entreprenører er det behov for økt forståelse av hvilke faktorer som påvirker dette valget. Vi ønsker derfor med denne oppgaven å bidra til en bedre forståelse av hva som får norske kvinner til å velge en karriere som entreprenører. Med dette håper vi at funnene fra vår oppgave kan bidra til arbeidet med å finne en løsning på hvordan andelen kvinner som velger en karriere som entreprenører kan økes.

1.4 Oppgavens oppbygging

I *kapittel 2* vil vi presentere det teoretiske rammeverket for oppgaven som er basert på relevant teori funnet gjennom vår litteraturgjennomgang. Vi vil også presentere en egenutviklet forskningsmodell som er basert på det teoretiske grunnlaget i dette kapittelet. Påfølgende kapitler er bygd opp rundt denne modellen. Vi starter kapittelet med å se nærmere på begrepet kjønn. Videre ser vi på personlige trekk ved entreprenøren, motivasjon, forretningsideen og ressursene før vi avslutningsvis ser på familien og hva som ligger i å ta selve beslutningen.

Hensikten med *kapittel 3* er å presentere og argumentere for det metodiske valget som vi har tatt. Vi vil forklare framgangsmåten vår for innsamlingen av data, og videre hvordan vi har gått fram for å analysere datamaterialet. I den siste delen av kapittelet snakker vi om studiets gyldighet og forskningsetikk.

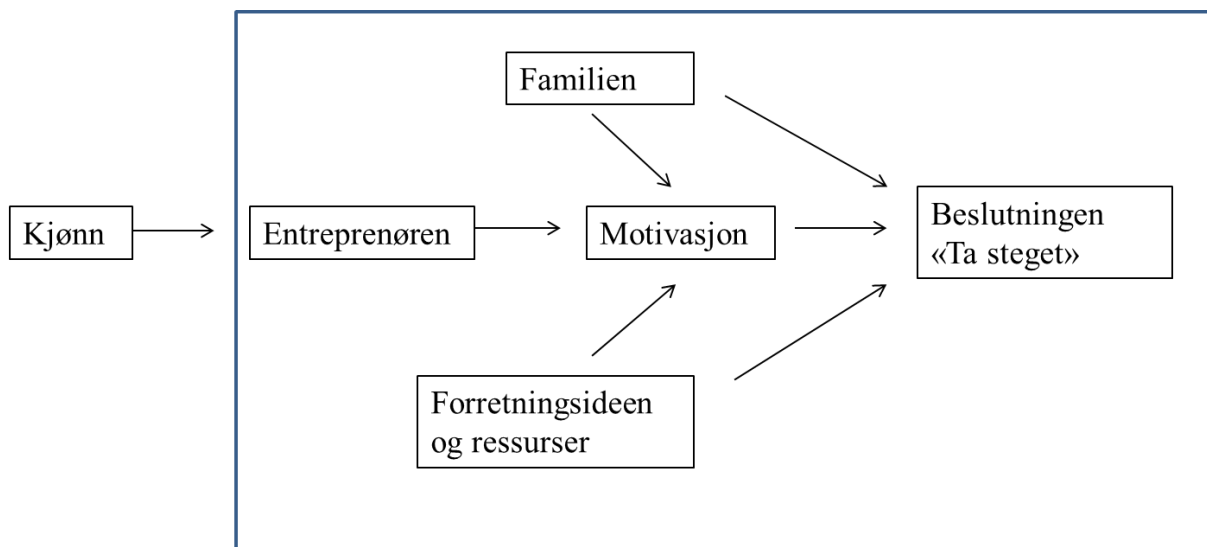
I *kapittel 4* gir vi en kort presentasjon av våre informanter og deres bedrifter. Denne informasjonen har framkommet før og under intervjuene.

I *kapittel 5* presenterer vi våre empiriske funn og analysere disse opp mot det teoretiske grunnlaget fra kapittel 2. Vi vil benytte oss av forskningsmodellen som vi presenterte i kapittel 2, og analysere faktorene i modellen fra høyre mot venstre. Vi vil også se våre funn opp mot våre antakelser. Kapittelet avsluttes med en oppsummering av de viktigste empiriske funnene.

I *kapittel 6* gjennomfører vi drøftinger av de viktigste funnene og forsøke å svare på forskningsspørsmålene våre. Vi vil også forsøke å svare på problemstillingen, videre vil vi presentere en videreutviklet forskningsmodell. Denne modellen er ment til å gi en dypere forståelse av hvilke faktorer som er med på å påvirke beslutningen til kvinnelige entreprenører. Vi vil også presentere noen implikasjoner og muligheter for videre forskning.

2 Teoretisk rammeverk

I dette kapitlet vil vi presentere litteratur som vi mener er relevant for oppgaven og problemstillingen. Vår problemstilling er: «Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?» Med bakgrunn i problemstillingen vår vil vi først se på kjønn, siden det er kvinnelige entreprenører vi vil forske på, men også for å få en forståelse om hva kjønn er og utviklingen rundt kjønn. Videre vil vi se på entreprenøren, og hvordan entreprenører går fram. Vi vil trekke fram tre faktorer som vi tror er med på å påvirke entreprenører til å ta beslutningen. Disse faktorene er familien, motivasjon og forretningsideen og ressurser. Helt til slutt vil vi se på selve beslutningsprosessen.



Figur 1 Forskningsmodell

Modellen er bygget opp av ulike faktorer som vi tror er med på å påvirke kvinnelige entreprenører til å ta steget, å starte egen bedrift. På utsiden av modellen har vi kjønn som en faktor, vi har plassert kjønn på utsiden av modellen fordi vi tror det har innflytelse på alle leddene i modellen. På innsiden starter vi med entreprenøren, som påvirker motivasjonen. Motivasjonen blir påvirket av familien, forretningsideen og ressursene. Disse tre er viktige faktorer som vi tror er med på å påvirke det siste leddet i modellen, som er det å starte egen bedrift, eller som vi har kalt det «Ta steget». Denne modellen vil vi ta med oss gjennom teorien, og forsøke å videreutvikle den før vi til slutt tar den i bruk i analysen. Siden vi har plassert kjønn som en ekstern faktor, vil vi i det neste delkapitlet se på betydningen av kjønn. Årsaken til at vi ønsker å se på kvinnelige gründere er som nevnt i innledningen, at det

er et fåtall av norske kvinner som velger en karriere som entreprenør. Vi ønsker å vite hva som får norske kvinner til å starte egen bedrift.

2.1 Kjønn

Kvinneforskning kan spores tilbake til 1700-tallet, men den kom til Norge på begynnelsen av 1970-tallet. Og først på 1980-tallet startet forskningen på hva kjønn egentlig er. Der kvinneforskning historisk sett er bakgrunnen for kjønnsforskning (Berg, 2002).

Innenfor kjønnsforskning skiller vi mellom tre faser, det er synliggjøringsfasen, selvrefleksjonsfasen og vitenskapskritisk fase. Disse fasene er med på å oppsummere kjønnsforskningen i de siste tiårene. Fasene handler om hvordan kjønn ble oppfattet i de respektive fasene, og indikerer en endring i forståelsen gjennom tiden (Berg, 2002).

Kort oppsummert tar fasene for seg kjønn som variabel (synliggjøringsfasen), kjønn som relasjon (selvrefleksjonsfasen) og kjønn som prosess (vitenskapskritisk fase). Med kjønn som variabel er det snakk om variablene kvinne og mann. I dette stadiet vil kvinner bli mer synlig, i forhold til hvordan det var før. Kjønn som relasjon handler om hvordan samfunnet former kvinner og menn. Dette kan for eksempel være hvordan menn blir tolket som rasjonelle og kvinner som emosjonelle. Kjønnssymbolismen har satt et klart bilde på hva som er mann og kvinne, og dette kan få alvorlige konsekvenser. Det er snakk om en sammenheng mellom rasjonalitet og fornuft. Denne fasen er ikke dekkende, da den ikke ser på forskjellene mellom kvinner. På grunn av dette er det nødvendig med et poststrukturalistisk feminisme perspektiv. Dette vil vi se på i den siste fasen (Berg, 2002).

Kjønn som en prosess, ser på entreprenørskapsbegrepet som kjønn. Dette betyr at mannlige entreprenører er entreprenør, mens kvinnelige entreprenører nettopp er dette, kvinnelige entreprenører (Ahl, 2002; Berg, 2002). Det er slik at vi kan skille mellom maskulint og feminint uavhengig av kjønn, men det er ofte slik at kvinner blir sammenlignet med det feminine og menn med det maskuline. Slik kjønn blir sett på her er en videreutvikling av de to første fasene (Berg, 2002).

Kjønn spiller en viktig rolle i vår oppgave da det er viktig å ha en forståelse for hva kjønn betyr og hvordan kjønn virker inn på beslutningen om å starte egen bedrift.

Kjønnsforskningen er utviklet over tid og det er et skille mellom kvinner og menn innenfor entreprenørskap, men også mellom kvinner og kvinner. Vi kan se på hva som gjør at kvinner

ønsker å si opp jobben for å starte egen bedrift. Dette kan man gjøre i den form at man ser på kjønn som «biologi», kjønn som «sosial konstruert» og kjønn som «noe en gjør». Hvorfor skal ikke kvinner klare å starte opp egen bedrift på lik linje som menn, eller hvorfor skal ikke en kvinne klare å starte opp en bedrift på lik linje med en annen kvinne? Vi vil i neste delkapittel se nærmere på entreprenøren som individ, og hvilke faktorer som kan påvirke den enkelte person.

2.2 Entreprenøren

Entreprenøren er hjernen bak bedriften og er den personen som har utviklet forretningsideen og planlagt hvordan bedriften skal utformes. En entreprenør blir definert slik: «noen som oppfatter en mulighet og starter en organisasjon for å forfølge denne muligheten» (Bygrave og Hofer, s 14, 1991). Selv om Bygrave og Hofer (1991) har kommet med sin definisjon på entreprenør, sier de at det ikke finnes en universalt akseptert definisjon av hva en entreprenør er. Når vi snakker om entreprenører er det vanlig å skille mellom fire ulike typer av entreprenører, i tabellen under er de fire typene framstilt (Aslesen, 2002).

Karriereentreprenøren	Lav prioritet av familien, høy prioritet av karrieren
Kombinasjonsentreprenøren	Høy prioritering av familien, høy prioritering av karrieren
Omsorgsentreprenøren	Høy prioritering av familien, lav prioritering av karrieren
Seniorentreprenøren	Suksessiv prioritering, først familie deretter entreprenørskap

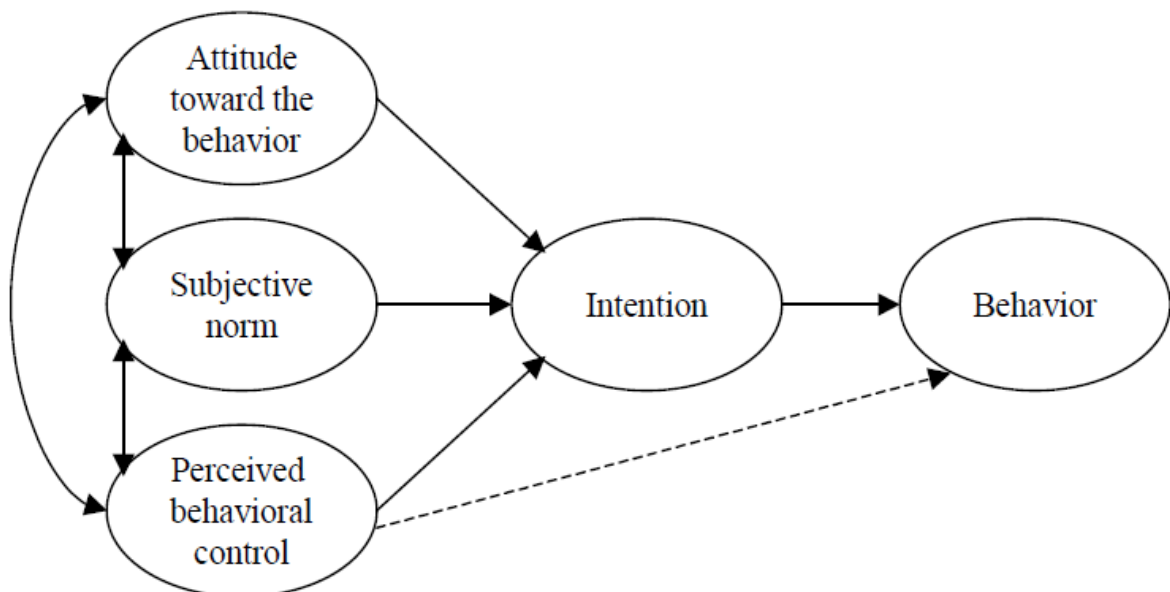
Tabell 1 Klassifisering av ulike typer entreprenører (Aslesen, 2002, s.157).

Aslesen skiller mellom karriereentreprenøren, omsorgsentreprenør, kombinasjonsentreprenør og seniorentreprenøren. Alle de forskjellige typene er oppbygget ulikt og har forskjellig fokus når det kommer til karriere og familielivet. Det som er viktig med modellen er at de fire punktene viser forskjellige måter å kombinere familie med karriere. Det er sett i sammenheng med det integrerte perspektivet som handler om at kvinnelige entreprenører må studeres i sammenheng med deres familieliv (Aslesen, 2002).

Siden vår oppgave har fokus på kvinnelige entreprenører velger vi å se denne tabellen i sammenheng med kvinner. I kapittelet om kjønn (Jf. Kapittel 2.1) snakket vi om ulike faser, disse fasene kan vi se igjen i tabellen over. Det er mulig å tenke seg at kvinners rolle er sosialt konstruert av samfunnet på en slik måte at de kategoriseres som omsorgs- eller kombinasjonsentreprenører selv om dette ikke nødvendigvis er tilfelle. Det er vel så sannsynlig at mange kvinnelige entreprenører i virkeligheten er karriereentreprenører. En ting er hvordan vi i samfunnet sosialt har konstruert kvinnelige entreprenører, en annen ting er hvordan det er biologisk. Det er mulig at fra et biologisk perspektiv er kvinner mer en kombinasjonsentreprenør, som ønsker både fokus på familie og bedriften. Tall fra statistisk sentralbyrå viser at flere kvinner enn menn tar høyere utdanning (Statistisk sentralbyrå, 2014), det vi kan tenke oss er at samfunnet er i ferd med å omdefinere kvinners rolle på en slik måte at det blir naturlig å tenke på kvinner som karriereentreprenører. Det kan tenkes at hvordan samfunnet ser på kvinner og hvordan kvinner ser på sin egen rolle kan påvirke deres adferd. Derfor vil vi i det neste underkapittelet se på teorien om planlagt adferd.

2.2.1 Teorien om planlagt adferd

Vi vil i denne oppgaven undersøke hva som får kvinner til å si opp jobben sin for å starte sin egen bedrift. Dette kan vi se på som en form for entreprenøriell adferd, der ulike faktorer som holdninger og normer er med på å påvirke entreprenøren, før beslutningen om å utøve denne adferden blir tatt. Og i dette delkapittelet vil vi derfor se på teorien om planlagt adferd (Ajzen, 1991), som illustrert i figuren under.



Figur 2 Theory of planned behavior (Ajzen, 1991, s.182).

Som vi ser i figur 2 ovenfor mener Ajzen (1991) at det foregår en tredelt vurderingsprosess før et menneske oppfører seg på en spesifikk måte. I den første delen finner vi de tre faktorene holdning mot oppførselen, subjektive normer og den oppfattede kontroll over oppførselen. Disse tre påvirker hverandre i tillegg til intensjonen om å utføre oppførselen, som igjen påvirker om man faktisk utfører oppførselen.

Holdningen mot adferd tar for seg det en kvinne mener i forhold til om entreprenøriell adferd er attraktivt eller ikke. Subjektive normer handler om hvordan en kvinne oppfatter holdningene hennes nærmeste har til den entreprenørielle adferden, og om hun er motivert til å etterleve denne holdningen. Hvis det er slik at alle i familien vil at hun skal starte en egen bedrift, og hun er motivert til å etterleve deres ønske har dette positiv effekt på hennes intensjon. Oppfattet kontroll over adferden handler om hvordan en person vurderer sin evne til å utøve denne adferden på en slik måte at man oppnår det ønskede resultatet. Personer som mener de kan oppnå det ønskede resultatet vil være mer sannsynlige til å utøve adferden. Hvis den totale påvirkningen fra disse tre faktorene er positiv vil dette naturligvis ha positiv påvirkning på intensjonen om å starte egen bedrift. Positiv intensjonen sammen med positiv oppfattet kontroll over adferden øker sjansen for at en kvinne utøver entreprenøriell adferd. Som vi kan se har oppfattet kontroll over adferden påvirkningskraft i alle fasene av figur 2 (Ajzen, 1991). Vi kan sammenligne denne faktoren med selvtillit, som vi vil se på i neste underkapittel.

2.2.2 Selvtillit

En viktig egenskap alle entreprenører bør ha er god selvtillit. Selvtillit kan defineres som *«troen på at vi kan utøve ønsket atferd»* (Wormnes og Manger 2005, s 36). Selvtillit har personer jobbet seg opp gjennom flere års erfaring, ved å nå de målene de har jobbet mot. Erfaring henger sammen med med målene vi setter oss, og utviklingen av selvtillit. Det å sette seg mål som er uoppnåelig kan være med på å svekke selvtilliten, da personer ikke klarer å nå målene. Personer med lav selvtillit er ofte de som setter seg uoppnåelige mål. Mens personer som setter seg vanskelige, men oppnåelige mål, og tør å satse på disse, er personer med høy selvtillit, og vil kunne nå langt i en lengre tidsperiode (Wormnes og Manger 2005). Vi kan dele selvtillit inn i to forskjellige typer, en generell og en oppgaveorientert.

Oppgaveorientert selvtillit kan sammenlignes med oppfattet adferdskontroll (Jf. Kapittel 2.2.1) og går ut på *"bedømmelse om hvor godt man kan utføre en rekke handlinger for å håndtere en gitt situasjon"* (Bandura, 1982, p. 122) og *"tro på sin egen evne til å mobilisere motivasjon, kunnskap og handlinger som er nødvendige for å møte gitte situasjonelle krav"* (Wood & Bandura, 1989, p. 370). Dette handler om hvordan forventninger fører til suksess (Wormnes og Manger 2005). Denne typen selvtillit blir ikke i så stor grad påvirket av sosiale faktorer eller eventuelle forbilder, men heller av tidligere oppnåelser, ut i fra hvor vanskelige de var og om disse ble nådd kun ved hjelp av ens egne evner eller om man gir flaks en del av kreditten (Baron, Frese og Baum, 2007). Dette kan dermed ses på som selveffektivitet, hvor betydningen av at man kan effektivt utføre en handling vellykket og med dyktighet fremheves. Bandura i Wormnes og Manger (2005) sier at handlingsmønster og adferd er kontrollert av den enkeltes forventninger om hvordan de vil prestere. Hvis en person har høy selveffektivitet i en situasjon, desto større vil ferdighetene i situasjonen være (Wormnes og Manger 2005). Et eksempel på den oppgaveorienterte selvtilliten kan være kvinner som har vært ledere i en stor eller mellomstor bedrifter, og dermed føler at de har kompetansen til å starte opp sin egen. Årsaken til at disse kvinnene våger å satse på egen virksomhet, kan være høy måloppnåelse i tidligere karriere, at de føler seg godt kvalifisert til å klare det og føler at selvtilliten er høy nok til å ta på seg nye utfordringer.

Generell selvtillit handler om hvordan mennesker tror de kan håndtere personlige målsetninger og utfordringer som de møter i hverdagen (Baumet al, 2007). Det vil si hvordan du som person opptrer og møter hverdagen på best mulig måte. Hvis vi ser for oss to personer som går i gangen på en skole. Så er det stor forskjell på en person som går med hodet ned og en person som går med ansiktet og nesen opp. Det er en stor mulighet for at kvinnelige entreprenører som velger å si opp jobben sin har høy selvtillit, da de går fra det trygge til det ikke fult så trygge.

Det er gjerne slik at mennesker med oppmuntrende tanker og bilder om sine prestasjoner, kommer i bedre humør og viser en høyere energi og innsats. Personer som ser slik på hverdagen vil oftere lykkes enn personer som ser negativt på bilder og tanker (Wormnes og Manger 2005). Slike evner til å tenke positivt er med på å skape høy selvtillit. Kvinner som har dette synet på hverdagen vil nok lettere kunne ta valget om å starte egen bedrift da de kanskje ser på utfordringene som uoverkommelige.

2.2.3 Oppsummering entreprenøren

I dette kapitlet har vi snakket om entreprenøren som person, og dermed sett på selvtilliten en entreprenør har, men også sett på hvordan normer og verdier kan ha betydning for entreprenøren. For entreprenøren ser vi at hennes egen påvirkning har like stor betydning som påvirkningen av familien (subjektive normer), samtidig som det å ha selvtillit i forskjellige situasjoner er med på å forme entreprenøren. Vi vil derfor i det neste delkapitlet se nærmere på motivasjonen til entreprenøren og hvordan motivasjonen kan være med på å påvirke kvinnelige entreprenører til å starte egen bedrift.

2.3 Motivasjon

Siden et av våre forskningsspørsmål er «Hvordan påvirker motivasjon beslutningen?», vil vi i dette delkapitlet se på hva motivasjon er, og hvordan den kan være med på å påvirke beslutningen. Vi vil også se på hvilke faktorer som er med på å trekke eller dra entreprenøren mot beslutningen. Velger de det selv, eller er det noe som pusher de til å ta beslutningen?

Motivasjon er et komplekst tema som kan ses fra flere vinkler og det finnes mange ulike definisjoner, en av dem er slik Kauffmann og Kauffmann definerer motivasjon: *”biologiske, psykologiske og sosiale faktorer som aktiverer, gir retning til og opprettholder adferd i ulike grader av intensitet i forhold til måloppnåelse”* (Martinsen, 2009, s. 217). En annen definisjon på motivasjon er slik Ryan og Deci (2000) beskrev det: *”To be motivated means to be moved to do something”* (Ryan og Deci, 2000, S.54). Som vi ser er det flere måter å definere motivasjon på, og vi vil i denne oppgaven se motivasjon gjennom indre og ytre motivasjon.

2.3.1 Indre og ytre motivasjon

Når vi snakker om motivasjon skiller vi gjerne mellom indre og ytre motivasjon, indre motivasjon kan være fritid, mens ytre motivasjon kan være lønn. Undersøkelse viser at indre motivasjon er mer verdsatt en ytre motivasjon (Kuvaas, 2009). Personer som har en sterk indre motivasjon leverer høyere kvalitet i sitt arbeid enn personer med sterk ytre motivasjon (Farbort, 2009). Vi vil i dette delkapitlet se på begge typene for motivasjon.

Indre motivasjon

Indre motivasjon handler om det som er i oss, altså drivkraften til selvmotivering (Spurkeland, 2011). Her trenger man ikke mye tid til å motivere seg selv, det vil være slik at man har interesse for oppgavene. En kvinnelig entreprenør vil mest sannsynlig vil ha indre motivasjon når hun velger å si opp jobben for å satse på bedriften. Her er det snakk om følelser som er knyttet til innsatsen, belønningen for den kvinnelige entreprenøren vil være å åpne bedriften sin. Når dette målet er nådd vil disse menneskene prøve å søke nye utfordringer, og nå nye mål. Dette kommer av at de har en indre motor som driver dem (Spurkeland, 2011).

Ytre motivasjon

Denne motivasjonen handler om det som kommer utenifra og dette er gjerne motivasjon som må tilføres for at mennesker skal bli motiverte. Slik motivasjon oppstår gjerne hvis man har et ønske om å prestere, derfor blir det gjerne sett på som utbytte og prestisje. På denne måten blir ikke arbeidet og målet en motivasjon i seg selv (Spurkeland, 2011). Kvinner ønsker ikke i like stor grad som menn vekst i bedriften (Isaksen og Kolvereid, 2005), derfor er det mulig å tenke seg at kvinner ikke har like stort fokus på den ytre motivasjonen.

Det vil være viktig for enhver entreprenør å ha en sunn kombinasjon av den indre og ytre motivasjonen. De skal kunne eksistere ved siden av hverandre, vi styres ikke bare av en av faktorene. Vi mennesker forandrer og utvikler oss, det er ikke slik at det som motiverer oss i dag nødvendigvis motiverer oss om en måned. Det er viktig å fornye motivasjonen og jobbe for å nå nye mål, og strekkes oss etter ny motivasjon. I oppstarten av en bedrift er entreprenøren avhengig av å ha riktig motivasjon for å lykkes.

Vi vil videre i dette kapitlet snakke om forskjellige faktorer som kan være med på å motivere kvinner til å starte opp egen bedrift. I følge Farbrot (2009) er indre motivasjon viktigere enn lønn og prestisje, da det kommer frem i hans undersøkelse at mennesker setter mer pris på glede, mening og tilfredshet når de skal utføre sine oppgaver. Dette er med på å skape de beste resultatene (Farbrot, 2009). I det neste underkapitlet vil vi se på pull og pushfaktorer, som er en annen måte å se på motivasjonen. De ser på andre måter kvinnelig entreprenører blir motivert til å ta steget om å starte egen bedrift.

2.3.2 Pull- og pushfaktorer

Når vi snakker om motivasjon og ulike motivasjonsfaktorer til kvinnelige entreprenører er det naturlig å komme inne på pull- og pushfaktorer. Med pull- og pushfaktorer mener vi faktorer som «dytter» og «drar» kvinnelige entreprenører mot beslutningen. Dette er faktorer som i følge Sundin og Holmquist (1991) som ble referert av Spilling (2006) ser på ulike sider ved motivasjon. Vil vi derfor i dette underkapittelet se på hvordan disse kan spille inn på beslutningen kvinnelige entreprenører tar. Ved universitetet i Otago i New Zealand er det gjort en undersøkelse på pull- og pushfaktorer, der både kvinner og menn var med i undersøkelsen (Kirkwood, 2009). Det er Jodyanne Kirkwood som har gjennomført undersøkelsen, og vi vil se på funnene fra undersøkelse for å få en forståelse for hvilke pull- og pushfaktorer som kan spille inn på beslutningen.

Pullfaktorer

En pullfaktor kan forklares som de positive faktorer som motiverer kvinner til å etablere egen bedrift. En pullfaktor kan for eksempel være ønske om selvstendighet, styring over egen arbeidsdag, få bedre inntekt eller nye utfordringer. I undersøkelsen til Kirkwood (2009) har han valgt å dele pullfaktorer inn i fire kategorier. Dette er kategorier som i forbindelse med undersøkelsen gjelder kun kvinnelige gründere, kategoriene vil vi nå presenter (Kirkwood, 2009).

Selvstendighet

Dette handler om ønske om å være selvstendig. Selvstendighet kan være en veldig motiverende faktor for de fleste kvinnelige gründere. Kvinner ønsker å være sin egen sjef og styre over sin arbeidsdag (Kirkwood, 2009). Det kommer også frem i en undersøkelse som er gjort i 1991 av Nina Gunnerud Berg, at sysselsettingsmotiv og frihetsmotiv har stor betydning for kvinnelige gründere (Berg, 1991). Ved hjelp av entreprenørskap som karriere kan flere kvinner få muligheten til å få oppfylt sine ambisjoner.

Penger

Penger kan være en form for pullfaktor som er med på å motivere kvinner til å ta beslutningen. Funn i undersøkelsen til Kirkwood (2009) viser at pengefaktoren kan være motiverende for noen kvinner, men ikke alle. Dette har vi vært litt inne på tidligere i oppgaven (Jf. Kapittel 2.3.1 ytre motivasjon). En annen undersøkelse som er gjort viser at

profittmaksimering ikke er den viktigste motivasjonen til kvinnelige entreprenører (Berg, 1991).

Utfordringer

Kvinnelige entreprenører har et ønske om utfordringer, kommer det frem i undersøkelsen fra 2009 (Kirkwood, 2009). Utfordringer kan defineres som så mangt, men vi vil trekke inn behov for utfordringer som form for motivasjon. Mennesker har forskjellige behov og verdsetter de forskjellig. Maslow mente at motivasjonen til mennesker kommer fra behovene deres. Han delte behov opp i fem ledd, der du ikke kan komme til det øverste leddet før du har tilfredsstilt behovene som er på de nederst leddet. Teorien er i dag kjent som Maslows behovspyramide (Kaufmann og Kaufmann, 2009).

Livstil

Under dette punktet er det snakk motivasjonsfaktoren livsstil, som kan ha stor betydning for kvinnelige entreprenør. Det er mulig å tenke seg at kvinner føler et stort ansvar for familie og barn, og at dette er en viktig faktor for at kvinner ønsker å ta beslutningen om å starte bedrift. Det viser seg at familie og forpliktelser rundt familie er sentralt for at kvinner skal starte egen bedrift (Berg, 1991).

Pushfaktorer

Når vi snakker om pushfaktor kan dette beskrives som en negativ faktor. Dette kan være alt fra mistriivsel på arbeidsplassen, til økonomiske problemer i hjemmet. Dette er faktorer som kan være motiverende for at en kvinne velger å ta beslutningen. Det er mulig å se på pushfaktorer som en tvangsfaktor, dette kan forklares ved at man blir tvunget til å utføre en handling (Spilling, 2006). Det er slik at ikke pushfaktorer bare er negative, men de fremmer også behov for selvrealisering (Spilling, 2006). Pushfaktorer kan virke som drivkraft til iverksettelse av ideer for kvinnelige gründere. I undersøkelsen har Kirkwood (2009) utviklet pushfaktorer i tre ulike kategorier, disse er: mistriivsel på arbeidsplassen, lyst til å bytte jobb og mangel på fleksibel arbeidstid.

