

Høgskolen i Innlandet

## Masteroppgave

*Millenniumsgenerasjonen – en undersøkelse av unge entreprenører*



av

Thea Skauge

Master i innovasjon – med spesialisering i ledelse og organisering  
Avdeling for økonomi – og organisasjonsfag  
Høgskolen i Innlandet  
Vår 2017

## **Forord**

Denne masteroppgaven er skrevet som en avsluttende del av studiet Master i innovasjon, med spesialisering i ledelse og organisering, ved Høgskolen i Innlandet.

I oppgaven har jeg valgt å skrive om entreprenører innenfor millenniumsgenerasjonen. Jeg ønsker å rette en stor takk til informantene som så gladelig ønsket å stille opp, og som lot meg intervju dem. Det har vært svært interessant å få høre deres historier, og ikke minst er jeg glad for at de ønsket å dele så mye med meg. Uten dem hadde ikke oppgaven blitt på langt nær så interessant.

Jeg vil også rette en stor takk til min veileder Randi Bredvold for god hjelp og gode samtaler gjennom denne tiden. I tillegg vil jeg takke min fantastiske klasse for to herlige år i Lillehammer, samt venner og familie som både har lest, kommentert og støttet meg i denne perioden.

Lillehammer, 9.juni 2017

Thea Skauge

## **Sammendrag**

Denne masteroppgaven er en avslutning på master i innovasjon med spesialisering i ledelse og organisering. Temaet for denne oppgaven er entreprenører i millenniumsgenerasjonen. Målet er å finne ut av hvorfor unge i millenniumsgenerasjonen tør å satse på sine gründerdrømmer, og hvilke faktorer som ligger bak et slikt valg. Jeg valgte dette temaet av flere grunner, men hovedsakelig fordi entreprenørskap er et felt og et fag jeg har funnet svært interessant. Problemstillingen jeg har kommet frem til er som følger:

*Hvorfor tør unge i millenniumsgenerasjonen å satse på gründerdrømmen?*

I fremtiden skal Norge leve av nye næringer, og skapende virksomhet vil være svært viktig. Teorien i denne oppgaven har blitt delt inn i tre deler. Den største delen omhandler entreprenørskap, andre del er om millenniumsgenerasjonen og til slutt en del om de faktorene som kan påvirke; nemlig risiko og kreativitet. For å besvare problemstillingen utarbeidet jeg tre forskningsspørsmål.

Metoden jeg valgte var kvalitativ, med abduksjon som spesifikk metode for denne oppgaven. Jeg samlet inn dataene via intervjuer, med fem ulike informanter fra fire ulike selskaper.

I analysen var fokuset på fire forskjellige temaer som så ut til å ha en påvirkning på hvorfor unge tør å satse på gründerdrømmen. De fire temaene var risiko, påvirkning utenfra, familie og vendepunkt. Dette er de fire temaene som virket å ha størst betydning når de bestemte seg for å bli entreprenører. Til slutt har jeg forsøkt å svare på forskningsspørsmålene, noe som kan konkludere med at millenniumsgenerasjonen og entreprenører har visse likhetstrekk. Av den grunn er det ikke så unaturlig at unge tør å satse på gründerdrømmen. Likevel viser denne oppgaven at det er noen fellestrekk ved informantene som er ulike fra entreprenører flest.

<b>Forord</b>	<b>2</b>
<b>Sammendrag</b>	<b>3</b>
<b>Innholdsfortegnelse</b>	<b>4</b>
<b>1. Innledning</b>	<b>6</b>
1.1 Aktualisering	7
1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål	8
1.3 Avgrensninger	9
1.4 Oppgavens bidrag	9
1.5 Oppgavens oppbygning	10
<b>2. Teori</b>	<b>11</b>
2.1 Teoretisk rammeverk	11
2.1.2 Kunnskapsgapet	11
2.2 Begrepsavklaring	12
2.3 Hvem er entreprenøren	13
2.3.1 De ulike entreprenørene	15
2.4 Kreativitet	16
2.5 Risiko	17
2.5.1 Risikovillighet	18
2.6 Millenniumsgenerasjonen	18
2.6.1 Typisk for generasjonen	19
2.7 Kritikk til teorien	21
2.8 Oppsummering	21
<b>3. Metode</b>	<b>23</b>
3.1 Valg av metode	23
3.2 Kvalitativ metode	23
3.3 Forskningsdesign	24
3.3.1 Abduksjon	24
3.4 Utvelgelse av informanter	25
3.4.3 Informantene	26
3.5 Dybdeintervju	27
3.6 Datainnsamling	28
3.6.1 Gjennomføring	28
3.7 Analysen	29

3.8	Utfordringer	30
3.9	Studiets kvalitet	31
3.9.1	Reliabilitet	31
3.10.2	Validitet	32
3.10	Etikk	32
3.10.1	Skjule informantens identitet, eller ikke	33
3.11	Oppsummering	33
<b>4.</b>	<b>Bakgrunnsinfo om informantene</b>	<b>35</b>
4.1	Herman, Dataservice AS	35
4.2	Even, App AS	37
4.3	Andreas, App AS	38
4.4	Mari, Retail AS	39
4.5	Linda, Nettverk AS	40
<b>5.</b>	<b>Datapresentasjon</b>	<b>42</b>
5.1	Risiko	42
5.2	Påvirkning utenfra	44
5.3	Familie	46
5.4	Vendepunkt	49
5.5	Oppsummering	50
<b>6.</b>	<b>Drøfting og konklusjon</b>	<b>52</b>
6.1	Hva eller hvem har påvirket beslutningen om å bli gründer?	52
6.2	Hva oppleves som det verste som kan skje om man feiler, og hva er risikoen?	54
6.3	Hva er det med entreprenørskap som tiltrekker millenniumsgenerasjonen?	55
6.4	Svakheter ved oppgaven	56
6.5	Konklusjon	57
6.6	Forslag til videre forskning	59
<b>7.</b>	<b>Litteraturliste</b>	<b>61</b>
<b>Vedlegg</b>		<b>66</b>
Vedlegg 1		66

