

Hva motiverer til entreprenørskap?

En bacheloroppgave i

Entreprenørskap og Småbedriftsledelse

EK206E 003

Daniel Solstrand og Kent Ove Bang

Bodø, 09.06.2008

Abstract

The main purpose of this study is to find out what motivates a person to become an entrepreneur and to start their own company. Our research question is:

What effects and motivates people to choose a full-time entrepreneur instead of being an employee?

This case study tells the story of five entrepreneurs. To do this, we have collected our primary data from five qualitative interviews in four different companies.

Through this paper, we will discuss different theories about motivation and the reasons for starting a company. Among these theories are *entrepreneurial process*, *the entrepreneur's background*, *theory of planned behavior* and the *push and pull-theory*. We will try to connect these theories with our five different entrepreneurs which we have collected data from, and make a conclusion at the end.

We found that entrepreneurs are motivated by a mixture of motivations, and that there is no such thing as a correct answer to describe entrepreneurial motivation. We found that the motivation needs to be seen together with the entrepreneur's background and history, in order to understand their action to start a company.

Our results may contribute to other researches within this subject. It may inspire researchers to explore more of our research-question, or make this paper an introduction to a quantitative research.

Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet innen spesialisering i Entreprenørskap og Småbedriftsledelse ved Handelshøyskolen i Bodø. Oppgaven er en avsluttende del av bachelorgraden og utgjør totalt 15 studiepoeng.

Vi har tatt for oss motivasjonen for å velge entreprenørskap, og sett på bakgrunnen til at personer velger å starte sin egen bedrift fremfor å jobbe som ansatt. Formålet er å avdekke motivasjonen som ligger bak valget av å bli selvstendig næringsdrivende.

Vi vil rette en stor takk til vår veileder, Espen Isaksen for konstruktive tilbakemeldinger og gode veiledninger. Dette har vært til meget stor hjelp og styrket motivasjonen gjennom en lang prosess. Vi vil også takke Sigrid Almedal for hjelp til litteraturlisten. Videre vil vi takke entreprenørene som lot seg intervju, og vil benytte anledningen til ønske dem lykke til videre.

Takk skal dere ha!

Handelshøyskolen i Bodø

Mørkved, 9.juni 2008

Kent Ove Bang

Daniel Solstrand

Sammendrag

Denne oppgaven tar for seg valg av entreprenørskap der vi ser på påvirkninger og motivasjonen til å ta dette valget. Målet er å finne hva som motiverer en person til å starte en bedrift og se nærmere på grunnene til dette. Vi vil finne svar på problemstillingen; *hva påvirker og motiverer personer til å velge å bli entreprenør på heltid fremfor å være ansatt?*

For å finne svar på dette har vi gjort en kvalitativ undersøkelse med fem entreprenører i fire ulike bedrifter. Vi har utført en beretningsanalyse på hver av dem, og gitt et resymé av dette i oppgaven. Dette ble til en casestudie. Av eget ønske er entreprenørene gjort anonym.

For å svare på problemstillingen på en best mulig måte gir vi først en definisjon av *entreprenørskap og motivasjon*. I tillegg har vi blant annet brukt teoriene, *entreprenøriell prosess, teorien om planlagt atferd og push- og pullfaktorer*. Dette har vi samlet i en forskningsmodell, som viser sammenhengen mellom disse. Her fant vi viktige funn som vi viser i en oppsummeringstabell i slutten av oppgaven.

Vi fant at entreprenørens motivasjon var veldig individuell, og at den må sees i sammenheng med den personen det gjaldt. Vi oppdaget at entreprenørens motivasjon hang sammen med andre faktorer og ble i stor grad påvirket av personens bakgrunn. Det er bakgrunnen til hver enkelt som har gjort hver av dem til det individet de er, og denne påvirker entreprenørens motivasjon.

Figuroversikt

Figur 1: Spenningen i den entreprenørielle prosess (Wickham, 2006 s. 222)	16
Figur 2: Maslows behovspyramide (Wikipedia, 2008)	19
Figur 3: Teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991, gjengitt av Kolvereid, i Jenssen et al. 2006 s.26)	23
Figur 4: Push- og pullfaktorer i sammenheng med entreprenørskap (Van Schaik Publishers, ukjent årstall).....	26
Figur 5: Vår forskningsmodell.....	28
Figur 6: Ny forskningsmodell	78

Tabelloversikt

Tabell 1: Pushfaktorer	69
Tabell 2: Pullfaktorer.....	69
Tabell 3: Oppsummeringstabell	71

Vedleggsoversikt

Vedlegg 1: Intervjuguide

Vedlegg 2: Vår introduksjons e-post som ble sendt til informantene

Innholdsfortegnelse

Innhold

Abstract.....	2
Forord	3
Sammendrag.....	4
Figuroversikt	5
Tabelloversikt.....	5
Vedleggsoversikt	5
Innholdsfortegnelse	6
1. Innledning.....	9
1.1 Bakgrunn og aktualisering.....	9
1.2 Avgrensning.....	10
1.3 Teoretisk utgangspunkt	11
1.4 Metodisk tilnærming til problemstilling.....	11
1.5 Oppgavens videre oppbygning	11
2. Litteraturgjennomgang	12
2.1 Innledning	13
2.2 Hva er entreprenørskap?.....	13
2.3 Hva er motivasjon?	14
2.3.1 Den entreprenørielle prosess	16
2.3.2 Indre og ytre motivasjon	17
2.3.3 Behov og motivasjon	18
2.3.4 Oppsummering	20
2.4 Bakgrunn	20
2.5 Teorien om planlagt atferd	22
2.6 Push- og pullfaktorer.....	24
2.7 Vår forskningsmodell.....	27
3. Metodedel.....	29
3.1 Innledning	29
3.2 Forskningsdesign	29
3.3 Forskningsprosess	30

3.4 Utvelgelse av informanter	32
3.5 Datainnsamlingsmetode	33
3.5.1 Hvordan gikk vi fram for å avtale intervju?.....	33
3.6 Intervjuguide	34
3.6.1 Inngående forklaring av intervjuguiden.....	34
3.7 Observasjon under intervjuet	36
3.8 Gjennomføring av intervju	36
3.8.1 Utfordringer og erfaringer under intervjuet	38
3.9 Transkribering etter intervjuet	39
3.10 Analysedel	40
3.11 Evaluering av undersøkelsen	40
3.12 Læringsprosessen	42
3.13 Oppsummering med styrker og svakheter i oppgaven	43
3.14 Filosofi etikk og miljø (FEM).....	44
4. Våre resultater	46
4.1 Om entreprenør 1	46
4.2 Om entreprenør 2	48
4.3 Om entreprenør 3	49
4.4 Om entreprenør 4	51
4.5 Om entreprenør 5	52
Oppsummering	55
5. Analyse og drøftingsdel	56
5.1 Entreprenøriell prosess	56
5.1.1 Den finansielle dimensjonen	56
5.1.2 Den personlige dimensjonen	56
5.1.3 Den sosiale dimensjonen.....	57
5.1.4 Oppsummering av modellen	57
5.2 Analyse av entreprenørenes bakgrunn.....	58
5.2.1 Oppvekst	58
5.2.2 Skolegang	59
5.2.3 Jobberfaring.....	59
5.2.4 Etableringserfaring	60
5.2.5 Oppsummering	60

5.3 Teorien om planlagt atferd	61
5.3.1 Holdninger.....	61
Kolvereids undersøkelse	62
5.3.2 Subjektive normer.....	63
5.3.3 Oppfattet kontroll	64
5.3.4 Oppsummering	64
5.4 Analyse av push- og pullfaktorer	65
5.4.1 Pushfaktorer	65
Entreprenør 1.....	65
Entreprenør 2.....	65
Entreprenør 3.....	66
Entreprenør 4.....	67
Entreprenør 5.....	67
5.4.2 Pullfaktorer.....	67
Entreprenør 1.....	67
Entreprenør 2.....	67
Entreprenør 3.....	68
Entreprenør 4.....	68
Entreprenør 5.....	68
5.4.3 Oppsummering	69
Pushfaktorer	69
Pullfaktorer	69
5.6 Oppsummeringstabell.....	71
5.6.1 Kommentarer til tabellen	71
6. Avslutning	76
6.1 Konklusjon.....	76
6.2 Forslag til videre forskning.....	78
6.3.1 Andre bemerkninger	79
Litteraturliste	80
Vedlegg:	83
Vedlegg 1 - Intervjuguide	83
Vedlegg 2	85

1. Innledning

1.1 Bakgrunn og aktualisering

Tema for denne oppgaven er valg av entreprenørskap, og motivasjonen bak et slikt valg. Et menneskes motivasjon for å utføre en handling har lenge vært et aktuelt tema innenfor blant annet psykologi og entreprenørskap. Forståelsen av hvorfor noen tar steget til å starte sin egen bedrift kan skape bevissthet rundt viktige momenter innenfor motivasjon. Som kjent bidrar entreprenører med nyskaping og verdiskaping. Kan vi lokalisere hva som motiverer entreprenører til å starte egne virksomheter og også skape merverdi, kan vi kanskje bruke denne informasjonen til blant annet å fjerne barrierer, styrke insentiver og skape større interesse og også høyere entreprenørskapsaktivitet.

Hvilke forskjellige typer motivasjon finnes det? Hva motiverer entreprenøren til å ta steget til å starte en egen bedrift?

Det har blitt utviklet utallige teorier og måter å studere motivasjon på, men ingen av dem kan gi oss et fasitsvar. Britannica (2008) forteller at det er viktig å se motivasjonen fra flere perspektiv, og ikke bare fokusere på en teori. Motivasjon er et kompleks tema som kan innebære flere elementer enn kun det å utføre en handling.

Det er flere grunner til dette. Motivasjonen til å utføre en handling kan være individuell, og ha årsaker med bakgrunn fra flere behov, og disse behovene kan være mange.

Men hvilke prioriteringer har en entreprenør? Å forske på valg av entreprenørskap, handler om å finne ut hva som fører til at personer starter en egen bedrift, der alternativet kan være andre karrieremuligheter som eksempelvis ansatt. Hva er motivasjonen bak et *slikt* valg? Hva fører til at noen tar et dette steget, og andre ikke?

Wickham (2006) nevner flere teorier som kan ha årsakssammenheng med et slikt valg, deriblant push- og pullteorien, teorien om planlagt atferd og påvirkninger av bakgrunn. Ved å se nærmere på disse teoriene og flere, vil vi danne oss et bilde av motivasjonen bak dette valget. Vi vil kartlegge ulike årsaker til å velge entreprenørskap, og hva som motiverte entreprenørene våre til et slikt valg.

Gjennom en kvalitativ undersøkelse har vi undersøkt de faktorene som kan ha motivert entreprenører fra barndommen, gjennom skolen og den yrkesaktive delen av livet. Vi har

gjennomført dybdeintervjuer med fem ulike entreprenører i fire forskjellige bedrifter. Vi vil gi et innblikk i hver av entreprenørenes livshistorie, som vi videre vil analysere etter teoriene i litteraturkapittelet.

Hva ledet entreprenøren ut på en ferd mot noe ukjent? Økonomisk gevinst? Frihet til å gjøre hva man vil, når man vil? Berømmelse og anerkjennelse? Eller fordi de ikke har noe annet valg? Det er dette vi vil finne et svar på, en forståelse for hva entreprenørene tenkte, og hva som førte dem ut på den ukjente stien. Ingen vet hvor denne stien går. Men entreprenørene er de eneste som er modige nok til å finne dette ut, og er villig til å gå langt for å finne svar på dette. Vår problemstilling er dermed som følger:

Hvilke valgkriterium og motivasjon er de mest avgjørende for at personer velger å bli selvstendig næringsdrivende på heltid fremfor å være ansatt?

1.2 Avgrensning

Denne oppgaven vil fokusere på de motivasjonsfaktorene som preger entreprenører i det de velger å bli selvstendig næringsdrivende fremfor å være ansatt. Vi har hele tiden hatt en formening om at mennesker har forskjellige grunner til dette, men også at det finnes likheter. Derfor vil vi forsøke å sette oss inn i personenes livshistorie opp til selve valget om å bli selvstendig næringsdrivende. Vi har intervjuet fem entreprenører, og fått flere innblikk i faktorene som motiverer til entreprenørskap enn et vanlig spørreskjema ville avduket.

Siden dette er et komplisert stykke arbeid med potensielt veldig store mengder data, har vi bestemt oss for å se på entreprenørenes barndom og oppvekst, da med tanke på ytre påvirkninger som det å vokse opp med entreprenørielle foreldre, og ikke minst hvilken skolegang og jobberfaring entreprenøren har hatt. Dette har vi valgt å kalle *bakgrunn* og inneholder miljøpåvirkninger helt opp til valget om å bli entreprenør. Ved hjelp av livshistorien til entreprenørene og en rekke andre spørsmål som blant annet vil fokusere på entreprenørens intensjoner (Ajzen, 1991) for å bli entreprenør og såkalte push- og pullfaktorer, vil vi prøve å få et godt bilde over hva som til sammen motiverer en ansatt til å ville bli entreprenør. Det vil kun sees på hva som får ansatte til å velge entreprenørskap.

På grunn av ressursbegrensninger, var vi nødt til å avgrense problemstillingen. Dette var mest med tanke på tid. Vi var nødt til å finne et tema som passet den arbeidsmengden tidsperspektivet som var planlagt, og vi mener at dette er overholdt.

1.3 Teoretisk utgangspunkt

Denne oppgaven har som hovedmål å besvare hva som motiverer til entreprenørskap. I litteraturkapittelet går vi igjennom hva som inngår i begrepet motivasjon. For å belyse entreprenørens motivasjon har vi valgt å bruke Wickhams modell om *entreprenøriell prosess* (2006), *bakgrunn*, Ajzens modell om *planlagt atferd* (1991), kategorisering av motivasjonsfaktorer ved hjelp av *push- og pullfaktorer*.

1.4 Metodisk tilnærming til problemstilling

Vi tar for oss en kvalitativ undersøkelse som går i dybden av hver enkelt av de fem entreprenørene. Videre har vi valgt å gjøre et casestudie for hver entreprenør, der caset er oppstart av egen virksomhet. Vi vil sammenligne casene med hverandre for å finne likheter og ulikheter, men også se dette i sammenheng med litteratur. Vi utfører en beretningsanalyse som tar for seg hver entreprenørs livshistorie, slik at vi kan finne utdypende informasjon om entreprenørens liv.

Vi har valgt å følge oppsettet til Johannesen et al. (2005) om forskningsprosess, og bruker dette som en overordnet modell. Denne tar for seg tematisering, planlegging, datainnsamling, transkribering, analyse, verifisering og rapport.

1.5 Oppgavens videre oppbygning

I kapittel 2 tar vi for oss den litteraturen som skal hjelpe oss å analysere og tematisere den informasjonen vi har fått gjennom våre intervjuer. Vi vil gi en innføring i noen nøkkelbegreper og annen teori og litteratur om motivasjon. Vi vil også se på hva motivasjonen kan bestå av og hva som kan påvirke den. Til slutt ender vi opp med en forskningsmodell som vi har valgt å jobbe videre etter. Det vil si at vi bruker denne modellen som en arbeidsmal for lettere å gi en forståelse av og oversikt over problemstillingen.

Kapittel 3 er et metodekapittel som beskriver hele prosessen vi har vært igjennom i planleggingen og utarbeidelsen av denne oppgaven. Vi snakker først om hvordan vi kom fram til hva vi ville skrive en oppgave om, hvem vi ville intervjuer og hvordan disse ble kontaktet. Deretter hvordan intervjuguiden ble laget og hvordan intervjuene ble gjennomført, transkribering av datamaterialet og hvordan dette ble analysert. Vi har også med

læringsprosessen og hva vi anser som styrker og svakheter med vår undersøkelse. Til slutt kommer et delkapittel om filosofi, etikk og miljø.

Kapittel 4 består av en beretningsanalyse for hver av våre entreprenører. Vi vil forsøke å gi innsikt i hvem personene som ligger til grunn for undersøkelsen er og hva som har preget dem gjennom livet opp til punktet hvor de bestemte seg for å bli entreprenører.

I det femte kapitlet kommer analysen av intervjuene. Det vil si analysen av personene som ble intervjuet og dataene intervjuet gav oss. Intervjudataene ble lagret på en lydopptaker, transkribert og skrevet som en sammenhengende fortelling, vist i kapittel 4. Denne fortellingen ligger til grunn for analysen som vi har utført. Vi setter datamaterialet opp imot litteraturen og de teoriene vi gikk igjennom i kapittel 2, og lager til slutt en oversikt i form av en tabell med den relevante informasjonen tematisert og kategorisert.

I det siste kapitlet, kapittel 6, prøver vi å gi et svar på problemstillingen, og gir en avslutning på oppgaven. Vi vil repetere viktige funn, og sette dette sammen til et konkluderende resultat.

2. Litteraturgjennomgang

2.1 Innledning

Hensikten med litteraturkapittelet er å gjennomgå relevant teori som kan brukes til å diskutere oppgaven sammen med våre resultater. Vi vil ta for oss ulike teorier innenfor motivasjonsforskning og de faktorene som innvirker på entreprenørens valg om å bli selvstendig næringsdrivende. Dette vil vi kommentere senere i kapittel 5.

For å kunne analysere oppgaven på best mulig måte, vil vi starte med å definere entreprenørskap i kapittel 2.2. Vi vil også forklare vårt egen syn på entreprenørskap. Videre, i kapittel 2.3 vil vi definere motivasjon og hva som ligger innenfor dette begrepet. Vi ønsker å definere disse begrepene slik at det blir enklere for oss å forstå hva og hvem vi undersøker. Samtidig er det ønskelig fra vår side at leseren skal forstå ord og uttrykk som brukes i stor grad gjennom hele oppgaven.

I 2.4 snakker vi om bakgrunnen til entreprenørene og vi går igjennom hva som påvirker mennesker og hvordan vi blir den vi er. Dette kan relateres til entreprenørene for å forstå deres grunnlag for motivasjon.

Kapittel 2.5 tar for seg Ajzens modell (1991) for å forstå årsakene til en atferd, og gir en forklaring av modellen. Videre i 2.6 følger push- og pullfaktorer, der vi snakker om hvordan entreprenører kan bli "fristet" eller "tvunget" til å bli selvstendig næringsdrivende.

I kapittel 2.7 avslutter vi med å oppsummere litteraturen som er gjennomgått i hele kapittel 2. Oppsummeringen er også i form av en forskningsmodell som vi føler gir en god oversikt over de momentene ved entreprenøriell motivasjon som vi ønsker å undersøke. Ved hjelp av denne modellen håper vi å lage en oversiktlig oppgave slik både vi og andre lesere vil få et bedre innblikk i problemstillingen vår.

2.2 Hva er entreprenørskap?

For at det ikke skal oppstå tvil om hva og hvem det snakkes om i denne oppgaven, har vi valgt å definere både *entreprenørskap* og *entreprenør*.

I følge kunnskapsforlagets interaktive ordbok, ordnett (2008), er en entreprenør "en person med særlige forutsetninger for å ta initiativ til og å starte industri- og forretningsvirksomhet,

en nyskaper i næringslivet". Mange ganger blir også ordet *gründer* brukt i denne sammenheng. Gründer stammer fra tysk språk og er ensbetydende med ordet grunnlegger (Ordnnett, 2008).

Entreprenørskap dreier seg om å skape en ny virksomhet (Dorf & Byers, 2005). Det handler om å se en forretningsmulighet, skaffe nødvendige ressurser og sette disse sammen på en best mulig måte for å utnytte denne muligheten. Det er ikke lenger snakk om entreprenørskap når bedriften har gått inn i en driftsfase (Jensen et al. 2006). Personen eller personene bak blir ofte kalt entreprenør(er) eller gründer(e).

Ofte klassifiseres entreprenører etter hvilken erfaring de har med etablering av nye virksomheter (Kolvereid & Thune-Holm, 2002). De som ikke har vært med på noen etableringer tidligere kalles noviser. De som etablerer en bedrift for så å trekke seg ut og etablere en ny bedrift på nytt kalles serielle entreprenører. Porteføljeentreprenører er entreprenører som har flere bedrifter på samme tidspunkt. Dette vil vi bruke til å klassifisere entreprenørene i oppsummeringstabellen (se figur 7).

2.2.1 Vår definisjon av en entreprenør?

Vi er enige med Dorf & Byers definisjon (2005) som forteller at entreprenørskap dreier seg om å skape en ny virksomhet. Vi vil imidlertid presisere at entreprenørskap kan oppstå i alle bransjer, alle mennesker med nok ressurser kan bli det. Vi definerer en entreprenør som en som er motivert til å gjøre noe nytt, eller på en ny måte, og tar steget til å starte opp en egen bedrift.

Vi vil også nevne at vi bruker ordene entreprenør, gründer og selvstendig næringsdrivende om hverandre og er ensbetydende med vår definisjon av en entreprenør. I oppgaven vil vi også nevne de entreprenørene (våre informanter), som "våre entreprenører".

Vi vil nå gå videre med å definere motivasjon.

2.3 Hva er motivasjon?

Vi vil definere motivasjon for å kunne forstå hva motivasjon er og hvordan den virker. Hvis vi vet hva motivasjon er, kan vi lettere observere den i vårt arbeide og samtidig besvare vår

problemstilling på en best mulig måte. Vi anser det som svært viktig at vi selv forstår motivasjon, for at vi skal kunne forstå andres motivasjon.

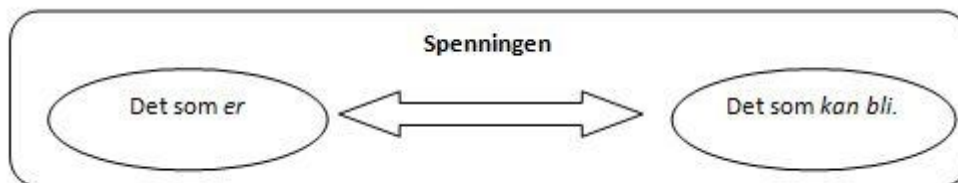
Ordet motivasjon kommer av det latinske ordet *motivus*, som betyr en drivende årsak (Britannica, 2008). Definisjonen på motivasjon er ”årsak, beveggrunn eller motiv som får en til å utføre en handling, samt interessere seg for et emne” (Ordnnett, 2008). Motivasjon betegnes som det som forårsaker og driver en handling og en aktivitet hos en person, og samtidig hva som gir dette mening. ”Det er vanlig at dagens motivasjonsteoretikere ser på motivasjon som en situasjonsbetinget tilstand som påvirkes av verdier, erfaringer, selvoppfatning og forventninger.” (Hive, ukjent årstall)

På slutten av 1800-tallet var blant annet William James og William McDougall to psykologer som vektla den instiktive delen av menneskelig oppførsel i menneskelig motivasjon (Britannica, 2008). En gruppe psykologer med blant andre John B. Watson (1878-1958) forkastet dette synet og vektla viktigheten av læring av atferd. Denne gruppen, påvirket av psykoanalysen, kalte seg *behaviourismen* (Britannica, 2008). De mente at atferd var et resultat av forandringer i *omgivelsenes stimuli*. Behaviourismen ble den dominerende metoden for motivasjonsforskning fra tidlig 1920-tall til 1960-tallet. En av forskerne som snudde trenden var psykologen Wolfgang Köhler (1887-1967). Wolfgang var en av stadig flere forskere som mente at motivasjon var mer enn denne behaviouristiske tilnærmingen. Han mente at motivasjon var et resultat av *forventninger* tilknyttet fremtidige hendelser, valg mellom alternativer med mer.