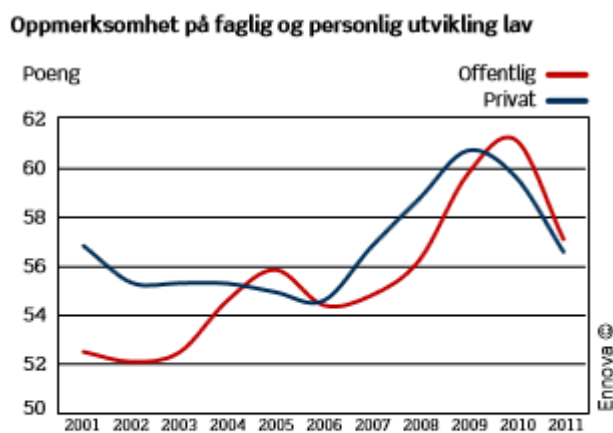
Mistrivsel på arbeidsplassen

Det kan være flere forhold som skaper mistrivsel på arbeidsplassen, forhold som er med på skape mistrivsel bli av Frederick Herzberg kaldt hygienefaktorer. Dette er faktorer som kan består av fysiske og sosiale arbeidsforhold, jobbsikkerhet, samt lønnsforhold. Selv om

bedriften gjør sitt for å forbedre forhold som skaper mistriivsel, betyr det ikke at ansatte blir tilfredse og motiverte av den grunn (Jacobsen og Thorsvik, 2007). I følge undersøkelsen Kirkwood gjorde i 2009 kommer det frem at kvinner ofte føler de blir kontrollerte av lederne sine. Derfor føler de ikke får nok frihet og at jobben de gjør blir undervurdert. Dette er faktorer som kan motivere til entreprenørskap, og dette kan være med på å påvirke kvinner til å vise ovenfor sin tidligere sjef at de kan utføre jobben på en bedre måte (Kirkwood, 2009).

Lyst til å bytte jobb

Dette er en faktor som kan spille inn hos en kvinne som har et ønske om å utvikle seg personlig, arbeide med noe hun er glad i eller er på utkikk etter ny jobb (Kirkwood, 2009). Lysten på å bytte jobb kan være et ønske om personlig utvikling. Det viser seg at personlig utvikling er med på å øke arbeidsgleden, den er også med på å øke innsatsen og prestasjonen hos mennesker (Bolstad og Sørensen, 2011). For en kvinnelig entreprenør kan akkurat dette være grunnen til at de velger å si opp jobben sin. Da det å jobbe for seg selv og se prestasjonen øke kan være en viktig faktor og en utfordring.



Norske medarbeidere har i mange år hatt en meget kritisk holdning til den oppmerksomhet deres faglige og personlige utvikling får. I perioden 2006-2009 kunne vi dog konstatere et økt fokus i så vel den private som den offentlige sektor, men dette er nå endret. I 2011 er resultatet falt til samme lave nivå som i 2007.

Figur 3 Oppmerksomhet på faglig og personlig utvikling (Bolstad og Sørensen, 2011).

I figur 3 ser vi tydelig at det er en nedgang i oppmerksomheten på personlig og faglig utvikling i Norge. Mennesker føler at de ikke får brukt kunnskapen sin, samtidig som de føler at de trenger å utvikle og tilegne seg ny kunnskap og læring (Bolstad og Sørensen, 2011). Det er mulig å tenke seg at kvinner som ønsker å bli entreprenører velger å si opp jobben sin

nettopp på grunn av dette. De føler kanskje ikke at de får utviklet seg og brukt sin kunnskap, så da velger de heller å starte egen bedrift. Ved å styre egen arbeidshverdag får de økt kunnskapen og personlig utvikling.

Personer med høy arbeidsglede har energi til å fungere på fritiden. Mange opplever at før arbeidsdagen er over er de tom for energi. For mennesker er det slik at all energien kan bli brukt opp på jobb, noe som går ut over deltakelse og energien som skal brukes i fritiden. Løsningen som kommer frem er høy arbeidsglede. De som har høy arbeidsglede har nok energi til å fungere både på jobb og på fritiden (Bolstad og Sørensen, 2012). Vi antar at noen norske kvinner velger å starte egen bedrift, fordi disse kvinnene setter stor pris på familielivet og ønsker å bruke mye energi på familie, samt at de ønsker nye utfordringer i livet.

Mangelen på fleksibel arbeidstid

Undersøkelse gjort i 2003 viser at fleksibilitet i hverdagen er viktig for kvinnelige entreprenører, og den blir enda viktigere når kvinner gifter seg og får barn (DiMartino og Barbato, 2003) Dette for å kunne mestre arbeid og familieomsorg. Det å føle at en mestrer arbeidsoppgavene og jobbsituasjonen er med på å skape arbeidsglede. Og at gjennom personlig utvikling og selvtillit vil en kvinnelig entreprenør klare å øke sin mestringsfølelse. Det å oppnå mestringsfølelse i forskjellige situasjoner, om det er på jobb, i hjemmet eller på skolebenken vil være med på å øke motivasjonen. Men på en annen siden kan mestringsfølelsen svekkes, om en ikke når de målene som er satt (Nerstad, 2012).

Mestring kan defineres slik: «*Mestring dreier seg i stor grad om opplevelse av å ha krefter til å møte utfordringer og følelse av å ha kontroll over eget liv. Aktiv og god mestring hjelper deg til å tilpasse deg den nye virkeligheten, og setter deg i stand til å se forskjellen på det du må leve med, og det du selv kan være med på å endre*» (Vifladt og Hopen, 2004, s.61).

Kvinnelig entreprenører kan oppleve forskjellige typer mestringsfølelse i ulike situasjoner og det kan ha innvirkning på valg som blir tatt. Eksempler på mestringsfølelse kan være at en entreprenør når et mål, mens for andre kan mestringsfølelsen oppstå om de klarer å kombinere jobb og familie. Med en lav mestringsfølelse kan mangelen på fleksibel arbeidstid øke og ønske om å starte egen bedrift øker.

Det vi ser er at kvinnelige entreprenører ikke blir motivert av bare en faktor, men at flere faktorer kan være med på å motivere. Ved entreprenørskap som karrierevalg er det muligheter for kvinner å nå sine ambisjoner i jobbsituasjonen, samtidig som de kan holde sin posisjon i hjemmet. Undersøkelsen til Kirkwood viser at kvinner setter selvstendighet som en av de viktigste faktorene bak en etablering (Kirkwood, 2009).

Det vi ser er at det er en linje mellom pull- og pushfaktorene og motivasjonen. Vi har i modellen under forsøkt å vise sammenhengen mellom indre og ytre motivasjon og pull og push. Det vi ser er at pull og push er to forskjellige måter for hvordan vi blir påvirket av vår indre og ytre motivasjon.

	Indre motivasjon	Ytre motivasjon
Push faktor	«Lei»	Lysten på å bytte jobb, personlig utvikling.
Pull faktor	Utfordringer, ønsker å kombinere jobb og familie.	Tjene penger

Figur 4 Sammenheng mellom indre og ytre motivasjon og pull og push.

I modellen over ser vi hvordan pull og pushfaktorene og indre og ytre motivasjon henger sammen. En sammenheng mellom indre motivasjon og pushfaktor kan være at kvinner er lei av jobben sin og derfor vil dette være en faktor som «dytter» dem til å starte egen bedrift. Sammenhengen mellom indre motivasjon og pullfaktorer kan være at kvinner ønsker flere utfordringer eller trenger å få kombinert jobb med familie, derfor ønsker de å starte egen virksomhet.

Neste kolonne ser på sammenhengen mellom ytre motivasjon og pushfaktoren. Her ser vi at lysten til å bytte jobb eller det å kunne personlig utvikle seg mer er mulige faktorer som er med å trigge entreprenøren til å ta valget om å starte egen bedrift. Den siste kolonnen handler om sammenhengen mellom pullfaktor og ytre motivasjon. Her ser vi at det å tjene penger kan være en faktor som er med på påvirke beslutningen om å starte for seg selv.

2.3.3 Oppsummering motivasjon

I dette delkapittelet har vi sett på ulike former for motivasjon, og hvordan motivasjonen er med på å påvirke beslutningen om å starte egen bedrift. Det er tydelig at den indre motivasjonen er sterkere enn den ytre motivasjonen. Samtidig som de ulike pull- og pushfaktorene har påvirkning på beslutningen, og hvordan motivasjonen påvirker på ulike måter i forhold til pull og push. Det vi ser er at entreprenøren i seg selv er med på å påvirke motivasjonen (Jf. Kapittel 2.3). Vi vil derfor i neste delkapittel se nærmere på forretningsideen og ressursene, og deres betydning på motivasjonen.

2.4 Forretningsideen og ressursene

I forrige delkapittel snakket vi om motivasjon, og ulike måter å bli motivert på. Vi vil derfor i dette delkapittelet se på hva som skal til for å realisere forretningsideen. Alle som starter bedrifter har en forretningside. Forretningside blir definert slik: « *En forretningsidé er en relativt konkret beskrivelse av hvilket problem man skal løse for hvem, og hvordan dette skal gjøres*» (Widding, 2012, s.51). Mange mennesker i Norge mener at de har en ide, og at den kan satses på, men det er et fåtall som faktisk tør å starte sin egen bedrift (Alsos, et al, 2013). Grunnen til at vi ser på forretningsideen nå kommer av at vi ønsker å se på hvordan ressurser som må være tilstede for at en kvinnelig entreprenør kan starte egen bedrift. Vi vil derfor i dette delkapittelet se på ulike former for ressurser, som kan være en pådriver til oppstart av egen bedrift for en kvinnelig entreprenør.

2.4.1 Ressurser

Det siste forskningsspørsmålet vårt er «Hvordan blir beslutningen påvirket av ressurser?», og vi vil i dette delkapittelet se på hva ressurser er, hvordan de kan anskaffes og hvordan disse kan påvirke beslutningen om å starte egen bedrift. Ressurser blir definert som «*Ressurs, hjelpemiddel, utvei, hjulpekilde, middel som man har til å falle tilbake på*» (Store norske leksikon, 2014). Forskning tyder på at ressursene som er tilgjengelige for en entreprenør er viktige for at oppstarten av en bedrift skal bli en suksess (Kessler og Frank, 2009). Siden potensielle entreprenører også skjønner det, har tilgangen på ressurser betydning for beslutningen om oppstart.

Derfor kan ressurser ses på som et hjelpemiddel som kan brukes for og nå bestemte mål. Tilgang til de riktige ressursene kan være avgjørende for om en entreprenør velger å satse på sin forretningside og bedrift. På samme måte som at entreprenøren bør gjøre vurderinger av

sin forretningside og motivasjon, er det også nødvendig å gjøre en vurdering av hvilke ressurser det er behov for og tilgangen til disse. Det blir ofte skilt mellom to ulike typer ressurser, interne og eksterne.

2.4.2 Interne ressurser

Når vi ser på interne ressurser i sammenheng med denne oppgaven, er det naturlig å fokusere på de interne ressursene en person er i besittelse av, og som kan være til hjelp i forbindelse med oppstarten av en ny bedrift. Dette kan for eksempel være en eiendel, egenskap eller kunnskap, som entreprenører er i besittelse av. Vi vil i dette delkapittelet ta for oss to typer menneskelig kapital og sosiale ressurser.

Menneskelig ressurser

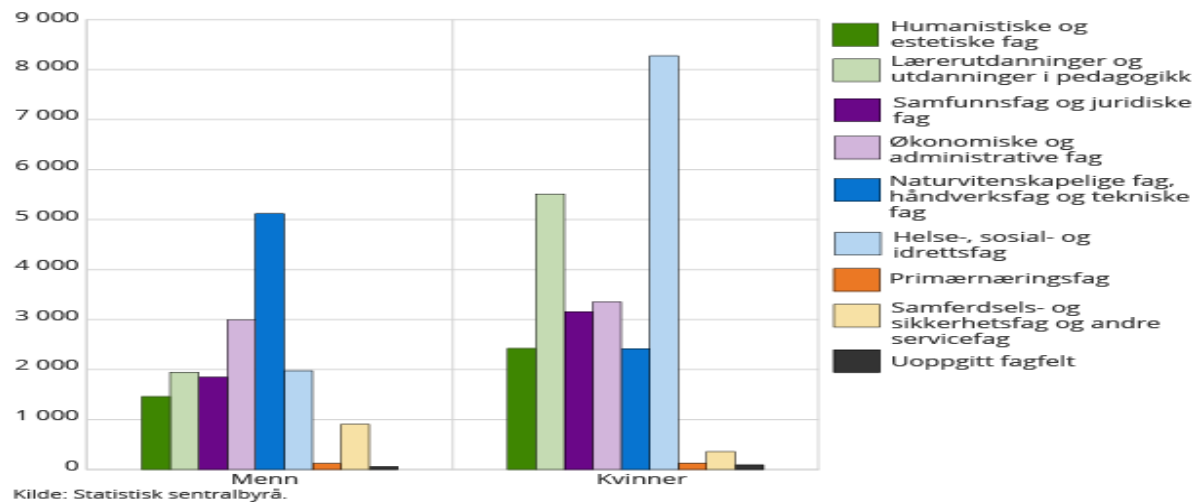
Menneskelig kapital handler om den generelle kompetansen som entreprenøren har, dette kan være i form av utdanning og erfaring (Foss og Ljunggren, 2006). Denne typen kapital ser på egenskapene som kan bidra til produktivitet og verdiskapning i bedriften. Studiet som ble gjort i 1994 sier at menneskelig kapital ikke bare er utdanning, erfaringer og trening, men at det også har en sammenheng med kreativitet, avgjørelser og innsikt (Carter, Brush, Greene, Gatewood og Hart, 2002). Et annet studie som ble gjort i 1994 sier det er en sammenheng mellom menneskelig kapital og risikovillighet. Det kom frem i studiet at mennesker med høy utdanning var i mindre grad villig til å ta risiko, sammenlignet med de som hadde erfaring på feltet (Foss og Ljunggren, 2006). Vi vil nå se litt nærmere på utdanning som en ressurs.

Utdanning

I Norge er det slik at flere mennesker tar høyere utdanning, da utdanningen er en viktig faktor når det kommer til jobb. Tall fra Statistisk sentralbyrå viser at i studieåret 2012/13 fullførte 42127 studenter sin utdanning i Norge, av disse var det 39 prosent menn og 61 prosent kvinner. Som vi ser er det er langt flere kvinner enn menn som tar høyere utdanning. I figur 5 ser vi en oversikt over kjønnsfordelingen i forskjellige yrker. Det kommer tydelig frem at det er flere kvinner enn menn som utdanner seg innenfor helse, skole og idrett. Derimot er det flere menn som tar utdanning innen tekniske og håndverksfag. Utdanning er en viktig ressurs i dagens samfunn, og med bakgrunn i tallene ovenfor ser vi at kvinner ønsker å følge denne strømmen med å ta høyere utdanning for å tilegne seg kompetanse. Med bakgrunn i dette ser vi at det er en sammenheng mellom kompetanse som ressurs og forretningsideen. Det vil være vanskelig for en kvinnelig entreprenør å starte opp en bedrift innenfor helsesektoren om hun

ikke har utdanning og kompetanse i feltet fra før. Om en kvinne har utdanningen og kunnskapen på plass vil kanskje valget om å starte egen bedrift bli enklere, samt at motivasjonen øker (Jf. Kapittel 2.3).

Figur 1. Fullførte universitets- og høyskoleutdanninger i Norge, etter kjønn og fagfelt. 2012/13



Figur 5 Fullførte universitets- og høyskoleutdanning i Norge, etter kjønn og fagfelt (Statistisk sentralbyrå, 2014).

Som nevnt tidligere, viser tall fra GEM-rapporten (Jf. Kapittel 1.1) at det er flere menn enn kvinner som starter egen bedrift. En mulig forklaring på dette kan vi se i figur 5 ovenfor. Her ser vi at nesten halvparten av kvinner som tar høyere utdanning velger fagfelt som i stor grad er kontrollert av det offentlige. I den grad utdanning er viktig for beslutningen om å starte egen bedrift kan dette være en utslagsgivende faktor i forbindelse med oppdagelse av forretningsideen. Venkataraman (1997) i Shane (2000) forteller at mennesker gjenkjenner muligheter som er relatert til kunnskap de allerede har. Et eksempel på dette kan være en person som er utdannet som lærer. Det vil være vanskelig for denne personen å starte en bedrift innenfor helsevesenet, siden han/hun ikke har den nødvendige kompetansen, som er nødvendig for å oppdage forretningsideer innenfor denne bransjen.

Sosiale ressurser

Den andre typen interne ressurser er sosiale ressurser, dette handler om personlige egenskaper som andre mennesker setter pris på. Dette kan være egenskaper som spontanitet, det å kunne støtte og hjelpe andre, musikalske, osv. De sosiale ressursene kan vi dele inn i tre ferdigheter (Gunderssen og Moynahan, 2006).

Ferdighetene er kognitive, emosjonelle og motoriske. Kognitive ferdigheter handler om evnen til å observere andre personer og deres adferd. Dette gjøres for å få signaler på hva som er den riktige oppførselen i den gitte situasjonen. Dette kan være ferdigheter som det å lese, skrive, regne, altså ferdigheter som kan benyttes i ulike situasjoner. Det handler også om å orientere, handle og forstå seg på miljøet (Gundersen og Moynahan, 2006). For en kvinnelig entreprenør kan disse ferdighetene være avgjørende for valget om å starte egen bedrift.

Emosjonelle ferdigheter handler om evnen til å takle sine følelsesmessige situasjoner i omgivelsene. Miljøet vil sette pris på personer som viser glede over andres framgang, eller evnen til å vise omsorg for andre (Gundersen og Moynahan, 2006). Det er mulig å tenke seg til at kvinner kanskje er mer emosjonell i forhold til menn, de setter mer pris på det å være hjemme med familien, og vil helst ha en jobb som de kan kombinere med familien. Dette vil vi komme nærmere inn på i kapittel 2.5.

Motoriske ferdigheter handler om hvordan man mestrer ulike aktiviteter. Dette er ferdigheter som krever øvelse og det vil være ulike nivåer av mestring (Gundersen og Moynahan, 2006). Her kommer vi inn på mestring og mestringsfølelsen (Jf. Kapittel 2.3.2, mangelen på fleksibel arbeidstid). Det kan være slik at kvinner ønsker å starte egen bedrift da de på et tidligere tidspunkt i livet har prestert på et høyt nivå, og har lyst til å bevise, for seg selv eller andre, at de fortsatt kan.

Sosiale ressurser kan være viktig for kvinnelige entreprenører da det er ressurser som enkeltpersoner har, både på innsiden og utsiden. Det er snakk om ressurser som kvinner kan bruke for å skape en bedrift. Vi vil videre se på de eksterne ressursene som en entreprenør trenger.

2.4.3 Eksterne ressurser

Ressurser som må tilføres bedriften utenfra omtales som eksterne ressurser. Disse ressursene har betydning for forretningsideen, da det er ressurser som kan være med på å styrke beslutningen om å starte egen bedrift. Tilgang til slike ressurser er ofte avgjørende for om et nytt selskap oppnår suksess. Dette kan for eksempel være lån, nettverk eller stønad. Vi velger å se nærmere på eksterne ressurser som nettverk og finanskapitalen.

Kapital

Vi ønsker å se på om kapitalen har noen betydning for oppstarten av. Når vi snakker om finansiell kapital er det en viktig ressurs for det å starte opp bedriften. Det at det er begrenset tilgang på denne typen kapital, kan være et hinder for oppstarten til bedriften. Har ikke entreprenøren tilgang på kapital vil det være vanskelig å starte egen bedrift.

Det er slik at kvinnelige entreprenører ofte har mindre egenkapital ved oppstart, dette kan komme av at det eksisterer en skjevhet i jobbmarkedet, altså at kvinner og menn ikke har samme formue og inntekt (Foss og Ljunggren, 2006). Det viser seg at kvinner velger ofte å starte bedriften sin i bransjer der det er mindre kapitalbehov. Kvinnelige entreprenører er også mer risikoavers enn menn (Verheul og Thurik, 2001). Dette kan være grunnen til at kvinner velger å starte bedrift i servicebransjen, dette er en bransje som er utsatt for mindre risiko og er ikke avhengig av like mye kapitalbehov. Men dette trenger ikke bety at alle kvinnelige entreprenører er risikoavers.

Et problem som gründere kan møte på, er at långiver ofte foretrekker større og godt etablerte bedrifter. For kvinner kan dette være en utfordring da de er avhengige av ressurser fra bank for å kunne starte opp (Coleman, 2000). I den grad kvinner oppfattes som mer risikable låntakere, kan de bli nektet lånefinansiering. Det er mulig kvinner ikke ønsker å starte egen bedrift i risiko-yrker, da de kanskje ikke har selvtillit eller troen på seg. Finansiell kapital kan betraktes som den største utfordringen for en kvinnelig entreprenør. Får de ikke tilgang på kapital er det vanskelig å kunne starte opp bedriften, og dermed må kanskje oppstarten settes på vent.

Nettverk

Når vi snakker om nettverk mener vi det sosiale nettverket rundt bedriften. Forskning tyder på at det å bygge seg et stort nettverk er ettertraktet i jobbsammenheng og at nettverket har betydning for tilgangen på ressurser (Foss i Foss og Bye, 2002). Sosialt nettverk blir definert som *«en betegnelse på et mønster av relasjoner som finnes mellom folk. Slike forbindelser kan brukes for å diskutere saker, skape forståelse og fortolkning av hendelser, og de kan brukes til å oppnå en rekke mål, også i økonomiske forhold»* (Greve, 1995).

Når vi ser på nettverk i forbindelse med entreprenørskap, ser vi på det nettverket som entreprenører har en direkte kontakt med, i forbindelsen med etableringen av bedriften. For å bygge opp et godt nettverk er en avhengig av å mestre dialog. Og det å bygge relasjoner til

andre mennesker krever kompetanse (Foss og Bye, 2002). Studie viser at kvinner har mindre tid til nettverksbygging i etableringsfasen på grunn av sine omsorgsoppgaver. Det er slik at kvinner har mer fokus på venner og familie i nettverksbyggingen enn menn (Foss og Bye, 2002).

I et sosialt nettverk blir det skilt mellom svake og sterke bånd. Når vi snakker om sterke bånd så er det fire punkter som blir definert (Granovetter 1973, i Foss og Bye 2002):

- 1) *Den tid som aktørene bruker på hverandre*
- 2) *Den følelsesmessige tilknytningen mellom dem*
- 3) *Intimiteten mellom dem*
- 4) *Den gjensidige tilknytningen mellom dem*

Dette betyr at styrken mellom to aktører er økende dersom de bruker mye tid på hverandre, de er følelsesmessig involvert i hverandre, det er åpenhet mellom aktørene og at det er et gjensidig forhold (Foss og Bye, 2002). Slike bånd har man gjerne med venner og familie, og som nevnt er det disse forbindelsene kvinner har mest fokus på i sine nettverk.

Svake bånd omfatter de forretningsmessige forbindelsene en entreprenør vil møte i etableringsprosessen. Slike forbindelser kan være en gruppe av bekjente, og disse er ofte flyktige av karakter. Ved hjelp av de svake båndene kan entreprenøren få tilgang til informasjon om hvordan en skal søke om lån, hvor informasjon kan innhentes fra, osv. Det kan tenkes at uten hjelp fra en slik forbindelse ville informasjonen vært utilgjengelig eller kostbar å anskaffe.

I nyere nettverksforskning om entreprenørskap kommer det frem at betydningen av å bruke sterke og svake bånd er viktig i en etableringsprosess. De forskjellige båndene gir forskjellig handlingsrom til entreprenøren. De sterke gir en sikkerhetsbalanse, mens de svake gir ny informasjon (Foss og Bye, 2002). Vi har i dette delkapittelet snakket om nettverk og hvordan ulike nettverk kan være med på å påvirke kvinnelige entreprenører til å ta beslutningen.

2.4.4 Oppsummering forretningside og ressurser

I dette delkapitlet har vi sett hvilke ulike typer ressurser som har betydning for beslutningen og forretningsideen. Disse kan være ressurser som entreprenøren selv er i besittelse av, altså de interne, i form av utdanning, menneskelige og sosiale egenskaper. Videre har vi sett på de ressurser som må hentes fra eksterne kilder, som kapital og nettverket. Uten en god kombinasjon av de forskjellige ressursene kan det være vanskelig å realisere forretningsideen, i form av å starte egen bedrift. Ressurser kan også være med på å påvirke entreprenørens motivasjon, i den forstand at hvis ressursene oppfattes som tilgjengelige, vil det kunne gjøre beslutningen om å starte for seg selv enklere. Vi vil derfor i neste delkapittel gå nærmere inn på de sterke båndene i nettverket, i form av familien og se hvordan de tar del i beslutningen til gründeren.

2.5 Familien

Vi mennesker blir påvirket, både positivt og negativt, av forskjellige faktorer før vi tar en beslutning. I dette delkapitlet vil vi se litt nærmere på hvordan familien kan påvirke beslutningen. Vi vil se på et konseptuelt rammeverk som tar for seg familiens påvirkningskraft. Kvinner påtar seg i større grad enn menn ansvaret for familien og hjemmet (Alsos og Ljunggren, 2006) Dette kan være en faktor som kan gjøre beslutningen om å starte for seg selv vanskelig for kvinner.

2.5.1 Familielivet

Forskning viser at mange mennesker ser på entreprenørskap som en måte å oppnå balanse mellom karriere og familieliv, dette gjelder spesielt kvinner. Kvinner ønsker gjerne mer fleksible arbeidsdager enn menn, de vil helst velge hvor de skal jobbe slik at de kan følge opp sin rolle i familien (Kirkwood og Tootell, 2008). Oppstarten av en bedrift er en periode som kan kreve mye energi og tid, og da er det kanskje ekstra viktig å vite at man har familien i ryggen. Frode Thuen som er professor i psykologi sier «å ha en familie å komme hjem til, betyr ikke bare tilhørighet, men kan også gjøre at du takler stress bedre» (Abdli og Misje, 2012, e24.no, 3.avsnitt). Det er mulig å tenke seg at kvinner i større grad enn menn søker familiens godkjennelse før de starter egen bedrift.

Kvinnelige entreprenørers virkelighet blir beskrevet gjennom relasjoner mellom familie, arbeid og sosiale omgivelser. Fokuset vil ligge på ansvaret kvinner har i familien og hjemmet,

og derfor antas det at disse faktorene blir lagt til grunn for at kvinner ønsker å starte opp og drive egen bedrift for å tilpasse familien (Aslesen, 2002).

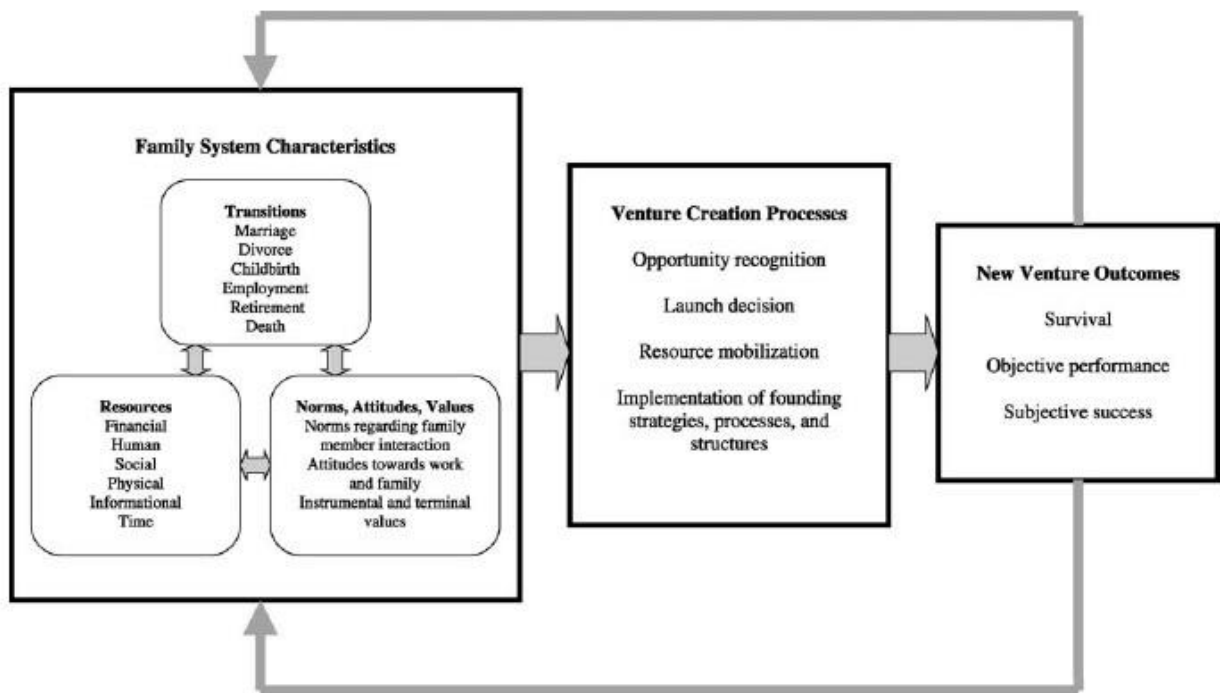
Daværende regjering sa i sin handlingsplan fra 2008 at de ville legge mer til rette for å hjelpe kvinnelige entreprenører til å finne en balanse mellom arbeidslivet og familielivet. Det kommer frem i handlingsplanen at det finnes trygdeordninger for kvinner som har egen bedrift og går ut i permisjon (Regjeringen, 2008). Dette er ikke en direkte motivasjon, men hadde ikke denne ordningen vært til stede, er det en mulighet for at det ville fungert som en barriere for kvinnelige entreprenører. Noen kvinner hadde kanskje ikke startet egen bedrift om ikke denne muligheten var der.