## Kapittel 1 Innledning

*“To any entrepreneur: if you want to do it, do it now. If you don’t, you’re going to regret it.” - Catherine Cook, co-founder of MyYearbook (Entrepreneur).*

Denne uttalelsen er fra Catherine Cook, entreprenøren bak MyYearbook. Catherine, som i likhet med informantene i denne oppgaven, er en del av den omtalte millenniumsgenerasjonen, altså de som er født mellom 1980 og 1995 (WhatIs, 2015). I slutten av oppgaven kan det forhåpentligvis konkluderes hvorvidt denne uttalelsen stemmer overens med informantene i denne oppgaven, eller ikke.

Allerede i Stortingsmeldingen Et nyskapende og bærekraftig Norge fra 2008/2009 uttales det fra regjeringens side at de vil legge til rette for økt innovasjon (St.Meld.nr 7 (2008-2009)). Daværende regjering ønsket at flere skulle få muligheten til å starte egen bedrift (St.Meld.nr 7 (2008-2009)). Som vi ser, har dette vært på den politiske dagsordenen i flere år. Stortingsmeldingen Utdanning for velferd: Samspill i praksis for 2011/2012 har samme fokus, og fortsetter med entreprenørskap i utdanningen, som har vært et satsningsområde siden 2004 (Meld.St.13(2011-2012)). Et eksempel fra min utdanningsinstitusjon Høgskolen i Innlandet, campus Lillehammer, er Switch, et område på skolen som skal være en uformell møteplass for entreprenørskap og gründere på campus. Dette er med på å gjøre entreprenørskap tilgjengelig, også på utdanningsinstitusjoner.

Innovasjon, nyskapning og entreprenørskap er ord man har hørt mye av de siste årene. De kan kalles for såkalte “buzzord”. Det blir sagt at fremover må Norge, og verden for øvrig, tilpasse seg en verden i endring. Entreprenørskap er satt på dagsorden i Norge, og næringsminister Monica Mæland har uttalt: *Det er nå viktigere enn noen gang at vi bygger opp flere næringer* (Sørheim,2015). Et annet eksempel på søkelyset som nå er rettet mot denne generasjonen, er konferansen NHH nylig arrangerte. Denne konferansen varte i to dager og handlet om nettopp millenniumsgenerasjonen. Navnet på konferansen passet godt, og ble kalt for: Keeping up with the millennials (NHH).

I denne oppgaven vil jeg se på hvorfor noen ønsker å bli entreprenør, eller mer spesifikt hvorfor de menneskene jeg har intervjuet, har ønsket å satse på den såkalte

“gründerdrømmen”. Å være entreprenør kan innebære en viss risiko, og jeg undrer meg derfor over hva de har blitt påvirket av, hva som oppleves som det verste om de faktisk feiler, og ikke minst hva de motiveres av.

Millenniumsgenerasjonen har flere vellykkede entreprenører fra sin generasjon allerede, og en av dem er Mark Zuckerberg, grunnleggeren av Facebook (Biography, 2017). Et av hans utsagn er: *The question I ask myself like almost every day is; am I doing the most important thing I could be doing?* (Inc, 2015) Det handler om å gjøre det som er riktig.

I dagens samfunn er vi avhengige av folk som skaper arbeidsplasser for seg selv og andre, som betaler skatt, og som gjør at fremtidens generasjoner kan fortsette å leve godt i Norge. Jeg skriver ikke denne oppgaven kun av ren nysgjerrighet og ærbødighet overfor dem som satser på en god ide, jeg mener også at vi trenger å vite hva som ligger bak og hvorfor noen tar de valgene. Først da kan man legge til rette for økt entreprenørskap.

For å vite hva man kan gjøre for å få flere entreprenører i samfunnet, må man også vite hvorfor noen ønsker å satse på en god ide. Det er interessant å se på akkurat denne generasjonen som entreprenører fordi det er de som er unge voksne nå, og som skal jobbe i mange år fremover.

## **1.1 Aktualisering**

At entreprenørskap er aktuelt ble allerede nevnt i forrige kapittel; det er et økende søkelys på hva Norge skal leve av i fremtiden. Et eksempel på dette er økningen i budsjettet til Ungt Entreprenørskap (Ungt Entreprenørskap, 2017).

En bedrift starter med at en person har en idé som han eller hun utvikler. Statistisk sentralbyrå (Statistisk Sentralbyrå (SSB), 2016) har utgitt tall som viser en økning i antall entreprenører. I 2009 var antall nyetableringer 14 034, mens det i 2015 var 25 973 nyetableringer (SSB, 2016). Økningen er dermed stor. Den største gruppen var i alderen 25-44 år med 13 451 etableringer i løpet av året.

Med andre ord er ikke entreprenørskap noe som blir mindre populært. Spørsmålet man da må stille seg er hva som gjør at noen blir entreprenører, og hva det er i livet til disse

entreprenørene som har påvirket dem til å starte egen bedrift. Det er spørsmålet jeg ønsker å finne svar på gjennom denne oppgaven. Det er ikke sikkert vi vet hva vi skal leve av i fremtiden, men vi vet hvem ifølge Tor Kåpvik, fungerende administrerende direktør i Ungt Entreprenørskap. Svaret er ikke overraskende, de unge (UE,17). Derfor er det interessant og nødvendig å vite hva som gjør at unge velger å satse på egen bedrift.

