



Indikatorer över kvinnors företagande 2024

Förord

Svenskt Näringsliv arbetar för ett jämställt arbetsliv där kvinnor och män har samma möjligheter, villkor och ansvar för arbete och karriär. Lika förutsättningar på arbetsmarknaden är viktigt för företagets kompetensförsörjning, Sveriges tillväxt och välfärden. För att Sverige ska kunna vara konkurrenskraftigt behöver vi ta vara på både kvinnors och mäns kompetens och innovationskraft. En viktig grundbult i detta är förutsättningarna att starta och driva företag.

Jämställdhet på arbetsmarknaden har varit en viktig fråga för Sverige under lång tid och vårt samhälle präglas idag av hög sysselsättning bland både kvinnor och män. Under 2000-talet har skillnaderna i arbetsmarknadsutfall, såsom löner och olika typer av ledarpositioner, också minskat kraftigt. Entreprenörskapsgapet har däremot förblivit i stort sett oförändrat under samma period.

Trots att ungefär lika stor andel kvinnor som män ser affärsmöjligheter i Sverige idag så är det betydligt fler män än kvinnor som startar och driver företag. Skillnaderna är större än i de flesta andra länder i EU. Enbart Slovakien, Malta och Rumänien har större könsskillnader i företagandet. Sett till andel kvinnor bland företagare med anställda placerar vi oss näst sist bland medlemsländerna.

För att få en bättre förståelse kring dagens läge och behoven framåt har Svenskt Näringsliv initierat ett långsiktigt arbete kring kvinnors företagande. Som en del av detta arbete har vi gett Entreprenörskapsforum i uppdrag att ta fram indikatorer som mäter företagande och ägande bland kvinnor och män. Indikatorerna studerar såväl det faktiska företagandet som attityder och upplevd förmåga till entreprenörskap i Sverige och andra små europeiska länder. Entreprenörskapsforum står för slutsatserna i rapporten och Svenskt Näringsliv för den långsiktiga ambitionen, att verka för en positiv förändring. Målsättningen är att öka andelen kvinnor som vill starta, driva och växa sina företag i Sverige.

Sven-Olov Daunfeldt

Chefsekonom, Svenskt Näringsliv.

Sammanfattning

AKTIVITET

- 7,3 procent av vuxna kvinnor i befolkningen är aktiva i någon form av nyföretagande. Det är en uppgång med 0,2 procentenheter från föregående år och en del av en långsiktigt positiv trend. För tio år sedan var det omkring 5 procent av kvinnorna som var aktiva i nyföretagande.
- Ytterligare 9,1 procent planerar att starta ett företag under de kommande åren. Siffran är 0,3 procentenheter lägre än föregående år.
- 2,8 procent av vuxna kvinnor i befolkningen äger och leder ett etablerat företag. Det är en nedgång med 0,6 procentenheter från föregående år. Gapet mellan kvinnor och män ökar tydligt jämfört med föregående mätning.
- Den långsiktigt positiva tendensen i nyföretagande bland kvinnor ger inte något genomslag i mer uthålligt företagande. Dagens notering på 2,8 procent kan jämföras med en nivå omkring 4 procent för tio år sedan.
- Utvecklingen på kort sikt är framför allt driven av en nedgång i soloföretagande bland kvinnor, men den långsiktigt negativa trenden drivs av att färre kvinnor driver mikroföretag med 1-4 anställda.

ATTITYDER

- 67 procent av vuxna kvinnor i befolkningen upplever att det finns goda möjligheter att starta ett företag. Andelen har fallit från 76 procent i föregående mätning.
- Årets nedgång bryter ett tidigare mönster av att röra sig parallellt med kvinnor i andra små, europeiska länder, vilket tyder på att årets attitydförändring är kopplad till specifikt svenska förhållanden.
- Synen på den egna förmågan som företagare har försämrats något sedan föregående år.
- Efter förra årets toppnotering, då 50 procent uppgav att rädsla att misslyckas skulle hindra dem från att starta företag, faller andelen tillbaka till 45 procent.

INRIKTNING

- Omkring varannan kvinna som driver företag har en inriktning mot konsumenttjänster
- Relativt få driver exportinriktade (15 procent) och innovationsbaserade (18 procent) företag.

Bakgrund

Entreprenörskapsforum arbetade under våren 2023 fram en uppsättning indikatorer som fångar kvinnors företagande och ägande, med utgångspunkt i entreprenörskap som ett samhällsfenomen. Indikatorerna är avsedda att bli föremål för årlig uppföljning och analys.

Utifrån en genomgång av befintlig forskning om entreprenörskap och dess drivkrafter, och kvinnors entreprenörskap i synnerhet, har tre tematiska områden identifierats. 17 indikatorer valdes ut inom dessa områden. Ett batteri med nio indikatorer fångar hur vanligt det är bland svenska kvinnor att engagera sig i olika former av företagande. Ytterligare fyra indikatorer beskriver attityder till företagande. Slutligen presenteras fyra indikatorer som beskriver inriktningen på det svenska företagandet. Detta PM beskriver den andra upplagan av dessa indikatorer.

Indikatorer över kvinnors företagande

AKTIVITET	andel av alla kvinnor (%)
nyföretagare	
etablerade företagare	
soloföretag	
övriga företag utan anställda	
företag med 1-4 anställda	
företag med minst fem anställda	
driver enskild firma	
äger fåmansbolag	
planerar att starta företag	
ATTITYDER	andel av alla kvinnor (%)
känner nyföretagare	
ser möjligheter	
rädsla att misslyckas	
upplevd förmåga	
INRIKTNING	andel av alla företagande kvinnor (%)
innovationsbaserad	
exportinriktad	
konsumenttjänster	

Datakällor

Den huvudsakliga källan till data från vilka dessa indikatorer konstrueras är enkätundersökningen Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Datainsamling för GEM gjordes sommaren 2023, i form av en urvalsundersökning där 5 000 intervjuer genomförts. Indikatorerna "Äger fåmansbolag" och "Driver enskild firma" hämtas från data ur svenska register som sammanställts av Statistiska Centralbyrån (SCB). Uppgifterna representerar därmed en totalundersökning. Data från SCB gäller inkomståret 2022, vilka lämnats till Skatteverket under 2023 under deklarationsplikt.

En av fördelarna med att använda data från GEM är att det är möjligt att göra internationella jämförelser för vissa nyckeldata som publiceras öppet av konsortiet bakom undersökningen. För mer specifika uppgifter (inriktning, nedbrytning av företagare efter omfattning, mm) behövs tillgång till mikrodata, vilken blir tillgänglig med en fördröjning på tre år. Entreprenörskapsforum utgör svensk partner i GEM-konsortiet och har därmed tillgång till aktuella data för Sverige. Vi har här valt att så långt som möjligt jämföra med gruppen "Små europeiska länder" som består av Kroatien, Nederländerna, Schweiz, Slovakien och Slovenien.¹ Dessa länder har valts ut då de medverkat i GEM-undersökningen under hela tidsperioden 2011–2023, och befolkningsmässigt och ekonomiskt utgör relevanta jämförelsepunkter. Data för gruppen är populationsviktad.

För indikatorer som är nedbrytningar inom gruppen företagare används viktade tre-årsgenomsnitt för att få ett större dataunderlag och därigenom uppnå en högre mätsäkerhet.

1. I förra årets uppsättning indikatorer ingick även Grekland i aggregatet av små europeiska länder.

Aktivitet

Indikatorer för företagande och ägande. Andel av alla kvinnor 18–64 år som är aktiva som företagare. Föregående års statistik inom parenteser. Dessa indikatorer är utvalda för att beskriva entreprenörs-kapsaktivitet bland svenska kvinnor. Gruppen 'etablerade företagare' presenteras dels som helhet, dels nedbruten efter hur många personer som sysselsätts i företaget. Som komplement presenteras också företagsägande för de två dominerande formerna av små, entreprenörsdrivna företag: enskilda firmor och aktiebolag i form av fåmansbolag.

