

Entreprenørskap i utvikling

Evaluering av et opplæringsprogram i Tanzania

Magne Birkeland Haraldstad

Veileder: Kjetil Bjorvatn

Selvstendig arbeid innen profilen Finansiell økonomi

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Denne utredningen er gjennomført som et ledd i masterstudiet i økonomisk-administrative fag ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at høyskolen inntår for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet eller de konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Sammendrag

Norges Handelshøyskole startet i 2007 et prosjekt i samarbeid med PRIDE Tanzania (Promotion of Rural Initiative and Development Limited), den største mikrofinansinstitusjonen (MFI) i Tanzania. Prosjektet, som fortsatt pågår, har som mål å se om et grunnleggende kurs i økonomi og administrasjon kan påvirke de økonomiske resultatene til kundene i PRIDE. Man ønsker slik å forbedre tilbakebetalingsgraden, inntjeningen til PRIDE, og håpet er på sikt å kunne se positive ringvirkninger for den lokale økonomien.

I den første delen av oppgaven presenterer jeg mikrofinans og dens utbredelse, kritikk av mikrofinans og forskning som er gjort hvor det er presentert blandede effekter av mikrofinans. Deretter vil jeg presentere forskning som ser på om økning i humankapital kan bedre resultater for debitor og kreditor. Her er svarene entydig positive.

I siste del av oppgaven presenterer jeg oppmøtet på kurset i økonomi og administrasjon som er blitt tilbudt til en del av klientene i PRIDE Tanzania. Jeg ser på oppmøtetallene og på hvilke faktorer som kjennetegner de som jevnlig møter opp og de som sjelden eller aldri møter opp.

Ved enkle OLS regresjoner finner jeg flere faktorer som spiller inn på oppmøtet. Mors utdannelse, lånestørrelse hos PRIDE og en holdning om at det bør være likere lønn i Tanzania har en negativ effekt på oppmøtet. Kunnskap, skolegang og om klienten eier huset sitt spiller positivt inn på oppmøtet.

Innhold

INNHold	3
1. FORORD	9
2. INNLEDNING	10
2.1 PROBLEMSTILLING	10
2.2 ANGREPSMÅTE.....	11
3. MIKROFINANS	12
3.1 HISTORIE.....	12
3.1.1 <i>Grameen Bank</i>	13
3.1.2 <i>ACCION International</i>	13
3.2 MIKROFINANS I DAG	15
3.2.1 <i>Antall aktive lån</i>	15
3.2.2 <i>Lånestørrelser</i>	15
3.2.3 <i>Geografisk fordeling</i>	16
3.3 MIKROFINANS: HVOR STÅR VI?.....	18
3.3.1 <i>Kritikk</i>	18
3.3.2 <i>"Does Microfinance Really Help the Poor?"</i>	20
3.3.3 <i>"The Microfinance Promise"</i>	21
3.3.4 <i>"Microfinance and Poverty: Evidence Using Panel Data from Bangladesh"</i>	24
3.3.5 <i>Oppsummering</i>	26
4. OPPLÆRING I ENTREPRENØRSKAP FOR MIKROFINANSKLIENTER	27
4.1 "TEACHING ENTREPRENEURSHIP: IMPACT OF BUSINESS TRAINING ON MICROFINANCE CLIENTS AND INSTITUTIONS"	27
4.2 CAN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY BE TAUGHT?	31
5. OPPLÆRING I TANZANIA	34

5.1	UTVALG	35
5.2	BEHANDLINGSGRUPPEN	36
5.2.1	<i>Personalia</i>	37
5.2.2	<i>Finans</i>	39
5.2.3	<i>Kunnskap</i>	41
5.2.4	<i>Holdninger</i>	47
5.2.5	<i>Forskjeller mellom Magomeni og Buguruni</i>	49
6.	REAKSJONER FRA PRIDE KLIENTER	50
7.	ANALYSE	52
7.1	FORKLARINGSVARIABLER	52
7.1.1	<i>Personalia</i>	53
7.1.2	<i>Finans</i>	53
7.1.3	<i>Kunnskap</i>	54
7.1.4	<i>Holdninger</i>	54
7.1.5	<i>Husholdskaraktetistikker</i>	55
7.1.6	<i>Pris</i>	55
7.2	OPPMØTE.....	55
7.2.1	<i>Totalt oppmøte</i>	56
7.2.2	<i>Oppmøte i avdelingene</i>	57
7.2.3	<i>Oppmøte i undervisningstimene</i>	58
7.2.4	<i>Sammenligninger av forklaringsvariabler</i>	59
7.2.5	<i>Oppsummering av variabler</i>	61
7.3	REGRESJONER	63
7.3.1	<i>Regresjoner med alle klienter som er tilbudt kurs</i>	63

7.3.2	<i>Regresjoner uten klienter som har droppet ut</i>	65
7.4	UTFORDRINGER I DATAMATERALET	67
7.4.1	<i>Hyppig fravær eller droppet ut?</i>	67
7.4.2	<i>Ramadan og midterm</i>	67
7.5	OPPSUMMERING AV FUNN	68
8.	KONKLUSJONER	69
9.	VEDLEGG	71
	LITTERATURLISTE	72

Oversikt over tabeller:

Tabell 1: Sammenligning av behandlingsgruppen og kontrollgruppen	35
Tabell 2: Gjennomsnitt på personalia, prestasjon, kunnskap, forretning, fremtiden	37
Tabell 3: Resultater på makrospørsmål, enkeltvis og totalt	42
Tabell 4: Resultater på mikrospørsmål, enkeltvis og totalt	42
Tabell 5: Resultater på regnskapsspørsmål, enkeltvis og totalt	43
Tabell 6: Resultater på analytiske spørsmål, enkeltvis og totalt	44
Tabell 7: Korrelasjon mellom skolegang og resultater i kunnskap	46
Tabell 8: Holdninger	47
Tabell 9: Sammenligning av variabler etter oppmøtefrekvens	59
Tabell 10: Regresjon med de som aldri har møtt	63
Tabell 11: Korrelasjon mellom mors utdanning, fars utdanning og alder	64
Tabell 12: Regresjon med de som aldri har møtt	64
Tabell 13: Regresjon uten de som aldri har møtt	65
Tabell 14: Regresjon uten de som aldri har møtt	66
Tabell 15: Gjennomsnitt på personalia, prestasjon, kunnskap, forretning og fremtiden, forskjeller mellom Magomeni og Buguruni	71
Tabell 16: Korrelasjoner mellom kunnskap og holdninger	71

Oversikt over figurer:

Figur 1: Andel fattigste klienter med mikrofinansstilbud.....	16
Figur 2: Andel verdens fattigste fordelt etter geografi (1970, 2000 og 2015-estimat).....	17
Figur 3: Aldersfordeling på klienter.	38
Figur 4: Punktdiagram med regresjonslinje mellom alder og skolegang.....	38
Figur 5: Fordeling av lånestørrelser sammenlignet mellom kjønn.....	39
Figur 6: Salg sammenlignet mellom kjønn	40
Figur 7: Profitt sammenlignet mellom kjønn	40
Figur 8: Andel klienter i hver bransje, fordeling mellom kjønn	40
Figur 9: Klienters kunnskapsscore	45
Figur 10: Punktdiagram, skolegang mot mikrokunnskap	46
Figur 11: Punktdiagram, skolegang mot makrokunnskap.....	46
Figur 12: Punktdiagram, skolegang mot regnskapskunnskap.....	46
Figur 13: Punktdiagram, skolegang mot analytisk kunnskap.....	46
Figur 14: Punktdiagram, totalkunnskap mot skolegang.....	47
Figur 15: Punktdiagram, totalkunnskap mot klientens alder.....	47
Figur 16: Totalt oppmøte på undervisning	56
Figur 17: Andel klienter som har møtt opp på antall undervisningstimer.....	56
Figur 18: Invers kumulativ andel oppmøte	56
Figur 19: Oppmøte fordelt mellom avdelingene	57
Figur 20: Differanse i oppmøte mellom timene etter klokkeslett	58
Figur 21: Oppmøte sammenlignet over kjønn.....	60

Figur 22: Oppmøte sammenlignet over religion	60
Figur 23: Oppmøte sammenlignet over lånestørrelse	61

1. Forord

Arbeidet med denne oppgaven har vært spennende og lærerikt. Jeg har fått et mye mer nyansert inntrykk av mikrofinans, og ser både hva godt mikrofinans kan gjøre og hvilke utfordringer det medfører. Det er godt å se at videreutdanning, sammen med kapital, kan gi levedyktige arbeidsplasser og hjelpe til å skape vekst. Jeg har hver uke ventet på nye oppmøtetall for kurset, og fulgt spent med på utviklingen.

Jeg vil takke veileder Kjetil Bjorvatn for engasjert og god veiledning.

2. Innledning

2.1 Problemstilling

”Jeg tror bestemt at alle mennesker har en medfødt egenskap. Jeg kaller det overlevelsesegenskapen. Det at de fattige er i live er et klart bevis på deres evne. De trenger ikke oss til å fortelle dem om hvordan de skal overleve, det vet de allerede. Så i stedet for å kaste bort tiden vår på å lære dem nye egenskaper, prøver vi å maksimere de egenskapene de allerede har. Ved å gi de fattige tilgang til kapital gir dem mulighet til å bruke kunnskapene de allerede har...” Muhammad Yunus, *Banker to the Poor* (1999, side 140)

Nobels fredsprisvinner fra 2006, Mohammad Yunus, mener at alt de fattige trenger for å hjelpe seg selv ut av fattigdommen er kapital. Mikrofinans er et svar på dette. Men vil ikke en økning i humankapital kunne gi noen ekstra positiv effekt? En måte å undersøke dette på er å statistisk måle effekter av utdanning. En annen vinkling er å se på om mikrofinansklinter selv ser nytten av et slikt kurs, og viser interesse for det. Mikrofinansklinter kan uttrykke interesse på direkte spørsmål eller spørreundersøkelse, men deres virkelige preferanse vil bli avslørt av oppmøte på et tilbudt kurs.

Jeg vil i denne oppgaven se nærmere på, og analysere oppmøtet på, et økonomi- og administrasjonskurs for klinter i mikrofinansinstitusjonen PRIDE i Tanzania. Jeg vil presentere oppmøtetall, og se etter variabler som kan forklare oppmøtet.

Problemstillingen er som følger:

Hva kjennetegner klinter som ofte møter opp, og klinter som sjelden eller aldri møter opp? Finnes det noen statistisk signifikante variabler som kan forklare oppmøte og fravær på et kurs i bedriftsøkonomi for klinter i mikrofinansinstitusjonen PRIDE i Tanzania?

2.2 Angrepsmåte

I denne oppgaven skal jeg se på mikrofinansens utbredelse, dens økonomiske effekt på klienter og dens effekt på reduksjon av fattigdom. Videre ser jeg på om økning av humankapital kan være med på styrke disse effektene ved å gi bedre økonomiske resultater. På bakgrunn av dette vil jeg analysere oppmøtet på kurset, og ved hjelp av regresjoner lete etter signifikante forklaringsvariabler.

3. Mikrofinans

3.1 Historie

2005 var FNs internasjonale år for mikrofinans. Oppmerksomheten ble enda større da Grameen Bank i Bangladesh, sammen med grunnlegger Muhammad Yunus, fikk Nobels fredspris i 2006 for deres arbeid innen mikrofinans.

Fattige mennesker er i utgangspunktet dårlige lånekunder for formelle banker. De har sjelden noen eiendeler de kan stille som sikkerhet for lån, og inntektene er små og usikre. Store kostnader knyttet til små utlån, sammen med stor sannsynlighet for misligholdelse, gjør at fattige er utenfor de formelle bankenes målgruppe. Det er få som er så heldige at de har tilgang på private lån. Mangelen på kapitaltilgang har tvunget fattige til enten å låne penger til høye renter av lånehaier, eller legge investeringsplaner på hyllen. Det var her grunnlegger av Grameen Bank, Muhammad Yunus, og ACCION International i Latin-Amerika så behovet. De startet å gi ut små lån til de aller fattigste, som oftest uten noen form for sikkerhet. Mikrokreditt startet omtrent samtidig i Bangladesh og Latin-Amerika. I begynnelsen drev de kun med utlån av små beløp til fattige, såkalt mikrokreditt, men etter å ha sett behov for flere finansielle tilbud er driften videreutviklet. Navnet er i dag endret til mikrofinans, som er et mer dekkende begrep. Mikrofinans i dag handler ikke bare om utlån, men også om finansielle tjenester som innskudd og forsikring.

I Norge er det er rekke organisasjoner som er engasjert i mikrofinans, blant annet Strømmestiftelsen, Plan Norge og Care Norge. Sommeren 2008 ble også det norske mikrofinansinitiativ (NMI) startet, og skal bidra med 600 millioner kroner til et mikrofinansfond. Prosjektet er et samarbeid mellom staten ved Norfund som eier halvparten og fire private selskaper, DnB NOR, Ferd, KLP og Storebrand, som går inn med like store andeler (75 millioner kroner). Fondet skal ikke direkte være involvert i mikrofinans men investere i selskaper/organisasjoner som er det.

3.1.1 Grameen Bank

Muhammad Yunus er utdannet økonom, med doktorgrad fra Vanderbilt-universitetet i Nashville, USA. I 1974 underviste han økonomi ved Chittagong Universitetet i Bangladesh. Samtidig var det stor hungersnød i landet. Han kunne med egne øyne se hvor lite de økonomiske teoriene han underviste nyttet, når folk rundt ham døde av sult.

En dag kom Yunus i prat med en fattig kvinne. Hun forsøkte å tjene til livets opphold ved å lage stoler av bambus. Det kom frem at kvinnen tjente 2 cent til dagen på dette arbeidet. Hun hadde ikke råd til bambusen som hun lagde stolene av, så hun hadde inngått en avtale med en som kunne levere bambus. Hun fikk bambus mot at han fikk kjøpe stolene. Det viste seg at bambus til en stol kostet 25 cent. En kvart dollar var nok til at kvinnen ble gjort til slave for bambusleverandøren.

Yunus innså hvor vanskelig det var for de fattige å få lån til et akseptabelt rentenivå, og begynte selv å låne ut penger fra egen lomme. Etter å ha pratet med folk i landsbyen til kvinnen, lånte han totalt ut, etter deres ønske, \$27. Dette var alt 42 personer trengte for å bli selvstendige.

Muhammad Yunus (2007) forhørte seg i den lokale banken, og sa at de måtte låne ut penger til de fattige. Da banken ikke ville det, tilbudte Yunus selv å stå som garantist for lån til fattige. Etter måneder med forhandlinger fant banken ut at Yunus var verdt \$300. Etter som etterspørselen vokste fikk Yunus til en avtale med sentralbanken i Bangladesh. Grameen Bank, landsbybanken, ble grunnlagt i 1983. Yunus' ønske om å hjelpe, om enn bare å hjelpe en person til en litt bedre dag, hadde skapt en bank for de fattige. De \$27 som Yunus i 1976 lånte ut fra egen lomme, er i dag blitt Grameen Bank (Grameen Foundation) som hjelper over 6 millioner fattige familier rundt om i hele verden med finansielle tjenester.

3.1.2 ACCION International

ACCION International ble stiftet i 1961 av Joseph Blatchford. Under studietiden var han på reise i flere land i Latin-Amerika, og han fikk føle på kroppen hvor fattige landene i verdensdelen var. Sammen med jusstudentvennene samlet han inn \$90.000 fra private

sponsorer for å starte et samfunnsutviklingsprosjekt. Dette skulle hjelpe de fattige til å hjelpe seg selv.

Sommeren 1961 dro 30 frivillige til Venezuela og startet utviklingsprosjekter. Sammen med de lokale installerte de elektrisitet og kloakkanlegg, samtidig som de bygde skoler og startet undervisning innenfor blant annet ernæring. Etter 10 år var utviklingsprogrammet eksportert til 3 nye land, over 1000 frivillige var involvert og de bidro med over \$9 millioner i året til de fattigste i Latin-Amerika.

Mikrokreditt kom først inn i bildet i 1970-årene. Lederne for ACCION innså at prosjektene ikke løste et av hovedproblemene for de fattigste, nemlig mangelen på økonomiske muligheter. Industrialiseringen lokket mange til å søke lykken i byene, men i realiteten var jobbene få og dårlig betalt. ACCION så at mange forsøkte å starte egne prosjekt, men at det var vanskelig å skape vekst for de bitte små bedriftene. For å få råd til råvarer ble de tvunget til å låne fra lokale lånehaier, og overskuddene gikk stort sett til å dekke renter som kunne være opptil 10 % pr dag. Kunne disse små gründerne komme ut av fattigdommen ved tilgang på bedre og billigere finansielle tjenester?

I Recife i Brasil startet de et prosjekt, kalt "microenterprise", hvor de gav ut små lån. Fire år etter hadde ACCION gitt ut 885 lån, noe som var med å skape eller opprettholde 1386 jobber.

Mikrofinans har vokst enormt siden starten. Tall fra Microcredit Summit sin rapport fra 2007 viser at totalt antall klienter er tidoblet i løpet av de ti årene mellom 1997 og 2007, fra 13,5 millioner til 133 millioner klienter. Antall fattigste klienter som er nådd er mer enn tolvdoblet, fra 7,6 millioner til 92,9 millioner.

3.2 Mikrofinans i dag

3.2.1 Antall aktive lån

Det er så å si umulig å få eksakte tall på kunder og lånestørrelser innenfor mikrofinans i dag. Organisasjoner bruker ulike tilnærminger og viser til flere tall. CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) presenterer 3 anslag på sin nettside. Ut ifra forskjellige metoder anslår CGAP 152 millioner og World Savings Bank Institute (WSBI) 190 millioner aktive lån.

Microcredit Summit (MCS 2007) på sin side har brukt en annen tilnærming. Her ligger rapporter fra 3316 MFI fra 1997 til 2007 til grunn for estimatet. De kommer frem til litt over 133 millioner lånekunder verden over. 92,9 millioner av disse regnes som lån til de aller fattigste, og 79,1 millioner av disse er til kvinner. Det er interessant å se at 86,4 % av kundene som er blant de aller fattigste nåes av 67 institusjoner (2 % av alle MFI). Dette skyldes både at noen institusjoner er store, men også at det er veldig mange veldig små aktører som tilbyr mikrofinans. Mens 7 institusjoner har over 1 million kunder er det så mange som 2364 institusjoner som har færre enn 2500 klienter. Totalt har de minste institusjonene ca 1,4 millioner klienter, noe som gir et gjennomsnitt på rett under 600 klienter pr institusjon.

Det er viktig å ta med i beregningen at 92,9 millioner lån til de aller fattigste berører 464,6 millioner mennesker. Men tatt i betraktning at ca 3 milliarder mennesker lever på mindre enn \$2 til dagen, så ser vi at det fortsatt er mange potensielle kunder å nå.

3.2.2 Lånestørrelser

VNL, et mikrotelecomselskap i India, presenterer i sitt "White Paper: The Business of Microfinance" (Sehgal 2008) tall fra Deutsche Bank (DB) sin rapport fra desember 2007. DB estimerer utestående lånebeløp til å være \$25 milliarder ved utgangen av 2006, noe som er en markant økning fra \$4 milliarder i 2001.

MCS nevner på sin side ikke noen total utestående sum i sin rapport fra 2007, hvor fokuset er antall klienter. Målet med mikrofinans er å hjelpe mennesker å hjelpe seg selv ut av fattigdom, og da er det mer hensiktsmessig å se hvor mange personer som er nådd.

For å dekke etterspørselen etter mikrofinans anslås det i artikkelen fra VNL at det totalt er behov for \$275 milliarder. Fratrullet dagens \$25 milliarder mangler det altså \$250 milliarder.