Thuen sier også «*Hvis man har et bra familieliv og ting fungerer hjemme, så tåler man gjerne belastninger av press på jobb bedre*» (Abdli og Misje, 2012, e24.no, 4.avsnitt). Vi kan tolke det Thuen sier slik at hvis en person opplever mye stress på hjemmebane, kan det være vanskelig å unngå at dette ikke påvirker arbeidshverdagen. Som vi ser er det ulike situasjoner som spiller inn på valget kvinner tar om å starte egen bedrift, og det kommer frem at familien spiller en sentral rolle. Vi vil i det neste underkapittelet ta i betraktning en måte familien kan påvirke entreprenøren.

2.5.2 Family embeddedness perspective

I forrige underkapittel snakket vi om familien og hvor viktig den kan være for kvinnelige entreprenører. Familien som institusjon har gjennomgått store endringer de siste hundre årene. Disse har hatt betydning for fremtredelsen av nye forretningsmuligheter og nye bedrifter (Aldrich & Cliff, 2003).

Vi skal nå se på et konseptuelt rammeverk som tar for seg familiens særegne kvaliteter og hvordan disse kan påvirke entreprenøren i oppstartsfasen til en ny bedrift. Dette rammeverket heter family embeddedness perspective og er illustrert under i figur 6.



Figur 6 Family embeddedness perspective (Aldrich & Cliff, 2003, s.590).

Til venstre i figur 6 ovenfor ser vi familiens særegne kvaliteter som er delt inn i tre forskjellige kategorier overganger, ressurser og normer, holdninger og verdier. Disse har innflytelse både på hverandre og entreprenøren som et medlem av familien. Denne innflytelsen får betydning for den neste del av rammeverket, som vi kan se i midten av figur 6. Dette er oppstartsprosessen til en ny bedrift, og her finner vi fire milepæler en entreprenør må passere før bedriften er stiftet. Disse er gjenkjennelse av entreprenøriell mulighet, beslutning om å starte bedrift, mobilisering av ressurser og implementering av grunnleggende strategier, prosesser og struktur i bedriften. Utfallet av oppstartsprosessen finner vi til høyre i figur 6 og det blir målt i overlevelse, objektiv ytelse og subjektiv suksess. Dette utfallet kan potensielt ha tilbakevirkende kraft på familiens særegne kvaliteter. Som et eksempel kan vi tenke oss at bedriften tærer på familiens ressurser og dette fører til en overgang i familien i form av en skilsmisse. Så i følge dette rammeverket er familien og bedriften knyttet nært sammen i en innflytelsessirkel (Aldrich & Cliff, 2003).

Fra figuren over kommer det frem at overganger i, og ressursene og holdningene til entreprenørens familie påvirker hverandre i tillegg til å påvirke oppstartsprosessen til en ny bedrift. Til høyre i figur 6 fremkommer det at den nye bedriften igjen kan påvirke familien. I forhold til vår problemstilling er det ikke hensiktsmessig å ta i betraktning alle faktorene i

rammeverket (Aldrich & Cliff, 2003). Vi vil derfor fokusere på beslutningen og hvordan entreprenørens familie kan påvirke denne.

Beslutningen og familiens påvirkningskraft

I family embeddedness perspektivet blir mennesker ansett som sosiale vesen som ikke tar viktige beslutninger helt på egen hånd. En entreprenør vil derfor søke råd hos, og bli påvirket av sin familie før man bestemmer seg for å starte en bedrift (Aldrich & Cliff, 2003). Denne familien har i løpet av de siste hundre årene gjennomgått store endringer.

Familiens gjennomsnittlige størrelse har blitt redusert. Dette kan ha en positiv påvirkning på kvinner som vil starte egen bedrift. Årsaken er at den oppfattede familierisikoen kan bli lavere og det er færre familiemedlemmer som må inkluderes i diskusjonen. Det kan føre til at beslutningen om å starte for seg selv blir enklere (Aldrich & Cliff, 2003).

Det kommer også frem i Aldrich & Cliff (2003) at kvinners rolle i familien har endret seg. Selv om kvinner fortsatt tar på seg hovedansvaret for husarbeidet bruker de mindre tid på dette enn tidligere. Kvinner er også i langt større grad representert i arbeidslivet. Disse endringene kan også ha en positiv påvirkning på beslutningen om å starte for seg selv. Dette kommer av at en økende andel kvinner oppfatter sine egenskaper og ressurser som gode nok for å starte en bedrift (Aldrich & Cliff, 2003).

Ekteskap, skilsmisse og barnefødsler er eksempler på familieoverganger som kan bidra til entreprenøriell aktivitet. Dette kommer ved at personer gjennom å oppleve slike overganger kan oppdage entreprenørielle muligheter som de tidligere ikke har gjenkjent (Aldrich & Cliff, 2003). Debelek (2001) i Aldrich & Cliff (2003) forteller om en sikkerhetsvest for babyer og småbarn. Ideen til dette produktet stammer fra en nybakt mors klage over problemene med å ta med seg en bilstol om bord på fly, og hennes bekymring over å skulle holde barnet på fanget uten en sikkerhetsanordning (Aldrich & Cliff, 2003).

2.5.3 Oppsummering familien

I dette delkapittelet har vi sett på familien og hvilken betydning den har for kvinner. Det viser seg at kvinner vil ha fleksible arbeidsdager slik at de kan følge opp sin rolle i familien.

Familien er viktig kilde som er med på å motivere kvinnelige entreprenører til å ta beslutningen om å starte bedrift. Har ikke disse kvinnene familien i ryggen kan det være vanskelig å få hverdagen til å gå rundt. Det å kombinere bedrift og familie kan være vanskelig, samtidig som familie kan hjelpe kvinnelige entreprenører til å takle stress bedre. I det siste delkapittelet vil vi se på det siste steget i forskningsmodellen vår som er starte bedrift, «ta steget».

2.6 Starte bedrift, «Ta steget»

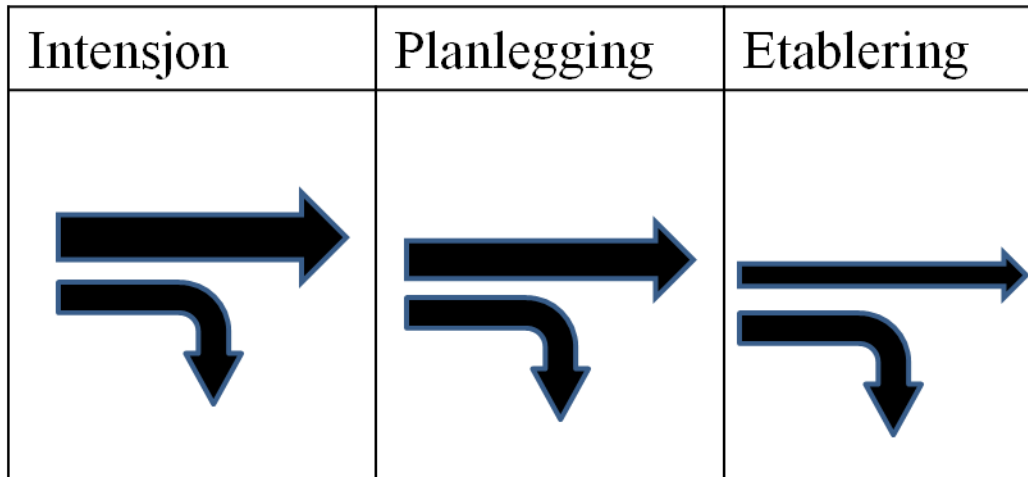
Å starte egen bedrift blir kalt entreprenørskap. Entreprenørskap blir definert på flere måter, og en av dem er Gartners definisjon: «*entreprenørskap er etableringen av nye organisasjoner*» (Gedeon, 2010). En annen definisjon er: «*...etablering og drift av mer eller mindre ny forretningsmessig virksomhet*» (Berg og Foss, s 18, 2002).

Det er slik at alle som vil kan starte en bedrift, det er ikke bare noen bestemte typer mennesker som kan gjøre det. I praksis er det slik at entreprenørskap skjer i alle deler av landet og sosiale lag og grupper (Spilling, 2006). Det viser seg at både kvinner og menn starter bedrift, men blant kvinner er det en tendens for enkeltmannsforetak, det viser seg at hele 71 prosent faller inn under denne kategorien. Dette blir dermed kalt den «typiske» organisasjonsformen for kvinner (Spilling, 2002).

Kvinner ønsker ikke like mange ansatte som det menn gjør og det viser seg at unge kvinner helst starter alene. Samtidig som den aldersgruppen blant kvinner som er best når det kommer til å starte alene er kvinner mellom 34-45år (Åmo, 2012). Det er mulig å tenke seg til at grunnen for dette kommer av at kvinner i denne alderen har mer livserfaring enn unge kvinner, og kanskje takler større utfordringer bedre.

2.6.1 Etableringsprosessen

I dette delkapittelet vil vi se på prosessen entreprenøren må igjennom, fra ide til beslutning. I forskningsmodellen kom vi inn på det å ta steget, og en viktig faktor er derfor etableringsprosessen og hvordan en kvinne ønsker å gå frem når hun skal starte bedrift. Vi vil gå gjennom prosessen ved hjelp av figuren som er illustrert under, og den vil bli forklart ved et eksempel.



Figur 7 Etableringsprosessen (Alsos og Ljunggren, 2002, s.112).

Alsos og Ljunggren (2002) tar for seg teorien om etableringsprosessen som Katz (1990) kom med, hvor han identifiserte tre milepæler som må passeres på veien mot beslutningen. Disse tre milepælene er: ”Personen ønsker å etablere næringsvirksomhet (intensjon)”, ”personen starter arbeidet med å forberede etableringen (planlegging)” og ”personen etablerer virksomheten (etablering)”.

Modellen over tar for seg de ulike fasene som kvinnene må gjennom for å nå de ulike milepælene. Det er mulig å tenke seg en gruppe kvinner som har en forretningside, av disse vil det være noen som ikke har som intensjon å starte egen bedrift og disse vil falle fra. Illustrert ved pilen som peker nedover. Slik vil det fortsette etter hvert som kvinnene beveger seg til høyre i modellen mot målet, som er å starte egen bedrift. Basert på tallene fra GEM rapporten (Alsos et al., 2012), kan vi tenke oss at mange norske kvinner faller fra allerede i den første fasen. Mulig årsak til dette kan være at de ikke har god nok tro på ideen sin. Andre mulige årsaker kan være familieansvar og utdanning. Vi vil i vår oppgave ha fokus på kvinner som har startet bedrift.

Når vi snakker om etableringsprosessen er det mulig å se det fra to kategorier, livssyklusmodeller og ikke-sykliske modeller. Disse modellene tar for seg ulike problemer/utfordringer som en entreprenør kan møte på. Først vil vi se på livssyklusmodeller, disse modellene går ut på at alle bedrifter utvikler seg etter et nokså likt mønster. Det er mulig å tenke seg at en bedrift utvikler seg i tråd med de fire grunnleggende fasene. Dette er faser som fødsel, vekst, modning og tilbakegang (Hatteland, 2012). Mens ikke-sykliske modeller handler om hvilke drivkrefter som står bak utviklingen. De ser på entreprenørens indre energikilder, og hvordan de påvirkes av omverden, entreprenøren og bedriften, og deres samspill (Hatteland, 2012). Vår oppgave har fokus på beslutningen som leder til oppstarten av selve bedriften, vi ønsker derfor ikke å se på ulike aktører som bidrar til videre utvikling av bedriften.

Livssyklusmodellen ser på tre undertyper: utviklingsmodeller, fasemodeller og metamorfosemodeller (Aldrich 2003, i Hatteland, 2012). I disse ulike modellene starter entreprenøren opp prosessen og jobber videre med de forskjellige oppgavene. Det er slik at det ikke alltid vil oppstå problemer underveis, men valg må tas. I denne modellen er entreprenørens oppgave å håndtere de ulike situasjoner som oppstår (Hatteland, 2012).

Den første modellen er utviklingsmodellen og den handler om bedrifter som har stor grad av forutsigbarhet. Etableringen av nye bedrifter skjer i modne bransjer som er i et stabilt samfunn (Hatteland, 2012). Her forventes det ikke at entreprenøren skal ta stilling til større usikkerheter og tilfeldigheter. I denne modellen er det mulig at etableringen kan gjøres uten noen grad av innovasjon og valgmulighetene er begrenset. Et eksempel kan være at kvinner ønsker å starte en frisørsalong, da de vet at dette er en stabil bransje å starte bedrift i. I andre situasjoner for bedriftsetablering er det større grad av usikkerhet.

Det er slik at i fasemodeller må det tas stilling til flere alternativer hvor utfallet av beslutningen er større. Dette kan være forhold som politiske, markedsmessige og teknologiske, dette er forhold som kan ha innflytelse på bedriften. Videreutviklingen av bedriften avhenger av hvordan entreprenøren mestrer disse. Her er det mulighet for at innovasjon kan gi en gunstig utvikling. Det er viktig i denne fasen at entreprenøren med jevne mellomrom foretar beslutninger som vil være avgjørende for den videre utvikling (Hatteland, 2012). Et eksempel på denne fasen kan være en kvinnelig entreprenør som har startet bedrift i et marked som er velutviklet, og dette krever at hun tar avgjørelser som er med på å skape

videre utvikling i bedriften. Den siste modellen, som er metamorfosemodellen, tar for seg store endringer i bransjen. I denne modellen skjer det store forandringer, noe som fører til at bedriften skifter karakter i det videre løp. Noe som igjen vil medføre forandringer i bransjen. Det er derfor man må finne nye måter å gjøre eller kombinere ting på, og i denne fasen vil innovasjoner i bransjen oppstå (Hatteland, 2012). Et eksempel på denne fasen kan være at en kvinnelig entreprenør har en bedrift i en bransje som er i konstant endring og at hun må holde følge med disse endringene og måten bedriften leverer sine varer eller tjenester på for å overleve

En annen modell er syv-fasemodellen, vi vil i denne modellen kun se på de fire første stegene. Dette gjør vi fordi vi i vår oppgave er interessert i å se på hva som påvirker kvinnelige entreprenører til å starte egen bedrift. Syvfasemodellen kan brukes til å beskrive mange ulike typer etableringer. Den har sitt utspring i livsløpsfasemodellen med sine fire faser fødsel, vekst, modning og tilbakegang (Hatteland, 2012). Tabellen under forteller om de ulike fasene.

Fase	Viktig/typisk begivenhet	(Logisk) avgrensning i forhold til foregående fase
Oppdage ideen	Ideen som danner utgangspunktet for virksomheten oppstår som visjon hos entreprenøren. Den kan komme overraskende (som "lyn fra klar himmel") eller som resultat av en planmessig prosess.	
Utrede/teste ideen	Ideen konkretiseres og formuleres slik at den kan kommuniseres til omverden. Den testes forsøksvis ut "på papiret", og/eller i forhold til betroede personer.	Ideen må oppdages før den kan bearbeides.
Mobilisering	Entreprenøren bestemmer seg for å bruke tid og ressurser på prosjektet (indre mobilisering). Han tar også initiativ i forhold til andre med formål å utløse ressurser, støtte og/eller samarbeid. (Ytre mobilisering).	Ideen må vær klarlagt til et visst punkt før den virker mobiliserende på entreprenøren og eksterne støttespillere.
Etablering	Organisasjonen rundt prosjektet etableres formelt og funksjonelt.	Mobilisering er en forutsetning for (og kommer som regel forut for) etablering.
Tilpasning	Man avventer respons fra omgivelsene. Tilpasser virksomheten etter tilbakemeldinger fra kundene. Korreksjoner i opplegget. Tålmodigheten settes på prøve.	Virksomheten må være etablert og igangsatt før pålitelige tilbakemeldinger fra forretningsforbindelser og kunder kommer. Det vil alltid være en del brikker som må legges på plass etter etableringen er et faktum.
Vekst	Virksomheten ekspanderer i volum, og gjennomgår nødvendige kvalitative endringer for å kunne håndtere ekspansjonen.	Vekst er en funksjon av tiden, og kommer først etter en modningsfase. Markedsinntrengningen og tilpasning av markedstilbudet krever tid.
Modning eller tilbakegang	1. Fortsatt (kontinuerlig) vekst. 2. Konsolidere situasjonen/stillingen. 3. Tilbakegang.	

Tabell 2 Fasemodell for etableringsprosessen (Hatteland, 2012, s.72).

Fase 1 handler om idéen som skal danne grunnlaget for etableringen. Ideen kan komme til entreprenøren på mange ulike måter. Det er forskjellige måter ideen kan komme til entreprenøren, det kan være en oppfinnelse, et behov i markedet eller en ny måte å gjøre ting på. Det er viktig at noen ser behovet og tar fatt i ideen, slik at den blir gjennomført. Her er det kanskje mange kvinner som har flere gode ideer, men ikke våger å gå videre til neste steg i modellen. Neste fase handler om testing av ideen, dette skjer i begynnelsen uformelt og prøvende. Her gjelder det å se på og vurdere om det er gjennomførbart på en lønnsom måte før man eventuelt går videre. I denne fasen er det også viktig å ha kontroll slik at ikke andre

stjeler ideen og setter i gang. Fase 3 handler om mobilisering, her handler det om at entreprenøren må ta et valg om å gjennomføre ideen. Det er på tide å ta steget fra delprosjekt til å bli en mer ressurskrevende aktivitet (Hatteland, 2012).

Mobiliseringen kan skilles med indre og ytre mobilisering. Den indre mobiliseringen handler om at entreprenøren i større grad forplikter seg mer, mens den ytre mobiliseringen handler om at andre bidrar til ressurser og innsats (Hatteland, 2012).

Den siste fasen vi vil se på er etableringsfasen. En bedrift er formelt startet når det utstedes et stiftelsesdokument. Den offisielle åpningen kan finne sted på et annet tidspunkt. Det er slik at en formell registrering er viktig av flere årsaker, for entreprenøren kan det bli lettere å skille mellom privat og bedriftens økonomi, eller skille mellom jobben og hjemmet. De ulike samarbeidspartene trenger en motpart å forholde seg til, og en siste grunn kan være at ved en formell registrering vil bedriften bli tatt seriøst (Hatteland, 2012).

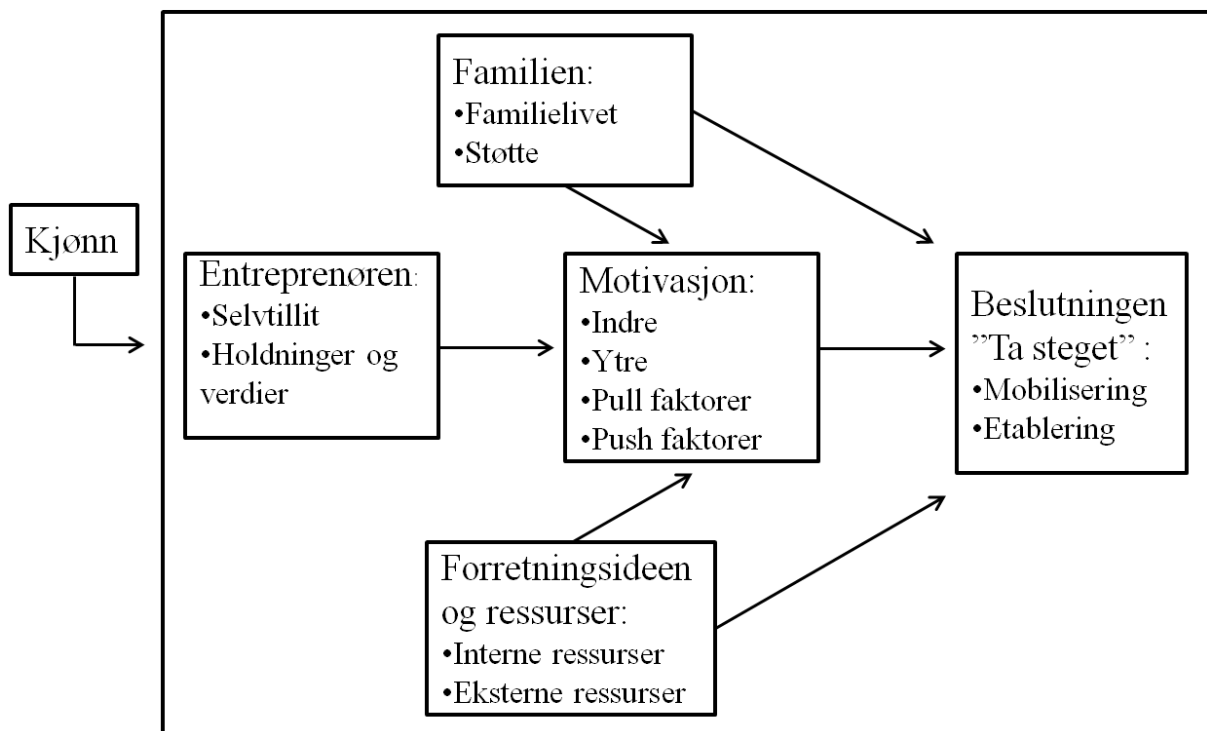
Ser vi denne prosessen opp mot kvinner er det mulig å tro at disse stegene kan være til hjelp for en kvinne i oppstartsprosessen. Det er mulig å tenke seg at en kvinne med disse punktene i bakhodet kanskje vil bruke lenger tid på prosessen vs. det å hoppe rett i det. Ved hjelp av modellen over vil en kvinne kunne se på ulike muligheter og samtidig se hva som juridisk sett må være på plass før hun eventuelt kan starte en bedrift.

2.6.2 Oppsummering starte bedrift, «Ta steget»

Vi har i dette delkapittelet sett på hvordan kvinnelige entreprenører kan ta beslutningen om å starte egen bedrift. Gjennom hele teorien har vi tatt opp ulike faktorer som vi tror er med på å påvirke beslutningen. Ressurser og forretningsideen, motivasjon og familie er alle faktorer som spiller inn på beslutningen. Det kommer også fram i dette kapittelet ulike modeller som tar for seg prosessen stegvis. Disse modellene tar for seg blant annet hvor gjennomtenkt ideen er, ulike faser som entreprenøren må tenke igjennom og mulige måter å utvikle ideen på.

2.7 Oppsummering

Vi har i dette kapittelet sett på ulike teorier som vi tror er med å gi svar på problemstillingen vår. Vi har sett på de sentrale faktorene i vår forskningsmodell, disse er: entreprenøren, motivasjon, forretningsideen og ressurser, familie og starte bedrift. Det vi ser i teorien er at de ulike faktorene kan være med på påvirke beslutningen på ulike måter, og noen kanskje mer enn andre. Vi har valgt å oppsummere teorien med en modell, der hovedfokuset er på de sentrale begrepene i forskningsmodellen.



Figur 8 Utvidet forskningsmodell

Som vi ser er vår forskningsmodell blitt videreutviklet etter en gjennomgang av litteraturen. Flere faktorer er med på å påvirke beslutningen om å starte for seg selv. Hvert hovedtema har nå fått ulike underordnede tema som vi mener er med på å påvirke valget til kvinnelige entreprenører. Som vi ser blir entreprenøren påvirket av selvtillit, men entreprenøren kan også bli påvirket av holdninger og verdier. Videre ser vi at entreprenøren er med på å påvirke motivasjonen. Motivasjonen til entreprenøren kan bestå av ulike påvirkningsfaktorer som er vist i figuren over. Det er to faktorer som er med på å påvirke motivasjonen, disse er familien og forretningsideen og ressursene. Under forretningsideen og ressursene ser vi at det er interne og eksterne ressurser som kan påvirke motivasjonen, mens under familien er det støtten familien gir, samt familielivet i seg selv. Motivasjonen, familien og forretningsideen

og ressursene er faktorer vi tror er med på å påvirke beslutningen til å ta steget og starte egen bedrift. Under denne delen i modellen ser vi at det er ulike måter å ta beslutningen på, og prosessen om beslutningen vil variere i tid. Vi vil videre i oppgaven se på om punktene stemmer med de funnene som gjøres gjennom analysen, og deretter videreutvikle forskningsmodellen vår. I det neste kapitlet vil vi ta for oss forskningsmetoden, og valgene vi har gjort for å komme frem til dataene.

3 Metode

Vi vil i dette kapittelet se på metodevalget, hvorfor vi har valgt denne metoden, og presentere informantene våre. Det vil bli gitt en oversikt over ulike begreper som er viktig for metoden, samtidig som vi vil se på oppgavens kvalitet.

3.1 Valg av metode

Det er slik i den samfunnsvitenskapelige metoden at vi ser på hvordan man går frem for å hente informasjon om virkeligheten, analyse og tolkning av data. I denne oppgaven vil vi se på om våre antagelser stemmer overens med virkeligheten. Dette handler om empirisk forskning, der vi ser på teori og deretter hvordan det egentlig er. Metode blir definert slik: «*Det å bruke metode, betyr å følge en bestemt vei mot et mål*» (Johannessen, Christoffersen og Tufte, 2011 s.33).

Formålet med en oppgave vil være å svare på problemstillingen som er stilt. I vår oppgave ønsket vi å se på kvinnelige entreprenører, og hva som gjør at noen kvinner våger å si opp jobben sin for å satse på forretningsideen. Det å sette en problemstilling kan være en vanskelig og omfattende prosess. I en problemstilling skal det svares på to spørsmål: hva og hvem skal undersøkes. Det kan være vanskelig å avgrense en problemstilling, da temaet om kvinnelige entreprenører er stort. Vi har kommet frem til følgende problemstilling: «*Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?*»

I tillegg til problemstilling har vi kommet frem til følgende forskningsspørsmål:

- Hvordan påvirker familien beslutningen?
- Hvordan påvirker motivasjon beslutningen?
- Hvordan blir beslutningen påvirket av ressurser?

Vi har i vår undersøkelse valgt å bruke kvalitativ metode. Denne metoden handler om å utvikle ny teori. I en slik sammenheng så har forskeren for eksempel ikke så mye kunnskap fra tidligere om prosesser og ønsker derfor å gå i dybden for å forstå komplekse sammenhenger (Johannessen, et al., 2011).

Siden vi ønsket å forske på hva som påvirker kvinnelige entreprenører til å si opp jobben for å satse på egen bedrift, må vi også forstå prosessen bak beslutningen. Det var da mest hensiktsmessig å benytte seg av kvalitativ metode ettersom denne metoden handler om å forstå og fortolke. Valget av metode refererer til hvordan vi som forskere skal gå frem for å innhente data som skal hjelpe oss å finne svar på vår problemstilling. (Johannessen, et al., 2011). Datainnsamlingen i en slik metode er åpen, og på denne måten kan vi som forskere komme nærmere inn på informantene gjennom en bred innfallsvinkel og en bred problemstilling (Nyeng, 2007).

Ved å ha en åpen problemstilling tillot det oss å få en dypere forståelse av valget og tankeprosessen til informantene. Ved hjelp av den kvalitative metoden studerte vi valget til informantene i dybden og på fikk denne måten tilgang på flere aspekter som er med på å besvare på vår problemstillingen. Vi kommer senere i dette kapittelet til å beskrive analyseprosessen nærmere.

Kvalitativ metode var hensiktsmessig for vår forskning da vi ikke ønsket å undersøke et stort utvalg, men ville heller gå i dybden på et mindre antall. Samtidig ønsket vi å studere informantene i deres hverdag, da dette gjorde det lettere for oss å se engasjementet til informanten.

3.2 Forskingsdesign

Vi har i vår oppgave valgt å bruke casestudie, da vi studerer ulike individer for å få frem de detaljene vi var ute etter for å kunne svare på problemstillingen. Forskningsdesign handler om *«alt som er knyttet seg til en undersøkelse»* (Johannessen, et al., 2011). Det finnes ulike forskningsdesign innenfor den kvalitative metoden, og de ulike typene er blant annet fenomenologi, etnografi, groundedtheory og casestudie (Johannessen, et al., 2011).

For å se dypere inn i casestudie har vi valgt å se på Robert K. Yin og hvordan han definerer casestudie. Han sier at: *«en empirisk undersøkelse som studerer et aktuelt/moderne fenomen i dets virkelige kontekst fordi grensene mellom fenomenet og konteksten er uklare»*(Yin i; Johannessen, et al., 2011, s. 221 og Yin, 2014, s. 237). Med bakgrunn i dette sitatet fra Yin, ville vi snakke med informantene i deres kontekster. Dette gjorde vi med ønske om at informanten skulle være komfortabel i settingen, samt for at vi som forskere skulle få mest mulig informasjon. Det er slik at det finnes ingen klar fasit på hvordan casestudier skal gjøres

da flere forskere har utviklet forskjellige former for casedesign. Som vi ser har Yin (2014) sin mening om casestudier, samt at Selnes (1999) mener at casestudie er egnet til å få en grundigere analyse av beslutningsprosessen. Dette sammenfaller med vårt ønske om å forstå beslutningsprosessen til informantene bedre.

En utfordring med å bruke casestudie som forskningsdesign, er mangel på generaliserbarhet (Johannessen et al., 2011). Hensikten med vår oppgave er ikke å avdekke generaliserbare funn, derfor er ikke denne svakheten en utfordring for oss. I stede ønsker vi at vår oppgave skal være en inspirasjonskilde til andre som ønsker å forske på kvinnelige entreprenører.

3.3 Kvalitativ metode

I dette delkapittelet ser vi på hvor stort utvalg undersøkelsen har, utvelgelse og kriterier som informantene må oppfylle. Vi vil også se på hvordan datainnsamlingen har foregått og hvordan vi har gjennomført undersøkelsen, før vi forteller hvordan vi har analysert dataene. Helt til slutt i dette delkapittelet ser vi på kvaliteten på undersøkelsen.

