

En fugl i hånden

Sarah Joy Lyons

En fugl i hånden og andre verktøy for innovasjon og entreprenørskap

CAPPELEN DAMM AKADEMISK

© CAPPELEN DAMM AS, Oslo, 2020

ISBN 978-82-02-68680-2

1. utgave, 1. versjon

E-utgaven baserer seg på 1. trykte utgave, 2020

Elektronisk tilrettelegging: Type-it AS

Omslagsdesign: Kristin Berg Johnsen

Illustrasjoner: Hans Erik Møller og Marie Morland

Sats/design: Type-it AS

Materialet i denne publikasjonen er omfattet av åndsverklovens bestemmelser. Uten særskilt avtale med forlaget er enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring bare tillatt i den utstrekning det er hjemlet i lov eller tillatt gjennom avtale med Kopinor, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk.

www.cda.no

akademisk@cappelendamm.no



Forord

Kjære leser,

Jeg kjenner ikke deg og vet ikke hva som er bakgrunnen for at nettopp du sitter med denne boken i hendene. Kanskje er du student og har meldt deg på et fag hvor denne boken er pensum. Du lurer muligens på hvordan innovasjon og entreprenørskap er relevant for deg? Eller kanskje du er ferdig med studenttilværelsen og har en forretningsidé som du ønsker å sette ut i livet? Du har muligens forsøkt å etablere en virksomhet tidligere uten å lykkes, og lurer på hva du kunne ha gjort annerledes? Det kan hende du allerede har en egen virksomhet, men ønsker å utvikle nye ideer for din arbeidsplass. Kanskje har du et behov for å lære mer om prosjektledelse og oppstart av nye prosjekter? Uansett hvilke av disse beskrivelsene som passer for deg, så er mitt ønske at denne boken skal gi deg inspirasjon og praktisk hjelp på veien videre.

Jeg heier på dem som både tør tenke nytt og som gjennomfører ideene sine. Det er disse menneskene som finner løsningene på dagens og fremtidens utfordringer. Det er først når noen handler på ideen, at ideen får verdi. Ønsket er at flere setter ideene sine ut i livet – og lykkes med det! Spørsmålet er: Hvordan gjør man det? Mange har prøvd og mislyktes, men det er nok av eksempler på dem som har greid det. Dessverre kan jeg ikke gi deg en oppskrift på innovasjon og entreprenørskap med garanti om suksess. En slik oppskrift finnes ikke. Det jeg imidlertid kan tilby i denne boka, er et sett med verktøy hjelpemidler som kan hjelpe deg med å stille deg selv de rette spørsmålene og øke sannsynligheten for at nettopp du lykkes med innovasjon og entreprenørskap.

Denne boken har som formål å gi en lettest innføring i innovasjon og entreprenørskap med konkrete eksempler på hvordan

entreprenører og innovatører utvikler sine ideer og får resultater. Boken hadde ikke blitt den samme uten gode innspill fra flinke folk rundt meg. Jeg ønsker særlig å takke de tre fagkonsulentene Marie Morland, som har bidratt med inspirasjon til illustrasjoner og deltatt i oppstartsfasen; Are Branstad, som har bidratt med gjennomlesning og strukturelle innspill og Tor Haugnes, som har vært en sparringspartner og ellers bidratt med mye til innholdet i kapittel 8. Jeg ønsker også å takke alle som har bidratt til eksempler i boka. Til slutt, men ikke minst, ønsker jeg å rette en veldig stor takk til redaktør Åsne Lund Godbolt for uvurderlig rådgivning gjennom hele prosessen.

God lesning, og lykke til med å sette ideene dine ut i livet.

Hilsen Sarah

Innhold

Forord	5
Introduksjon og bokens struktur	9
Bokens struktur og avgrensninger	11
Kapittel 1	
Definisjoner og begrepsavklaring	17
Entreprenørskap og gründerskap	17
Oppstartsbedrifter og foretaksformer	19
Kunde og brukere	25
Kapital, investorer og aksjonærer	25
Levebrødsbedrifter, vekstbedrifter, gasellebedrift og enhjørninger	26
Innovasjon	27
Entreprenørskap i ulike former	33
Har du fått med deg kapittel 1?	38
Kapittel 2	
Et historisk tilbakeblikk på innovasjon og entreprenørskap	41
Joseph Schumpeter: Kreativ destruksjon	42
Israel Kirzner: Entreprenøriell årvåkenhet	43
Everett Rogers: Diffusjon av innovasjon	44
Peter Drucker: Innovate or die	49
Et skifte i 1980-årene	54
Hva er fokuset i dag?	55
Har du fått med deg kapittel 2?	55
Kapittel 3	
Hvordan tenker en entreprenør?	57
Effektivering og matlaging	58
Kausal eller effektiv logikk?	67
Har du fått med deg kapittel 3?	67
Kapittel 4	
Ditt utgangspunkt	71
Teamet	72
Nettverkssirkel	75
Oppsummering av ditt utgangspunkt	76
Har du fått med deg kapittel 4?	77