Etter hvert utviklet det seg etablerte grener av motivasjonsforskning som fokuserte på å forske på dyr i deres naturlige omgivelser (Britannica, 2008). Denne gruppen forskere som hadde et mer biologisk syn på motivasjon lagde grunnfundament for de mer primale *behovene* og motivasjon til dyr og i overført betydning mennesker. I senere tid har det blitt mer vanlig å se på motivasjon som et komplisert og sammensatt fenomen som krever at man kombinerer flere aspekter. For å forstå motivasjon bedre har vi derfor valgt å bruke tre supplerende teorier, slik at vi kan få et samlet begrep av motivasjon. Dette begrepet, vår definisjon av motivasjon, vil vi oppsummere i slutten av kapittel 2.3. Først vil vi snakke om det Wickham (2006) kaller *entreprenøriell prosess*.

2.3.1 Den entreprenørielle prosess

Vi er interessert i å vite hva som motiverer en entreprenør til å starte en bedrift. Wickham (2006) har laget en modell som heter ”den entreprenørielle prosess”, og tar for seg dette. I følge Wickham (2006) er entreprenøren lokalisert i mellom det som *er* og det som *kan bli* (henviser til figur 2). Entreprenørskap handler om en spenning mellom disse to situasjonene, og at denne oppstår når entreprenøren står midt i mellom de to tilstandene (Wickham, 2006).



Figur 1: Spenningen i den entreprenørielle prosess (Wickham, 2006 s. 222)

Wickham (2006) forteller videre at entreprenørene befinner seg i spenningsfasen, og motivasjonen for å komme seg videre er individuell. Vi vil finne ut at hva som førte entreprenøren til å gå fra det som *var* til det som kunne *bli*? Hvilken motivasjon var det som gjorde at entreprenøren gikk ut av spenningsfasen, til å ta steget for å starte en egen bedrift?

I følge Wickham (2006) kan spenningen deles inn i tre ulike dimensjoner. Den finansielle, den personlige og den sosiale. Wickham (2006) nevner også motivasjon i de ulike delkapitlene i boken, og på hvilken måte entreprenøren blir motivert i de ulike fasene.

Den finansielle dimensjonen tar for seg potensialet til å tjene penger. Dette gjøres ved å etablere en stabil og inntektsgivende bedrift som kan overleve i et konkurranseutsatt marked.

Den personlige dimensjonen går ut på viljen til å skape sin egen verden. Den tar også for seg å oppnå personlige mål. Å skape en ny bedrift kan være entreprenørens måte å markere seg i verden. Wickham mener at entreprenørene kan bli motivert av utfordringen som hører med. I dette ligger det at de kan designe sin egen arbeidsplass og ha kontroll.

Den sosiale dimensjonen handler om å skape forandringer i hverdagen til folk. En entreprenør gir et samfunn nye produkter, nye tjenester og nye jobber. Det er *muligheten* til å skape en bedre verden, som kan være en viktig motivasjonsfaktor for entreprenøren. Dette kan også bety at entreprenøren har (og liker å ha) et sosialt ansvar, som ikke de andre konkurrentene

har. Entreprenøren har som regel en visjon, og denne visjonen kan være nedfelt i bedriftens grunnprinsipper.

Disse dimensjonene innvirker på entreprenørens valg, og forklarer prosessen fra det som *er* til det som kan *bli*. Entreprenøren er interessert i å skape noe, og vi vil gå nærmere inn på flere ulike teorier for hvilken motivasjon som ligger bak dette ønsket.

Wickham (2006) forteller også at spenningsfasen kan være en motivasjon i seg selv, og at det ikke nødvendigvis er resultatet som teller. Motivasjonen kan sees i ulike sammenhenger, gir dermed grunn til å påstå at en entreprenørs motivasjon er individuell i høy grad.

”In order to understand entrepreneurial motivation it is essential to recognize that, for many entrepreneurs, what matters is not the final destination of the business they build up, but the journey – the process of creating business.” - Wickham (2006 s. 222)

I følge Store norske leksikon (2008) er det et fellestrekk blant flere motivasjonsteorier at de betrakter atferd som noe som oppstår av spenningstilstander. *”Målet for atferden tar sikte på å tilfredsstille behov og dermed redusere spenningen”* (Store norske leksikon, 2008).

Imidlertid har disse teoriene fått kritikk for at de ikke forklarer såkalte ”indre motiverte aktiviteter” (Store norske leksikon, 2008). Dermed søker vi å fokusere på også dette når vi vil forstå motivasjon som helhet. Vi har derfor valgt å se nærmere på indre og ytre motivasjon.

2.3.2 Indre og ytre motivasjon

Motivasjon kan deles opp i flere kategorier, blant annet *indre og ytre motivasjon* som kjennetegnes ved at de har en *intensjon* (Strandkleiv et al. 2008). *”Handlinger som er utfordrende, morsomme eller interessante er indre motiverte. Men noen ganger er det krav fra de rundt oss som driver oss. Dette er ytre motiverte handlinger”* (Strandkleiv et al. 2008).

Indre motivasjon kommer fra innsiden av hvert individ. Det kan være alt fra lyst, interesser, nysgjerrighet, behov og drifter. Den indre motivasjon er utslagsgivende for hva man holder på med, og hva man *vil* holde på med. Dette gir utslag i måten man utfører dette på, og dermed også resultatet. Maslows behovspyramide fokuserer på denne typen motivasjon. En form for *indre motivasjon* er *prestationsmotivasjon*. Denne motivasjonen er lysten eller trangen man har for å prestere, eller å gjøre noe godt i forhold til hva som er ”normalt”. Indre motivasjon er motiver vi finner igjen i Maslows behovspyramide, og er en motivasjon som oftest ikke er

knyttet til noen annen form for belønning enn det å prestere. Indre motivasjon er også mulig å klassifisere som *pushfaktorer*, som betyr tvingende motivasjonsfaktorer. Dette kan være at man ikke føler at man passer inn i arbeidsmiljøet på arbeidsplassen og dermed vil bytte til noe annet.

Den *ytre motivasjonen* kommer av ytre påvirkninger. Belønning for en utført handling er et slikt motiv. Anerkjennelse i forbindelse med karakteroppnåelse på skolen kan også være en ytre motivasjon. Selve handlingen er ikke målet, men belønningen som ligger bak oppnåelsen av handlingen. Behaviorismen fokuserer på denne typen motivasjon, som ofte blir kalt gulrøtter eller også straffprinsipper (Britannica, 2008). Såkalte *pullfaktorer* ("forlokkende" motivasjonsfaktorer), som vi kommer tilbake til i kapittel 2.7 er en betegnelse på denne typen motivasjon.

2.3.3 Behov og motivasjon

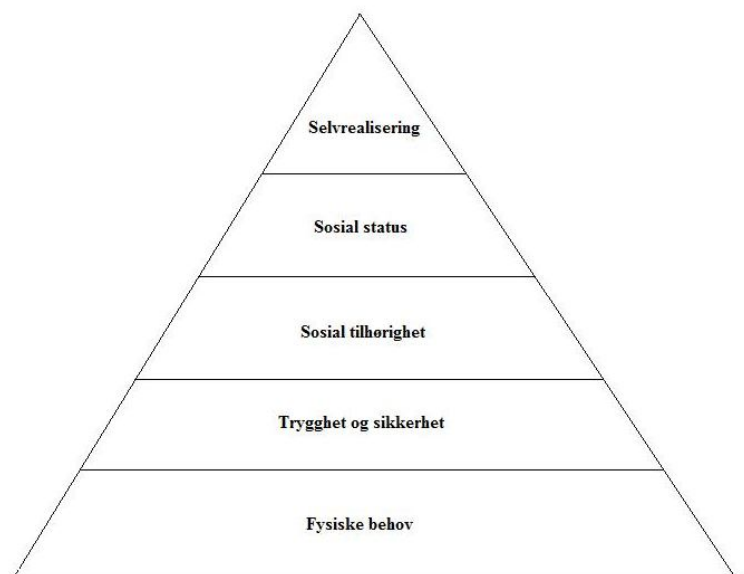
Alle mennesker har behov som må oppfylles. Det kan være alt fra de mest essensielle som å spise, drikke, sove, til mer komplekse som å føle tilhørighet, anerkjennelse, lære, mestringsbehov og selvrealisering. Dette er behov som er tett knyttet opp til motivasjonen som vi ønsker å se nærmere på. Vi er av den oppfatning at det finnes mange forskjellige motiver for å starte en egen virksomhet, og behovspyramiden (Wikipedia, 2008) til Abraham Maslow (1908-1970) viser en god og velprøvd oversikt over de menneskelige behov. Maslow var en av de viktigste bidragsyterne innenfor og er av mange betraktet som den humanistiske psykologiens far. I første halvdel av 1900-tallet var blant annet Abraham Maslow en pådriver og en tilhenger av den såkalte behaviorismen. Denne tidligere populære grenen innenfor psykologien ble i andre halvdel av 1900-tallet til andre grener. Folk begynte å gå lei av denne mekaniske måten å se ting på, og Maslow endret fokus ved igjen å dra mennesket og personen inn i psykologien. Maslow hadde i sine yngre dager, da han studerte aper oppdaget at enkelte behov har høyere prioritet enn andre. For eksempel hvis apene var sultne og tørste ville de tilfredsstille dette behovet før de gjorde noe annet.

Maslow og andre innenfor hans felt mener at mennesket drives til handling av mer enn kun ytre påvirkninger slik som for eksempel penger. I sitt arbeid med blant annet *Motivation and personality* (1954) fant Maslow ut at hvert menneske hadde et hierarkisk sett med behov som måtte tilfredsstilles. Dette kalte han behovspyramiden. Behovspyramiden forsøker å forklare alle de interne faktorene som motiverer oss til handling. Altså dreier den humanistiske

psykologien og behovspyramiden om alle de kognitive indre kreftene som driver oss til å gjøre noe. Behovspyramiden er delt inn i 5 deler, hvor behovene er rangert fra bunn til topp. Maslow mener at det laveste trinnet må tilfredsstilles før en person kan gå videre til neste nivå. Deretter må det nest laveste nivået være oppfylt før man går videre og slik fortsetter det til man når toppen. Som vist i figur 1 består pyramiden av 5 nivåer av behov (rangert fra bunn til topp):

Fysiske behov er i bunnen av pyramiden. Disse er essensielle behov slik som oksygen, mat og drikke, søvn, varme og å gå på do. Hvis en av disse behovene er i ubalanse, vil et menneske dedikere all dens energi og prioritere å tilfredsstille dette behovet.

Trygghet og sikkerhet er det neste nivået. Felles for voksne og barn er at man har et underliggende behov for å føle seg trygg og sikker. Dette kan også avhenge av egne preferanser, men hovedsakelig dreier det seg om helse, jobbsikkerhet, økonomisk sikkerhet, ha et trygt sted å sove og bo, lov, orden og struktur.



Figur 2: Maslows behovspyramide (Wikipedia, 2008)

Etter dette finner vi *sosial tilhørighet*. Mennesker er emosjonelle og har behov for å motta og gi kjærlighet, både seksuelt og ikke-seksuelt. Vi har behov for å føle at vi hører til noe, gjerne en familie, en vennegjeng, et fotballag, religion, et arbeidsmiljø.

Nest øverst finner vi *sosial status*. Alle mennesker har behov for å bli anerkjent. Å føle at man mestrer noe, eller at man strekker til. Dette gjelder både fra andre mennesker og seg selv, altså at man selv føler at man bidrar og kan løse oppgaver samt at andre også oppfatter en som dyktig og verdifull.

På toppen av pyramiden har Maslow plassert *selvrealisering*. Det handler om å realisere sine evner. Om å virkeliggjøre alle mulighetene som finnes i individet, altså utnytte vårt potensial. Maslow sier at først når mennesket har nådd dette nivået, og forstår sine talenter og

begavelser, er det at vi kan si at vi gjør det vi ”er ment for å gjøre” og er tilfreds i livet. Selvrealisering er ofte knyttet til karriere, personlighet, livsstil og personlig frihet.

I 1970 endret Maslow sin behovspyramide. Han la da til to andre behov som må oppfylles før noen andre kan oppfylles. En av disse er *de kognitive behovene*, bestående av behovet for å lære. Dette rangerer Abraham Maslow som det fremste behovet, over selvrealisering.

Kompleksiteten rundt motivasjon og behov lar seg illustrere av det å spise mat (Britannica, 2008). De aller fleste mennesker og dyr spiser mat fordi de er sultne. Men sult er ikke det eneste svaret på hva som motiverer oss til å spise. Mange spiser på grunn av depresjon, stress, for å nyte god smak, fordi det er en del av en sosial sammenkomst og så videre. Dette beviser at selv den ”enkleste” formen for motivasjon, å stimulere de fysiske behovene er en kompleks oppgave.

2.3.4 Oppsummering

Vi anser dermed motivasjon som et vidt begrep som kan sees på fra forskjellige vinkler. Det kan virke rart å lete etter et godt svar på hva motivasjon er. Det som møter oss er ofte teorier og definisjoner som er svært ulike. Men vi har også opplevd er at svært mange av definisjonene også har mange likhetstrekk. Ved å fokusere på disse har vi laget vår egen definisjon av motivasjon. Vi velger å se på motivasjon som et begrep bestående av en spenningssituasjon mellom det som er og det som kan bli og i tillegg mener vi at motivasjon er indre faktorer som behov, forventninger og mål samt ytre faktorer som insentiver eller andre miljøpåvirkninger. Vår egen definisjon vil gi oss et bedre utgangspunkt for å besvare vår problemstilling.

I det følgende kapittelet vil vi snakke om entreprenørenes bakgrunn.

2.4 Bakgrunn

Hvis vi skal dele inn det som påvirker og former oss som mennesker inn i kategorier, er det vanlig å kalle dem for arv og miljø (Britannica, 2008). Denne måten å se mennesket på, som et produkt av både arv og miljø, tilhører naturalismen og begynte på 1800-tallet etter Darwins oppdagelser. Alle mennesker har sanser og opplever sanseinntrykk. Alle inntrykkene en person opplever kan sies å være miljøet en lever og ferdes i. Gjennom tolkningen av disse inntrykkene lærer mennesker nye ting og vi analyserer våre omgivelser. Hva vi mennesker legger i disse inntrykkene eller hvordan vi tolker disse og hvor mye vi legger vekt på det er

individuelt. Men felles for oss alle er at vi oppfatter verden rundt oss og lærer av dette. Det er miljøpåvirkningene vi kaller entreprenørens *bakgrunn*. Med tanke på motivasjonen til entreprenører er det interessant å se nærmere på dette, da alle mennesker kan ha mulighet for å kunne finne ut av deres egen arv og ikke minst hvilket miljø de har levd og vokst opp i. Hva som former og katalyserer valget om å bli selvstendig næringsdrivende kan la seg finne blant annet ved hjelp av dette.

Det er naturlig å se på kombinasjonen av akkurat arv og miljø, men også hver for seg isolert sett. En måte å se det på er at ingen karaktertrekk kan oppstå uten form for ekstern påvirkning, altså miljø (Britannica, 2008). Og noe kan ikke la seg påvirke av annet enn arv eller gener, for eksempel øyefarge, hudfarge, utseende, sykdommer og andre fysiologiske trekk som er et resultat av gener.

Et annet moment som er verdt å nevne er at genenes potensial er svært miljøavhengig. Det vil si at genetisk potensial, for eksempel personens høyde, er et resultat av hva man har gjort under oppveksten og om man har fått den rette ernæringen og så videre. Debatten om arv og miljø og hva som påvirker hva, og i hvor stor grad stammer helt tilbake til darwinismen (Britannica, 2008). Charles Darwin fant ut at isolerte grupper med dyr hadde utviklet særegne egenskaper sammenlignet med andre dyr på andre steder som tilsynelatende var av samme art. Disse forskjellene var både med tanke på atferd og deres fysiologiske egenskaper. Det som gjorde at to like dyr på to forskjellige plasser utviklet seg forskjellig var i følge Darwin at de hadde vokst opp eller utviklet seg i forskjellige miljøer herunder forskjellig klima, forskjellig tilgang på mat, om det var rovdyr der og så videre. I dag er det altså vanlig å se på blandingen av begge disse kategoriene, og det som vi kan se kan det til tider være vanskelig å skille kategoriene fra hverandre.

Disse faktorene som Darwin mente hadde utviklet to, i utgangspunktet like dyr, til nye arter er også en del av hva som former et menneske, dens personlighet og karakteristikk. Det klassiske eksempelet er eneggede tvillinger (naturens egne kloner) som vokser opp i forskjellige familier, og møtes på et annet tidspunkt i livet. Da har de forskjellige hobbyer, interesser, klessmak, men også mange likhetstrekk forbundet med deres genetiske likhet. Hele livet fra vi ligger i mors mage mottar vi som menneske ytre impulser i form av uendelig mulige sanseinntrykk. Gode og dårlige opplevelser gir oss erfaring og former oss som individer. De veivalgene vi tar opp i gjennom livet har en sammenheng med hva vi har sett og

hørt, opplevd og prøvd på egen hånd, og i tillegg et resultat av egne genetiske begrensninger og muligheter.

I dag er det naturlig å nevne at man også er påvirket av den kulturen man vokser opp i, for eksempel samfunnets holdninger til entreprenørskap. Dermed vil det også være en tredje faktor som kan være verdt å se nærmere på.

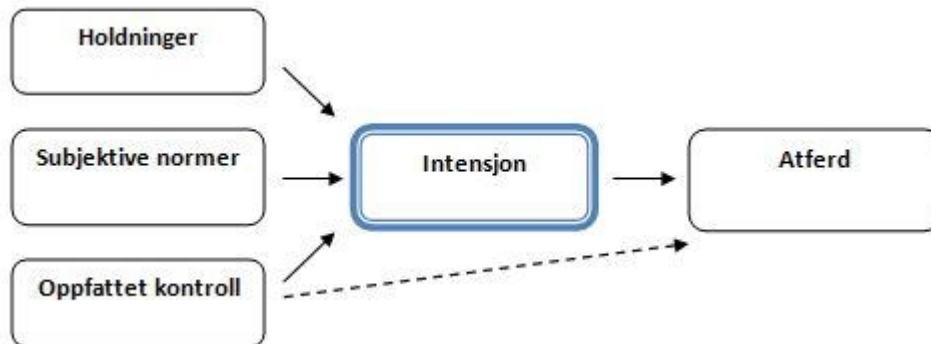
For å kunne forstå hvorfor et individ velger det ene fremfor det andre, eller har hatt gode eller dårlige inntrykk av en hendelse må vi se på bakgrunnen til hver entreprenør. Vi mener at alle mennesker opplever gode og dårlige arbeidsforhold og gode og dårlige erfaringer forbundet med entreprenørskap. Hendelser som har skjedd i entreprenørens fortid forbundet disse erfaringene skaper et bilde av entreprenørskap som gjør at enkelte forkaster tanken om det, men andre omfavner muligheten og kaster seg i det. Vi ser altså miljøpåvirkninger i sammenheng med push- og pullfaktorer, som er henholdsvis ”tvingende” og ”forlokkende” motivasjonsfaktorer (Wickham, 2006). I vårt tilfelle er det også naturlig å se på hva som skaper personers holdninger til for eksempel entreprenørskap. Hva som har skapt individers subjektive normer og hvordan deres oppfattede kontroll har blitt til det den er. Er det også slik at en intensjon om å starte sin egen virksomhet har grobunn i hendelser og erfaringer som entreprenøren har opplevd tidligere? Ja, mener vi. Derfor vil også miljøpåvirkninger sees i sammenheng med Ajzens teori om planlagt atferd.

2.5 Teorien om planlagt atferd

Når det snakkes om motivasjonen bak det å starte en egen bedrift, er det vesentlig å nevne *teorien om planlagt atferd* (Ajzen, 1991). Denne teorien tar for seg årsakene til at noen utfører en atferd, og ser dette i en sammenheng med flere bakenforliggende årsaker. Denne teorien er populært brukt innenfor flere bransjer, deriblant også økonomi og entreprenørskap. Vi vil kun ta for oss modellen med tanke på entreprenørskap, og vise til en atferd som tilsier at personen velger entreprenørskap.

Kolvareid og Thune-Holm (2002) mener at en helt grunnleggende forutsetning for at man skal lykkes som selvstendig næringsdrivende er at man faktisk har lyst til å starte for seg selv, og foretrekker en karriere som selvstendig fremfor å være ansatt. Denne modellen er med på å beskrive hva bakgrunnen for oppstart av egen bedrift er, og hvordan dette påvirker entreprenørens atferd.

Ajzen (1991) forteller at intensjonen med å starte en bedrift er bestemt av tre forhold: *holdninger til atferden, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll*. Faktisk atferd er et resultat av intensjoner (Kolvereid, 1996). Dette illustreres slik:



Figur 3: Teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991, gjengitt av Kolvereid, i Jenssen et al. 2006 s.26)

Holdninger er hvordan entreprenøren ser fordeler og ulemper ved å starte opp egen bedrift. Hvis holdningen er positiv i stor grad, vil dette bidra til en sterkere intensjon, og motsatt.

I en undersøkelse fra 1995 utført av Lars Kolvereid, ble 250 norske siviløkonomer bedt om å oppgi de viktigste grunnene for at de ville være selvstendig næringsdrivende og motsatt de viktigste årsakene for å velge å være ansatt (Kolvereid, 1996). Dette ble gjort for å undersøke holdninger til entreprenørskap. Undersøkelsen viste at de som foretrakk å være ansatt rangerte disse årsakene øverst:

1. Sikkerhet
2. Arbeidsmengden
3. Sosialt arbeidsmiljø
4. Unngå å ta ansvar
5. Mulighet for forfremmelse

Motsatt ble de fremste rangerte motivene for å være selvstendig næringsdrivende:

1. Frihet
2. Utfordring
3. Autoritet
4. Selvrealisering

5. Økonomiske muligheter
6. Kunne delta i prosessen

Det er disse forestillingene som skaper holdningene til entreprenørskap. Dette er med på å påvirke entreprenørens intensjon om å starte en bedrift, og støtter dermed opp teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991). Kolvereid (1996) mener at det finnes en sammenheng mellom menneskers forestillinger om hvordan det er å være selvstendig næringsdrivende eller ansatt og hvordan holdningene til dette formes. Dette kommer av at forestillingene i undersøkelsen er positivt korrelert med intensjonen om å starte for seg selv (Kolvereid, 1996). Videre i modellen finner vi:

Subjektive normer betyr hva entreprenørens nærmeste slektninger, venner og kolleger mener om å starte egen bedrift, og i hvor stor grad entreprenøren bryr seg om dette. Dette er, i følge Kolvereid & Isaksen (2006) sterkt korrelert til intensjonen om å starte for seg selv.

Oppfattet kontroll er definert som den utfordringen som entreprenøren ser for seg ved å utføre atferden (Furneaux, 2005). Dette kan deles i to ulike dimensjoner, *mestringsforventing* (tiltro til egen evne til å utføre en bestemt handling) og *opplevd kontroll over atferd* (hvordan kontrollen oppleves for entreprenøren). Vi ser av figur 3, at oppfattet kontroll har en dobbeltrolle som påvirker både intensjonene og faktisk atferd (Kolvereid og Thune-Holm, 2002).

Det er disse tre forholdene som bestemmer entreprenørens intensjoner. En intensjon er en verdi som enten fører entreprenøren nærmere eller lengre bort fra å starte opp en bedrift, alt ettersom om verdien er positiv eller negativ. Ajzen (1991) forteller at desto sterkere intensjoner er, desto større sannsynlighet er det for atferden. Hvis det i stor grad er positive verdier, vil intensjonen vokse, og til slutt påvirke entreprenørens atferd (starter opp).

Vi vil videre ta for oss en annen viktig teori innenfor entreprenørskapsforskning.