## **1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål**

De som er unge voksne i dag hører til millenniumsgenerasjonen, altså unge født mellom 1980 og 1995 (WhatIs, 2017). Resultater fra Entreprenørskapsbarometeren 2008 viste at unge mellom 18 og 30 år hadde en positiv innstilling til entreprenørskap, og at de *heller* ville være entreprenører enn å være ansatt et sted (Jedeskog, 2008).

Millenniumsgenerasjonen ønsker innflytelse på arbeidsplassen (Alsop 2008 i DeVaney 2015) og det er viktig for dem å kunne påvirke og å gjøre en forskjell gjennom arbeidet (Caraher 2015 i DeVaney 2015). Med dette som grunnlag har problemstillingen blitt som følger:

### ***Hvorfor tør unge i millenniumsgenerasjonen å satse på gründerdrømmen?***

Forskningsspørsmålene skal være til hjelp for å besvare problemstillingen, og er som følger:

- Hva eller hvem har påvirket beslutningen om å være gründer?
- Hva oppleves som det verste som kan skje om man feiler, og hva er den største risikoen?
- Hva er det med entreprenørskap som tiltrekker millenniumsgenerasjonen?



### **1.3 Avgrensninger**

Entreprenørskap som tema for en masteroppgave er vidt. Jeg har avgrenset det til å omfatte dem som er født innenfor det som kan kategoriseres som millenniumsgenerasjonen. For at utvalget skulle være representativt, og ikke kun omfatte ett kjønn, valgte jeg å ha tre menn og to kvinner.

Jeg har valgt, slik det fremgår i intervjuguiden, å stille spørsmål rundt kreativitet, risikovilje og påvirkning utenfra. Dermed er det disse som er hovedtemaer i oppgaven. I tillegg ønsket jeg at de skulle snakke om hva de tror har påvirket dem til å bli entreprenør. Av den grunn ble temaet om hvem entreprenøren er også viktig.

### **1.4 Oppgavens bidrag**

Entreprenører er et felt det er forsket mye på, men min vinkling på millenniumsgenerasjonen som entreprenører er et nyere fagfelt. Det er et aktuelt tema og er som nevnt i kapittel 1.2 et tema som det snakkes mye om for tiden.

For å kunne legge til rette for flere entreprenører må man vite noe om dem som allerede er det. Man må se på samfunnet og rammene rundt det å bli entreprenør for å kunne legge forholdene til rette for økt entreprenørskap. Jeg håper at funnene i min oppgave kan være med på å forstå millenniumsgenerasjonen. Det som har påvirket mine informanter er kanskje viktig for andre også. Forhåpentligvis kan min oppgave være med på å gi et svar på hva som skaper en ung entreprenør.

## 1.5 Oppgavens oppbygging

**Kapittel 1** tar for seg innledning, samt aktualiseringen, forskningsspørsmålene og oppgavens avgrensninger og bidrag.

**Kapittel 2** tar for seg det teoretiske rammeverket for oppgaven, og gir et innblikk i eksisterende forskning. Hovedområdene for teorien er entreprenørskap og millenniumsgenerasjonen, og med kreativitet og risiko som viktige områder.

**Kapittel 3** omhandler metoden, og her vil det fremgå hvordan dataene ble hentet inn og hvordan analysen har foregått. I tillegg vil dette kapittelet ta for seg etikk, validitet og reliabilitet. Til slutt kommer en begrunnelse for utvalget som er gjort i denne oppgaven.

**Kapittel 4** gir et innblikk i hvem informantene er, og er en konstruert historie basert på informasjon som er gitt i intervjuene.

**Kapittel 5** er en datapresentasjon, altså en presentasjon av dataene, samt en analyse av funnene.

**Kapittel 6** tar for seg de viktigste funnene og drøfting av disse. Problemstillingen besvares, svakheter ved oppgaven kommenteres, og til slutt kommer en konklusjon og drøfting, og forslag til videre forskning.

## **Kapittel 2 Teori**

### **2.1 Teoretisk rammeverk**

I dette kapitlet vil jeg presentere litteratur og teori som er relevant for oppgaven og dens problemstilling. Først kommer en forklaring på ulike begreper som er viktige i denne oppgaven, deretter vil jeg trekke frem forskjellige kjennetegn ved entreprenøren, og nevne komponenter som er viktige for entreprenørene i denne oppgaven og presentere millenniumsgenerasjonen. Til slutt kommer en oppsummering av teorien.

Entreprenørskap er et begrep med mange definisjoner, men det mest sentrale i teorien om entreprenørskap er fokuset på at aktører skaper en ny aktivitet (Berg & Foss, 2002). Nyskapning er et viktig ord i entreprenørskap, og henger sammen med ideen om å skape og organisere noe nytt (2002). Schumpeter, som blir kalt entreprenørskapens far, har en definisjon som i særlig grad understreker på det *nye*, og at entreprenørskap kan bli definert som å lage nye kombinasjoner av allerede eksisterende materialer og ressurser, og at entreprenørskap består av å lage innovasjoner (Swedberg, 2000). Det er altså noe annet enn kun en bedriftsetablering, det er noe nytt og annerledes.