3.3.1 Utvelgelse av informanter

Når vi skulle finne og velge informanter brukte vi en strategisk utvelgelse. Dette handler om at man tenker gjennom målgruppen som skal delta i undersøkelsen, for at det skal samles inn data som er nødvendig for forskeren (Johannessen et al., 2011). Dette betyr at vi valgte informantene ut etter vise kriterier som vi bestemte oss for, på denne måten fikk vi informasjon som var relevant for vår oppgave.

Den målgruppen vi ville komme i kontakt med var: kvinnelige entreprenører som har valgt å si opp jobben sin, og starte egen bedrift på fulltid. Vi satte også noen kriterier til våre informanter, disse var:

- Bedriften skulle være relativ ny, det vil si helst ikke mer enn 5 år. Dette for å innhente relativt ny informasjon om beslutningen. Informantene ville da ha informasjonen vi var ute etter friskt i minne.
- Det skulle være kvinner som hadde startet opp, ikke sammen med en mann. Dette fordi vi ikke ønsket å se på bedrifter som hadde innflytelse fra menn.
- Bedriftene skulle være fra ulike bransjer.

- Samtidig som vi ikke ønsket å se på typiske kvinnedominerte kjedebedrifter som for eksempel frisørsalonger. Dette fordi mange frisørsalonger er underlagt franchiseavtaler, og det er en annen type oppstartsprosess med andre vurderinger.

Det kan være vanskelig å bestemme seg for utvalget, og hvor stort det skal være. Dette er en prosess som gjøres før innsamlingen av data gjennomføres. Utvalgets størrelse er avhengig av om at informasjonen som er samlet inn er god nok til å svare på gitt problemstilling. Det er med dette ingen gitte regler på hvor stort utvalget må være (Johannessen et al., 2011). Vårt utvalgt endte opp med fem informanter. Vi valgte fem informanter på grunn av tiden og ressursene som vi hadde til disposisjon, og at disse informantene oppfylte kriteriene vi hadde satt på forhånd. At akkurat disse informantene ble valgt ut var på grunn av ulik kompetanse, fagfelt og plassering i landet. En annen grunn til at disse ble valgt ut var at vi ville undersøke om det er forskjellige faktorer som påvirker beslutningen.

Våre informanter fant vi ved hjelp av lokalaviser, søking på internett, hjelp av bekjente, samt at noen av informantene hadde vi kjennskap til fra tidligere anledninger. Ved hjelp av disse klarte vi å finne frem til fem bedrifter fra ulike bransjer og med ulike utgangspunkt. Vi møtte på litt vanskeligheter for å finne frem til de ulike informantene, da det ikke var like enkelt å finne fram til caser hvor entreprenøren hadde sagt opp jobben sin for å satse på egen bedrift. Bedriftene vi har valgt ut har kriteriene som vi satt oss før vi begynte, men to av bedriftene kom litt utenfor den ene kategorien. Dette kommer av at de har holdt på litt lenger enn kriteriet vårt på 5 år. Grunnen til at vi likevel valgte å ta de med er på grunn av at den ene er i en interessant bransje, og det er spennende å se hvordan hun har klart å starte bedrift i en regulert bransje. Den andre informanten som ikke går under kriteriet har vi valgt å ta med på grunn av beliggenheten. Vi synes det er interessant å se på hvordan informanten har klart å starte en bedrift på et så eksotisk sted, samtidig som hun har sagt opp jobben sin på en plass der arbeidsmarkedet ikke gir så mange muligheter. I tabellen under har vi kort presentert informantene våre, vi vil i neste under kapittel presentere de mer utfyllende.

Informant	Bransje	Lokalitet	Stilling	Størrelse	Etableringsår
Liv-Inger Resvoll	Web og utvikling	Tromsø	Eier	Liten	2013
Mette Hanssen Døsvik	Web og utvikling	Tromsø	Eier	Liten	2013
Kari Nordmann ¹	Helse og velvære	Norge	Eier	Stor	2001
Gry-Anette	Tekstil	Tromsø	Eier	Middels	2010
Kjerstin Larsen	Interiør	Bodø	Eier	Middels	2011
Tove	Sjokoladefabrikk	Svalbard	Eier	Middels	2013

Tabell 3 Presentasjon av informanter

3.3.2 Datainnsamling

Vi har valgt å bruke intervju for å samle informasjon, dette er den mest anvendte måten innenfor kvalitativ metode. En metode som karakteriserer det kvalitative forskningsintervjuet er ”...en samtale som har en viss struktur og hensikt” (Kvale og Brinkmann, s. 23, 2009). I vår oppgave var det naturlig å bruke intervju for å få mest mulig ut av informantene våre samtidig som vi ønsket å skape et forhold og tillit til informantene. Ved hjelp av kriteriene våre kom vi frem til 5 ulike informanter vi ønsket å komme i kontakt med.

Måten vi kontaktet våre informanter var i først omgang via mail, der vi sendte de informasjon om oss selv og hvorfor vi kontaktet dem (Se vedlegg 4). Etter å ha kommet i kontakt med dem via mail, og de har vist interesse for å delta i vår oppgave, valgte vi å ringe dem. Ved samtale over telefon, ga vi informantene mer informasjon, og ble enig om datoer og sted for intervjuet. Etter telefonsamtalen sendte vi dem en ny mail med mer informasjon (Se vedlegg 5). I denne mailen fikk de mer utdypende informasjon om intervjuet og bekreftelse på intervjuet. Informantene ble også informert om anonymitet, muligheten for å trekke seg og at det er opp til informantene hva de vil svare på. I denne mailen ble det også sendt ut en forenklet intervjuguide, slik at informantene hadde en viss oversikt over hva vi kom til å spørre om (Se vedlegg 3).

¹ Denne informanten ønsket å være anonym, derfor har hun fått et fiktivt navn i tabellen.

3.3.3 Gjennomføring

Vi har valgt å bruke den semistrukturerte intervjuformen. Denne formen har vi brukt, for vi ønsker å forstå temaer i dagliglivet ut fra informantenes perspektiv. Vi utviklet intervjuguiden som utgangspunkt for intervjuene. Vi tok utgangspunkt i Johannessen, et al., (2011) sitt forslag til struktur for intervjuguiden. Formålet med intervjutypen vi har valgt er: *«å fortolke meningen med sentrale temaer i intervjupersonens livsverden. Forskeren registrerer og fortolker meningen med det som blir sagt, og måten det blir sagt på»* (Kvale og Brinkmann, 2009 s. 47).

Det er slik at før man gjennomfører intervjuet, er det lurt å sette opp en intervjuguide som er et nyttig verktøy når intervjuet skal gjennomføres. Intervjuguiden er gjerne oppbygget med bestemte tema og spørsmål som er generelle for å svare på problemstillingen. Samtidig er den åpen, slik at det er mulig å prate om nye tema som eventuelt skulle dukke opp. Det er da også mulig at informanten kommer inn på ulike tema, slik at det ikke er nødvendig å stille alle spørsmål, men det blir mer en samtale (Kvale og Brinkmann, 2009; Johannessen et al., 2011). Vårt mål med intervjuet var å få så mye informasjon som mulig, derfor valgte vi et intervju som har en samtaleform, og av den grunn ble den semistrukturerte intervjuformen mest naturlig. Vi ønsket en dialog med informantene slik at intervjuet ikke ble formelt. Målet med et semistrukturert intervju var også å få mest mulig informasjon av informantene, men samtidig skape et forhold mellom oss. På denne måten kunne vi også forstå de bedre ved hjelp av kroppsspråk og engasjement. Vi har valgt å dele opp intervjuet i ulike kategorier som er basert på teoriene våre, og de tre teoriene vi mener er med på få kvinner til å satse på egen bedrift er: motivasjon, forretningsideen og ressurser. Vi stilte også spørsmål som gikk på kjønn, for å få et innblikk i hva informantene våre mente om kjønnsfordelingen innen entreprenørskap.

Vi har opplyst våre informanter om anonymitet, samt at de bestemmer selv hvilke spørsmål de ønsker å besvare. Under selve intervjuet benyttet vi oss av opptak slik at vi kunne transkribere intervjuene i etterkant. Dette ble gjort for å forenkle analyseprosessen. Under transkriberingen har vi også luket ut unødvendig informasjon og ord som ikke er relevant for analysen.

3.3.4 Analyse

Som nevnt i tidligere (Jf. Kapittel 3.3.3) har vi etter gjennomført intervju transkribert alle intervjuene. Ved hjelp av transkriberingen fikk vi repetert innholdet i intervjuene våre, samtidig som det å ha dataene nedskrevet med ord hjalp oss med analyseprosessen og dermed hjalp oss å få et bedre resultat.

Siden vi gikk i dybden på informantene våre fikk vi en rekke rådata. Vi valgte i første omgang å analysere dataene i grove trekk der vi valgte oss ut kategorier og satt funnene opp i en enkel tabell. Dette valgte vi å gjøre for å få en lett oversikt over viktige funn, og samtidig sette i gang tankeprosessen rundt det å analysere. Med utgangspunkt i metoden til Ryen (2002) begynte vi med å bryte ned informasjon. På denne måten fikk vi skilt ulike typer informasjon fra hverandre, og fikk også skilt ut informasjon som ikke var relevant. Videre kategoriserte vi enheter, det vil si at vi hadde ulike navn på kategoriene. Det å kategorisere tok tid, det var en del utskiftning av kategoriene. Når vi følte at dataene ikke var åpen for flere endringer, avsluttet vi kategoriseingsprosessen.

I den siste delen av analysen er selve bearbeidelsen av de kategoriserte dataene. Her ønsket vi å finne koblinger mellom vårt teoretiske grunnlag og virkeligheten for våre seks informanter. Med dette mener vi om det er noen sammenheng mellom teorien og de faktorene som faktisk påvirket våre informanter til å fatte beslutningen om å si opp jobben for å starte sin egen bedrift. I tillegg ville vi se om det var noen likheter mellom informantene. Drøftingen i kapittel seks er basert på funnene våre.

3.3.5 Svakheter med intervju som metode

Som nevnt tidligere har vi valgt å bruke intervju for å samle inn informasjon. På grunn av dette valget er det naturlig å stille spørsmål med intervju som metode. Grunnen til at vi gjør dette er for å få en oversikt over områder i vår oppgave som kanskje ikke er like tilfredsstillende som de burde være. En måte å rette opp i dette, kunne være å bruke en annen metode. Det er noen kritikker som rettes mot intervju som metode. Ryen (2002) sier at det ikke alltid er objektivt, troverdig, valid eller pålitelig, og at man må sikre seg. En annen svakhet med intervju som metode er at forskeren kan styre funnene av undersøkelsen slik han eller hun selv vil. Det er mulig å stille spørsmål på en slik måte at forskeren får spesielle svar, og/eller at forskeren tolker informasjonen på sin egen måte. Undersøkelsen kan ende opp med og ikke bli nøytral dersom forskeren har en partisk holdning til temaet han eller hun

undersøker. Vi har i vår oppgave forsøkt å være så åpen som mulig med arbeidet i oppgaven. Ved hjelp av åpne spørsmål har vi ikke ledet informantene våre til svar vi ønsket å få. Gjennom denne prosessen har vi vært så nøytrale som mulig, dette for at forskningen ikke skal være påvirket av våre tanker og meninger.

3.4 Studiets kvalitet

For å sikre kvaliteten på vår forskning har vi valgt å se på evalueringer som er basert på reliabilitet og validitet. Grunnen til at vi har valgt å se på disse begrepene er for at det er de som er mest vanlig å ta i bruk når gyldigheten på studiet skal vurderes. Samtidig vil vi også se på overførbarhet og overensstemmelse.

Reliabilitet

Når vi snakker om reliabilitet snakker vi om pålitelighet. Pålitelighet knytter seg til måten informasjon, eller data, ble innhentet på. La oss si at en forsker ønsker å vite hvor mye tid folk bruker foran datamaskinen. Forskeren kan da ganske enkelt spørre folk om dette. Eller forskeren kan ved hjelp av et apparat registrere når datamaskinen blir slått på og av igjen. Det siste alternativet vil nok gi den mest nøyaktige målingen. Men også denne metoden har pålitelighetsproblemer, fordi selv om datamaskinen er påslått betyr ikke det at det er noen som bruker den (Johannessen et al., 2011).

Dermed kommer vi til neste punkt, test av dataens pålitelighet. En måte forskeren kan teste dette på er å gjenta undersøkelsen på forskjellige tidspunkt. Hvis resultatet blir det samme kan det tolkes som et tegn på høy pålitelighet (Johannessen et al., 2011). For å sikre at vi fikk riktig informasjon fra informantene våre, valgte vi å stille noen spørsmål om igjen. Dette var spørsmål som var relevante og viktige for vår problemstilling. Samtidig gikk vi i dybden eller omformulerte spørsmål som vi synes ble dårlig besvart fra informantene våre. I ettertid har vi gjennomført sitatsjekk og bedt om tilbakemeldinger på intervjusammendrag. Siden vi har vært to stykker som har deltatt på intervjuene, har vi diskutert oppfatningene våre slik at vi sitter igjen med det samme inntrykket. Vi hadde også en velutviklet intervjuguide. Vi har i hovedtrekk benyttet oss av litteratur fra forskningsartikler, faglitteratur og vitenskapelige artikler. Data som er blitt brukt har vi sjekket opp ved andre kilder som har tilsvarende funn, ved å gjøre dette ble troverdigheten til det innsamlede datamaterialet styrket.

Validitet

Etter å ha vært inne på begrepet reliabilitet, eller pålitelighet, er det naturlig å se på begrepet "validitet", som betyr gyldighet. Dette kan vi se på som en test av hvor egnet den innsamlede informasjonen er til å forklare fenomenet som blir undersøkt i forskningen. I forskning blir det ofte skilt mellom flere typer validitet noen av disse er begrepsvaliditet, intern og ytre validitet (Shadish, Cook og Campbell 2002 i Johannessen et al., 2011).

Begrepsvaliditet handler om forholdet mellom data og fenomenet det forskes på. Her vil det være viktig at informasjonen som er innhentet representerer fenomenet på en god måte. F.eks. hvis vi vil undersøke kvaliteten på maten i en restaurant, kunne en måleenhet være størrelsen på porsjonene (Johannessen et al., 2011). Vi har valgt å gi informantene innsikt i funnene våre, dette gjorde vi for at de skulle se om de var gjenkjennelig, men også for å styrke den interne validiteten på oppgaven. Informantene har som nevnt tidligere fått lest sitater vi har brukt og i tillegg har vi skrevet et sammendrag av intervjuene. På denne måten kunne informantene våre se at de var blitt sitert rett og at vi som forsker har tolket dem riktig.

Overførbarhet

Om det er mulig å overføre en undersøkelse handler om hvor godt forskeren har klart å beskrive, forklare og fortolke. Det handler om det er mulig å overføre resultater fra oppgaven til forskning innen samme felt (Johannessen et al., 2011). I vår oppgave er det ikke snakk om statistisk overførbarhet, men heller konseptuelt overførbarhet. Vi har ikke samlet inn data som kan fortelle oss om hvor mange norske kvinner som ønsker å bli entreprenører. Men våre data kan si noen om prosessen kvinnelige entreprenører går gjennom og hvordan de kan forstås.

Overensstemmelse

Når vi snakker om overensstemmelse er det bekreftbarheten. Dette er vanligvis ikke et mål i kvalitative studier eller fortolkende paradigmer. Det kommer av at konteksten er avgjørende for hvordan et fenomen kan opptre, så kan det begrense generaliseringen til andre kontekster (Johannessen et al., 2011). Med det menes om det er mulig å generalisere våre funn, og om det er relevant for andre. Dette er faktorer som er mulig å forske på ved andre anledninger. På grunn av at mennesker og bedrifter er dynamiske, er dette forhold som kan begrense studiens relevans og generaliserbarhet. Siden vi hadde tidsbegrensning på oppgaven, er det ikke mulig å si noe om utviklingen til fenomenet over tid, dette kommer av at vi har innhentet våre data kun fra ett tidspunkt.

3.5 Etikk

Tidligere i dette kapittelet har vi snakket om viktigheten til reliabilitet og validitet som kvalitetssikring av forskning. En annen viktig betraktning som er nødvendig å gjøre i denne sammenhengen er hvordan forskere kan ivareta etiske forhold knyttet til forskningen. Siden vi har valgt et casestudie som metode for vår oppgave, vil det i følge Merriam (1998) være to tidspunkter hvor det kan bli stilt etiske spørsmål til vår forskning. Det første tidspunktet er under datainnsamlingen og det andre når oppgaven er ferdig og resultatet blir publisert. For å sikre at casestudiet blir gjennomført på en etisk riktig måte har Walker (1980) i Merriam (1998) kommet frem til en sjekkliste med fem utfordringer som forskere bør ta hensyn til:

- Forskeren blir overengasjert i spørsmålene som stilles eller situasjonen som studeres.
- Konfidensialiteten skal overholdes.
- Reglene for anonymitet må følges.
- At ulike interessenter vil tilegne seg kontroll over resultatet fra forskningen.
- Leserne skal ikke kunne skille mellom selve informasjonen og forskernes fortolkning av denne.

Siden vi ønsket å snakke med informantene våre om bedriften og familien deres var det sannsynlig at vi ville få tilgang på informasjon som kunne være av privat og følsom karakter. Derfor informerte vi på et tidlig tidspunkt om at de var i sin fulle rett hvis de ikke ønsket å besvare enkelte av spørsmålene og at vi ville respektere deres beslutning. Avslutningsvis i kontaktfasen, før selve intervjuene, sendte vi en forenklet intervjuguide på mail til alle informantene slik at de fikk en oversikt over de ulike temaene vi ønsket belyse. Dette ble gjort for å gi informantene muligheten til å forberede seg, i tillegg til å gi oss tilbakemelding hvis det var noen temaer de ikke ønsket å diskutere.

Før vi begynte med intervjuene valgte vi å sende inn en søknad til Personvernombudet for forskning og denne søknaden ble godkjent. Årsaken til at vi søkte var fordi vår oppgave kunne ta for seg personinformasjon som kunne være sensitiv. Som et krav fra Personvernombudet må oppgaver om personvern meldes, kravene til at oppgaven må meldes inn er om man skal behandle personopplysninger ved hjelp av «*datamaskinbasert utstyr (f.eks. i form av dokumenter/lyd/bildefiler på pc, minnepenn, smarttelefon) og/eller manuell systematisering av sensitive opplysninger, ordnet etter navn/fødselsnummer*» (nsd.uib.no, u.å). På intervjudagen ble informantene påminnet deres rett til ikke å besvare spørsmål hvis de ikke ønsket det. I tillegg spurte vi om tillatelse til å bruke båndopptaker under intervjuet, noe

samtligge informanter var positive til. De fikk også tilbud om anonymitet, noe en av informantene ønsket. Som vi ser ovenfor er to av de fem etiske utfordringer i et casestudie knyttet til konfidensialitet og anonymitet. Vi ga forsikringer til alle informantene om at det kun var vi som hadde tilgang til lydopptakene og at disse blir slettet ved innlevering av oppgaven. I forhold til informanten som ønsket å være anonym har vi gitt henne et fiktivt navn og avgrenset bosted til Norge. Bedriftens navn er utelatt og vi oppgir kun hvilken bransje den er i. I etterkant transkriberte vi intervjuene fortløpende, og samtligge av disse ble behandlet på lik linje som lydopptakene. Vi sendte sammendrag av intervjuene til informantene slik at de kunne lese gjennom og gi tilbakemelding sånn at vi kunne unngå eventuelle misforståelser. I tillegg har vi sendt alle sitater som har blitt brukt til godkjenning fra informantene. Vi har valgt denne fremgangsmåten som et forsøk på å ivareta etiske hensyn gjennom hele forskningen fra datainnsamling til levering.

3.6 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett på hvordan vi har gått frem for å løse problemstillingen vår på en tilfredsstillende måte. Vi har valgt å bruke en kvalitativ metode. I denne sammenheng har vi gjennomført flere intervjuer der informantene våre ble valgt med bakgrunn i en strategisk utvelgelse. For å kunne besvare problemstillingen på en god nok måte har vi tatt i bruk primærdata. Vi har på denne måten hatt mulighet til å bedre kvaliteten på vår studie. I neste kapittel vil vi presentere informantene våre.

4 Presentasjon av informantene

I dette kapittelet vil vi presentere de forskjellige bedriftene og personene bak dem. Det vil være en kort presentasjon om personen og deres framgang fra bedriften ble startet opp og til hvor bedriften er i dag. Da en av informantene ønsket å være anonym, har vi anonymisert personen bak bedriften og bedriften slik at de ikke er gjenkjennelige. De andre informantene hadde ikke et ønske om å være anonyme, men de har fått lest gjennom utkastet slik at det som blir presentert i vår oppgave er riktig.

4.1 Presentasjon av Reddi

Reddi er en bedrift som leverer rådgivning og innholdstjenester til bedrifter som ønsker å bli mer synlig på nett. De kan være bedrifters webredaktør, men de jobber også en del med strategier, kjører workshoper og holder foredrag, derfor øver de seg på å si at de er et kommunikasjonsbyrå. De jobber både med enkeltoppdrag og faste avtaler, enten jobber de på kontoret eller ute hos kunden. De har begge to ulike oppdrag der de er fysisk på arbeidsplassen til kundene to dager i uken. Bedriften ble startet av Liv-Inger og Mette.

Liv-Inger er 38 år, er gift og har tre barn. Hun har utdannelse fra Universitetet i Tromsø og Universitetet i Oslo, der hun har studert språk og økonomi og ledelse. Hun jobbet som webredaktør i SpareBank 1 Nord-Norge i ti år, før hun tok steget videre til andre kommunikasjonsjobber. Liv-Inger deltok på avklaringskurs hos Innovasjon Norge våren 2011, men startet ikke egen bedrift før to år senere. Bedriften er nå 1,5 år.

Mette er 48 år, gift og har en sønn. Hun begynte å jobbe etter videregående i Samvirke forsikring. Mette har vært i jobb siden hun gikk ut av videregående og kom inn i SpareBank 1 Nord-Norge etter at banken kjøpte opp Vår bank og forsikring i 2000. Mette har hatt ulike jobber innen bank, forsikring og administrasjon. Hun ble vikar for bankens webredaktør, Liv-Inger, som skulle ut i svangerskapspermisjon i 2008.

Da permisjonen var over hadde det skjedd så mye i den digitale utviklingen for banken at det var behov for to ressurser. På dette tidspunktet kjente de ikke hverandre siden de hadde jobbet i ulike avdelinger i banken. De oppdaget fort at kjemien stemte og at de jobbet godt sammen. Det var en god match, selv om det både er aldersforskjell og de er ulike på mange andre områder. Mette sa opp jobben i 2013 og hadde siste arbeidsdag i banken 31. juli. 1. august

startet hun og Liv-Inger opp Reddi for fullt. Da hadde de brukt våren og sommeren på å etablere selskapet, få på plass styre og skaffet seg oppdrag.

4.2 Presentasjon av Luefabrikken

Luefabrikken er en bedrift som syr luer og pannebånd, den ble startet av Gry-Anette Klausen. Gry-Anette er 42 år, har to barn og kjæreste. Hun har tre år på videregående, og begynte å jobbe rett etter endt skolegang. Fikk et vikariat og et år senere var hun i 100 prosent stilling. Denne jobben handlet om fortolling og eksport, dette var noe hun syntes var spennende og ble der i seks år. Etter ett års opphold sør i landet, flyttet hun til Tromsø og jobbet 11 år i Bring. Etter mange år i Bring, kom ønsket om å finne seg en ny jobb. Behovet for å gjøre noe hun likte og behovet for å lage ting var stort. Det var det hun kunne best, da Gry-Anette ikke har så mye utdanning i bakgrunnen. Det å være kreativ ble løsningen, folk mente hun skulle bli formingslærer, men dette følte hun ble feil.

I 2010 begynte Gry-Anette å sy luer til ungene sine, samt en sjåfør på Bring. Ved hjelp av venners venner ble luene ønsket, og i løpet av den første vinteren solgte hun for 18000kr. Ting gikk litt av seg selv, og hun kjente at det bare ble mer og mer gøy. Hun satt på jobb og ønsket å dra hjem å sy flere luer. Det var hennes eks-samboer som sa at hun burde få plass på Døgnvillfestivalen i Tromsø og på denne helgen solgte hun mange luer. Etter festivalen bestemte hun seg for å åpne Luefabrikken, og har i dag to ansatte, og utsalgstedet er på nettsiden. De reiser også rundt på flere messer i løpet av året.

4.3 Presentasjon av Helse og velvære

Helse og velvære er startet opp og blir drevet av Kari Nordmann. Kari Nordmann er gift og har tre barn. Hun er utdannet sykepleier og har også utdanning innen ledelse. Hun jobbet i offentlig sektor, da hun i 2001 valgte å satse på egen bedrift. Ideen hennes var å tilby noe mer til kundene, som ikke andre bedrifter kunne tilby. Hun ville at kundene skulle få mer og at behovet deres skulle dekkes på en måte som ingen andre tilbydde. Etter flere år i bransjen har bedriften utviklet seg og hun har i dag flere avdelinger i Norge og rundt 80 ansatte. Hun holder til i helse- og velvære bransjen.

4.4 Presentasjon av Bliss Design

Bliss Design er et lysstøyperi hvor det støypes og dekorerer stearinlys. Produktene produseres og selges i eget lokale i sentrum av Bodø. Kjerstin som driver Bliss design er 34 år, er gift og har tre barn. Hun har ingen utdanning ut over videregående skole, men er nå i en prosess med å ta høyere utdanning ved Universitetet i Nordland. Hun har jobbet i mange år i utelivsbransjen, de fleste av disse i ledelseskapasitet. Hun var delaktig i å bygge opp et utested ved navn Barbeint, før hun gikk over til salg- og markedsføring med hovedansvar for tre utesteder i Bodø, Narvik og Tromsø. Etter en tid gikk hun lei av å sitte på kontor med personalansvar og ville ha en 8 til 16 jobb. Da startet hun hos Partymann og Kondomeriet. Der jobbet hun bare i 2 måneder før hun ble nestleder, og fikk personalansvar for to avdelinger. Hun ga tidlig beskjed om at hun kun var der på lånt tid fordi hun hadde intensjonen om å gjøre noe annet.

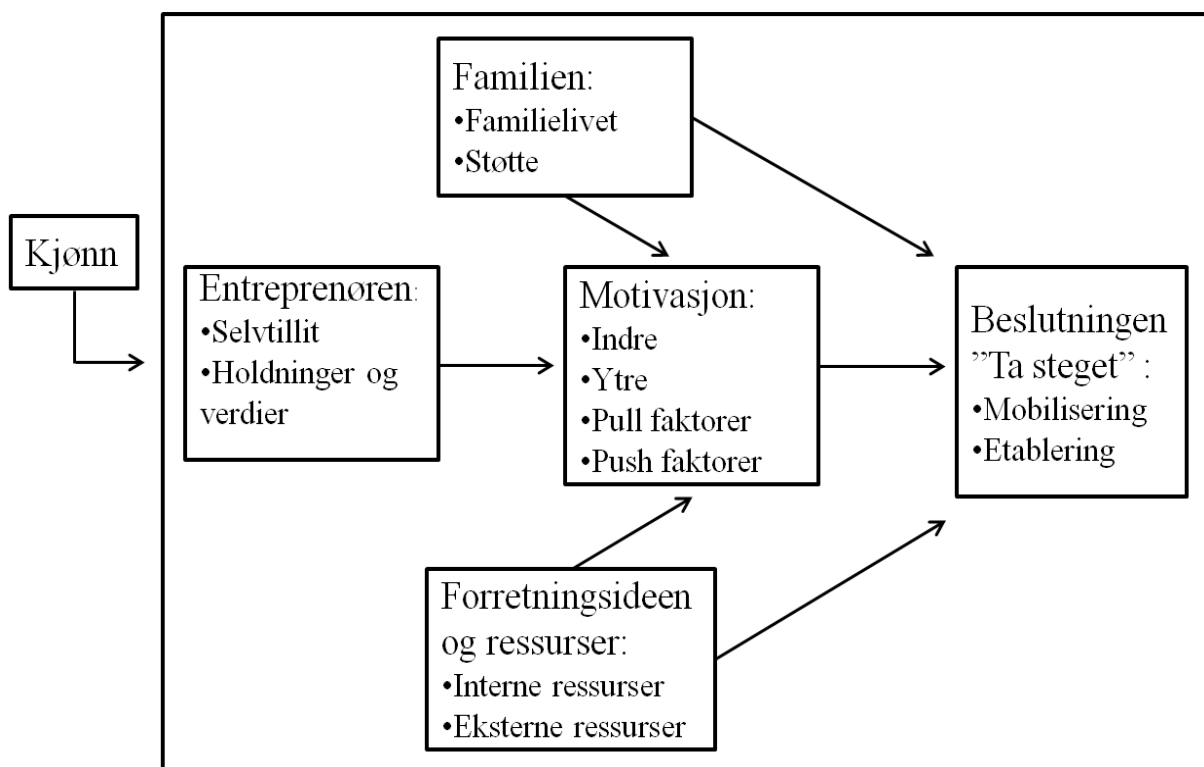
4.5 Presentasjon av Fruene café

Sjokoladefabrikken er et ledd i videreutviklingen av bedriften og skaper arbeidsplasser og et lokalprodusert produkt. Dette for å tilby turister et genuint lokalt produkt som skiller seg ut fra andre souvenirer produsert i Asia og sendt til Svalbard.