2.6 Push- og pullfaktorer

Der teorien om planlagt atferd har utgangspunkt i en utført atferd, og ser på hva som er de bakenforliggende grunnene til denne atferden, tar push- og pullfaktorer for seg motivasjon i en inndeling i form av to kategorier, henholdsvis ”tvingende” og ”forlokkende”

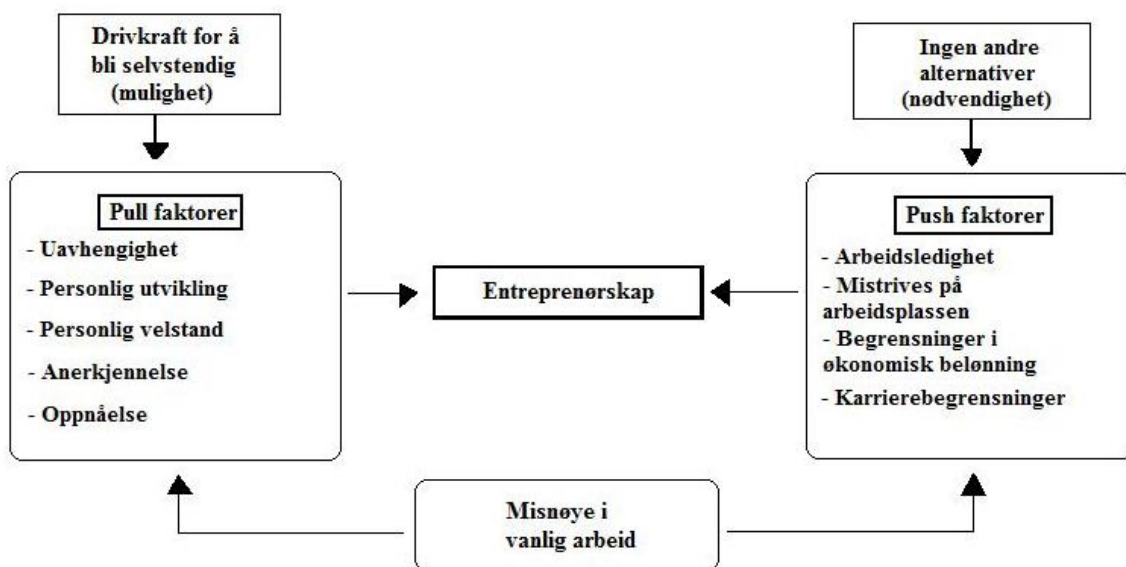
motivasjonsfaktorer. Der Ajzens modell (1991) ser på blant annet holdninger og intensjoner i sammenhengen med atferd (her: etablert egen bedrift), søker push- og pullfaktorene å finne ut av ”typen” motivasjon, for eksempel om du er motivert av muligheter eller om du er motivert av nødvendigheter.

Push- og pullfaktorer er det naturlig å se i forbindelse med entreprenøriell motivasjon og oppstart av nye bedrifter (Wickham, 2006). Dette er faktorer som kan påvirke den potensielle entreprenøren til å ta steget mot å bli selvstendig næringsdrivende. Det er tidligere nevnt at indre og ytre motivasjon kan sees i sammenheng med nettopp henholdsvis push- og pullfaktorer. Denne modellen for inndelingen av motivasjonsfaktorer er en inndeling vi mener gir en god oversikt og forklarer store deler av motivasjonsfaktorene som bidrar til at entreprenøren velger å starte sin egen virksomhet.

Enkelte potensielle entreprenører har det ikke så bra i sin nåværende jobb. Dette kan være på grunn av misnøye med lønn, arbeidsforhold, mangel på karrieremuligheter og lignende. Disse *pushfaktorene*, eller ofte kalt negativ motivasjon, er typiske grunner til at enkelte vurderer og tar valget om å bli selvstendig næringsdrivende. Arbeidsledige er også nødt, av åpenbare årsaker, til å skaffe seg inntekt hvis det ikke er mulig å finne en jobb i det vanlige arbeidsmarkedet, og er dermed nødt til å skape sin egen arbeidsplass.

I motsatt tilfelle er det såkalte *pullfaktorer*, kalt positiv motivasjon. Arbeidstakere har mulighet til å la seg friste til et karriereskifte hvis disse faktorene er innbydende nok. Noen av de mest klassiske vil i dette tilfellet være uavhengighet, personlig økonomisk velstand og anerkjennelse (se figur 4).

Modellen under viser eksempler på push og pullfaktorer som kan ”trekke” eller ”dytte” en person fra hans nåværende jobb til å velge å bli selvstendig næringsdrivende. Underliggende alle valg om å bli selvstendig næringsdrivende ligger et generelt misnøye med dagens situasjon, henviser til figur 4. Dette kan begrunnes ved å tenke på en arbeidstaker som er 100 prosent fornøyd med tilværelsen som ansatt. Denne personen vil ikke noen nytteverdi av å skifte til entreprenørskap da dette ikke kan skape merverdi. Skal det være noe å ”vinne” på et karriereskifte må det som venter på den andre siden ha et potensial som er større enn det man opplever i dag. Er dagens situasjon perfekt, kan ikke en annen situasjon blir bedre. Derimot kan det være sterke eller svake pullfaktorer som ”lokker” en fra å være ansatt til å bli entreprenør. Dette kan for eksempel være økonomisk gevinst, noe som igjen forklarer at man søker etter et bedre alternativ enn dagens situasjon, uten at man nødvendigvis trenger dette.



Figur 4: Push- og pullfaktorer i sammenheng med entreprenørskap (Van Schaik Publishers, ukjent årstall)

Vi ser at pushfaktorer ofte er forbundet med problemer tilknyttet arbeidssituasjonen. Pullfaktorer derimot kan sies å være av en annen art da de representerer en gruppe ønskesituasjoner og ofte personlig utvikling. Dette vil selvsagt variere i styrke fra person til person, men fundamentalt for å ville velge noe fremfor noe annet, må være at den nye situasjonen byr på en større nytteverdi enn dagens situasjon, eksempelvis det å være ansatt. Hvis entreprenøren ikke hadde vært av den oppfatning at entreprenørskap byr på betydelige fordeler ville ikke entreprenøren heller sett mange av bakdelene ved det å være ansatt og dermed er ikke problemet angående karrierevalg tilstede.

Et annet moment verdt å nevne er boksene på toppen av modellen. Boksen som ligger over pushfaktorer peker også på en del av valget, nemlig nødvendighet. Dette kan være arbeidsledighet eller for lave lønninger. Også på motsatt side, over pullfaktorene, ser vi at en person som anser entreprenørskap som en mulighet og ser mulighetene ved dette, en fremtidig situasjon som *kan* bli; vil bli tiltrukket dette valget og dermed også tiltrukket av pullfaktorer. Verdt å nevne er også muligheten for at en person motiveres av faktorer fra begge kategorier, eksempelvis sykdom og en formening om at entreprenørskap byr på personlig velstand.

Å bli entreprenør er altså noe en ønsker eller noe en må, hvis man deler inn motivasjonsfaktorene etter push- og pullmetoden. Det er selvsagt også mulig å både måtte og ville bli entreprenør. Denne metoden å dele inn faktorene på føler vi vil bidra til å systematisere motivasjonsfaktorene som vi avduker i beretningsanalysen av entreprenørene. Men push- og pullfaktorene alene kan ikke vise det vi ønsker å finne ut i denne oppgaven. Derfor vil vi illustrere hvordan vi tenker når vi satt sammen de ulike perspektivene som skal forklare hva som motiverer entreprenører. Dette har vi gjort i førstkommende delkapittel.

2.7 Vår forskningsmodell

På bakgrunn av den litteraturen vi har gått igjennom i dette kapitlet, har vi laget en forskningsmodell. Vi har forsøkt å lage et helhetsbilde av hvilke motiver entreprenørene hadde da de valgte å bli selvstendig næringsdrivende. Ettersom motivasjon er et begrep som omfatter ”all” menneskelig aktivitet, eksisterer det mange ulike innfallsvinkler til dette studiet. En av disse er å fokusere på en spesifikk type *atferd*, og studere hvilke elementer det er som setter i gang og styrer denne atferden. Modellen vår fokuserer med andre ord på å se på de som allerede har utført en handling, *valg av entreprenørskap* i modellen.

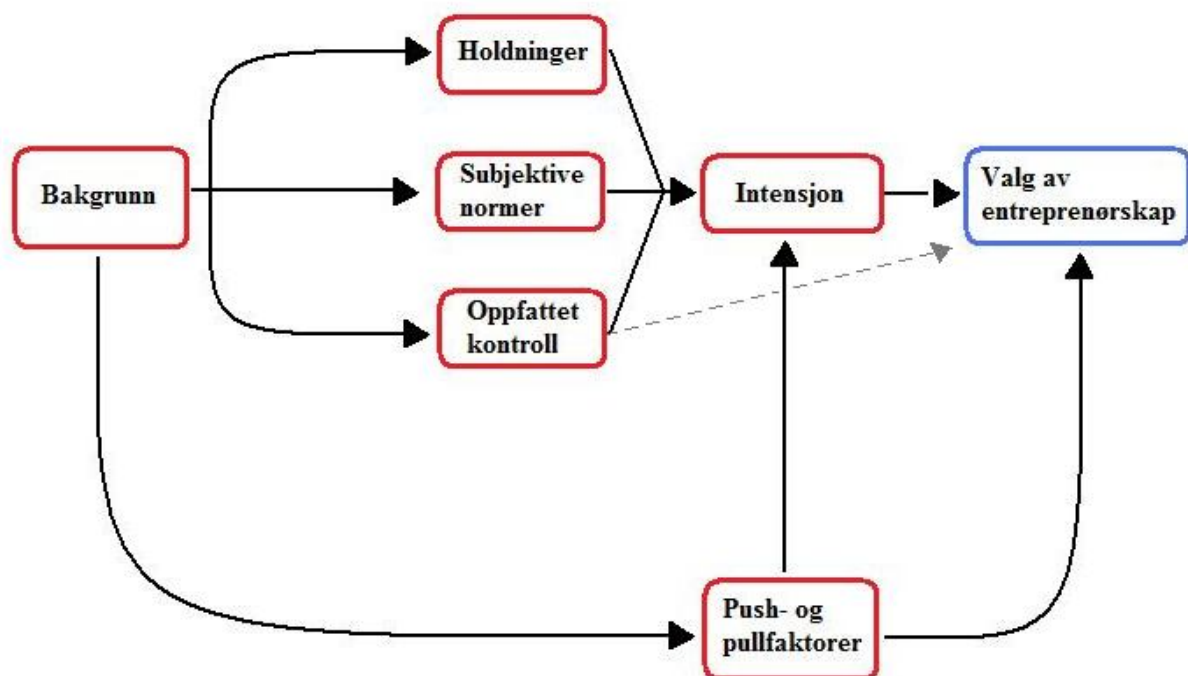
Vår forskningsmodell har derfor *teorien om planlagt atferd* (Ajzen, 1991) som utgangspunkt, for så å jobbe oss bakover i tid for å finne motivasjonen eller de bakenforliggende årsakene til at hver av våre informanter valgte å bli entreprenør. Videre i Ajzens modell kommer *intensjon*, som er et resultat av flere faktorer, herunder *holdninger*, *subjektive normer* og *oppfattet kontroll*. I vår undersøkelse var vi ute etter å finne ut om en intensjon var tilstede før entreprenøren tok valget om å bli selvstendig næringsdrivende. Det er vanlig å anse *intensjon* som en motivasjon i seg selv, og dermed blir også denne motivasjonen en faktor av flere andre forhold.

På lik linje som at *holdninger*, *subjektive normer* og *oppfattet kontroll* påvirker *intensjonen* til entreprenøren, er det bakenforliggende årsaker og motivasjoner som påvirker nettopp disse. I vårt tilfelle ønsket vi blant annet å se på oppveksten, tidligere jobberfaringer og hendelser (*bakgrunn*) i entreprenørens liv som noe som kunne påvirke faktorene i Ajzens modell. For eksempel så ville vi se på sammenhengen mellom hva entreprenørene hadde opplevd i sin barndom og hvordan disse hendelsene kunne påvirke *henholdsvis holdninger*, *subjektive normer*, *oppfattet kontroll* og ikke minst entreprenørens *intensjoner* for å velge entreprenørskap. I tillegg til å se bakgrunnen til entreprenørene i sammenheng med modellen

til Ajzen (1991) ville vi benytte oss av en annen kjent tilnærmingen til motivasjonsforskning, nemlig inndelingen av motivasjonsfaktorer i kategoriene *push* og *pull*. Henholdsvis tvingende og forlokkende motivasjonsfaktorer. I hvilken grad har *bakgrunnen* til entreprenørene påvirket disse faktorene, og hvordan kan vi se dette i sammenheng med intensjonen og valget om å bli entreprenør?

Push- og pulltilnærmingen i vår undersøkelse er ment som et supplement, eller rett og slett en annen innfallsvinkel for lettere å forstå valget om å bli entreprenør. Grunnen til at den passer godt inn i vår forskningsmodell er blant annet muligheten for at folk blir entreprenører uten å ønske dette, for eksempel som arbeidsledig. Dette er da en pushfaktor som "tvinger" deg til å velge entreprenørskap uten å ville dette på forhånd.

Vi tror verken at Ajzens modell (1991), entreprenørens bakgrunn eller push- og pullfaktorer alene kan forklare dette valget, men snarere tvert imot at summen av disse faktorene utgjør "forklaringen" bak valget om å bli selvstendig næringsdrivende. Ved hjelp av vår forskningsmodell håper vi at vi lettere kan se disse sammenhengene og at vi forhåpentligvis kan finne frem til et tilfredsstillende svar på hva som motiverer mennesker til å bli entreprenører.



Figur 5: Vår forskningsmodell

3. Metodedel

3.1 Innledning

I dette kapittelet vil vi få fram måten vi har jobbet og samlet inn data på. Vi vil blant annet forklare bakgrunnen for at vi valgte den forskningsmetoden vi gjorde, og hvilke utfordringer dette medførte. Vi vil definere enkelte begrep og gi et innblikk i hva litteraturen sier om dette. Vi vil også gå inn på hvordan måte vi skal analysere dataene våre på. Kapittelet avsluttes med en gjennomgang av validitet og læringsprosessen, samt styrker og svakheter med oppgaven.

3.2 Forskningsdesign

Det finnes to hovedretninger innenfor metode. Dette er kvantitativ forskning og kvalitativ forskning. Basert på problemstillingen vår valgte vi å gjøre en kvalitativ undersøkelse, og vi mente at dette var den beste måten for oss å samle inn data på. Dette var også en måte vi hadde lyst til å jobbe på. Kvalitativ metode innebærer at intervjueren går i dybden av hvert intervjuobjekt slik at vi finner detaljert og fyldig informasjon om et utvalgt tema. I motsetning til kvantitativ metode, bruker kvalitativ metode veldig få informanter slik at fokuset kan sentreres rundt disse. En annen sentral forskjell er at denne metoden ikke kan generalisere for resten av utvalget, men kan kun danne et grunnlag for vår analyse.

Innenfor kvalitativ metode finnes det flere forskningsdesign, blant annet fenomenologi, etnografi, grounded theory og casedesign. Der fenomenologi undersøker menneskers erfaringer, eller forståelse av et fenomen, går etnografi ut på en beskrivelse og tolkning av en kultur, en sosial gruppe eller et sosialt system. Grounded theory utvikler nye teorier på bakgrunn av innsamlet data. Casestudier studerer et eller noen flere tilfeller over tid, gjennom detaljert og omfattende datainnsamling. Det finnes to ulike casestudiedesign; enkelt- og fler-casedesign og forskjellen ligger i hvor mange analyseenheter man velger å studere (Johannesen et al. 2005). Vi ville forsøke å forstå og beskrive entreprenørens motivasjon bak å starte for seg selv, og en god måte å gjøre dette på, er å bruke casedesign (Johannesen et al. 2005). Vi valgte derfor å gjøre et casedesign der caset er at entreprenøren har startet en bedrift. Dette er det som Yin (1994) kaller for et enkelt casedesign med flere analyseenheter. Dette betyr at vi har fokus på et begrenset antall delfelt og personer (Johannesen et al. 2005).

Formålet vårt med intervjuene var å avdekke grunnen for at intervjuobjektene valgte å være selvstendig næringsdrivende og hva som har vært motivasjonen bak dette. En slik undersøkelse er karakterisert som beskrivende. Dette betyr at vi gir beskrivelser av hendelser som allerede har funnet sted (her: entreprenørskap), men kan også gjøre sammenligninger mellom andre for eksempel ansatte og entreprenører. Vi valgte imidlertid kun å fokusere på entreprenørene, og gi en beskrivelse av deres karakteristikk og motivasjon for å starte opp en egen bedrift.

Resultatene av undersøkelsen vår blir sammenlignet med litteraturen tilknyttet samme tema (se kapittel 2), og også i sammenligning mellom de ulike intervjuene for å finne fellestrekk eller motsetninger. Resultatene kan også videre brukes til en større kvantitativ undersøkelse (som er den mest vanlige metoden innenfor dette temaet). Dette kan eksempelvis hjelpe intervjueren til å få en dypere forståelse om hva som ligger bak svarene eller få inspirasjon i utarbeidelsen av kvantitative spørsmål.

For å kunne få tak i relevant informasjon var det viktig at vi formulerte relevante spørsmål. Dette bestemmer valg av metode og avgjør hvor vellykket undersøkelsen er, fordi det angir det som undersøkelsen forventes å gi svar på (Johannesen et al. 2005). Vi har derfor basert spørsmålene våre på relevant litteratur under samme tema.

Oppgaven blir skrevet etter vår faglige bakgrunn, og blir et resultat av det vi har tilegnet oss av litteratur og informasjon. Den største forutsetningen for at vi skulle kunne være i stand til å studere det feltet vi har satt som mål å forske på, var at vi var faglig oppdatert innenfor feltet. Det var derfor avgjørende at vi tilegnet oss den kunnskapen som vi trengte og satt oss dypt inn i stoffet før intervjuguiden ble utformet. Dette var også viktig med tanke på begrepsvaliditeten (om samsvaret mellom det som skal undersøkes og metoden er gode nok). I slutten av dette kapitlet vil vi spørre oss selv om vi har oppnådd en slik validitet.

3.3 Forskningsprosess

Vi har fulgt oppsettet til Johannesen et al. (2005) s.160, ”forskingsprosessen med kvalitative intervjuer som datainnsamlingsmetode”. Vi har brukt denne modellen som en inspirasjon for mal på det kvalitative arbeidet. Dette har hjulpet oss i å kunne ta neste steg i prosessen og gi oss oversikt i hvor langt vi har kommet til enhver tid. Modellen tar for seg:

- Tematisering

- Planlegging
- Datainnsamling
- Transkribering
- Analyse
- Verifisering
- Rapport

Johannesen et. al. (2005) forklarer tematisering som en fase man beskriver målet med undersøkelsen og hva det skal finnes ut av. Vi brukte denne fasen til å finne temaer til intervjuguiden, slik at vi kunne finne passende spørsmål til intervjuguiden. Dette var en viktig fase ettersom vi måtte komme inn på de riktige temaene i henhold til problemstilling og med tanke på oppgavens videre forløp.

Vi fortsatte med planleggingsfasen der vi gjorde et utvalg av informanter for å finne potensielle intervjuobjekter (se delkapittel 3.4). Vi planla også hvordan vi skulle gå fram for å gjøre intervjuene (henviser til 3.5.1). Vi utarbeidet en grovplan på når intervjuene skulle gjøres, og hvordan undersøkelsen skulle gjennomføres videre.

I datainnsamlingsdelen gikk vi i gang med å utføre intervjuene etter intervjuguiden, noe som skapte nye utfordringer og erfaringer. Her gjorde vi noen interessante observasjoner og dette forklarer vi nærmere i *datainnsamlingsmetoden* i delkapittel 3.5.

Transkriberingsdelen tar for seg klargjøring av intervjumaterialet for analysedelen. Dette medfører transkripsjon av selve intervjuet, og hvilke erfaringer som ble gjort under intervjuet (henviser til delkapittel 3.9).

De siste delene som Johannesen et al. (2005) fremhever, er analyse og verifisering. Vi forklarer i delkapittel 3.11 hvordan vi har gått fram for å utforme analysedelen, og gir et innblikk i hvilken litteratur som er aktuell med tanke på dette. Vi stiller spørsmål om dataene våre er gode nok, og om de er valide. Dette diskuterer vi i kapittel 3.10.

Johannesen et al. (2005) nevner *rapport* som det siste punktet i forskningsprosessen. Her skal funnene og metoden formidles på en vitenskapelig og lesbar måte. Vi mener dette er et punkt med et helhetlig perspektiv og går ut på å se oppgaven i sin helhet.

3.4 Utvelgelse av informanter

I følge Johannesen et al. (2005) er et vanlig utvalg innenfor kvalitativ metode på rundt 10 – 15 informanter, mens innenfor studentprosjekter er det mest vanlig med 5 – 10 intervjuer.

Enkelte hevder at det bør gjennomføres intervjuer helt til at det ikke finnes mer ny informasjon, en ”grenseverdi” som oppnås. Vi valgte imidlertid å gjennomføre et bestemt antall intervjuer. Vi mente at det skulle være mulig å gjennomføre 5 eller 6 intervjuer og fikk til slutt gjennomført 5 stykk. Dette begrunnes med ressursbegrensninger. Vi mener imidlertid at dette vil gi oss bred nok plattform å kunne basere oppgaven på.

Det er nødvendig med en hensiktsmessig utvelgelse slik at intervjuene kan gi mest mulig relevante opplysninger. Vi valgte derfor å gjøre en strategisk utvelgelse, der målgruppen var entreprenører med kunnskap om hvordan det var å starte egen bedrift. Vi valgte informantene i denne målgruppen etter følgende kriterier:

- *Geografi:* På grunn av bekvemmelighetsårsaker som reiseavstand og fleksibilitet, valgte vi kun informanter som befant seg innenfor Bodø kommune. I henhold til Johannesen et al. (2005) kan dette karakteriseres som et bekvemmelighetsutvalg.
- *Selvstendig næringsdrivende:* Informanten må ha startet en bedrift og være gründeren bak ideen. Med ”gründeren” mener vi den første personen som har startet eller vært med på å starte bedriften og som har gjennomfører en karriere som selvstendig næringsdrivende. Vi utelukket derfor franchisedeltakere, selv om disse også kan klassifiseres som entreprenører. Vi utelukket også deltidsgründere, dvs. de som driver en hobbybedrift eller annen entreprenørvirksomhet ved siden av en jobb.
- *Nylig etablert i markedet:* Vi har valgt enkelte aktører etter hvor lang tid det har vært siden de først startet opp. Vi tenkte at nye entreprenører hadde flere tanker om hvorfor de startet bedriften, og at disse tankene har fått mye oppmerksomhet i den siste fasen av valget. Dette kan derfor føre til gjennomtenkte svar siden entreprenøren selv har tenkt mye igjennom dette i oppstartsfasen.
- *Interessert:* Vi har naturligvis prioritert de som hadde lyst til å la seg intervju foran de som ikke følte seg bekvem med et intervju. Vi ville helst få tak i de entreprenørene

som viste størst engasjement for det de holder på med, og at de syntes det kunne være interessant (og muligens nyttig med tanke på seg selv) med et intervju.

Vi har også valgt å bruke vårt eget etablerte nettverk for å finne fram til intervjuobjekter. Ved å kontakte bekjente, kom vi fram til noen entreprenører som kunne være hjelpelige. Dette gjelder ”entreprenør 3” og ”entreprenør 4”.

3.5 Datainnsamlingsmetode

3.5.1 Hvordan gikk vi fram for å avtale intervju?

Etter å ha definert kriteriene for, og ved å sjekke internett og annen media som Bodø Nu og Avisa Nordland, kom vi frem til en liste over potensielle intervjukandidater som virket interessante. Vi sendte også en forespørsel til Bodø Nu om en liste over entreprenører de har intervjuet. Dette fikk vi, og den gav oss noen forslag til hvem vi kunne intervju. Vi måtte også finne kontaktinformasjon om personene, slik at vi kunne ringe eller sende e-post til han eller henne for å få avtalt intervju. Vi valgte ut noen entreprenørielle bedrifter som samsvarte med våre utvalgsriterier og tok til slutt kontakt med totalt åtte entreprenører i Bodø.