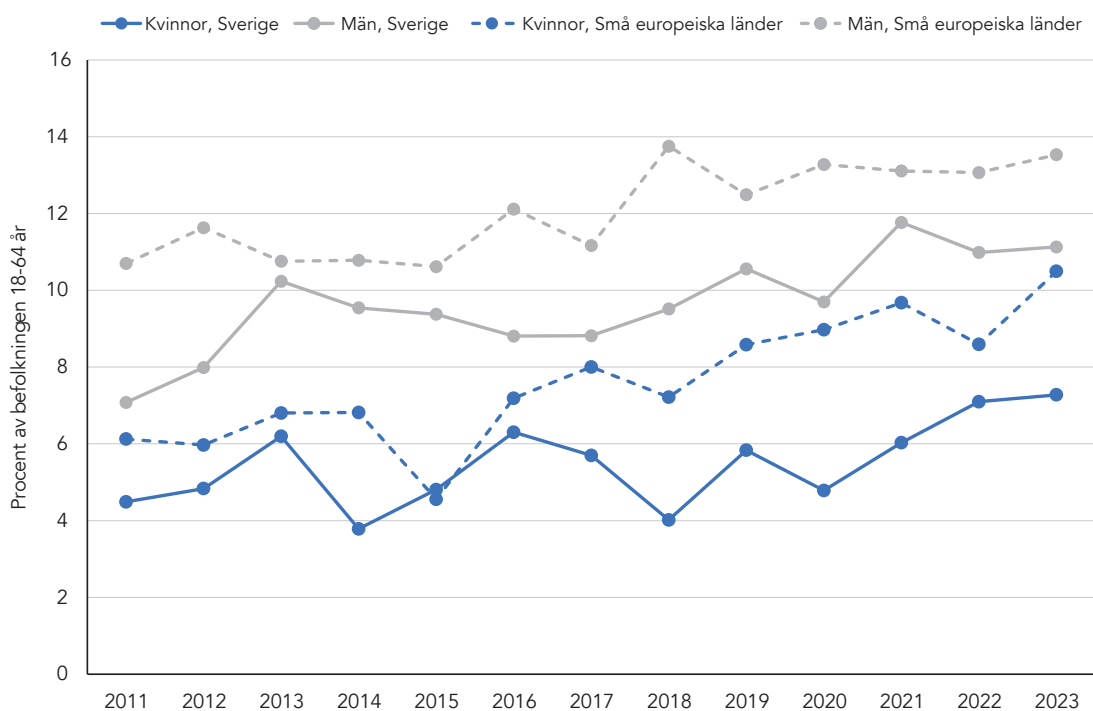
Indikator	Kvinnor i Sverige	Jämförelsetal		
		Kvinnor i små europeiska länder	Män i Sverige	Män i små europeiska länder
Nyföretagare	7,3 % (7,1 %)	10,5 % (8,6 %)	11,1 % (11,0 %)	13,5 % (13,1 %)
Etablerade företagare	2,8 % (3,4 %)	4,5 % (5,5 %)	8,0 % (6,1 %)	7,8 % (8,1 %)
Soloföretagare	0,8 % (1,0 %)	i.u.	1,6 % (1,5 %)	i.u.
Övriga företag med 0 anställda	1,0 % (0,9 %)	i.u.	1,3 % (1,4 %)	i.u.
Företag med 1–4 anställda	0,9 % (0,9 %)	i.u.	2,3 % (2,3 %)	i.u.
Företag med minst 5 anställda	0,6 % (0,7 %)	i.u.	1,1 % (1,4 %)	i.u.
Driver enskild firma	6,7 % (6,8 %)	i.u.	9,1 % (9,3 %)	i.u.
Äger fåmansbolag	4,0 % (3,8 %)	i.u.	9,6 % (9,2 %)	i.u.
Planerar att starta företag	9,1 % (9,4 %)	i.u.	12,5 % (18,3 %)	i.u.

Definitioner

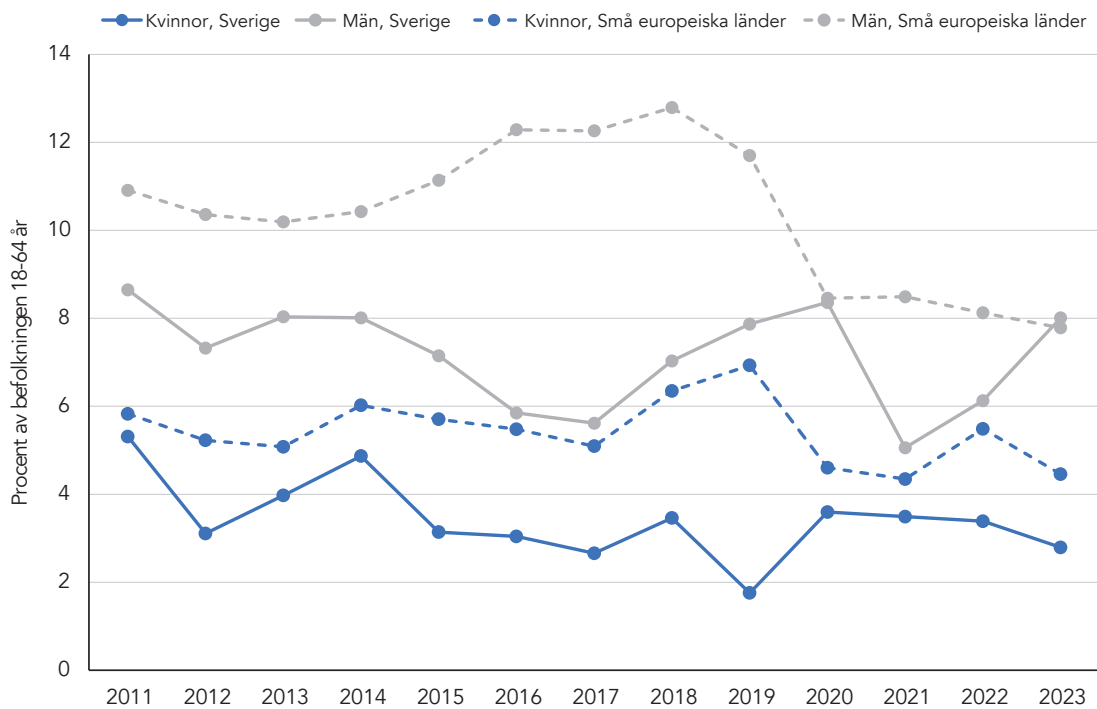
Indikator	Definition
Nyföretagare	Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag. <u>Entreprenör i vardande</u> Håller för närvarande på att starta ett företag, dvs. är aktivt involverad med att starta ett företag som de kommer att äga ensamma eller tillsammans med andra; företaget har inte betalt ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än tre månader. <u>Nytt företag</u> Ett aktivt företag som har betalt ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än tre månader, men kortare tid än tre och ett halvt år.
Etablerade företagare	Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett etablerat företag, dvs. ett aktivt företag som har betalt ut lön eller annan ersättning till ägarna under mer än 3,5 år.
Soloföretagare	Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som äger och leder ett etablerat företag som uppfyller följande villkor: 1. Inga sysselsatta idag förutom ägaren, 2. Planerar inga sysselsatta förutom ägaren inom de kommande fem åren, 3. Endast en ägare.
Övriga företag med 0 anställda	Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som äger och leder ett etablerat företag som inte sysselsätter flera än ägaren/ägarna och som inte är ett soloföretag. Viktade 3-årsgenomsnitt.
Företag med 1-4 anställda	Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som äger och leder ett etablerat företag som sysselsätter 1 till 4 personer förutom ägaren/ägarna. Viktade 3-årsgenomsnitt.
Företag med minst 5 anställda	Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som äger och leder ett etablerat företag som sysselsätter minst fem personer förutom ägaren/ägarna. Viktade 3-årsgenomsnitt.
Äger fåmansbolag	Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som är delägare i ett fåmansbolag, m a o ett aktiebolag som till minst hälften ägs av 4 personer eller färre.
Driver enskild firma	Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som har en registrerad enskild firma
Planerar att starta företag	Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år (exklusive individer involverade i någon form av entreprenöriell aktivitet) som har för avsikt att starta ett företag inom tre år.