Tove er eier og daglig leder ved Fruene café, og verdens nordligste sjokoladefabrikk som ligger i Longyearbyen. Hun har studert reiseliv på folkehøyskole og bedriftsøkonomi ved BI. Det meste av sin arbeidserfaring har hun fra reiselivsnæringen, hovedsakelig reisebyrå samt flyselskap. Hun kommer fra en familie med tradisjon for å drive for seg selv. Hun jobbet for Spitsbergen travel når muligheten for å ta over et konkursbo i Longyearbyen dukket opp. Hun og en barndomsvenninne startet sammen, men venninnen var kun med i underkant av det første driftsåret. Tanken var å skape en møteplass for lokalbefolkningen i Longyearbyen.

5 Analyse

For å få svar på vår problemstilling: «Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?» vil vi i dette kapitlet presentere funnene våre og analyser dem. Vi har bygget opp analysen ved hjelp av kategoriene som vi har kommet fram til i den videreutviklede forskningsmodellen vår som ble presenterte i kapittel 2.8. Vi har også brukt kategorier fra intervjuguiden for å komme frem til ulike funn. Alle våre informanter har tatt steget, derfor ser vi på hvilken betydning faktorene i analysemodellen har hatt for valgene de har tatt. Analysen er bygget opp ved at vi ser modellen fra slutten og jobber oss fram, altså fra høyre til venstre.



Figur 9 Analysemodell

Modellen ser på hvordan entreprenøren påvirker motivasjonen, men også hvordan familien, forretningsideen og ressursene påvirker motivasjonen. De sistnevnte faktorene er også med på å påvirke beslutningen om å starte egen bedrift, samt at motivasjonen også er en faktor som er med på å påvirke beslutningen. Vi vil i analysen se om dette er faktorer som har hatt påvirkning på våre informanter. Først vil vi se på beslutningen «ta steget», deretter på motivasjon, så vil vi gå videre i modellen og ta for oss forretningsideen og ressurser, familien og entreprenøren. Tilslutt vil vi se på kjønn.

5.1 Starte bedrift, «ta steget»

Prosessen med å starte opp en bedrift kan være lang og vanskelig, men vi mennesker er forskjellige og noen av oss har jobbet frem en tanke om et ønske om å starte egen bedrift. Har disse entreprenørene tro på seg selv og ideen sin kan etableringsprosessen bli kort. I Kapittel 2.2.1 ser vi at etableringsprosessen består av tre ulike faser, der hver fase har forskjellige funksjoner. Det vi ser etter å ha gjennomført alle intervjuene er at utfordringene i, og lengden på denne prosessen varierer hos de forskjellige informantene våre.

Tove som har startet Fruene Cafe forteller at: *«Jeg jobbet for Spitsbergen travel da muligheten om å ta over ett lokale/konkursbo i Lompensenteret kom. Det var ikke ett bevisst valg at jeg ble gründer, men det var helt naturlig da sjansen dukket opp».*

Tove hadde en kort etableringsprosess. Hun valgte å ta muligheten da hun fikk den og passerte på denne måten milepælene presentert i figur 7 i kapittel 2.6.1 i løpet av en kort tidsperiode. Fra intensjon til planlegging til etablering av bedriften gikk det altså kort tid. Hun så en mulighet og tok den uten å legge noen stor tanke i det å bli gründer.

Som vi ser i kapittel 2.6.1 så er fasene ulike, og noen entreprenører velger å gå mer inn i prosessen og bruker noe lenger tid på å bestemme seg, dette ser vi i tilfellet med Reddi. Vår informant Liv-Inger fortalte: *«I den perioden var jeg på avklaringskurs hos Innovasjon Norge fordi jeg hadde hatt en ide om å starte bedrift og hadde veldig lyst til å gjøre det. Jeg synes det hørt veldig spennende ut, men da valgte jeg tryggheten, den tanken vant. Men så gjorde jeg det 2 år senere. Da hadde jeg et engasjement, og da var det slik at "nå" er øyeblikket kommet. Det er nå eller aldri».*

Her er et eksempel på en spirende entreprenør som faller av allerede i det første steget av etableringsprosessen. Hun hadde en ide, men hennes intensjon om å realisere ideen sin var ikke sterk nok og dermed valgte hun ikke å satse på ideen. To år senere, etter å ha latt ideen modne, valgte hun likevel å satse. Hun hadde altså en noe lengre etableringsprosess, siden hun ikke valgte å satse på forretningsidéen i første omgang. Samtidig ønsket hun litt mer kunnskap og bakgrunnsinformasjon om det å starte egen bedrift før hun tok steget. Samlet sett viser dette at det er ulike måter å gå frem for å starte bedrift. Noen entreprenører bruker lengere tid og tenker nøye gjennom ideen, mens andre kanskje har mer selvtillit og tørr å hoppe i det og starte egen bedrift.

I teorien om etableringsprosessen tok vi for oss to modeller, modellen om syv-fasemodellen (tabell 2) og etableringsprosessen (figur 7). I denne modellen valgte vi kun å se på de fire første fasene, da disse er med på å forklare beslutningsprosessen som leder til etableringen av en bedrift. For våre kvinnelige informanter har denne prosessen vært ganske forskjellig, en informant forteller: *«For 5 år siden i 2010 begynte jeg på denne tiden (februar), å sy noen luer til ungene mine, og en sjåfør på Bring som fikk ei, og når han hadde denne på seg blant kunder, kom han inn til meg og sa at folk spør om luen, kan du lage flere? Joda, jeg kan lage flere ... Tilslutt så kom han med gullapper og bestillinger fra flere og flere. Venners venner og lignende... Det gikk av seg selv»*. Dette viser hvordan denne informanten gikk fra å oppdage ideen til å utrede/teste den og de positive tilbakemeldingene ga henne tro på at dette kunne videreutvikles til en bedrift. For de to siste informantene har prosessen med å starte egen bedrift ikke kommet frem i intervjuene, derfor kan vi ikke uttale oss om etableringsprosessen.

5.1.1 Oppsummering

Vi har nå sett at det er ulike prosesser kvinnelige entreprenører må igjennom før de kan starte bedriften. Blant våre informanter har vi sett at lengden på beslutningsprosessen har vært forskjellig og at det til og med er noen som har «hoppet» av prosessen og tatt den opp igjen senere. Samtidig ser vi at det er noen som går dypere til verks i prosessen, de bruker lengere tid på å utvikle og teste ideen. Vi kan derfor i denne delen av analysen konkludere med at det å starte bedrift, «ta steget» er en ulik prosess for kvinnelige entreprenører. For noen er prosessen lang og de legger mye tid og energi i beslutningen, mens for andre er det enklere og bare «hoppe» i det. Vi vil i det neste delkapittel se på hvordan motivasjonen har påvirket våre informanter til å ta beslutningen om å starte egen bedrift.

5.2 Motivasjon

I kapittel 2.3 snakket vi om motivasjon, og hva som kan være med på å motivere kvinnelige entreprenører. Vi har valgt å se på fire ulike motivasjoner og vil derfor dele dette kapittelet inn i fire ulike underkapitler. Motivasjonen er forskjellig hos mennesker og det er ulike faktorer som påvirker oss.

5.2.1 Indre motivasjon

Vi har sett på den indre motivasjonen til våre informanter og kommet frem til at muligheten til å styre sin egen hverdag og selvmotivering er sterke indre motivasjoner for dem.

Spurkeland (2011) sier at indre motivasjon handler om det som er i oss, en form for drivkraft. Dette er følelser som er knyttet til innsats og belønning. Når disse målene er nådd, vil personene prøve å søke nye mål og utfordringer. Kvinner vil ha forskjellige indre motivasjonsfaktorer og det kommer klart frem fra våre informanter. Det er noen motivasjonsfaktorer som informantene våre har til felles, men det er også mange ulike faktorer blant dem.

Funn viser at selvmotivering er en sterk indre motivasjon og flere informanter forteller om selvmotivering. En av våre informanter forteller at «*Behov for å bevise for meg selv at jeg fortsatt kan*». Informanten har et ønske om å bevise for seg selv at hun kan starte egen bedrift. Dette kan tyde på at vår informant har en sterk drivkraft til selvmotivering (Jf. Kapittel 2.3.1). Med et behov om å vise at hun enda kan er det kanskje viktig for informanten å få hverdagen til å gå rundt. At hun klarer å kombinere det å ha en bedrift med det å ha familie.

Selvmotivering er en sterk faktor for flere av informantene våre, dette kommer fra en annen: «*Å få folk til å være mer modig, spesielt mannfolk*». Det at mennesker liker produktene og tør å utfordre seg selv, er en kilde til inspirasjon og motivasjon for henne til å fortsette med bedriften sin. Dette er med på å styrke følelsen hun legger i innsatsen på produktene sine, og det styrker den indre motivasjonen. Og dermed øker hun lysten til å fortsette med produktene og drivkraften til selvmotivering blir sterkere.

Det kommer frem fra en annen av informantene våre at hennes indre motivasjonsfaktor er: «*Pluss jeg er en person som liker å bestemme selv. Jeg kan styre mitt eget liv*». Det er tydelig at for denne informanten er muligheten til å bestemme selv og ha styring over sitt liv og arbeidshverdag en stor indre motivasjon. Med tanke på at hun liker å styre sitt eget liv, er det mulig å tenke seg til at valget om å starte egen bedrift var enkelt, da dette representerer en stor mulighet til å bestemme selv. Dette med større frihet og ikke å stagnere er også faktorer som kan ses på som et ønske om å styre sin egen arbeidshverdag. En informant forteller: «*Lære noe nytt, ta på seg nye utfordringer, ikke stagnerer, større frihet*». Det er tydelig at den indre motivasjonen er sterk hos denne informanten og at det ikke bare er en faktor som motiverer men flere. En fellesfaktor for denne informanten er utvikling, det vi kan se trekk til er personlig utvikling. Hun blir motivert av å lære noe nytt, samtidig som hun ønsker frihet i det

hun holder på med. Friheten gir henne muligheten til å styre sin egen arbeidshverdag og hun kan dermed bestemme fritt i jobbsituasjoner.

Det vi ser med den indre motivasjonen hos våre informanter er at de blir motivert av ulike faktorer, men likheten er at alle har en sterk indre motivasjon som driver dem til å starte egen bedrift.

5.2.2 Ytre motivasjon

Det viser seg at den ytre motivasjonen ikke bare er penger for våre informanter, men kreativiteten og kundersresponsen entreprenøren får til ideen også er viktige faktorer. Den ytre motivasjon kommer frem om man har et ønske om å prestere sier Spurkeland (2011). Her er det et ønske om å oppnå utbytte og prestisje. Det er mulig å tenke seg at dette kan være lønn eller vekst i bedrifter. Etter intervjuene ser vi at det er to av fem informanter som har en ytre motivasjon og setter pris på de økonomiske betingelser.

De to informantene våre som legger vekt på de økonomiske betingelsene ser dette fra ulike vinkler. Den første informanten forteller at en av årsakene til at hun startet bedriften var at hun ville oppnå god økonomi. Hun hadde altså en sterk ytre motivasjon. Mens den andre informanten forteller: *«Har tjent gode penger, tjener mer enn hva jeg ville gjort i det offentlige systemet. Det er ikke demotiverende heller»*. Her ser vi at denne informanten ikke legger skjul på at pengene hun tjener er en stor motivasjonskilde. Det er tydelig at hun setter pris på pengene som blir opptjent, det viser seg at hun har bedre lønn enn i offentlig sektor. For henne er det viktig med vekst og at hun har et ønske om at bedriften skal vokse seg større. Samt at for henne var muligheten til å tjene gode penger en viktig ytre motivasjon for å ta beslutningen om å starte egen bedrift.

Ut fra intervjuene ser vi at teorien til Isaksen og Kolvereid (2005) passer i tre av våre fem caser, disse tre ser ikke på pengene som en motivasjon. Det at to av informantene våre ser på pengene som en motivasjon er noe å merke seg, da dette kan være kvinner som ønsker mer og kanskje vil litt opp og frem i samfunnet. Samtidig ser kanskje disse kvinnene muligheten til å tjene mer penger og bygge seg opp en sterkere ytre motivasjon.

Det som er interessant er at en av våre informanter har en annen form for ytre motivasjon. Hun sier at: *«Største motivasjonen er å støtte på kunder, selge og møte reaksjonen der og da»*. Her ser vi tydelig at det ikke er pengene som motiverer, men den følelsen hun får ved å møte

kundene og responsen hun får fra dem. For informanten er det klart at kundekontakt er viktig, og at tips og tilbakemeldinger er noe hun foretrekker for å bli bedre. Dermed klarer hun kanskje å holde den ytre motivasjonen oppe. Det er også her tydelig at den ytre motivasjonen er forskjellig hos våre informanter. Et spennende funn er dette med pengene, og at ikke alle er like motivert av at de tjener godt. Det er et sterkt skille mellom de som blir motivert av pengene og hun som blir motivert av kundekontakten.

5.2.3 Pullfaktorer

Funn viser at flere av informantene har et ønske om utfordringer og selvstendighet som sterke pullfaktorer. Som forklart i teorien er en pullfaktor en faktor som trekker kvinner til å starte opp egen bedrift. I følge Kirkwood (2009) kan en pullfaktor være et ønske om selvstendighet eller styring over egen arbeidshverdag..

Fra to av informantene våre kom det frem at behovet for utfordringer var en motivasjonsfaktor for dem. Tove sier at hun *«Hadde lyst å skape en møteplass for lokalbefolkningen i Longyearbyen»*. Den andre informanten forteller: *«Og så hadde jeg to små barn hjemme som var en helt ny opplevelse, så jeg hadde behov for å få bevise for meg selv at jeg fortsatt kan»*. Disse sitatene forteller oss at begge informantene har behov for å utfordre seg selv på ulike måter. I følge Kirkwood (2009) er dette et ønske som kvinnelige entreprenører har. For den ene er det å skape noe for lokalsamfunnet en utfordring, mens for den andre er det utfordring i å kunne få hverdagen til å gå rundt, samt å ta vare på barna.

For flere av informantene våre var selvstendighet en viktig pullfaktor. En forteller: *«Jeg er ikke god på å være underlagt andre»*. Her ser vi klart at hun har et behov for å være selvstendig. Det sies i teorien at kvinner ønsker å være sin egen sjef (Kirkwood, 2009). Ut fra sitatet ser vi et klart tegn på at informanten hadde en sterk pullfaktor for å starte sin egen bedrift, da hun i egen bedrift har mulighet til å være sin egen sjef. En annen informant forteller at *«jeg ville skape en arbeidsplass hvor all innsats ble gitt tilbake til meg»*. For denne informanten er pullfaktoren sterk da ønsket om sysselsetting og frihet er til stede. Med å skape sysselsetting i lokalsamfunnet kan informanten også skape større frihet i hverdagen sin. Et annet sitat som underbygger dette med selvstendighet er: *«Drømmen om å være egen sjef»*. For denne informanten er drømmen en sterk pullfaktor, og med dette ønske blir motivasjonen om å starte egen bedrift sterkere. Samtidig som hun kan styre sin egen arbeidshverdag i større grad.

Det vi igjen ser, er at penger ikke er en pullfaktor for våre informanter. Det er ingen som har sagt at de valgte å si opp jobben for å få mer penger, det har ikke vært en utløsende faktor. Som nevnt under ytre motivasjon (Jf. Kapittel 5.2.2) er penger mer en motivasjonsfaktor enn en pullfaktor. Ingen av våre informanter mener at det er pengene som motiverte dem til å starte egen bedrift.

Samlet sett så viser dette at pullfaktorene også her er forskjellige hos informantene. Den faktoren som fremhever seg litt ekstra er det som går på selvstendighet. For flere av våre informanter har selvstendighet vært en sterk pullfaktor, og derfor er dette en viktig faktor for å starte egen bedrift.

5.2.4 Pushfaktorer

Vi har sett på pushfaktorer blant våre informanter, og kommet frem til at det er fleksibilitet og lysten til å bytte jobb som er de sterkeste faktorene. I teorien så vi at pushfaktorer kan bli definert som negative faktorer for entreprenører. Dette kan være alt fra faktorer som plager personer på jobb, til vanskelige faktorer på hjemmebanen. I følge Spilling (2006) er det slik at de ikke bare er negative, men det er faktorer som er med på fremme behovet for selvrealisering.

En informant forteller at lysten til å finne noe annet å gjøre bare økte, og med tiden begynte hun å bli sliten og lei. Det er klart at hun er preget av mistrivsel som er av de negative pushfaktorene til Kirkwood (2009). Med mistrivsel som en faktor er det lett å tenke seg til at prosessen med å gjøre noe annet og lysten på å starte egen bedrift øker. Dette sitatet underbygger dette: *«Etter hvert begynte jeg å bli sliten og lei, hadde lyst til å gjøre noe med dette».*

Informanten forteller at det å oppnå fleksibilitet i hverdagen var en sterk pushfaktor for henne. For henne kan det være mulig å tenke seg til at med en mer fleksibel arbeidshverdag ville det bli mulig å rekke over flere ting, og kanskje ha litt mer overskudd. Sitatet underbygger at dette var et ønske for henne: *«Jeg ville oppnå fleksibilitet i hverdagen».* Enn annen informant forteller: *«Styre sin egen hverdag og får alle utfordringer og fordeler som medfølger».* Her ser vi også tydelig at det å kunne ha fleksibilitet i arbeidet og styre hverdagen er en viktig faktor som er med å ta beslutningen om å starte for seg selv. Det er mulig å tenke seg til at for

informantene er det viktig å ha muligheten til å komme litt senere om det er krise med barna eller hvis de vil gå litt før en fredag så er det fullt mulig.

En av de pushfaktorene som kanskje spiller en stor rolle er lysten til å bytte jobb. Kirkwood (2009) forteller at lysten på å bytte jobb kan ses i sammenheng med personlig utvikling. For en av våre informanter kommer det frem at lysten om å gjøre noe nytt er sterk. Det er en faktor som kan ha stor betydning for valget, og blir avgjørende i prosessen. Informanten forteller: *«Du kan også si at vi hadde verdens mest spennende jobb i Sparebanken Nord Norge, altså som webredaktør og ansvar for alle de digitale kanalene, med nettsider og nyhetsbrev og sosiale medier. Men så kommer du til et punkt der man ønsker seg noe nytt. Du har lyst til å hjelpe flere bedrifter, det begynte vi å kjenne på»*. Selv om ønsket om å starte i en ny jobb er til stede, så kan årsakene til valget være flere. Som vi ser i sitatet så var det for vår informant ikke på grunn av mistriivsel, men derimot et ønske om å utvikle seg personlig og faglig. Hun ønsket seg også nye utfordringer i jobbsammenheng.

For en annen informant er dette med å ha lyst til å bytte jobb noe som har betydning for valget om å starte egen bedrift. Når en ikke klarer å konsentrere seg i jobben fordi det er så mange tanker i hodet om hva som venter når man kommer hjem, da er det kanskje på tide å starte egen bedrift? Sitatet her underbygger dette: *«Jeg satt jo på jobb og tenkte på hva jeg skulle strikke og sy når jeg kom hjem»*.

Det vi ser er at informantene våre har forskjellige pushfaktorer som er med på å påvirke beslutningen om å starte egen bedrift. Tydeligst ser vi at lysten på å bytte jobb og muligheten for fleksibilitet er to sterke faktorer som er med å påvirke beslutningen. Det som er litt interessant er at en av våre informanter ønsker å starte egen bedrift på grunn av mistriivsel.

5.2.5 Oppsummering

Vi har gjort rede for hva som er med på å motivere de kvinnelige entreprenørene i våre fem caser. Det viser seg at motivasjonen til våre informanter er en viktig faktor som er med på å påvirke beslutningen om å starte egen bedrift. Motivasjonskilden til informantene våre varierer, men alle har en form for motivasjon. I forhold til indre og ytre motivasjon er det en klar forskjell i hva som motiverer dem. I analysen kommer det klart frem at våre informanter hadde en sterk indre motivasjon og den ytre motivasjonen hadde ikke like stor betydning. Den

indre motivasjonskilden som kommer tydeligst frem i analysen er muligheten til selvmotivering, dette behovet deles av flere av informantene våre. Frihet var også en viktig faktor for valget. Dermed kan vi konkludere med at den ytre motivasjonen ikke var en like sterk faktor som påvirker valget om å starte egen bedrift. I forhold til pull- og pushfaktorene ser vi tydelig at det er stor variasjon mellom informantene. Noen har sterke pullfaktorer, mens andre har sterke pushfaktorer. Det som kommer klart frem i analysen er at pullfaktorene selvstendighet og utfordringer var til stede hos flertallet av våre informanter. Samtidig kan vi konkludere med at fleksitid og lysten til å bytte jobb var sterke pushfaktorer som er med på å påvirke beslutningen om å starte egen bedrift.

I det neste analysekapittelet vil vi ta for oss forretningsideen og ressursene som entreprenøren trenger for å gjennomføre forretningsideen sin. Her vil vi analysere både de interne og eksterne ressursene som entreprenøren trenger. Samt se på hvordan disse ressursene har påvirkning på beslutningen.

5.3 Forretningsideen og ressursene

Det er slik at alle som starter en bedrift har en forretningside, og i kapittel 2.4 definerte vi hva en forretningside er. Vi så på ulike faktorer som må være på plass for å gjennomføre oppstarten av en bedrift, det som kom frem i teorien var dette med ressurser. Det er flere ulike typer ressurser og de påvirker beslutningen på hver sin måte. I teorien så vi på interne og eksterne ressurser, det vil vi gjøre her også, samt at vi har spurt informantene våre om ressurser i intervjuene.

5.3.1 Interne ressurser

I teorien har vi sett på interne ressurser i form av blant annet kunnskap og utdanning. Det ble også fortalt om en studie som ble gjort i 1994 der de sier at menneskelig kapital ikke bare er utdanning, erfaringer og trening, men at det også har en sammenheng med kreativitet, avgjørelser og innsikt (Carter et al. 2002). Det vi ser er at informantene har delte meninger om hvor viktig kunnskap og utdanning har vært for beslutningen. Men noen av dem forteller om dette å være kreativ.

Det vi ser etter intervjuene er at det kun er en av våre informanter som mener utdannelsen har vært en viktig ressurs for beslutningen om å starte egen bedrift. Denne informanten forteller at hun har to fagfelt som har vært en viktig ressurs. Sitatet underbygger det hun forteller «Jeg

har to fag, helsepersonell og lederutdannelse». For henne har utdannelsen vært med på å påvirke beslutningen, da hun er i et yrke som krever utdanning og kompetanse for å kunne ta vare på kunder og hjelpe dem i henhold til faglige retningslinjer.

For de andre informantene våre er ikke utdanning så viktig. En forteller at det ikke er så viktig for henne med kunnskap og utdanning. Det virker som hun er ferdig utlært der det er mulig, og ikke ønsker å bruke utdanningen sin i bedriften. Med hennes mening om utdanning, er det mulig å tro at hun ikke ser på utdanningen som en faktor som har vært med på å påvirke beslutningen om å starte egen bedrift. Hun sier: *«Veldig lite faktisk, det er jo slik at tidene forandrer seg. Og i det du kommer i jobb så har du ikke behov for det man lærte på videregående. Vokser med erfaringen men det er ingenting konkret».* En annen uttrykker dette eksplisitt, med at for henne er heller kompetansen av betydning, altså at den arbeidserfaringen hun har bygget seg opp gjennom årene var en viktig ressurs som var med på å påvirke valget. Sitatet underbygger dette: *«Men arbeidserfaringen har vært veldig viktig».* Det er tydelig at det å ha litt kompetanse i form av arbeidserfaring er viktig for denne informanten, og at ting hun har lært i andre bedrifter kunne hun ta med seg inn i sin egen bedrift.

Samlet sett ser vi at utdanning ikke var en viktig ressurs for informantene våre, den hadde ikke i noen særlig grad påvirkning på beslutningen om å starte egen bedrift. Det er kun hos en av våre fem informanter at utdanningen har hatt betydning for valget om å starte. For denne informanten har utdanningen mye å si for bedriften. Vi ser derimot at kreativitet har vært en viktig intern ressurs for flere av våre informanter.

En informant forteller *«... og i min første jobb, jobbet jeg slik at lønnen ble på 8000kr og jeg kjøpte meg en symaskin til 6000kr. Sier litt om hva som har betydd noe for meg».* Dette tyder på at informanten har et kreativt hode, som kan ha hatt en virkning på avgjørelsen om å starte egen bedrift. Hadde ikke kreativiteten vært til stede, hadde det vært vanskelig å sy luer med kreative mønster og dermed ikke blitt noen bedrift.

En informant forteller at det å ha lysten til skape noe er viktig for henne. Det er mulig å tenke seg at for å kunne skape noe må man være kreativ, noe denne informanten er da hun har skapt sin egen bedrift. At kreativiteten er til stede kan være en viktig utløsende faktor som er med på å ta beslutningen om å starte egen bedrift for denne informanten. Sitatet her underbygger dette: *«Det å ha lyst til å skape noe og lyst til å se endringer har jeg alltid hatt».*

Det vi ser er at flere av våre informanter ble påvirket av deres kreativitet når beslutningen om å starte for seg selv ble tatt. De hadde i lengre tid følt at de ønsket å skape noe og bidra til å gjøre endringer og dermed ble det å starte en egen bedrift et naturlig utløp for denne kreativiteten.

Det viser seg etter intervjuene at de sosiale ressursene kommer tydelig frem hos informantene våre. Når vi snakker om de kognitive ferdighetene ser vi at samtlige av våre informanter har denne ferdigheten, da evnen til å kommunisere med kunder og leverandører er viktig for oppstarten av bedrift. Det kom også frem at flere av våre informanter har det som går under emosjonelle ferdigheter. Det kommer tydeligst frem hos Gry Anette, som forteller at hun viser mye glede når kunder velger en lue som er lett å legge merke til. Flere av våre informanter forteller om hvor mye de setter pris på at andre liker produktene de tilbyr, og at kundene kommer tilbake for å handle nye produkter/tjenester hos dem. Dette er nok en ferdighet som har større betydning etter oppstarten av bedriften enn før. Derimot har de emosjonelle ferdighetene vært en underliggende faktor for en av informantene våre, da hun produserte og solgte produktet sitt i liten skala i forkant av oppstarten. Samt at hun hadde en stand under Døgnvillfestivalen hvor hun solgte produktet i en større skala, der kundene viste stor entusiasme og stor glede for informantens framgang.

Den siste ferdigheten som kommer frem blant informantene våre er motoriske ferdigheter. Dette er en ferdighet som samtlige av våre informanter har og dette har vært en viktig faktor for beslutningen om å starte egen bedrift. Dette er ferdigheter som har kommet fra hobbyen eller kunnskap de hadde fra før. Samtlige av informantene har valgt å starte bedrift som er relatert til ferdigheter de har oppnådd mestringsfølelse i tidligere. Det er tydelig at de motoriske ferdighetene har hatt betydning for beslutningen om å starte egen bedrift. Samlet sett så ser vi at ferdighetene er ulike hos informantene, men de motoriske ferdighetene har hatt stor betydning for beslutningen om å starte egen bedrift.

5.3.2 Eksterne ressurser

Under de eksterne ressursene har vi i teorien valgt å se på to ulike faktorer, disse er nettverk og kapital. I teorien kom det frem at de på hver sin måte påvirker forretningsideen og muligheten for å starte opp bedriften. Eksterne ressurser defineres i teorien som de ressursene som må tilføres bedriften.

Kapital

I teorien kom det frem at kvinner har det vanskeligere når det kommer til å få tilgangen på kapital (Coleman, 2000). Samtidig som kvinner og menn ikke har samme inntekt og formue (Foss og Ljunggren, 2006). Vi valgte å spørre informantene våre om de hadde møtt på noen utfordringer med finansieringen i oppstartsfasen, f.eks. i forbindelse med opptak av lån i bank. Det som kommer frem er at bare to av de fem har tatt opp lån i banken. De andre tre har ikke hatt behov for å kontakte banken om lån.

Av de to informantene våre som har fått lån, kommer det frem etter intervjuet at den ene har møtt på litt motstand. Hun forteller at: *«Det var en av de vanskeligste tingene jeg har gjort. Og det er kanskje en forskjell mellom kvinner og menn. Jeg kom inn i banken og ba på en måte litt om unnskyldning for at jeg kom og spurte om lån. Mens menn kanskje går inn i banken og sier jeg har tenkt å starte en bedrift og trenger åtte millioner, og banken sier nei det får du ikke, og da svarer menn okei. Mens jeg kan nøye meg med en million og får det. Det var en prosess det å lære seg hvordan man har en dialog med banken. Jeg måtte tenke at jeg er faktisk en kunde og ikke en byrde. De var der for meg, og jeg var ikke der for dem»*. Dette ser vi sammenfaller delvis med teorien til Coleman (2000). Informanten forteller sin historie og det kommer klart frem at det er motstand fra banken da hun har vært forsiktig og tilbakeholdene. Ser vi dette fra den andre siden, så ville nok en mann vært mer spesifikk i sitt ønske og kanskje ønsket å låne mer. Det er tydelig at for denne informanten har dette med kapital vært et problem som har påvirket beslutningen om å starte egen bedrift.

For å belyse situasjonene litt mer ser vi at denne informanten også har møtt på vanskeligheter med finansieringsprosessen og banken. Her kan vi se likhetstrekk med teorien til Coleman (2000). Informanten forteller: *«For meg var det faktisk finansieringsprosessen som var det vanskeligste. Vi hadde ikke egenkapital i 2003 og måtte pantsette hus og hjem for å få nok midler til oppstarten. Tror lånet var på 500000,- og det var ikke bare enkelt og overbevise banken om at dette kom til å gå bra»*. For henne ser vi at den finansielle kapitalen har hatt stor betydning for beslutningen om å starte egen bedrift. Når informanten har valgt å sette huset i pant, er det en stor prosess som hun må igjennom og hun kan føle på presset om å måtte prestere for ikke å la det gå ut over familien.