Etter kontakt, sendte vi en introduksjons-e-post som inneholdt opplysninger om oss, vår intensjon med å ta kontakt og muligheten for om han eller hun kunne tenke seg å hjelpe oss med et intervju (henviser til vedlegg 2). Responsen lot vente på seg etter utsendingen, og det tok i enkelte tilfeller, mange dager før vi fikk svar. Dette førte til en utålmodig periode, ettersom vi var avhengige av å få minst fem svar (jmf. mål om antall intervjuobjekter). Vi fikk i alt seks positive svar av totalt åtte forespurte, og kunne dermed avtale intervjuet videre og gjennomføre dette i uken etterpå. Vi valgte imidlertid kun å gjøre fem intervjuer, på grunnlag av våre ressursbegrensninger. I følge Johannesen et al. (2005), er det normalt med ca. 20 % frafall ved personlige intervjuer (møtet kanselleres eller tidspunkt forandres). Vi hadde imidlertid ingen frafall, men opplevde at avtalt tid ble endret.

Etter å ha fått positive svar fra de forespurte, fikk han eller hun tilsendt spørsmålene på forhånd slik at de kunne være forberedt på spørsmålene. Dette kunne være med på å bidra til at svarene ble mer gjennomtenkte og reflekterte (Johannesen et al. 2005). Dette la vi spesielt merke til med intervju av entreprenør 2 og entreprenør 5, ettersom vi fikk reflekterte svar. Vi la også merke til at det virket som om deres interesse hadde økt ettersom de selv hadde lest igjennom intervjuguiden.

3.6 Intervjuguide

Etter å ha bestemt oss for å utføre en kvalitativ undersøkelse, ville vi også ha en viss struktur i intervjuet ved å ha forhåndbestemte tema som skulle besvares. I følge Johannesen et al. (2005) klassifiseres dette som et strukturert intervju. Vi bestemte oss tidlig for å lage en intervjuguide som hadde som formål å få oversikt over spørsmålene som vi ville bruke og de temaene vi ville innom. Spørsmålene var basert på litteratur. Vi ville imidlertid også ha muligheten til å stille spørsmål utenom intervjuguiden, slik at intervjuguiden bar mye preg av ”delvis strukturert” enkelte steder. Utarbeidelsen av intervjuguiden skulle vise seg å være et tidskrevende, men viktig arbeid for å finne den informasjonen vi var på jakt etter.

3.6.1 Inngående forklaring av intervjuguiden

Vår intervjuguide inneholdt 4 deler (henviser til vedlegg 1). Vi begynte intervjuet med en introduksjonsdel. Her presenterte vi oss selv, og forklarte grunnen til at vi var interessert i å gjøre et intervju med entreprenøren (dette var også forklart i e-post som på forhånd er sendt, se vedlegg 2). Vi informerte også informanten om at han eller hun kunne avbryte intervjuet når som helst, hvis dette skulle være nødvendig, og at anonymitet kunne garanteres hvis det var ønskelig. Vi spurte også om det var greit at vi brukte en båndopptaker under intervjuet.

Videre, i del 2, ”generelle spørsmål”, prøvde vi å danne oss et bilde av personen og bedriften, der vårt overordnede tema for spørsmålene var: *Hvilken historie og bakgrunn har entreprenøren?* Dette var med på å hjelpe intervjuet med å komme i gang, og dannet et tillitsforhold til informanten (føle seg trygg på intervjuet og oss) (Johannesen et al. 2005) (Neergaard et al. 2007). Vi ville også få et innblikk i entreprenørens historie, og hvordan selskapet var bygd opp. Dette kan hjelpe oss videre ved å trekke paralleller ved likheter av funn senere i oppgaven. Spørsmålene skal reflektere og til slutt gi svar på temaet (Johannesen et al. 2005).

Hovedtyngden av intervjuet ligger i del 3, ”faglige spørsmål”. Her prøvde vi å få fram essensen bak valget av entreprenørskap og hva som gjorde dette mer attraktivt enn en jobb som ansatt. Denne delen ble mest tidskrevende, både i forkant av intervjuet (for finne de rette spørsmålene), men også i etterkant (transkribering og analysering). Vi ville stille spørsmålene i en kronologisk rekkefølge, der vi startet med historien før etableringen (”barndom og oppvekst”). Vi ville derfor starte med å se på entreprenørens fortid. Vi ville finne ut av temaet: *Hvilken barndom og påvirkning fra andre har informantene hatt?* Målet var å finne

hva entreprenøren kunne ha blitt påvirket av, og om roten til entreprenørskap lå i fortiden. Forskningen viser at det er bedre å forske på hendelser og situasjoner som personen har opplevd, enn å forske på personlighetstrekk (Wickham, 2006), og vi forsøkte derfor å vinkle spørsmålene inn mot dette.

I ”*valget om å bli selvstendig*” ville vi gå så dypt innom temaet som mulig, og dette ville utgjøre mye av analysedelen (henviser til kap.5). Her ville vi prøve å få fram de konkrete grunnene som førte til at entreprenøren tok steget for å starte bedriften, med temaet: *Hvilke grunner førte til at entreprenøren startet noe eget?* Svarene her blir videre analysert og diskutert opp mot ”push og pull”- teorien, og andre klassiske årsaker. Slutten av denne delen består i å sammenligne entreprenørskap og en jobb som ansatt.

Videre i ”*situasjonen i dag og planer fremover*”, er temaet vinklet inn på å finne forskjellene mellom hvordan motivasjonen var før og hvordan den er nå. Vi snakket også om forventningene deres til entreprenørskap er oppfylt eller ikke. Dette var for å se om entreprenøren var fornøyd med valget sitt, og om han eller hun var rett person til oppgaven. Det er interessant å se om entreprenøren gir opplysninger om hva de tenker å fortsette med. Er det slik at de trives som entreprenører? Eller viser det seg at de foretrekker en jobb som ansatt?

Vi avsluttet intervjuet med noen hyggelige spørsmål for å skape en naturlig og god atmosfære, før vi avsluttet med å spørre entreprenøren om det var noen uklarheter med intervjuet. Dette ble i så fall forsøkt oppklart slik at ingen uønskede opplysninger kom frem uten informantens samtykke. Informanten fikk også muligheten til å legge til spørsmål eller kommentarer om det vi gikk igjennom.

Intervjuguiden ble testet i forkant av intervjuene på flere av våre bekjente. De hadde noen bemerkninger, slik at vi gjorde noen kvalitetsendringer før vi utførte våre avtalte intervjuer. Vi fjernet irrelevante spørsmål, slik som ”*hvilke framtidsutsikter har du for bedriften?*”. Vår intervjuguide var naturligvis bredere enn det vi trengte. Dette kom av erfaringsmessige årsaker. Vi var usikker på hva vi trengte for å finne svar på ettersom vi ikke hadde noen spesiell erfaring med intervjuteknikker og utforming av intervjuguide.

3.7 Observasjon under intervjuet

For å få tak i alle detaljene valgte vi å bruke en båndopptaker under intervjuene (denne ble lånt ved studentsamskipnaden ved høgskolen). Dette gjorde at vi enkelt kunne transkribere intervjuene, og dermed også få tak i alle detaljene. Vi tok også korte notater under intervjuet, slik at vi kunne huske stikkord uavhengig av båndopptakeren. Etter hvert utført intervju skrev vi et referat av intervjuet, ettersom intervjuet fortsatt lå godt i minnet og sannsynligheten for at vi husket viktige moment var størst på dette tidspunktet.

3.8 Gjennomføring av intervju

Intervjuene ble gjennomført på entreprenørenes prinsipper. Vi var fleksible og lot entreprenøren selv bestemme tidspunkt og sted. Vi forsøkte å gjennomføre intervjuene slik at intervjuobjektene følte seg mest mulig komfortable. Dette førte stort sett til at intervjuet foregikk på entreprenørens arbeidssted og til lunsjtider. Dette kunne bidra til at entreprenøren følte seg mer trygg på omgivelsene, og dermed åpnet seg mer. Det kunne også føre til at han eller hun tok seg bedre tid til å besvare spørsmålene enn hvis dette skulle foregått på et ukjent sted (Johannesen et al. 2005). Vi var enige med Johannesen et al. om at dette var veldig hensiktsmessig, også med tanke på at vi kunne være med på å observere informanten i sitt ”rette miljø”. Dette skapte imidlertid enkelte utfordringer:

- Under intervjuet med entreprenør 2 foregikk intervjuet på et felles pauserom, noe som medførte at enkelte av de ansatte kom innom for å hente seg noe å drikke, og gav beskjed til informanten angående daglige gjøremål.
- Med entreprenør 1, ble vi avbrutt av en viktig telefon som måtte tas.
- Under intervjuet med bedrift 3 (både entreprenør 3 og 4) ble vi avbrutt opp til flere ganger av daglige rutiner som måtte gjøres. Dette var blant annet en sending av post og levering av en bestilling.
- Under intervjuet med entreprenør 5, ble vi overraskende sittende i en åpen sofakrok i kundearealet. Dette førte til at mange kunder og samarbeidspartnere gikk forbi og hadde noen korte samtaler med informanten, og gav intervjuet noen uforutsette pauser. En kunde gav henne en klem og snakket om dagligdagse ting, mens en annen kunde kom forbi og gav uttrykk for hvor godt fornøyd han var med tjenesten og at han skulle anbefale dette til andre. Dette førte oss inn i hverdagen til informanten og vi forsto bedre hvordan hverdagen til entreprenør 5 virkelig var.

Intervjuet vårt var delvis strukturert, noe som betydde at vi kunne endre rekkefølgen på spørsmålene hvis informanten tok opp et annet tema. Dette skapte god balanse mellom standardisering og fleksibilitet og ga oss flere frie tøyler til å komme inn på andre temaer innenfor entreprenørskap (Johannesen et al. 2005). Dette var noe vi brukte til det fulle og den strukturerte planen måtte endres fortløpende. Ofte var det slik at informanten snakket mye utenfor temaet, og det var en stor utfordring å få informanten til å begrense sine svar. Samtidig var dette nyttig for oss, for det skapte et helhetlig bilde av entreprenøren, og svarene ble naturlig fremført. Vi var nødt til å endre på spørsmålet enkelte ganger under intervjuets forløp, på grunn av at entreprenøren hadde svart på spørsmålet før det var planlagt i intervjuguiden.

Selve intervjuet er avhengig av relasjoner mellom to personer. Det var derfor viktig å tenke på forhold som kunne påvirke dette. Hvis vi stilte for nærgående og følsomme spørsmål kunne informantene føle seg ukomfortabel, og gi et mindre svar enn vanlig (Johannesen et al. 2005). Dette var noe vi tok hensyn til.

Andre relasjoner som påvirket intervjuet var graden av autoritet og alderen til informanten. Eldre mennesker har gjerne naturlig autoritet over yngre mennesker, og dette skapte et visst gap mellom oss og informanten. Dette viste seg å være en realitet under intervjuet med entreprenør 2, der autoritetsrollen var markant forskjellig. Vi la merke til en naturlig forskjell på de eldre og de yngre entreprenørene. De yngste var mer kortfattet og presise i svarene sine, mens de eldste hadde mye mer å snakke om.

Spørsmålene ble utformet for å få så mye informasjon ut av entreprenøren som mulig. Det ble derfor avgjørende for oss å vise at vi var interessert i hva informanten sa. I følge Johannesen et al. (2005), er slike teknikker: Vise at du er interessert, nikke med hodet, komme med oppfølgingsspørsmål, legge merke til kroppsspråk og stille enkle og korte spørsmål. Dette preget intervjuet vårt i stor grad, og vi nikket bevisst veldig mye under intervjuet. Dette kan skape en forståelseeffekt, men må gjøres med forsiktighet, ettersom hvis nikkete uteblir et punkt under intervjuet, kan informanten oppfatte dette som at svaret ikke var godt nok eller føler seg utilpass (Johannesen et al. 2005).

Vi var hele tiden to intervjuere under intervjuet, noe som betydde at vi kunne dele inn oppgavene til én som utførte intervjuet og én som gjorde notater. Fordelen var også at vi

kunne føle oss tryggere sammen, enn alene. Dette kunne igjen føre til at intervjuet ble bedre i form av selvsikkerhet og fokus på egne oppgaver.

Intervjuets varighet var i gjennomsnitt 45 minutter, noe som vi var fornøyde med. I forkant av intervjuet hadde vi informert entreprenøren om at varigheten kunne være mellom 45 og 60 minutter, og erfaringen viste at dette var tilstrekkelig tid. I enkelte tilfeller gikk entreprenøren utover denne tiden frivillig, og ville snakke mer om mer generelle and andre ting.

Før vi avsluttet intervjuet, forberedte vi informantene på at intervjuet gikk mot slutten og at ”det er kun var to spørsmål igjen”. Dette ble gjort for å unngå en brå slutt, og for at ikke informantene skulle føle at noe var ufullstendig og uferdig. Intervjuet ble avsluttet med et takk.

3.8.1 Utfordringer og erfaringer under intervjuet

Mens intervjuet gikk sin naturlige gang, oppdaget vi stadig rom for forbedringer og alternative løsninger. Vi fant også ut hvordan vi skulle klare å løse noen av disse. Følgende ble observert og erfart:

- Det var en utfordring å stille spørsmål uten å legge ord i munnen på informantene. Det handlet om å ikke stille ledende spørsmål, slik at informantene kunne utdype svarene sine mer.
- Det ble også oppfattet at det var vanskelig å utdype spørsmål da informantene gav korte svar. Det ble vanskelig å følge opp med andre spontane spørsmål.
- Det opplevdes som vanskelig å *virkelig* lytte og å kunne være i stand til å gi oppfølgingsspørsmål. Dette kom av at vi til tider tenkte på neste tema, og fikk dermed ikke konsentrert oss om alt som ble sagt.
- Vi merket godt at den kvalitative metoden var relativt tungt å gjennomføre ettersom vi måtte være konsentrert under hele intervjuet, og at vi måtte være klar til å komme med oppfølgingsspørsmål dersom informantene skulle være for kortfattet.
- Det var vanskelig å vite om vi kunne bruke de avgitte svarene på andre spørsmål, ettersom informantene snakket veldig mye og hoppet veldig mye fram og tilbake i svarene i avga.
- I begynnelsen var det vanskelig å sette seg inn i intervjueteknikkene, men vi følte at det var en positiv utvikling og at vi ble mer og mer selvsikre på hvordan vi skulle utføre intervjuene. Etter hvert kom spørsmålene mer automatisk enn de første gangene, og vi utviklet en bedre evne til å improvisere.

- For å få i gang en samtale og for å kunne knytte nærmere bekjenskaper med entreprenøren, snakket vi også en del utenfor temaet. I et tilfelle, ble vi invitert på en guidet tur i bedriften, der vi også fikk anledning til å besøke bedriften ved en senere anledning og kunne bruke bedriftens tjenester slik vi ville, uten kostnader.
- Ved å bruke stikkord og klassiske eksempler kunne vi raskt og effektivt stille oppfølgingsspørsmål etter at informanten var ferdig med å svare på spørsmålene. Disse stikkordene var plassert i en kolonne av intervjuguiden.
- Entreprenør 2 og entreprenør 3 fortalte oss at det var nyttig med et slikt intervju ettersom de vanligvis ikke hadde tid eller mulighet for å tenke over slike ting som dette i en travel hverdag. Dette ble oppfattet som meget positivt.

3.9 Transkribering etter intervjuet

Vi brukte både notater og båndopptaker under intervjuet, og etter å ha gjennomført fem ulike intervjuer, satt vi igjen med mye informasjon som måtte prosesseres. Vi hørte igjennom opptakene og transkriberte intervjuet etter en mal som vi hadde utarbeidet på forhånd. Dette var et dokument med de spørsmålene som ble stilt, og ved å høre på opptaket, kunne vi fylle inn opplysningene etter hvert. Utfordringen ble imidlertid å kunne plassere svarene under de rette spørsmålene. Som nevnt tidligere, var det ofte en utfordring å få informanten til å kun svare på akkurat *det* spørsmålet som ble stilt, og dette medførte ekstraarbeid under transkriberingen. Vi valgte å ikke transkribere intervjuet ordrett, men heller trekke fram det essensielle og se bort i fra det som var irrelevant. Vi fant også mange gode sitater som vi har brukt i deler av oppgaven.

Notatene som ble skrevet under intervjuet ble brukt til å tilføye ekstraopplysninger som for eksempel hvordan informanten oppførte seg, hvor lang tid han eller hun brukte på å svare, og utfordringer med tanke på intervjuet. Vi noterte til stadighet måter å forbedre intervjuet etter hvert som vi fikk mer og mer erfaring. Begge noterte slik at informanten kunne se at vi fulgte med, og at vi fikk noe ut av intervjuet (intervjueren noterte i liten grad, men kun observasjoner av informanten).

Tiden etter intervjuene var viktig og vi startet med transkriberingene rett etter hvert intervju. Dette var hensiktsmessig ettersom at vi hadde kunnskap om hvordan intervjuet var, og husket mange aspekter. Vi brukte også notatene som støtte mens vi skrev av intervjuet.

Det transkriberte dokumentet ble videre brukt til analyse og for å forklare våre funn, ettersom vi kunne bla opp i intervjuet for å sammenligne svar og utarbeide en konklusjon på grunnlag av de innsamlede dataene. Vi fikk dermed uttelling for å ha gjennomført et delvis strukturert intervju fremfor et ustrukturert intervju. Det gjorde analysedelen lettere fordi det forekom en struktur som gjorde svarene lettere å analysere og holde orden på.

3.10 Analysedel

Etter transkriberingen var det viktig for oss å finne en hensiktsmessig måte å analysere de innsamlede dataene på. Det finnes mange ulike måter å gjøre dette på, men vi ville finne den metoden som hadde flest fellestrekk med den måten vi hadde jobbet på.

Gjennom intervjuet har vi gått innom spørsmål som angikk informantens bakgrunn, henholdsvis barndom, oppvekst, utdanning og jobberfaringer. Vi ville forstå hvilken type person dette var, for å kunne sammenligne svarene med andre teorier rundt dette temaet. Resultatet hjalp oss å forstå hvilken motivasjon entreprenørene hadde og selve grunnen til at dette *er* motivasjonen. Vi ville altså finne bakgrunnen til motivasjonen, og hvordan dette har forløpet seg til å inspirere til entreprenørskap. Vi valgte dermed en beretningsanalyse. Dette er en analysemetode der det legges vekt på selve forløpet i historien, i form av fortellinger og beretninger. Det betyr at vi får et innblikk i entreprenørens historie, der vi blant annet går innom fortellingen om yrkeskarrieren, erfaringer, familie og kjente, utdanning osv. Det er også vanlig at beretningsmetoden blir kombinert med en analyse av selve innholdet i intervjuet, noe vi også har gjort (Johannesen et. al, 2005).

Vi har ordnet dataene våre etter en tematisk organiseringsmodell. Dette går ut på å kategorisere datamaterialet slik at det kan analyseres uten noe tap av informasjon (Johannesen et al. 2005). Vi har sortert svarene under spørsmålene, slik at det skal være enklere for oss å sammenligne med andre resultater. På denne måten blir det lettere å identifisere mønstre og se sammenhenger.

3.11 Evaluering av undersøkelsen

Johannesen et al. (2005) beskriver ulike måter for å måle troverdighet innenfor kvalitativ analyse, og forklarer hvordan ulike akademikere har diskutert dette. Yin (2003) mener at begrepene validitet kan brukes til kvalitativ evaluering på samme måte som med kvantitativ

analyse. Guba og Lincon (1985) mener imidlertid at det må brukes egne evalueringsmåter med begrepene pålitelighet, troverdighet, overførbarhet og overensstemmelse med tanke på kvalitativ analyse. Johannesen et al. (2005) mener at den beste måten å evaluere undersøkelsen på er situasjonsavhengig, og at begge synspunktene kan brukes. Vi brukte dermed noen av disse begrepene slik at vi kunne evaluere vår kvalitative undersøkelse på en best mulig måte.

Begrepsvaliditet er definert som ”relasjonen mellom det generelle fenomenet som skal undersøkes, og de konkrete dataene” (Johannesen et al. 2005). Dette er imidlertid vanskelig å måle i kvalitativ metoden, men som Johannesen et al. (2005) sier: ”*validitet i kvalitative undersøkelser dreier seg om i hvilken grad forskerens funn på en riktig måte reflekterer formålet med studien og representerer virkeligheten*”. I følge Guba og Lincon (1985) er det to måter å oppnå troverdige resultater innenfor begrepsvaliditet: *vedvarende observasjon* og *metodetrianglering*. Den første går ut på å bli godt kjent med felten, skille mellom relevant og urelevant informasjon, og bygge opp tillit. Det blir viktig å kjenne til konteksten.

Vi har brukt det som Guba og Lincon (1985) kaller for *vedvarende observasjon* i våre intervjuer. Etter hvert som vi ble erfarne med intervjuene, klarte vi å skille relevant og urelevant informasjon i høyere grad enn tidligere. Vi ble også bedre kjent med personene, og forsto deres bakgrunn bedre. Vi fikk også opplevd dem i deres egen kontekst ettersom vi utførte intervjuet på deres egne arbeidsplasser. Dette var med på å representere virkeligheten i undersøkelsen, og kan bidra til større troverdighet.

Undersøkelsens overførbarhet går ut på i hvilken grad man lykkes i å etablere beskrivelser, begreper og fortolkninger som kan være nyttig i andre sammenhenger. I kvalitative undersøkelser er det snakk om overføring av kunnskap i stedet for generalisering, slik som i kvantitativ analyse (Johannesen et. al, 2005). Kan resultatene overføres til lignende fenomener? I forkant av intervjuet leste vi relevant litteratur på dette området, slik at vi kunne klare å sammenligne resultatene våre med litteraturens. Samtidig ville vi også at vår undersøkelse kunne være noe som andre ville finne interessant. Vi mener å ha funnet noen likhetstrekk med enkelte teorier, og ser dette i en sammenheng med våre resultater. Dette er vist i kapittel 5, der vi går igjennom en analyse mellom aktuell litteratur og våre funn.

Når det gjelder undersøkelsens reliabilitet, er det snakk om at undersøkelsen skal kunne spores tilbake, med tanke på dokumentasjon av data og avgjørelser under prosjektet (Johannesen et. al., 2005). Dette har vi utført i stor grad, ettersom at vi har hele intervjuet på

lydfiler fra båndopptaker. Samtidig er det vanskelig å snakke om reliabilitet i kvalitative undersøkelser ettersom hver undersøkelse er kontekstavhengig og individuell (Johannesen et al., 2005). Vi har imidlertid forklart konteksten rundt intervjuet (se kap.3.8) og gitt et innblikk i utfordringer ved intervjuet, slik at reliabiliteten kan økes.

Det er viktig å være selvkritisk til undersøkelsen slik at den kan oppnå overensstemmelse, og ikke være et resultat av sine egne subjektive holdninger. For å få til dette, må forskeren beskrive alle beslutningene i forskningsprosessen, slik at leseren kan følge med på hvordan informasjonen er innsamlet (Johannesen et al. 2005). Vi har gjort dette ved å forklare stegene i utarbeidelsen av intervjuguiden og erfaringene som kom underveis.

Vi har altså gjort intervjuer med fem entreprenører som har gitt sin historie til oss på grunnlag av en intervjuguide. Svarene blir fremstilt etter den måten informanten gav uttrykk for dem, og vi har dermed ikke gjort noen endringer på svarene. Vi har analysert og brukt disse svarene til videre forskning for å finne likheter eller ulikheter mellom entreprenører og med annen teori. På bakgrunn av dette skulle derfor være liten grunn til å anta at oppgaven er noe annet enn valid og at vi oppnår overførbarhet.