Figur 1. Nyföretagare

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som äger och leder ett nytt företag

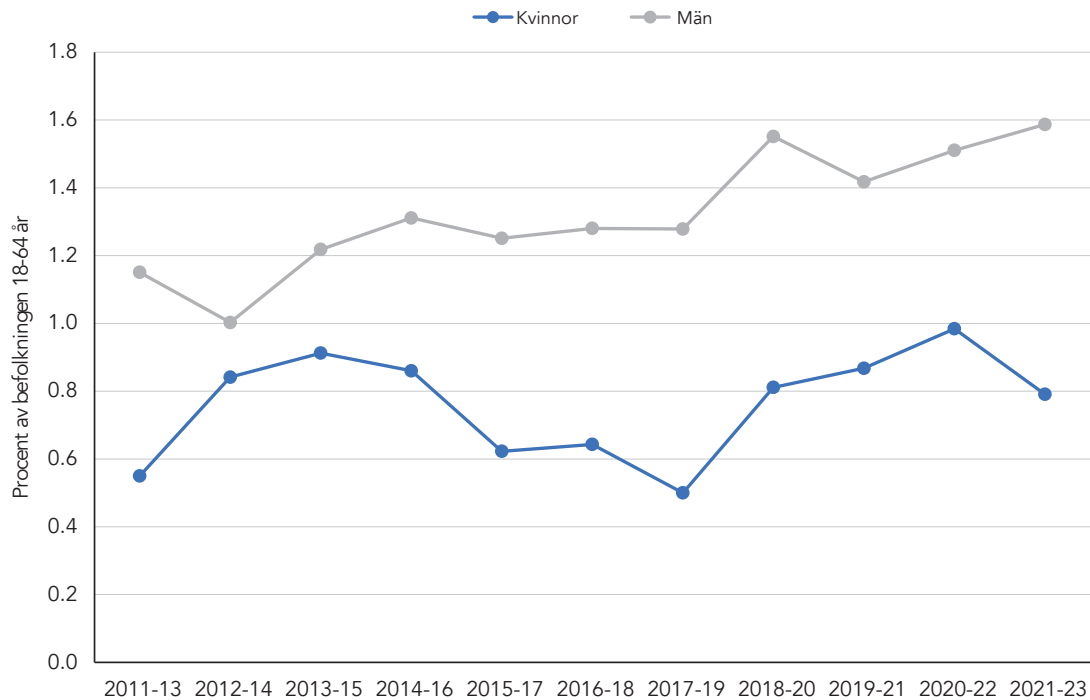
**Figur 2. Etablerade företagare**

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett etablerat företag, dvs. ett aktivt företag som har betalat ut lön eller annan ersättning till ägarna under mer än 3,5 år

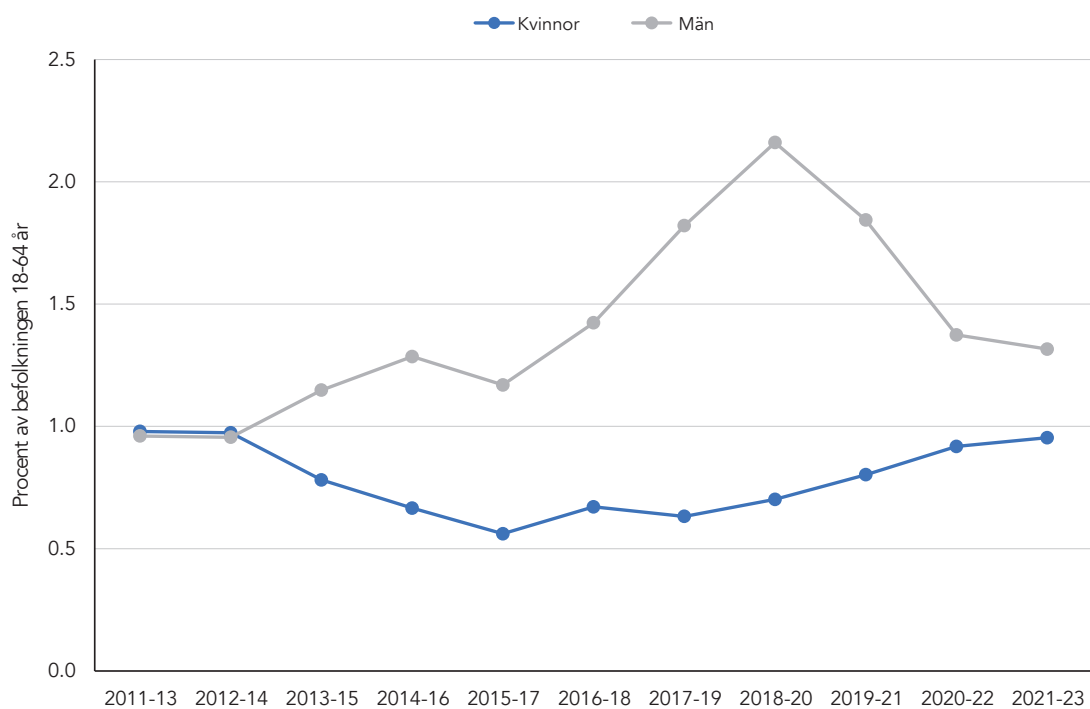


Figur 3. Soloföretagare

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande ensam äger och leder ett etablerat företag som inte sysselsätter andra än ägaren själv.

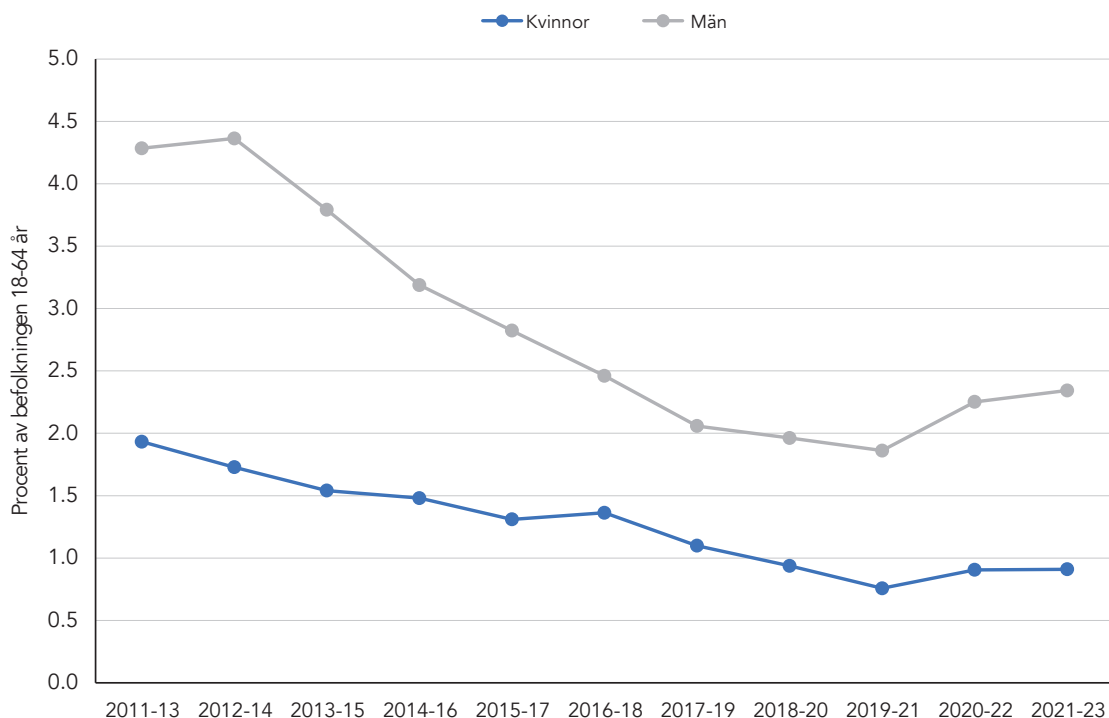
**Figur 4. Övriga företag med 0 sysselsatta**

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett etablerat företag som inte sysselsätter andra än ägaren själv, men som inte är ett renodlat soloföretag.