Kapittel 5	
Idéutvikling	79
Etablere regler	80
Ressursdrevne verktøy	82
Brukerdrevne verktøy	88
Problemdrevne verktøy	99
Oppsummering av idéutvikling	112
Har du fått med deg kapittel 5?	112
Kapittel 6	
Kunden, brukeren og markedspotensialet	115
Tradisjonell markedsføring og segmentering	116
Brukerjobber og kundejobber	118
Markedspotensialet	128
Har du fått med deg kapittel 6?	131
Kapittel 7	
Forretningsmodellen	133
Forretningsmodell-lerretet	133
Har du fått med deg kapittel 7?	143
Kapittel 8	
Hvordan tjene penger og finansiere oppstarten?	145
Salgstrakten: Hvordan få, beholde og få mer ut av kundene?	145
Hvor starter du?	152
Hvordan finansiere oppstarten?	152
Veien til skalering og risikokapital	163
Har du fått med deg kapittel 8?	167
Kapittel 9	
Test konseptet ditt	169
Brukernærhet	170
Fossefall versus smidig metodikk	171
The Lean Startup	174
Er det så viktig å teste antagelsene dine?	176
Hvor langt har du kommet i prosessen?	190
Har du fått med deg kapittel 9?	192
Kapittel 10	
Forretningsformaliteter og avsluttende tanker	193
Forretningsplan	193
Designrett, varemerke og patent	196
Navn og logo	197
Noen avsluttende tanker	197
Har du fått med deg kapittel 10?	200
Referanser	201
Stikkordregister	211

Introduksjon og bokens struktur

I løpet av en dag tar du bilder på mobilen, streamer filmer på Netflix, hører musikk på Spotify, legger ut bilder på Instagram, måler pulsen din med Fitbit, kjøper en ruterbillett på mobilen og vippser vennene dine for middagen. Stopper du noen gang opp og reflekterer over hvordan disse produktene og tjenestene ble til, og hvordan de ble en integrert del av din hverdag? Innovasjon og entreprenørskap er et fagfelt som forteller historien om opprinnelsen og utviklingen av produktene og tjenestene du har vent deg til i hverdagen. Disse tjenestene og produktene tilfører en verdi i livet ditt som du er villig til å betale for. Innovasjons- og entreprenørskapsteorier forsøker å gi oss verktøy til å gjenkjenne denne verdien og gir deg verktøy for selv å utvikle tjenester som skaper verdi for kunder.

Henry Ford, Walt Disney, Mark Zuckerberg, Steve Jobs og Jeff Bezos er navn som mange forbinder med suksessfulle entreprenørskap. Hva er det som kjennetegner vellykkede entreprenører og måten de jobber på? Dette spørsmålet er det mange teoretikere som har forsøkt å finne svar på. Noen teoretikere har sett på hvordan innovasjoner oppstår (Drucker 1985; Schumpeter 1983, 1934) og hvordan disse innovasjonene tas i bruk av individer og spres blant befolkningen (Rogers 2003). Andre har vært opptatt av å forklare hva slags egenskaper entreprenører har (Kirzner 1973, 1979, 1985), og andre igjen har sett på hva som kjennetegner arbeidsmåtene deres (Shane og Venkataraman 2000; Fisher 2012).

Selv om det er interessant å få vite hva som kjennetegner entreprenører, kan det være enda mer nyttig å finne ut hvordan erfarne

og vellykkede entreprenører og innovatører jobber. De siste årene har forskere fokusert mer på hva de faktisk gjør (Sarasvathy 2001, 2008), og hvilke fremgangsmåter og metoder de tar i bruk. Noen slike metoder er The Lean Startup (Ries 2011), designtenkning (Stickdorn, Hormess, Lawrence og Schneider 2018) og bruk av forretningsmodell-lerret (Osterwalder og Pigneur 2010). Disse verkøylene og metodene har som siktemål at du skal forstå hvem du skaper verdi for, hvilket problem du løser, og hvordan du kan teste ideene dine på et tidlig tidspunkt.