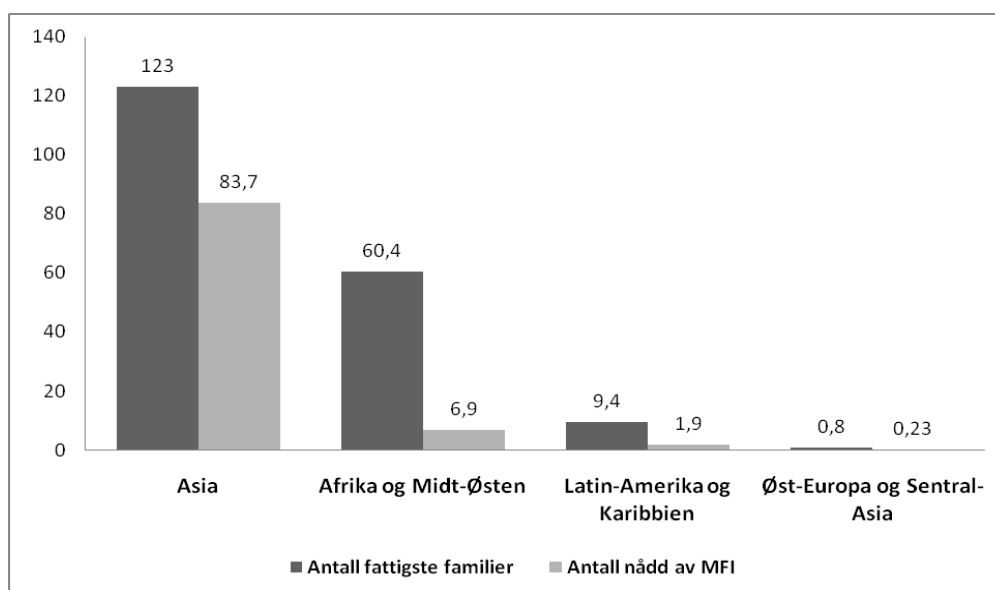
3.2.3 Geografisk fordeling

Vi har nå sett at mikrofinans startet omtrent samtidig i Latin-Amerika og Bangladesh. Siden den gang har veksten i antall MFI, og dermed også utbredelsen og antall lånetagere, vært enorm. Vi skal nå se nærmere på hvor institusjonene har nådd ut, og i hvilken grad de klarer å dekke det potensielle markedet.

Tall fra MCS rapport (2007) viser at majoriteten av klientene er fra Asia, nesten 85 %. Dette betyr at ca. 3 % av Asias befolkning er mikrofinansklienter. Til sammenligning har Ca 1,1 % av befolkningen i Afrika sør for Sahara fått tilgang til mikrofinans.

Figur 1 er basert på MCSs tall som viser hvor mange familier det er i hver av verdensdelene som regnes blant de aller fattigste, og hvor mange av disse familiene som har fått tilgang på mikrofinans. Det betyr altså ikke at alle i familien har fått lån, men at minst ett familiemedlem har fått tilgang til mikrofinanslån, og dermed kan hjelpe ikke bare seg selv, men forhåpentligvis også familien.

Figur 1: Andel fattigste klienter med mikrofinanstilbud



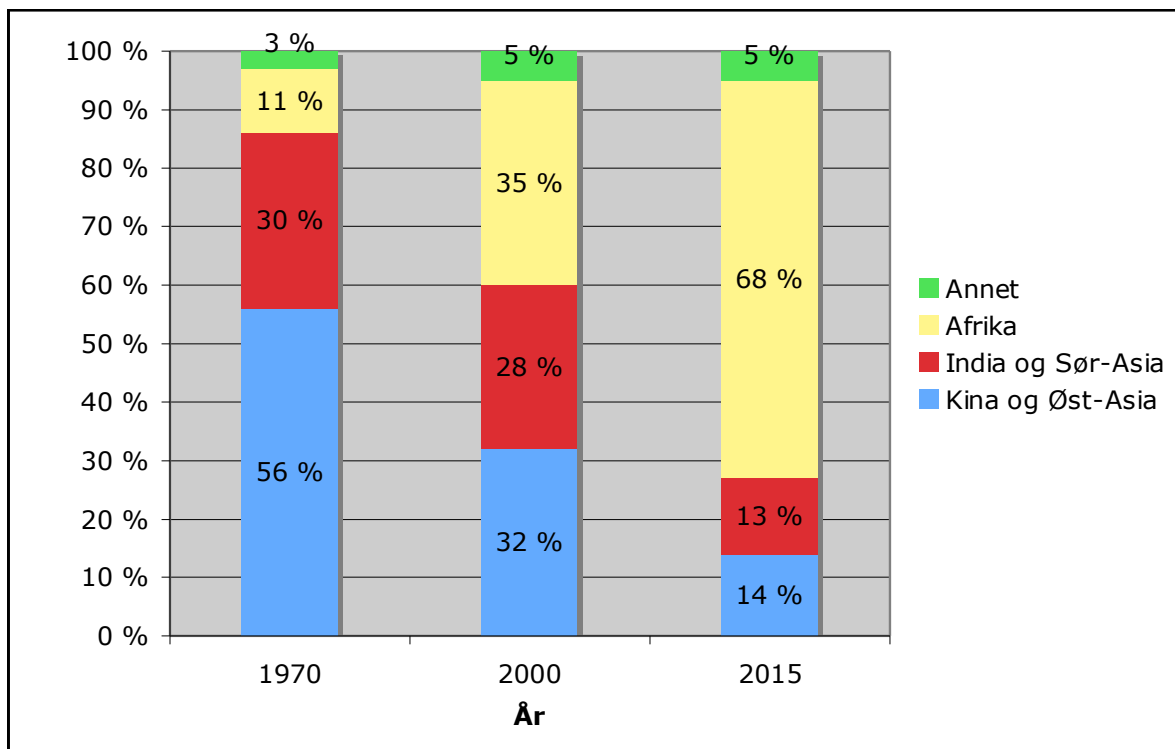
Ved kombinert å se på antall klienter og antall fattige i regionene får vi en god oversikt over hvilke behov som finnes. Vi ser at dekningsgraden absolutt er størst i Asia, hvor 68 % av 123 millioner av de fattigste familiene har fått tilgang til lån, mens kun 11,4 % av de 60,4 millioner fattigste familiene i Midt-Østen og Afrika har fått det samme tilbudet.

Dekningen for Latin-Amerika og de karibiske landene, samt Øst-Europa og Sentral-Asia, hvor det bor relativt sett få mennesker som regnes blant de fattigste, ligger på 20-30 %.

Tallene som Figur 2 er basert på er hentet fra FNs Human Development Report fra 2005. Den viser utviklingen i hvor stor andel av verdens fattigste familier som bor i hver av verdensdelene. Vi ser at andelen av fattige i Asia, hvor mikrofinansdekningen av de aller fattigste familiene er størst, er estimert til å halveres innen 2015. På den andre siden ser vi at majoriteten av verdens fattigste familier i 2015 vil være bosatt i Afrika.

Beregninger gjort i senere tid (International Comparison Program, 2007), anslår at veksten i Kina har vært noe overvurdert, slik at antall fattige er undervurdert. Dette vil endre estimatene noe, men tendensen er klar: Afrika, som har minst tilgang til mikrofinans, faller etter.

Figur 2: Andel verdens fattigste fordelt etter geografi (1970, 2000 og 2015-estimat).



3.3 Mikrofinans: Hvor står vi?

Mikrofinans er det siste innslag av løsninger på fattigdomsproblemet. Millennium Development Goals (MDG) er 8 mål, satt opp under FNs Millennium Summit i september 2000, som svarer til hovedutfordringene knyttet til utvikling. Målsetningen er å oppfylle alle målene innen 2015. Mikrofinans retter seg kanskje spesielt mot to av målene, mål 1 om halvering av fattigdom, og mål 3 om å bemyndige kvinner, men vil også indirekte, ved å skape økonomisk vekst, kunne hjelpe til med å nå flere av de andre målene. De 6 andre målene er å gi alle barn mulighet til å fullføre grunnskolen, redusere barnedødeligheten med 2/3, redusere svangerskapsrelatert dødelighet, kjempe mot HIV/AIDS, malaria og andre sykdommer, sikre bærekraftig utvikling og utvikle globalt partnerskap for utvikling.

Det er delte meninger om effekten av mikrofinans. MFI over hele verden melder om høy tilbakebetalingsgrad og forteller villig om suksesshistorier, om fattige som har startet egen bedrift og dermed klarer å forsørge hele familien. Men er mikrofinans løsningen på verdens fattigdom? Det meldes om gode resultater på individnivå, men kan vi se noen utvikling på makronivå? Jeg vil gå nærmere inn på blant annet empiriske analyser og problemer knyttet til resultatene.

3.3.1 Kritikk

En av de største kritikerne av mikrofinans, og utviklingshjelp generelt, er Thomas Dichter. Dichter har jobbet innen bistand og utvikling, inkludert i Verdensbanken, i over 40 år. I sin forelesning under NORADs fattigdomskonferanse i 2005 (Dichter 2005) kritiserer han måten det er gjort bistand på gjennom årenes løp. Han peker på alle uoppnådde målsetninger, og flere mer eller mindre mislykkede prosjekter som FN har hatt både før og etter starten på FN sitt utviklingsprogram i 1965.

1960-1965 Frihet fra sult kampanjen

1960-1970 FNs utviklingstiår (økning i økonomisk vekst med 5 %)

1970-1980 FNs andre utviklingstiår

1978 Alma Ata Internasjonale Konferanse om grunnleggende helse (Helsetilbud til alle innen 2000)

1980-1990 Internasjonal drikkevann og sanitære forhold/hygiene-tiår (Rent vann for alle innen 1990)

Hva har skjedd de siste 40 årene, som gjør at vi tror at det skal fungere denne gangen? Dichter (2005) mener vi ikke har tatt lærdom av feilene som er gjort. Faktorene som skaper vekst er ikke-fysiske, og det er der hovedutfordringen ligger. Det er vanskelig å skape vekst ved hjelp av kapitaltilgang der forutsetningene for vekst ikke er til stede. Dichter lister opp hovedpunkter over hvorfor bistand ikke makter å skape vekst.

1. Fattigdom handler mer om posisjon enn om tilstand (f. eks. kastesystemer og andre klare klasseskiller). Lokale kulturelle systemer og institusjoner er ofte komplekse og uklare. Å tro at vi kan forstå disse systemene og så planlegge og gjennomføre utviklingsprosjekter over en kort tidsramme er urealistisk.
2. Regjering, politikk, lover/rettsvesen og institusjoner er nøkler til utvikling. Likevel fortsetter vi å arbeide i land karakterisert av korrupsjon, dårlig politikk og lederskap og mangel på fungerende institusjoner.
3. Vår egen ”nordlige” politikk står også i veien. Statlig støtte til for eksempel jordbruket er et hinder for levedyktig jordbruk i sør. Handelsavtaler og -hinder skaper et ubalansert marked.

Dichter (2007) sammenligner dagens situasjon i utviklingsland mot situasjonen industrialiserte land var i tidligere.

Dichter er uenig med Mohammad Yunus: En gjennomsnittsperson, uavhengig av geografi og status, er *ikke* en gründer, og det er dermed ikke trolig at kapitaltilgangen mikrofinansinstitusjonene tilbyr, vil gjøre at det bygges opp store mengder av levedyktige bedrifter i utviklingsland.

Historisk sett har ikke veksten i I-land kommet på grunn av tilgangen til kapital via formelle banker, men derimot av sparing og/eller uformelle lån, ofte fra familie og venner. Når fattige fikk tilgang til formelle banker benyttet de i første omgang muligheten til å spare. Senere ble tilgangen til kapital utnyttet for å jevne ut konsumet over tid. Majoriteten av kunder i formelle banker bruker altså kapitaltilgangen til konsumglatting, ikke til investeringer. Tilbudet av formelle banker vil komme, også til de fattigste, når de er i fast arbeid og blir attraktive for finansielle produkter.

Veksten i I-land har også tatt tid. Veldig lang tid. Hvorfor tror vi at vi skal klare å halvere fattigdommen på en så kort tidsramme som 15 år?

Dichter siterer P. T. Bauer, en utviklingsøkonom fra Storbritannia, både i artikkelen (2007) og i talen på NORADs fattigdomskonferanse (2005). Bauer hevder at mer penger ikke er nøkkelingrediensen i oppskriften til utvikling. Penger er *resultatet* av utvikling.

3.3.2 "Does Microfinance Really Help the Poor?"

Jonathan Morduch er professor ved Universitetet i New York, og har publisert flere artikler om mikrofinans, om mikrofinansens utvikling og utviklingen til de som har fått tilgang til det. I artikkelen "Does Microfinance Really Help the Poor?" fra 1998, skriver han om lovende resultater. Dataene er hentet fra en undersøkelse gjort av Institutt for utviklingsstudier i Bangladesh, i samarbeid med Verdensbanken. Undersøkelsen dekker 87 landsbyer og ble gjennomført i 1991-92.

Hvis hushold ble rangert etter lånestørrelse i Grameen Bank, hadde det øverste kvartilet 15 % høyere konsum enn resten. I tillegg så man at 62 % av sønnene i skolealder til mikrofinans kunder faktisk var innmeldt i skolen, mot 34 % hos de som ikke var kunder. For døtre var innrulleringstallene 55 % mot 40 %, fordel mikrofinans kunder.

Men disse sammenligningene av enkle estimater viser seg å være resultater av systematiske sammenhenger i utvalget. I det man tar de rette hensynene i forhold til kontrollgruppen, er ikke tilgang på mikrofinans en signifikant faktor i noen av tilfellene. Mikrofinans har heller en tendens til å gi negative utslag.

Undersøkelsen sliter med flere problemer knyttet til utvalg i behandlings- og kontrollgruppen. Undersøkelsen er ment å se på mikrofinans kunder i en rekke landsbyer og sammenligne dem med de som er potensielle klienter i landsbyer uten mikrofinanstilbud. Et kriterium for å bli mikrofinans klient er at du ikke kan eie mer enn 0,5 acre med land (tilsvarer ca 2 mål). Mens kontrollgruppen velges ut strengt etter dette kriteriet, viste det seg at flere av klientene i behandlingsgruppen eier mer land enn det som i utgangspunktet tillates. Dette kan skape systematiske sammenhenger, slik at behandlingsgruppen kommer bedre ut enn kontrollgruppen på grunnlag av flere og mer ressurssterke personer i behandlingsgruppen. Et annet problem er at landsbyene som har fått mikrofinanstilbud sannsynligvis ikke er valgt ut tilfeldig. Hvis landsbyer blir valgt ut på grunnlag av at de er dårligere stilt enn andre vil dette føre til negative sammenhenger, og selvfølgelig positive

sammenhenger i motsatt tilfelle. Innenfor landsbyer med tilbud vil man igjen få et problem. Det er kun de som ønsker lån som får lån, og dermed kan ikke denne gruppen direkte sammenlignes med en kontrollgruppe som ikke har fått valget om å låne eller ikke.

Artikkelen konkluderer med at det ikke finnes bevis for at mikrofinansprogrammer er med på å øke konsum og skolegang mer, relativt sett, enn for kontrollgruppene. Eneste merkbare forskjell var at lånetagerne klarte å redusere variansen i forbruket i løpet av et år, sett under ett. Kapitalen brukes altså til konsumglatting, noe som Dichter (2007) antyder at er hovedresultat av tilgang på kapital. Todd (1996) foreslår en forklaring på manglende vekst med at mange som fikk mikrofinanslån investerte i land fremfor i de forespeilte prosjektene. Dette underbygges delvis av økt salg av land i områdene der undersøkelsen er foretatt. Investering i land ventes ikke å gi rask avkastning, så man kan forhåpentligvis finne bevis på mikrofinansens innflytelse etter som tiden går.

Morduch peker også på at selv om kontrollgruppen ikke hadde tilgang til mikrolån, så har også disse hatt tilgang på kapital via uformelle utlånere, som inkluderer familie/slektninger, og også sosialtjenesteorganisasjoner. Mikrofinansprogrammene kan ha viktige absolutte effekter som kan gjøre forskjeller i lånetagernes liv. Spørsmålet er om disse effektene kan forsvare bruken av millioner av dollar på prosjektene.

3.3.3 "The Microfinance Promise"

Morduch har også skrevet artikkelen "The Microfinance Promise", publisert i 1999. I denne artikkelen ser han på hva som er nytt med mikrofinans, og hva det er som gjør at flere og flere mikrofinansprogrammer blir startet rundt om i verden. Artikkelen handler både om lønnsomheten til MFI og effekten kapitaltilgangen har på lånekundene.

Gruppelånkonseptet trekkes frem som en av faktorene for at mikrofinans tilsynelatende har vært vellykket. Ved å låne ut til grupper reduseres risikoen for asymmetrisk informasjon mellom långiver og låntager. Seleksjonsprosessen i gruppene vil således utelate "dårlige" kunder, og grupper bestående av dårlige kunder vil siles ut når de misligholder lån tidlig, og dermed på lave lånenivåer. Oppfølgingen av kundene med hyppige møter og standardiserte tilbakebetalingsplaner er også et vellykket grep som er gjort. Lånene går også i stor grad til

kvinner, med et snitt på rundt 65 %. Grameen Bank og FINCA Village banks har en så høy kvinneandel som 95 %.

Denne nye måten å låne ut penger på kan vise til en tilbakebetalingsgrad på over 95 % for de fleste aktørene, noe som er høyere enn tilbakebetalingen av blant annet studielån og kredittkortgjeld i USA.

Det er få MFI som dekker sine kostnader ved utlån. Dette skyldes allikevel ikke mislighold av lån, snarere kostnadene knyttet til å låne vekk små summer til mange klienter. Uten tilskudd kan så mange som 95 % av MFI bli tvunget til å stenge.

Men ser vi noen signifikante effekter som beviser at mikrofinans fungerer? I teorien skal inntekter generert ved hjelp av mikrofinans kunne påvirke hushold på mange områder. Inntektseffekten burde øke konsumnivået og, alt annet likt, øke etterspørselen etter barn, barns utdanning og fritid. Men man vil også endre verdsettelsen av tiden. Med økt sysselsetting hos kvinner vil det bli dyrere å ha barn, og fruktbarheten vil gå ned. Når foreldre er i arbeid øker etterspørselen etter arbeid i hjemmet, og barn kan bli tvunget til å bli hjemme, noe som reduserer utdannelsen. Fritiden vil også reduseres i det den har fått høyere alternativkostnad. I tillegg til disse grunnleggende endringene kan man også ved deltagelse i mikrofinansprogrammer, gjennom opplysning endre sine preferanser. Man kan altså forvente økt inntekt og konsum, mens det er vanskelig å forutse endringer i fruktbarhet, utdanning og fritid.

Det finnes dessverre få pålitelige estimater på mikrofinansens innflytelse. Mangelen skyldes først og fremst at så lenge programmene dekker kostnadene sine og tilsynelatende hjelper de fattige, så mener donorene og utøverne at slike undersøkelser er bortkastet tid og penger. Problemet er også at slike undersøkelser byr på store statistiske utfordringer.

De få eksemplene Morduch trekker inn i artikkelen viser blandede resultater. Pitt og Khandker (1998) estimerer en økning i konsumet på 18 taka for hver 100 taka som er utlånt til en kvinne. Tilsvarende tall for menn er 11 taka. Men siden menn har høyere gjennomsnittlig utestående lån enn kvinner, kan dette delvis forklare av standard økonomisk teori hvor det er avtagende grenseprodukt til kapital. Andre resultater virker også lovende, men Morduch setter spørsmålsteget ved metoden, og reduserer signifikansen.

Det er blant annet problemer knyttet til sammenhenger i utvalget. Noen er allerede nevnt i forrige avsnitt, hvor problemene var at personer som ikke oppfylte kriteriene for å få lån allikevel fikk det og utvalget av landsbyene med mikrofinansstilbud ikke var tilfeldig valgt ut. Dette gjør det vanskelig å sammenligne behandlingsgruppen med kontrollgruppen. Flere MFI sikter seg inn mot spesifikke grupper, for eksempel kvinner eller spesielt fattige grupper. Hvis det ikke blir tatt hensyn til dette kan det i ekstreme tilfeller se ut som om mikrofinans gjør folk fattigere. Hovedproblemet med å sammenligne behandlings- og kontrollgrupper i kryssseksjonsanalyser er altså å finne en fullverdig sammenlignbar kontrollgruppe.

Morduch ser begrensningene i hva mikrofinans kan gjøre i forhold til fattigdom. Ingen argumenterer seriøst for at mikrofinans er løsningen for de aller fattigste. Men det kan spille en stor rolle for de som ikke er aller fattigst, men som allikevel lever under fattigdomsgrensen. Det er denne gruppen som mest sannsynlig kan gi god nok avkastning til å gjøre MFI levedyktige.

Mikrofinans ser veldig lovende ut på papiret, men selv i de beste omgivelser fører kapitalen stort sett til sysselsetting kun hos låntageren, noe som øker dennes inntekt, men sjelden til store endringer i sysselsettingsmønsteret. Lånene fører altså sjelden til større bedrifter med flere arbeidsplasser. For å gi de fattige en skikkelig dytt, i følge flere undersøkelser behøves det et generelt løft i hele økonomien og i sysselsettingen. Mikrofinans kan hjelpe enkelte til å utnytte denne prosessen, men vil aldri kunne drive den.