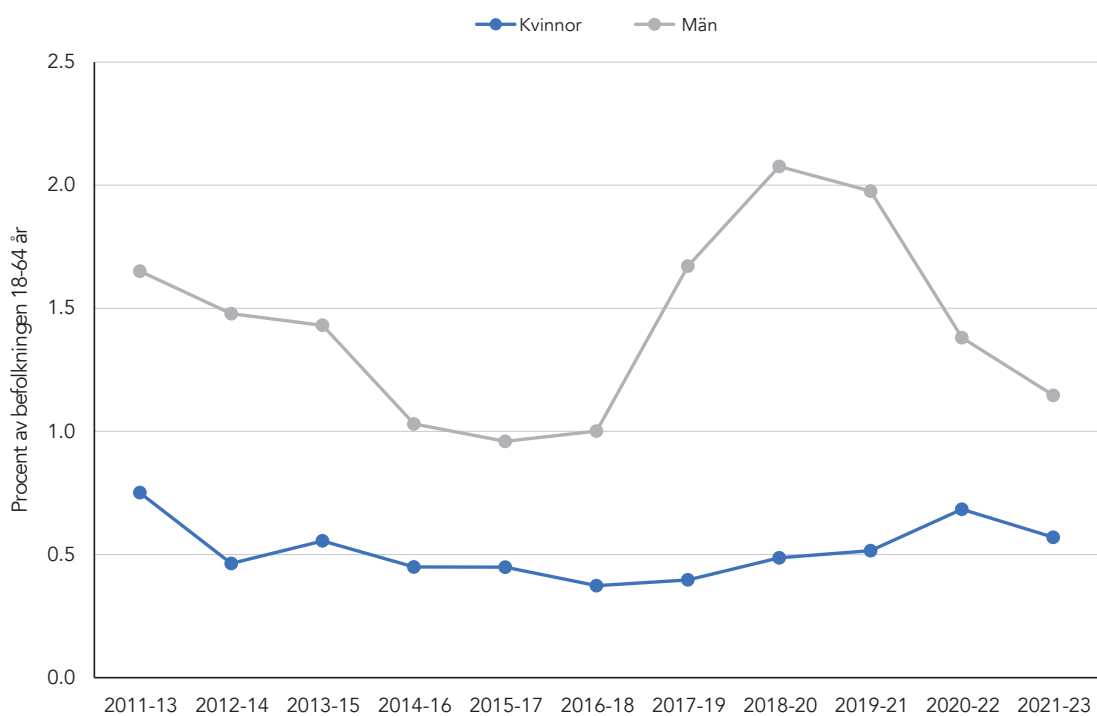


Figur 5. Företag med 1–4 sysselsatta

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett etablerat företag som sysselsätter 1-4 personer.

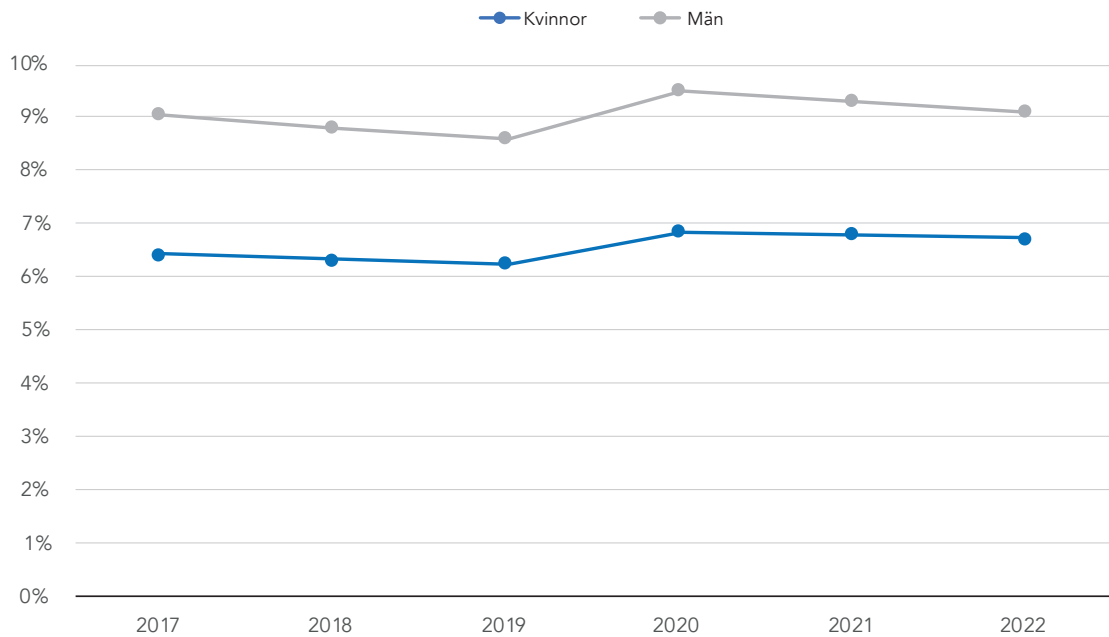
**Figur 6. Företag med minst 5 sysselsatta**

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett etablerat företag som sysselsätter minst 5 personer.

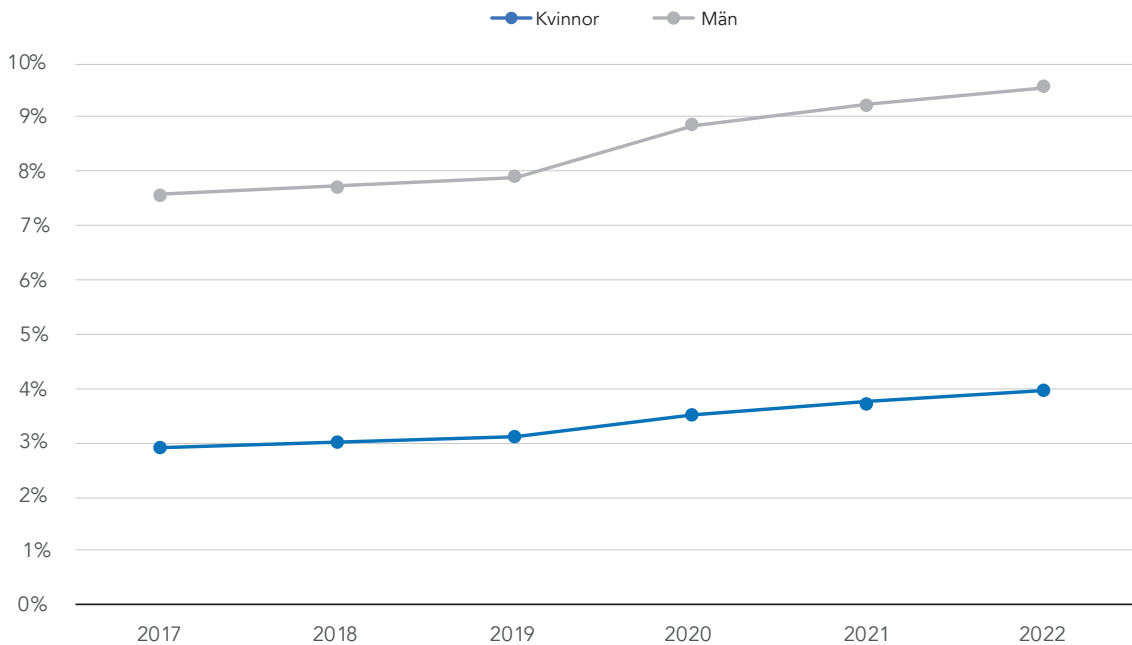


Figur 7. Driver enskild firma

Andel av befolkningen i åldrarna 15–64 år som har en enskild firma registrerad i sitt namn.

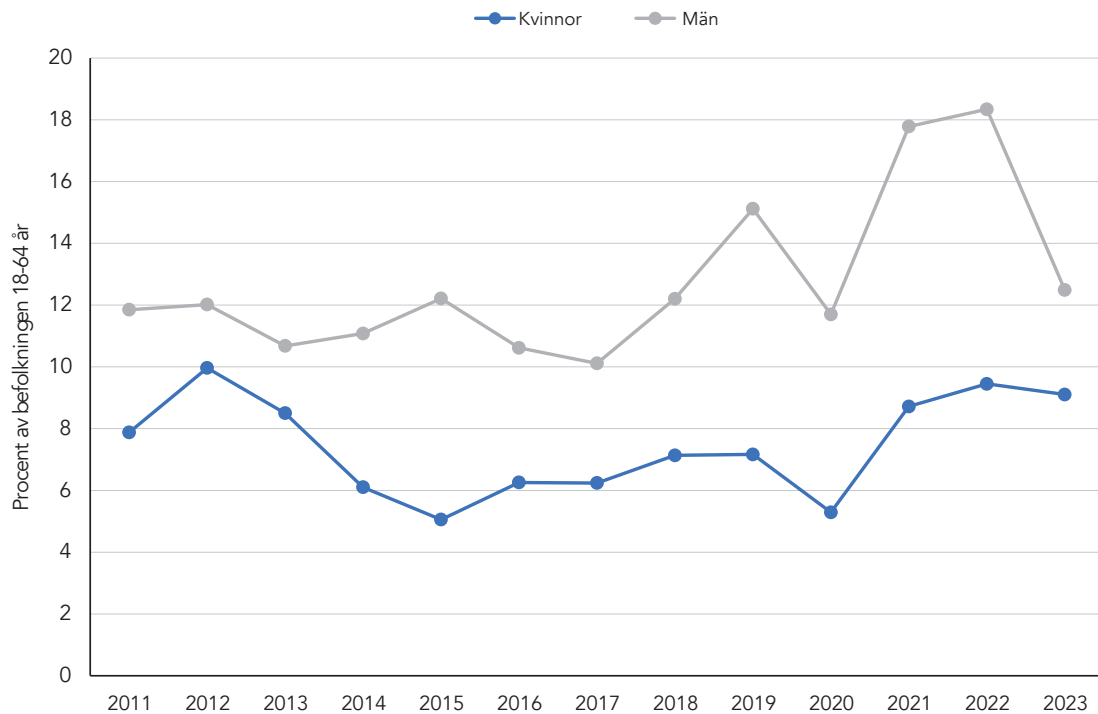
**Figur 8. Äger fåmansbolag**

Andel av befolkningen i åldrarna 15–64 år som äger ett fåmansbolag.