Det vi ser er at kvinnene kanskje ikke er like avhengige av kapital, for de klarer seg med det de har. Eller at de kanskje ikke ønsker å sette hus og hjem på spill, og dermed ønsker at familien skal ha det godt. At to av fem informanter har tatt opp lån overrasker oss litt, da vi trodde dette var noe alle gjorde. Kapitalen er viktig, men den er ikke en avgjørende faktor for oppstarten av bedriften, det er noe som har betydning i etterkant.

Nettverk

Flere av våre informanter forteller at nettverk ikke har en stor betydning for oppstarten av bedriften, men det som er interessant er at bruken er forskjellig. Greve (1995) har definert sosialt nettverk som *«en betegnelse på et mønster av relasjoner som finnes mellom folk. Slike forbindelser kan brukes for å diskutere saker, skape forståelse og fortolkning av hendelser, og de kan brukes til å oppnå en rekke mål, også i økonomiske forhold»*. I teorien snakket vi om nettverket, vi valgte i intervjuene å spørre informantene våre om hvor mye de brukte nettverket sitt og vi har også sett på om det er et sterkt eller svakt nettverk. Noen bruker bare familien, mens andre har et så sterkt nettverk at de bruker det hele tiden, og ikke bare i oppstartsfasen.

«Hele tiden! Nettverk er kjempeviktig! Du kan ikke sitte i din egen lille boble, du kommer ingen vei, sånn er verden. Dessverre altså, når du gjør det for meg så kan jeg gjøre det for deg. Man kan mislike eller like det, men det er slik det er. Slik fungerer samfunnet. Det er et spill». Her ser vi hvor viktig nettverket til vår informant er, mye tyder på at hun har et stort nettverk og bruker det så godt hun kan. Det er tydelig at hun ser på nettverket som en måte å møte nye folk, men samtidig få tjenester av andre. Som sitatet sier er det mulig å tenke seg til at verden er bygget opp slik at gjør du noe for meg, så må jeg gjøre noe for deg. For henne har nettverket vært en viktig ressurs i valget om å starte egen bedrift. Det at så mange utenifra har muligheten til å stille opp og kanskje fungere som en mentor, vil nok styrke valget om å starte for seg selv. Det som er interessant med denne informanten er at hun er veldig dyktig på å bruke det svake nettverket. Altså de som i teorien ble presentert som nettverket i oppstartsfasen av bedriften. Det er mulig å tenke seg at hun videreførte dette nettverket, slik at det svake nå er blitt det sterke i den forstand at det er de eksterne hun bruker mest, da det interne med familie og venner ikke er like sterkt.

Her ser vi en annen informant som sier det motsatte: *«Jeg er litt dårlig på dette med bruk av nettverkskontakter. Jeg har et stort nettverk, men jeg tror at man skal være litt forsiktig med å*

bruke nettverket hvis man ikke har behov for det». Hun mener selv at nettverket hun har bygget seg opp er stort, og at ved hjelp av et stort nettverk i bakhånd er kanskje valget om å starte for seg selv enklere. Selv om hun har bygget seg opp et stort nettverk, ønsket hun ikke å ta dette i bruk i oppstartsperioden til bedriften. Det kan være et poeng i det hun sier at man skal være litt forsiktig. Noen mennesker kan føle de blir brukt om de hele tiden blir spurt om tjenester fra andre.

Her ser vi en informant som verdsetter det sterke nettverket, hun forteller at: *«Ja, jeg bruker nettverket for det det er verdt... spesielt familien»*. Det er tydelig at for henne er de sterke båndene i nettverket som familie og venner en viktig ressurs. For denne informanten har nettverket i form av familien vært en ressurs som har påvirket valget om å starte bedrift. Det er mulig å tenke seg at hadde ikke familien støttet henne, så hadde det kanskje ikke blitt noen bedrift. Det vi ser er at dette sammenfaller med studiet gjort av Foss og Bye i 2002, som sier at kvinner gjerne fokuserer på familie og venner når det kommer til nettverksbygging. Det er mulig å tenke seg til at for henne har familien en større betydning i valget enn hos de andre informantene.

«Og det er klart da får man en del kontakter i nettverket. Så nettverk er alfa omega». Her ser vi en informant som forteller at hun har opparbeidet seg et nettverk som består av en del kontakter i løpet av livet sitt og at for henne er nettverket en veldig viktig ressurs. Det er naturlig å tenke at denne informanten rådførte seg med både de sterke og svake båndene i nettverket før hun bestemte seg for å bli entreprenør. Det kan tenkes at hun ikke ville kommet til beslutningen om å starte for seg selv uten støtten fra dette nettverket.

Det viser seg at informantene våre har delte meninger om bruk av nettverkforbindelse. Noen anser bruken av nettverk som veldig viktig og har et ganske spesifikt syn på hvordan verden fungerer. Mens andre er mer forsiktige og ønsker ikke å drive med rovdrift av kontaktene i nettverket.

5.3.3 Oppsummering

Det vi ser i analysen er at av de interne ressursene er det de menneskelige ressursene som har hatt størst betydning for beslutningen, utdanning har hatt liten betydning. Men ser vi på de sosiale ressurser så har motoriske ferdigheter hatt betydning for beslutningen om å starte egen bedrift, da informantene våre mestret det de ønsket å basere bedriften på. Blant de eksterne

ressursene kommer det frem fra analysen at det var nettverket som hadde størst betydning for informantene våre, mens kapital kun var en faktor i to av fem caser. Samlet sett fremkommer det at de eksterne ressursene i liten grad hadde betydning for beslutningen om å starte bedrift. Videre vil vi se på familien og om den har påvirkning på beslutningen til kvinnelige entreprenører.

5.4 Familien

I kapittel 2.5 snakket vi om familien og hvordan den har potensiale til å påvirke oss mennesker, på godt og vondt. Vi presenterte i kapittel 2.5.2 det konseptuelle rammeverket ”family embeddedness perspective” (Aldrich og Cliff, 2003). Det fremkommer av intervjuene våre at familien har vært viktig for de fleste av informantene våre.

5.4.1 Familielivet

Vi så i kapittel 2.5.1 på hvilken rolle kvinner tar i familien (Alsos og Ljunggren, 2006) og at de gjerne ønsker mer fleksible arbeidsdager (Jf. Kapittel 5.2.4, mangle på fleksible arbeidstider) slik at de kan følge opp denne rollen (Kirkwood og Tootell, 2008). Det var ingen av våre spørsmål som var direkte rettet mot dette temaet, dette var informasjon som vi håpet skulle komme frem naturlig i løpet av intervjuene

Frode Thuen sa i Abdli og Misje (2012) at *”å ha en familie å komme hjem til, betyr ikke bare tilhørighet, men kan også gjøre at du takler stress bedre”* En av informantene våre forklarer sitt synspunkt på viktigheten av familien slik: *”Har masse å si at familien stiller opp, kan nesten ikke gjøre noe slikt hvis du har en familie som er helt i mot det. Du er avhengig av dem”*. Utsagnet tyder på at hun kanskje ikke hadde tatt beslutningen om å starte for seg selv, hadde hun ikke følt at familien støttet valget hennes. Dette viser at familien er en viktig faktor i valget for informanten og at familien støtter og hjelper henne i hektiske perioder, er med på å gjøre at hun takler stresset bedre.

En av våre andre informanter har et litt annet syn på saken, hun forklarer det slik, *”Men alle visste at når jeg har bestemt meg så blir det å skje uansett”*. Det kan være slik at familien ikke var så viktig i beslutningsprosessen for denne informanten. Det er mulig å tenke seg at hun har høy tro på seg selv og sin evne til å kunne starte en bedrift, (Jf. Kapittel 2.3 motivasjon) at hun ikke hadde behov for ekstra støtte fra familien.

En informant forteller at: «...*da var mitt andre barn 7mnd og egentlig var det svært dårlig timing. ... preget av mye dårlig samvittighet mot barna*». Her ser vi tydelig at det å starte bedrift når man har små barn kan være svært utfordrende og krever mye. Informanten legger ikke skjul på at hun hadde dårlig samvittighet for barna i oppstarten, og at bedriften kanskje krevde litt mer en forventet.

Det vi ser er at for våre informanter har familien hatt veldig variert betydning. For noen har den moralske støtten fra familien vært viktig, mens for andre har ikke dette spilt noen sentral rolle. Enkelte av informantene delte ingen informasjon som vi kunne knytte direkte opp mot familielivet.

5.4.2 Innflytelse fra familien

I kapittel 2.5.2 så vi på et konseptuelt rammeverk hvor familien og bedriften blir sett på som nært knyttet sammen og har påvirkningskraft på hverandre. I dette rammeverket kan vi se hvordan Aldrich og Cliff (2003) mener at familien som institusjon har innflytelse på entreprenøren, og dette har betydning for oppstartsfasen for en ny bedrift. Hvorvidt bedriften gjør det bra eller dårlig kan igjen få ulike konsekvenser for familien.

Et eksempel på at familien kan påvirke entreprenøren kommer fra en av informantene våre som forteller at "*Jeg har vokst opp med en far som er forretningsmann og som er et skapende vesen*". Dette tyder på at hun har vokst opp i et miljø som har et positivt syn på entreprenørskap, og på denne måten har familien påvirket hennes egen holdning til entreprenørskap. Vi antar dette har hatt betydning i form at hun har hatt positive assosiasjoner med tanken om å drive for seg selv, og dermed ført til at valget om å ta steget og starte egen virksomhet blitt enklere.

En annen måte familien kan ha innflytelse på er som en av informantene våre forteller at hun var "*Gift med en mann som hadde relativt god inntekt, så vi kunne klare oss med lite inntekt ei stund*". Her ser vi et eksempel på at familiens ressurser var av en slik karakter at de ville klare seg uten hennes inntekt i en periode. Vi anser dette som en positiv påvirkning på henne slik at beslutningen om å starte egen bedrift var lettere å ta, siden hun visste at familien ikke ville lide noen nød.

En av informantene våre forteller at *"det var min eksamboer som sa jeg burde få plass på Døgnvillfestivalen i Tromsø"*. Her får vi altså et eksempel på at holdningen til medlemmer av familien kan ha stor innflytelse på en spirende entreprenørs beslutningsprosess. Denne støtten som hun opplever fra en av sine aller nærmeste gir oss et bilde av at for denne informanten var familien en sterk påvirkningsfaktor som nesten regelrett dyttet henne mot beslutningen om å starte for seg selv.

Som vi kan se har familien vært veldig viktig for disse kvinnelige entreprenørene. Noen har fått impulser fra tidligere generasjoner fra en tidlig alder, noe som har gitt dem inspirasjon til å bli entreprenører og drive for seg selv. Mens andre har fått mer direkte oppfordring i senere tid, som har vært utslagsgivende for beslutningen om å si opp jobben for å starte egen bedrift. Vi har sett på familien som sosial støtte og det vi ser er at familiens betydning er viktig i situasjoner der kvinnelige entreprenører trenger ekstra støtte slik som i oppstartsfasen når ikke inntekten er så høy. Funn viser at flere av informantene våre i ettertid har fått konkret hjelp som for eksempel å føre regnskap eller rådgivning. Den siste kategorien vi har vært innom viser at familien har innflytelse på valget om å starte egen bedrift, da de vekker eventyrlysten i kvinnen og dermed blir ønske om å starte egen bedrift sterkere.

5.4.3 Oppsummering

Det som kommer frem i analysen er at familien har ulik betydning for informantene i de forskjellige casene våre. Noen setter mer pris på at familien stiller opp og støtter, mens andre helst vil skille mellom jobb og familien. Innflytelsen familien har i de ulike casene varierer, noen har hatt større behov for støtte enn andre. Mens andre igjen vokste opp med familiemedlemmer som hadde drevet for seg selv og blitt positivt påvirket av dette. Som vi ser har familien på denne måten hatt forskjellig påvirkning på holdningene og verdiene til informantene våre. Samlet sett fra analyse har vi funnet at familien var den største påvirkningsfaktoren på beslutningen om å starte egen bedrift. I det neste delkapittelet vil vi se på selve entreprenøren og hvilke faktorer som påvirket henne.

5.5 Entreprenøren

I kapittel 2.2 snakket vi om fire forskjellige typer entreprenører som det er vanlig å skille mellom. Ved hjelp av spørsmål fra intervjuguiden, ser vi at det er to typer entreprenører som skiller seg sterkt ut blant våre informanter. Disse kategoriene er karriereentreprenøren og kombinasjonsentreprenøren (Alesen, 2002). Videre så vi på teorien om planlagt adferd

(Ajzen, 1991) som forsøker å forklare hvilke faktorer som påvirker menneskers adferd. Til slutt så vi på selvtillit og hvilken betydning den kan ha for beslutningen om å starte for seg selv.

5.5.1 Typen entreprenør

Våre funn viser at det er to ulike typer entreprenør som skiller seg ut blant våre informanter, dette er karriere- og kombinasjonsentreprenøren. Det fremkommer av funnene at alle informantene har fokus på familien, men i ulik grad. Videre fremkommer det hva informantene verdsetter i fremste rekke og hva som kommer i andre rekke. Det viser seg at to av informantene våre har høyt fokus på karriere, og lavt fokus på familie, begge disse informantene er nokså frempå og har et ønske om å oppnå suksess. Til tross for det høye fokuset på karrieren er det ikke gitt at informantene mangler fokus på familien. Fra funnene kan vi se at disse to entreprenørene har valgt og ikke inkludere familien like mye i bedriften som de fire andre entreprenørene. De har valgt å sette et klart skille på hvor grensen mellom familien og bedriften går, men familien må av og til stille opp. Funn viser at de informantene som vi har kategorisert som karriereentreprenører hadde en lengre etableringsprosess (Jf.Kapittel 5.1), enn kombinasjonsentreprenøren. Karriereentreprenørene har også brukt de svake båndene i nettverket i større grad.

De resterende entreprenørene kategoriserer vi som kombinasjonsentreprenører, disse har høyt fokus på familien i tillegg til høyt fokus på bedriften. Entreprenørene vedsetter familien og bedriften likt. Det er mulig å tro at de ikke vil at det ene skal gå ut over det andre. Funn viser at kombinasjonsentreprenører trekker familien mer inn i bedriften. Dette kan vi se i sammenheng med bruk av nettverket, da denne typen entreprenører bruker de sterke båndene i nettverket, og at familien har påvirkningskraft på kombinasjonsentreprenøren som vi så i kapittel 5.4. Samlet sett så viser dette at våre informanter havner under ulike kategorier i form av typen entreprenør, men selv om de har forskjellig fokus så klarer de å kombinere jobb og familien. Hvilken type entreprenør de er har ikke stor betydning i valget om å si opp jobben og starte egen bedrift, da kategoriene på entreprenøren blir formet i etterkant av oppstarten.

5.5.2 Holdninger og verdier

Vi har sett på hvilke holdninger og verdier informantene hadde til entreprenørskap og hvordan dette påvirket beslutningen om oppstart. Dette har vi sett på fra to ulike sider, entreprenørens egne holdninger og opplevelsens av andres holdninger.

Det vi ser er at informantene våre har opplevd flere forskjellige faktorer som kan kobles opp mot teorien om planlagt adferd (Ajzen, 1991). Men en av faktorene som går igjen hos flere av informantene er den positive holdningen som deres nærmeste har til den entreprenørielle adferden. Som det kommer frem fra sitatene ovenfor er det tydelig at beslutningen om å starte egen bedrift har blitt gjort lettere av støtten som de har opplevd.

Fra en av informantene kommer det frem at hun i lang tid har hatt en positiv holdning til entreprenørskap. Hun fortalte i intervjuet at *"Jeg har alltid sagt at enten skal jeg danse på tv, bli bilmekaniker eller åpne egen bedrift"*. Denne informanten har altså fra et tidlig tidspunkt hatt en ide om at hun vil bli en entreprenør og funn viser at hennes far er tidligere forretningsmann. Hennes egne holdninger til entreprenørskap har hatt en sterk innvirkning på beslutningen om å starte bedrift. Samtidig ser vi at hennes familie også har hatt positiv holdning til entreprenørskap. Dette har i følge teorien om planlagt adferd påvirket hennes intensjon om å starte egen bedrift på en positiv måte og dermed er det sannsynlig at det har vært en utslagsgivende faktor når muligheten dukket opp.

I følge Ajzen (1991) er altså hvordan vi opplever holdningene som våre nærmeste har til ulike typer adferd viktige for om vi utøver en adferd eller ikke. Hvis vi vet at familien vår vil at vi skal gjøre det, og vi har et sterkt ønske om å imøtekomme deres preferanser, vil sjansen for at vi utøver adferden øke. Dette kan vi se et eksempel på hos en av våre informanter. Hun forteller at *"Min tidligere samboer var veldig positiv, og hjalp meg med mye, han sa: ikke la det skumle stoppe deg"*. Vi tolker dette som et eksempel på positiv påvirkning fra hennes nærmeste i samsvar med de subjektive normene (Jf. Kapittel 2.2.1) og at hun var motivert til å etterleve denne positive holdningen. Vi kan tenke oss til at dette bidro til å gjøre beslutningen enklere. Liv-Inger forteller om en lignende situasjon når Reddi skulle startes, *"Vi hadde en fantastisk heia-gjeng"*. Dette er et til eksempel på at våre nærmeste kan bidra til at våre beslutninger blir enklere å ta ved å gi oss oppmuntrende støtte. Samlet sett viser funnene at den sosiale støtten fra de respektive familiene har vært viktig for samtlige av våre informanter, selv om denne har forekommet i varierende styrke. Som det fremkommer av teorien vil en sterk intensjon om å utøve en adferd øke sjansen for at man faktisk utøver denne. Dette får vi et hint om når en av informantene våre snakker om det å si opp jobben for å starte for seg selv. Hun sier at *"Det var en sjanse jeg var villig til å ta"*. Dette forteller oss at holdningen i forhold til entreprenørskap er sterk hos henne og hun er villig til å satse på egen

bedrift. Funn viser at holdningen til entreprenørskap er sterk blant informantene våre, og slike holdninger er med på å gjøre beslutningen deres enklere da de selv ser på det som en mulighet men samtidig at andres holdninger motiverer dem til å ta dette valget.

5.5.3 Selvtillit

Våre funn viser at informantene har ulike former for selvtillit. Enkelte har en mer generell form, mens andre har en mer oppgaveorientert selvtillit. Det viser seg at to av informantene våre har ledelseserfaring fra tidligere arbeidsforhold. En av disse forteller at hun kom tidlig inn på ledelsessiden i alle bedriftene hun har jobbet i, mens en annen forteller at hun hadde vært enhetsleder for over 100 ansatte. Disse funnene ser vi i sammenheng med hvordan Bandura(1982) definerte oppgaveorientert selvtillit (Jf. Kapittel 2.2.2). Dette er to informanter som har kunnskap og erfaring som ledere og dermed har høy oppgaveorientert selvtillit i forhold til å lede sin egen bedrift. Denne selvtilliten påvirker beslutningen om å starte egen bedrift på en positiv måte.

Funnene våre viser også eksempler på informanter som hadde høy generell selvtillit. En av dem forteller: *«På dette tidspunktet var jeg så giret og hadde veldig lyst til å gjøre det. Selv om det var dyrt å stå på festivalen, var jeg giret!»*. Denne informanten hadde i forkant av dette fått mye positiv respons på produktet sitt og dermed fått en sterkere tro på seg selv og produktet. Hun forteller videre at salget på denne festivalen var en stor suksess og dette hadde stor betydning for beslutningen om å starte egen bedrift.

I henhold til den generelle selvtilliten som vi snakket om i teorien, ser vi at det påvirker hvordan en person tror de kan håndtere personlige målsetninger og utfordringer som de møter i hverdagen (Baumet al, 2007). Det vi fant var at alle informantene våre hadde en form for generell selvtillit da de tok valget om å si opp jobben for å starte egen bedrift.

Informantene våre har ulik selvtillit og selvtilliten er med på å påvirke beslutningen om å starte egen bedrift på ulike måter. Dette med selvtillit kan være vanskelig å si noe konkret om, da det er individuelt hva informantene ser på som god selvtillit.

5.5.4 Oppsummering

Gjennom analysen har vi sett at informantene våre kan kategoriseres som to forskjellige typer entreprenør, kombinasjons- og karriereentreprenør. Analysen indikerer også at entreprenørene ble påvirket av holdningene og verdiene til deres nærmeste, og at dette hadde betydning for

beslutningen. Videre ser vi også at informantenes selvtillit hadde betydning for beslutningen og motivasjonen. Basert på analysen har vi konkludert med at to av informantene våre hadde en høy oppgaveorientert selvtillit i forbindelse med ledelse av en bedrift, mens minst en av de andre tre informantene hadde høy generell selvtillit. Den høye oppgaveorienterte selvtilliten har betydning for valget, da dette er med på å forsterke selvtilliten til entreprenøren, samt at beslutningen vil bli enklere. Den generelle selvtilliten er noe alle har, og vil ikke ha like stor innflytelse på beslutningen om å starte bedrift som den oppgaveorienterte selvtilliten.

Den neste delen av analysen vil omhandle kjønn, og hvordan våre informanter ser på begrepet kjønn, og om kjønn har noen betydning for beslutningen.

5.6 Kjønn

Våre empiriske data viser at forståelsen av kjønn er nokså lik blant våre informanter. De fleste av informantene våre mener at det er lite som skiller kvinner fra menn når det kommer til entreprenørskap og det å være en entreprenør. En av informantene våre forteller: *«Vi synes jo det vi har gjort er ganske tøft, men allikevel har vi en tendens til å snakke oss selv ned. Ikke tørre å slå på stortrommen og levere kanskje tilbud med samme pris som en mann, pga tankegangen «det er jo bare oss». Og selv om det provoserer meg at vi tenker slik, gjør jeg det jo selv»*. Her snakker informanten om hennes tanker om hva det betyr å være kvinne i det norske samfunnet. Informanten mener at det er vanlig at kvinner ser ned på seg selv og sine egenskaper. Det kommer frem blant flere av informantene våre at de gjør det samme. De føler ikke de har noe å stille opp med når det kommer til menn, og kanskje ikke tør å være like frempå.

En annen informant forteller om en litt annen side av synet på kjønn, hun sier:

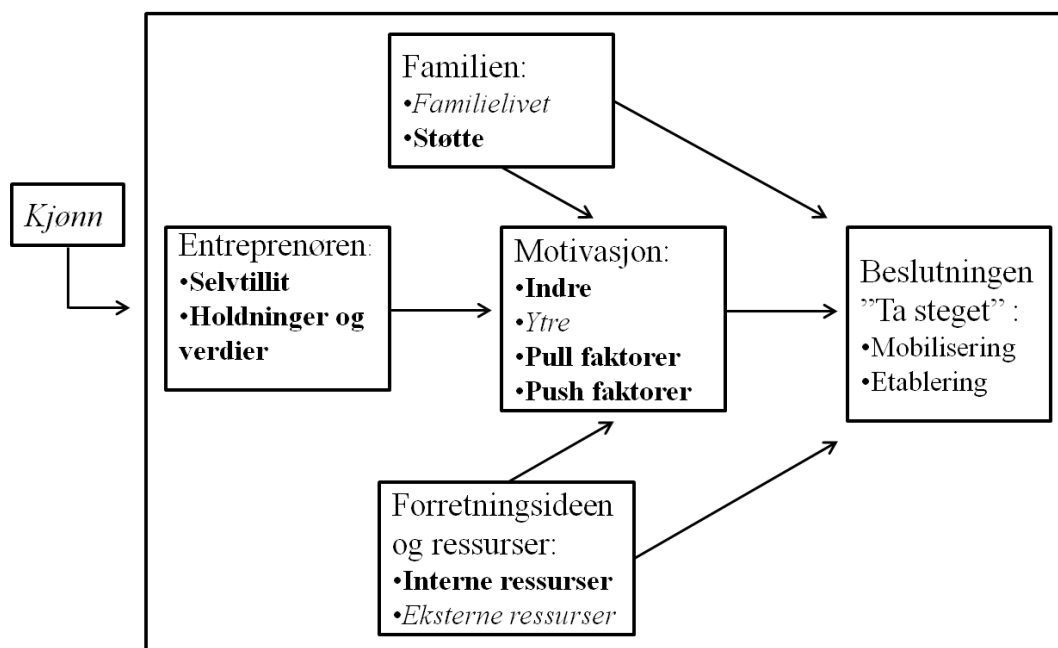
«Det kan være at det er bare vi kvinner som tror at omverden stiller andre krav til oss». Her ser vi at informanten mener at skillet mellom kvinner og menn ikke er så stort, men at kvinner er flinke til å tolke og dermed tror at det er andre som setter rammer for hvordan de skal tenke og oppføre seg. Samfunnet kan være en årsak til at kvinner har en slik tankegang, da det er mulig å anta at kvinner vil leve opp til de forentningene som de tror samfunnet stiller til dem. *«Vi safer mer før vi går til neste skritt... vi damer er født med dårlig samvittighet»*. Her forteller informanten om hvilken oppfatning hun har av den kvinnelige kjønnsrollen. Det at kvinner velger den tryggeste fremgangsmåten før de går til neste skritt kan sammenlignes med vekst. Det er mulig å anta at kvinner ikke ønsker at bedriften skal ha vekst før de vet at den er økonomisk stabil. Samtidig som det kommer frem dette med samvittighet. Det er her

mulig å trekke en linje til familien, og det en tidligere informant fortalte om den dårlige samvittigheten hun hadde ovenfor barna i oppstartsfasen til hennes virksomhet.

Blant våre informanter er det tilnærmet lik fordeling mellom typisk kvinne- og mannsdominerte yrker, men det er høyt fokus på kreativitet. Det at noen av disse kvinnene våger seg inn i typiske mannsdominerte yrker er et spennende funn, da det viser enda en gang hvordan samfunnet har formet synet på kjønn, og da spesielt på kvinner. Kjønn har ikke stor betydning på beslutningen, har en kvinne bestemt seg for å starte bedrift kan hun klare det like godt som en mann. De andre faktorene som er analysert i dette kapittelet har større betydning på beslutningen enn kjønn i seg selv.

5.7 Oppsummering

Vi har i dette kapittelet analysert funnene våre opp mot problemstillingen vår: «*Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?*». Ved hjelp av forskningsmodellen vår, vil vi nå fremheve de faktorene som har hatt størst påvirkning på beslutningen. Funnene våre viser at det er flere forskjellige faktorer som har innflytelse på beslutningen, men det enkelte som har større påvirkning enn andre. De faktorene som er fremhevet med fet skrift ser vi på som de sterkeste faktorene som spiller inn på beslutningen, mens de som er i kursiv er mindre viktig for beslutningen.



Figur 10 Funn i analysen

Det som fremkommer i analysen, illustrert ved hjelp av figuren over, at de ulike faktorene påvirker beslutningen i ulik grad. I forhold til kjønn, som er plassert på utsiden av figuren, kommer det frem at våre informanter har et ganske sammenfattet syn på kjønn som en faktor. Det er enkelte av informantene som tror at det finnes forskjeller på kvinner og menn. Men alt i alt er informantene av den oppfatning, at kjønn hadde veldig liten betydning for beslutningen om å starte egen virksomhet. Kjønn er ikke en faktor som i den forstand påvirker beslutningene, men det kommer frem at flere av informantene mener det er samfunnet som har vært med på å forme synet på kjønn. Funnene våre viser at både selvtilliten, holdninger og verdier har stor påvirkning på entreprenørens motivasjon. I forhold til selvtilliten hadde den oppgaveorienterte selvtilliten større påvirkningskraft enn den generelle blant våre informanter. Når det kommer til holdninger og verdier kommer det frem at disse har hatt stor betydning og det er flere av informantene som har blitt påvirket av holdningen til nære familiemedlemmer. Det er en sammenheng mellom entreprenøren og motivasjonen.

Videre viser funnene at støtten som entreprenørens familie har gitt, uavhengig av hvilken form denne støtten har kommet i, har hatt sterk påvirkning både på entreprenørens motivasjon og selve beslutningen.

I tillegg kan vi se at de interne ressursene har hatt sterk påvirkningskraft både på motivasjonen og beslutningen, men at denne påvirkningen ikke er like sterk som støtten fra familien. Blant de interne ressursene viser det seg at utdanning hadde liten påvirkningskraft, mens erfaring var den ressursen med størst påvirkningskraft. Samtidig som motoriske ferdigheter har betydning for beslutningen, da det å meste er viktig for informantene våre.

Når det gjelder entreprenørens motivasjon fant vi at de indre kildene til motivasjon var sterkere enn de ytre, blant våre informanter. De forskjellige kildene til motivasjon fungerte både som pull- og pushfaktorene for informantene våre. De hadde mange ulike kilder til indre motivasjon, den som kom sterkest frem var behovet for selvmotivering. Behovet for selvstendighet var en sterk motivasjonsfaktor som gikk igjen hos flest informanter, og fungerte som en pullfaktor som trakk informantene mot beslutningen om å starte for seg selv. Samtidig som behovet for fleksibilitet var en sterk pushfaktor for dem.

Beslutningen om å starte for seg selv er en prosess alle våre informanter gjennomgikk, men hvor omfattende denne prosessen var, varierte blant dem. For noen var det en kort prosess, mens for andre tok den lengre tid og måtte bearbeides i større grad.

Som vi ser er det flere faktorer som kommer sterkere frem etter analysen, vi vil derfor i neste kapittel drøfte funnene våre og prøve å gi svar på forskningsspørsmålene og problemstillingen vår.