For at vi skal møte morgendagens utfordringer, må vi innovere. Dette gjelder ikke bare for entreprenører, men også bedriftsansatte i privat og offentlig sektor. Vi snakker ikke utelukkende om innovasjon som nye produkter som kjøpes og selges. Forbedring av prosesser kan også være innovasjon. Innovasjon kan forekomme i mange kontekster. For eksempel kan sosiale innovasjoner handle om å løse humane og sosiale behov på nye måter. For å skape bærekraftige løsninger for fremtiden må selvstendig næringsdrivende og ansatte i bedrifter, så vel som entreprenører, tenke nytt og ha verktøy for å skape forbedringer av nye og eksisterende løsninger.

Når vi lager nye tjenester, kan vi dessverre risikere å lage tjenester som ingen vil ha. Dette er en hovedgrunn til at mange oppstartprosjekter mislykkes – nettopp det at man ikke tenker på hvem man ønsker å skape verdier for, noe som igjen resulterer i mangel på betalende kunder. Andre årsaker til at mange mislykkes med oppstartprosjekter, kan være at entreprenøren har overdreven tro på egen idé, at det er mangel på kapital, at teamet ikke fungerer, og at konseptet ikke endres nok underveis. I denne boken får du en innføring i teknikker som kan anvendes for å unngå disse feiltrinnene.

Det er mange farer på veien fra en lys idé til et vellykket oppstartprosjekt. En fallgrube kan være at du ikke har de ressursene du trenger. Det kan lønne seg å begynne med å kartlegge hva ditt utgangspunkt er: Hva er du god på, hva brenner du for, hva engasjerer deg, hva frustrerer deg og hvem kjenner du som kan hjelpe deg? Det kan være mer hensiktsmessig å starte med den ene fuglen du har i hånden din, før du går ut og jakter på fuglene på taket (Sarasvathy 2001, 2008). Ta utgangspunkt i det du har, og bygg videre på dette sammen med teamet ditt.

En del av entreprenørskapsfaget er å se verdien av nettverk og å skape verdier sammen med kunder og interessenter. I «gamle dager» skulle bedriften sitte bak låste dører, klekke ut en god strategi uten å dele den med noen, for så å kaste ut den beste ideen som skulle trollbinde målgruppen eller hele nasjonen. Ved å optimalisere markedsføringen og budskapet skulle kundene komme løpende. I dag ser vi at idéskaperne til bedrifter ikke bare er bedriften selv, men kundene. Suksessfulle entreprenører involverer folket, tilpasser seg sine omgivelser og evner å snu seg rundt. De involverer kunder og partnere før forretningsplanen er spikret, og de viser gjerne stort samfunnsengasjement.