Figur 9. Planerar att starta företag

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år (exklusive individer involverade i någon form av entreprenöriell aktivitet) som har för avsikt att starta ett företag inom tre år



Attityder

De nedanstående fyra indikatorerna är utvalda för att fånga drivkrafterna bakom de övergripande mönstren, i form av mått på hur människor förhåller sig till företagande. Entreprenörskapsforskningen har visat att förebilder är viktiga för att sprida entreprenöriellt handlande, varför vi mäter hur stor del av befolkningen som har minst en nyföretagare i sin närhet. Forskningen har också visat hur beslut om att starta nya entreprenöriella projekt formas i avvägning mellan upplevda möjligheter, förmågor och risker. De tre indikatorerna fångar tillsammans dessa aspekter.

Indikator	Andel av alla kvinnor i Sverige 18–64 år	Jämförelsetal		
		Kvinnor i små europeiska länder	Män i Sverige	Män i små europeiska länder
Känner nyföretagare	47,8 % (50,7 %)	55,5 % (52,5 %)	55,1 % (56,7 %)	63,9 % (59,2 %)
Ser möjligheter	67,3 % (75,6 %)	52,6 % (48,6 %)	70,3 % (77,7 %)	61,5 % (56,5 %)
Upplevd förmåga	37,6 % (39,1 %)	43,9 % (38,7 %)	56,3 % (59,5 %)	56,5 % (57,1 %)
Rädsla att misslyckas	44,8 % (50,4 %)	47,7 % (43,6 %)	40,5 % (40,8 %)	41,4 % (38,6 %)

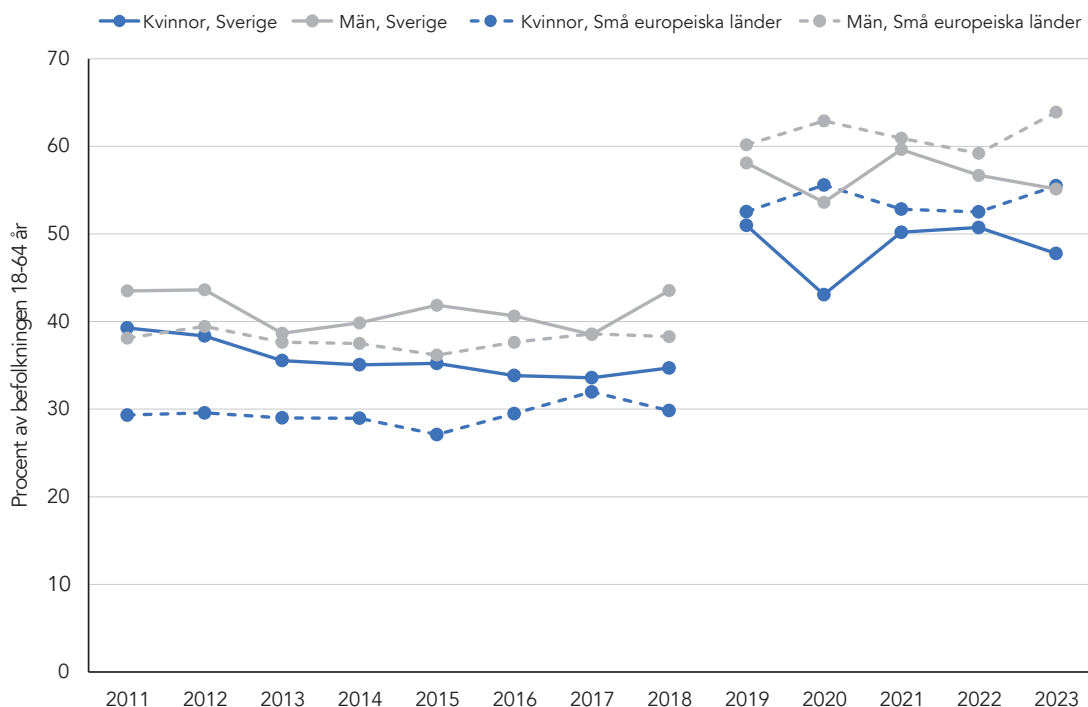
Anm.: Föregående års statistik inom parenteser.

Definitioner

Känner nyföretagare	Känner personligen någon som startat ett företag under de två senaste åren. Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år. Tidseriebrott mellan 2018 och 2019.
Ser möjligheter	Upplever att det finns goda möjligheter att starta ett företag i området där de bor. Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år. Tidseriebrott mellan 2018 och 2019.
Upplevd förmåga	Upplever sig ha tillräcklig kunskap och förmåga att starta ett företag. Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år. Tidseriebrott mellan 2018 och 2019.
Rädsla att misslyckas	Anger att rädslan att misslyckas skulle hindra de från att starta ett företag. Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år. Tidseriebrott mellan 2018 och 2019.

Figur 10. Känner nyföretagare

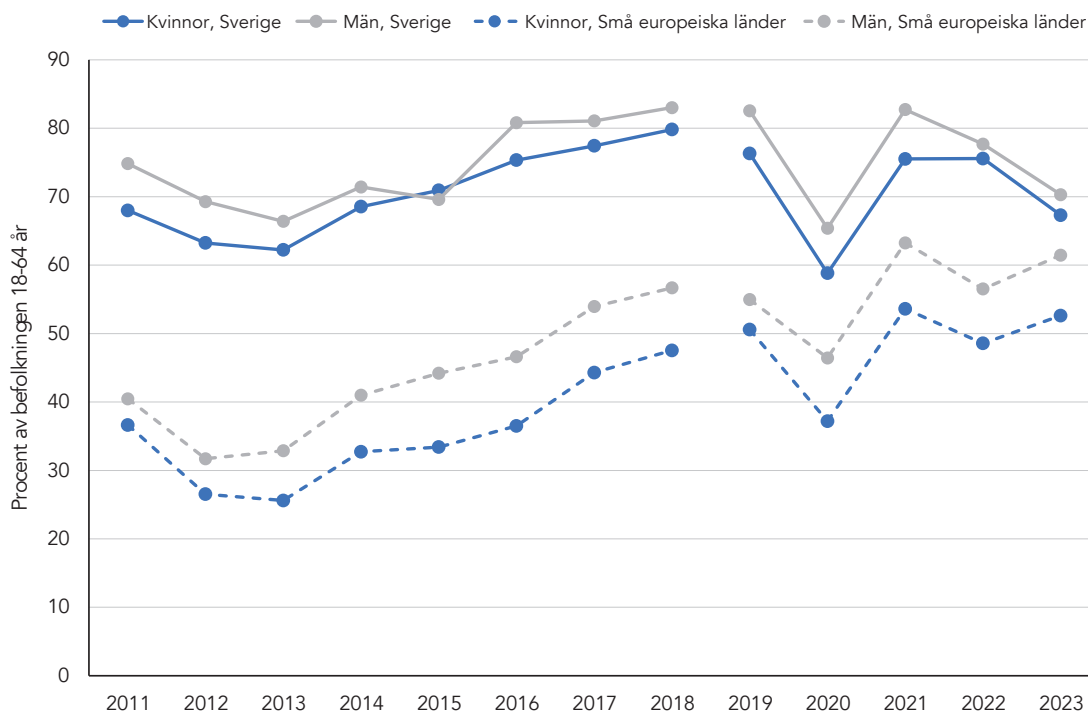
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som personligen känner någon som startat ett företag under de två senaste åren.



Anm.: Tidseriebrott 2019.