Morduchs artikler nærmer seg 10 år gamle, og som vi har sett har andelen mikrofinans kunder mangedoblet seg siden den gang. Men allikevel er det sparsomt med empiriske analyser for å måle effekter av mikrofinans. En av de få nyere artiklene er Shahidur R. Khandkers artikkel fra 2005, selv om tallmaterialet er i fra 1990-tallet. Denne artikkelen kan delvis være et svar på kritikken fra Morduch til Khandker og Pitt (1998), som er en av artiklene som ligger til grunn for denne artikkelen.

3.3.4 "Microfinance and Poverty: Evidence Using Panel Data from Bangladesh"

Shahidur R. Khandker er en ledende økonom i Verdensbanken og jobber i flere institutt knyttet til utvikling. Denne artikkelen fra 2005 er en revidert utgave av en artikkel fra 2003. Artikkelen bruker paneldata fra to undersøkelser som ble gjort i Bangladesh i 1991/92 og 1998/99. Khandker ser på effekten mikrofinans har på de fattiges konsum.

Khandker understreker, i likhet med Morduch, at mikrofinans er et svar på etterspørselen etter kapital for å støtte gründere og små selskaper. Men uten grunnleggende gode entreprenøregenskaper og et gunstig lokalmarked vil avkastningen som blir skapt av mikrofinans trolig bli små, og likeledes vil reduksjonen i fattigdom være liten. Og selv om avkastningen er, relativt sett, stor på individplan for mikrofinansklinter, så betyr ikke dette at en finner de store utslagene på makroøkonomisk nivå. Mikrofinans gir for små beløp til å gjøre de helt store utslagene, og i mange tilfeller leder det mer til konsumglatting enn vekst.

Datamaterialet som er brukt inneholder data fra 1638 husholdninger som har svart på undersøkelsen i både 1991/92 og 1998/99. Husholdningene deles inn i fire forskjellige grupper (tallene i parentes viser andel i gruppen i 1991/92 og 1998/99): I målgruppen for mikrofinans og deltager i mikrofinansprogrammet (19,4 % - 36,4 %), i målgruppen men ikke deltager (38 % - 20,1 %), utenfor målgruppen men allikevel deltager (6,4 % - 16,3 %) og utenfor målgruppen (36,2 % - 27,3 %). Målgruppen er definert som de som eier mindre landareal enn ca 2 mål. 95 % av de som var deltakere i 1991/92 var fortsatt deltakere i 1998/99.

Deltagelsen i programmet mer enn doblet seg mellom de to undersøkelsene. Og det interessante er at konsumet for hele gruppen økte med 30,5 % over 7 år, sammenlignet med 34,6 % for programgruppen. Men hvor mye av konsumveksten og differansen mellom gruppene kan tilegnes mikrofinans, og er det noen reduksjon i fattigdommen?

Gjennom flere tester finner Khandker at kvinners deltagelse i mikrofinans øker konsumet i deres husholdning, mens menns deltagelse gir antydninger til redusert konsum, men ikke på signifikante nivåer. Dette kan skyldes at programmene fokuserer mest på kvinner og at menn over tid har havnet litt etter, både i antall medlemmer og i lånestørrelser, med stadig økende differanser.

Ett problem man finner i datamaterialet er at det er mange utenfor målgruppen som er deltagere, noe som kan påvirke resultatene. Men for å undersøke robustheten i estimatene ble effektene reestimert med data kun fra målgruppen. De gode resultatene viste seg å holde også i dette tilfellet.

Khandker viser altså at mikrofinans har stor innflytelse på velferd i husholdninger som er inkludert i programmene, med økt konsum, spesielt i husholdninger med kvinnelige deltagere. Totalt årlige husholdsutgifter økte med 14,7 taka for hver 100 taka lånt av en kvinne i 1991/92 og med 20,5 taka i 1998/99. De høye tilbakebetalingsratene i Bangladesh antyder at mikrofinanslånene ikke går direkte til konsum, som kritikerne antyder, men at lånene gir grunnlag for vekst og derav økt konsum.

Videre ser Khandker på spillovereffekter av mikrofinans på konsum til ikke-deltagere, og finner gode resultater. Han finner signifikante positive effekter som kvinners lån har på per capita utgifter i en gjennomsnittlig husholdning i en landsby. Økning i kvinners lån, både i 1991/92 og 1998/99, øker både totale utgifter, matutgifter og ikke-mat utgifter. Spillover viser at mikrofinans har hatt positive velferdseffekter ikke bare på deltagere, men også for ikke-deltagere.

Til slutt ser Khandker på reduksjonen i fattigdom i området. Mellom de to undersøkelsene var reduksjonen i moderat fattigdom 18 % i programområdene og 13 % i de områdene uten program. Sett under ett var reduksjonen 17 %. Fattigdommen ble redusert med mer enn 20 % mellom 1991/92 og 1998/99 blant husholdninger som var deltagere i 1991/92. Hvor mye av reduksjonen kan forklares av mikrofinans? Khandker bruker konsumtall for deltagere og landsbyer under ett for å estimere mikrofinanseffekten.

Han finner at mer enn halvparten av den årlige reduksjonen på 3 % kan tilskrives mikrofinans alene. Mikrofinans reduserer også moderat og ekstrem fattigdom hos ikke-deltagere, ca 1 % for begge gruppene på et aggregert nivå. Mikrofinans kan forklare så mye som 40 % av den totale reduksjonen i fattigdom, både på individuelt og landsbynivå. Mikrofinansens effekt er større for ekstrem fattigdom enn for moderat fattigdom, og effekten er mye større for kvinnelige deltagere enn for mannlige.

Khandker konkluderer med at resultatene er entydige: Mikrofinans fortsetter å redusere fattigdom, om enn noe sakte. Tross økende avkastning til kumulative lånestørrelser er effekten på fattigdomsreduksjonen lavere i 1998/99. Dette er grunnet avtagende

grenseprodukt for økte lån, noe som resulterer i at økningen i konsum på grunn av større lån ikke var stor nok til å redusere fattigdommen like mye som forventet. Men bedre økonomiske vilkår har gjort at konsumnivået til deltagere kun lå 8 % under fattigdomsgrensen i 1998/99, sammenlignet med 31 % i 1991/92.

3.3.5 Oppsummering

Morduch og Khandker er positivt innstilt til mikrofinans, og finner positive effekter som følge av kapitaltilgangen, både som konsumøkning og fattigdomsreduksjon. Resultatene som Khandker finner i Bangladesh trenger allikevel ikke være representativt for mikrofinans i andre land eller verdensdeler. Det er stor mangel på prestasjonsundersøkelser, noe Dichter bruker i sitt forsvar av kritikken om at mikrofinans er enda et tiltak som vil føye seg inn rekken av utviklingsflopper.

De er alle enige i at mikrofinans alene ikke kan løse fattigdomsproblemet vi ser i verden i dag. Den grunnleggende økonomien trenger et løft, men hvordan dette skal gjøres er det delte meninger om. Dichter mener at det trengs mye mer planlegging bak tiltak, og at av og til må man bare ta tiden til hjelp, for hvordan skal de fattigste landene klare på 10 år det ”vesten” brukte mangfoldige tiår på?

4. Opplæring i entreprenørskap for mikrofinansklinter

Vi har i del 3 sett at det er blandede konklusjoner knyttet til om mikrofinans gir gode resultater på individnivå. Vi tar nå steget videre og ser på om utdanning innenfor økonomi og administrasjon kan bedre de allerede lovende resultatene. Ut ifra sitatet fra Mohammad Yunus som står i innledningen av denne oppgaven, ser vi at Yunus mener at alle mennesker har disse grunnleggende entreprenøregenskapene i seg allerede. Dichter (2005) mener det stikk motsatte, det er ytterst få som er gründere. Kan man bli opplært til å bli gründer, eller kan man bedre sine medfødte egenskaper? I denne delen ser jeg nærmere på to artikler som studerer dette temaet.

4.1 “Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients and Institutions”

Dean Karlan og Martin Valdivia (2006) har utført en studie i samarbeid med FINCA (Foundation for International Community Assistance) i Peru. De stiller spørsmålet om man kan lære bort grunnleggende entreprenøregenskaper. Humankapital er ikke en fast variabel og kan derfor endres over tid. Kan økning i humankapital utgjøre noen forskjell for mikrofinansklinters forretningsresultater?

FINCA er en MFI som bruker samme modell som Grameen Bank, med landsbybanker for fattige, hovedsakelig kvinnelige gründere i Lima og Ayacucho i Peru. For å unngå skjevheter i utvalget ble allerede eksisterende lånegrupper tilfeldig delt inn i behandlings- og kontrollgruppe. Behandlingsgruppen fikk 22 undervisningstimer i sammenheng med de obligatoriske lånemøtene. Kurset var i regi av Freedom from Hunger (FFH) og Atinchik, et peruansk selskap. Det ble utført en grunnundersøkelse for begge gruppene forut for undervisningen, mens det ble utført en oppfølgingsundersøkelse ett til to år etter grunnundersøkelsen. Innholdet i undervisningsopplegget var det samme i Lima og Ayacucho, men ble lagt opp og presentert på ulike måter for å ta hensyn til forskjellene i utdanningsnivået.

Programmets mål er å bedre grunnleggende kunnskaper om økonomi og administrasjon. Hvis det å være gründer handler mer om personlighet enn om ferdighet, vil ikke utdanningen ha noen effekt på forretningsvirksomheten. Men hvis utdanningen gir effekt bør en kunne se forbedring i salgstall og flere ansattelser.

Resultatene er også viktig for mikrofinansinstitusjonen. Hvis undervisningen har den ønskede effekten vil klientene ha større mulighet til å betale tilbake lån, og de vil kunne få større lån. For å sikre en bærekraftig organisasjon er det viktig å beholde en stabil klientbase. Her kan kurset slå ut begge veier. Hvis klientene liker kurset vil de fortsette i programmet for å fortsette læringen, mens det i motsatt tilfelle kan gi incentiver til å droppe ut, kanskje på grunn av de ekstra 30-60 minutter pr uke som trengs for å være på kurset.

Avdelinger med obligatorisk kurs opplevde i snitt et oppmøte på 88 % på undervisningen, mens de med frivillig oppmøte fikk et snitt på 76 %. De opplevde problemer i sammenheng med gjennomføringen av kurset. I en lånesyklus som inneholder 12 møter med banken, ble det i snitt bare gjennomført 3,5 kurstimer. Det ble utført flest kurstimer i den første lånesyklusen etter kurset ble startet, mens det bare ble færre og færre i de neste syklusene. Etter 24 måneder var det kun halvparten av bankene som hadde fullført 17 av de 22 timene. I analysen blir behandlingsgruppen sammenlignet med kontrollgruppen uavhengig av hvor langt de har kommet i kurset. Denne fremgangsmåten er viktig, ikke bare for å unngå sammenhenger i utvalget knyttet til undervisningsintensiteten, men også fordi disse forsinkelsene i ”utdanning med kreditt” er vanlig.

Resultatene av analysen kan deles inn i fire resultatvariabler: Institusjonelle resultater, forretningsprosedyre og -kunnskap, forretningsresultater og husholdsresultater.

Institusjonelle resultater

Karlan og Valdivia (2006) fant viktige effekter av kurset på institusjonelle resultater. Klienter i behandlingsgruppen hadde 3 % større sannsynlighet for ikke å ha betalingsanmerkninger mellom de to undersøkelsene. Det var også 4-5 % mindre sannsynlig at klientene i behandlingsgruppen droppet ut. Hvis man ikke inkluderte de som droppet ut, men så vendte tilbake til prosjektet, som ”dropouts”, ble effekten mindre og ikke signifikant. Resultatene kan tolkes dit hen at klientene verdsetter undervisningen, noe som får dem til å minimere, i alle fall midlertidig, og kanskje også permanent, fravær.

Allikevel er det større sannsynlighet for at behandlingsgruppen nevner lengden på de ukentlige møtene som grunn for å droppe ut. Så selv om kurset totalt sett er bra for å beholde klienter, kan de vente å miste noen klienter grunnet lengre møter. En annen forklaring for mer trofaste klienter kan være reduksjonen i misligholdte lån heller enn at klientene er fornøyde med kurset. Forbedringen i tilbakebetalingsraten og klienter som forblir i programmet er størst blant de som driver større bedrifter, målt i salgstall, og blant de i grunnundersøkelsen som var minst interessert i kurset. De finner ikke noen endringer i lånestørrelser eller sparing, men det at klientene blir i programmet har stor betydning for lønnsomheten i organisasjonen.

Forretningsprosedyre og -kunnskap

Klientene som fikk kurs viste seg i ettertid å ha bedre forretningskunnskaper, hvor de svarte i gjennomsnitt 10 % mer riktig enn kontrollgruppen. Kurset økte sannsynligheten for at klienten reinvesterte overskudd i forretningen med 4 %, førte salgsregnskap med 3 % og førte uttaksregnskap med 7 %. Klientene ble spurt om å nevne endringer eller nyskapninger de hadde gjort i bedriften det siste året, og det var 5 % større sannsynlighet for at en i behandlingsgruppen svarte noe på spørsmålet.

Forretningsresultater

Hvis vi ser på salgsinntekten i måneden forut for oppfølgingsundersøkelsen, er salget 16 % høyere i behandlingsgruppen. Størst effekt ser vi i de dårlige månedene, hvor salget er 28 % høyere. Dette kan tolkes som at kurset har hjulpet deltagerne å innføre strategier for å redusere sesongvariasjonen i salget. Den bedre kontantstrømmen kan ha redusert sesongbasert etterspørsel etter kapital, og være med på å forklare at det ikke er noen endringer i lånestørrelser.

Husholdsresultater

Husholdsresultater deles inn i to kategorier: myndiggjøring, på engelsk kalt empowerment, og barnarbeid. Myndiggjøring måles ved å se på innflytelsen klienten har på avgjørelser knyttet til bedrift og hushold. De finner ingen forskjeller mellom gruppene når det gjelder myndiggjøring, og forklarer dette med at kvinnene som er med i undersøkelsen allerede driver sin egen forretning og administrerer sparing og lån, og slik er ”nok” myndiggjorte til at kurset skal ha noen effekt.

Det er ingen endringer innen barnearbeid, totalt sett for gutter og jenter. Men de finner en positiv effekt blant behandlingsgruppen på hvor mange timer jenter bruker i snitt på skole og skolearbeid. De finner ikke noen nedgang i antall timer jentene arbeider, så totalt sett betyr det at jentene har mindre fritid. Mødrenes preferanser for utdanning kan altså være endret. For mer utdannende mødre finner de at kurset reduserer barnearbeidet i forretningen. Dette ser ut til å øke utdanningen blant barna, men resultatet er ikke signifikant.

Konklusjoner

Spørsmålet som stilles er om entreprenøregenskaper kan læres bort, og vil forretningsresultater således bli forbedret? Med grunnlag i denne studien er svaret ja på begge spørsmålene. Kursdeltagerne rapporterer implementering av nye kunnskaper både i forretning og hjem: separat forretnings- og husholdsøkonomi, reinvestering av overskudd, føring av regnskap og identifisering av forretningsmuligheter. Dette ser ut til å ha hjulpet klientene til økt inntekt, hovedsakelig ved å redusere sesongvariasjonen i inntektene.

De finner positive utslag på tilbakebetalingsraten og stabiliteten i klientbasen til FINCA. Den faste kostnadene knyttet til en landsbybank er høye, men de variable kostnadene knyttet til en enkelt klient er lave. Inntekten til FINCA økes derfor ved økt tilbakebetaling og en større og mer stabil klientbase (16 % økning i klienter som forblir kunde i institusjonen), og de økte inntektene mer enn dekker kostnadene for å holde kurset.

Et viktig resultat var at de identifiserte effektene er sterkere hos klienter som på forhånd var mindre interessert i et kurs i økonomi og administrasjon. Dette resultatet antyder at et etterspørselsdrevet kurs, hvor man tar betalt for den marginale kostnaden for å holde kurset, ikke er den beste løsningen. De som ex post viser til best resultater ville ikke ha deltatt på kurset hvis man hadde valgt å innføre kursavgift.

Funnene sier ingenting om kapitalrestriksjon er et hinder eller ikke. I stedet er de et bevis på at mikrofinansinstitusjoner kan forbedre resultatene til klientene, og dermed egne resultater, ved å gi kurs sammen med kapital.

4.2 Can Entrepreneurial Activity be Taught?

Bailey Klinger og Matthias Schündeln (2007) har en litt annen vinkling på tilsvarende problemstilling som Karlan og Valdivia (2006). I artikkelen utnytter de formen på et treningsprogram til en quasiekperimentell forskningsmodell for å svare på om grunnleggende entreprenøregenskaper kan læres, og da spesielt på om undervisning kan føre til at flere bedrifter blir startet eller markant utvidet. De analyserer resultater fra et forretningstreningsprogram som den frivillige organisasjonen TechnoServe utførte fra 2002 til 2005 i landene El Salvador, Nicaragua og Guatemala.

TechnoServe ble startet i 1968, og hovedmålet var å fremheve private selskaper som en løsning på fattigdommen på landsbygda. På 1990-tallet utvidet de fokuset sitt til også å fremheve entreprenørskap på nasjonalt nivå, og i 2002 i El Salvador utviklet de en forretningsplankonkurranse. Konkurransene er i senere tid også utviklet i andre land i Sentral-Amerika og nylig i Afrika.

I den første fasen i konkurransen forgår ved at hvem som helst med en forretningsidé kan sende en søknad med informasjon om seg selv og en presentasjon av ideen. Ofte blir konkurrentene delt inn i grupper etter næringssektor. En komité vurderer og graderer søknadene, og de beste i hver sektor blir tilbudt å delta i undervisningsprogrammet. Et viktig punkt er at det på forhånd er avgjort hvor mange som skal få være med til de forskjellige fasene, noe som fører til en eksogen diskontinuitet eller avskjæring. Dette utnyttes for å analysere programmet. I fase to får deltagerne første steg i undervisningen som i hovedsak omhandler grunnleggende forretningskunnskaper. De med best resultat i fase to blir tilbudt å være med i fase tre, hvor forretningsplanene videreutvikles og deltagerne får mer en-til-en hjelp av mentorer og konsulenter. Så blir de videreutviklede planene presentert for en siste jury, og vinnerne mottar en pengepremie (mellom US\$6.000 og US\$15.000). Pengepremien må investeres i forretningsplanen, enten det er å utvide eller å starte en ny bedrift.

TechnoServe forsøker å nå alle konkurrentene som er med i fase en av undervisningen, med en oppfølgingsundersøkelse ett år etter konkurransen. Her blir deltagerne spurt om forretningsplanen er satt ut i livet, og om salgstall og antall ansatte i bedriften. Siden TechnoServe ikke har noen oversikt over konkurrentene som ikke ble med i undervisningen, har Klinger og Schündeln samlet sammenlignbar data for denne gruppen.

Utvalget inneholder data fra tre land over fire år. Konkurransene hadde mellom 38 og 163 deltagere som fikk undervisning i minimum en fase. De bruker et utvalg med 655 konkurransedeltagere, hvor 377 fikk undervisning og 278 ikke gikk videre til fase en av undervisningen.

Dessverre er det kun komplett sett med data for bedriftene i forkant av konkurransen. Etter konkurransen finnes det kun data for bedriftene som er nystartede eller signifikant utvidet. Derfor fokuserer analysen på variabler som oppsummerer hovedmålet for konkurransen: at konkurrentene utvikler sine entreprenøregenskaper, og dermed starter eller utvider bedriften.

Metoden Klinger og Schündeln bruker forutsetter diskontinuitet i konkurransedeltagelsen. Det vil si at det er et skarpt skille i utfall mellom de som får, og de som ikke får bli med til neste fase av konkurransen. De tester dette for alle fasene i konkurransen og finner stort sett at forutsetningen holder. Sterkest diskontinuitet finner de naturlig nok i overgangen mellom fase to og vinnerne av konkurransen, siden det er her pengepremien blir delt ut. De modellerer regresjonene slik at de kan skille mellom de to undervisningsfasene og vinnerne av konkurransen, slik at hver fase får en tilhørende forklaringsvariabel. Således kan de undersøke effektene av å ha vært med i én fase av undervisningen, to faser av undervisningen, og effekten av å vinne konkurransen. Den avhengige variabelen er 1 hvis deltageren har startet eller markant utvidet en bedrift.