Med bakgrunn i problemstillingen *Hvorfor tør unge i millenniumsgenerasjonen å satse på gründerdrømmen?* er det naturlig å se på entreprenøren, for deretter å gå over til millenniumsgenerasjonen. Gjennom teorien vil jeg forsøke å se om denne generasjonen er noe annerledes enn entreprenører fra tidligere generasjoner, og om det kan gi svaret på hvorfor de tør å satse på gründerdrømmen. Som det kommer frem er min teoretiske posisjonering i krysningen mellom entreprenørskap og millenniumsgenerasjonen. Det er et fagområde som er mindre forsket på, og det er interessant å se på dette ettersom det er et såpass aktuelt tema.

#### **2.1.2 Kunnskapsgapet**

Spørsmålet som skal besvares er hvorfor unge i millenniumsgenerasjonen tør å satse på gründerdrømmen. I dag vet man mye om både entreprenører og millenniumsgenerasjonen, men mindre om denne generasjonen som entreprenører. Det man trenger ny kunnskap om

er millenniumsgenerasjonen som entreprenører, og det krever altså en krysning mellom to fagområder.

Kunnskapsgapet ligger i punktet mellom entreprenørskap og millenniumsgenerasjonen, eller sagt på en direkte måte; millenniumsgenerasjonen som entreprenører. Som problemstillingen forteller, ønsker jeg å se på hvorfor de som er definert som millenniumsgenerasjonen har ønsket å bli entreprenører og hvorfor de eventuelt passer til å være det. Etter å ha søkt mye etter litteratur på millenniumsgenerasjonen som entreprenører, har jeg funnet lite. Heller ikke med søk hos biblioteket har jeg kommet over mye litteratur på dette feltet. Med denne oppgaven håper jeg å bidra med kunnskapshvevelse på dette feltet, og oppfordre til videre forskning.

## **2.2 Begrepsavklaring**

### **Entreprenør**

Joseph A. Schumpeter beskriver en entreprenør som en som skaper endringer i det økonomiske systemet gjennom å starte en ny virksomhet. Dermed er en sentral dimensjon at en entreprenør gjennom entreprenørskap skaper ny forretningsmessig virksomhet (Spilling, 2013). En entreprenør blir oppfattet som det man kan kalle en endringsagent, altså en person som forstyrrer en eksisterende situasjon (Spilling, 2006). Gjennom å organisere nye kombinasjoner, er dette med på å drive utviklingen videre (2006). Entreprenører er gode på å utnytte sine ressurser og koordinere samspillet med mange aktører. Også miljøet er svært viktig for en entreprenør (2006).

### **Gründer**

Gründer er en person som skaper en virksomhet selv. På folkemunne er gründer en vanligere definisjon på en som starter en ny virksomhet, enn det en entreprenør er. Det blir sagt at de fleste kvinner kaller seg for gründer, men at menn kaller seg for entreprenør. Noe av dette kommer visstnok av at entreprenør blir sett på som noe mer maskulint enn gründer (Bjerke, 2013).

Forskjellen på en entreprenør og en gründer er altså at en entreprenør gjør noe som er nytt og annerledes, slik det blir nevnt innledningsvis i dette kapitlet. En gründer er grunnleggeren av et selskap, men det kan like gjerne ha samme konsept som noe annet. Entreprenørskap har innovasjon som en viktig del, og det er altså denne ulikheten som differensierer begrepene fra hverandre.

Underveis i oppgaven vil man som leser oppdage at begrepene gründer og entreprenør brukes om hverandre. Jeg har vært konsekvent i min bruk, men informantene har brukt gründer som begrep da de snakket med meg. Jeg skriver om entreprenører og entreprenørskap. Bakgrunnen for at jeg benytter entreprenør som begrep er fordi litteraturen bruker dette begrepet, og fordi entreprenør er et mer internasjonalt begrep enn gründer. Likevel er hovedgrunnen at informantene i denne oppgaven er entreprenører i ordets rette forstand; de har startet en ny virksomhet som har forstyrt en eksisterende situasjon.

### **Millenniumsgenerasjonen**

En såkalt millennial, altså et medlem av millenniumsgenerasjonen er født mellom 1980 og 1995 (WhatIs, 2015). De nøyaktige årstallene varierer litt, men de fleste som definerer generasjonen opererer med disse årstallene. En Time artikkel fra 2013 konstaterer at millenniumsgenerasjonen er den største aldersgruppen i amerikansk historie (Time Magazine, 2013). I tillegg gjør globaliseringen at denne generasjonen er mye likere hverandre verden over, enn det tidligere generasjoner har vært (2013).

### **2.3 Hvem er entreprenøren**

For å si noe om hvem entreprenøren er, kan man se på ulike undersøkelser som er gjennomført. Kolvereid (1996) gjør rede for en undersøkelse der 250 siviløkonomer ble spurt hvorvidt de foretrakk en karriere som ansatt eller selvstendig næringsdrivende. Hvis de foretrakk det ene foran det andre måtte de komme med begrunnelse. Når de svarte på hvorfor de ønsket å være fast ansatt var begrunnelsen som følger: Sikkerhet, arbeidsmengden, sosialt arbeidsmiljø, unngå å ta ansvar og mulighet for forfremmelse. På den andre siden var de som ønsket å bli selvstendig næringsdrivende. Deres begrunnelse

var: Frihet, utfordring, autoritet, selvrealisering, økonomiske muligheter og å få delta i hele arbeidsprosessen (Kolvereid 1996 i Jenssen m.fl., 2012). Selv om det å være selvstendig næringsdrivende ikke kan sidestilles med å være entreprenør, viser det likevel ganske tydelig hva som kan skille mennesker som søker selvstendighet i arbeidet, og ikke. Dette viser kanskje også at entreprenørskap som karrierevei tiltrekker seg helt andre folk enn de som ser på fast ansettelse som den beste karriereveien. For å kunne si noe om hvem entreprenøren er har mange ulike forskere valgt å undersøke hvilke trekk som er typiske for en entreprenør. Ulike undersøkelser er ikke entydige i hva som er de helt typiske trekkene for en entreprenør, men det er likevel noen trekk som går igjen i de fleste undersøkelser. Man kan kalle det for kjennetegn eller egenskaper ved entreprenøren, og som skal være typisk for entreprenøren.