Figur 11. Ser möjligheter

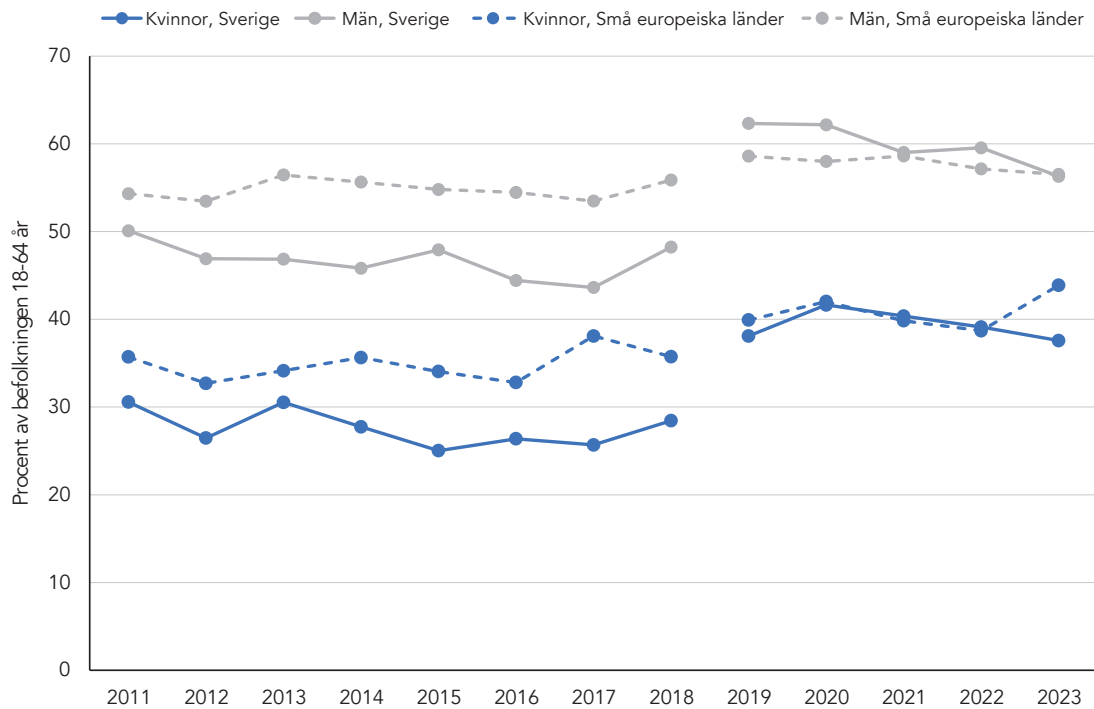
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som upplever att det finns goda möjligheter att starta ett företag i området där de bor.



Anm.: Tidseriebrott 2019.

Figur 12. Upplevd förmåga

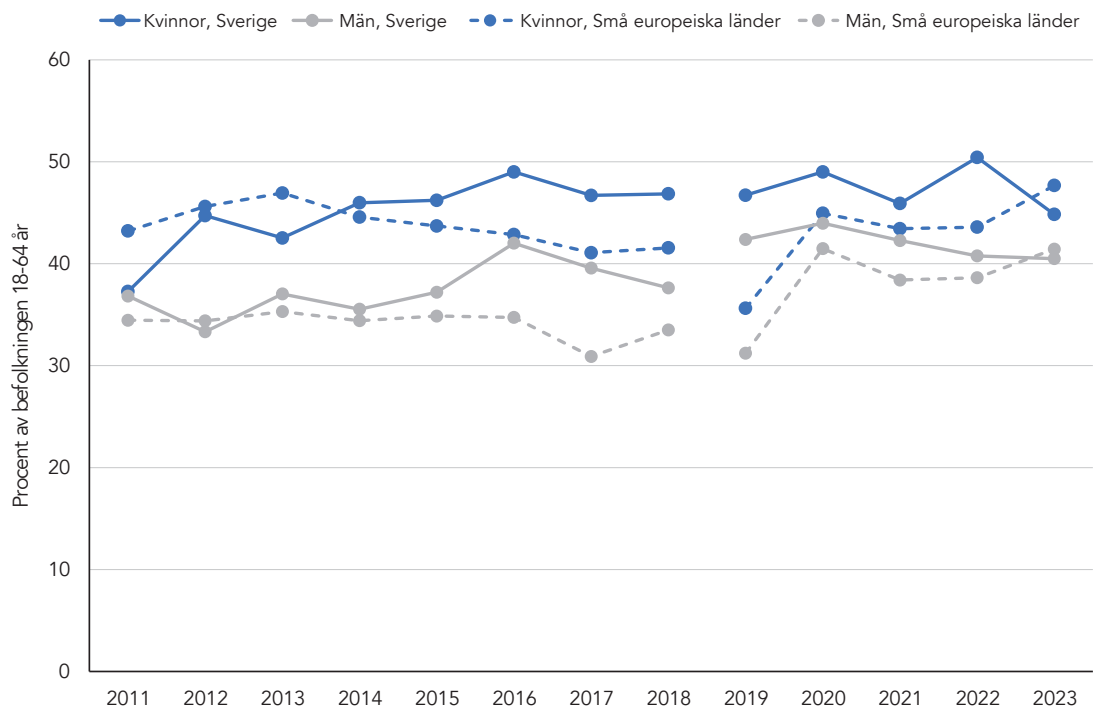
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som anser sig ha tillräcklig kunskap och förmåga att starta ett företag.



Anm.: Tidseriebrott 2019.

Figur 13. Rädsla att misslyckas

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som anger att rädsla att misslyckas skulle hindra de från att starta ett företag.



Anm.: Tidseriebrott 2019.

Inriktning

Vi har valt ut fyra indikatorer som beskriver inriktningen på svenska kvinnors företagande. Dessa beräknas alla i förhållande till företagarna. Den första indikatorn visar entreprenörskap som ett sätt att försörja sig och utgör ett så kallat nödvändighetsmotiverat entreprenörskap, den andra fångar upp graden av innovationshöjd och kan ses som en indikation på entreprenörskapets förväntade kvalitet, den tredje indikatorn visar hur pass internationaliserade företagen är och den fjärde indikatorn visar hur stor andel av företagarna som verkar inom segmentet konsumenttjänster.

Indikator	Andel av alla företagande kvinnor i Sverige	Jämförelsetal		
		Kvinnor i små europeiska länder	Män i Sverige	Män i små europeiska länder
Försörjningsmotiv	25 % (25 %)	47 % (53 %)	31 % (24 %)	45 % (49 %)
Innovationsbaserad	18 % (20 %)	i.u.	24 % (12 %)	i.u.
Exportinriktad	16 % (17 %)	i.u.	16 % (16 %)	i.u.
Inriktning mot konsumenttjänster	48 % (46 %)	i.u.	35 % (33 %)	i.u.

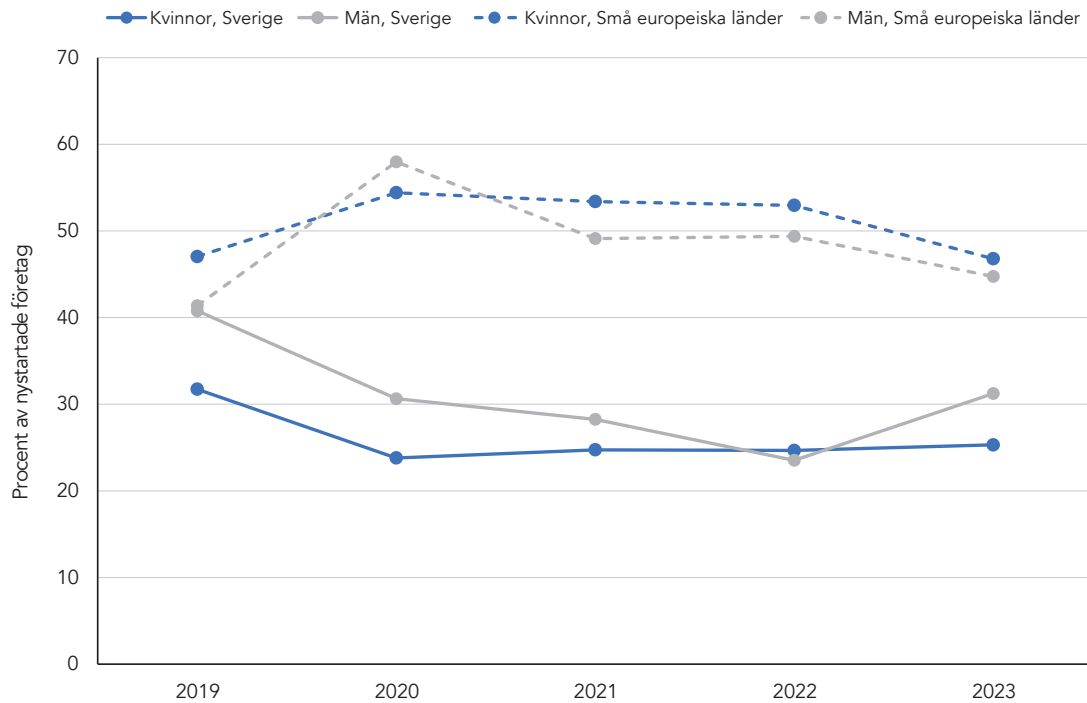
Anm.: Föregående års statistik inom parenteser.