Ved å se på total undervisning, uavhengig av mengde, og alle konkurrenter, uavhengig av bedriftssituasjon før undervisning, viser regresjonene sterk effekt av undervisningen på både oppstart og utvidelse av bedrifter. Resultatet er robust selv om man utelater vinnerne av pengepremiene. Men ved å se på oppstart og utvidelse av bedrifter separat, finner de sterk effekt på utvidelse, hvor behandlingsgruppen hadde 23-26 % større sannsynlighet for å utvide bedriften. Behandlingsgruppen hadde 9-11 % større sannsynlighet for å starte en bedrift, men resultatet er ikke signifikant. De finner ingen forskjeller mellom kjønnene, men eldre deltagere hadde signifikant større sannsynlighet for å starte en ny bedrift.

Også når de ser på effekter av den andre undervisningsfasen, gitt deltagelse i den første fasen, finner de en sterk effekt på oppstart og utvidelse av bedrifter. Denne gangen er det en signifikant effekt på oppstart av nye bedrifter som fører til den samlede effekten.

I den siste fasen, hvor man kårer vinnere, finner de en signifikant positiv effekt på oppstart eller utvidelse av bedrift hvis en vinner konkurransen. Effekten er sterkest for oppstart av

nye bedrifter, selv om denne kun er signifikant i en av de spesifiserte regresjonene. Dette kan kanskje forklares av de få observasjonene, siden det totalt sett er få som har vunnet konkurranser.

Til slutt ser de om det er noen forskjell i effekten undervisningen har på menn og kvinner. Resultatene antyder at et fullt utdanningsopplegg slår mest positivt ut, i betydning større sannsynlighet for oppstart eller utvidelse av bedrift, for menn, selv om det kun er signifikant i en av seks tilfeller. Effektforskjellen er størst i den første fasen av undervisningen. Ser vi kun på vinnerne er det helt motsatt: kvinnene har størst sannsynlighet for å starte/utvide bedrift. Dette resultatet ser ut til å være drevet av en sterk effekt av å vinne på oppstart av bedrift, heller enn utvidelse av bedrifter.

Klinger og Schündeln konkluderer med at funnene deres indikerer at utdanningsprogrammet er vellykket og gir bedre resultater for deltagerne, selv om ikke alle delene av programmet er like effektfulle eller vellykkede. Ved å analysere resultatene til vinnerne av pengepremiene finner de antydninger til restriksjoner knyttet til kapital, og da spesielt for kvinner.

5. Opplæring i Tanzania

Det er blandede konklusjoner på om mikrofinans skaper vekst. Forskning fra Bangladesh og Latin-Amerika har derimot vist at utdanning i økonomi og administrasjon forbedrer resultatene til deltagerne og gir bedre grunnlag for vekst.

Det er som nevnt gjort veldig lite forskning på mikrofinans og utdanningseffekter på økonomiske resultater. De undersøkelsene vi har sett er gjort i Asia og Latin-Amerika. Norges Handelshøyskole har i samarbeid med PRIDE Tanzania, REPOA (Research on Poverty Alleviation), et forskningssenter i Tanzania, og University of Dar Es Salaams Entrepreneurship Center (UDEC) startet et utdanningsprosjekt blant et utvalg av PRIDE klienter.¹ Afrika er et relativt utforsket land mikrofinansmessig, og prosjektet er således unikt.

Prosjektet går ut på å gi et kurs i økonomi og administrasjon til mikrofinansklinter for å se om kurset kan gi positive effekter for deltagerne. Selve kurset går over 20 undervisningstimer i perioden fra august 2008 til januar 2009. Undervisningen er lagt rett etter de ukentlige obligatoriske lånemøtene og varer 45 minutter. Kurset holdes av UDEC i samarbeid med ansatte i PRIDE. Kurset er gratis for klientene og det blir avsluttet med en seremoni med utdeling av diplom til de som har oppmøte på over 50 %. I kurset skal studentene innom temaer som entreprenørskap, langtidsplanlegging og forståelse av markedet, markedsføring, ledelse, kost- og priskalkyler og finansiering.

¹ Prosjektet støttes av Sparebanken Vest.

5.1 Utvalg

Målet med prosjektet er å se om utdanningen kan gi bedre økonomiske resultater for klientenes foretak. Den empiriske utfordringen da er å finne en metode hvor man kan måle endringer hos personer som har fått undervisning. Det er mulig å følge utviklingen til en enkelt kursdeltager og se hvilken effekt kurset har for forretningsprestasjonene, men det kan være vanskelig å fastslå hvor stor effekt selve kurset har. En bedre løsning er å sammenligne to grupper, en gruppe som får kurs mot en som ikke får kurs. Utfordringene da er å finne en behandlingsgruppe og en kontrollgruppe som i utgangspunktet er sammenlignbare. Den beste løsningen er tilfeldig utvalg. Det er tilfeldig trukket ut 648 klienter, med lån på mellom 500 000 og 1 000 000 Tsh (tilsvarer ca \$500-1000), fra de to PRIDE-avdelingene Magomeni og Buguruni i Dar Es Salaam til å delta i prosjektet. Disse er igjen tilfeldig delt inn i to grupper hvor den ene gruppen blir behandlingsgruppen som får forretningstrening, og den andre gruppen blir kontrollgruppen. På denne måten unngår man de problemene knyttet til utvalg vi tidligere har sett på. Behandlingsgruppen og kontrollgruppen stiller i gjennomsnitt likt på alle eksogene variabler, bortsett fra variabelen kurs. Alle klientene har valgt å bli kunder i PRIDE, og behandlingsgruppen og kontrollgruppen kommer fra samme geografiske, og dermed markedsmessig relativt likt område.

Det ble gjort en pilotundersøkelse i februar 2008, utvalget ble gjort i mai, og grunnundersøkelsen ble utført i juni og juli. Kurset startet i august og avsluttes i januar 2009. Det skal utføres laboratorieundersøkelser våren 2009, hvor behandlingsgruppen og kontrollgruppen testes og sammenlignes i grunnleggende innstillinger og forretningsferdigheter. Oppfølgingsundersøkelsene skal utføres 2009-2011.

Ved å se på enkle sammenligninger av noen få variabler fra grunnundersøkelsen ser vi at tilfeldig utvalg fungerer:

Tabell 1: Sammenligning av behandlingsgruppen og kontrollgruppen

	Antall	Lån	Andel menn	Alder	Makrokunnskap	Huseier	Muslim
Behandlingsgruppen	319	761 129	37,93 %	37,3	1,82	51,6 %	63,9 %
Kontrollgruppen	329	774 620	31,31 %	38,1	1,85	54,4 %	68,7 %

5.2 Behandlingsgruppen

I mine undersøkelser av oppmøte ser jeg naturligvis kun på behandlingsgruppen som har fått tilbud om kurset i økonomi og administrasjon. Grunnundersøkelsen omhandler flere sider ved klienten. I den første delen svarer klienten på spørsmål knyttet til personalia og sin egen bakgrunn. I del 2 er spørsmålene knyttet til størrelsen på og finansielle resultater i bedriften eller bedriftene som klienten driver. Del 3 omhandler generelle forretningsrutiner, som investeringer, finansiering og andre handlinger knyttet til driften. Det spørres også om aktiviteter knyttet til PRIDE og forholdet til personer i samme lånegruppe. Til slutt i del 3 svarer klienten på spørsmål knyttet til sin posisjon i markedet. I del 4 skal klienten svare på en del spørsmål knyttet til mikro- og makroøkonomi, regnskap og analyse. Del 5 tar for seg en rekke problemstillinger knyttet til holdninger, blant annet selvtillit, fremtid og politikk. I del 6 får vi vite mer om kundens hushold og helse. I siste del av undersøkelsen settes det fokus på markedsføringsegenskaper og kundebehandling, og den lokale intervjueren setter karakterer på klienten ut i fra de generelle inntrykkene.

Som vi ser i Tabell 1, består behandlingsgruppen av 319 personer. Klientene kommer fra to forskjellige avdelinger av PRIDE i Dar Es Salaam, 164 fra avdelingen i Magomeni mens de resterende 155 er fra avdelingen i Buguruni. I Tabell 2 får vi en oversikt over gjennomsnittlige resultater fra grunnundersøkelsen for alle klientene og for menn og kvinner separat. Vedlagt ligger Tabell 15 hvor jeg også ser på forskjeller mellom avdelingene.

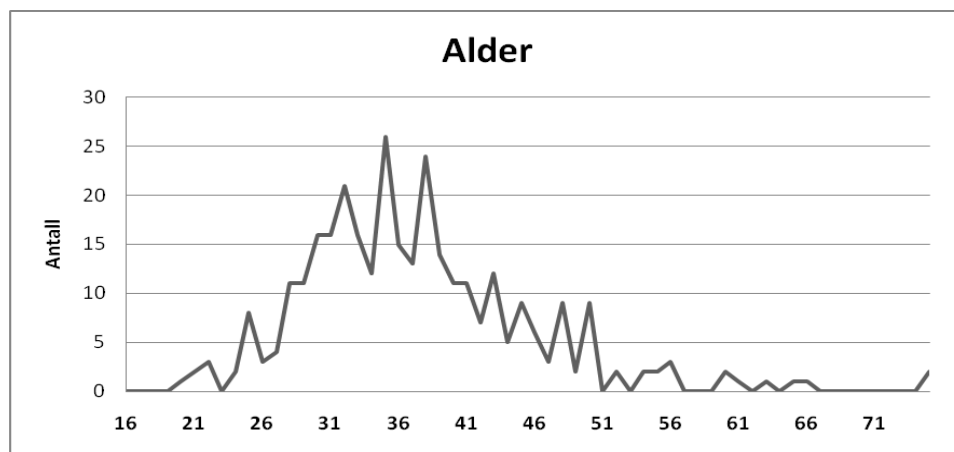
Tabell 2: Gjennomsnitt på personalia, prestasjon, kunnskap, forretning, fremtiden

	Gjennomsnitt:	Menn	Kvinner	Totalt	St.avvik:	Menn	Kvinner
	<i>Alder</i>	37,2	37,3	37,3		9,53	7,75
	<i>Skolegang</i>	7,87	7,77	7,81		2,21	2,01
Personalia	<i>Fars skolegang</i>	5,45	6,64	6,19		3,92	3,76
	<i>Mors skolegang</i>	4,65	5,12	4,94		3,61	3,40
	<i>Muslim</i>	61,2 %	65,70 %	63,90 %			
	Gjennomsnitt:						
	<i>Lån</i>	744 628	771 212	761 129		241 206	237 221
Finans	<i>Daglig salg</i>	97 900	65 700	77 900		99 650	81 700
	<i>Daglig dekningsbidrag</i>	20 100	17 000	18 200		14 830	13 700
	Gjennomsnitt:						
	<i>Mikro (0-4)</i>	1,25	1,03	1,12		0,82	0,73
Kunnskap	<i>Makro (0-4)</i>	1,89	1,07	1,38		1,20	1,10
	<i>Regnskap (0-7)</i>	5,10	4,87	4,96		1,11	1,11
	<i>Analytisk (0-2)</i>	1,68	1,54	1,59		0,50	0,58
Holdninger:	Andel:						
	<i>Bedre i forretning</i>	88,4 %	86,4 %	87,2 %			
	<i>Vil være entreprenør</i>	95,0 %	95,5 %	95,3 %			
Forretning	<i>Individualisme</i>	66,1 %	64,7 %	65,2 %			
	<i>Risikovillig</i>	11,6 %	19,7 %	16,6 %			
	<i>Ekspansjon</i>	96,7 %	97,5 %	97,2 %			
	Andel:						
	<i>Doble salg</i>	95,0 %	91,9 %	93,1 %			
	<i>Arbeidere er hinder</i>	60,3 %	58,6 %	59,3 %			
Fremtid/politikk	<i>Skatt er hinder</i>	55,4 %	60,6 %	58,6 %			
	<i>Manglende</i>	95,9 %	95,0 %	95,3 %			
	<i>Sosialistisk</i>	16,5 %	16,7 %	16,6 %			
	<i>Mer konkurranse</i>	94,2 %	92,4 %	93,1 %			

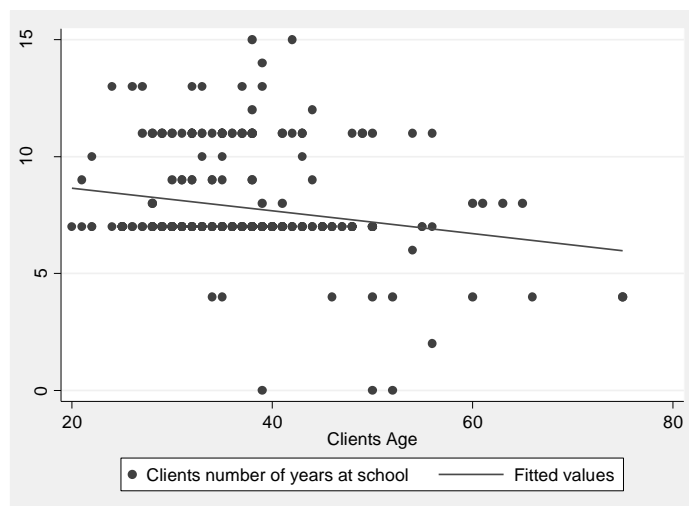
5.2.1 Personalia

Gjennomsnittsalderen er så å si identisk for begge kjønn, rett over 37 år, men vi ser at standardavviket for menn er større enn for kvinner. En av grunnene til dette kan være at 5 av 8 som er over 60 år er menn, og begge 75-åringene er menn. Majoriteten av klientene er i normal arbeidsalder, fra 25 til ca 50 år.

Figur 3: Aldersfordeling på klienter.



Figur 4: Punktdiagram med regresjonslinje mellom alder og skolegang



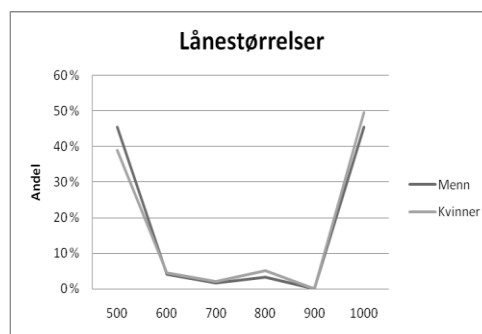
Det er heller ikke stor forskjell i skolegang mellom kjønnene. Ser vi derimot på foreldregenerasjonen, er det tydelig at utdannings situasjonen i Tanzania har utviklet seg. Hvor det tidligere var vanligere med 4 års grunnskole har størsteparten av klientene fullført minimum 7 års grunnskole. Ser vi på foreldrene til klienter fra 40 år og eldre (101 observasjoner) har faren i gjennomsnitt fullført 4,69 og moren 3,31 år med skole. Foreldrene til klienter under 40 år (218 observasjoner) har til sammenligning i gjennomsnitt fullført 6,88 år og 5,70 år. Fedrene har i snitt flere års fullført skole enn mødrene. Det er en positiv utvikling i skolegang utover grunnskolen, og flere av klientene har fullført mer enn 7 års utdanning. Ser vi på punktdiagrammet mellom skolegang og alder (Figur 4) ser vi klart at flesteparten i alderen 20 til 50 år har fullført minimum 7 års skole, mens de over 50 ligger rundt 4 års skolegang.

Det er litt over 60 % muslimer i behandlingsgruppen. Resten av gruppen regnes som kristne.

5.2.2 Finans

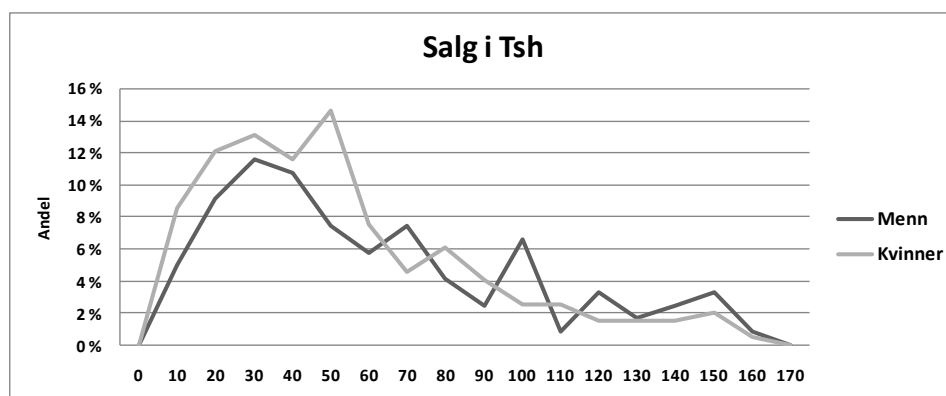
Klientene er registrert med sist opptatte lånebeløp, hvilket betyr at restlån kan være mindre enn lånestørrelsen. Salgsinntekter, driftskostnader og dekningsbidrag er basert på innrapporterte tall fra klientene selv.

Figur 5: Fordeling av lånestørrelser sammenlignet mellom kjønn

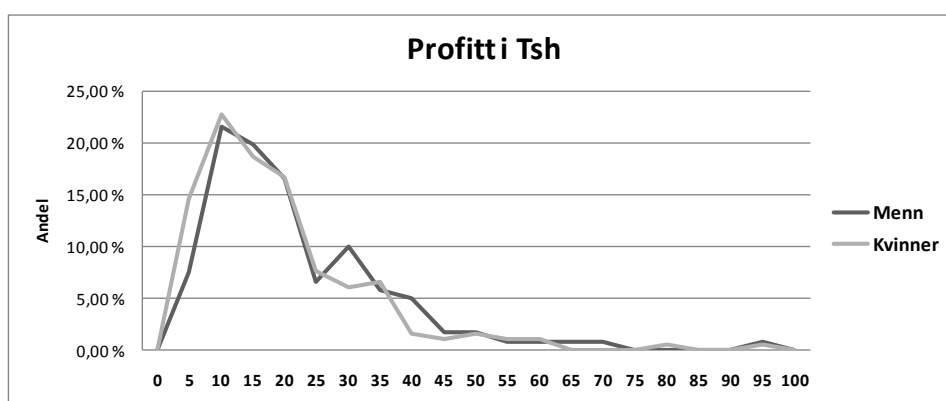


Låneprofilen til menn og kvinner er nesten helt identisk, hvor kvinner i snitt har marginalt høyere lån. Men lavere lån betyr ikke lavere salg eller dekningsbidrag. Grafen for de daglige salgstallene for menn har tykkere hale enn kvinnes, noe som forklarer større varians. I Figur 6 for daglig salg har jeg bare tatt med intervallet fra 0 til 170 000 Tsh. Ca 90 % av klientene har daglige salgstall under 170 000 Tsh. Det er en del uteliggere, helt opp mot 780 000 Tsh, men vi får god oversikt over tendensen i valgt intervall. 66 % av uteliggerne (> 170 Tsh) er menn. Variansen indikerer at menn tar større risiko i sine bedrifter, men det ser ikke ut til å gi nevneverdig høyere dekningsbidrag. Som vi ser i Figur 7 har alle klientene positivt dekningsbidrag. Minste observert daglig dekningsbidrag er 700 Tsh daglig, og største observert daglig dekningsbidrag er 93 300 Tsh. Figuren har en topp i intervallet mellom 5 000 og 10 000 Tsh i overskudd, noe ca 1 av 5 har. Mennene har i tillegg en liten topp i intervallet 25-30 000 Tsh. At menn, inkludert uteliggere, har høyere salgstall, men allikevel ikke har noe høyere profitt, viser at de har høye daglige variable kostnader.

Figur 6: Salg sammenlignet mellom kjønn

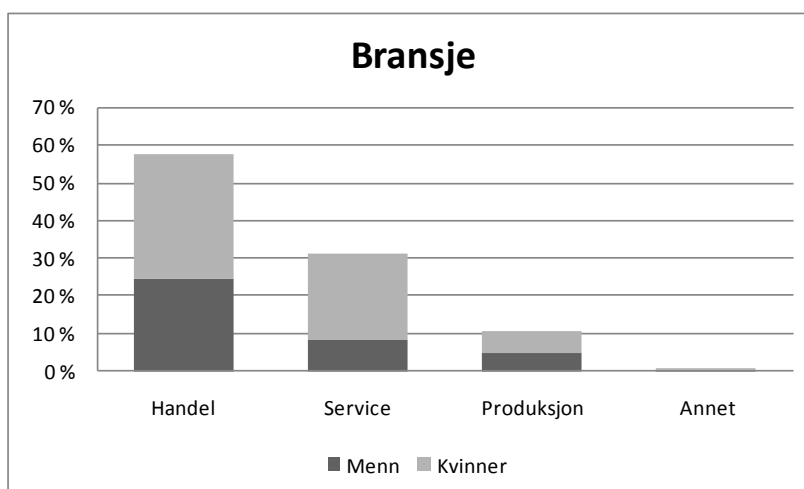


Figur 7: Profitt sammenlignet mellom kjønn



Klientene driver hovedsakelig innfor tre bransjer: Handel, service og produksjon. 63 % av mennene driver med handel mot 53 % av kvinnene. 22 % av mennene, og 36 % av kvinnene sysselsetter seg i servicenæringen. Andelene i produksjon er 12 % og 10 %. 1 % av begge kjønn, noe som tilsvarer 3 klienter, er representert i annet.