Kreativitet, optimisme, fleksibilitet, høy selvtilit og ressurser er kjennetegnene på en entreprenør ifølge en undersøkelse gjort av Fillion 1997 i Landström 2005. En annen som skriver om kjennetegn for entreprenører er Anne Bergo. Hun har dog en mer praktisk tilnærming. Bergo er selv entreprenør, og i boken lister hun blant annet opp en rekke egenskaper hos entreprenøren. Egenskapene hun fremlegger i boken er blant annet at de har en “motor i magen”, frihetstrang, at de er skapende, kreative, har engasjement, styrke, stahet, høy risikotoleranse og stor arbeidskapasitet (Bergo, 2007). Disse egenskapene er valgt etter samtaler med en rekke mennesker som til daglig jobber med entreprenører, og de er ikke unike i så måte, det meste av litteratur med fokus på entreprenører sier at dette er typiske egenskaper for en entreprenør.

Nicolaou og Shame (2011) har en litt annen vinkling på typiske trekk ved entreprenøren, nemlig arvelige egenskaper eller holdninger. Noen er for eksempel holdningen til finansiell risikotagning, som da må antas å være positiv (Zyphur et al., 2009 hentet fra Nicolaou og Shame 2011) og jobbverdier (Keller et al., 1992 hentet fra Nicolaou og Shame 2011). Dette viser at noen av holdningene er arvelige, og det gjør entreprenørskap til et mer naturlig valg for noen enn for andre.

Hvis man ser på den psykoanalytiske forskningen går forskere innenfor denne retningen ut i fra at et individ kan forstås gjennom en rekke indre drivkrefter (Landström, 2005). Disse drivkreftene viser seg tidlig i livet. Kets de Vries mener at det entreprenørielle i et menneske kommer som et resultat av erfaringer i ungdommen, som igjen kjennetegnes av

en ulykkelig familiebakgrunn med ulike psykososiale problemer (2005). På bakgrunn av dette skal individet få en avvikende personlighet som ikke kan fungere i et strukturert samfunn, og som da kan få problemer med å samarbeide med andre, samt å forholde seg til autoriteter (2005). Dette er forskning som gir stereotypiske trekk til entreprenøren. Denne bastante forskningen er også kritisert av flere.

Begreper som risikovillig, arbeidsom, innovativ, selvstendig og kreativ knyttes til entreprenøren (Bredvold, 2011). Fra Bredvolds studie kom det frem at alle informantene hun snakket med beskrev seg selv som kreative, arbeidsomme og selvstendige (2011). Kanskje kan man tenke seg at dette er egenskaper som er helt nødvendige, og en forutsetning for å være entreprenør og lykkes.

Det blir tydelig at egenskapene som ramses opp er nokså like, og teorien er enig i hva som er kjennetegn ved entreprenører. Begreper som å skape noe, fleksibilitet, engasjement, optimisme og selvsikkerhet er ord som går igjen. Dette er likevel ikke nok til å si at dette gjelder alle entreprenører, og det er heller ikke slik at alle entreprenører innehar disse egenskapene. Likevel kan det være noen av disse trekkene de fleste entreprenører har i stor eller liten grad. For å oppsummere kan man trygt si at det er noen trekk eller kjennetegn ved entreprenøren som til stadighet nevnes, og derfor kan sies å være typiske for entreprenører generelt.

### **2.3.1 De ulike entreprenørene**

Bolkesjø og Brun i Spilling (2006) skriver om ulike entreprenører, og har delt dem opp i tre ulike entreprenørskapstyper: lokalsamfunnsentreprenørene, selvrealiseringsentreprenørene og arbeidssøkerentreprenørene.

Lokalsamfunnsentreprenøren har en sterk positiv samvariasjon med: *god lokal tilrettelegging for næringsvirksomhet, inspirerende lokalt næringsmiljø, gode offentlige økonomiske støtteordninger, behov for å få i gang mer virksomhet.*

Selvrealiseringsentreprenøren har en sterk samvariasjon med: *behov for å ta i bruk egne ressurser og evner, ønske om å bestemme over egen arbeidssituasjon/arbeidstid, god idé som måtte prøves ut, god støtte fra familie og venner, gode markedsutsikter.*

Arbeidsledighetsentreprenøren har en sterk samvariasjon med: *behov for inntekter, ble arbeidsledig eller hadde usikker jobb, ønske om å bo i dette området* (Bolkesjø og Brun, 2006, s.128).

Disse tre ulike typene har et ulikt utgangspunkt for å bli entreprenør. En som er en arbeidsledighetsentreprenør gjør det fordi han eller hun kanskje er nødt til å starte noe eget, mens en som gjør det som selvrealisering gjør det av helt andre grunner og fordi han eller hun virkelig ønsker å gjøre det. Lokalsamfunnsentreprenøren har nok en sterk tilknytning til stedet han eller hun ønsker å drive virksomheten, og ser at behovet på det stedet er sterkt. Motivasjonen for å starte opp er dermed svært ulik for disse ulike entreprenørene.