Definitioner

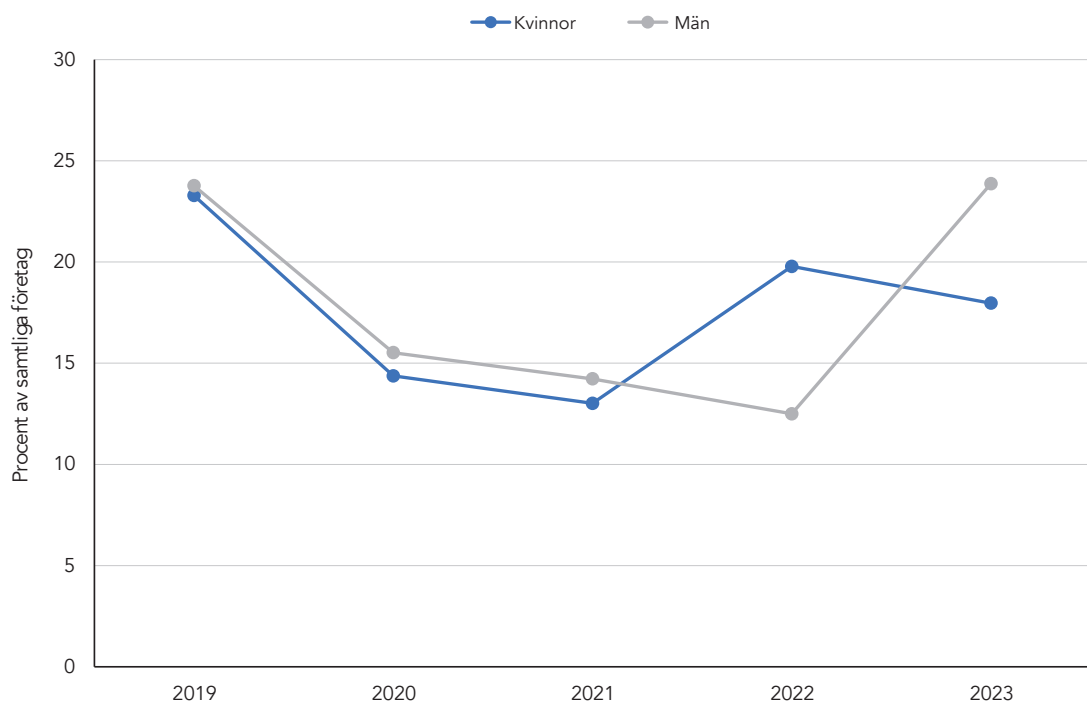
Försörjningsmotiv	Andel av alla individer engagerade i tidigt företagande som uppger att försörjningsmotiv helt eller delvis ligger bakom deras företagande.
Innovationsbaserad	Andel av alla företagare, oavsett skede, som anger att varan eller tjänsten som företaget säljer är ny i Sverige eller ny i världen.
Exportinriktad	Andel av alla företagare, oavsett skede, som uppger att minst 25 procent av kunderna finns utomlands. Viktade 3-årsgenomsnitt.
Inriktning mot konsumenttjänster	Andel av alla företagare, oavsett skede, som uppger att deras företagande är inriktad mot konsumenttjänster, snarare än råvaruutvinning, tillverkning, eller företagstjänster. Viktade 3-årsgenomsnitt.

Figur 14. Försörjningsmotiv

Andel av nya företagare som delvis eller helt håller med påståendet att motivet att starta företaget var "För att försörja dig eftersom det är svårt att få en anställning".

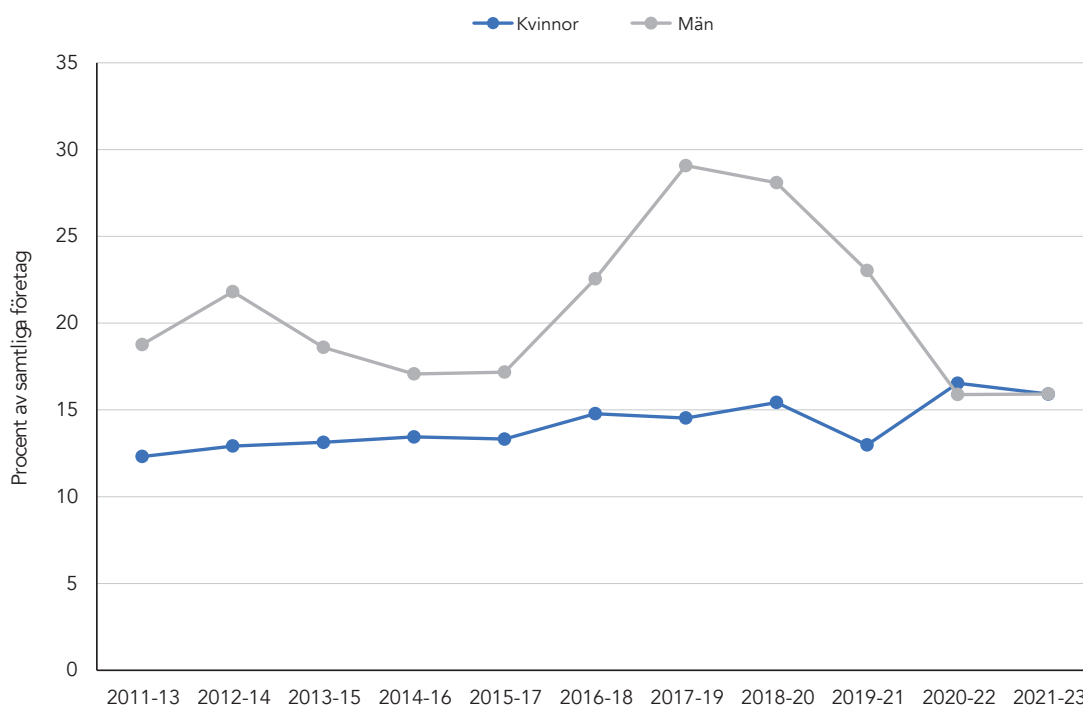
**Figur 15. Innovationsbaserad**

Andel av alla företagare, oavsett skede, som anger att varan eller tjänsten som företaget säljer är ny i Sverige eller ny för världen.

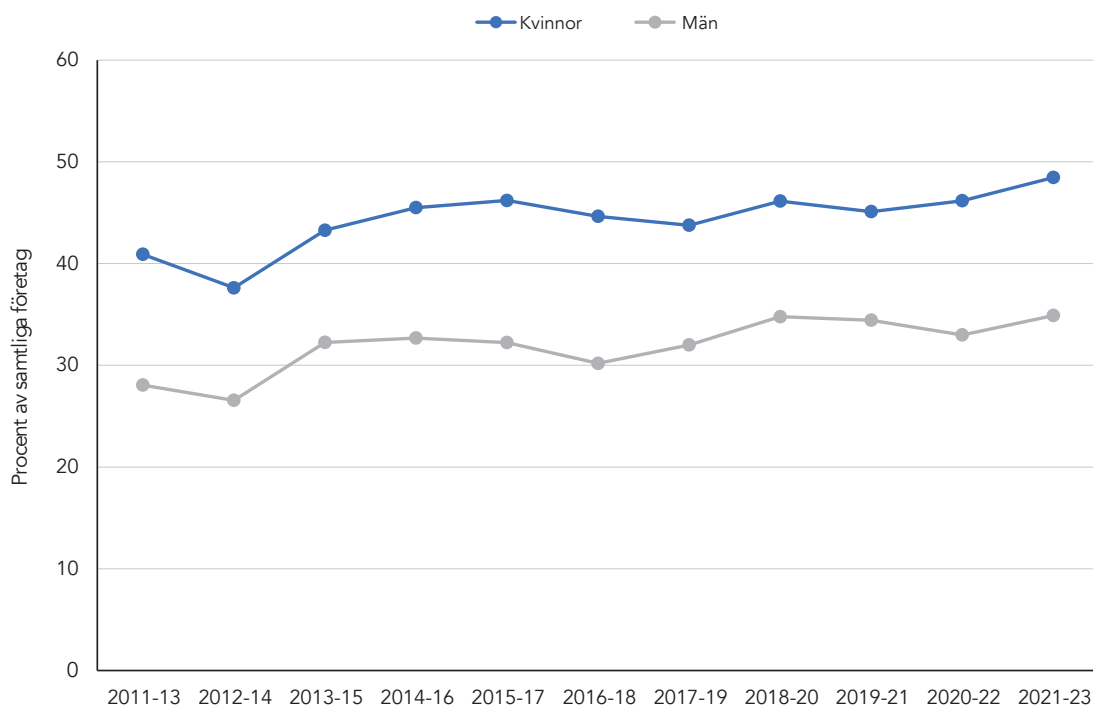


Figur 16. Exportinriktad

Andel av alla företagare, oavsett skede, som anger att minst 25 procent av kunderna finns utomlands.