3.12 Læringsprosessen

Vår læringsprosess har vært stigende og langvarende. Dette kommer i stor grad av intervjusituasjonen og av at vi kunne gjøre oppgaven i stor grad slik vi selv ville. Vi hadde aldri gjort slike intervjuer på vegne av en oppgave med et slikt omfang før, og dette skapte nye erfaringer som vi syntes var nyttige. Intervjusituasjonen var spesiell på grunn av flere faktorer:

- Det var interessant å føre en samtale med virkelige entreprenører som hadde tenkt mye igjennom valget av å starte bedrift, og samtidig på grunnlag av bakgrunnsinformasjon, kunne forstå hvorfor de gjorde dette.
- Vi fikk oppleve entreprenøren på sitt eget område, og i sitt eget miljø.
- Dette var ”praksis” i økonomiutdanningen, og vi fikk endelig *virkelig* se hvordan hverdagen til en entreprenør var.
- Vi følte samsvar mellom metodelitteraturen og virkeligheten. Vi fikk en dypere forståelse for hvorfor teorien var beskrevet slik den var. Dette gjelder også annen litteratur. Det var inspirerende å se teori ble omformet til praksis.

Vi møtte nødvendigvis utfordringer underveis, og fikk en prøvelse i å løse disse. Dette var i all hovedsak tidsklemmer og observasjon under intervjuet (henvises til tidligere i dette kapittelet).

Vi har lært mye om samarbeid og om det å jobbe i team. Dette er noe vi hadde kunnskap om fra før av, men da med flere deltakere enn to. Vi fant ut at arbeidet måtte fordeles noe etter interesseområder slik at det ble lettere å formulere dette for hver enkelt. Enkelte ganger måtte vi bytte på oppgavene for å sikre et best mulig resultat. Vi fikk også erfare hva det ville si å møte presis til avtalt tid. Dette var også viktig for konstant utvikling av oppgaven, og vi gjorde avtaler med hverandre for å få dette til. I tillegg var det nyttig å få en innføring i intervjuteknikker og bruken av disse. Vi har også erfart viktigheten rundt metodelæren og hvor stor betydning dette har for vitenskaplige arbeid

3.13 Oppsummering med styrker og svakheter i oppgaven

Vi vil liste opp styrker og svakheter i denne oppgaven slik som vi ser dem.

Styrker

- Vi har fått gjort intervjuer med fem ulike entreprenører, både med tanke på personlighet, men også med tanke på forskjellige bransjer. Våre intervjuobjekter driver i tre helt ulike bransjer og dette kan føre til spredning i svarene og forhåpentligvis en høyere validitet.
- Vi hadde planlagt å gjennomføre fem intervjuer og dette klarte vi.
- Vi har vært interessert og engasjert i undersøkelsens formål.
- Vi har gjennomgått relevant litteratur på området og funnet fram til spørsmål på bakgrunn av dette.

Svakheter

- Ettersom vi gjennomførte en kvalitativ metode, krevde dette mye tid i forkant og i etterkant av intervjuene (pga. transkribering).
- Entreprenør 3 og 4 er bekjente av Kent Ove Bang og dette stiller spørsmål til subjektivitet. Dette tok vi imidlertid hensyn til da vi gjorde intervjuene, slik at Daniel Solstrand tok seg av intervjuene, mens Kent Ove Bang tok notater. Dette ble gjort i henhold til å sikre mest mulig objektivitet.

- Vi ble utsatt for tidsbegrensninger, noe som førte til at vi ikke kunne tenke *for* stort.
- Vi hadde også pengebegrensninger pga. ikke bevilget penger til oppgaven
- Vi har liten praktisk erfaring i journalistikk og intervjueteknikker
- Entreprenør 2 hadde ikke etablert en nyoppstartet bedrift, og dette kan innvirke på svarene, ettersom det er en stund siden han tenkte over slike spørsmål.
- Intervjuene er kun utført i Bodø

Når det gjelder forskningsprosessen vil det alltid eksistere uenigheter om hva som er mest fordelaktig av kvalitativ og kvantitativ undersøkelser. Dette vil naturligvis også prege vår oppgave, ettersom vi kun har utført førstnevnte. Men vi mener at kvalitativ analyse har vært riktig for oss, og at dette har gitt oss noen fordeler: Vi har hatt muligheten til å gå dypere inn på hver enkelt person og fått en bred forståelse for hvorfor akkurat denne personen har startet opp sin egen bedrift. Vi har også hatt muligheten til å være fleksibel og forme intervjuet etter hvert som det ble utført. Vi hadde også muligheten til å endre på intervjuguiden underveis.

Oppsummert mener vi at dette er en god studie av blant annet to grunner:

- Den omhandler et interessant og aktuelt område. Motivasjonsforskning har lenge vært aktuelt innenfor entreprenørskap, og mye teori finnes om dette temaet. Studiens aktualitet blir bekreftet ved å lese de mange artiklene som er skrevet om dette, og blir også understreket av Blanchflower et al. (1998 s.2) i artikkelen "*What Makes an Entrepreneur?*"
- Vi har gjennomført gode og informative intervju med fem ulike selvstendige næringsdrivende i forskjellige bransjer på deres egne arbeidsplasser. Vi har undersøkt deres bakgrunn og fått et innblikk i deres hverdag.

3.14 Filosofi etikk og miljø (FEM)

I alle forskningsarbeid er det viktig å ivareta informantenes rettigheter. Ettersom at vi valgte en kvalitativ metode, har vi gått dypt inn i informantenes personlige liv. Dette har medført at våre informanter har snakket om viktige deler av livet sitt, eller spesifikke hendelser som vi i ettertid har måttet fjerne med tanke på informantens ønske om anonymitet. Disse hendelsene anså vi for å være for avslørende, ettersom at det kan være for enkelt å identifisere disse personene i Bodø. Det ble avtalt etter et av intervjuene våre at deler av intervjuet skulle slettes

for at oppgaven skulle forbli tilgjengelig for allmennheten, det vil si for å forhindre at oppgaven skulle bli gjort konfidensiell.

Før intervjuet startet presiserte vi at informanten kunne velge å være anonym, og at de hadde valget om å gjøre oppgaven konfidensiell hvis avslørende detaljer skulle komme frem under intervjuet. Det ble også presisert av informanten kunne avbryte intervjuet når som helst. Vi har også tilbudt alle informantene å lese igjennom oppgaven før innlevering, med tanke på at enkelte først etter dette ville avgjøre om han eller hun skulle være anonym eller ikke. Dette medførte store komplikasjoner og dermed ble alle informanter anonyme i vår besvarelse. I følge forvaltningsloven er all informasjon som kan tilbakeføres til enkeltpersoner taushetsbelagt (Johannessen et al. 2005, side 98). Siden informantene i all hovedsak valgte anonymitet på forhånd av intervjuet, har taushetsplikten dermed blitt overholdt til det fulle.

4. Våre resultater

Selv om informantene våre er anonyme, vil vi gi et innblikk i historien og bakgrunnen til entreprenørene som vi har gjort intervjuer med. Vi mener at det er viktig å presentere våre resultater eller data før vi går i gang med å analysere dem, ettersom at dette gir et bilde av personenes liv. Det kan da bli lettere å forstå entreprenørens motivasjon og valg av entreprenørskap. Dette utgjør vår beretningsanalyse noe som betyr at vi setter oss inn i hver enkelt entreprenørs historie.

Vi vil introdusere entreprenørene etter den samme kronologiske rekkefølgen som i intervjuguiden, dvs. at vi starter med barndom og oppvekst, fortsetter med bakgrunn og jobberfaringer og avslutter med entreprenørens forventninger.

4.1 Om entreprenør 1

Entreprenør 1 er 33 år og født i Finnmark, men flyttet senere til Bodø i en alder av 15 år. I Bodø fullførte han den videregående skolen.

Av tidligere jobberfaringer har han jobbet et år i USA, før han begynte å jobbe i en hotellkjede med kurs og konferanse. Deretter jobbet han i ett år som bedriftsselger for telefonselskap før han begynte som webutvikler for et IT firma. Etter dette begynte han i jobb for et flyselskap, men denne gang med salg og support. Han har også drevet en privat konsulentbedrift de siste åtte årene. Av tidligere etableringer har han vært med på å starte et solstudio sammen med sin svoger og sin søster.

Han har hatt data som hobby siden tidlig alder, og har han drevet mye med kjøp og salg over internett, spesielt nettauksjoner. Bedriftsideen sin fikk han mens han jobbet hos flyselskapet. Han begynte også på et IT-studium i Bodø, men fullførte dette aldri ettersom han ble plaget av alvorlig sykdom for 4 år siden. Siden han ble arbeidsufør en god periode, hadde han mye tid til å tenke over ting, og fant da ut at han ville satse på ideen sin. Det var på dette stadiet han virkelig tok tak i bedriftsideen sin og begynte prosessen. Helsen hans ble etter hvert bedre, men han måtte enten flytte for å beholde jobben i flyselskapet, eller motta en sluttpakke i form av lønn, hvor han valgte sistnevnte. Han valgte sluttpakken for å kunne sette av tid og ressurser til å utvikle ideen sin. Han videreutviklet en uferdig programvare og anså

”produktet” som ferdig i 2006. Fikk være med i ”inkubatoren” i Bodø og skaffet seg etter hvert en samarbeidspartner i form av en investor. Han brukte mye tid på å tilfredsstille alle interessentene med tanke på forretningsplaner, budsjetter og generelle krav til selve produktet. I begynnelsen av april 2008 ble produktet hans lansert.

Foreldrene og besteforeldrene hans har alltid hatt sine egne bedrifter og han mener selv at dette kan ha påvirket til å velge entreprenørskap. I tillegg nevner han at hans onkel også startet egen bedrift i Bodø. Han har også en formening om at hans foreldre har vært svært kreative og at han har arvet et kreativt sinn. Han har også gjennom livet skrevet ned i en bok en hel haug av ideer han har kommet på, hvis han skulle trenge en ”plan b”. Han har trivdes veldig godt i de jobbene han har hatt, men han har alltid hatt småting å utsette på. Denne misnøyen har ført til at han har dannet seg et bilde av hvordan han ønsker at hans arbeidsplass skal være. Han har alltid hatt som motto; *”If life gives you lemons, make lemonade”*. Dette bekrefter det vi observerte av han, som en optimistisk person.

Etter å ha blitt alvorlig syk, og vært sykemeldt i 51 uker, ble han ble mer eller mindre ”tvunget” til å tenke på fremtiden sin. I vurderingen av egen helse og med tanke på familien sin, fant han ut at han skulle starte sin egen bedrift.

Samtidig måtte han ta valget om å flytte fra byen for å få en ny jobb i flyselskapet, eller å finne på noe annet. Han hadde alltid mulighet til å få en annen jobb, men valgte i stedet å skape sin egen arbeidsplass. Han har alltid lest og hatt en formening om hvordan en arbeidsplass bør være, men har aldri opplevd dette. Dette ble dermed en drivkraft for han og han ønsket å skape en morsom arbeidsplass der man kunne få en klapp på skulderen og noen kunne si *”godt jobbet”*. Han verdsatte muligheten til glede seg til å dra på jobb. Han innrømmer at økonomisk gevinst alltid har vært en drøm, og at å styre sin egen arbeidsdag alltid hørtes fristende ut, men han har imidlertid innsett at arbeidsdagen styrer han. Da han var med på å starte solstudioet sammen med sin søster og svoger, var motivasjonen økonomisk gevinst. I denne etableringen har motivasjonen endret seg, og er mer rettet mot det å få jobbe med noe kreativt og jobbe sammen med andre kreative mennesker som for eksempel andre gründere.

Han innrømmer at hans forventninger til det å bli selvstendig ikke har blitt innfridd. Han hadde aldri trodd at det skulle bli såpass store arbeidsmengder og ei heller at det skulle innebære så mange forandringer underveis. Men derimot vil han påpeke at hans kanskje

viktigste forventning har blitt innfridd, nemlig det at han har klart å skape sin egen arbeidsplass.

4.2 Om entreprenør 2

Entreprenør 2 er 43 år og kommer fra Bodø. I sin barndom var han en ivrig fotballspiller, gikk langrenn, holdt på med friidrett og spilte i et band. Gjennom barndommen hadde han en naturlig autoritet i vennegjengen. Han var alltid selvstendig, og tok tidlig ansvar. Dette førte til at han ble lagleder i idrettslagene og tillitsmann i klassen. Han beskriver seg selv som en problemløser, halvkreativ og en mann med ”hard mage”. På videregående skole valgte han den letteste linjen siden han ikke visste hva han skulle bli. Han jobbet mye deltid, og mye nattarbeid, noe som førte til at han gjennomførte en middelmådig skolegang. Videre begynte han å jobbe i bank, og jobbet senere i forsikringsbransjen, samtidig som han tok bedriftsøkonomi på deltid gjennom BI.

I 1993 gikk han inn i det familieeide selskapet til faren, og hadde også styreverv i flere foreninger. Han tok over et hotell og en nattklubb, og dette drev han på med mens han også jobbet i andre selskaper. Han begynte etter hvert i 100 % stilling i sitt nåværende selskap. Selskapet endret fokus, og opplevde en god vekst etter at han konsentrerte seg om det.

Entreprenørskapsånden lever i familien hans. Faren hans var gründeren bak det selskapet han i dag driver, kona hans driver en butikk, onkelen hans driver en glassforetning og han har også andre bekjente som har startet bedrift. Selv hadde han aldri planlagt å bli entreprenør.

Hans motivasjon for å starte for seg selv hang sammen av flere grunner. Siden han reise mye i forbindelse med jobben kunne han sjelden være hjemme og mistet tid med familien sin, og kunne ikke hjelpe til med ungene. Han vektla også friheten med å ha fleksibel arbeidstid. Men han nevner at frihet er et luksusgode som han ikke besetter. Hans største motivasjon er å få ting til, og at han har en skapertrang. Han trives best når ting skal skapes, når det er mange valg som skal tas, når det er litt kaos og tilfredsstillelsen ved nyåpning liker han veldig godt. Men han mener at *”hverdagen blir en forpliktelse, og dette må man være med på fordi man føler et ansvar fordi man har startet dette selv.”* Alle ansatte skal ha lønn, regninger skal betales, ting må gå rundt. Dette er en motivasjon i seg selv. *Motivasjonen er ikke så jomfruelig nå, som den en gang var*”. Men til tross for dette er han disiplinert. *”Det har aldri slått meg at jeg ikke skal dra på jobb. Det er heller et spørsmål om når jeg skal dra fra jobben.”*

Hans viktigste årsak for å ta over farens bedrift er anerkjennelse, og det å kunne skape suksess for noe man gjør selv. Årsakene til å starte hotellvirksomheten var mest økonomisk profitt. Han mener at ulempene med å være selvstendig næringsdrivende er arbeidsmengden. *”Jeg jobber mye mer enn de andre. Jeg kan aldri slå av hodet. Jeg kan godt ta fri ei helg, men tankene er fortsatt der, og er som regel innom i løpet av helga for å klargjøre for neste uke.”*

Han er lettantennelig på nye ideer og prosjekter, og ser muligheter for å starte bedrifter hele tiden. *”Når jeg er på ferie; bare jeg ser en salgsannonse på et hus, så begynner kalkulatoren å gå. Dette er plagsomt! Det er sykdom jeg har. Å begynne å tenke business.”*

4.3 Om entreprenør 3

Entreprenør 3 er 25 år og oppvokst i Troms. Der tok han videregående skole samtidig som han jobbet ved siden av. Han beskriver oppdragelsen sin som streng og at han måtte lære seg å finne ut av ting på egen hånd. Etter hvert flyttet han til Bodø hvor han fullførte ett år med økonomi og ledelse på Handelshøgskolen.

Han har vært innom mange jobber i sitt forholdsvis unge liv, men det begynte med butikkjobber ved siden av skolen. Han har alltid siktet seg inn mot provisjonsbaserte jobber da han der føler at han får best betalt for den innsatsen han legger i arbeidet. Han mener selv at den ultimate provisjonsbaserte jobben er å være selvstendig næringsdrivende, som han mener: *”du lever av din egen innsats”*. Etter hvert flyttet han til Bodø og ble selvstendig næringsdrivende som daglig leder og eier av et callsenter for et teleselskap. Etter dette var han daglig leder for en mobil og dataforretning.

Samtidig som han var daglig leder for mobil og dataforretningen begynte han og en venn, entreprenør 4, som også var hans kollega prosessen med å etablere en ny nettbasert bedrift sammen. Han mener at begge hadde ganske ulik bakgrunn og utgjorde et godt team. Vennen hans hadde over et år tidligere registrert domenet til bedriften, men det var først når begge to slo seg sammen at de begynte å sette det til livs. Til å begynne med var det kun en kveldsjobb og en hobby siden de begge var interessert innenfor feltet, men etter cirka åtte måneder ble det for mye å gjøre ved siden av en annen jobb, så de bestemte seg for å ansette hans partner (entreprenør 4) i fast stilling. Fire måneder senere var arbeidsmengden blitt for stor for hans

partner og entreprenør 3 fikk permisjon fra hans stilling som daglig leder og begynte i fast jobb i bedriften.

Entreprenør 3 poengterer at han tidlig innså at han verken passet eller ønsket å gjøre de ”klassiske” yrkene på hjemplassen, og at foreldrene alltid hadde stor forståelse for dette. En av hans ønsker som ung var å drive med noe som var hans eget og hvor han kunne få drive med det han var interessert i. En av grunnene til at han ble interessert i det å bli selvstendig næringsdrivende var på grunn av at han fikk jobb som selger hos en lokal entreprenør. Han fikk fort innblikk i hvordan det var å være selvstendig. Denne entreprenøren er beskrevet som en person som opplevde stor suksess og han viste entreprenør 3 at ”så lenge man gjorde de rette tingene kunne man nå ekstremt langt”. Samtidig forklarer entreprenør 3 at han under hele oppveksten som ansatt var plaget av det faktum at han ikke ble belønnet for innsatsen han gav. Under intervjuet nevner også entreprenør 3 at han vurderer seg selv som en ”einstøing” som liker best å gjøre egne ting, når han selv vil det og at han aldri har villet gjøre ”det alle andre gjør”. I så måte anser han seg selv som verdens verste ansatte.

Entreprenør 3 har flere slektninger som har ønsket å starte for seg selv, men de har aldri tatt det siste steget videre. Han forteller også om hans far som før han selv ble født startet sin egen fiskebåt med flere ansatte, men at dette gikk konkurs.

Hans viktigste motivasjonsfaktor for å være selvstendig næringsdrivende, er at det var viktig å ikke ha noe fast ”tak”. Han beskriver at han liker tanken om at ”*verden kan bli så stor som man selv gjør den til*” og at det er friheten i tankene som er det viktigste for han. Han forteller også at han er veldig glad i å se fremgang fra dag til dag, og at ting går såpass kjapt framover. Fleksibilitet er også noe han er veldig glad i. Det at han har muligheten til å gjøre noe annet en dag hvis han skulle ha lyst til det. Også de potensielle økonomiske fordelene var noe som motiverte han. Den gangen han var med på å etablere callsenteret følte han at det var noenlunde de samme faktorene som motiverte, men at de kanskje var noe svakere enn denne gangen siden mulighetene var såpass mye større og flere denne gangen. Sammenlignet med før oppstart er motivasjonen nå mye av det samme, men sterkere. Han legger vekt på at det er motivasjon at man lærer noe nytt hver dag og at det er mange andre gevinster enn kun lønn.

De fremste ulempene ved å være selvstendig anser entreprenør 3 til å være at det er veldig tidkrevende, vanskeligere og mer energikrevende.

Om hvor vidt forventningene til det å være selvstendig hadde blitt innfridd svarer han: ”*Ja, ganget med ti!*”. Men samtidig forklarer han at han hadde forventninger om at det skulle være svært krevende, og at avkastningen skulle være parallell til dette. Akkurat den økonomiske delen har ikke innfridd. Ansvar, friheten og læringsprosessen har spesielt blitt innfridd.

4.4 Om entreprenør 4

Entreprenør 4 er en mann på 25 år som er født og oppvokst i Bodø. Han har gått linjen allmennfag på videregående skole, men ville bli fortrest mulig ferdig og hoppet over på en sidegren kalt butikkfag, noe som aldri resulterte i fagbrev. I sin ungdomstid drev han mye med kjøp og salg av forskjellige varer over internett og fant da ut at det var et stort voksende marked for netthandel.

Han vært veldig sta som barn og ville alltid gjøre ting på sin egen måte. Denne egenskapen har han en følelse av at han kan ha fått fra sin far som alltid var bestemt. Hans største drøm som barn var å bli musiker. I sin oppvekst hadde han bestandig et ønske om å starte en egen bedrift, og gjerne med noe som var relatert til det han likte best. Den eneste av slektningene hans som har startet sin egen virksomhet er en onkel som har et enkeltpersonsforetak som snekker.

Han har jobbet i flere dagligvarebutikker, men rett før han startet med dagens bedrift jobbet han som selger innenfor tele og kommunikasjon. Da han var ansatt i butikk så entreprenør 4 muligheten for å starte sin egen virksomhet. Det var mens han jobbet med tele og kommunikasjon at han sikret seg domenet til internettbedriften.

Grunnen til at han ikke selv startet med prosjektet da han kom på ideen, var at han verken hadde guts eller råd til å starte med dette da domenet ble kjøpt. Han ble lei av urelevante jobber som egentlig bare sikret han en inntekt.

Etter hvert engasjerte han også hans daværende sjef og venn, entreprenør 3, og sammen begynte de med kvelds jobbing for å få virksomheten i gang. De følte begge at de hadde komplementære egenskaper. Entreprenør 4 hadde på et tidlig tidspunkt lokalisert leverandører fra utlandet og fant kjapt ut at det lot seg gjøre å tjene penger på dette. Etter hvert ble det mer enn bare kveldsjobb og en hobby og han startet på fulltid omtrent fire måneder senere. Mot slutten av 2007 begynte også partneren i fulltid, og de opplevde en enorm vekst da begge kunne dedikere 100 % av arbeidstiden sin på dette.

Det fremste som motiverte entreprenør 4 var at han hadde et ønske om å ha kontroll selv og være sin egen sjef. Samtidig ville han holde på med noe han var interessert i. Han er et menneske og at fleksibiliteten med tanke på arbeidstid passet han utmerket. Han mener at det var en viktig motivasjonsfaktor at det var folk som var oppriktig interessert i det de holdt på med, og ønsket å handle hos dem. I tillegg til dette hadde han tidligere fortalt oss at han var meget lei av de jobbene han tidligere hadde hatt, men egentlig ikke ville ha. På grunn av tidligere økonomisk ustabilitet var det også en drøm og et ønske fra hans side om at dette ville gi en god økonomisk gevinst.

De viktigste motivasjonsfaktorene for entreprenør 4 i dag er først og fremst de økonomiske, etterfulgt av det å skape sitt eget arbeidsmiljø, og at han stort sett har mulighet for å jobbe når det måtte passe han.

Om hvor vidt hans forventninger til det å bli entreprenør har blitt innfridd, svarer han at han hadde svært få forventninger da dette begynte som en hobby. Samtidig forklarer han at de forventningene han hadde har blitt meget godt oppfylt.

4.5 Om entreprenør 5

Den siste entreprenøren vi gjorde et intervju med er en kvinne som er 37 år og er fra Nordland. Hun har jobbet siden hun var 15 år med blant annet salg, butikk, café og hamburgerrestaurant. Hun har vært veldig aktiv med idrett, og ellers. En sykdom gjorde at hun fikk så vidt gjennomført gymnaset, og var kronisk syk i en lang periode etter dette. Etter å ha flyttet til Bodø for å få behandling på sykehuset, gikk hun ett år med idrett på lærerhøgskolen. Hun valgte å gå videre på barnevernspedagog studiet, og fikk to unger under dette studiet. Hun jobbet også ved siden av studiet, med butikk, salg og i radio.

Hun kommer fra en etablererfamilie, men ingen andre har lyktes, og hun håper på å være den som *gjør* det. Ettersom moren og faren jobbet veldig mye da hun var ung, var hun mye alene og ble gitt mye ansvar. Hun fikk mange arbeidsoppgaver og mye forventninger fra foreldrene. Hun har alltid følt at det har vært en sterk drivkraft i henne å kunne prestere. Hun liker å vise at hun kan noe og at hun får det til. Dette har hun hatt veldig behov for å vise seg selv og de rundt henne. Men hun har dårlig tålmodighet og vil helst se resultater umiddelbart.