6 Drøfting og konklusjon

I forrige kapittel så vi hvilke ulike faktorer som påvirket våre informanter til å ta beslutningen om å starte egen bedrift. Vi vil i dette kapitlet drøfte funnene våre i forhold til det teoretiske grunnlaget vi presenterte tidligere i oppgaven.

Vi har, i denne oppgaven, forsket på kvinnelige entreprenører og dette er et tema som er i fokus. Fra politisk hold ble det, i 2008, ytret et ønske fra daværende regjering om å øke andelen kvinnelige entreprenører i Norge til 40 prosent (Regjeringen, 2008). Til tross for dette viser det seg at det har vært en nedgang blant kvinnelige entreprenører (Alsos et al., 2013). Forskning viser at kvinner ikke ser på entreprenørskap som et godt karrierevalg for seg selv (Alsos et al., 2012), men likevel finnes det mange kvinnelige entreprenører i Norge som har suksess. Sistnevnte entreprenører har vært vår fokusgruppe og vi har sett på litteratur knyttet til hva som påvirker beslutningen om å starte egen bedrift. Dette gjør at vi kommer tilbake til problemstillingen vår: *«Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?»*.

For å hjelpe oss å svare på problemstillingen har vi utviklet tre forskningsspørsmål, som tar for seg de faktorene vi mente hadde betydning for beslutningen om å starte egen bedrift. Vi vil nå drøfte funnene opp mot forskningsspørsmålene, og prøve å gi et svar på dem.

6.1 Hvordan påvirker motivasjon beslutningen?

Mennesker blir motivert av forskjellige faktorer, og vi ser på motivasjon som en drivkraft for noe som skal gjennomføres. Våre funn tilsier at motivasjon var en viktig faktor som påvirket beslutningen til våre informanter. Videre fant vi at det var variasjon i hvilken form denne motivasjonen kom i, det var både likheter og ulikheter i hva som motiverte informantene. Vi skal nå drøfte de ulike faktorene nærmere.

Våre informanter fortalte i kapittel 5.2.1 om ulike indre motivasjoner som var med på å drive dem til å ta beslutningen om å starte egen bedrift. Det viser seg at selvmotivering og frihet er de sterkeste faktorene for indre motivasjon blant dem. Ser vi funnene våre opp mot teorien om indre motivasjon, kommer det frem blant informantene våre at den indre motivasjonen har betydning. Spurkeland (2011) sier at den indre motivasjonen er det som er i oss, og er drivkraften til selvmotivering. Våre informanter verdsetter motivasjonen forskjellig, men en

felles faktor for indre motivasjon blant dem er muligheten til å styre sin egen hverdag (selvmotivering). Mens andre igjen hadde en indre motivasjon i form av frihet. Dette kan for eksempel være at de klare å kombinere det å ha småbarn og jobbe med oppstarten av bedriften. Funnene våre utdyper det som står i teorien da Spurkeland (2011) mener at den indre motivasjonen er drivkraft for selvmotivering.

Funn viser at den pullfaktoren som hadde størst betydning for samtlige av våre informanter var behovet for selvstendighet. I teorien så vi på fire ulike typer pullfaktorer (Jf. Kapittel 2.3.2) og hvordan disse kan påvirke entreprenørene. Som det framkom i analysen, hadde de forskjellige pullfaktorene ulik betydning for beslutningene til våre informanter. I teorien kom det frem at kvinner ønsker å være sin egen sjef og styre over sin arbeidsdag (Kirkwood, 2009). Behovet for selvstendighet handler ikke nødvendigvis kun om et ønske å være sjef, men det kan også være muligheten til å strukturere arbeidsdagen. På denne måten gir selvstendighet muligheten til å gjøre kombinasjonen av jobb og familie enklere. Er det mulig å tenke seg at selvstendighet også kan gi noen svake sider til bedriften?

En annen faktor som er nevnt i teorien er behovet for utfordringer. Gjennom analysen har vi kommet frem til at flere av informantene våre ble motivert av behovet for utfordringer. Dette er i følge en undersøkelse et ønske kvinnelige entreprenører har (Kirkwood, 2009). Men det er mulig å tenke seg til at behovet for utfordringer ikke er en motivasjonsfaktor i seg selv men derimot at det er belønningen man får hvis man klarer å gjennomføre utfordringen som er motivasjonen. En slik belønning er gjerne i form av penger eller selve bedriften. Penger er også en form for pullfaktor som, i følge Kirkwood (2009) kan være motiverende for noen kvinner, men ikke for alle. Det kom frem i analysen at ingen av våre informanter så på penger som en viktig faktor for beslutningen om å starte bedrift. Funnene viser derimot at flere av dem verdsatte at bedriftene deres har gitt dem bedre økonomi. Det er mulig at pengene var en underliggende faktor som påvirket beslutningen deres.

Det vi ser fra analysen er at flere av informantene våre ikke har en sterk ytre motivasjon i form av penger. Men det kommer frem at blant dem er det to som ser på penger som en sterk ytre motivasjon. De legger ikke skjul på at pengene har hatt stor betydning for beslutningen, men det kan også tenkes at denne motivasjonen har kommet etter at bedriften har blitt etablert og de har begynt å tjene gode penger. En annen mulig forklaring er at pengene er en ytre motivasjon for å fortsette med bedriften og ikke at dette påvirket deres beslutning om å starte

bedriften i utgangspunktet. Spurkeland (2011) sier at den ytre motivasjonen ofte er motivasjon som må tilføres for at mennesker skal bli motivert. Slik motivasjon oppstår gjerne hvis man har et ønske om å prestere, derfor blir det gjerne sett på som utbytte og prestisje (Spurkeland, 2011). Vi mener at penger ikke er en stor ytre motivasjon for våre informanter, da de tilsynelatende verdsetter den indre motivasjonen i langt større grad. Årsaken til forskjellen i teorien og empirien kan komme av at de kvinnelige entreprenørene ikke ønsker fokus på penger, samtidig som de ikke har et ønske om vekst i bedriften. Den ytre motivasjonen kan vi se i sammenheng med de ulike pushfaktorene. I teorien om pushfaktor så vi at dette kan være en negativ faktor. Slike faktorer kan ses på som tvangsfaktorer, det kan være at man blir tvunget til å utføre en handling (Spilling, 2006). Denne blir delt inn i tre ulike pushfaktorer. Det kommer frem i vår analyse at flere av informantene våre hadde et sterkt ønske om å bytte jobb. Et slikt ønske kan hjelpe på lysten om å starte egen bedrift. Det å bytte jobb kan være både en positiv og en negativ faktor for entreprenøren, og de forskjellige informantene våre vil ha ulike målsetninger med å bli påvirket av en slik pushfaktor. Men er det slik at motivasjonene til entreprenøren blir sterkere med å ha et ønske om å bytte jobb? På en annen side så har lysten til å bytte jobb vært en sterk motivasjon for våre informanter, da bedriften i dag går godt og noen har til og med utviklet vekst.

Gjennom analysen har vi funnet at fleksibilitet er et sentralt tema blant våre informanter, hvor flere av dem forteller at muligheten for å oppnå fleksible arbeidsdager var en viktig pushfaktor som påvirket beslutningen om å starte egen bedrift. I følge DiMartino og Barbato (2003) er fleksibilitet i hverdagen viktig for kvinnelige entreprenører, og den blir enda viktigere når de gifter seg og får barn. En mulig årsak til dette kan være at samtlige av våre informanter var gift og hadde barn før beslutningen om å starte for seg selv ble tatt. For så vidt kommer det frem at informantene har oppnådd denne fleksibiliteten først i etterkant av oppstarten, og flere av dem forteller at de jobber mer enn de ville gjort i en vanlig jobb. Sett i et slikt lys har fleksibiliteten som motivasjon mye å si for valget om å starte for seg selv, derimot er kanskje muligheten for å jobbe åtte til fire borte. Det er rimelig å tro at entreprenøren må være tilgjengelig for de ansatte i bedriften, og muligheten for å måtte stille opp om noen blir syke er større i egen bedrift.

Det som er veldig interessant å se i vår analyse, er at for en av våre informanter har mistrivsel vært en pushfaktor for å ta valget om å starte egen bedrift. Sett i et slikt lys er det rimelig å tro

at denne informanten ikke hadde det så bra på sin daværende jobb, og at motivasjonen for å starte for seg selv derfor ble ekstra sterk.

Vi har ved å drøfte motivasjonen til våre informanter opp mot det teoretiske grunnlaget sett at motivasjon er et komplekst tema og at det har en stor betydning for beslutningen. Det kommer også frem at den samlede motivasjonen er en kombinasjon av alle de forskjellige typene. Det viser seg derimot at den ikke har like stor betydning som vi antok når vi startet vår forskning. Derfor vil vi i det neste delkapittel se på familiens påvirkningskraft.

6.2 Hvordan påvirker familien beslutningen?

Gjennom intervjuene har vi fått et innblikk i hvordan de ulike informantene har blitt påvirket av familien i beslutningsprosessen. Det kommer frem at familien har hatt stor betydning for samtlige av våre informanter. I teorien kommer det frem at kvinner i større grad enn menn påtar seg ansvaret for familien og hjemmet (Alsos og Ljunggren, 2006). Men kan det tenkes at familien påvirker beslutningen om å starte for seg selv?

Familien er en viktig faktor for samtlige av våre informanter, alle forteller om hvordan familien har støttet beslutningen deres, samt at de har hjulpet til i oppstartsfasen til bedriften. Som Frode Thuen sa, i Abdli og Misje (e24.no, 4. avsnitt, 2012) «*Hvis man har et bra familieliv og ting fungerer hjemme, så tåler man gjerne belastninger av press på jobb bedre*» På den ene siden er mulig å tenke seg til at familien er en viktig ressurs som får hverdagen til å gå rundt. På den andre siden legger en entreprenør mye tid og energi i oppstarten av bedriften, og har man på dette tidspunktet ikke noen som kan ta vare på ungene kan det bli vanskelig å få startet bedriften. Men er det virkelig slik at familien har så stor påvirkning på entreprenøren? Det kommer også fram i intervjuene at informantene våre er sterke personer, der familien vet at har de først bestemt seg for å starte bedrift, er det vanskelig for familien å snakke dem fra det.

Fra intervjuene kommer det frem at flere av informantene våre har familiemedlemmer som også har startet egen bedrift. I henhold til family embeddedness perspektivet (Jf. Kapittel. 2.5.2) kan vi se at familien kan påvirke blant annet våre normer, holdninger og verdier. Med grunnlag i dette er det mulig å si at for de av entreprenørene som har familiemedlemmer som også har vært entreprenører, har fått mye hjelp og råd fra disse når beslutningen og

tankeprosessen var startet. Aldrich & Cliff (2003) sier at en entreprenør vil derfor søke råd hos, og bli påvirket av sin familie før man bestemmer seg for å starte en bedrift. Her ser vi at teorien underbygger det våre informanter sier. Men kan det også tenkes at disse informantene har blitt påvirket av sine familiemedlemmer allerede fra en ung alder, slik at de ble mer positivt innstilt mot en karriere som entreprenør? Det at andre har kunnskap og erfaringer kan være en god ressurs for entreprenøren som dermed har mulighet til å tilegne seg kunnskap om å starte egen bedrift. Men er det mulig å tenke seg til at hvis ikke familien hadde denne kompetansen, ville da informanten valgt ikke å starte bedrift?

Økonomisk sikkerhet fra andre i familien har hatt betydning for informantene våre. Beslutningen om å starte for seg selv ble gjort lettere, siden familien ville klare seg uten hennes inntekt i en periode. På den ene siden kan vi si at familiens ressurser har påvirkningskraft når en slik beslutning skal tas. På den andre siden ser vi at flere av informantene våre ikke hadde den samme støtten fra familien og klarte fortsatt å starte sine bedrifter. Derimot har disse informantene fått sterk moralsk støtte fra sine familier, det er derfor mulig å tenke seg til at denne formen for støtte er viktigere enn finansiell støtte. Fra et annet ståsted så ser vi at familien har hatt så stor tro på ideen og bedriften at informanten har fått muligheten til å sette huset i pant, for å klare å gjennomføre oppstarten av bedriften. Det er klart at her har familien stor betydning ikke bare for valget om å starte opp, men også den videre driften. Det er ikke bare bedriften som settes i fare, men også familiens økonomi og framtid. Det er rimelig å si at familien har et godt samhold og stoler på de beslutningene som entreprenøren har tatt for å kunne realisere drømmen om å starte egen bedrift.

I kapittel 6.1 så vi på hvordan motivasjonen påvirket beslutningen, her kom det fram at fleksibilitet var en viktig motivasjonsfaktor for våre informanter. Det er mulig å trekke en linje mellom fleksibilitet som motivasjon og familien som påvirkning. Som nevnt tidligere (Jf. Kapittel. 2.3.2) har vi sett at kvinnelige entreprenører ønsker seg fleksible arbeidsdager for å kunne ivareta sin rolle i familien. Her er det snakk om at entreprenøren har mulighet til å ha fleksible arbeidsdager, og på denne måten har muligheten til å kunne kombinere jobb og familien. Ved fleksibiliteten har de mulighet til å ha nok energi til å fungere på jobb, og samtidig ha nok energi til å kunne ta med barn på ulike aktiviteter.

Generell påvirkning fra familien ser vi at samtlige av informantene har fått. Det er ikke en som ikke har fått støtte fra familien. På den ene siden er det positivt med støtte fra familien og at du som entreprenør har noen som hjelper deg på veien til å nå drømmen om å starte egen bedrift, men på den andre siden er det viktig å skille mellom bedrift og familie. Det er kanskje ikke alltid like lurt å la familien få stor påvirkning i bedriften?

Når det kommer til barn og bedriften ser vi i analysen at det er noen som har måtte kombinere oppstart av bedrift og småbarn. Dette kan være en vanskelig prosess, og det å få hverdagen til å gå rundt kan være problematisk. Det kom frem i analysen at kombinasjonen av spedbarn og oppstart av bedrift var krevende og at barna ble nedprioritert i perioder, samt at dårlig samvittighet ble utviklet. Aslesen (2002) forteller at fokuset vil ligge på ansvaret kvinner har i familien og hjemmet, og derfor antas det at disse faktorene blir lagt til grunn for at kvinner ønsker å starte opp og drive egen bedrift for å tilpasse familien. Sett i sammenheng med dette er det mulig å tenke seg at familien kan ha en negativ påvirkning på beslutningen om å starte egen bedrift. Om den kvinnelige entreprenøren har barn de må ta vare på hjemme, kan det være vanskelig å få hverdagen til å fungere, samtidig som dette utdyper teorien, da kvinner ønsker å ta vare på familien.

Vi har ved å drøfte familiens påvirkningskraft på våre informanter opp mot litteraturen sett at familien har vært den største kilden til påvirkning på våre informanter. Denne påvirkning har kommet i mange forskjellige varianter, inkludert gjennom normer, holdninger og verdier fra en ung alder, men også gjennom støtte, enten den har vært moralsk, fysisk eller finansiell. Samlet sett viser det seg at familien har hatt større betydning enn det vi trodde i starten. Det kommer også frem at familien har betydning på motivasjonen til entreprenøren, da familien er med på å gi støtte og tilbakemeldinger som kan motivere entreprenøren både i positiv og negativ retning. I det neste delkapittelet skal vi drøfte hvilken betydning ressurser har for beslutningen om å starte egen bedrift.

6.3 Hvordan blir beslutningen påvirket av ressurser?

Funn viser at ressurser ikke har stor påvirkning for oppstarten av bedrift, men derimot så har de betydning i etterkant av oppstarten. For å starte en bedrift trenger man ulike ressurser tilgjengelig (Kessler og Frank, 2009), og i teorien definerte vi ressurser (Jf. Kapittel 2.4.1). Vi stilte spørsmål om hvilke ressurser som var viktig for å starte opp bedriften. Det var ulike svar som kom fra informantene våre, men vi vil påpeke at funnene våre ikke nødvendigvis er mer

gyldige enn informantene vi har intervjuet. Selv om våre funn støtter opp om de teoretiske antagelsene og tidligere forskning.

Menneskelig kapital er en av de interne ressursene vi snakket om i teoridelen av denne oppgaven. Utdannelse og erfaring er i følge Foss og Ljunggren (2006) en form for denne typen ressurs, men Carter et al. (2002) mener at kreativitet, avgjørelser og innsikt er eksempler på andre typer menneskelig kapital. Gjennom analysen har vi funnet eksempler på informanter som innehar kreativitet og en lyst til å skape noe med denne. Men hvordan påvirker dette, beslutningen om å starte egen bedrift? På en side kan vi tenke oss at denne kreativiteten og skaperlysten gir opphav til det produktet eller tjenesten bedriften skal tilby. Men på annen side kan vi tenke oss at dette alene, ikke er nok til å kunne ta en slik avgjørelse. Det må ses i sammenheng med andre faktorer.

I teorien snakket vi om utdanning som en intern ressurs og at det i Norge er langt flere kvinner enn menn som tar høyere utdanning (Statistisk sentralbyrå, 2014). Det er rimelig å tro at utdanning er en viktig ressurs for kvinner som er i ferd med å bli entreprenører. Men er det virkelig slik? Funn fra analysen tyder på at utdannelsen ikke var en viktig faktor for våre informanter. Det viser seg at utdannelse kun var viktig for en av dem. Det er mulig å tenke seg til at denne informanten har valgt å starte bedriften sin i en bransje der utdanning er svært viktig for driften og ulike kunder. I dette tilfellet kommer det frem at hun hadde utdannelse innenfor to ulike fagfelt. Det kan tenkes at denne kombinasjonen av to forskjellige utdannelser ga henne en følelse av at hun kunne håndtere alle de ulike sidene ved å drive egen bedrift.

Funn viser at sosiale ressurser har betydning for beslutningen om å starte egen bedrift. Det er spesielt en sosial ressurs som fremkommer som viktig for beslutningen, dette er motoriske ferdigheter. Det er rimelig å tro at denne typen ferdighet er en viktig ressurs for kvinnelige entreprenører, da det er mulig at denne ferdigheten øker motivasjonen og selvtilliten til kvinner. I teorien snakket Gundersen og Moynahan (2006) om motoriske ferdigheter, de forteller at dette er ferdigheter som handler om hvordan man mestrer ulike aktiviteter. Det er snakk om ferdigheter som krever øvelse og det vil være ulike nivåer av mestring. Med en slik mesting er det mulig å anta at ferdigheter som kvinner håndterer sterkt er en viktig ressurs og motivasjon for oppstarten av bedriften. Vet kvinner at dette er noe de er gode på, så er det mulig å anta at det er enklere for dem å fremme seg selv og bedriften. Men er det mulig at

mestingsfølelsen og ferdigheten kan gå for langt, og kvinner kanskje begynner å få samme holdningen menn?

Kanskje er det dette som skal til, at kvinner får mer selvtillit og med motoriske ferdigheter så kan kvinner vise seg like mye frem som det menn gjør.

Under eksterne ressurser i teorien snakker vi om finanskapital og nettverk, her så vi på hvordan disse ressursene kan være med på å påvirke beslutningen om å starte egen bedrift. Det som kommer frem er at de eksterne ressursene har ulik betydning for våre informanter, og at ikke alle faktorene spiller like mye inn i alle casene.

Funn fra analysen viser i tre av våre fem caser at behovet for å hente økonomiske ressurser fra eksterne kilder ikke var til stedet. Det kan tenkes at for disse tre informantene var dette ikke en faktor som påvirket beslutningen om å starte egen bedrift. Men på den andre siden ser vi at for to av dem har kapitalen hatt stor betydning for oppstarten. Det kom frem i analysen at disse informantene var avhengig av kapital for å kunne starte bedriften, der en av dem møtte motstand i banken. Her kan vi se tegn til at teorien til Colemann (2000) stemmer for denne informanten, da hun virket forsiktig i møte med banken og kanskje litt for passiv.

Fra teorien husker vi at i følge Foss og Bye (2002) har kvinner mer fokus på venner og familie i sine nettverk sammenlignet med menn. Vi har ikke hatt fokus på å sammenligne kvinner og menn, så vi kan ikke uttale oss om likheter og ulikheter mellom kjønnene i forhold til nettverk. På den ene siden tilsier funn i analysen at samtlige av våre informanter mener at nettverket deres er en viktig ressurs. Men på den andre siden viser det seg at nettverket ikke var like viktig i forkant av beslutningen om å starte egen bedrift som i etterkant. En mulig forklaring på dette er at informantene gjorde et bevisst valg om ikke å bruke nettverket aktivt før bedriften var etablert. Foss og Bye (2002) skilte også mellom sterke og svake bånd i nettverket, og disse båndene gir ulike handlingsrom. I analysen fant vi at informantene våre har delte meninger om viktigheten til, og bruken av, nettverket. På den ene siden ser vi at de sterke båndene i nettverket har hatt stor betydning for beslutningen om å starte for seg selv. Mens på den andre siden har de svake båndene i nettverket tilsynelatende ikke hatt særlig innflytelse på selve beslutningen, men har fått en viktigere rolle etter at bedriften var etablert. Samlet sett er nettverket en faktor som kan påvirke beslutningen om å starte for seg selv, det viser seg at informantene våre har delte meninger om hvor mye en skal bruke nettverket sitt. Enkelte sier at man bør bruke nettverket for det det er verdt, mens andre mener at man bør

være litt mer forsiktige for ikke å «bruke opp» kontaktene i nettverket. Men er det virkelig slik, eller kan det tenkes at man bør finne et balansepunkt?

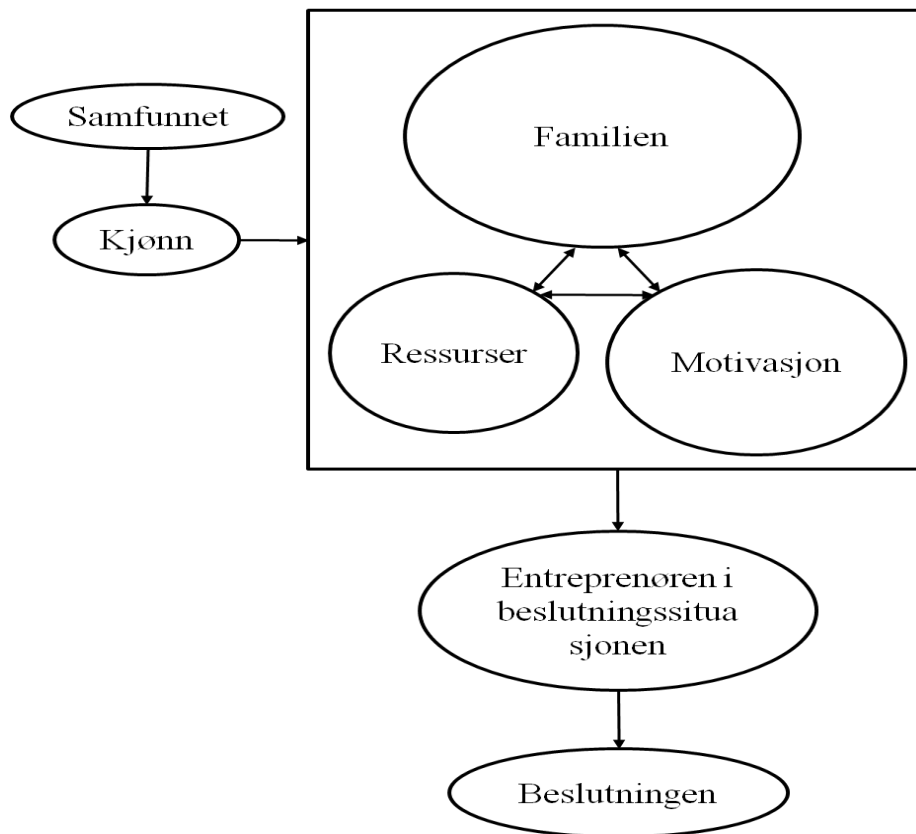
Gjennom drøfting av hvilken påvirkning ressurser har på beslutningen i forhold til litteraturen har vi sett at de forskjellige typene ressursene har hatt ulik betydning for våre informanter. For enkelte har utdanningen vært en viktig ressurs, mens for andre har erfaring hatt større betydning. De menneskelige ressursene er verdsatt svært ulik, og for våre informanter er denne typen ressurs nokså sterk. Det vi ser er at utdanningen er mindre viktig, mens erfaringen og kreativiteten informantene sitter inne med, har gitt større utslag for beslutningen. Ser vi på de eksterne ressursene er det tydelig at finanskapitalen hadde svært lite å si for våre informanter, da behovet for lån ikke var tilstede. Derimot er det klart at nettverket som ekstern ressurs hadde mer betydning for beslutning, og særlig det sterke nettverket som er familien. Det er tydelig at ressursene har innvirkning på motivasjonen, da de tilgjengelige ressursene som entreprenøren har er med på å skape en motivasjon og mulighet til å ta beslutningen om å starte egen bedrift. Samlet sett ser vi at ressursene har svært variert betydning og at ressursene har en mindre påvirkning på beslutningen enn familien og motivasjonen.

6.4 Konklusjon

«Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?»

For å besvare problemstillingen har vi gjennomført en kvalitativ undersøkelse i form av dybdeintervju med seks kvinnelige entreprenører fra fem ulike bedrifter. Dette gjorde vi for å få en forståelse av beslutningsprosessen som ledet til at de sa opp jobben for å starte sin egen bedrift.

Gjennom den teoretiske delen av denne oppgaven har vi fått en forforståelse av temaet. Her presenterte vi forskjellig litteratur som skulle bidra til å forklare denne beslutningen. Basert på denne litteraturen utviklet vi, i kapittel 2, en forskningsmodell som skulle illustrere hvordan de ulike faktorene påvirket beslutningen. På bakgrunn av funnene våre fra analysen har vi utviklet en ny modell, som vist i figuren under. Denne figuren tar for seg de viktigste funnene våre, og viser hvilke faktorer som har hatt størst betydning for beslutningen om å starte egen bedrift.



Figur 11 Ny forskningsmodell

Det vi ser gjennom intervjuene er at samfunnet påvirker måten vi ser på kjønn, altså hvilken betydning det har om man er kvinne eller mann. Dette kommer til uttrykk i enkelte av intervjuene, der informantene deler noen av sine tanker om hva de mener det betyr å være kvinne eller mann. Noen av disse tankene er veldig stereotypiske i forhold til betydningen av det å være kvinne i Norge. Funnene i analysen viser at fordelingen mellom manns- og kvinnedominerte bransjer blant informantene våre er tilnærmet lik. Det at kvinner tør å satse i mannsdominerte yrker er et viktig funn på at «den som intet våger, intet vinner». Selv om samfunnet har vært med på å forme synet på kjønn, så viser funn fra analysen at kvinner ser ned på seg selv. Det er her viktig for kvinner å vise hva de er gode for, og heller bygge hverandre og seg selv opp. På denne måten vil kanskje flere våge å starte egen virksomhet. Kjønn kan ha ulik betydning for den enkelte, men det fremkom fra intervjuene at samtlige av våre informanter tror samfunnet har vært delaktig i å forme synet på kvinner.

Dermed ser vi at kjønn har betydning for faktorene familie, motivasjon og ressurser. De forskjellige faktorene har ulik betydning for entreprenøren i beslutningssituasjonen. Dette fremkommer i modellen over, der størrelsen på sirklene representerer betydningen til den

enkelte faktor. Vi fant at familien har størst betydning, dernest motivasjonen etterfulgt av ressursene som hadde minst betydning for våre informanter. Disse faktorene har i tillegg påvirkningskraft på hverandre og tilsammen er de med på å påvirke entreprenøren i selve beslutningssituasjonen. Entreprenøren foretar en beslutning basert på sin egen selvtillit og de ulike påvirkningsfaktorene som kommer fra normer, verdier og holdninger. På bakgrunn av dette blir beslutningen om å starte for seg selv tatt.

Basert på funn i analysen ser vi at det er familien som er den største påvirkningsfaktoren for at kvinnelige entreprenører skal satse på egen bedrift. Det kommer klart frem at familien har en sterk påvirkningskraft på entreprenøren, og at deres mening har mye å si. Derfor ser vi i modellen over, at familien er illustrert med en stor sirkel, da denne faktoren har større påvirkningskraft enn de andre faktorene vi har sett på.

Når det kommer til motivasjon har også den betydning, da det er ulike former for motivasjon som er med på å påvirke entreprenøren. Det som er et spennende funn er at pengene ikke er den største kilden til motivasjon, men at fleksibilitet og muligheten til å styre sin egen arbeidshverdag har vært viktige faktorer for våre informanter, og har dermed bidratt til å gjøre beslutningen om å satse på egen bedrift enklere.

Det som er et meget spennende funn er at ressursene har svært liten påvirkning i forhold til de andre faktorene. Det kommer tydelig frem i våre funn at ressursene ikke er så viktig for beslutningen. Flere av våre informanter fortalte i intervjuene at utdanning og nettverk er ressurser som er blitt fokusert mer på i etterkant av oppstarten til bedriften. Av de interne ressursene er det de sosiale ressursene som har hatt størst betydning for beslutningen, og særlig de motoriske ferdighetene. Samtidig som kapital ikke har vært en utfordring, da svært få har hatt behov for å ta opp lån i bank.