**Figur 17. Inriktning mot konsumenttjänster**

Andel av alla företagare, oavsett skede, som uppger att deras företagande är inriktad mot konsumenttjänster, snarare än råvaruutvinning, tillverkning, eller företagstjänster.



Fördjupning: kvinnors karriärval som förklaringsfaktor

Som komplement till 2024 års indikatorer har vi genomfört ett utvecklingsprojekt som låter oss tränga djupare in i bakgrunden till några av de centrala mönster kring kvinnors företagande som framkom i indikatorbatteriet för 2023. Vi konstaterade att tilltro till den egna förmågan som entreprenör är tendensmässigt tydligt lägre hos kvinnor än hos män, och att attityder kopplade till självvärdering och risk är en viktig faktor som begränsar kvinnors företagande.

I diskussionen på seminariet 2023 lyftes också en annan strukturell faktor fram som en förmodat viktig begränsande faktor: utbildningsval och karriärvägar. Kvinnor är överrepresenterade i flera branscher och yrken där en övergång till egenföretagande inom samma arbetsfär inte är ett reellt alternativ på grund av regulatoriska eller tekniska förhållanden. Detta gäller bland annat breda områden som vård, omsorg och utbildning, men det finns en betydande variation inom gängse bransch- och yrkeskategorier. Vi har därför utvecklat ett mått för denna tröskelfaktor som inte är beroende av vare sig bransch- eller yrkesklassificeringar.

Vårt valda mått består av en självskattning av hur många personer på och omkring individens arbetsplats som har erfarenhet av egenföretagande. Tanken är att allt annat lika bör hög frekvens av tidigare egenföretagare i professionella samband betyda att personen arbetar i ett sammanhang där tröskeln från och till egenföretagande är relativt låg. I den senaste omgången av GEM-undersökningen fick våra respondenter alltså besvara följande påstående:

"I mitt yrkesliv arbetar jag ofta tillsammans med personer som har erfarenhet av att driva ett eget företag".

Liksom i undersökningen i övrigt används fem svarsalternativ med stigande grad av instämmande. Svaren var tämligen jämnt fördelade över dessa fem alternativ. Vi kallar variabeln för *Företagare på arbetsplatsen (FPA)*.

För att undersöka FPA-variabelns potential att förklara könsskillnader i företagande behöver vi undersöka 1) om FPA är lägre för kvinnor än för män, och 2) om individer med högre FPA är mer benägna att bli företagare.

Tabellen nedan visar på tydliga könsskillnader. Särskilt tydligt, och förmodligen av betydelse för företagande, är att hela 29 % av alla kvinnor har mycket lite eller ingen kontakt med företagare i sitt yrkesliv.

Företagare på arbetsplatsen (FPA), per kön

	Procent, kvinnor	Procent, män
Tar helt avstånd ifrån	29	16
Tar delvis avstånd ifrån	14	14
Varken instämmer eller tar avstånd ifrån	15	13
Instämmer delvis	26	34
Instämmer helt	16	23
SUMMA	100	100

Som framgår av tabellen nedan finns också en betydande samvariation mellan FPA-variabeln och företagande. Av de som instämmer helt i påståendet ovan är 19 procent engagerade i nyföretagande. Bland gruppen som tar helt avstånd från påståendet är denna siffra endast 3 procent.

Nyföretagande (TEA) för varje svarskategori av FPA

	Nyföretagare (%)
Tar helt avstånd ifrån	3
Tar delvis avstånd ifrån	7
Varken instämmer eller tar avstånd ifrån	9
Instämmer delvis	13
Instämmer helt	19

Anm.: Tabellen visar andelen företagare, nedbrutet på respektive svarsalternativ för FPA

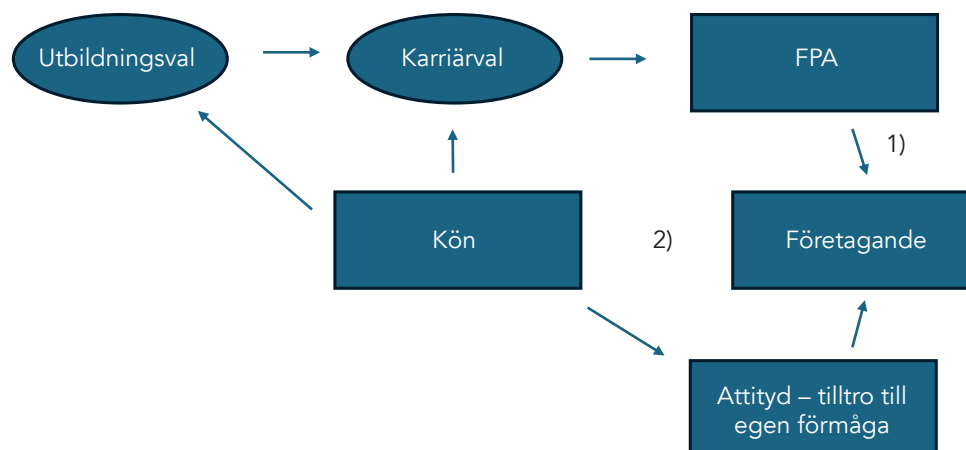
Genom dessa båda undersökningar har vi klarlagt att FPA-variabeln är en möjlig förväxlingsfaktor ("confounder") i en analys av könsskillnader i företagande. Annorlunda uttryckt: en betydande del av den totala könsskillnaden i företagande kan förklaras av könsskillnader i FPA.

Vi konstruerar en regressionsmodell som analyserar sannolikheten att en viss individ är engagerad i nyföretagande (TEA=1) som funktion av FPA, attityder och en serie kontrollvariabler som fångar upp demografiska faktorer (ålder, hushållsstorlek, utbildningsnivå, boendelän). Vi finner belägg för två intressanta observationer:

1. Individer som ofta möter personer med företagarerfarenhet på jobbet är hela tre gånger mer benägna att själva bli företagare, jämfört med individer som ger neutrala eller negativa svar på FPA-frågan.
2. Kontrollerat för FPA och för attityder till den egna förmågan att starta företag finns det ingen signifikant skillnad mellan män och kvinnor i företagande.

Figuren nedan illustrerar detta förhållande, där fyrhörningarna representerar observerade variabler och ovalerna oobserverade (latenta) variabler. Markeringen 1) visar på det första sambandet ovan, och markeringen 2) indikerar avsaknaden av ett direkt samband mellan kön och företagande.

Figur 18. Konceptuell förklaringsmodell för samband mellan kön och företagande



Resultaten kastar därmed nytt ljus över diskussionen om hur vi kan förstå de stora och trögrörliga skillnaderna mellan företagande bland kvinnor och män. Vår analys pekar mot att det "räcker" med att rikta sökljuset mot så konkreta frågor som i vilka utbildningar, branscher och yrken som män respektive kvinnor är överrepresenterade. I den meningen "behövs inte" populära förklaringsmodeller som att ett manligt övertag i företagande är självförstärkande genom socialt inflytande (Markussen och Røed, 2017; Rocha och van Praag, 2020) eller en manligt kodad preferens för tävlan och konkurrens (Bönte och Piegeler, 2013).²

2. Dessa kan dock ha stor betydelse för att förklara skillnader för särskilda former av företagande, kanske framför allt tillväxtorienterat entreprenörskap.