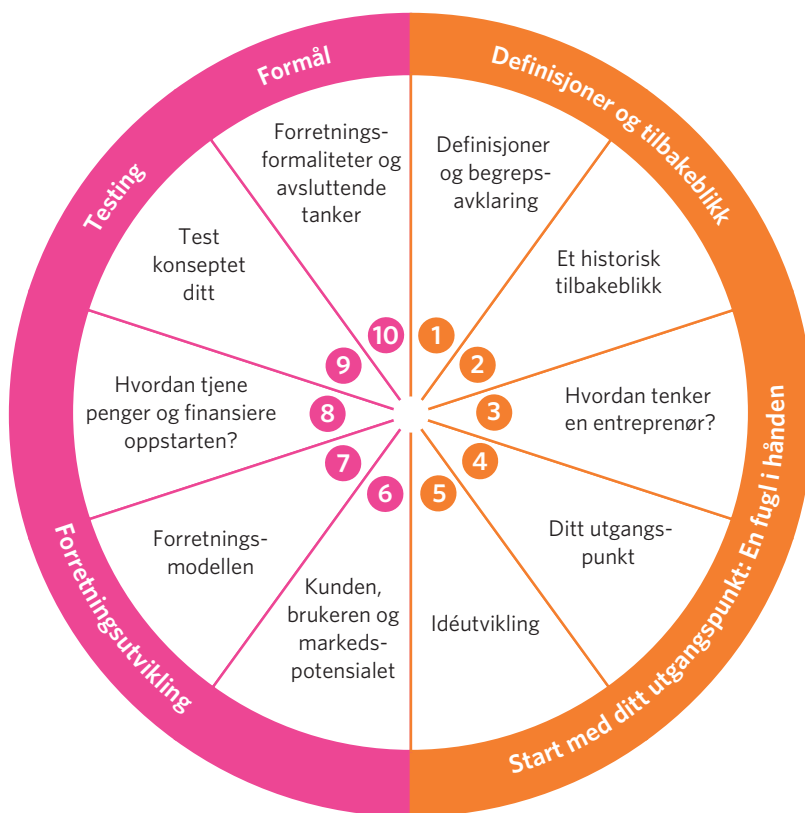
Som innovatør og entreprenør bør du eksperimentere tidlig i prosessen og teste konseptet og antagelser (Ries 2010). For at en idé skal lykkes, er det en hel rekke antagelser som bør testes. I stedet for å sitte inne og ruge på den perfekte ideen, må du komme deg ut og teste ideene dine og konseptet ditt før det er ferdig. Ideen og konseptet blir til mens du går. Målet med boken er å tilby verktøy og metoder som hjelper deg på denne veien – enten du vil satse fullt på en egen gründerdrøm, utvikle dine entreprenørielle ferdigheter for læringens skyld eller lære deg verktøy for å jobbe med innovasjon i eksisterende virksomheter. Entreprenørskap kan også finne sted i allerede eksisterende virksomheter. Da kalles det intraprenørskap.

Bokens struktur og avgrensninger

Denne boken er en introduksjon til innovativt entreprenørskap. Med innovativt entreprenørskap mener jeg entreprenørskap som inkluderer innovative elementer i løsningen. Innovasjonsmetodikker, som designtenkning, er nyttige verktøy når du jobber med entreprenørskap dersom du ønsker å tilføre noe nytt til markedet. Dersom du skal etablere et nytt foretak, uten en innovasjonskomponent, vil du sannsynligvis ikke trenge alle verktøyene og begrepene i denne boken. Ønsker du å utforske eller fornye forretningsmodeller eller skape løsninger som er bedre enn de som allerede eksisterer, vil du finne stor verdi i å lære om innovasjonsmetoder og hvordan du skal bruke disse i utviklingen av din forretningsidé og forretningsmodell.

Det er mange temaer du bør kunne noe om når du skal drive med innovativt entreprenørskap. Ettersom dette er en innføringsbok, har jeg begrenset temaene til det jeg mener er helt avgjørende i en innledende fase til entreprenørskap. Kapitteloversikten illustrerer tankegangen i boken og oppbyggingen av bokens struktur.

Oversikt over kapitlene i boken



De to første kapitlene (kapittel 1–2) presenterer definisjoner, begrepsavklaring og et historisk tilbakeblikk samt innføring i ulike former for entreprenørskap. Disse er de mest teoretiske kapitlene og skal gi deg en forståelse for fagfeltet. Kapittel 1 gir en introduksjon og definisjon av sentrale begreper. En begrepsavklaring gjør det lettere for deg å anvende, diskutere og dra nytte av innholdet i boken. Uten en teoretisk forståelse for definisjoner og begreper er det vanskelig å jobbe med fagfeltet. Videre gir kapittel 2 et historisk

tilbakeblikk på utviklingen av fagfeltet. Ved å forstå hvordan fagfeltet har utviklet seg vil du være bedre rustet til å forstå hvor fokuset ligger i dag, og hva forskere har kommet frem til så langt.

De tre neste kapitlene (kapittel 3–5) handler om ditt utgangspunkt for å utvikle dine egne ideer. Kapittel 3 gir en innføring i effektuering. Kjernen i effektuering er å utnytte ditt utgangspunkt og bygge ideen videre på ressurser du har tilgjengelig. Kapittel 4 bygger videre på tankegangen i kapittel 3 og handler således om å kartlegge ditt utgangspunkt. Mange tenker at man må ha verdens beste idé for å lykkes med entreprenørskap, men i tråd med teorien om effektuering fokuserer denne boken heller på å forstå nytten av hvilke styrker og interesser du har. Jeg vil vise hvordan du kan bruke dette som et utgangspunkt for å lykkes med entreprenørskap. Ditt utgangspunkt er ikke bare deg selv, men også ditt nettverk og teamet ditt. Kapittel 4 tar også for seg viktigheten av å jobbe med teamet slik at du sammen med ditt team kan styrke utgangspunktet. Fordi det viser seg at dårlig samarbeid i team er en vanlig grunn til at oppstartsprosjekt mislykkes, oppfordres det til å jobbe med teamet fra tidlige faser av prosjektet. Basert på arbeidet med ditt utgangspunkt og teamet i kapittel 4, gir kapittel 5 deg så en rekke verktøy som går ut på å bruke ditt utgangspunkt til å utvikle ideer.