Figur 8: Andel klienter i hver bransje, fordeling mellom kjønn



5.2.3 Kunnskap

Del 4 i grunnundersøkelsen omhandler som nevnt forskjellige spørsmål knyttet til økonomisk kunnskap. Her vil jeg gå grundig gjennom beregningen av de forskjellige kunnskapsvariablene og til slutt variabelen totalkunnskap. Det er totalt 17 spørsmål jeg velger å ta med i beregningene. Jeg vektlegger alle spørsmålene likt, så ett riktig svar gir ett poeng.

Makro

Makrodelen består av fem spørsmål:

1. Hva er dagens valutakurs?
2. Hva heter finansministeren i Tanzania?
3. Hva var inflasjonsraten i Tanzania i 2007?
4. Har du hørt om MKUKUTA?
5. Hva tror du MKUKUTA gjør?

Riktig svar på spørsmål 1 er ca 1 200 Tsh. På grunn av varierende valutakurs har jeg godkjent avvik fra de oppgitte riktige dagskursene. Da har jeg fanget opp de som har vist forståelse av valutakursen. Svaret på spørsmål 3 er vanskelig å definere. Det er stor differanse mellom offisielle inflasjonsrater og faktisk opplevd inflasjon. Svarene fra klientene varierer fra 1-999 %, hvor 999 % helt klart viser liten forståelse for inflasjon. Jeg kunne ha valgt å godkjenne svar imellom 7 %, noe som er offisiell inflasjonsrate, og 50-100 % inflasjon, noe som er faktisk opplevd inflasjon på enkelte varer. På grunnlag av måleproblemene velger jeg å se bort fra spørsmålet. Spørsmål 4 og 5 omhandler MKUKUTA. Spørsmål fem har 5 svaralternativer, hvor det siste svaralternativet er ”vet ikke”. Hvis klienten har hørt om MKUKUTA får han ett poeng, og hvis klienten vet hva de gjør får han ett poeng til. MKUKUTA er en institusjon som jobber for å øke antall arbeidsplasser, skape vekst, bedre de sosiale tilbudene og folks velferd og utvikle en mer oversiktlig og ansvarlig sentral og lokal regjering. I Tabell 3 ser vi hvor mange som har svart riktig på hvert av spørsmålene, og hvor mange riktige svar totalt sett klientene har. Det er relativt dårlige resultater totalt sett. Det ene spørsmålet som trekker opp er spørsmål 4, men selv om 67,7 % svarer ja der, vet få hva MKUKUTA virkelig gjør.

Tabell 3: Resultater på makrospørsmål, enkeltvis og totalt

		Spørsmål	% riktig svar	Frekvens	Antall	Andel
Makro		1	32,29 %	0	87	27,27 %
		2	17,87 %	1	87	27,27 %
		3	67,71 %	2	90	28,21 %
		4	20,06 %	3	47	14,73 %
				4	8	2,51 %

Mikro

Mikrodelen har fire spørsmål.

1. Nevn navn på alle banker du vet opererer i Dar Es Salaam.
2. Hvilket statlig kontor utsteder lisenser til små selskaper i Dar Es Salaam?
3. Hvor mye kan en bedrift årlig omsette for uten å måtte betale moms?
4. Hva er mange arbeidere kan være ansatt før disse må registreres?

I gjennomsnitt navnga klientene 3,7 banker på spørsmål 1. Den med flest riktige hadde navngitt hele 15 banker. Jeg har gitt poeng til de som har svart over gjennomsnittet, altså 4 banker eller mer. Spørsmål 2 er et multiple choice om hvilket kontor som gir ut lisenser for drift av småselskaper. Det er 4 svaralternativ. Svaret på spørsmål 3 er 40 millioner Tsh og på spørsmål 4 null arbeidere. Resultatene på spørsmål 3 og 4 er veldig dårlige (Tabell 4). Kun 2 personer svarte riktig på hvert av spørsmålene og det var ingen som svarte riktig på begge to. Majoriteten av klientene klarte ett eller to riktige svar.

Tabell 4: Resultater på mikrospørsmål, enkeltvis og totalt

		Spørsmål	% riktig svar	Frekvens	Antall	Andel
Mikro		1	43,89 %	0	74	23,20 %
		2	66,46 %	1	138	43,26 %
		3	0,63 %	2	103	32,29 %
		4	0,63 %	3	4	1,25 %
				4	0	0,00 %

Regnskap

Regnskapsdelen består av 7 spørsmål. Alle spørsmålene er ja-nei spørsmål om en fiktiv person ”Juma” kan føre forskjellige kostnader i regnskapet for juiceproduksjon, -distribusjon og -salg. Klientene blir spurt om følgende skal regnskapsføres:

1. Kostnaden av frukten som er brukt til å lage juice.
2. Penger som er brukt til å betale datterens skolepenger.
3. Kostnader knyttet til å leie en bil for å distribuere juicen.
4. Kostnader ved å trykke plakater for markedsføring av juicen.
5. Lån gitt til en midlertidig arbeider.
6. Kostnaden ved telefonsamtale til slektninger for å sjekke helsetilstanden deres.
7. Lønn til en assistent for å rengjøre distribusjonsbilen på slutten av dagen.

Klientene viser ganske god forståelse av regnskap. Ved null regnskapskunnskap kan man forvente et snitt på 3,5 riktige svar på denne delen av spørreundersøkelsen. Hele 131 av de 319 klientene (41 %) mener at alle kostnadene kunne regnskapsføres. Ved å svare ja på alle spørsmål oppnår man 4 riktige svar. I Tabell 2 ser vi at gjennomsnittscoren er på nesten 5.

Tabell 5: Resultater på regnskapsspørsmål, enkeltvis og totalt

	Spørsmål	% riktig svar	Frekvens	Antall	Andel
			0	0	0,00 %
	1	98,12 %	1	0	0,00 %
	2	40,44 %	2	0	0,00 %
Regnskap	3	98,12 %	3	7	2,19 %
	4	96,87 %	4	145	45,45 %
	5	31,66 %	5	62	19,44 %
	6	43,89 %	6	65	20,38 %
	7	86,52 %	7	40	12,54 %

Analyse

Analysedelen har to regnestykker.

1. Ester har kjøpt mangoer for 7 000 Tsh og selger dem for 10 000 Tsh. Hva var hennes profitt på salget?
2. Derek har kjøpt ananas for 500 Tsh. Hva blir prisen hvis han skal ha en profittmargin på 50 %?

På spørsmål 2 viser svarene at klientene kan være i tvil om profittmarginen skal regnes fra salgspris eller fra kostnad. Jeg var selv i tvil da jeg leste spørsmålet i spørreskjemaet. Svarene er delt i to hovedgrupper, 750 og 1 000 Tsh. Jeg mener at disse har vist forståelse av prosentregning, og godkjenner begge alternativene. 22,76 % har svart 750, noe som er tenkt som det riktige svaret når oppgaven ble laget, og 39,74 % har svart 1000.

Ved å godta 2 svaralternativer på spørsmål 2, ser vi at resultatene for analysedelen blir bra. Det er 6 klienter som ikke klarer noen av spørsmålene.

Tabell 6: Resultater på analytiske spørsmål, enkeltvis og totalt

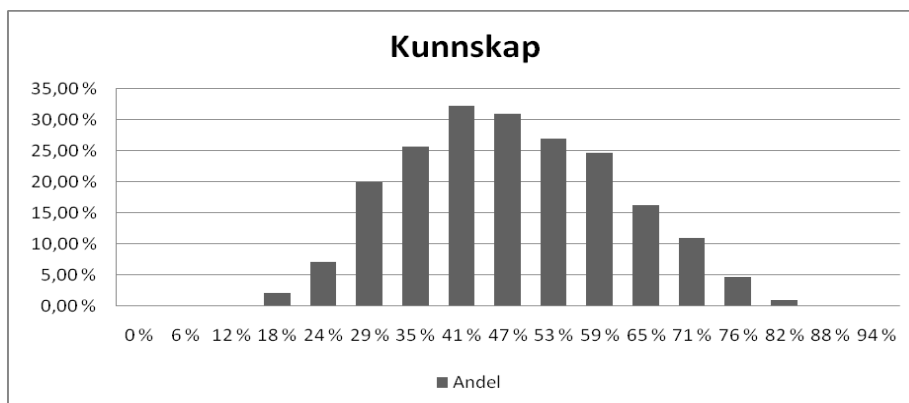
	Spørsmål	% riktig svar	Frekvens	Antall	Andel
Analyse	1	97,81 %	0	6	1,88 %
	2	61,13 %	1	119	37,30 %
			2	194	60,82 %

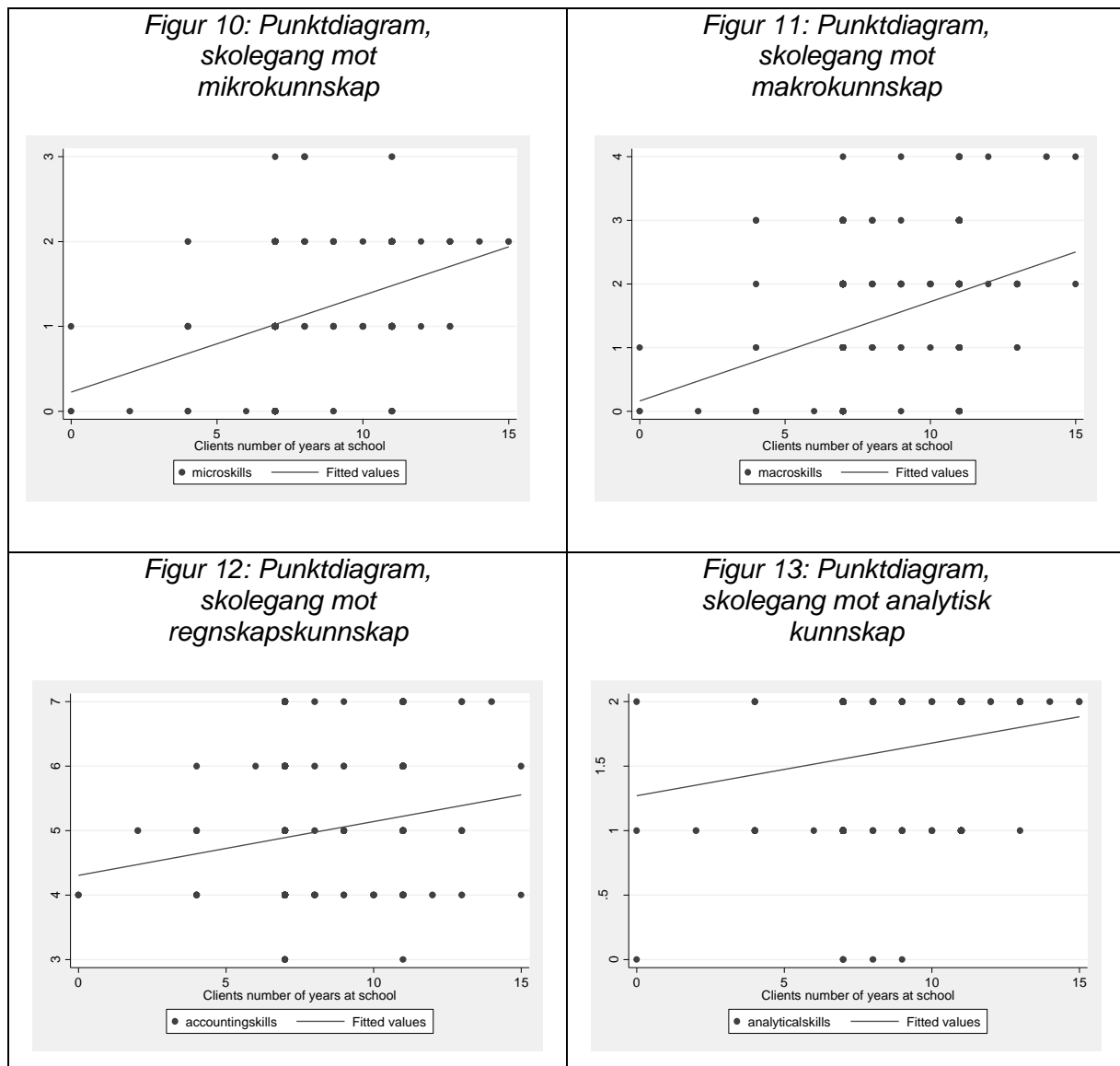
Totalkunnskap

Jeg summerer alle målene på kunnskap og får et mål på totalkunnskap. Jeg regner totalkunnskap i %, slik at totalscoren deles på 17, som er antall mulig korrekte svar. Fordelingen over andel riktige svar er illustrert i Figur 9.

Av Tabell 2 ser vi at det er gjennomgående høyere score for menn enn for kvinner. Vi har sett at menn har noe mer skolegang, men forskjellen på 0,1 år i skolegang i snitt burde ikke kunne forklare forskjellen i kunnskap. I Figur 10-Figur 13 ser vi punktdiagram mellom antall år med skole mot de forskjellige kunnskapsmålene. I Tabell 7 ser vi korrelasjon mellom variablene, og i Figur 14 og Figur 15 punktdiagram mellom kunnskap og alder/skole. Vi ser klare tendenser til at mer skolegang gir høyere score, men det er stor bredde på ”linjen”, noe som gjenspeiles i lave korrelasjoner. Høyeste korrelasjon med skolegang ser vi på mikro- og makrokunnskaper, begge på rundt 0,3. I de to siste punktdiagrammene ser vi også klare tendenser til at økt skolegang gir høyere score. Alder ser ikke ut til å spille noen rolle for hvor god score klienten får på kunnskapsdelen. Dette taler imot tidligere funn som viser at yngre har mer utdanning. Dette viser at det er mer enn utdanning som spiller inn på kunnskapsnivået.

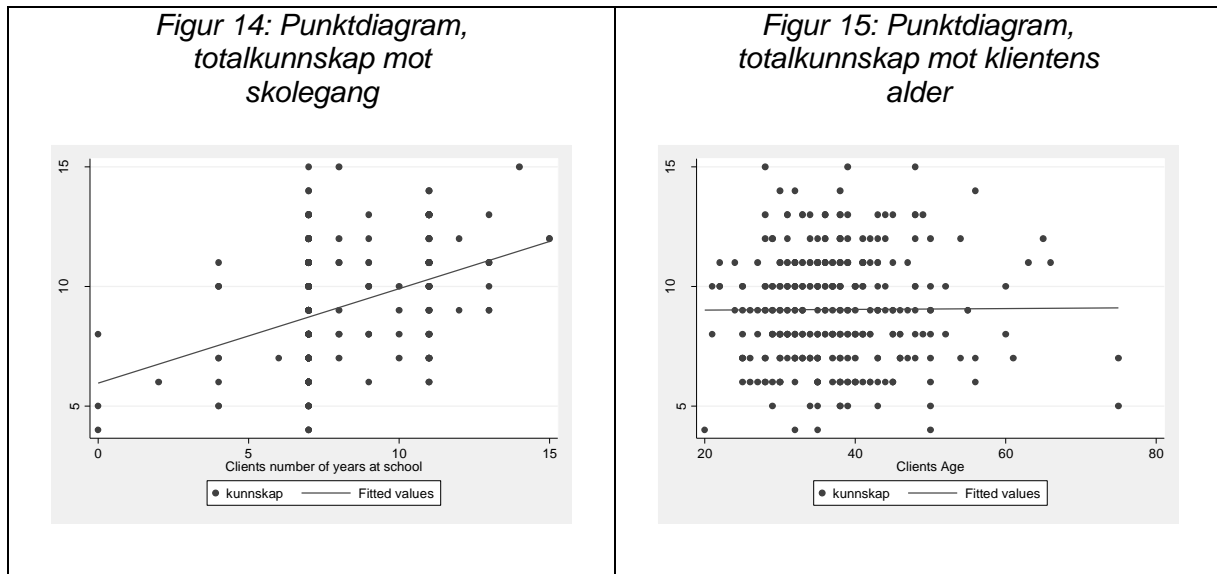
Figur 9: Klienters kunnskapsscore





Tabell 7: Korrelasjon mellom skolegang og resultater i kunnskap

Korrelasjon	yaschool	analytical~s	macroskills	microskills	accounting~s
yaschool	1,0000				
analytical~s	0,1608	1,0000			
macroskills	0,2941	0,1857	1,0000		
microskills	0,3093	0,0940	0,3275	1,0000	
accounting~s	0,1553	0,1660	0,2392	0,1374	1,0000



5.2.4 Holdninger

Klientene har i del 5 av spørreskjemaet fått forskjellige utsagn de har måttet ta stilling til. De må først velge hvilket av to utsagn de er mest enig i, så må de svare i hvor stor grad de er enige i utsagnet, skala 1-5. Klientens svar gjenspeiler hvilke holdninger han har. I Tabell 8 er en oversikt over spørsmålene klientene må ta stilling til. Vi ser hvor mange som er enige i utsagnet, og, uavhengig av om klienten er enig eller ikke, i hvor stor grad klienten er enig i sitt eget utsagn. Hvor enig klienten er i sitt eget utsagn graderes fra 1 til 5, hvor 5 er veldig enig.

Tabell 8: Holdninger

Nr	Holdning	Enig	Grad
1	Jeg er en bedre forretningsmann enn mine konkurrenter	87,15 %	4,56
2	Jeg er stolt av å være selvstendig næringsdrivende	95,30 %	4,84
3	Jeg vil ikke drive med det samme som naboer og venner	65,20 %	4,54
4	Jeg tar gjerne større risiko hvis det øker inntekten	16,61 %	4,76
5	Jeg vil utvide bedriften selv om det gir mindre tid til familie og venner	97,18 %	4,77
6	Jeg er optimist med tanke på å doble salgstallene innen to år	93,10 %	4,81
7	Kostnaden av å ansette folk utenfor familien er et hinder for vekst	73,35 %	4,62
8	Å finne arbeidere som er til å stole på er et hinder for vekst	40,75 %	4,50
9	Skatter og statlige reguleringer er hinder for vekst	41,38 %	4,54
10	Mangel på etterspørsel er et hinder for vekst	95,30 %	4,88
11	I Tanzania i dag gir hardt arbeid et bedre liv	92,48 %	4,80
12	Inntektsnivået i Tanzania burde være mer jevnt fordelt	16,61 %	4,54
13	Staten bør ta mer ansvar for å gi folk det de trenger	27,59 %	4,41
14	Staten bør øke eierskap i det private og i industrien	78,37 %	4,53
15	Det burde være mer konkurranse i Tanzania	93,10 %	4,81

Når klientene må ta stilling til om de synes de er bedre eller dårligere i å drive forretning enn konkurrentene sine, svarer 87,2 % at de er bedre, og nesten 80 % av disse igjen er sterkt enige i utsagnet (gradert til 5). Det er kun 4,7 % av klientene som heller ville vært ansatt i en vanlig bedrift, med tilsvarende lønn, enn å være selvstendig næringsdrivende. Individualisme omhandler om klienten enten vil drive med det samme som andre, eller om de heller vil gjøre noe eget. Her svarte 65,2 % at de vil arbeide med noe som andre ikke arbeider med. 16,6 % er villige til å ta litt ekstra risiko for å ha mulighet til å tjene litt ekstra penger. Det interessante her er at mennene er markant mindre risikovillige enn kvinnene (11,6 % mot 19,7 %). Det kan bety at mennene driver bedrifter det er knyttet store kostnader til, men hvor markedene er sikrere. Nesten alle klienter ønsker vekst i bedriften, og det er stor optimisme knyttet til troen på at klientene kan doble størrelsen på bedriften i løpet av to år.

De er altså optimistiske til dobling i salgstall, men de ser en rekke hinder på veien dit. 59,3 % mener det er vanskelig å finne/ansette gode arbeidere som er til å stole på. Skatter og statlige reguleringer er seriøse hinder til vekst (58,6 %) og manglende etterspørsel hindrer vekst (95,3 %). På tross av mange hinder, mener 92,5 % av klientene at hardt arbeid gir bedre resultater.