Planen som ung var å bli lege, men hun hadde også et ønske om å starte opp for seg selv etter hvert. Hun fikk støtte fra hennes far og familie, og dette betydde veldig mye for henne.

Velsignelsen fra hennes far som var svært syk gjorde et sterkt inntrykk. Den viktigste årsaken er imidlertid at hun fikk muligheten til å gi folk noe som hun selv ikke hadde fått, som kronisk syk. *”Det gir en stor tilfredsstillelse å kunne gjøre noe som er bra”, ”ønsker sterkt at man skal kunne gå en plass å bli sett, og bli tatt på alvor.”* Hun mener at kundene har forskjellige ønsker som de ønsker å forbedre seg på, og drivkraften hennes er å tilføre byen, og folkene, en bedre hverdag. *”Det er drivkraften min. Det er motivasjonen min. Det å vite at de kundene som er her hos oss kan tenke, dette gir meg noe, dette gjør at jeg føler meg bedre”*

Sykdommen har preget mye av hennes liv, og hun var nødt til å ta noen valg for å kunne være yrkesaktiv. Hun ville finne en jobb der hun kunne kombinere de egenskapene hun har og ivareta interessene sine. Hun savnet en plass i helsevesenet der man kunne få hjelp til å se hva som *egentlig* var galt. Hun ønsket at noen kunne spørre: *”hvorfør har du vondt?”* Hennes erfaringer med sykdommen har gjort hun ville kunne komme en plass der man kunne gå med de problemene man har og folk tør og tar seg tid til å spørre spørsmål om *”hvorfør tror du det er sånn? – hva er det du ønsker? – hva tror du må til for at du skal bli bedre?”* Etter å ha vært syk lenge har hun kjent hvor viktig helse er. *”Man vet ikke hvor viktig den er før man mister den”.*

Hun jobbet som daglig leder på et treningsstudio, og var med på å starte opp et kurs og konferansesenter. Etter dette jobbet hun i bank, men ble ganske syk og trivdes ikke med stillesittende arbeid. Hun måtte finne noe annet å gjøre for å kunne være yrkesaktiv og det var her ønsket om å starte for seg selv oppsto. Sykdommen hadde mye å si for hennes oppstart av egen bedrift. Men selv om hun har en kronisk sykdom jobber hun veldig mye. *”Veldig få som har samme sykdom som jeg har, jobber i det hele tatt, og under utvikling av bedriften har jeg stort sett jobbet 24/7.”*

Den tidligere jobben ga henne smerter ettersom hun var syk, og følte seg derfor elendig hver dag etter jobb. Selv om hun var flink i yrket sitt. *”Jeg kan ikke holde på med dette hver dag, kan ikke knekke meg opp hver gang etter jobb. Og jeg avskyr å være sykemeldt!”* *”Jeg fungerte ikke lengre. Jeg må bare gjøre noe annet. Og da min partner kom inn på kontoret mitt, tenkte jeg bare: dette må jeg bare”*

Hun møtte den nåværende partneren sin på en høgskole. Begge er utdannet barnevernspedagog, og begge har komplementære egenskaper. Partneren hennes var frustrert

over det tverrfaglige samarbeidet innefor det offentlige og ønsket å sette opp et team som kunne jobbe helhetlig med de problemene en person har. De begynte dermed å se etter hva det var behov for. De ville ivareta andres og de ansattes helse. *”Det vi ønsker er at ”bedriften” skal være en plass der man skal få bedre helse og øke livskvaliteten, at folk skal komme hit for å få det bra”*

Økonomiske motiver ble ikke vektlagt, men hun mener at gevinsten kommer etter hvert. Hun mener at det er mest givende å holde på med noe man liker, og at hun kan stå opp om morgenen og glede seg til å gå på jobb. Hun sier også at det er godt å kjenne at man har tatt et valgt, at man har jobbet mot et mål og ser positive konsekvenser av dette (ser at senteret er kommet i gang). Men selv om det er fordeler, finnes det også ulemper. *”Fordelen er å kunne skape noe selv. Men dette fører også til ulemper, ettersom man må bygge opp alt, stein for stein. Dette er ikke bestandig like lett.”*

Motivasjonen har endret seg. *”Før var motivasjonen å få ting opp å gå. Nå ser vi at dette er på plass. Hva gjør jeg nå? Nå har vi jo utviklet. Og jeg synes det var virkelig gøy å utvikle. Skal jeg fortsette med dette? Eller begynne å drifte?”* Hun mener det er mange ting som motiverer, men liker den kreative fasen best. *”Motivasjonen er å hele tiden nå nye milepæler og at man ser at man når del for del, og ser at det nærmer seg målet, dette er et kjempekick!”*. *”Motivasjonen er å få kundene tilbake og at man klarer å levere den kvaliteten man har lyst til.”* *”Motivasjonen er at de ansatte trives i oppgavene og tar ansvar.”* Hun elsker den kreative fasen, og er veldig glad i å lage markedsplaner, og finne ut av ting som hun ikke kan fra før av. Hun synes det er kjempegøy å være med på dette. *”Utvikling motiverer meg mer enn drift.”*

Hennes forventninger har blitt innfridd til det fulle, men hun hadde ikke forventet så mye arbeid. *”Jeg har innfridd mange forventninger til meg selv, med glans. Men dette er takket være min partner, for uten henne, hadde jeg aldri kunne startet dette. Og min partner, har innfridd alt, ganger tre!”* Hun mener også at personalet har innfridd alle forventninger.

Og ellers at *”motivasjonen henger sammen med hvordan livshistorien til hver enkelt. Hva de har opplevd osv”*.

Oppsummering

Vi ser allerede enkelte likheter og ulikheter mellom entreprenørene, og at motivasjonen deres er noe forskjellig på grunn av deres forskjellige historie og bakgrunn. Men hvordan samsvarer våre resultater med litteraturen om dette temaet? Hva er likheten og forskjellen? Dette vil vi diskutere videre i førstkomende kapittel.

5. Analyse og drøftingsdel

Hensikten med oppgaven vår var å finne hva som førte entreprenøren til å starte noe eget. Dette vil vi gjøre ved å gå igjennom en analyse av de samme teoriene som befant seg i litteraturkapittelet og våre resultater. Vi beholder også samme rekkefølge, og dette er som følger: *entreprenøriell prosess, miljøfaktorer, teorien om planlagt atferd og push- og pullfaktorer*. Vi vil også kommentere en oppsummeringstabell på slutten av kapitlet. Denne er i all hovedsak ment for å oppsummere analysedelen og gi en oversikt over det vi har funnet.

Vi starter med å analysere den entreprenørielle prosess, og ser på hvilken funn som støtter opp Wickhams teori (2006) om de tre dimensjonene.

5.1 Entreprenøriell prosess

Wickham (2006) mener at entreprenøren er lokalisert i mellom det som *er* og det som *kan bli*. Entreprenørskap handler om denne spenningen mellom disse to situasjonene, og det at entreprenøren tar steget mot det som *kan bli*. Vi er interessert i å finne ut hvilken motivasjon ligger bak dette steget. Wickham (2006) nevner tre dimensjoner for å beskrive spenningsfasen. Vi mener imidlertid at *dimensjon* kan byttes ut med *motivasjon*. Vi ser sammenhengen mellom at det finnes tre ulike motivasjoner for å komme seg videre fra spenningsfasen til det som *kan bli*, og at disse består av; *den finansielle, den personlige og den sosiale*.

5.1.1 Den finansielle dimensjonen

Wickham (2006) starter med den finansielle motivasjonen, der det verdsettes å skape en bedre økonomisk verden enn den som finnes i dag. Vi fant at alle entreprenørene, bortsett fra entreprenør 5, nevnte dette som én av de viktigste årsakene til å starte egen virksomhet. Deriblant entreprenør 4 som nevnte dette som sin viktigste dimensjon.

5.1.2 Den personlige dimensjonen

I den personlige motivasjonen er målet å skape noe egen og kunne gjøre ting på sin egen måte verdsatt høyest. Entreprenør 4 verdsatte spesielt muligheten til å designe sin egen arbeidsplass, og kunne selv ha kontroll på hvordan han ville jobbe. *"Det er utrolig greit å kunne ansette kompiser og kjente på sin egen arbeidsplass"*. Dette var også aktuelt for entreprenør 1. Etter å ha vært ansatt og sett hvordan det ikke skulle gjøres (han følte at ting ikke ble gjort på hans måte), ville han bytte jobb eller skape noe eget der han følte seg mer

tilfreds. Han hadde lest en del om hvordan en bedrift burde være, og han har ikke jobbet i en slik bedrift enda. *”Ingebrigt Steen Jensen skriver vel i Ona Fyr at det gjelder å finne den rette indianerstammen, eller noe slikt, finne folk som har samme verdier som du har, og denne opplevelsen har ikke jeg hatt i en bedrift.”* Ettersom han hadde en ide om å starte egen bedrift, var dette en av motivasjonsfaktorene som gjorde at han tok steget. Han befant seg dermed i det Wickham beskriver som *spenningen*, og den personlige dimensjonen var dermed viktig for han med hensyn på å ta steget til entreprenørskap.

Entreprenør 4 var også motivert av den personlige dimensjonen. Han var med på å etablere det som han kaller en ”guttedrøm”, der bedriften kunne bestå av venner. Han var også motivert av muligheten til å kunne nå så høyt som overhodet mulig (at det ikke fantes noe tak på hvor bra han kunne gjøre det) og for å kunne få utløpt for sine talenter og interesser. Målet om å kunne gjøre ting på sin egen måte var høyt verdsatt, og dette var hans måte å ”endre verden” på (Wickham, 2006).

5.1.3 Den sosiale dimensjonen

Den sosiale motivasjonen handler om å skape forandringer i hverdagen til folk ellers, og at entreprenøren får muligheten til å skape en bedre verden (Wickham, 2006). Entreprenør 5 gav tydelig uttrykk for hennes ønske om å forbedre folks hverdag. Hun ville gjøre verden til et bedre sted og ville være med på den prosessen om å få dette til. Hun befant seg i spenningsfasen, men da muligheten og ideen om å kunne starte noe eget ble aktuelt, fikk hun muligheten til dette. Hun følte et sosialt ansvar og trivdes med tanken på å kunne hjelpe folk som hadde plager. *”Det er drivkraften min. Det er motivasjonen min. ”Det å vite at de kundene som er her hos oss kan tenke, ”dette gir meg noe”, dette gjør at jeg føler meg bedre”.*

Hennes visjon for bedrift 4 kan i stor grad minne om Anita Roddicks visjon for kosmetikkjeden ”The Body Shop”, der intensjonen var å starte noe som også fikk folk til å føle seg mer vel (McAleer, 2007). I motsetning til Anita Roddick, som gjorde dette for pengenes skyld (som trengte et levebrød til å begynne med), gav entreprenør 5 tydelig uttrykk for at den sosiale dimensjonen overgikk den finansielle, slik at det økonomiske perspektivet ikke var en motivasjonsfaktor.

5.1.4 Oppsummering av modellen

De tre ulike motivasjonene gav oss et innblikk i hvordan entreprenørene kunne se for seg den nye verden og hva som var viktigst i veien valget av entreprenørskap. Alle entreprenørene har

befunnet seg i ”spenningsfasen”, og vi gjorde kun intervjuer med de som allerede hadde tatt ”steget”. Hva var *motivasjonen* under ”spenningsfasen”? Grunnene har vært forskjellige, men det er tydelig at entreprenørene er av ulike personlighetstyper som har forskjellige preferanser og visjoner. Felles for dem alle, er at steget ble tatt, men på bakgrunn av ulike motivasjoner.

5.2 Analyse av entreprenørenes bakgrunn

Som nevnt i litteraturkapittelet har arv og miljø mye å si for hvordan vi blir som mennesker. Disse to faktorene bestående av uendelig mange mindre faktorer resulterer til slutt til den vi er, både fysisk og mentalt. Vi har tidligere forklart at arv forklarer hvilke genetiske fordeler eller ulemper man kan ha for å hjelpe seg på veien, kort sagt hvilket potensial man har. Vi vil imidlertid ikke foreta noen analyse av dette. Vi har forsøkt å få entreprenørene til å fortelle historiene om seg selv og samtidig forsøkt å få dem til å peke på faktorer som kan ha påvirket deres valg for å bli selvstendig næringsdrivende. I tillegg har vi forsøkt å peke på hendelser som vi tror kan ha påvirket ”individet” til å velge entreprenørskap.

Kolvereid og Moen (1997) gir blant annet en oversikt over en undersøkelse blant studenter med spesialisering innenfor entreprenørskap. Sammenlignet med andre økonomer med en annen spesialisering var det en markant større andel blant entreprenørskapsstudentene som etablerte bedrifter og som foretrakk å være selvstendig næringsdrivende. Selv om utdanning her kan se ut til å ha påvirket studentene til å velge å bli entreprenører, poengterer Kolvereid også at ”*utdanning alene ikke er grunn nok til å skape gründere*”. På samme måte kan man legge til og se på flere slike erfaringer i entreprenørenes liv. Til sammen kan de danne det ”ultimate” grunnlag for at et individ skal velge en entreprenørskapskarriere. Denne delen som vi kaller entreprenørenes *bakgrunn*, er det vi nå vil analysere. Vi har valgt å fokusere på den generelle oppveksten med tanke på barndom, familie og skolegang, samt deres jobberfaringer.

5.2.1 Oppvekst

Det umiddelbare som slår oss er at tre av våre fem entreprenører gjennom oppveksten har hatt nær familie som har hatt en egen virksomhet. Når det gjelder entreprenør 2 var ikke han ung da hans far startet som selvstendig næringsdrivende, men han var i tidlig 20-årene og vi anser dette som en viktig påvirkningskilde for også han til å senke ”terskelen” for å starte noe eget. Vi mener også at dette er grunnen til at han startet hotellet og nattklubben vi har nevnt tidligere. Det kan altså virke som om at en oppvekst med nære inntrykk av entreprenørskap

kan ha påvirket entreprenørene våre, og at det på denne måten har påvirket dem å starte for seg selv.

I tillegg ser vi at de som har hatt familiær påvirkning i form av entreprenørskap, også har startet flere virksomheter. Entreprenørene som har vokst opp med entreprenørielle familier var også påpasselig for å utpeke akkurat dette som en av de faktorene de selv mente hadde påvirket dem. Entreprenør 1 og 4 har, som tidligere nevnt, holdt på med kjøp og salg over internett siden de var unge. Dette føler vi, og blir bekreftet av entreprenørene selv, har gitt dem et godt innblikk i potensialet ved internetthandel, og generell kompetanse innenfor feltet. Om ikke det har vært en direkte kilde for påvirkning, så sier de begge at det har vært nyttige erfaringer for dem.

5.2.2 Skolegang

Når det gjelder skolegang har samtlige fullført grunnskole og samtlige foruten entreprenør 4 har fullført videregående skole. Dette er også den eneste entreprenøren i vår undersøkelse som er noviseentreprenør. Sett ut ifra dette har også de resterende fire entreprenørene enten påbegynt eller fullført høyere utdanning. Entreprenør 2 og 5 har fullført den høyeste utdannelsen. Det er mye man kan si om effekten av en utdanning, men effekten av en utdanning i sammenheng med entreprenørskap og etablering klarer ikke vi å se et mønster i fra vår undersøkelse. Hvis vi skal lete etter en viss sammenheng er det at flere av entreprenørene faktisk ikke lar seg appellere av skolegang, og heller gjerne har jobbet på bekostning av denne. Dette er inntrykk vi sitter igjen med etter våre intervjuer. Spesielt entreprenør 2,3 og 4 har forklart at skolen ikke var noe de ser positivt tilbake på, både når det gjelder resultater, men også motivasjonen.

5.2.3 Jobberfaring

Dette leder oss til å snakke om jobberfaringen som entreprenørene våre har hatt. Fra de var unge har alle entreprenørene hatt deltidsjobber ved siden av skolen og andre jobber på fulltid. Entreprenør 2,3 og 4 forteller spesielt at det var mye jobb samtidig med skolen. Etter dette kan det sies at både entreprenør 1,3,4 og 5 har jobbet som selgere på et eller flere tidspunkt. Det kommer også fram at de var dyktige til akkurat dette, noe entreprenør 5 sier blant annet på denne måten, *”for å si det sånn: det heter seg at man kan selge sand i Sahara. Det har vært en av mine ting, det at jeg har vært god på salget”*.

Foruten å ha vært selgere har både entreprenør 3,4 og 5 jobbet i en eller flere butikker og entreprenør 2,3 og 5 har tidligere vært daglige ledere. Felles for entreprenør 2 og 5 er også

deres bakgrunn fra bankyrket. Hvis man skal se etter likhetstrekk i forbindelse med arbeidserfaring ser vi først og fremst at samtlige har jobbet mye og lenge. De har alle vært vant til jobbing fra ung alder, og de har alle vært innom de yrkene med relativt "lav status" for så å jobbe med andre ting som for eksempel selgere, daglige ledere og ikke minst andre tidligere etableringer. Det kan virke som om de har hatt svært god og bred jobberfaring og gjennom dette har fått gode og dårlige erfaringer som ansatt.

5.2.4 Etableringserfaring

Fire av våre fem entreprenører har tidligere erfaring med etablering av andre virksomheter. Dette gjelder alle utenom entreprenør 4 som er en noviseentreprenør. Sett fra Ajzens perspektiv (se figur 3) mener vi at dette kan ha bidratt til en bedre mestringsfølelse og bedre holdninger slik at intensjonen om å starte en ny virksomhet igjen er sterkere.

5.2.5 Oppsummering

I våre dybdeintervjuer med entreprenørene ønsket vi å kartlegge om de hadde likhetstrekk eller ulikheter med tanke på bakgrunn. Selv om det ble forsøkt å få entreprenørene selv til å peke på spesielle hendelser eller faktorer som de mente kunne påvirke dette valget, har vi selv vært nødt til trekke noen slutninger. Dette blir ofte kun spekulasjoner, men vi føler at det vi har avduket av positive hendelser i forbindelse med entreprenørskap og negative hendelser i forbindelse med å være ansatt kan sees i sammenheng med entreprenørenes valg.

Som Kolvereid og Moen (1997) fant ut i sin undersøkelse om valget av entreprenørskaps spesialisering. De fant ut at de studentene som hadde hatt denne spesialiseringen hadde *"mer enn dobbelt så stor sjanse for å etablere en ny bedrift eller bli eier av en bedrift på en eller annen måte"*. Dette resultatet gjelder bare for entreprenørskapsutdannelse men gir en god indikasjon på at det er mulig å ha en bakgrunn som gjør at akkurat man har bedre forutsetninger for å velge å bli selvstendig næringsdrivende. Hvordan denne bakgrunnen til folk gir bedre dem forutsetninger, mener vi blant annet har noe med at det gir utslag i deres holdninger, subjektive normer og eksempelvis deres oppfattede kontroll, noe en stor internasjonal undersøkelse ved Imperial College og INP (Kolvereid, 1996) viser. De fant ut at entreprenørskapsutdannelse gav mer positive subjektive normer til entreprenørskap og dermed også sterkere intensjoner om å starte for seg selv. Derfor ønsker vi å se nærmere på disse faktorene i Ajzens modell (1991) når vi analyserer våre entreprenører.

5.3 Teorien om planlagt atferd

Ajzen (1991) beskriver en modell for planlagt atferd, som er styrt av tre dimensjoner. Vi vil se modellen i sammenheng med våre intervjuer for å se om det finnes noen likheter, og kommentere disse. Det var ikke slik at alle intervjuene gav like gode resultater med tanke på hvert enkelt spørsmål og derfor vil ta for oss de entreprenørene som vi mener viser best sammenheng mellom teorien. Vi vil også sammenligne våre resultater sammen med Kolvereid sin rangeringsundersøkelse fra 1995.

5.3.1 Holdninger

Det første Ajzen (1991) beskriver er hvordan holdninger påvirker personens intensjon. Dette handler om at entreprenøren ser fordeler eller ulemper ved en eventuell bedriftsetablering. Vi vil kommentere hvordan våre entreprenører kunne se for seg å bli selvstendig næringsdrivende (henviser til intervjuguiden, vedlegg 1). I intervjuguiden tok vi hensyn til å finne ut noe om entreprenørens fortid, og ville prøve å finne grunnen bak valget. Dette gjorde vi blant annen med spørsmål som: *"Hva motiverte deg da du tok valget om å starte for deg selv?"* og *"hvis du skal peke på de viktigste årsakene til at du ville starte egen bedrift, hva ville de være?"*. Dette er spørsmål som tar for seg tanker og refleksjoner før han eller hun startet bedriften, og kan være med på å vise entreprenørers holdninger.

Entreprenør 1 snakket soleklart positivt om å starte egen bedrift og det var merkbart at han selv var en optimist og kunne se muligheter som ble til noe positivt. Han var dermed bestemt på å gjøre det beste ut av det han hadde, og en tydelig positiv holdning. Han så også for seg økonomiske goder. *"Det var et selvfølgelig mål å kunne tjene penger på dette, som alle andre"*. Han ville også ha muligheten til å bestemme sin egen arbeidstid.

Holdningen til entreprenør 3 var også i stor grad positiv. Han så for seg fritid og muligheter for å jobbe når han ville. Han likte også tanken på friheten til nå ukjente høyder med tanke på økonomisk og personlig vekst.

Entreprenør 4 så for seg muligheten til å være sin egen sjef og bestemme sin egen arbeidsdag. Dette tolker vi som positive holdninger.

Entreprenør 5 hadde en positiv holdning på grunn av hennes verdier og interesseområder. Hun så for seg å skape noe nytt og positivt for befolkningen i byen.

Kolvereids undersøkelse

Vi fant også likheter med Kolvereids undersøkelse fra 1995 der de viktigste grunnene for at de ville være selvstendig næringsdrivende og motsatt de viktigste grunnene for å velge å være ansatt kom frem (Kolvereid og Thune-Holm, 2002). Vi vil trekke fram noen eksempler på det vi fant:

- I intervju med entreprenør 3, gav han sterkt uttrykk for at hans største grunn for å være selvstendig næringsdrivende var frihet. Noe som stemmer med Kolvereids (2002) undersøkelse.
- Entreprenør 5 nevnte selvrealisering i fordelen med å være selvstendig næringsdrivende. *"Det å kjenne at man har tatt et valgt, at man har jobbet mot et mål og ser positive konsekvenser av dette er fordelen"*
- Entreprenør 1 gav tydelig uttrykk for sin mening i å nevne fordelene med å være ansatt: *"Man får jo ei fast lønn inn på kontoen hver måned", den økonomiske tryggheten er helt ulik selvstendig næringsdrivende. "Ok, nå går jeg bort i fra en tilværelse der jeg står opp kl. 08 og kan være ferdig kl. 16, og jeg får X-antall tusen inn på kontoen hver måned. Hvis du går over til å være gründer, kan kun være sikker på én ting, og det er at du står opp kl. 07.00 om morgenen. Du vet aldri når du legger deg, og du vet aldri om du har noe på kontoen når måneden er over". Dette samsvarer med undersøkelsen der sikkerhet var rangert øverst i grunnene for å være ansatt foran selvstendig næringsdrivende. Han gav også uttrykk for ulempene ved å være entreprenør: "Hvis du går over til å være gründer, kan kun være sikker på én ting, og det er at du står opp kl. 07.00 om morgenen. Du vet aldri når du legger deg, og du vet aldri om du har noe på kontoen når måneden er over".*
- Entreprenør 4 mente at den fremste fordelen med å være selvstendig næringsdrivende er fleksibel arbeidstid. Dette kan sies å samsvare med det som Kolvereid (2002) fant i sin undersøkelse, nemlig frihet.