De tre neste kapitlene (kapittel 6–8) dypdykker i forretningsutviklingsdelen av entreprenørskap med fokus på hvem kunden er, hvordan forretningsmodellen skal se ut, og hvordan du kan finansiere og tjene penger på oppstarten. Kapittel 6 gir deg verktøy for å lære hvem kunden din er, og hvordan du kan tilpasse ditt tilbud til noe kunden din ønsker å betale for. Når du har en klar formening om hvem kunden din er, kan du i kapittel 7 jobbe med å kartlegge hele forretningsmodellen. Forretningsmodell-lerretet er et verktøy som ikke bare skal beskrive din forretningsmodell, men det kan også være et verktøy for selve konseptutviklingen. Kartlegging av hele forretningsmodellen tvinger deg til å tenke igjennom alle elementer som inngår i gjennomføring av konseptet. Når du har et bilde av hele forretningsmodellen, er det mer realistisk å tenke på hvordan du skal kunne finansiere oppstarten, og hvordan du skal kunne tjene penger på ideen din. Kapittel 8 går dypere inn på strategier for å anskaffe penger til oppstart og tjene penger på ideen din.

Når du har kartlagt hele forretningsmodellen, oppfordres du i kapittel 9 til å teste og validere alle elementene. Mange entreprenører bygger på antagelser om hva kundene vil ha, hvilke partnere som stiller opp, og hvordan forretningsmodellen skal skape inntekter. Kapittel 9 fremhever viktigheten av å teste dine antagelser.

Når du har testet elementene i forretningsmodellen og har et klart bilde av din fremtidige forretningsmodell, vil du være klar for å ta tak i formelle aspekter. I kapittel 10 trekker jeg tråder tilbake til alle kapitlene med en oppsummering av bokens hovedpunkter.

Kapittelstruktur

Hvert kapittel følger følgende struktur:

- o En innledende tekst med en tilhørende oppsummering av kapittelets viktigste punkter.
- o Relevant teori: I hvert kapittel presenteres relevant teori på området med illustrerende eksempler, kombinert med verktøy og metoder du kan benytte deg av i din egen idé-, produkt-, og tjenesteutvikling.
- o Teoretiske øvelser: Her får du spørsmål som tilhører teoretiske kapitlene for å se om du har fått med deg teorien. Hvilke teorier er intuitive, og hvilke er mer kompliserte å få med seg? Hvordan kan du bruke de teoretiske rammeverkene i ditt arbeid?
- o Praktiske øvelser: Her oppfordres du til å gå ut og snakke med mennesker, gjennomføre intervjuer og teste dine ideer og antagelser. Kan du bruke verktøy fra boken til å teste dine egne ideer og konsepter? Hvilke øvelser fungerer, og hvilke øvelser fungerer ikke, og hva tror du er grunnen til dette? Er øvelsene mangelfulle, eller må du øve deg mer for å få det til?
- o Refleksjon: Målet med å lære teori og metoder er ikke bare å kunne gjengi dem, men å kunne reflektere over koblingen mellom teori og praksis. Hvordan passer teoretiske perspektiver inn i ditt syn på virkeligheten og dine opplevelser, og hvordan forholder andre mennesker seg til teoriene du leser om? Teori er bare en forenkling av virkeligheten, og det er viktig å være kritisk til teorier du leser. Når du diskuterer teorier, må du

kunne begrunne dine svar og knytte teorier til virkeligheten. Med refleksjonsspørsmålene oppfordres du til å argumentere for og imot de aktuelle teoriene og metodene som presenteres. Målet er at du skal reflektere over dine egne tanker om disse teoriene og metodene. Refleksjon vil gjøre deg i stand til å diskutere teorier og perspektiver i møte med andre aktører.