### **Mulighetsentreprenør og nødvendighetsentreprenør**

En annen måte å dele opp entreprenører på, er å gruppere dem som mulighetsentreprenører og nødvendighetsentreprenører. Forskjellen på disse to entreprenørene er at førstnevnte er entreprenør av såkalt “fri vilje”, og går fra en jobb eller mulighet til jobb. Den motsatte, er en entreprenør som er drevet av nødvendighet. Han eller hun gjør det fordi personen ikke har noe annet valg da vedkommende forlot jobben uten vilje (Tyszka, Cieslik, Domurat og Macko, 2011). Det er to veldig ulike utgangspunkt for å bli entreprenør, og motivasjonen for de to nevnte typene antas å være svært ulik.

For å sammenligne de tre ulike entreprenørtypene og de to sistnevnte, virker selvrealiseringsentreprenøren og lokalsamfunnsentreprenøren å være i gruppe med mulighetsentreprenøren. Fri vilje, muligheter og ønsket om å starte opp noe er hovedgrunnene for å bli entreprenør for denne gruppen. For arbeidsledighetsentreprenøren er det ikke så mye valg, og den entreprenøren passer derfor i kategori med nødvendighetsentreprenøren fordi han eller hun ikke hadde så mange andre muligheter.

## **2.4 Kreativitet**

Florida, mannen som både er rost og kritisert av mange, mener at alle mennesker er kreative (Florida, 2012). Likevel er det slik i mange organisasjoner at kreativitet ikke alltid blir tatt imot med åpne armer. Amabile skriver at kreativitet oftere blir drept enn



applaudert i organisasjoner, og kanskje er det derfor mange går ut av de store organisasjonene og starter egne selskaper. Der tar de mulighetene de ofte ikke får i organisasjoner (Amabile, 1998).

Det et menneske behøver for å være kreativ er organisasjoner og miljøer som vil tillate dem å være kreative. Det kan være å utfordre dem, hjelpe til med riktige ressurser, være åpen for forandringer og at innspillene de kommer med settes pris på (Florida, 2012).

Tiden vi lever i er også en faktor. Florida skriver at vi lever i en skremmende, men også spennende tid: ”*It is a time of tremendous potential, but also of terrible risks.*” (Florida, 2012, s. 400). Florida, med mange flere, mener at det er en interessant tid vi lever i, og nevner hendelser som Den Arabiske Våren, finanskriser og terrorangrep som symboler på en tid i forandring.

Florida skriver i boken sin at det dagens unge søker når de starter i jobb, ikke kun er jobben; ”*But jobs are not the whole story*” (Florida, 2012, s.185). De ønsker noe annet enn det foreldregenerasjonen ønsket, og livsstilen som helhet virker å være viktigst når de skal bestemme seg for arbeidssted (2012). De søker etter samfunn som er kreative, byr på opplevelser og som gjør at de kan utvikle seg som mennesker (2012), noe som mest sannsynlig gjør at de søker etter andre likesinnede – som er like kreative som dem selv. Det folk ønsker, i følge Florida, er å bruke kreativiteten sin til å bygge noe, følge ideen i alle faser, og til slutt se at sluttproduktet lykkes (2012).

## **2.5 Risiko**

Ulrich Beck var professor i sosiologi, og blir nevnt som en av vår tids mest innflytelsesrike samfunnsteoretikere (Beck, 1997). Når Ulrich Beck definerer risiko, gjør han det ved å referere til *risico* som betyr *det som skjærer* (1997, s.9). Risiko er noe man tar, men ved å ta risiko får man også en sjanse. Det betyr altså at risiko gir både en mulighet for å miste alt, men også en mulighet til å oppnå store gevinster (1997).

Beck er opptatt av det såkalte risikosamfunnet, samt globalisering og individualisering (Beck, 1997). Han snakker om det moderne individet som konstant må bevege seg mellom funksjonsområder, og at det kommer mellom globaliseringen og individualiseringen. Som en konsekvens av dette må individet tvinges til å være reflektert (1997). Alt dette innebærer en form for risiko, og vi lever i en verden med stadig bevegelse.

Samfunnet i dag har i mindre grad enn tidligere, tydelige grenser mellom det offentlige og private (Beck, 1997). Det gjelder også enkeltpersoner, så vel som samfunnet for øvrig. Kanskje er det en av grunnene til at Ulrich Beck stiller seg spørsmålet om hva som driver folk til å gripe etter det han kaller for *stjerner* i sitt eget liv. Svaret på det er klart for noen, og det er at menneskene selv er grunnen (1997). Menneskets vilje, den boblende eventyrlysten og de økende kravene de stiller, er svaret på spørsmålet om hvorfor mennesker ønsker å gripe etter stjernen og leve sitt eget liv. Det er dette som opptar folk, og det er dette man søker etter og drømmer om (1997). Å søke etter drømmer vil innebære en viss form for risiko, men lysten og de økende kravene overdøver risikoen for noen. Selvrealisering er nøkkelordet, og etter å ha levd, handlet og tenkt i sosiale sirkler, åpnes det opp for annen tenkning og realisering av seg selv og sine drømmer (1997).