Vi ser dermed noen likheter med våre entreprenører og Kolvereids undersøkelse fra 1995. Det fremkommer at frihet er den største grunnen til å velge en retning som entreprenør, og at dette er videre etterfulgt av utfordring, autoritet og selvrealisering. Dette er med på å gi et bilde av hvilke verdier våre entreprenører har sett for seg, og føler de innehar. Dette er noe som kan

være med på å vise motivasjonen til entreprenørene, og grunnene til at de valgte en entreprenøriell vei i stedet for å være ansatt.

5.3.2 Subjektive normer

Det andre som Ajzen (1991) beskriver er hvordan subjektive normer påvirker personens intensjon. Dette handler eksempelvis om hva entreprenørens nærmeste slektninger mente om å starte egen bedrift, og i hvor stor grad entreprenøren lot seg påvirke av dette. Dette tok vi også hensyn til i utformingen av intervjuguiden. Her brukte vi spørsmål som: *”Har du noen slektninger som har startet en egen bedrift?”*

Dette kom veldig tydelig fram i intervjuet med entreprenør 5. Hun var veldig godt knyttet til sin far, og hadde et godt forhold til han. Da hun spurte han om dette var noe hun burde gjøre, fikk hun støtte og anbefalinger om å gjøre dette. Dette hadde stor innvirkning på henne, ettersom faren hennes var syk og dette var et av hans siste ønsker for henne. Som Kolvereid & Isaksen (2006) sier, er de subjektive normene sterk korrelert til å starte for seg selv, og at dette er et eksempel på akkurat dette. Hun fikk også mye støtte fra familien sin, blant annet fra sin ektemann og barna deres. Hun er et familiemenneske, og mente det var en forutsetning å ha dem med seg i veien mot å drive en egen bedrift.

Entreprenør 1 var også preget av subjektive normer. Begge hans foreldre er entreprenører, og det samme gjelder besteforeldrene. Han har også en onkel som er selvstendig næringsdrivende i dag. De subjektive normer kan dermed hatt stor betydning og innvirket i stor grad inn på intensjonen hans.

Dette gjelder også entreprenør 2, men på en annen måte. Hans far og startet firmaet sammen med svogeren fra grunnen av. Entreprenør 2 gikk først inn i bedriften som ansatt, og tok senere over driften som daglig leder. Hans subjektive normer antas derfor å være sterke, ettersom han fikk et tilbud om å overta en allerede oppstartet bedrift som han allerede hadde kjennskap til. Det antas også at han fikk erfare holdninger fra sin nærmeste familie, ettersom dette var en familiebedrift.

Vi vil også trekke fram entreprenør 3 som et annet eksempel på subjektive normer. Han hadde imidlertid ikke fått mange synspunkter om å starte opp egen bedrift, men hadde allerede en dårlig erfaring fra entreprenørskap, ettersom faren hans hadde gjort et forsøk på dette uten å lykkes. Dette skapte en motvilje mot å prøve dette selv. Denne motviljen svekket imidlertid ikke intensjonen nok.

5.3.3 Oppfattet kontroll

Ajzens (1991) tredje og siste dimensjon er oppfattet kontroll. Dette kan deles i to ulike dimensjoner, og dette er *mestringsforventning* og *opplevd kontroll over atferd*.

Mestringsforventning, er hva entreprenøren tror om seg selv, uten å se på ferdigheter eller hva andre tror om han eller henne (Kolvereid og Thune-Holm, 2002). *Opplevd kontroll over atferd* blir det som entreprenøren virkelig opplever som kontroll. Entreprenøren har selvtillit nok til å ta egne avgjørelser. Hvordan så entreprenørene for seg en tilværelse som selvstendig næringsdrivende? Hvilken evne så de for seg å besitte? Dette kunne være med på å skape et bilde om hvordan kontrollen har vært i forhold til det som var forventet. Disse spørsmålene hadde vi imidlertid ikke med i intervjuguiden, slik at vi ikke har fått konkrete svar på dette. Vi har imidlertid funnet ulike personlighetstyper som vi mener kan ha innvirkning på oppfattet kontroll. Dette gjaldt i entreprenør 2,3 og 5, der alle kunne oppfattes som selvsikker.

Vi vet imidlertid at ulike oppfatninger av kontroll skaper ulike påvirkninger grader av intensjon. Hvis kontrollen blir oppfattet i som positiv, fører dette til en sterkere intensjon og dermed til en atferd. Hvis kontrollen oppleves som negativ, kan resultatet bli at intensjonen ikke blir sterk nok og entreprenøren gir opp sin drøm.” *Jeg blir sliten og trøtt, og til tider, ekstremt lei, for å si det mildt, men man støter på problemer stadig vekk, og man tenker over at det har vært mye lettere å gå til NAV og si at man vil ha en 8 til 16 jobb, men så går det ei stund der man søker etter løsninger, så overkommer man den hindringen. Slik går dagene...*”

– Entreprenør 1

5.3.4 Oppsummering

Ajzen (1991) beskriver en modell som skal forklare en atferd og som kan brukes innenfor mange bransjer. Entreprenørens motivasjon er i stor grad påvirket av blant annet holdninger, og desto sterkere korrelasjon mellom holdninger og intensjoner, desto mer påvirker dette atferden.

Modellen gir et budskap om motivasjon, og det er derfor vi mener den er interessant for vår oppgave. Den gir et godt bilde på hvordan entreprenørene tenkte da de tok ”steget”. Vi har nå gått igjennom ulike eksempler på hva Ajzen (1991) mente lå bak intensjonen til atferd, og sett viktigheten av hver enkelt faktor. Vi vil videre oppsummere resultatene fra teorien i kapittel 5, tabell 3.

5.4 Analyse av push- og pullfaktorer

Som vi forklarte i litteraturdelen av oppgaven dreier push- og pullfaktorer seg om faktorer som påvirker individer til å velge å ta steget til å bli selvstendig. Disse pushfaktorene kan være *negative motivasjoner* (Segal et al. 2005) slik som arbeidsledighet, sykdom eller rett og slett ren misnøye med nåværende arbeidssituasjon. Og i motsatt tilfelle har vi *forlokkende* motivasjoner, eller pullfaktorer slik som personlig velstand, skape sin egen arbeidsplass og uavhengighet. Ut ifra selve intervjuet, da med tanke på de transkriberte intervjuene og beretningen om hver av entreprenørene har vi hentet det vi mener er push- og pullfaktorene for entreprenørene. Vi vil først se på hver enkelt entreprenør i sammenheng med disse faktorene, for så å lage en samlet oversikt til slutt.

5.4.1 Pushfaktorer

Entreprenør 1

Vårt første intervju gav oss en entreprenør som hadde bred erfaring som ansatt. Han hadde gjennom mange år i forskjellige jobber utviklet en generell misnøye. Han fortalte at han trivdes veldig godt i de jobbene han hadde hatt, men at det alltid var småting som plaget han. Som nevnt i *den entreprenørielle prosess*, følte han seg ikke som en del av organisasjonen, og fikk ikke gjort ting på sin måte.

Han opplevde også å bli plaget av alvorlig sykdom mens han studerte og jobbet. Denne sykdommen holdt han på sidelinjen i nesten et år, og han brukte denne tiden på å reflektere over fremtiden som på det tidspunktet enda var usikkert. Han hadde lite å gjøre som sykemeldt og begynte derfor å sysle med ideen som han tidligere hadde kommet på. Etter hvert kom tanken om at han kanskje måtte skape sin egen arbeidsplass for å kunne jobbe med noe. Etter en periode ble han frisk og på det tidspunktet fikk han tilbudet om en sluttpakke fra jobben, eller måtte han flytte.

Entreprenør 2

Entreprenør 2 tok over farens eksisterende bedrift og bidro til markant vekst. Han forteller at han var misfornøyd med flere ting som ansatt. Disse dreide seg i hovedsak om mangelen på karrieremuligheter.

Han fortalte også at han på en måte ble tvunget til å slutte i bank under nedgangstidene på slutten av 1980-tallet. Dette var også et resultat av førstnevnte pushfaktor, begrensede karrieremuligheter.

Et annet viktig moment er at han forteller oss at han på grunn av mye reising lengtet hjem til kone og barn. For at han skulle tilbringe mer tid hjemme måtte han velge en jobb hos sin far.

Entreprenør 3

Vår tredje entreprenør har i likhet med entreprenør 2 også opplevd å se de begrensede karrieremulighetene i å være ansatt hos noen. Han følte seg utilpass som ansatt pga. at han ikke fikk utløp for alle sine ambisjoner og gjort ting på sin egen måte. Han gav tydelig uttrykk for en slik holdning, og at han ikke følte seg tilpass i en vanlig jobb. *”Jeg tror jeg må være verdens verste ansatt”* Han forklarte dette med at han alltid følte et ”tak” som var over han, og dette var begrensningene hans for hvor langt han kunne nå i den jobben. *”Det viktigste for meg er at jeg ikke har noe fast tak, slik at jeg ikke kan komme meg videre. Det er drømmen om at din verden kan bli så stor som du selv gjør den til. Det er friheten i tankene som er det viktigste.”* Dette ser vi på som et klassisk tegn på at han opplever et misnøye ved å være ansatt.

Et annet misnøye ved å være ansatt mener han er at belønningssystemet i de jobbene han hadde som ansatt, ikke passet det han hadde forestilt seg som det optimale, nemlig provisjonsarbeid. Dette var fordi at han ikke alltid følte at han fikk betalt tilsvarende innsatsen han la i arbeidene. Han ville vite at hvis han skal gi alt av energi og tid til noe, så skulle det betale han *mer* enn det som sto på arbeidskontrakten. Han verdsatte friheten og det og ikke å ha begrensninger for hvor langt han kunne nå. Det viktigste var å ikke ha noe ”tak” for hvor godt han kunne gjøre det. Dette var en del av drømmen, og hans måte å kunne gjøre ting på.

”Det at man vet når man går hjem om dagen, at det er ikke bare om å ha gjort sine 7-8 timer arbeid, og få x antall kr for å ha gjort jobben, men når jeg går hjem, vet jeg at jeg er ett steg nærmere drømmen. Jeg har gjort det jeg må gjøre denne dagen for å få prosjektet videre.”

”Det er utrolig deilig å vite at man kan jobbe når man vil, og så hardt man vil, og vite at det ikke finnes begrensninger, det er kun opp til deg selv”

Entreprenør 4

Vår fjerde entreprenør forteller også om et misnøye i sine tidligere jobber. Dette dreide seg om mangelen på økonomiske midler, uinteressante jobber og til tider ugunstige arbeidstider.

Entreprenør 5

Som entreprenør 1, har også entreprenør 5 trivdes i de jobbene hun har hatt. Men ettersom at hun har vært plaget med kroniske lidelser siden ung alder, har hun opplevd å være ansatt i jobber hun ikke passet inn i. Dette bidro til at hun måtte skifte jobb og tilrettelegge seg etter det som passet sykdommen. Hun kunne ikke ha en stillesittende jobb, og måtte derfor velge yrke og jobb med omhu, med tanke på sykdommen. *”Jeg kan ikke holde på med dette hver dag, kan ikke knekke meg opp hver gang etter jobb. Og jeg avskyr å være sykemeldt!”* Dette førte til en push-faktor der hun ble tvunget til å gjøre noe annet, og det ble entreprenørskap. Dette gav henne en mulighet til å være aktiv på den måten hun ønsket, og hun kunne derfor leve med sykdommen samtidig som hun hadde et aktivt yrkesliv.

5.4.2 Pullfaktorer

Entreprenør 1

Når det gjelder pullfaktorer har entreprenør 1 fortalt oss at disse var til å begynne med økonomisk gevinst, det å kunne styre sin egen arbeidsdag, jobbe med noe som er en hobby og ikke minst det å skape et trivelig og bra arbeidsmiljø. Det kommer også fram av intervjuet at han anså det som en dytt i ryggen at hans familie gav han den støtten han trengte til å gjennomføre hele prosessen. En annen pullfaktor er at han oppdaget et marked for auksjon på Internett, og fikk ambisjoner om å kunne ta markedsandeler fra en stor og enerådende konkurrent. Dette ser vi som en økonomisk motivasjon. Han ble dermed fristet til å starte sin egen bedrift. Sluttpakken ble oppfattet som en pullfaktor, ettersom han kunne bruke tid og penger på den nye tilværelsen sin, som entreprenør.

Entreprenør 2

(Intervjuet med entreprenør 2 viste seg å by på en del problemer for hva angår tolkning av samtalene. En del av spørsmålene lot seg ikke besvare direkte, men vi har ved hjelp av mye lytting til digitale opptak og transkribering funnet noen pullfaktorer.) Han lot seg tiltrekke av anerkjennelse, det å oppnå noe, å skape noe og ikke minst ansvaret som fulgte med dette.

Entreprenør 3

Entreprenør 3 hadde mange faktorer som vi tolker som pullfaktorer. De mest markante var drømmen om den økonomiske gevinsten, det å være sin egen sjef, å få jobbe med noe av interesse og friheten med tanke på arbeidstid og i sinnet for øvrig. Han mener også at den personlige utviklingen og det ansvaret dette innebar, var noe han verdsatte som entreprenør.

Entreprenør 4

Den fjerde entreprenøren var helt klar i sin tale da han forklarte at de potensielle økonomiske gevinstene en ny etablering innebar var et stort trekkplaster for han. Som hans partner har også entreprenør 4 blitt dratt mot entreprenørskap av ønsket om å være sin egen sjef, den fleksible arbeidstiden og det å få jobbe med noe som er en hobby og interesserer han. Foruten disse var en av de viktigste pullfaktorene til entreprenør 4 at han ville skape et morsomt og trivelig arbeidsmiljø.

Vi vil også trekke fram at han ikke hadde nok vilje eller ressurser til å begynne ideen selv, og at han først når hans partner viste sin interesse og gjorde sitt inntog, virkelig begynte å jobbe med prosessen. Dermed vil vi påstå at hans partner på mange måter har vært en drivkraft og en katalysator for entreprenør 4 sitt valg mot entreprenørskap.

Entreprenør 5

Entreprenør 5 forteller at hun aller helst ønsket å jobbe med noe som kombinerte hennes egenskaper og hennes interesser. Hun forteller også at gjennom hennes oppvekst har hun alltid hatt et behov for å prestere. At hun hadde et behov for å vise seg selv og andre hva hun duger til. Anerkjennelse blir dermed på mange måter en pullfaktor. Det å rett og slett oppnå noe.

Et annet moment er at hun som plaget med kronisk sykdom og har erfart at det manglet mange tilbud til henne. Etersom hun selv hadde vært syk og følt hvordan dette var, ville hun gi andre noe hun selv ikke fikk tilbud om. Hun følte at ingen hadde et tilbud slik som hun ønsket det, og hun ville *”gi noe jeg følte at jeg ikke hadde fått.”* og dette var hennes viktigste årsak til å starte bedriften. Hun ville at *”kundene skal kunne komme en plass der man kunne gå med de problemene man har og folk tør og tar seg tid til å spørre spørsmål om hvorfor tror du det er sann? – hva er det du ønsker? – hva tror du må til for at du skal bli bedre?”*

Dette var dermed et pull til entreprenørskap og at hun kunne se potensialet til å skape noe for andre.

Også her vil vi få frem at hennes familie på mange måter var en drivkraft i seg selv, blant annet ved at en alvorlig syk far ønsket veldig at hun skulle virkeliggjøre ideen sin.

Hennes partner blir også som i entreprenør 4 sitt tilfelle, beskrevet som en katalysator for at hun virkelig satte i gang prosessen.

5.4.3 Oppsummering

Ved å kategorisere de enkelte push- og pullfaktorene kan vi se hvor mange av entreprenørene som deler de samme faktorene. I tabellen har vi også valgt å ta med noen av de individuelle faktorene som enkelte av entreprenørene ikke deler med andre.

Pushfaktorer

Tabell 1: Pushfaktorer

<u>FAKTOR</u>	<u>ENTREPRENØR</u>
Sykdom	#1,5
Få karrieremuligheter	#2,3
Dårlig inntekt	#3,4
Generell misnøye som ansatt	#1
Kjedelig jobb	#4
Ugunstig arbeidstid	#4
Ønske om mer tid til familie	#2
Nedgangstider gjorde jobben lite attraktiv	#2

Pullfaktorer

Tabell 2: Pullfaktorer

<u>FAKTOR</u>	<u>ENTREPRENØR</u>
Holde på med noe en liker	#1,3,4,5
Styre sin egen arbeidsdag	#1,3,4
Økonomisk gevinst	#1,3,4

Å være sin egen sjef	#3,4
Skape sitt eget arbeidsmiljø	#1,4
Ansvar	#2,3
Anerkjennelse	#2,5
Støtte fra familien	#1,5
Støtte fra partner	#4,5
Gjøre hverdagen bedre for andre	#5
Personlig utvikling	#3
Personlig frihet	#3

Som vi kan se av tabellene over er det betraktelig flere pullfaktorer enn pushfaktorer. En forklaring til dette kan være at arbeidskårene i de fleste norske arbeidsplasser er gode. Vi har en arbeidsmiljølov som sikrer gode arbeidskår og et lønningsnivå som er høyt sammenlignet med de aller fleste land (Kolvereid, 2006). Det kan tenkes at det rett og slett er for få kritikkverdige forhold sammenlignet med pullfaktorer. Samtidig er det som tidligere nevnt i litteraturkapittelet nødt til å ligge en viss grunnleggende underliggende misnøye tilstede for at en person skal ville velge en tilværelse fremfor en annen. Hadde tilværelsen som ansatt vært ”perfekt” ville ikke et karriereskifte gitt personen merverdi. For at en ansatt skal skifte karriere må det altså finnes noe som gjør det verdt å risikere en ”sikker” tilværelse fremfor en annen.

Av pushfaktorene er det kun tre av dem som går igjen hos flere av entreprenørene og disse er sykdom, få karrieremuligheter og for dårlig inntekt.

Blant pullfaktorene ser vi tendenser til en mer klassisk inndeling (Wickham, 2006). Mange av de kjente pullfaktorene slik som å holde på med noe som interesserer en, økonomisk gevinst og fleksibel arbeidstid er de som går igjen hyppigst blant våre informanter. Hvis vi rangerer resultatene etter frekvens, og ser på hvilken grunner som ble nevnt oftest, ser vi at pullfaktoren ”å holde på med noe man liker” forekommer hyppigst og er dermed den viktigste pullfaktoren. Samtidig ser vi at grunnene ”styre sin egen hverdag” og ”økonomisk gevinst” er også meget viktige.

5.6 Oppsummeringstabell

For å få en oversikt over entreprenørene og alle de områdene vi nå har vært igjennom, har vi utarbeidet en oppsummeringstabell. Den tar for seg konkrete faktaopplysninger og er med på å summere opp våre analytiske funn (tabellen leses vannrett). Da kan vi lettere lokalisere forskjeller, eller se likheter. Den fungerer også som en innledning til vårt avslutningskapittel.

5.6.1 Kommentarer til tabellen

- Vi har skilt dataene fra hverandre, og brukt beretningsanalysen til å hente ut informasjon om hver enkelt. I modellen har vi imidlertid brukt temabasert analyse, der vi ser på innholdet i datamaterialet og sorterer dataene etter de ulike temaene. Vi lager med andre ord et system på dataene (Hive, ukjent årstall). Dette er i all hovedsak for å oppsummere dataene.
- Det var en utfordring å samle data fra entreprenør 2. Dette var en kombinasjon av dårlig intervjuetknikk og et svært aktivt intervjuobjekt.
- Tabellen står i kronologisk rekkefølge som samsvarer med resten av oppgaven.

Tabell 3: Oppsummeringstabell

Entreprenør #	1	2	3	4	5
Type Entreprenør	Seriell	Seriell	Seriell	Novise	Seriell
Kjønn	Mann	Mann	Mann	Mann	Kvinne
Alder	33 år	43 år	25 år	25 år	37 år
Skolegang	*Grunnskole *Videregående-skole *Ikke fullført høyere utdanning	*Grunnskole *Videregående-skole *Høyere utdanning	*Grunnskole *Videregående-skole *Ikke fullført høyere utdanning	*Grunnskole *Videregående-skole	*Grunnskole *Videregående-skole *Høyere utdanning
Jobberfaring	*Salg og support *Selger *Drevet med kjøp og salg via internett *Kurs og konferanse *Eget konsulent-	*Jobbet i bank *Drev hotell og nattklubb *Mye nattarbeid *Jobbet hos sin far i bedriften *Igjen	*Ansatt i flere butikker *Daglig leder for telebutikk *Vært daglig leder (og eide) et callsenter	*Jobbet som telefon-selger *Jobbet som selger i butikk *Jobbet i butikk *Drevet med kjøp og salg	*Jobbet mye med salg *Jobbet i butikk *Jobbet i bank *Daglig leder for trenings-studio

	firma *Webutvikler	tilbake i "bedriften"		via internett	*Spisested og café *Jobbet i radio *Var med på å starte opp et kurs og konferanse- senter
Noen i nærmeste familie har hatt egen virksomhet?	ja	ja	ja	nei	Ja
Andre slektninger eller venner som har egen virksomhet?	ja	ja	(ja)	ja	ja
Entreprenør ens viktigste motivasjons- faktorer (før oppstart)	*Økonomisk gevinst *Å skape et kult og bra arbeidsmiljø *Å skape egen arbeidsplass *Styre sin egen arbeidsdag	(Ingen funn)	* Å bli lønnet etter innsats *Å ikke ha noen begrensning- er	*Penger *Å skape sitt eget arbeidsmiljø	*Støtte fra hele familien *Å kunne gi andre noe hun ikke fikk *Å gi byen og folket noe bra
Entreprenør ens viktigste motivasjons- faktorer (i dag)	*Jobbe med andre kreative mennesker *Å jobbe med den kreative prosessen	*De økonomiske *Å skape noe *Å jobbe med noe som interesserer *Alt som gjør at bedriften går rundt (Lønn til ansatte, prosesser m.m) *(motivasjon en er ikke så jomfruelig nå som den var før)	*Å jobbe med det kreative *Drømmen om frihet og å være sin egen herre *De samme som før, bare sterkere	*Å jobbe med det kreative * Å skape sitt eget arbeidsmiljø (nr.2) *Fleksibel arbeidstid (nr.3) *Penger (nr.1) *Å lære noe nytt hele tiden *Å mestre nye utfordringer *At det er morsomt	*Utvikling av konseptet (kreative fasen) *Å drifte og skape resultater *Å jobbe mot målet *Å se at de ansatte trives

Entreprenør ens viktigste motivasjons- faktorer, i forb. med andre etableringer	*Økonomisk e	(Ingen funn)	*De samme som nå, bare svakere	(Ingen funn)	(Ingen funn)
Noen gang planlagt å starte egen virksomhet? (intensjon =motivasjon)	*Ja Etter at han ble syk ble det til en intensjon, men ideen kom før	*nei	*Ja Har alltid hatt et ønske om å starte sin egen virksomhet	*Ja Har lenge hatt lyst til å starte med noe	*Ja Har lenge hatt lyst til å starte noe for seg selv
Hva var drømme- jobben som barn?	*(Holdt mye på med data)	*Ingen	*Å holde på med det han interesserte seg for	*Å bli musiker *Å bli sin egen sjef	*Lege *Lærer
Entrepren. Prosess (spesielle funn)	*Personlig motivasjon	(Ingen funn)	*Personlig motivasjon	*Personlig motivasjon	*Sosial motivasjon
Miljø- faktorer	*Entreprenør skapsfamilie *Misnøye i jobben	*Barn- dommen formet han, naturlig leder som ung *Mye jobberfaring	*Vokste opp i en liten bygd *Ville ikke følge strømmen, og ville gjøre noe annet enn resten av bygda	*Påvirket av en entreprenørie ll venn *Dårlig erfaring med "vanlige" jobber	*Entreprenør skapsfamilie *Behov for å prestere *Mye jobberfaring, også fra entreprenør- skap
Teorien om planlagt atferd	*Positiv holdning *Påvirkning av subjektive normer	*Påvirkning av subjektive normer *Oppfattet kontroll	*Positiv holdning *Påvirkning av subjektive normer *Oppfattet kontroll	*Positiv holdning	*Positiv holdning *Påvirkning av subjektive normer *Oppfattet kontroll
Pushfaktorer	*Generell Misnøye i tidligere jobber *Sykdom *Mistet jobben – måtte i så fall	*Mangelen på karriere- muligheter *Nedgangsti- der gjorde at han ville ut av daværende	*Få karriere- muligheter *Misnøye med belønnings- systemet i vanlige jobber	*Dårlig lønn *Kjedelig arbeid *Ugunstige arbeidstider *Begrenset økonomisk handlefrihet i	*Sykdom tvang henne til å skifte jobb for å kunne ha en yrkesaktiv karriere *Vil se

	flytte for å fortsette i den	jobb *Ønsket å reise mindre og være mer sammen med familien	*Anser seg selv som verdens verste ansatte	disse jobbene	resultater umiddelbart (rastløs)
Pullfaktorer	*Økonomisk gevinst *Drøm om å styre sin egen arbeidsdag *Å jobbe med hobby *Å skape et kult og bra arbeidsmiljø *Støtte fra familien	*Anerkjenne lse *Ansvar	*Potensielle økonomiske gevinsten *Å være sin egen sjef *Fleksibel arbeidstid *Å jobbe med noe innenfor interessene *Ønske om å oppnå noe *Ansvar *Personlig utvikling *Personlig frihet	*Økonomisk gevinst *Å være sin egen sjef *Fleksibel arbeidstid *Å jobbe med noe man har lyst til, interesse og hobby *Å skape et morsomt og trivelig arbeidsmiljø *Partneren	*Å holde på med noe hun liker og har interesse for *Anerkjenne lse *Behov for å prestere, å vise andre og seg selv at hun duger og er flink -> prestere, å oppnå noe *Støtte fra familien *Partneren *Å skape noe et tilbud som hun selv aldri fikk
Har forventningene til det å være selvstendig blitt innfridd?	Ja og nei	(Ingen funn)	Ja x 10	Ja (Hadde få)	Ja (Hadde få)
Hva har innfridd?	*Klarte å skape sin egen arbeidsplass	(Ingen funn)	*Friheten *Ansvar *Læringsprosessen	(Ingen funn)	*Forventningene til meg selv *Partneren har innfridd *De ansatte *Eierne (investorene) *Tilfredsheten til kundene
Hva har ikke innfridd?	*Hadde aldri trodd at det skulle være så mye arbeid	(Ingen funn)	*De økonomiske forventningene	(Ingen funn)	*Arbeidsmengden er mye større *At mange ikke ser hva

					de har oppnådd
--	--	--	--	--	-------------------

Tabellen gir et overblikk av våre funn sammen med aktuell teori. Vi ser noen sammenhenger og likheter mellom noen av entreprenørene, og dette vil vi kommentere videre i neste kapittel. Her vil vi gi oppgaven en avslutning, og forsøke å svare på problemstillingen vår på best mulig måte.