Definisjoner og begrepsavklaring

Fiken AS ble opprettet fordi gründerne bak tjenesten ville gjøre regnskap enkelt. De mente regnskapssystemene var for kompliserte. De valgte å utvikle denne tjenesten selv og startet Fiken AS i 2014. I 2018 kom de på tredje plass over de raskest voksende selskapene i Norge. Hvilke elementer ved Fikens tilbud gjør dem innovative og suksessfulle? For å ha et grunnlag for å snakke om innovasjon og entreprenørskap, må vi starte med en forståelse av hva begrepene inneholder. Dette kapittelet gir derfor en innføring i de grunnleggende begrepene i entreprenørskap- og innovasjonsordboken.

Dette kapittelet gir definisjoner av:

- o Entreprenørskap, gründer og selvstendig næringsdrivende
- o Oppstartsbedrift og foretaksformer
- o Levebrødsbedrifter, vekstbedrifter, gasellebedrift og enhjørninger
- o Radikal, inkrementell, verdi- og disruptiv innovasjon

Entreprenørskap og gründerskap

Ordet *entreprenør* kommer av det franske ordet *entreprendre* som betyr å påta seg noe. Den fransk-irske økonomen Richard Cantillon (1680–1734) assosieres med entreprenørskap. Cantillon så på entreprenørskap som selvstendig yrkesutøvelse med usikker

avkastning (McMullan og Long 1990). På norsk kan uttrykket *entreprenør* være forvirrende ettersom det opprinnelig har vært brukt om aktører innen bygg- og anleggsbransjen, mens man de siste 25 årene også har begynt å bruke det for å beskrive en person som får i gang ny virksomhet. Det er sistnevnte betydning av begrepet som er aktuelt i denne sammenhengen.

«Gründer» er et annet begrep som benyttes for å beskrive en person som driver egen virksomhet. Ordet *gründer* betyr «grunnlegger» og oppstod i Tyskland i 1870-årene som en betegnelse på dem som tok risikoen ved å grunnlegge større foretak. I dag er ordet tatt inn i det norske språket og brukes om en initiativrik person som setter i gang en ny virksomhet. Ordene *gründer* og *entreprenør* brukes av mange om det samme, nemlig en som driver eget foretak.

Selv om *entreprenørskap* kan defineres som foretaksopprettelse (Gartner 1988), vil andre hevde at begrepet innebærer mer enn kun foretaksopprettelse, men omfatter oppdagelse og utnyttelse av muligheter (Shane og Venkataraman 2000). I en bred forståelse av begrepet innebærer *entreprenørskap* også det vi kaller *intraprenørskap* – som er *entreprenørskap* innad i bedrifter. Et eksempel er *finn.no*. Ideen ble til og først iverksatt internt i Schibsted, men i første omgang lyktes de ikke som de hadde håpet. For at *finn.no* skulle få større frihet til å utvikle produktet, ble de skilt ut som en selvstendig bedrift som ga nye muligheter. Andre former for *entreprenørskap*, slik som frivillige organisasjoner og sosialt og kulturelt *entreprenørskap* (les om ulike former for *entreprenørskap* senere i kapitlet), kan også passe bedre inn under definisjonen av å oppdage og utnytte muligheter enn foretaksopprettelse. I denne boken bruker jeg en bred forståelse av begrepene *entreprenør* og *entreprenørskap*. Boken dekker ulike tilnærminger til fagfeltet og inkluderer sosialt og kulturelt *entreprenørskap*, *intraprenørskap*, gründere og selvstendig næringsdrivende.

En selvstendig næringsdrivende er en person som ikke er ansatt i et firma eid av andre, men som livnærer seg på egen hånd. En selvstendig næringsdrivende i Norge kan være registrert med enkelt-personforetak eller et annet personlig foretak. Følgende spørsmål kan brukes for å fastslå om du driver næringsvirksomhet (Skatteetaten, 2019):

- Driver du foretaket på egen regning og risiko?
- Har det et visst omfang?
- Er det egnet til å gå med overskudd over tid?
- Tar det sikte på en viss varighet?

Ordene entreprenør, gründer og selvstendig næringsdrivende brukes om hverandre. En gründer er per definisjon en person som starter et foretak, og kan derfor også sies å være en selvstendig næringsdrivende dersom han/hun oppfyller ovennevnte liste. Noen vil hevde at definisjonene av gründer og entreprenør er sidestilte. Andre vil hevde at definisjonen av en entreprenør er bredere enn definisjonen av en gründer. Videre er det verdt å merke seg at ikke alle gründerne og entreprenører driver med det jeg kaller innovativt entreprenørskap, der de skaper nye løsninger og nye forretningsmodeller. En gründer kan være en frisør som har opprettet en salong, eller en baker som har åpnet et bakeri uten at det er et ønske om innovasjon i deres tilbud.