Det vi har sett er at disse tre faktorene påvirker hverandre, og i denne sammenhengen har stor betydning for beslutningen. Gjennom drøftingen kommer det frem at det er forretningsideen og ressursene, i tillegg til familien som er med på å øke motivasjonen til entreprenøren. Ved å styrke motivasjonen til entreprenøren vil det bli enklere å «ta steget» og starte for seg selv. Samtidig kan en sterk motivasjon ha innflytelse på ressursene til entreprenøren, i den forstand at hvis hun er sterkt motivert vil hun legge større innsats i anskaffelsen av ressurser. Økt tilgang på ressurser har positiv påvirkning på beslutningen. Det viser seg også at ressursene og familien henger sammen da familien er en potensiell kilde til ressurser. Ser vi på ressursenes påvirkning på familien, kan denne ses i negativ sammenheng. Hvis entreprenøren

ikke har nok egenkapital, er det mulig at hun må sette huset i pant, og dermed får ressursene en potensiell negativ betydning for familien.

I forhold til selve entreprenøren i beslutningssituasjonen er påvirkningen fra andre faktorene viktig, men like viktig er troen entreprenøren har på seg selv. Selvtilliten til entreprenøren spiller en sentral rolle, og det kan være vanskelig for henne å starte bedrift om hun ikke har tro på seg selv. Vi har også hatt fokus på selvtilliten til entreprenørene, da det er mulig å tenke seg en sammenheng mellom oppstart av bedrift og den selvtilliten en entreprenør må ha for å ta beslutningen. Selv om vi ikke har stilt direkte spørsmål om selvtillit i intervjuene, har vi gjort funn i analysen som forteller oss om dette temaet. Ut i fra disse funnene virker det som at våre informanter har høy selvtillit, men på den andre siden mener vi at uten selvtilliten ville nok ikke entreprenøren hatt troen på seg selv og bedriften. Det at informantenes selvtillit blir tolket som høy i dag, betyr ikke at selvtilliten var høy på det tidspunktet informantene våre bestemte seg for å si opp jobben for å starte for seg selv. Dermed er det mulig at det er andre forhold som kan forklare hvorfor de tok den beslutningen på det tidspunktet. Det kan tenkes at teorien om planlagt adferd kan benyttes til å forstå dette valget på en bedre måte.

Det hjelper ikke at andre støtter og heier deg frem om ikke du selv har tro på at ideen er gjennomførbar. Det å kunne klassifisere informantene i de forskjellige entreprenørkategoriene kan være vanskelig før bedriften er startet opp, men det vi ser etter intervjuene og av funn i analysen er at informantene våre har blitt kategorisert under to kategorier. Disse er karriereentreprenøren og kombinasjonsentreprenøren.

Helt til slutt ser vi på selve beslutningen. Det som er meget interessant er at måten beslutningen er tatt på er svært forskjellig hos de ulike entreprenørene. Noen har vært veldig spontane og bare hoppet rett i det, mens andre har brukt mer tid på prosessen. Fra intervjuene kommer at frem at to av våre informanter har brukt noe mer tid på å ta beslutningen. Ideen har vært der, med de turte ikke å satse på den i første omgang. Det er mulig å tenke seg at disse informantene kanskje ikke følte seg helt klar for å ta steget og det var et behov for å la ideen modne. På en annen side er det kanskje lurt å ha en god tankeprosess og bruke tid på valget slik at det er mer gjennomtenkt. Og om enn skulle være så uheldig å møte på problemer, så er det muligheter for å rette opp i dette.

Når det kommer til de tre andre informantene våre, har de vært mer spontane og bare «hoppet» i det å starte egen bedrift. Beslutningsprosessen har for disse informantene vært

kort, og kanskje ikke like gjennomtenkt som i de to andre casene. Det som er spesielt her er at informantene var så motiverte på dette tidspunktet, at de valgte dermed å si opp jobben sin for å satse på forretningsideen.

Som vi ser, er det ulike faktorer som påvirker beslutningen om å starte egen bedrift, og faktorene vil være forskjellig for ulike individer og det er helt sikkert flere faktorer som kan påvirke kvinnelige entreprenører til å ta beslutningen.

6.5 Svakheter med oppgaven

På grunn av vår egen begrensning i forhold til utvalg av informanter, har vi ikke kunnet tatt i betraktning hvordan entreprenørenes familie opplevde overgangen fra ansatt til egen sjef som våre informanter gjennomgikk. Videre har vårt valg om kun å fokusere på kvinnelige entreprenører utelukket muligheten til å sammenligne hvordan menn opplever de ulike påvirkningsfaktorene.

Det som kommer frem i vår oppgave er hvordan våre informanter har opplevd de ulike faktorenes påvirkning på beslutningen, det er derfor ikke mulig for oss å si noe om hvordan andre kvinnelige entreprenører opplever det. Mennesker er forskjellige og det som er en viktig påvirkningsfaktor for en person er ikke nødvendigvis viktig for en annen. Med et utvalg som består av 6 informanter er det gitt vi ikke kan si noe på generelt grunnlag om hva som påvirker alle kvinnelige entreprenører.

I etterkant ser vi at det er noen spørsmål vi med fordel kunne omformulert eller gått nærmere inn på. Blant annet kunne vi forsøkt å gå mer i dybden på informantenes bruk av nettverket. Vi kunne i tillegg undersøkt familieforholdene nærmere.

6.6 Videre forskning

Denne oppgaven har tatt for seg kvinnelige entreprenører og hva som påvirker dem til å si opp jobben for å starte egen bedrift. Det kunne vært interessant og sett på hva som påvirker menn til å starte egen bedrift og sammenlignet dette med kvinner. Dette for å se på om det er store forskjeller i påvirkningene, og betydningen de ulike faktorene har for beslutningen for de ulike kjønnene.

En annen interessant undersøkelse kunne være å ta utgangspunkt i kvinner som vurderte å starte egen bedrift men som valgte ikke å gjøre det allikevel. Slik at man kunne sammenligne disse kvinnene, for å se på hvilke faktorer som gjorde at noen valgte å starte opp, mens andre valgte ikke å gjøre det.

Siden familien er en så stor faktor for de kvinnelige entreprenørene i vår studie, kunne det vært interessant og sett mer på betydningen av familien i forhold til det å starte sin egen bedrift. Er balansen mellom entreprenører og familien så sterk som man tror, eller kanskje partneren føler det annerledes. Det hadde kanskje vært mulig og gått litt mer inn i entreprenørens hverdag og sett på samspillet.

6.7 Implikasjoner

Vi har i denne oppgaven arbeidet med å identifisere hvilke faktorer som får en norsk kvinne til å si opp jobben, for å starte egen bedrift. Funnene våre forteller at det er flere faktorer som er viktige, men støtte fra familien har hatt størst betydning for våre informanter. Hvis flere familier blir bevisst på dette og velger å være positive og gi støtte til sine kvinnelige familiemedlemmer kan det tenkes at flere kvinner i Norge velger en karriere som entreprenør.

For de fleste av våre informanter var utdanning en faktor som hadde liten, eller ingen, påvirkning på beslutningen om å starte for seg selv. Funnene viser at blant våre informanter var det kun to av dem som hadde høyere utdanning, hvorav en startet bedrift basert på hennes utdanning. Dette til tross for at det er flere kvinner enn menn som tar høyere utdanning i Norge (Jf. Kapittel 2.4.2). Hvis myndighetene sørger for mer fokus på entreprenørskap innenfor flere fagfelt kan dette være med på gi flere kvinner lysten til å velge en karriere som entreprenør.

Referanseliste

Abdli. M og Misje.H.K. (07.10.2012) *Slik kombinerer du karrierer og familielivet*.
<http://e24.no/nyheter/slik-kombinerer-du-karriere-og-familieliv/20283224> Nedlastet
16.10.2014

Ahl, H.J. (2002), *The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*. Doktorgradsavhandling, Jönköping International Business School. Jönköping University: Jönköping, Sweden.

Aldrich.H.E. og Cliff. J.E. (2003) "The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing* 18,573–596

Alsos, G. A., Bullvåg, E., Kolvereid, L. og Åmo, B. W. (2012), *Entreprenørskap i Norge 2011*. Global entrepreneurship monitor. Handelshøgskolen i Bodø.

Alsos, G. A., Bullvåg, E., Clausen, T., Kolvereid, L. og Åmo, B. W. (2013), *Entreprenørskap i Norge 2012*. Global entrepreneurship monitor. Handelshøgskolen i Bodø.

Alsos, G. A. og Ljunggren, E. (2002) *Betydningen av kjønn i etableringsprosessen*. I *Entreprenørskap Kjønn, livsløp og sted.*, Berg, Gunnerud, Nina., Foss, Lene., (red) Oslo: Abstrakt forlag.

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

Bandura, A. (1982) *Self-efficacy mechanism in human agency*. *American psychologist*, Vol 37, No. 2, Februar 1982.

Baron, R. A., Frese, M og Baum, R. J.(2007). *The Psychology of Entrepreneurship*. By Lawrence Erlbaum Associates Inc.

Berg, N. G. og Foss, L. (2002) *Kjønnsperspektiver på entreprenørskap- en introduksjon*. I *Entreprenørskap Kjønn livsløp og sted.*, Berg, Gunnerud, Nina., Foss, Lene., (red) Oslo: Abstrakt forlag,

Berg, N. G. (2002), *Kjønn, livsløp, sted og entreprenørskap – en teoretisk diskusjon*. i Berg, N. G., Foss, L. (red.), ”Entreprenørskap. Kjønn, livsløp og sted”. Oslo: Abstrakt forlag.

Berg, N. G. (1991). *Kjønnsperspektiv på entreprenørskap i distriktene*. Trondheim: Senter for samfunnsforskning. Allforsk, Universitet i Trondheim.

Bolstad, E og Sørensen, H.D, (2011) *Jakten etter arbeidsglede*. Tilgjengelig fra: http://no.ennova.com/media/18732/eei_no_2011.pdf Nedlastet 22.11.2014

Bygrave, W., D., og Hoefler C. W. (1991) *Theoricing about entrepreneurship*. Baylor university.

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, comtemporary classics*. Storbritannia: MPG Books

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

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

DiMartino, R. og Barbato, R. (2003) *Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators*. I: *Journal of Business Venturing* 18 (2003) 815 – 832. Elsevier Science Inc., 2003. Tilgjengelig fra: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.318.1347&rep=rep1&type=pdf> Nedlastet 16.03.15.

Farbrot, A (31.08.2009) *Motivasjon slår lønn* Tilgjengelig fra: <http://forskning.no/arbeid-ledelse-og-organisasjon/2009/08/motivasjon-slar-lonn> Nedlastet 16.11.2014

Foss, L C og Bye, P (2002) *Betyr kjønn noe for etablereres nettverk?* I: *Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted*. Abstrakt forlaget, 2002.

Foss, L. og Ljunggren, E. (2006). *Kvinnens entreprenørskap i Norge*. I: Perspektiver på entreprenørskap. 265-280. Jenssen, J,I., Kolvereid, L.,Erikson, T. Kristiansand S: Høyskoleforlaget.

Gedeon, (2010) *What is entrepreneurship?* Entrepreneurial practice review.1(3) Summer 2010

Gundersen. K og Moynahan. L (2006) *Nettverk og sosial kompetanse* Gyldendal Norsk forlag as. 1.utgave, 1.opplag 2006

Granovetter, M.S (1973) *The strength of weak ties: A network theory revisited*. I:Foss,L C& Bye, P (2002) «Betyr kjønn noe for etablereres nettverk?» I: *Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted*. Abstrakt forlaget, 2002.

Greve, A (1995) *Networks and entrepreneurship – An analysis of social relations, occupational background, and use of contracts during the establishment process* Scandinavian journal of management, 11 (1): 1-24.

Hatteland, Ø. (2012). *Etableringsprosessen*. I:Jenssen,J.,Kolvereid L.& Erikson,T. Perspektiver på entreprenørskap. Kristiansand: Cappelen Damm Høyskoleforlaget, s. 67-90. 2.utgave, 1.opplag.

Isaksen, E. J, & Kolvereid, L. (2005), *Growth objectives in Norwegian start-up businesses*. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2(1): 17-26.

Jacobsen, D.I. og Thorsvik, J. (2007). *Hvordan organisasjoner fungerer*. 3. utgave Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke A/S.

- Johannessen, A. Christoffersen, L. og Tufte P.A (2011). *Forskningsmetode for økonomiskadministrative fag*. 3. utgave Abstrakt Forlag.
- Kaufmann, G. og Kaufmann, A. (2009). *Psykologi i organisasjon og ledelse*. 4. utgave, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS
- Kessler, F. og Frank, H. (2009) *Nascent entrepreneurship in a longitudinal perspective: the impact of person, environment, resources and the founding process on the decision to start business activities* International small business journal 2009, Vol 27, 720-741
- Kirkwood, J., Tootell. B. (2008), *Is entrepreneurship the answer to achieving work-family balance?*. Journal of management & organization.14: 285-302.
- Kirkwood, J. (2009) *Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship*. *Gender in Management: An International Journal*, 24 (5), 346-364. Tilgjengelig fra:<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1800548> Nedlastet 17.03.2015
- Kuvaas, B (2009) *A test of hypotheses derived from self-determination theory among public sector employees*. Employee Relations. Volume: 31 Issue: 1 Tilgjengelig fra: http://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2009_Kuvaas_ER.pdf Nedlastet 07.04.2015.
- Kvale, S. og Brinkmann, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. 2. utgave Gyldendal akademiske forlag
- Martinsen, Ø.L. (2009). *Perspektiver på ledelse*. 3. utgave Gyldendal Akademiske Forlag.
- Nerstad C.G.L (30.01. 2012) *Suksess på jobben*. Tilgjengelig fra: <http://www.bi.no/forskning/Nyheter/nyheter-2012/suksess-pa-jobben/> Nedlastet 24.11.2014
- NSD Personvernforbundet for forskning. *Må prosjektet meldes?* Tilgjengelig fra: <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/> Nedlastet: 31.04.2015
- Nyeng, F. (2007). *Vitenskapsteori for økonomer*. Oslo: Abstrakte forlag AS.
- Regjeringen (2008) *Regjeringen vil styrke entreprenørskap balt kvinner*. Tilgjengelig fra:<http://www.regjeringen.no/nb/dokumentarkiv/stoltenberg-ii/nhd/Nyheter-og->

[pressemeldinger/pressemeldinger/2008/regjeringen-vil-styrke-entreprenorskapsb.html?id=499663](http://www.regjeringen.no/pressemeldinger/pressemeldinger/2008/regjeringen-vil-styrke-entreprenorskapsb.html?id=499663) Nedlastet 26.10.2014

Regjeringen (2009) *Handlingsplanen 2009-2013*. Tilgjengelig fra:

http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Vedlegg/REGA/Rapporter/entreprenorskapsi_utdanningen.pdf Nedlastet 27.11.2014

Ryan, R. M., og Deci, E. L. (2000). *Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions*. I: *Contemporary Educational Psychology* Vol. 25, Issue 1, January 2000 pp. 54–67. Tilgjengelig fra: http://ac.els-cdn.com/S0361476X99910202/1-s2.0-S0361476X99910202-main.pdf?tid=9befedde-fa1c-11e4-ad5a-00000aacb35e&acdnat=1431596331_469c32797bfbb11ba4015cb7c1dd77e3 Nedlastet 20.03.15

Ryen, A. (2002). *Det kvalitative intervjuet*. 3.utgave 2010. Fagbokforlaget.

Statistisksentralbyrå (22.5.2014) Fullførte utdanningen ved universiteter og høyskoler, 2012/2013. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/utdanning/statistikker/eksuvh> Nedlastet 03.11.2014

Selnes, F. (1999). *Markedsundersøkelse*, 4.utgave. Otta: Tano Aschehoug.

Shane, S. (2000). *Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities*. I: *Organization Science*, Vol. 11, No. 4, (Jul. - Aug., 2000), pp. 448-469. INFORMS. Tilgjengelig fra: <http://www.jstor.org/stable/pdf/2640414.pdf> Nedlastet 30.04.15

Spilling, O.R. (2006). *Entreprenørskap på norsk*. 2. utgave. Bergen: Fagbokforlaget.

Spilling, O.R. (2002) *Kjønn, entreprenørskap og foretaksledelse i norsk næringsliv – en statistisk oversikt*. I: *Entreprenørskap Kjønn, livsløp og sted.*, Berg, Gunnerud, Nina., Foss, Lene., (red) Oslo: Abstrakt forlag

Spurkeland, J. (2011). *Prestasjonshjelp*. Universitetsforlaget.

Store norske leksikon. (16.05.2014) *Ressurs*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/ressurs> Nedlastet 12.03.2015

Sørheim, T.I. (21.03.2015) *Mæland: - Nå er det viktigere enn noen gang at vi bygger opp flere næringer*. Tilgjengelig fra: <http://e24.no/jobb/maeland-naa-er-det-viktigere-enn-noen-gang-at-vi-bygger-opp-flere-naeringer/23419230> Nedlastet 13.05.15

Verheul, I., Thurik, R. (2001) *Start-Up Capital: Does Gender Matter?*. 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

Vifladd, E. & Hopen, L. (2004). *Helsepedagogikk. Samhandling om læring og mestring*. Oslo: NKLMS.

Widding. Ø.L (2012). *Forretningsplanen*. I:Jenssen,J.,Kolvereid L.& Erikson,T. Perspektiver på entreprenørskap. Kristiansand: Cappelen Damm Høyskoleforlaget, s. 45-66. 2.utgave, 1.opplag

Wood, R og Bandura, A. (1989) *social cognitive theory of organizational management*. *Academy of management review*, Vol 14, No. 3, 361-384.

Wormnes. B & Manger. B (2005) *Motivasjon og mestring*. Fagbokforlaget Vigmostad og Bjerke AS.

Yin, K, R. (2014). *Case Study Research, Design and Methods*. 5 utgave. Sage Publications, Inc

Åmo, B.W (2012). *Entreprenørskapsutdanning i endring*. Forlag Cappelen Damm

Vedlegg:

Vedlegg 1

Sammendrag av intervju:

Bliss Design AS

Bliss Design AS er et lite lysstøyper og butikk, som holder til i sentrum av Bodø og er eid og drevet av Kjerstin. Hun var, sammen med flere andre, med på å bygge opp konseptet Barbeint. Her startet hun som en vanlig ansatt før hun etter hvert fikk hovedansvar for salg og markedsføring. Sjefen tok på seg en mentorrolle ovenfor henne og lærte henne hvordan ting fungerte siden hun ikke hadde noen formell utdanning innenfor fagfeltet.

I sin neste jobb tok det bare to måneder før hun ble nestleder, med personalansvar for to avdelinger. Fordi hun alltid har hatt lyst til å skape noe, se endringer og starte egen bedrift. Tanken på å være sin egen sjef og styre sin egen hverdag, med alle utfordringer og fordeler som medfølger var en av motivasjonsfaktorene hennes. Avgjørelsen om å starte for seg selv ble ikke bare møtt med oppmuntrende og støttende ord fra de nærmeste, men venner og familie visste at når hun hadde bestemt seg så kom det til å skje. Hun tror at en av forskjellene på menn og kvinner er at menn er mer uredde i slike situasjoner, mens kvinner er mer opptatt av stabilitet og trygghet. Hun selv satte ikke huset på spill for å få bedriften sin opp å gå, men hun forteller at hun har kamerater som har gamblert med bestemorens hus. For henne var det ikke bare de økonomiske ressursene som var viktige, men familie og venner spilte også en viktig rolle. Faren var forretningsmann og et skapende vesen, han har jobbet seg fra bunnen og opp og dette har vært en kilde til inspirasjon.

Helse og velvære

Kari Normann opplevde etter en lang periode som ansatt i det offentlige, at hun var lei av byråkratiet. I tillegg liker hun å bestemme selv. Etter en middag med bekjente, som drev egen bedrift bestemte hun seg for å gjøre det samme. Hennes mann hadde relativt god inntekt slik at familien kunne klare seg med mindre inntekt en stund mens hun satte i gang prosessen med å starte egen bedrift. Dette innebar i starten en periode på skolebenken for å tilegne seg mer kompetanse.

Etter at bedriften var etablert gikk det ikke lang tid før hun så seg nødt til å ansette sin første medarbeider, og i dag har hun mange ansatte fordelt på flere avdelinger. I løpet av den første tiden opplevde hun mye motgang for sin forretningside fra tidligere kollegaer, mens hun fikk mye støtte og hjelp fra familien. Hun fikk stor økonomisk støtte fra Innovasjon Norge, dette ga henne muligheten til å starte bedriften uten å ta opp lån i banken. Men hun opplevde banken som streng, men rettferdig. En annen viktig ressurs for henne var nettverket hun hadde bygd seg opp i løpet av årene, og som hun brukte for det det var verdt.

Reddi AS

For Liv-Inger og Mette er selve fagfeltet deres en stor kilde til motivasjon. De sier at det er veldig spennende og gøy å være webredaktør, men de er samtidig fokuserte på at de skal være profesjonelle aktører. Begge hadde flere pullfaktorer som trakk dem mot beslutningen om å starte for seg selv. Disse inkluderer ønsket om å være egen sjef, å hjelpe flere bedrifter og større fleksibilitet i hverdagen. Beslutningen var nøye drøftet i hjemmet slik at de hadde klarsignal fra familien før de tok beslutningen om å starte for seg selv. De forteller at de ikke opplevde noe motgang, men tvert i mot mye støtte fra både familie og tidligere kollegaer.

Oppstarten av bedriften krevde lite økonomiske investeringer, da de kun hadde behov for et par datamaskiner og et enkelt kontor. Tidligere arbeidserfaring og nettverket var to viktige ressurser for etableringen av bedriften. Det kommer frem at nettverket spesielt var alfa omega for dem, for å få tjenesten deres ut i markedet.

Fruene cafe

Når det kommer til motivasjon, var det ulike faktorer som påvirket Tove. Hun er en av de to informantene våre som så på pengene som en sterk motivasjonsfaktor. Samtidig som hun hadde ulike pull og pushfaktorer som var med på å påvirke beslutningen hennes om å starte egen bedrift. Hun forteller at det var litt motgang i oppstartsfasen og at det var flere som var overrasket over at hun skulle si opp den faste stillingen sin.

En av hennes største motivasjonsfaktorer var familien, de hadde støttet opp om ideen hennes og hjulpet henne. Hun hadde barn som var veldig unge under prosessen med oppstart, slik at hun følte på den dårlige samvittigheten ovenfor barna. I ettertid er hun fornøyd med valget hun tok, og ser i dag hvor stolt barna er av bedriften.

Når vi ser på ressurser så er Tove en av våre informanter som hadde tatt opp lån for å finansiere bedriften sin. Samtidig som hun søkte og fikk støtte fra Innovasjon Norge, denne støtten var avgjørende for satsingen. I forhold til spørsmål om kjønn så tror Tove at det er forskjellige faktorer som motiverer kvinner og menn. Men hun mener at det ikke er pengene som kan styre det om man skal lykkes.

Luefabrikken

Gry-Anette har en forretningside som hun er stolt av og veldig glad i. Hun sier selv at bedriften er babyen hennes, og at den betyr mye for henne. Motivasjonen til Gry-Anette kommer fra innsiden, hun liker å skape og se at mennesker setter pris på det hun skaper. Samtidig som hun hadde flere pullfaktorer som trakk henne mot å ta beslutningen om å starte for seg selv. Familien var motiverende og hjalp til der de kunne. De stiller opp på messer i helgene og barna kommer med ulike forslag til motiver på nye luer. Hun møtte ikke noen form for motgang.

Hun forteller at i forhold til ressurser så hadde hun behov for veldig lite i oppstarten, det hun trengte var en symaskin. Samtidig som hun føler at kompetansen og utdanningen ikke er relevant for bedriften. Gry-Anette bruker nettverket hun har rundt seg så mye som mulig, denne bruken omfatter i størst grad bruk av de sterke båndene i nettverket. Hun forteller også at hun ikke er glad i å bruke bekjente for å spre budskapene sine på sosiale medier.

På spørsmålet om kjønn tror hun at det er litt ulike forventninger til kvinner og menn, men samtidig så tror hun ikke det er forskjellige motivasjonsfaktorer mellom kvinner og menn. Hun tror det er mer forskjeller på målet de har. Gry-Anette sier at hun tror menn er mer ”full pakke”, skal de først gjøre noe så går de all in med en gang, det blir ikke gjort noe halvveis.

Vedlegg 2

Intervjuguide:

Fortelle litt om oss, om oppgaven

Problemstilling: «Hvilke faktorer spiller inn for at kvinnelige entreprenører velger å si opp jobben, for å satse fullt på egen bedrift?»

Del 1 – Innledning

- Kan du fortelle litt om deg selv?
 - Bakgrunn, utdanning, arbeidserfaring, familie, ect
- Kan du fortelle litt om bedriften din?
 - Hvor kom ideen fra? Planlagt lenge å starte? Andre involverte?

Del 2 – Forretningsideen

- Hva er forretningsideen din?
- Hvorfor valgte du å bli gründer? Hva ville du oppnå?
- Møtte du motgang fra andre med forretningsideen din?
 - I så fall hvordan?
 - Støtte fra andre?

Del 3 – Motivasjon

- Hvilke motivasjonsfaktorer var med på å få deg til å starte egen bedrift?
 - Hva motiverer deg i dag?
- Hva følte du var de viktigste faktorene?
- Tror du det er forskjellig motivasjon for kvinner og menn? Gjerne utdyp.
- Hvor mye har familien å si for motivasjonen din?
- Hvilke faktorer påvirket det til å si opp jobben for å starte egen bedrift?
 - risiko, motivasjon, inntekt, tørre å satse, støtte, barriere
- Har du tidligere arbeidserfaring innenfor denne bransjen før du valgte å starte opp for deg selv?
- Har du vært involvert i nyetableringer før du etablerte bedriften? Utdyp gjerne.

Del 4 – Ressurser

- Hvilke ressurser var viktig for deg å få tilgang på før og ved oppstart?
 - Når vi snakker om ressurser er det både kapital, men også kompetanse og utdanning.
- Var det noen ressurser som vanskeligere enn andre å få tilgang til? Gjerne utdyp
- Kan du fortelle om finansieringsprosessen?
 - Var det vanskelig å skaffe kapital?
 - Møtte du noen barrierer?
- Hvordan får du brukt din faglige kompetanse i bedriften?
- Hvilke kontakter i nettverket ditt benyttet/benyttet du mest?
 - Hvorfor?
 - Hva blir nettverket brukt til?

Del 5 – Kjønn

- Hvilke forventninger føler du blir stilt til deg som leder/ grunder?
 - Hvem føler du stiller disse forventningene?
 - Har dette utviklet seg over tid?
- Tror du det er noen andre forventninger til deg siden du er kvinne, kontra hvis du var mann?

Del 6 – Avslutning

- Er det noe du vil tilføye?
 - Noe som har hatt betydning for valget ditt om å starte egenbedrift og drive den på heltid.

Vedlegg 3

Forenklet intervjuguide:

Del 1 – Innledning

- Kan du fortelle litt om deg selv?
- Kan du fortelle litt om bedriften din?

Del 2 – Forretningsideen

- Hva er forretningsideen din?
- Hvorfor valgte du å bli gründer? Hva ville du oppnå?

Del 3 – Kilde til motivasjon

Familieliv

Tør å satse

utfordringer

Del 4 – Ressurser

Finansieringsprosessen

Ressurstilgang

Del 5 – Kjønn

- Hvilke forventninger føler du blir stilt til deg som leder/ gründer?
- Tror du det er noen andre forventninger til deg siden du er kvinne, kontra hvis du var mann?

Vedlegg 4

Informasjonsbrev til informantene:

Hei og godt nytt år.

Vi er to studenter fra Handelshøgskolen i Bodø som denne våren skal skrive en masteroppgave om kvinnelige entreprenører i Norge og hvordan de har lykket med å starte opp egen bedrift. Masteroppgaven er en avsluttende del av vår siviløkonomutdanning, og skal skrives innenfor profileringen Entreprenørskap og Innovasjonsledelse. Denne oppgaven vil skrives våren 2015, og intervjuene vil skje i perioden januar-mars.

Det vil være av interesse for oss å få et innblikk i hvordan du, og andre kvinnelige entreprenører opplevde oppstartfasen og hva som motiverte deg/dere til å satse på ideen/bedriften. Vi ville satt stor pris på om du tok deg tid til å la deg intervjuet av oss, og dermed bidra med verdifulle innspill til vår forskning.

Håper på positiv tilbakemelding. Hvis det er noe du lurer på kan du kontakte oss på telefon eller mail.

Vi vil ringe deg innen en uke for å gi deg mer informasjon dersom du er interessert.

Med vennlig hilsen,

Ann-Kristin Pedersen xxxxxxxx

Ronny Pedersen xxxxxxxx

Vedlegg 5

Informasjonsbrev 2 til informantene:

Hei,

Viser til hyggelig telefonsamtale, og sender herved over litt mer informasjon angående vår masteroppgave.

Vi vil med dette gi deg/ dere litt mer informasjon om oppgaven og dine rettigheter som deltar i vår forskning. Vi setter stor pris på at du/dere lar oss intervju deg/dere. Intervjuet vil vare ca 1,5 time.

Hensikten med oppgaven er å se på hvorfor kvinner har valgt å si opp jobben sin for å satse på egen bedrift/ ide. Det vil være en studie som tar for seg 5-6 kvinnelige entreprenører, der vi er interessert i å høre deres historie og hva de har opplevd i forbindelse med oppstarten og i ettertid.

Vi kan garantere anonymitet om det skulle være ønskelig, men det vil være hensiktsmessig for vår del om intervjuet kan bli tatt opp. Dette for å få med oss mest mulig og unngå eventuelle mistolkninger fra vår side. Opptaket vil bli slettet når oppgaven er levert inn. Vedlagt er en forenklet intervjuguide slik at du/dere kan se på dette. Det er spørsmål som går på motivasjon, om selve forretningsideen og ressurstilgangen før og etter oppstart.

Med vennlig hilsen,

Ann-Kristin Pedersen, xxxxxxxx

Ronny Pedersen, xxxxxxxx