6. Avslutning

I dette kapitlet vil vi oppsummere viktige funn fra våre resultater. I kapittel 6.1 vil vi knytte dette opp mot teori og besvare problemstillingen på best mulig måte. Vi vil videre i 6.2 gi forslag til videre forskning. Vi avslutter kapitlet med å gi en evaluering av oppgaven i 6.3.

6.1 Konklusjon

Alle våre entreprenører har valgt å ta steget fra å være ansatt til å starte sin egen bedrift. De har alle blitt motivert av *noe*. Men *hva?* Og *hvorfor?* Vi ville finne svar på problemstillingen: *”hva påvirker og motiverer personer til å velge å bli entreprenører på heltid fremfor å være ansatt?”*.

Vi fant ut at entreprenørene er motivert av mange årsaker og at dette i hovedsak er bestemt av bakgrunnen til hver enkelt. Vi har sett at entreprenørene har en livshistorie som har gitt dem hver sin vei til entreprenørskap. De har alle fortalt oss hva som motiverte dem til å begynne med sin egen virksomhet. Vi har kategorisert denne motivasjonen og sett at det finnes holdninger, subjektive normer og følelse av mestring (oppfattet kontroll) som sammen danner grunnlaget for motivasjonen og intensjonen om å starte sin egen virksomhet (Ajzen, 1991). Vi har også kategorisert denne motivasjonen ved hjelp av push- og pullfaktorer. I tillegg til disse to tilnærmingene har vi analysert bakgrunnen til hver entreprenør. Gjennom fem intervju med entreprenører og i utarbeidelsen av denne oppgaven har vi innsett betydningen av dette.

Det er bakgrunnen til hver enkelt som har gjort hver av dem til det individet de er. Det er denne individuelle sammensetningen av opplevelser, hendelser og inntrykk som har formet de fem forskjellige personlighetene vi har intervjuet. Det er bakgrunnen vår som avgjør hvilken holdning vi har til noe. Den samme bakgrunnen er årsaken til våre subjektive normer og ikke minst hvilken oppfattet kontroll vi har. Bakgrunnen vår er årsaken til at vi lar oss friste eller blir nødt til å velge entreprenørskap. Vi har funnet mange av byggesteinene som utgjør entreprenørenes bakgrunn. Ved å se på oppveksten, skolegangen, jobberfaringen og etableringsbakgrunn føler vi at vi har klart å kartlegge en god del av de faktorene som til sammen danner entreprenørenes bakgrunn.

De som hadde vokst opp i en entreprenøriell familie hadde erfart mange gode ting forbundet med entreprenørskap og hadde tatt dette med seg videre i livet. Vi fant også ut at yrkeserfaringer virkelig dannet grunnlaget for den generelle misnøyen de fleste av entreprenørene våre følte. Vi fant ingen spesiell sammenheng mellom skolegang, utdanning og entreprenørskap foruten at tre av fire av våre serielle entreprenører hadde enten påbegynt eller fullført høyere utdanning. Vi befinner oss altså til venstre i modellen vår, og ser at bakgrunnen er utgangspunktet for resten av modellen. Vi beveger videre til høyre i modellen og finner push- og pullfaktorer.

Alle våre entreprenører ser ut til å ha valgt entreprenørskap på bakgrunn av flere pullfaktorer enn pushfaktorer. Det handler om at de har lyst til å jobbe med noe som gir dem noe mer enn kun et arbeid som gir dem en inntekt. De har ytret at de ønsket å skape sitt eget arbeidsmiljø, styre sin egen arbeidsdag, at de ville jobbe med noe som interesserte dem og i tillegg tjene mer penger enn de gjorde som ansatte. Disse pullfaktorene og flere ser ut til å være dominant i våre entreprenørers valg. Tre av våre entreprenører hadde også sterke pushfaktorer som sammen med pullfaktorer tvang dem til å skifte karriere. Disse pushfaktorene var sykdomsrelaterte, lønnsrelaterte og som resultat av karrierebegrensninger.

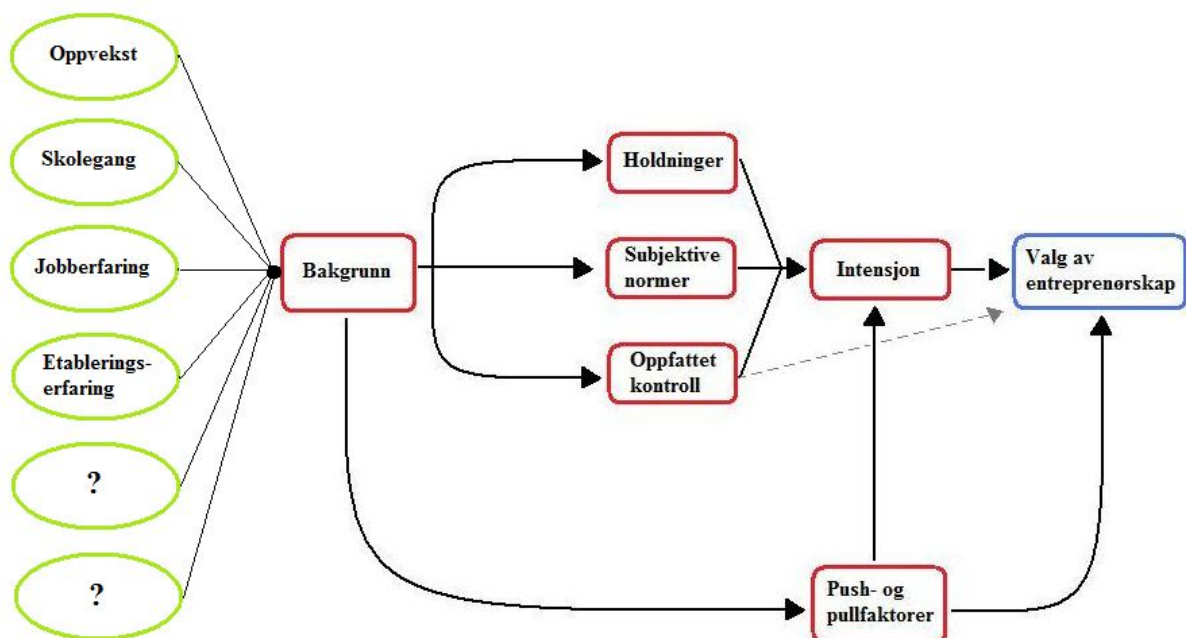
Det siste som gjenstår i modellen vår, er Ajzens modell (1991) om planlagt atferd. Denne gav oss et innblikk i hva som påvirket intensjonene, og hva som førte til atferden. Vi fant at holdninger, subjektive normer og oppfattet kontroll påvirket entreprenørene våre på individuelle måter. Holdningene var i stor grad positive og dette fant vi hos alle entreprenørene bortsett fra entreprenør 2. Vi fant også likheter med Kolvereids undersøkelse fra 1995 angående holdningene til entreprenørskap i forhold til å være ansatt. Entreprenør 1, 2, 3 og 5 var påvirket av subjektive normer. Vi fant imidlertid ingen betydelige funn med tanke oppfattet kontroll.

Vi mener at disse teoriene og våre resultater har gitt oss et godt grunnlag for å besvare problemstillingen vår. Vi velger å avslutte dette delkapitlet med et sitat fra entreprenør 5, som vi sier oss enige i:

”Jeg tror motivasjonen henger sammen med hvordan livshistorien til hver enkelt er. Hva de har opplevd og så videre.”

6.2 Forslag til videre forskning

Vi føler at det er en del ”løse tråder” i avdukingen av bakgrunnen til entreprenørene våre. Selv om vi har funnet flere hendelser og erfaringer som har skapt den motivasjonen som entreprenørene har fortalt oss, erkjenner vi at det er vanskelig å kartlegge ”et helt liv”. Vi føler at bakgrunnen til entreprenørene er såpass viktig i påvirkningen av den entreprenørielle motivasjonen at vi har laget en ny forskningsmodell basert på den forskningsmodellen vi laget i kapittel 2. I den nye forskningsmodellen vår har vi valgt å fokusere enda mer på bakgrunnen til entreprenørene. Vi ønsker med denne forskningsmodellen å kartlegge så mange som mulig av ”hendelsene” i entreprenørens bakgrunn, for lettere å finne det fullstendige svaret på vår problemstilling.



Figur 6: Ny forskningsmodell

Spørsmålstejnene i modellen indikerer de faktorene vi ikke har sett på, og danner dermed grunnlaget for videre forskning.

Vi tror at det vil være av stor interesse å se på entreprenøriell motivasjon i sammenheng med entreprenørens prestasjoner. I forbindelse med litteraturgjennomgangen fant vi teorier på dette området og det virket svært interessant å se nærmere på. Dette falt imidlertid utenfor vår problemstilling.

Vi ser styrkene ved å utføre en større kvantitativ undersøkelse. Det hadde vært av stor interesse å utføre en kvantitativ undersøkelse som har som formål å finne sammenhengene

mellom de forskjellige bakgrunnskategoriene og modellen om planlagt atferd. For eksempel ville det vært interessant å finne korrelasjonen mellom det å vokse opp i en entreprenøriell familie og intensjonen om å starte sin egen bedrift.

Til slutt mener vi at det også kunne vært interessant å forske på effekten av informasjon eller opplæring av entreprenørskap i skolen. For eksempel effekten av Ungt Entreprenørskaps aktiviteter i skolen og faktisk etableringsatferd.

6.3 Egevaluering av oppgaven

Ved å intervjuer hver enkelt entreprenør og se nærmere på deres livshistorier, har vi funnet deres motivasjon og grunnlag for å starte bedrift. Gjennom vårt arbeid klarte vi å få svar på vår problemstilling, men vi fikk også svar på mer. I utgangspunktet laget vi en for bred intervjuguide. Dette medførte at vi fikk informasjon om mye mer enn forventet. Fra å omhandle "hva er motivasjonen" utviklet problemstillingen seg til den vi har i dag. Vi mener at resultatet ble bedre enn det ville blitt hvis vi hadde beholdt vår tidlige problemstilling. Vi fant ikke bare svar på hva motivasjonen var, men også hva som var bakgrunnen for denne motivasjonen.

6.3.1 Andre bemerkninger

Noe vi la merke til var at det virker som at de fleste entreprenørene liker den kreative fasen best, og vil helst jobbe med denne. Vi kunne imidlertid merke at hverdagen kun tillot daglige rutiner og gjøremål, slik at dette blir nedprioritert. Entreprenørskapen dør ut, og blir omgjort til en "ansattjobb" på det viset at det jobbes til faste tider, faste rutiner og gjøremål. Dette kan ha negativ innvirkning på entreprenøren og føre til at han eller hun mister motivasjonen etter hvert. Det er muligens veien de liker, og ikke nødvendigvis (men vanligvis) målet.

Vi vil også ta med et sitat som vi mener sier noe generelt om motivasjon innenfor entreprenørskap.

"Det er viktig å ha en ekte motivasjon. At man gjør det med hjertet. For hvis det ikke ligger verdier og kjerner bak det, og dette gjør at du ikke kan stå for hver eneste del av det du gjør og sier, så tror jeg ikke at man klarer å overleve." – Entreprenør 5

Litteraturliste

Ajzen, I., (1991). *The theory of planned behavior*. I Jensen J.I., Kolvereid L., Erikson T. (red.). (2006). *Perspektiver på entreprenørskap*, Høyskoleforlaget, Kristiansand. Side 25-38.

Blanchflower, D.G, Oswald, A. J., (1998). *What Makes an Entrepreneur?* Dartmouth College and Warwick University. Side 2.

Britannica Online (2008). Nettbasert oppslagsverk. Har søkt på følgende tema: *Human genetics, Motivation og Maslow*. Lastet ned den 03.04.08 fra:

- <http://search.eb.com/eb/article-50740> (Human genetics)
- <http://search.eb.com/eb/article-9108744> (Motivation)
- <http://search.eb.com/eb/article-9051264> (Maslow)

COTEC (2006). *Financing SME Growth – Adding European Value*. Commision of the European communities, Brussel. Lastet ned 03.03.08 fra:
http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/financing/docs/com2006_financing_sme_growth/Com2006_349_financing_sme_growth_annex2_en.pdf

Dorf, R.C, Byers, T. H., (2004). *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*. McGraw-Hill Professional.

Strandkleiv, O.I., Lindbäck, S.O. (2008). *Motivasjon*. Hentet fra :
<http://www.elevsiden.no/motivasjon/>.

Furneaux, B. (2005). *Teorien om planlagt atferd*. York University, York. Lastet ned 20.02.08 fra: <http://www.istheory.yorku.ca/theoryofplannedbehavior.htm>

Guba, E. G., Lincoln, Y.S., (1985). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications, Newbury Park. I Johannesen, A., Kristoffersen, L., Tufte, P.A., (2005). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Abstrakt forlag, Oslo.

Hive (ukjent årstall). *Kvalitativ undersøkelsesmetode*. Lastet ned 15.02.08 fra:
<http://66.102.9.104/search?q=cache:tGFczhWQo5QJ:www.hive.no/www-sa/fag/sos/SOS106/Forelesning%2520kvalitativ%2520dataanalyse.doc+analysemetode+kvalitative+intervjuer&hl=no&ct=clnk&cd=2&gl=no&client=firefox-a>

Jensen J.I., Kolvareid L., Erikson T. (red.). (2006). *Perspektiver på entreprenørskap*, Høyskoleforlaget, Kristiansand.

Johannesen, A., Kristoffersen, L., Tufte, P.A., (2005). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Abstrakt forlag, Oslo.

Kolvareid, L., (1996). *Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 20 (3): Side. 23 – 31. I Jensen J.I., Kolvareid L., Erikson T. (red.). (2006). *Perspektiver på entreprenørskap*, Høyskoleforlaget, Kristiansand.

Kolvareid L., (2006). *Potensielle entreprenører*. I Jensen J.I., Kolvareid L., Erikson T. (red.). (2006). *Perspektiver på entreprenørskap*, Høyskoleforlaget, Kristiansand.

Kolvareid, L., Isaksen, E. (2006). *New business start-up and subsequent entry into self-employment*. Journal of Business Venturing, 21, side. 866-885. I Jensen J.I., Kolvareid L., Erikson T. (red.). (2006). *Perspektiver på entreprenørskap*, Høyskoleforlaget, Kristiansand.

Kolvareid, L., Moen, (1997). *Entrepreneurship among business graduates: Does a major in entrepreneurship make a difference?* Journal of European Industrial Training, 21(4), side 154-160. I Kolvareid, L., Thune-Holm, A., (2002). *Grunderboken*. Cappelen Akademisk Forlag, Oslo.

Kolvareid, L., Thune-Holm, A., (2002). *Grunderboken*. Cappelen Akademisk Forlag, Oslo.

Maslow A.H., (1943). *A theory of human motivation*, psychological review 50, 360-396.

McAlear, M. (2007). *Anita Roddick*. University of St. Francis, Illinois. Lastet ned 05.04.08 fra:

<http://www.stfrancis.edu/ba/ghkickul/stuwebs/bbios/biograph/anita.htm>

Neergaard, H., Ulhøi, J.P. (2006). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. Lastet ned 01.03.08 fra: <http://www.google.no/books?id=MRbX7pc-PnUC&printsec=frontcover&lr=&hl=en&sig=E7WFCAamw3oMoYO9lkVzZ6Q8QQs>

Ordnett (2008). Nettbasert ordbok fra Kunnskapsforlaget. Lastet ned den 03.04.08 fra: <http://www.ordnett.no/ordbok.html>

Segal G., Borgia D., Schoenfeld J., (2005). *The motivation to become an entrepreneur*, Florida Gulf Coast University, College of Business, Fort Myers, Florida,

Store norske leksikon, 2008. *Aschehaug og Gyldensdals oppslagsverk på Internett*. Har søkt etter motivasjon. Lastet ned den 24.04.08 fra: <http://www.snl.no>.

Van schaik Publishers, (ukjent årstall). *Model for push og pull-faktorer*. Lastet ned den 15.02.08 fra: www.uwc.ac.za/EMS/man/MAN739/02.ppt. (Denne linken fungerer imidlertid ikke lenger)

Wickham, P.A. (2006). *Strategic entrepreneurship*. 4.utg. Essex: Prentice Hall, Financial Times, Harlow.

Wikipedia (2008). Har søkt på følgende tema: *behov, Abraham Maslow, Hierarchy of needs, Heredity, Arv og Miljø, Behaviorism, John William Atkinson*. Lastet ned den 04 – 14.04.08 fra: <http://no.wikipedia.org/wiki/Hovedside>

Yin, R. K.,(1994). *Case study research: Design and methods* (2nd ed.). Sage Publishing, Beverly Hills. I Johannesen, A., Kristoffersen, L., Tufte, P.A., (2005). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Abstrakt forlag, Oslo. Side 84-86.

Yin, R. K., (2003). *Case study research: design and methods*. Sage Publication, Thousand Oaks. I Johannesen, A., Kristoffersen, L., Tufte, P.A., (2005). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Abstrakt forlag, Oslo. Side 227.

Vedlegg:

Vedlegg 1 - Intervjuguide

Introduksjon

1. Presentere oss selv
2. Presentere undersøkelsen
3. Temaer under intervjuet
4. Varighet
5. Presisere anonymitet/konfidensialitet
6. Ok med båndopptaker?

Generelle spørsmål

1. Navn?
2. Alder?
3. Kjønn?
4. Kan du fortelle oss litt om bakgrunnen din?
5. Hvilke jobber har du hatt før "bedriften" ?
6. Kan du fortelle historien om "bedriften" ?
7. Har du vært med på andre etableringer enn "bedriften" ?

Faglige spørsmål

DEL1 – Barndom/oppvekst

1. Gjennom oppveksten din, kan du peke på "hendelser" som kan ha påvirket deg til å velge en karriere som selvstendig?
2. Hva var din drømmejobb som barn?
3. Hadde du planlagt å starte en bedrift en gang i livet?
4. Har du noen slektninger som har startet en egen bedrift?
5. Har du noen venner eller bekjente som har startet en egen bedrift?

DEL2 – Valget om å bli selvstendig

1. Hva motiverte deg da du tok valget om å starte for deg selv?
2. Hvis du skal peke på de viktigste årsakene til at du ville starte egen bedrift, hva ville de være?
3. (Hvis vært med på andre etableringer) Hva var da motivasjonen sammenlignet med denne gangen?
4. Hva anser du som de fremste fordelene med å være selvstendig?
5. Hva anser du som de fremste fordelene med å være ansatt?
6. Hva anser du som de fremste ulempene med å være selvstendig?
7. Hva anser du som de fremste ulempene med å være selvstendig?

DEL 3 – I dag -> Framover

1. Hva er det som motiverer deg i dag?
2. Hva er de viktigste motivasjonsfaktorene for deg i dag?
3. Har forventningene dine til å være entreprenør blitt innfridd? – På hvordan måte? Hva har ikke innfridd

EVALUERING

1. Er det noen ting som omhandler valget ditt om å bli entreprenør/grunder som du mener vi har glemt?
2. Hvordan synes du intervjuet har vært?
3. Kan du peke på gode/dårlige sider ved intervjuet?

Vedlegg 2

Denne e-posten ble sendt til entreprenør 1, 2, og 5.

Hei!

Vi er to studenter som går 3.året på HHB, og har spesialisering i "entreprenørskap og småbedriftsledelse". Vi har fått i oppgave å skrive en bacheloroppgave (avsluttende oppgave med omfang på ca. 70 - 80 sider og skal ferdigstilles den 22.mai), og i den forbindelse har vi valgt å gjøre ca. 5 kvalitative intervjuer av entreprenører i Bodø. Vi vil se nærmere på de viktigste faktorene til at entreprenører velger en karriere som selvstendig næringsdrivende fremfor å være ansatt. Vi vil sammenligne data med tidligere undersøkelser og vi vil forsøke å finne likheter og ulikheter for at personer velger den entreprenørielle veien. Vi vil derfor gå innom temaer som omhandler deg og bedriften din, hva som påvirket ditt valg av en karriere som selvstendig næringsdrivende, motivasjon bak valget og fordeler eller ulemper med entreprenørskap kontra en ansattjobb.

Intervjuet vil ha en varighet på ca. 45 min. og vil bli behandlet med konfidensialitet, og det vil være mulig å lese igjennom oppgaven når den er ferdigskrevet for å kunne gi tilbakemelding om uønsket informasjon eller opplysninger.

Vi er fleksible til å imøtekomme dine krav når det gjelder fastsetting av tid og sted, og ønsker derfor å høre når det eventuelt kunne passet for deg. Vi er imidlertid avhengige av at intervjuene gjennomføres så snart som mulig, og setter stor pris på en tilbakemelding om intervjuet lar seg gjøre, eller ikke.

Vi håper at dette kan høres interessant ut, og håper at vi kan få muligheten til å høre din historie bak valget av entreprenørskap.

Med vennlig hilsen

- Kent Ove Bang og Daniel Solstrand, entreprenørskapsstudenter ved HHB.