### **2.5.1 Risikovillighet**

Et langvarig argument innenfor litteraturen om entreprenører er at de er mer risikovillige enn andre (Brockhaus 1980 i Acs & Audretsch, 2010). Ulike forskere mener ulikt, men som nevnt tidligere er det likevel noen kjennetegn som går igjen. En av dem er risikovillighet, altså at man er villig til å påta seg risiko. Ikke all forskning støtter at alle entreprenører er mer risikovillige, men Palich og Bagby (1995) viser til at entreprenører er mer positive enn ikke-entreprenører til å ta risiko (2010). Van Praag og van Ophem (1995) har funnet ut at villighet og mulighet er nødvendig for å drive med entreprenøriell virksomhet, men at spesielt økonomisk mulighet ofte uteblir (2010). Risiko og entreprenørskap er av mange omtalt som hånd i hanske; å være risikodrevet er en nødvendighet for å være entreprenør. Men meningene er mange om hvorvidt entreprenører er risikodrevet eller ikke, og resultater fra undersøkelser viser ulike funn (Tyszka, Cieslik, Domurat og Macko, 2011).

### **2.6 Millenniumsgenerasjonen**

Hva er spesielt med denne generasjonen, og hvorfor skal nettopp de ønske å bli entreprenører? Svaret på dette spørsmålet skal forhåpentligvis bli besvart gjennom oppgaven. Millenniumsgenerasjonen er vokst opp med heiarop, de blir kalt late, men samtidig jobber de seg ihjel på skolen for å bli best. Videre har denne generasjonen

ambisjoner, et ønske om å forandre verden og får støtte fra alle rundt seg. Samtidig har de flere tilgjengelige ressurser noen gang. I norsk kontekst vokser de dog opp med vissheten om at ressursene en gang blir borte. Når norsk olje og gass etablerer Den Nye Oljen (Den Nye Oljen, 02.05.17), er det fordi Norge må finne det som kan være den nye oljen. Tiden med evig olje er forbi, og det er opp til dagens generasjon å finne den nye oljen.

### **2.6.1 Typisk for generasjonen**

Millenniumsgenerasjonen er generasjonen født cirka mellom 1980 og 1995 og kalles også generasjon y (WhatIs, 2015). Dette er de årstallene flest bøker og artikler også bruker når denne generasjonen omtales. Visma omtaler dem også som digital natives, og sier denne generasjonen fikk det digitale genet gjennom morsmelken (Visma, 2016).

Å fastsette karaktertrekk for en hel generasjon er en utfordring. Likevel er det slik at det finnes noen trekk som skal være typiske for såkalte “millennials”. De er blant annet teamorienterte, er opptatt av balansen mellom jobb og privatliv og de har et nært forhold til foreldrene sine (Alsop 2008 i DeVaney, 2015). Det sies at de er opptatt av å jobbe i mindre selskaper fordi de oppfatter det som at de har mer innflytelse der (2015). De er opptatt av å gjøre en forskjell og påvirke gjennom sitt arbeid, og de ønsker å være fornøyde arbeidstakere som trives på arbeidsplassen sier Caraher (2015) i DeVaney 2015). Alsop (2008) sier at de forventer at arbeidsplassen skal tilpasse seg deres behov, og at for eksempel fleksibilitet er svært viktig for dem på arbeidsplassen. De er med andre ord opptatt av hverdagen sin som en helhet.

I USA er millenniumsgenerasjonen en generasjonen som står overfor et tregt jobbmarked, og som i tillegg har store studielån (DeVaney, 2015). Som en følge av dette og en stadig økonomisk vanskelig situasjon mange steder i verden, flytter mange av dem hjem til foreldrene sine istedenfor å kjøpe sitt første hjem, og de gifter seg senere (2015). Det de er opptatt av, enten som arbeidstaker, sjef eller gründer, er at det de gjør er meningsfullt, at de får påvirke og at de har et godt team rundt seg (2015).

Familie er viktig, og de har opplevd mye emosjonell støtte hele livet. På tross av store katastrofer verden rundt under oppveksten, ser de lyst på fremtiden og har høye ambisjoner

(Alsop, 2008). Til motsetning fra tidligere generasjoner snakker de unge i dag med foreldrene sine omtrent daglig (2008). Foreldrene spiller med andre ord en viktig rolle i deres liv. Foreldregenerasjonen til blir kalt for helikopterforeldre fordi de er klare til å hoppe inn i barnas liv og støtte dem både emosjonelt, økonomisk, og hjelpe med problemer de måtte ha til enhver tid (2008).

Ansvar for hvordan verden skal se ut i fremtiden er noe denne generasjonen i stor grad tar på alvor. I artikkelen til Alsop kommer nettopp det frem: *For example, more than 60 percent of 13-25 - years olds report feeling personally responsible for making a difference in the world* (Alsop, 2008, s.6). De føler et stort ansvar, og over halvparten av dem sier at arbeidsplassen deres må være en sosialt ansvarlig organisasjon for at de skal ønske å jobbe der (2008).

Parry og Urwin (2011) skriver at millenniumsgenerasjonen har vanskeligheter med å takle kritikk, samt at lojalitet ikke er deres største styrke (Moulson, 2015). Videre sier Ng og Gossett(2013) at denne generasjonen i stor grad jobber hardt når de blir gitt meningsfylte oppgaver som går på deres indre motivasjon, i langt større grad enn tidligere generasjoner (2015). Kanskje er ikke lenger penger en stor nok motivasjon, noe som muligens kan være utslagsgivende for å starte sin egen bedrift.