Oppstartsbedrifter og foretaksformer

Det engelske begrepet «nascent entrepreneurship» (oversatt til norsk: nydannet entreprenørskap) beskriver personer som, alene eller sammen med andre, prøver å starte en ny virksomhet, og som forventes å være eiere eller deltakere til det nye firmaet. De må ha vært aktive i å prøve å starte firmaet de siste tolv månedene, og det må være et selvstendig foretak. Mange bruker det engelske ordet «startup» på norsk når det er snakk om oppstartsbedrifter. En oppstartsbedrift er gjerne yngre enn fem år gammel. En startup er en ny bedrift eller ny avdeling i en eksisterende bedrift som har som mål å levere et nytt produkt eller tjeneste til et marked preget av høy usikkerhet (Ries 2011).

En oppstartsbedrift kan organiseres via ulike foretaksformer. Foretaksformen er den formelle organiseringen til bedriften, og bestemmer ansvarsforhold, skatt og revisjonsplikt. De vanligste foretakene å starte for gründerne er enkeltpersonforetak eller aksjeselskap. For deg som er student og vil lære om oppstart, er studentbedrift den beste måten å starte på. De mest vanlige foretaksformene er oppsummert i tabell 1.1.

Tabell 1.1: De vanligste foretaksformene

Ungdomsbedrift (UB) og Studentbedrift (SB)	Ungt Entreprenørskap (UE) har bedriftsprogram i videregående skole: ungdomsbedrift (UB), og i høyere utdanning: studentbedrift (SB). Elever og studenter som oppretter UB og SB, skal i løpet av ett skoleår etablere, drive og avvikle ungdoms-/studentbedriften med støtte fra lærere og en mentor fra det lokale næringslivet. Ungdomsbedrifter/studentbedrifter som er tilsluttet UE/SB faller inn under definisjonen av veldedige og allmennnyttige institusjoner. En UB /SB er en egen juridisk enhet i Brønnøysundregistrene og har sitt eget organisasjonsnummer.
Enkeltpersonforetak (ENK)	Et enkeltpersonforetak (ENK) eies av én person. Innehaver av et ENK regnes ikke som en ansatt, og kan derfor ikke ta ut lønn, men kan ta ut overskudd. Det er få formelle krav, men innehaver bærer personlig risiko og de sosiale rettighetene er dårligere enn ved AS. Som innehaver av et ENK har man ikke rett på dagpenger og rett på sykepenger først fra dag 17.
Aksjeselskap (AS)	Et aksjeselskap (AS) er en foretaksform som innebærer at aksjonærene ikke stilles personlig ansvarlig for selskapets gjeld, og risikoen til aksjonæren er derfor begrenset til den aksjekapitalen de har investert i selskapet.
Ansvarlig selskap (ANS) og Selskap med delt ansvar (DA)	Et ansvarlig selskap (ANS) er en selskapsform der den som eier selskapet, er personlig ansvarlig for forpliktelsene som selskapet påtar seg. I et ansvarlig selskap med delt ansvar (DA) har deltakerne samlet et ubegrenset og personlig ansvar for hele selskapsgjelden, men hver deltaker kan bare belastes opptil sin ansvarsandel.
Stiftelse	En stiftelse har ikke eiere og ingen medlemmer. En stiftelse må ha en minstekapital på 100 000 kroner. Stiftelser fremmer gjerne ideelle, humanitære, sosiale eller politiske formål.
Forening	En forening er selveid enhet som har medlemmer. Det kreves ikke kapital for å starte en forening. Foreninger er en vanlig foretaksform for idrett og frivillighet.

Ungdomsbedrift

Ungdomsbedrift (UB) er et program som eies av Ungt Entreprenørskap (UE). Gjennomføring av programmet gir elever i videregående skole erfaring med bedriftsetablering innenfor trygge rammer. Gjennom et skoleår skal elevene etablere, drive og avvikle en ungdomsbedrift med lærer som veileder og en mentor fra lokalt næringsliv. Elevene arbeider ut fra en konkret produktidé og rea-