Holdning 12-15 omhandler politiske spørsmål. 16,6 % av behandlingsgruppen mener at inntektsnivået i Tanzania i dag burde være mer likt. 78,4 % mener også at staten bør være mer aktivt inne på eiersiden i industrien. 93,1 % av klientene er positivt innstilt til konkurranse, og mener det vil stimulere til økt innsats og innovasjon.

Vi ser generelt at klientene er stert enige i sine valg.

Det er lave korrelasjoner mellom kunnskap og holdninger (vedlagt Tabell 16). Høyest korrelasjon, med en korrelasjon på 0,185, er det mellom kunnskap og risikoaversjon. Det betyr at det ikke er noen spesiell sammenheng mellom kunnskap og selvtillit og politisk ståsted.

5.2.5 Forskjeller mellom Magomeni og Buguruni

Jeg har lagt ved Tabell 15 som har samme oppbygning som Tabell 2, men hvor jeg i tillegg har delt mellom de to avdelingene. Forskjellene er relativt små. Klienter fra Magomeni er i gjennomsnitt litt yngre, og har noe mer utdanning. Dette gjelder også for foreldregenerasjonen, hvor spesielt mor i gjennomsnitt har 0,64 år mer utdanning. Det er totalt sett 3 % flere muslimer i Magomeni, men den største forskjellen er at 19 % flere av mennene er muslimer i Magomeni.

Både på prestasjon og kunnskap scorer Magomeni noe høyere enn Buguruni, men forskjellene er ikke veldig store. Magomeni har i snitt 0,45 flere riktige svar på kunnskapsdelen.

Heller ikke i holdninger er det store forskjeller mellom avdelingene. De to største avvikene er at det i snitt er 3,6 % flere i Magomeni synes at skatt er et hinder for vekst, og at det i snitt er 2,7 % flere i Buguruni som svarer at de er risikovillige.

6. Reaksjoner fra PRIDE klienter

Ca halvveis inn i kurset er det blitt gjort syv dybdeintervjuer av klienter som er med på kurset. Det er lagt vekt på at intervjuobjektet skal snakke mest mulig fritt og fortelle om sine erfaringer fra kurset. Intervjuer leder samtalen inn på kurset, hvordan klienten har dratt nytte av det og om det er noen endringer i bedriften. Deretter snakker de litt om medklienter på kurset og de klientene som ikke har fått tilbud om kurs.

Gudilla Chuwa, en kvinnelig klient fra Magomeni, hadde vært på 9 undervisningstimer da hun ble intervjuet. ”Jeg er veldig fornøyd med å ha mulighet til å ta dette kurset! Gjennom kurset har jeg oppdaget svakhetene i bedriften min. Nå føler jeg at kan drive forretning med hvilke summer som helst, fra 50 000 Tsh til 10 millioner Tsh. Jeg har fått en enorm selvtillit!” Videre forteller hun om endringer hun har gjort i driften. ”Jeg har lært å kommunisere bedre med kundene mine og jeg har kjøpt en slange jeg har koblet til vanntanken. Nå kan jeg gå fra dør til dør i stedet for å vente på at kundene skal komme til meg. Jeg selger nå 5 000 liter drikkevann på tre dager, hvor jeg før brukte syv dager.”

Zaituni M Shomari selger også vann. Hun har vært på alle møtene i Magomeni siden starten. Zaituni har økt salget av vann ved å sette ned prisen fra 200 til 150 Tsh. Tidligere brukte hun 7 dager på å selge 10 000 liter, men nå bruker hun kun 3 dager, og slik holder vannet seg ferskere. Hun føler hun har hatt mest utbytte av timen om pris- og konkurransestrategi, og så langt har hun ikke opplevd noen skuffelser.

Norbert Materu, en mannlig klient fra Buguruni er også tydelig fornøyd. ”Jeg har fått vid kjennskap til markedsføringsstrategier som reklame, kreativitet og kundebehandling. Dette har økt salget mitt vesentlig. Jeg har senket prisen på brus fra 400 til 350 Tsh. Jeg har trykket reklameplakater med veibeskrivelse til butikken min, og hengt dem opp rundt omkring. Jeg føler at jeg har endret måten jeg driver butikken på. Jeg har begynt å bestille varer over telefon i stedet for å gå fra den ene leverandøren til den andre. Dette gjør at jeg sparer tid og kutter kostnader.”

Det er et gjennomgående tema at små endringer i bedriften øker aktivitet og salg. Et rent bord med duk på en restaurant, bonusordninger i den lokale butikken og realistiske estimater for leveringstid av møbler.

Fatuma B Khalifa, en kvinnelig klient fra Buguruni sier at ”De fleste på gruppen min var negative til kurset i begynnelsen. Men de innså etter hvert at de var heldige som fikk tilbud om kurset. Noen har funnet ut at tilsvarende kurs et annet sted hadde kostet 150 000 Tsh per person.”

Nesten alle klientene trekker frem undervisningstimene som omhandlet kundebehandling og kreativitet som nyttige. Markedsføring og pris- og konkurransestrategi var også populært. Ingen av klientene har opplevd noen skuffelser i sammenheng med kurset, men en syntes at regnskap var veldig vanskelig.

Det er varierte tilbakemeldinger når det gjelder reaksjoner fra de som ikke har fått tilbud om kurs. Noen vil ikke prate om kurset i det hele tatt og er stolte over å klare seg uten. Andre ser utviklingen kursdeltagerne har hatt og er nysgjerrige.

“De som ikke har fått tilbud om kurs har også et ønske om å få delta” sier Zaituni. ”Siden de ikke ble trukket ut til å delta, så ber de oss fortelle og forklare hva vi har lært. Noen ganger vil de se på notatene våre. For eksempel vennen min, Fatuma Mtui, som jeg diskuterer forretninger med. Hun tar ikke kurset, men er veldig ivrig på å lære og jeg har gitt henne notatene mine. Fatuma har endret bedriften sin, jeg vet i alle fall at kundebehandlingen er blitt bedre.”

7. Analyse

For at dagens MFI skal forbedre sine resultat og bli levedyktige er et av målene å skaffe seg en mer stabil kundemasse som er trofaste, og at disse kundene kan kvalifisere seg for større lån. Som Karlan og Valdivia (2006) påpeker er de faste kostnadene ved å ha en bank store, mens de faste og variable kostnadene knyttet til en enkelt kunde er relativt små. Overskuddet kan således økes ved å øke kundemassen, ha en stabil kundemasse og ved å øke inntektene fra hver enkelt kunde, noe som kan gjøres ved å gi ut større lån som genererer større renteinntekter.

Ved å gi et kurs i økonomi og administrasjon kan PRIDE oppleve at klientene forbedrer sine resultater, og dermed blir bedre til å tilbakebetale lån. Ved å øke forretningskunnskapen er det også mulig at flere ser markedspotensial og vil ta opp større lån for å utvide bedriften.

Det er ingen selvfølge at alle som blir tilbudt kurs vil delta. Det er knyttet alternativkostnad til tiden som går med på å være med på kurset. Klientene vil møte opp hvis den opplevde verdien av kurset er høyere enn alternativkostnaden. Det hjelper ikke at klientene viser interesse for et kurs hvis man avslører deres virkelige preferanse ved å observere dårlig oppmøte. Et godt kurs kan gi kundene et godt forhold til banken og et ønske om å fortsette å være kunde. Hvis kurset derimot skulle være dårlig og kundene ikke ser nytten av å møte opp, vil man trolig ikke se noen forbedret økonomisk situasjon hos klientene. Forholdet til banken kan bli dårligere og kundene blir mindre trofaste.

Ved å analysere oppmøtetall og hva som kjennetegner de som møter opp versus de som ikke møter opp, kan man se på faktorer som er viktige for at klienter møter opp og hvorfor de ikke møter opp. Ved å ta hensyn til disse faktorene kan banken endre på innhold i kurs og/eller rammen rundt kurset for å forbedre oppmøte og utbytte av kurset.

7.1 Forklaringsvariabler

Jeg vil nå presentere variablene jeg har brukt i mine analyser. Variablene er mål på ulike sider ved klienten og går under kategoriene personalia, finans, kunnskap, holdninger, husholdskaraktistikker og pris.

7.1.1 Personalia

Her er det en rekke variabler jeg må ta hensyn til i regresjonene.

Jeg bruker *age* for å kontrollere for effekten av alder. *age* tilsvarer klientens alder.

Som vi så tidligere er det blitt mer vanlig med grunnskole i Tanzania. Her bruker jeg variabelen *yaschool* som mål på antall år fullført skole. Jeg vil også se på 7 års grunnskoleutdanning som normalen, og har da laget de binære variablene *schoolmore7* og *schoolless7* som har verdien 1 når henholdsvis klienten har utdanning utover 7 års grunnskole, og når klienten har fullført mindre enn 7 års skole.

Jeg vil bruke den binære variabelen *muslim* som har verdien 1 hvis klienten er muslim. Verdien 0 tilsvarer at klienten er kristen. Ved å slå sammen *male* og *muslim* deler jeg også inn klientene inn i *muslimman*, *muslimwoman*, *christianman* og *christianwoman*, for å se om interaksjonen mellom kjønn og religion kan ha effekt på oppmøtet.

Den lokale intervjueren er spurt om å sette karakterer på klientens serviceinnstilling og potensial som entreprenør. Jeg har tatt med variablene *servicemindness* og *potential* for å kontrollere om det har noen påvirkning på oppmøtet.

7.1.2 Finans

Loan er variabel for lånestørrelse i PRIDE. Dette er som nevnt verdi på sist opptatte lån, ergo kan restlån være større eller mindre. For å se på klientenes totale tilgang på kapital bruker jeg variabelen *totalkapital* som er summen av restlån og sparing i PRIDE, andre MFI, formelle banker og privat. Denne deles også opp i *totalsavings*, som er summen av alle oppsparte midler, og *savingspride* som er oppsparte midler i PRIDE.

For salg, kostnader og profitt bruker jeg *totalsalesnorm*, *totalexpnorm* og *totalprofitsnorm*. Disse variablene er summen av daglig salg, daglige kostnader og daglig profitt for inntil 4 bedrifter som klientene drifter.

Klientene er spurt om deres personlige oppfatning av størrelsen (markedsandel) på deres bedrift, sammenlignet med andres. Variabelen *bedriftsstørrelse* måles i liten (1), gjennomsnittlig (2) eller stor (3).

Jeg har tatt med binære variabler for å fastslå hvilken sektor klientens hovedbedrift er innenfor. Her er den største gruppen, kommersiell sektor, malen, så jeg har tatt med *servicesdummy* og *manufacturingdummy*. Det er for få klienter i annet gruppen til at eventuelle resultater er av interesse.

Klientene har svart på om de holder regnskap over bedriften/bedriftene. Med å inkludere den binære variabelen *regnskap* ser vi om regnskapspraksisen gjør at klientene føler kurset er bortkastet, eller om de er interessert i å lære mer om, eller riktig regnskapsføring.

Antall *mobilkontakter* kan være en indikator på hvor mange kunder en klient har, og dermed hvor travelt det er i bedriften.

Jeg har tatt med to variabler, *kundeorientert1* og *kundeorientert2*, som viser om klienten har hatt noen spesielle tilbud/kampanjer eller har gjort noen spesielle fremstøt i forhold til å skaffe flere kunder (1=ja).

7.1.3 Kunnskap

Som mål på kunnskap bruker jeg de allerede presenterte målene på kunnskap og kaller dem *microskills*, *macroskills*, *accountingskills* og *analyticalskills*. Alle disse er og summert til variabelen *kunnskap*. Skalaen på kunnskap er 0-17.

7.1.4 Holdninger

Det er 15 forskjellige holdninger som går på selvtillit, forretning og fremtid. Holdningene er nummerert og er binære variabler siden klienten skal velge mellom to utsagn. Variablene er *holdning1*-*holdning15*.

Klientene er spurt om forholdet til sine gruppemedlemmer som de har tatt opp lån samme med. Her har jeg tatt med de binære variablene *gruppekommunikasjon*, som forklarer om klienten jevnlig diskuterer forretninger med gruppen (1=god kommunikasjon), og *gruppesamhold*, som gjenspeiler om klienten føler at gruppen er en støtte eller en byrde (1=støtte).

7.1.5 Husholdskarakteristikker

Jeg bruker *motherschool* og *fatherschool* for å kontrollere for hvor mange års utdanning foreldrene har. Jeg lager også en variabel *msfs* som er multiplumet av foreldrenes utdanning, og *msfs_sq* som er kvadratet av *msfs*.

Avstand fra bolig til lokalene hvor lånemøter og undervisning holder sted skal i utgangspunktet ikke spille noen rolle siden de lånemøtene, som er rett før undervisningen, er obligatoriske. Jeg har allikevel tatt med *reisetid* for å kontrollere for dette.

For å se litt på husholdssituasjonen bruker jeg de binære variablene *huseier* og *hushjelp* på om klientene eier huset sitt og/eller om de har hushjelp.

Den muslimske fastemåned *Ramadan* kolliderte med kurset. Fire og fem undervisningstimer ble berørt i henholdsvis Buguruni og Magomeni.

7.1.6 Pris

Kurset er gratis for alle klientene. Eneste kostnad knyttet til kurset er alternativkostnaden knyttet til tapt arbeidstid. Dette tar jeg høyde for ved å inkludere daglige salgstall og profitt. Det er blitt arrangert en midtterminfest (*midterm*) halvveis inn i kurset. Det ble opplyst spesielt om denne festen og klientene ble gjort litt stas på med noe å spise og drikke, noe som kan regnes som belønning.

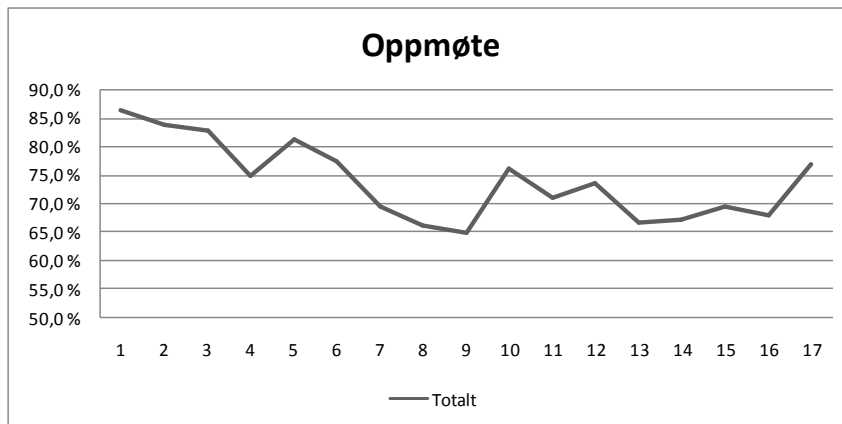
Alternativkostnaden kan variere mellom de forskjellige klokkeslettene undervisningen blir gitt. Jeg bruker de binære variablene *klokka9*, *klokka10*, *klokka12*, og *klokka13* for å kontrollere for dette.

7.2 Oppmøte

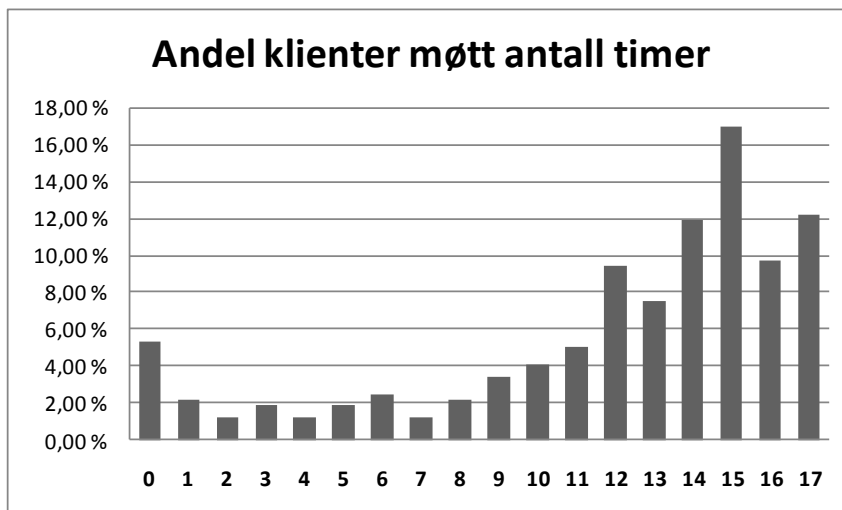
Før fristen for innlevering av denne oppgave er det gjennomført 18 av 20 undervisningstimer i Magomeni og 19 av 20 i Buguruni. Undervisningen skjer i sammenheng med lånegruppemøtene hver uke. I Magomeni er møtene på tirsdagen og i Buguruni på torsdagen. Det er fire møter hver av dagene, klokken 9, 10, 12 og 13. På grunn av at oppmøtetallene hver uke kommer veldig sent, og jeg ønsker å sammenligne like mange undervisningstimer i avdelingene, har jeg i mine presentasjoner tatt med 17 av 20 kurskvelder.

7.2.1 Totalt oppmøte

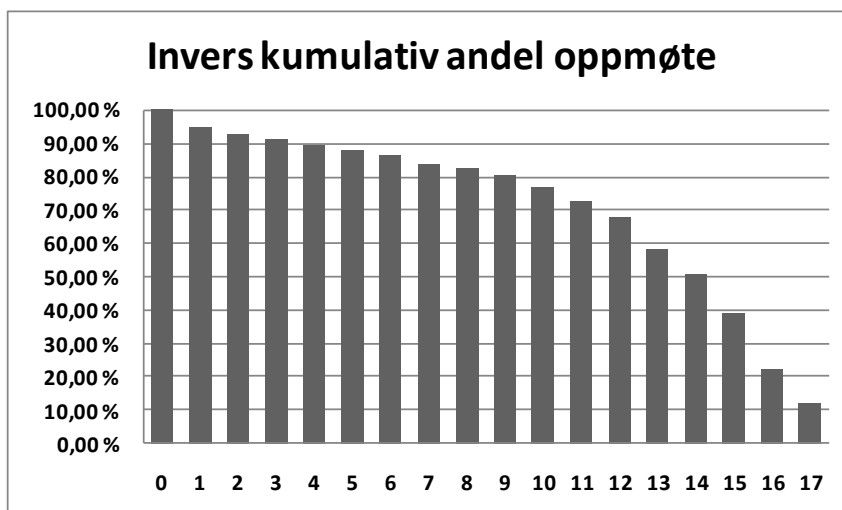
Figur 16: Totalt oppmøte på undervisning



Figur 17: Andel klienter som har møtt opp på antall undervisningstimer



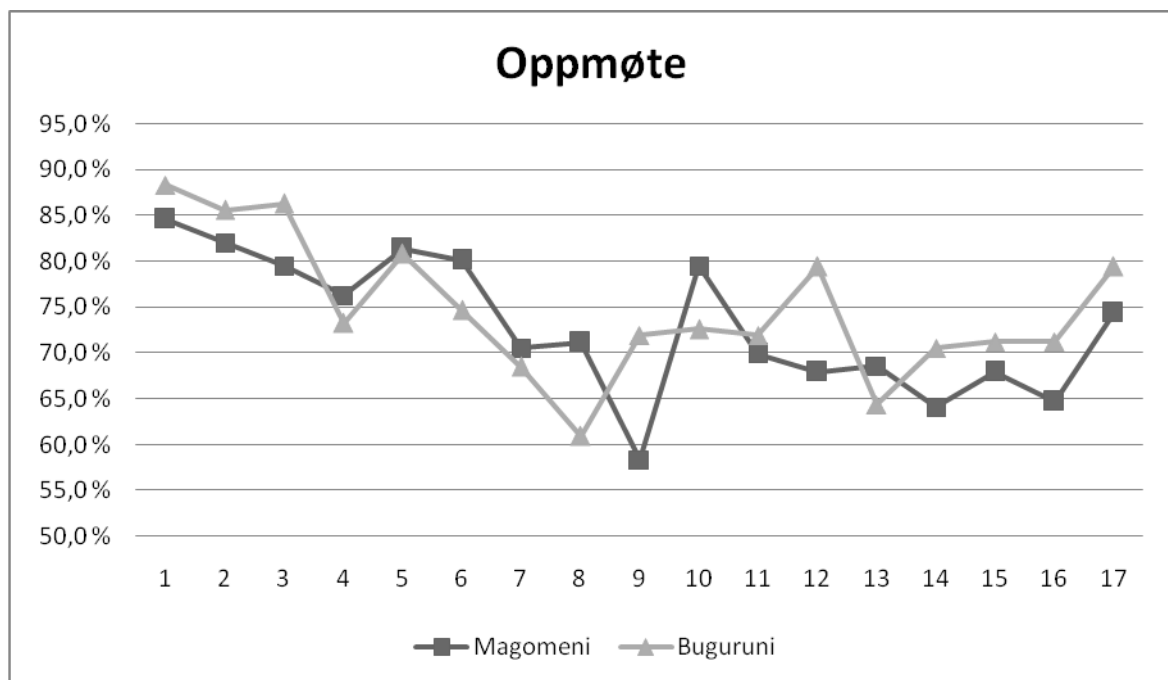
Figur 18: Invers kumulativ andel oppmøte



Figur 16 viser gjennomsnittlig oppmøte for alle klientene i behandlingsgruppen. I Figur 17 og Figur 18 har jeg regnet at de som har droppet ut har 0 i oppmøte, uansett hvor stort oppmøte de har hatt. Oppmøtet på de som droppet ut var stort sett på null eller ett møte, mens en droppet ut etter å ha møtt de fire første timene. 5,33 % regnes som droppet ut, men det kan settes spørsmålsteget ved hvor aktive klientene som har oppmøte på mindre enn fem er. Det er 12,23 % av klientene som har fullt oppmøte. Ved å se på det inverse kumulative oppmøtet ser vi at over 50 % har møtt 14 ganger eller mer. 76,8 % av klientene har allerede sikret seg diplom, mens ytterligere 6,9 % har mulighet til å få diplom ved oppmøte på de siste tre undervisningstimene.

