

Gründersmitte

Mangel på kvinnelige rollemodeller kan forklare hvorfor så få jenter starter egen virksomhet.

Mange flere gutter enn jenter starter sin egen arbeidsplass og blir entreprenører. Slik er det i nær sagt alle industrialiserte land, og Norge er ikke noe unntak. Til tross for at vi er et av verdens mest likestilte land når det gjelder deltagelse i arbeidslivet, er vi omtrent på bunnen når det gjelder kvinnelig entreprenørskap: Kun én av fire entreprenører er kvinner (Berglann m.fl. 2011).

Forskningslitteraturen har ikke noe endelig svar på hvorfor det er slik at kvinner i mindre grad starter for seg selv. Kanskje er det heller ikke ett svar. Det at kjønnsforskjellen er så gjennomgående på tvers av land kan tyde på at noe av forklaringen er at menn og kvinner rett og slett er ulike, for eksempel i vilje til å ta risiko eller til å konkurrere, og her finnes det en rekke forskningsbidrag som viser at dette har betydning.

En annen forklaring er at årsakene er kultur. Kanskje er årsaken at tradisjonelle kjønnsroller hindrer jentene i å ta spranget. For å starte for seg selv behøver man gjerne kontakter, kunder og investorer. Allerede eksisterende gründere vil kunne gi gode råd, oppmuntring og veiledning. Det er lett å tenke seg at denne formen for «sosial kapital» kan spille en stor rolle for noen som har fått en idé de lurar på om de kan omsette i praksis.

Det finnes etter hvert mange studier som viser at menneskelig adferd «smitter» på den måten at vi blir påvirket og tar etter hverandre. Slike effekter er påvist i en rekke sammenhenger som for eksempel uttak av pappaperm og trykdemotak. Funnene tyder også på at vi blir mest påvirket av dem som ligner på oss selv, for eksempel ved å være i samme alder, utdanningsgruppe eller ha samme kjønn.

Siden tre av fire eksisterende entreprenører er menn, og vi påvirkes mest av dem som har samme kjønn, kan slike smitteeffekter også være en viktig årsak til den vedvarende



Ti år etter fullført skolegang er det bare litt over fire prosent av jentene som driver egen virksomhet, mens 12 prosent av guttene har startet for seg selv. Foto: iStock

Fredagskronikken Simen Markussen



kjønnsforskjellen i entreprenørskap: Gutter har rett og slett bedre tilgang til den sosiale kapitalen eksisterende entreprenører representerer enn hva jenter har. Men hvor viktig kan dette være?

Sammen med Knut Røed ved Frischsenteret har jeg forsøkt å finne ut av akkurat det. I hvilken grad kan kjønnsforskjellen i entreprenørskap forklares med sosiale nettverk og sosial påvirkning. Vi følger da unge voksne som fullførte sin utdannelse i årene 2001-2007 og deres fem til ti første år i arbeidslivet, og er opptatt av hvorvidt de blir entreprenører eller ikke. Som entreprenører regner vi selvstendig næringsdrivere samt dem som enten eier hele eller (store) deler av sin egen arbeidsplass (minst 30 prosent).

Allerede første året etter fullført utdannelse er det store kjønnsforskjeller; mens cirka 3,5 prosent av guttene er entreprenører er det kun 1,5 prosent av jentene som driver for seg selv. Ti år etter fullført skolegang driver nesten 12 prosent av

guttene egen virksomhet, mens kun litt over fire prosent av jentene gjør det samme.

I valg av sosiale nettverk blir vi styrt av hva som er tilgjengelig i data. Vi benytter tre ulike typer «nettverk»; naboer, familie og skolekamerater. Disse deles videre inn i nære og fjerne naboer, ettersom man bor i samme nabolag eller i nabolag. Videre skiller vi mellom kvinnelige og mannlige naboer. Vi gjør samme deling for familie da vi skiller mellom «nær» familie (foreldre og søsken) og «fjerne» familie (tanter, onkler og søskenbarn). Skolekamerater er dem man gikk på skole med i den siste utdannelsen man tok før man begynte i arbeidslivet.

Vi studerer da hvorvidt andelen entreprenører i de ulike sosiale nettverkene påvirker hvorvidt den nyutdannede selv blir entreprenør. For naboer og familie måler vi entreprenørskap året før studenten begynner å jobbe, slik at vi er sikre på nettverket påvirket studenten - og ikke motsatt. For skolekamerater er jo ikke dette mulig, så her benytter vi hvorvidt

Forskningen

Hvem: Knut Røed og Simen Markussen

Hva: Gendered Entrepreneurship Networks

Hvor: IZA DP No. 9984

foreldrene til skolekameratene er entreprenører for å reddyke årsakssammenhengene.

Våre funn tyder på at «sosial smitte» er en svært viktig faktor for å forklare entreprenørskap. Både naboer, familie og skolekamerater har betydelig påvirkning, men langt sterkere for nære naboer og nær familie enn som står lenger unna. Ikke overraskende påvirkes guttene mest av de mannlige nettverksmedlemmene, mens jentene påvirkes langt mer av de kvinnelige.

Siden de mannlige nettverksmedlemmene langt oftere er entreprenører gjør dette også at kjønnsforskjeller i entreprenørskap biter seg fast. Faktisk finner vi at så mye som 53 prosent av kjønnsforskjellene kan forklares med slik sosial smitte. Med andre ord, hadde jentene vært eksponert for den samme «sosiale kapitalen» i form av entreprenørskap som guttene ville kjønnsforskjellen i entreprenørskap vært om lag halvparten så stor som i dag! Tiltak som øker kvinnelig entreprenørskap kan derfor også antas å ha betydelige ringvirkninger.

Simen Markussen, forsker ved Frischsenteret

Mer debatt på side 30-31

Business as usual i euroområdet?

Harald Magnus Andreassen og Øystein Børsum

Fortsatt behov for regulering av mobilmarkedet

Torstein Olsen

Vekst, ikke eierandeler

Ole Petter Ottersen og Ole Kristian Hjelstuen

Fredagskronikken



Alexander Cappelen



Bård Harstad



Ola Kvaløy



Katrine Løken



Simen Markussen



Mari Rege



Karen Helene Ulltveit-Moe

Debattansvarlig: Vidar Ivarsen **Telefon:** 22 00 10 59 **Sentraltbord:** 22 00 10 00 **Epost:** debatt@dn.no **Telefaks:** 22 00 11 10

Hovedinnlegg/kronikk: Maks 4500 tegn inklusive mellomrom **Underinnlegg/replik:** Maks 1500 tegn (ca. 250 ord) **Legg ved portrettfoto.**

Alt stoff som leveres til Dagens Næringsliv, må produseres i henhold til Vær varsom-plakaten. Dagens Næringsliv betinger seg retten til å lagre og utgi alt stoff i avisen i elektronisk form, også gjennom samarbeidspartnere. Redaksjonen forbeholder seg retten til å forkorte innsendte manuskripter. Debattinnlegg honoreres ikke.