7.2.2 Oppmøte i avdelingene

Figur 19: Oppmøte fordelt mellom avdelingene



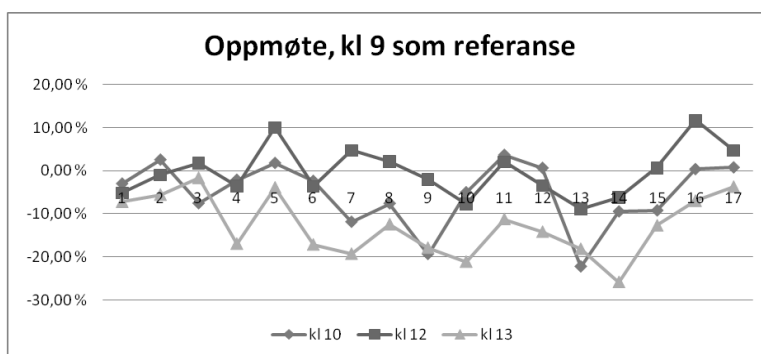
I Figur 19 hvor jeg har utelatt klienter som aldri har møtt til undervisning, har oppmøtet variert en del. Oppmøtet begynte bra, men har hatt en nedadgående kurve helt til Ramadan er over i uke 10. Deretter har det vært noe mer stabilt med rund 65-70 % oppmøte i begge avdelingene. Ser vi bort fra Ramadan har oppmøtet stort sett vært best i Buguruni. Vi ser klare tendenser til synkende oppmøte under Ramadan, den årlige muslimske fastemåneden. Ramadan sammenfalt med møte 5 til 9 for Magomeni og 5 til 8 for Buguruni. Det er antydning

fra kontakter i PRIDE at det er flest muslimer i Buguruni, noe som vil gi lavere oppmøte rundt Ramadan, men dette er ikke tilfelle hvis vi ser i Tabell 2. Oppmøtet totalt har vært 1,78 % bedre i Buguruni (74,78 % mot 73 % i Magomeni). Etter Ramadan har det blitt arrangert en midtterminfest i begge avdelingene. Festen ble arrangert i den 9. timen i Buguruni og den 10. timen i Magomeni. Effekten er størst i Magomeni hvor vi ser en lokal topp i uke 10. I Buguruni kan vi se at oppmøtet går opp til festen, men at oppmøtet ligger stabilt på det samme nivået de påfølgende to møtene. Man kan argumentere for at økningen i oppmøtet i Buguruni skyldes at Ramadan er slutt, ikke på grunn av festen.

Hvis vi inkluderer de som aldri har møtt er forskjellen i oppmøtet mellom gruppene redusert til ca 1 %, med oppmøte på henholdsvis 65,72 % og 66,77 %. Det er 8 klienter som aldri har møtt i Magomeni, mens det i Buguruni er 9.

7.2.3 Oppmøte i undervisningstimene

Figur 20: Differanse i oppmøte mellom timene etter klokkeslett



I Figur 20 har jeg sammenlignet oppmøtet etter klokkeslett på møtene med klokken 9 som referanse. Her ser vi at det i gjennomsnitt er høyere oppmøte på timene kl 9 og kl 12. En del klienter har klaget på at den foregående klassen sjelden er ferdig når den skal, slik at det er en del forsinkelser når timene kl 10 og kl 13 skal starte. Ekstra ventetid gir større alternativkostnader, noe som gir påskudd til å droppe undervisningen. Alternativkostnaden ved å gå til undervisning senere på dagen kan også være større. Det er midt i beste åpningstid for butikker og bedrifter.

Av 17 klienter som har droppet ut er det totalt 6 klienter i hver av gruppene som har undervisning kl 9 og kl 12 som har droppet ut. Slik reduseres forskjellene noe når vi inkluderer de som har droppet ut, men tendensen er likevel den samme.

7.2.4 Sammenligninger av forklaringsvariabler

Tabell 9: Sammenligning av variabler etter oppmøtefrekvens

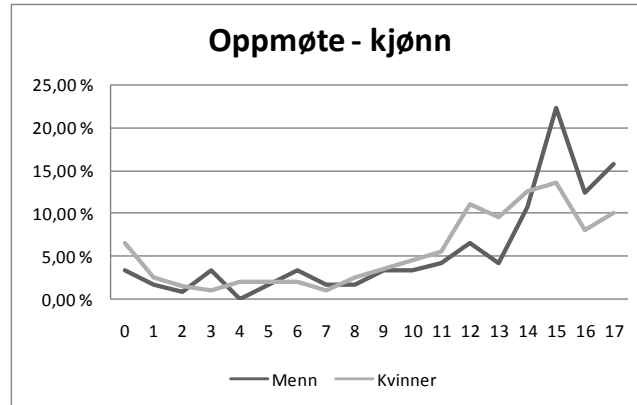
		Oppmøte=0	Oppmøte=<5	Oppmøte>5	Oppmøte=17
Antall klienter		17	44	275	39
I prosent		5,3 %	13,8 %	86,2 %	12,2 %
Personalia	<i>Alder</i>	37,2	37,1	37,3	38,8
	<i>Skolegang</i>	7,65	7,55	7,85	8,28
	<i>Fars skolegang</i>	6,88	6,52	6,13	5,79
	<i>Mors skolegang</i>	5,82	5,50	7,85	4,28
	<i>Muslim</i>	71 %	61 %	64 %	69 %
	Gjennomsnitt:				
Prestasjon	<i>Lån</i>	800 000	815 909	752 364	758974
	<i>Daglig salg</i>	99,91	85,2	76,7	66,8
	<i>Daglig profitt</i>	18,8	17,7	18,3	15,1
	Gjennomsnitt:				
Kunnskap	<i>Mikro (0-4)</i>	0,82	0,86	1,16	1,03
	<i>Makro (0-4)</i>	1	0,86	1,46	1,49
	<i>Regnskap (0-7)</i>	4,41	4,75	4,98	5,15
	<i>Analytisk (0-2)</i>	1,18	1,34	1,62	1,67
Holdninger:	Andel:				
	<i>Bedre i forretning</i>	94,1 %	88,6 %	86,9 %	89,7 %
	<i>Vil være entreprenør</i>	100,0 %	100,0 %	94,5 %	94,9 %
Forretning	<i>Individualisme</i>	70,6 %	70,5 %	64,4 %	56,4 %
	<i>Risikovillig</i>	23,5 %	25,0 %	15,3 %	20,5 %
	<i>Ekspansjon</i>	100,0 %	97,7 %	97,1 %	100,0 %
	Andel:				
Fremtid/politikk	<i>Doble salg</i>	88,2 %	90,9 %	93,5 %	89,7 %
	<i>Arbeidere er hinder</i>	41,2 %	47,7 %	61,1 %	66,7 %
	<i>Skatt er hinder</i>	52,9 %	43,2 %	61,1 %	64,1 %
	<i>Manglende etterspørsel</i>	88,2 %	88,6 %	96,4 %	97,4 %
	<i>Sosialistisk</i>	23,5 %	29,5 %	14,5 %	12,8 %
	<i>Mer konkurranse</i>	94,1 %	93,2 %	93,1 %	94,9 %

Personalia

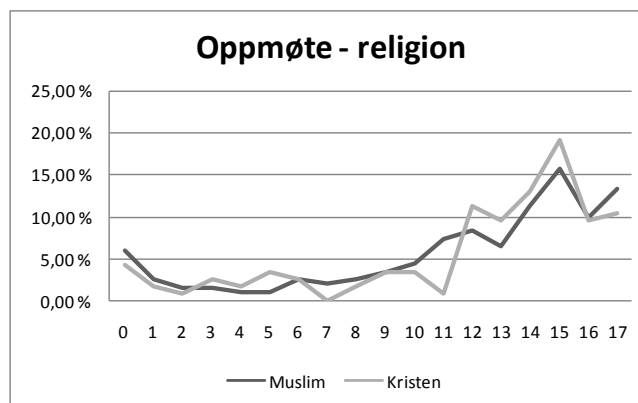
I Tabell 9 sammenligner jeg variablene presentert under 5.2 med hensyn på oppmøtefrekvens. På personalia ser vi at klienter med perfekt oppmøte er i snitt 1,6 år eldre enn de som ikke har møtt opp. De har også mer skolegang, men foreldrene har mindre skolegang. Unntaket er for de som har oppmøte på over fem. I denne gruppen har moren hele 2,3 år mer utdannelse enn for gruppen med oppmøte fem eller lavere. Ved å sammenligne kjønn ser vi en klar tendens til at flere menn møter opp (Figur 21). I Figur 22 ser vi at det er en større andel av de kristne som har møtt opp på mer enn 12 undervisningstimer. Dette

skyldes trolig Ramadan, da muslimene faster og har mindre overskudd til å være med på kurs.

Figur 21: Oppmøte sammenlignet over kjønn



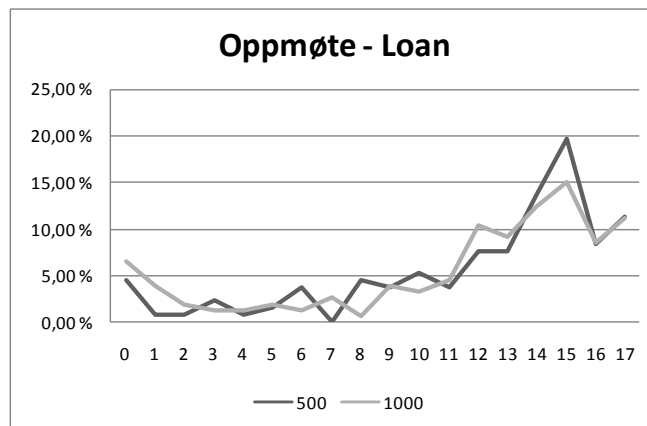
Figur 22: Oppmøte sammenlignet over religion



Finans

Det går et skille i lånestørrelser ved oppmøte på fem undervisningstimer, hvor de med lavest oppmøte i snitt har ca 50.000 Tsh mer i lån. Vi ser i Figur 23 at klienter med relativt større lån møter mindre opp. Denne gruppen med klienter kan ha større bedrifter, jamfør salgstillene, og er dermed mer opptatt/har større alternativkostnader. Klienter med null oppmøte har hele 50 % høyere salgstill enn de med fullt oppmøte. Profittallene varierer mer. De med null oppmøte har 24,4 % høyere margin enn de med perfekt oppmøte. Men deler vi gruppen ved oppmøte lik 5, ser vi at de med oppmøte høyere enn 5 har noe bedre margin enn de med oppmøte på 5 eller lavere.

Figur 23: Oppmøte sammenlignet over lånestørrelse



Kunnskap

Kunnskapsnivået er jevnt over høyere i gruppen med mest oppmøte. De med perfekt oppmøte har best score på tre av fire kunnskapsmål, og er bedre enn de som har droppet ut på alle fire målene.

Holdninger

Vi ser en del interessante forskjeller når det gjelder holdninger. De som ikke har møtt opp er mer selvsikre, stolte, individualistiske og risikovillige. De ser også færre hinder for vekst i bedriften. Vi ser dette spesielt på spørsmålet om det å finne gode arbeidere som er til å stole på er et hinder for vekst i bedriften, 41 % i gruppen uten oppmøte mot 67 % i gruppen med fullt oppmøte. Det er dobbelt så stor andel i gruppen med lavt oppmøte som mener at lønnsforskjellene i Tanzania i dag burde være mindre. Det ser ut til at denne gruppen er mer opptatt av omfordeling enn av verdiskaping.

7.2.5 Oppsummering av variabler

Ved å se på oppmøtetallene får vi en oversikt over hvilke variable som kan være spesielt interessante å ta med i videre analyse. Sammenligningene som er gjort er ikke en fullstendig empirisk undersøkelse, men er et overblikk over enkle korrelasjoner.

I videre regresjoner er det nyttig å ta med variablene der det er store variasjoner mellom de med godt oppmøte, og de med dårlig oppmøte. Det ser ut til å være små forskjeller mellom

Magomeni og Buguruni sett under ett, mens kjønn og religion ser ut til å spille en noe større rolle.

Det er mange forskjeller mellom klientene med null og klienter med perfekt oppmøte. Klientene som ikke har møtt opp har lavere utdanning, mens foreldrene deres har mer utdanning, i forhold til gjennomsnittet. Finanstallene er høyere, mens kunnskapsresultatene er gjennomgående lavere. Holdningsmessig har disse klientene mer selvtillit, noe som vises gjennom høyere risikovilje og at de ser færre hinder for at bedriften skal kunne vokse. En av fire mener at lønnsforholdene i Tanzania burde vært jevnere. De høye salgs- og profittallene, samt selvtilliten, kan tale for at klientene som ikke har møtt i det hele tatt, ikke føler behov for et kurs i bedriftsøkonomi. En annen grunn til ikke å møte på kurs, kan være at klienten har tilbakebetalt lånet sitt, og dermed er ferdig med PRIDE.

Klientene med perfekt oppmøte har en noe høyere snittalder. Daglig salg og profitt er relativt lav. Kunnskapsnivået er relativt sett høyt i denne gruppen. De ser flere hinder for vekst, og er mye mindre individualistiske. Gruppen er også mindre opptatt av lik lønn.

I den videre analysen vil jeg kjøre regresjoner både med og uten de som har droppet ut for å kontrollere for eventuelle forskjeller. Spesielt interessante faktorer å se på er undervisningsklokkeslett, alder, kjønn, utdanning, både for klient og klientens foreldre, religion, lånestørrelse, salgstall, kunnskap, holdning 7 (arbeidere er hinder) og holdning 12 (sosialistisk). Vi kan ikke se bort ifra at andre faktorer også kan være signifikante, så vi utelater ingen variabler foreløpig.

7.3 Regresjoner

Som allerede nevnt bruker jeg enkle OLS regresjoner for å se etter signifikante forklaringsvariabler. Regresjonsmodellen er satt opp slik:

$$y = \alpha + \beta_i X_i + \varepsilon$$

Hvor den avhengige variabelen y , som er oppmøteprosent, forklares av et konstantledd α , i antall forklaringsvariabler X med tilhørende koeffisient β og et feilledd ε . En del av forklaringsvariablene er tatt direkte fra spørreundersøkelsen, mens andre forklaringsvariabler

7.3.1 Regresjoner med alle klienter som er tilbudt kurs

Tabell 10: Regresjon med de som aldri har møtt

Linear regression		Number of obs =		319		
		F(5, 313) =		9.34		
		Prob > F =		0.0000		
		R-squared =		0.1261		
		Root MSE =		26.965		
oppmøtepro~t	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
yaschool	1.426723	.727333	1.96	0.051	-.0043571	2.857803
motherschool	-1.465993	.4298772	-3.41	0.001	-2.311808	-.6201792
kunnskap	2.81875	.7642049	3.69	0.000	1.315122	4.322378
Loan	-.016293	.0064216	-2.54	0.012	-.0289279	-.0036581
holdning12	-11.99966	4.525891	-2.65	0.008	-20.90467	-3.094641
_cons	54.88635	8.024621	6.84	0.000	39.09733	70.67537

I Tabell 10 ser vi en regresjon hvor alle 319 klienter i behandlingsgruppen er inkludert. Jeg har bare tatt med signifikante variabler. Av utdanningsvariablene inngår mors utdanning med negativt fortegn, signifikant på 1 % nivå, og klientens egen utdanning med positivt fortegn, nesten signifikant på 5 % nivå. For hvert år med utdanning klienten har økes oppmøtet med 1,43 %. For hvert år ekstra utdanning moren har vil oppmøtet til klienten reduseres med 1,47 %. Tar man med alder og fars utdanning blir ikke mors utdanning en signifikant variabel. Ved testing finner jeg at korrelasjonen mellom disse tre variablene er relativt høye (Tabell 11), spesielt mors og fars utdanning.

Tabell 11: Korrelasjon mellom mors utdannelse, fars utdannelse og alder

```
. corr motherschool age fatherschool
(obs=644)
```

	mother~1	age	father~1
motherschool	1.0000		
age	-0.4128	1.0000	
fatherschool	0.6281	-0.3203	1.0000

I regresjonen vist i Tabell 12 bruker jeg i stedet for mors utdannelse multiplumet av foreldrenes utdannelse og denne kvadrert. Jeg tar med den kvadrerte for å ta hensyn til eventuell avtagende effekt for store verdier av *msfs*, altså konkavitet. Her ser vi at multiplumet er signifikant på 5 % nivå, mens kvadratet er signifikant på 10 % nivå. Ved å bruke disse variablene blir signifikansnivået til klientens skolegang noe redusert. Koeffisientene er små, -0,18 % oppmøte for én økning multiplumet, og 0,00061 % økning for én økning i kvadratet. Forklaringsgraden (R-squared) til denne regresjonen er noe lavere, og den er mindre intuitiv, i den grad variasjonen i variablene er store og mindre håndterlig og koeffisientene er små.

Tabell 12: Regresjon med de som aldri har møtt

Linear regression

```
Number of obs = 319
F( 6, 312) = 6.37
Prob > F = 0.0000
R-squared = 0.1169
Root MSE = 27.15
```

oppmøtepro~t	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
yaschool	1.330269	.7356504	1.81	0.072	-.1171945	2.777732
msfs	-.1845797	.0731805	-2.52	0.012	-.3285694	-.04059
msfs_sq	.0006295	.0003361	1.87	0.062	-.0000317	.0012908
kunnskap	2.828857	.7689867	3.68	0.000	1.315802	4.341913
Loan	-.014876	.0064856	-2.29	0.022	-.027637	-.002115
holding12	-11.37646	4.539724	-2.51	0.013	-20.30881	-2.444118
_cons	52.28617	7.963232	6.57	0.000	36.61774	67.95459

Hvis man ser på kunnskapsvariablene hver for seg er det kun makrokunnskapene som er statistisk signifikant. Ved å summere alle kunnskapsvariablene til *kunnskap* får vi med effekten av all kunnskap, ikke bare makrokunnskapen. Dette er en fordel fordi det er større variasjon i *kunnskap* enn i *macroskills*. For hvert riktig svar på kunnskapsspørsmålene øker oppmøtet med 2,92 %.

Lånestørrelsen i PRIDE slår negativt ut på oppmøtet. Øker lånet med 100 000 reduseres oppmøtet med 1,6 %. De med 1 million Tsh i lån vil møte opp på ca 8,1 % færre møter enn de med lån på 500 000 Tsh.

Den siste signifikante forklaringsvariabelen er holdning 12, som er spørsmålet om det bør være likere lønn. De som mener det bør være likere lønn i Tanzania møter i snitt på 12 % færre undervisningstimer.

7.3.2 Regresjoner uten klienter som har droppet ut

Tabell 13: Regresjon uten de som aldri har møtt

Linear regression		Number of obs =		302		
		F(7, 294) =		7.85		
		Prob > F =		0.0000		
		R-squared =		0.1483		
		Root MSE =		22.372		
oppmøtepro~t	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
yaschool	1.575867	.5934166	2.66	0.008	.4079837	2.743749
motherschool	-1.129785	.3630736	-3.11	0.002	-1.844338	-.4152322
kunnskap	1.65567	.6264213	2.64	0.009	.4228313	2.888508
Loan	-.0146373	.0057705	-2.54	0.012	-.0259941	-.0032805
huseier	5.182544	2.627854	1.97	0.050	.0107541	10.35433
holdning12	-11.27259	3.935508	-2.86	0.004	-19.01793	-3.527253
klokka13	-9.55108	3.148299	-3.03	0.003	-15.74714	-3.355021
_cons	64.60569	7.396493	8.73	0.000	50.0489	79.16247

Under 7.2 så vi tendenser til at klienter har valgt å ikke møte fordi alternativkostnaden har vært for høy. Disse klientene har gode salgstall og dekningsbidrag, og nytten av kurset verdsettes ikke høyt nok. Jeg velger nå å utelate disse klientene i regresjonene for å se om det vil gi andre resultat. Uten de 17 klientene som ikke har møtt, får vi to flere signifikante forklaringsvariabler (Tabell 13).

Det er de samme variablene som er signifikante når vi ser på utdanning. Klientenes skolegang er denne gangen signifikant på 1 % nivå. Koeffisientene er noe endret, 1,58 % mer oppmøte per år fullført skole for klienten, og 1,13 % mindre oppmøte per år fullført skole for klientens mor.

Kunnskapsvariabelen har fått mindre effekt på oppmøte, 1,66 % mer oppmøte per riktig svar.

Lånestørrelsen i PRIDE teller fortsatt negativt. Økt lånestørrelse på 100 000 reduserer oppmøtet med 1,46 %. Forskjellen i oppmøtet mellom de med størst og minst lån er redusert til ca 7,3 %.

Effekten på de som vil ha jevnere lønn er også redusert. Disse vil møte i snitt 11,3 % sjeldnere.

Den første nye forklaringsvariabelen er *huseier*. Klientene som eier egen bolig møter opp i snitt 5,8 % mer. At denne variabelen nå er signifikant sier oss at flere av de som har droppet ut eier boligen sin, og dette underbygger tanken om at denne gruppen føler at de klarer seg godt på egenhånd. Hvorfor denne gruppen møter mer opp er vanskelig å si.

Som vi så tidligere, var det mange klienter som hadde undervisning kl 9 og kl 12 som droppet ut. Når vi ekskluderer disse fra regresjonene blir *klokka13* signifikant. Det betyr at de som har undervisning kl 13 i snitt møter opp på 9,6 % færre undervisningstimer enn de som har undervisning på andre tidspunkt. Dette kan være tilfeldig, eller det kan antyde at alternativkostnaden er høyest kl 13. Verdsetter klientene lunsj høyere enn kurset?

Tabell 14: Regresjon uten de som aldri har møtt

oppmøtepro~t	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
yaschool	1.543415	.6320828	2.44	0.015	.299417	2.787413
msfs	-.1424973	.0622439	-2.29	0.023	-.2649991	-.0199956
msfs_sq	.000431	.000285	1.51	0.132	-.00013	.000992
kunnskap	1.671908	.6335724	2.64	0.009	.4249785	2.918838
Loan	-.0137052	.0057516	-2.38	0.018	-.0250248	-.0023856
huseier	5.029302	2.651733	1.90	0.059	-.1895566	10.24816
holdning12	-10.81468	3.957365	-2.73	0.007	-18.60315	-3.026219
klokka13	-9.672917	3.158365	-3.06	0.002	-15.88888	-3.456959
_cons	62.64694	7.277592	8.61	0.000	48.32396	76.96992

Linear regression

Number of obs = 302
 F(8, 293) = 5.96
 Prob > F = 0.0000
 R-squared = 0.1428
 Root MSE = 22.482

Tabell 14 viser samme regresjon som Tabell 12, med eneste forskjell at de 17 som har droppet ut er ekskludert. Vi ser at *msfs* er signifikant her også, men effekten er mindre konkav.

7.4 Utfordringer i datamaterialet

7.4.1 Hyppig fravær eller droppet ut?

Klienter som aldri har møtt til undervisning kan plasseres i tre kategorier.

1. Klienten er ikke interessert i kurset.
2. Klienten har tilbakebetalt lånet sitt og er ikke lenger kunde hos PRIDE.
3. Klienten har misligholdt lånet sitt og er ikke lenger kunde hos PRIDE.

Jeg har i den senere tid forsøkt å få plassert de som har droppet ut i en av disse kategoriene, men det har vært vanskelig å få til i denne omgang. Ulike grunner for ikke å møte opp spiller inn på de statistiske resultatene. På de ukentlige oppmøtetallene jeg har fått, er det en del klienter som regnes som ”exited”, altså sluttet. Jeg har valgt å regne denne gruppen og de klientene som aldri har møtt som droppet ut.

7.4.2 Ramadan og midterm

Under kurset har det vært eksterne faktorer som kan ha påvirket oppmøte. Da tenker jeg i hovedsak på Ramadan, men også midtterminfesten. Effekten av disse er vanskelig å måle. En metode man kan bruke er å se på gjennomsnittlige oppmøtetall og bruke binære variabler for å plassere Ramadan og midtterminfesten. Problemet her er at vi har et lite utvalg på kun 17 undervisningstimer. Når Ramadan omfatter inntil 5 av disse, er det et for lite utvalg til å kunne bruke dette statistisk.

Løsningen er å se på det grafisk som vi har gjort i Figur 16 og Figur 19. Vi ser tydelige tendenser til synkende oppmøte under Ramadan. Dette kan ha vært med på å redusere oppmøtet blant muslimene. Vi ser også en lokal topp i oppmøtet i Magomeni, og antar at dette er på grunn av midtterminfesten.

7.5 Oppsummering av funn

Under 7.2 fant jeg flere variabler det ville være spennende å analysere videre. Etter å ha sett på regresjonene har jeg fått et bedre inntrykk av hvem som møter opp og hvem som ikke møter opp.

De som dropper ut har lav utdanning, mens foreldrene har, relativt sett, høy utdanning. Denne gruppen har lavere score på kunnskapsspørsmålene. Det er tendenser til at gruppen er fornøyd med situasjonen, siden vi ser at mange her eier huset sitt.

Gruppen som møter sjeldent har mange av de samme egenskapene som de som har droppet ut. I tillegg ser det ut til at flere i denne gruppen ikke eier huset sitt, og at de verdsetter lunsj høyere enn kurs.

De med høyt oppmøte har relativt god utdanning, mens foreldrene deres har lavere utdanning. Denne gruppen scorer høyt på kunnskapsspørsmålene, eier huset sitt og har lavere lån.

Det viste seg at flere variabler ikke var signifikante. Korrelasjonen mellom alder og utdanning kan forklare den manglende signifikansen til alder. Ser vi på religion kan Ramadan forklare det noe lavere oppmøte blant muslimene, men forskjellen er ikke signifikant. Forskjellene i de fleste holdningene var ikke store nok til å være signifikante som forklaringsvariabler.

8. Konklusjoner

Det er blandede konklusjoner knyttet til om mikrofinans er effektivt med tanke på å bedre den økonomiske situasjonen til mottageren, og videre hjelpe denne ut av fattigdom. Men vi har sett at en økning i humankapital kan bidra til å heve de økonomiske resultatene til mikrofinans klientene.

Men for at humankapitalen skal kunne heves er det behov for utdanning, og dermed oppmøte på kurs. I mine analyser har jeg funnet en rekke variabler som spiller inn på oppmøtet.

Lengre utdanning gir større oppmøte. Hvis kurset er vanskelig kan vi oppleve frafall hos klienter med minst utdanning som kanskje ikke forstår, og således ikke kan dra nytte av kurset.

Klienter som har foreldre, og da spesielt mor, med relativt sett lang utdanning viser seg å ha et lavere oppmøte. Dette kan skyldes gode økonomiske forhold hjemme og mindre behov og ønske for økonomisk vekst.

God uttelling på kunnskapsdelen i grunnundersøkelsen viser seg å gi bedre oppmøte. Kunnskap er korrelert med utdanning, og vi kan av samme grunner som for utdanning, se at klienter som ikke klarer å ta til seg kunnskapene unnlater å møte opp. Hvis vi ser på kunnskapsspørsmålene om mikro og makro så kan du stort sett svare på spørsmålene hvis du er litt samfunnsengasjert og opptatt av nyheter og lignende. Du kan få en god totalscore bare ved å være nysgjerrig. De med høy score kan dermed komme på undervisningen fordi de er over gjennomsnittet engasjert og nysgjerrig.

Klienter som mener at det burde være likere lønn i Tanzania møter i snitt mye mindre opp. Man kan spekulere i at denne gruppen med klienter er mer opptatt av omfordeling enn av verdiskapning. Ambisjonsnivået blir lavere og motivasjonen for å møte opp på kurs er redusert.

Når jeg utelot de som ikke møter opp fikk jeg to nye signifikante forklaringsvariabler. Huseiere møter oftere opp og undervisningstimen som er klokken 13 ser ut til å ha en alternativkostnad som er høyere enn den subjektive verdien av kurset.

På grunnlag av Figur 19 kan vi si at Ramadan teller negativt for oppmøtet. Kommentarer fra lokale sier at alt går tregt under Ramadan, og de økonomiske resultatene også faller. Midtterminfesten ser også ut til en viss grad ha positiv effekt, i alle fall i Magomeni.

Jeg vil tro at mikrofinansinstitusjoners ønske er at flest mulig vil delta på kurs hvis det blir tilbudt. Kurset kan ha en initialkostnad for MFI, men hvis kurset har den ønskede effekten vil nåverdien av de fremtidig økte inntektene kunne forsvare at kurset er gratis. Hvis kurset ikke har den ønskede effekten vil det ikke være noe marked for det, siden deltagerne ikke klarer å dekke inn kostnadene ved det. Jeg mener at det er riktig å tilby kurset gratis.

Andre faktorer er det vanskelig å kontrollere for. Hvis de er redde for at deltagere med lavere utdanning skal droppe ut, kan alternativene være enten å arrangere egen undervisning for denne gruppen, eller tilby et forkurs for å forberede klientene.

Utfordringen blir å stimulere interessen og nysgjerrigheten til klientene, og samtidig overbevise om at kurset er nyttig og gir forbedrede økonomiske resultater. Hver enkelt klient må innse at kurset har så høy verdi at den overgår alternativkostnaden.

Til nå har jeg forutsatt at PRIDE ønsker å gi kurset til alle sine klienter. Hvis det i etterkant av kurset viser seg at en liten gruppe av klientene har klart å utvide bedriften sin, og dermed begynner å ansette flere folk, kan PRIDE være interessert i å rette kurset mot denne spesifikke gruppen. Særlig hvis resten av gruppen ikke viser noen tegn til økonomisk forbedring. Da blir oppmøtetallene sammen med resultattallene viktig for å analysere målgruppen.

9. Vedlegg

Tabell 15: Gjennomsnitt på personalia, prestasjon, kunnskap, forretning og fremtiden, forskjeller mellom Magomeni og Buguruni.

	Magomeni			Buguruni			Magomeni-Buguruni		
	Menn	Kvinner	Totalt	Menn	Kvinner	Totalt	Menn	Kvinner	Totalt
Gjennomsnitt:									
Alder	36,1	38,0	37,2	38,9	36,8	37,4	-2,8	1,2	-0,2
Skolegang	7,76	7,93	7,86	8,02	7,62	7,74	-0,26	0,31	0,12
Personalia									
Fars skolegang	5,80	6,67	6,29	4,96	6,61	6,08	0,84	0,06	0,21
Mors skolegang	5,16	5,31	5,25	3,92	4,94	4,61	1,24	0,37	0,64
Muslim	69,0 %	62,4 %	65,2 %	50,0 %	68,6 %	62,6 %	19 %	-6 %	3 %
Gjennomsnitt:									
Lån	733 803	782 796	761 585	760 000	760 952	760 645	-26 197	21 844	940
Finans									
Daglig salg	95 000	65 600	78 400	102 100	65 700	77 410	-7100	-100	990
Daglig dekningsbidrag	20 100	18 100	19 000	20 200	16 100	17 400	-100	2000	1600
Gjennomsnitt:									
Mikro (0-4)	1,35	1,14	1,23	1,12	0,93	0,99	0,23	0,21	0,24
Kunnskap									
Makro (0-4)	1,93	1,18	1,51	1,84	0,96	1,25	0,09	0,22	0,26
Regnskap (0-7)	5,04	4,80	4,90	5,18	4,93	5,01	-0,14	-0,13	-0,11
Analytisk (0-2)	1,70	1,55	1,62	1,64	1,52	1,56	0,06	0,03	0,06
Holdninger:									
Andel:									
Bedre i forretning	88,7 %	85,0 %	86,6 %	88,0 %	87,6 %	87,7 %	0,7 %	-2,6 %	-1,1 %
Vil være entreprenør	94,4 %	95,7 %	95,1 %	96,0 %	95,2 %	95,5 %	-1,6 %	0,5 %	-0,4 %
Forretning									
Individualisme	66,2 %	64,5 %	65,2 %	66,0 %	64,8 %	65,2 %	0,2 %	-0,3 %	0,0 %
Risikovillig	8,5 %	19,4 %	14,6 %	16,0 %	20,0 %	18,7 %	-7,5 %	-0,6 %	-4,1 %
Ekspansjon	95,8 %	96,8 %	96,3 %	98,0 %	98,1 %	98,1 %	-2,2 %	-1,3 %	-1,8 %
Andel:									
Doble salg	95,8 %	90,3 %	92,7 %	94,0 %	93,3 %	93,5 %	1,8 %	-3,0 %	-0,8 %
Arbeidere er hinder	62,0 %	54,8 %	57,9 %	58,0 %	61,9 %	60,6 %	4,0 %	-7,1 %	-2,7 %
Fremtiden									
Skatt er hinder	56,3 %	63,4 %	60,4 %	54,0 %	58,1 %	56,8 %	2,3 %	5,3 %	3,6 %
Manglende etterspørsel	97,2 %	95,7 %	96,3 %	94,0 %	94,3 %	94,2 %	3,2 %	1,4 %	2,1 %
Sosialistisk	16,9 %	18,3 %	17,7 %	16,0 %	15,2 %	15,5 %	0,9 %	3,1 %	2,2 %
Mer konkurranse	91,5 %	93,5 %	92,7 %	98,0 %	91,4 %	93,5 %	-6,5 %	2,1 %	-0,8 %

Tabell 16: Korrelasjoner mellom kunnskap og holdninger

	kunnskap	macro~s	micro~s	analyt~s	accoun~s	holdn~g1	holdn~g2	holdn~g3	holdn~g4	holdn~g5
kunnskap	1.0000									
macroskills	0.7549	1.0000								
microskills	0.5843	0.3275	1.0000							
analytical~s	0.4343	0.1857	0.0940	1.0000						
accounting~s	0.6893	0.2392	0.1374	0.1660	1.0000					
holdning1	0.0834	0.0545	0.0882	0.0857	0.0151	1.0000				
holdning2	0.0998	0.0844	0.1205	0.0045	0.0353	0.0917	1.0000			
holdning3	-0.0908	-0.0838	-0.0332	0.0073	-0.0833	-0.0642	0.0243	1.0000		
holdning4	0.1849	0.1073	0.1002	0.1471	0.1334	-0.1306	-0.0202	0.0078	1.0000	
holdning5	0.0384	-0.0584	0.0481	0.1323	0.0406	-0.0089	0.0516	-0.0847	0.0252	1.0000
holdning6	-0.0006	0.0262	-0.0233	-0.0008	-0.0107	-0.2651	-0.1733	-0.0609	0.0447	0.0464
holdning7	-0.0821	-0.0656	-0.0725	-0.0147	-0.0462	-0.0620	0.1006	0.0361	0.0214	0.0258
holdning8	0.0511	0.0594	-0.0325	0.0557	0.0417	-0.0627	0.0637	0.0031	0.0240	0.0257
holdning9	0.0345	0.0234	-0.0305	0.0095	0.0639	-0.0197	-0.0238	0.0793	0.0525	-0.0490
holdning10	0.0818	0.1028	0.0335	-0.0045	0.0443	-0.0032	0.0493	-0.0864	0.0202	0.0378
holdning11	0.0623	0.0870	0.0121	0.0707	-0.0006	-0.0680	-0.0489	0.0088	0.0962	-0.0232
holdning12	-0.0670	0.0525	-0.0454	-0.0197	-0.1485	0.0047	0.0600	-0.0432	-0.0270	0.0765
holdning13	0.0412	0.1180	-0.0110	0.0151	-0.0323	0.0983	0.1280	-0.0239	0.0871	-0.0628
holdning14	-0.1006	-0.0538	-0.0891	-0.0480	-0.0684	0.0653	0.0807	-0.0158	-0.0299	-0.0484
holdning15	-0.0493	-0.0632	-0.0394	0.0460	-0.0329	-0.0803	0.0020	-0.0090	-0.0218	0.0464
holdning6	1.0000									
holdning7	-0.0878	1.0000								
holdning8	0.0009	0.1391	1.0000							
holdning9	-0.0277	0.1896	0.1970	1.0000						
holdning10	0.0564	0.0334	0.0870	0.2343	1.0000					
holdning11	0.1569	-0.0700	0.0053	-0.0949	0.0489	1.0000				
holdning12	-0.0447	0.0358	0.0617	-0.0867	-0.0998	-0.0962	1.0000			
holdning13	-0.0258	-0.0547	-0.1304	-0.0368	-0.0617	-0.0633	0.1767	1.0000		
holdning14	-0.0829	0.0066	-0.0638	-0.0704	-0.0088	-0.0055	0.0299	0.0517	1.0000	
holdning15	0.0724	-0.0318	0.0512	-0.0026	-0.0605	0.1100	-0.0115	0.0019	0.0373	1.0000

Litteraturliste

ACCION International: www.accion.org

CGAP: www.cgap.org

Dichter, Thomas (2005): A Practitioner's Observations on Aid Failure, tale gitt under NORAD Poverty Conference (17. Oktober 2005)
(http://www.norad.no/default.asp?MARK_SEARCH=YES&SEARCH_ID=s1&V_ITEM_ID=3243)

Dichter, Thomas (2007): A Second Look at Microfinance (I: Development Briefing Paper, CATO Institute, No 1 15. Februar 2007)

Dybdeintervju med mikrofinansklinter. Tilgang til syv intervju via Lars Ivar Berge, NHH.

Karlan, Dean og Martin Valdivia (2006): Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients and Institutions. (26. November 2006) (Finnes på <http://aida.econ.yale.edu/karlan/papers/TeachingEntrepreneurship.pdf>)

Klinger, Bailey og Matthias Schündeln (2007): Can Entrepreneurial Activity be Taught? (CID Working Paper No. 153, Desember 2007)

Khandker, Shahidur R. (2005): Microfinance and Poverty: Evidence Using Panel Data from Bangladesh. (The World Bank Economic review, vol. 19, no. 2, side 263-286, 8. September 2005)

Microcredit Summit Campaign (MCS 2007): Report 2007 (Finnes på http://www.microcreditsummit.org/pubs/reports/socr/2007/SOCR07_Eng.pdf)

Microfinance Fast Facts (http://www.iamfi.com/microfinance_facts.html, kilde: CGAP)

Morduch, Jonathan (1998): Does Microfinance Really Help the Poor? (27. Juni 1998)

Morduch, Jonathan (1999): The Microfinance Promise. (Journal of Economic Literature, Desember 1999, side 1569-1614)

Pitt, Mark og Shahidur Khandker (1998): The Impact of Group-Based Credit Programs on Poor Households in Bangladesh: Does the Gender of Participants Matter? (J. Polit. Econ. 106:5, side 958-996)

Sehgal, Vishal (2008): White Paper: The Business of Microfinance. (Februar 2008) (Finnes på http://www.vnl.in/whitepapers/vnl_wp_microfinance.pdf)

Todd, Helen (1996): Woman at the Center: Grameen Bank Borrowers after One Decade. (Boulder: Westview Press)

UN Millennium Development Goals (Finnes på <http://www.un.org/millenniumgoals/>)

UNDP (2005): Human Development Trends: The Distribution of Poverty (3) (Finnes på <http://www.gapminder.org/downloads/flash-presentations/human-development-trends-2005/>)

UNPD (FNs avdeling for folketall): <http://esa.un.org/unpp/>

Yunus, Mohammad (1999): Banker to the Poor (1999, side 140)

Yunus, Mohammad (2007): Mohammad Yunus hos Charlie Rose. 27. August 2007. (<http://www.youtube.com/watch?v=3gpqQ68ctmk&feature=related>)