### **Millenniumsgenerasjonens oppvekst**

Simon Sinek jobber med å lære ledere og organisasjoner hvordan de skal inspirere folk (StartWithWhy). Han er en kjent person, spesielt i USA, og har uttalt seg i et program om millennials. Sinek har mye erfaring med millenniumsgenerasjonen, og det er noe han jobber mye med. I en YouTube - video forklarer han det han kaller for “problemet” med denne generasjonen. Han snakker om fire områder; oppdragelse, teknologi, rastløshet og samfunnet. Han mener dette er de fire grunnene til at generasjonen er som de er, og at de skiller seg ut fra tidligere generasjoner. Denne generasjonen er oppvokst med foreldre som hele livet har fortalt dem at de kan få til alt de vil og at de er spesielle. Han kaller det for “failed parenting” og denne oppdragelsen har ført til at de får dårlig selvtillit når de entrer arbeidslivet og skjønner at de ikke kan få til alt. Videre peker han også på teknologien som en årsak til millenniumsgenerasjonens problemer. Dopaminen de hele tiden får gjennom “likes” i sosiale medier gjør dem avhengige av det, og derfor søker de stadig bekreftelse. Å

ikke få dype relasjoner med andre mennesker og å kun gjøre alt overfladisk er konsekvensen av teknologien, mener han. Det tredje problemet er rastløsheten, som egentlig er en konsekvens av teknologien. I den tiden millenniumsgenerasjonen har vokst opp har alt blitt svært tilgjengelig, han bruker eksempler som Amazon, Netflix og Tinder på hvor tilgjengelig alt i samfunnet har blitt. De er vant til å handle bøker som ankommer dagen etter, og at jakten på en kjæreste starter med å sveipe til høyre på Tinder. De ønsker å kunne påvirke gjennom arbeidsplassen, men har ikke tid til å vente på å få muligheten til det. Alt skal skje raskt, og tålmodighet er noe de må lære seg. Det fjerde problemet er samfunnet de lever i, der man priser det kortvarige fremfor det langvarige. Sinek mener det er selskapene og bedriftenes ansvar å lære generasjonen hva som er viktig, og at godt lederskap er svært avgjørende.

## **2.7 Kritikk til teorien**

Et av problemene med en del av teorien, spesielt den om millenniumsgenerasjonen er at det meste stammer fra USA. Et eksempel på dette er når det snakkes om arbeidsledigheten som et stort problem; ledigheten i Norge og USA kan ikke sammenlignes, og blir derfor et svakere argument i norsk sammenheng enn amerikansk. I tillegg nevnes det at mange av dem har opplevd katastrofer. Heller ikke dette er et solid argument sett med norske øyne. For selv om også norske ungdommer har sett katastrofer, kan ikke dette sammenliknes med amerikanske unge som er oppvokst med 9/11 og naturkatastrofer som har kostet mange familier livet. Likevel har norske ungdommer vokst opp i samme verden, i en tid der globaliseringen øker, og dermed har de vært vitne til mye av det som resten av verden har opplevd.

Å finne ny litteratur som spesielt kobler entreprenørskap og millenniumsgenerasjonen sammen er også en utfordring. Den yngste gruppen fra denne generasjonen er fortsatt i gang med studier og har så vidt startet sin karriere. Det er også svært lite teori rundt den norske millenniumsgenerasjonen. Likevel skrives det mye populærvitenskapelig rundt dette temaet, og det er et tema som er veldig aktuelt. Som det kommer frem er en del av teorien hentet fra aviser og YouTube - filmer fra de siste årene.

## 2.8 Oppsummering

I dette kapitlet har jeg sett på ulike teorier som forhåpentligvis skal være med på å gi svar på problemstillingen. Overordnet har jeg sett på hva som kjennetegner de unge i denne generasjonen. I tillegg har jeg brukt teori om kreativitet og risiko. Mye av teorien på entreprenører er lik den som er for millenniumsgenerasjonen, og man kan se visse likhetstrekk. Eksempel på dette er søken etter frihet, ønsket om å jobbe med noe meningsfullt og ha innflytelse, kreativitet og risikosøken er kjennetegn som passer for både entreprenøren og millenniumsgenerasjonen. Frihet til å bestemme over egen hverdag er viktig for entreprenøren, og er ofte begrunnelsen for å starte noe eget. På lik linje ønsker de unge fleksibilitet i hverdagen. En entreprenør, særlig mulighetsentreprenører vil starte sitt eget fordi det oppleves som meningsfullt. Det er svært viktig at arbeidet de gjør er meningsfullt, og at de får påvirke. Entreprenøren er kreativ i følge teorien, og det å skape noe er fra millenniumsgenerasjonens side helt avgjørende. At entreprenøren er risikosøkende er omdiskutert, men mye av teorien tenderer til å si at entreprenørene er *mer* risikosøkende enn andre. En tolkning av teorien er at noen fokuserer på gevinsten der andre tenker på konsekvensen av å miste alt.

## **Kapittel 3 Metode**

I dette kapittelet vil jeg presentere metodevalgene og begrunnelsen for å velge denne metoden. I tillegg vil det komme en kort presentasjon av informantene. Jeg vil deretter presentere ulike begreper i forbindelse med metoden, og se på denne oppgavens kvalitet.

### **3.1 Valg av metode**

I denne masteroppgaven mener jeg det er mest hensiktsmessig å foreta en kvalitativ undersøkelse. Bakgrunnen for det er at jeg ønsker å finne ut av hvorfor noen tør å satse på drømmene sine, og bakgrunnen for at de tør; om det finnes noe i samfunnet eller for eksempel barndommen som tilsier at akkurat de skulle bli entreprenører. For å gå i dybden på disse menneskene som har valgt å bli entreprenører, ønsker jeg å snakke grundig med dem. I de neste avsnittene vil jeg forklare hva kvalitativ metode er, og hvorfor jeg ønsker å benytte kvalitativ metode i min masteroppgave.

### **3.2 Kvalitativ metode**

Kvalitativ metode er en måte å tilegne seg virkeligheten på, som har vist seg å være mer fruktbar til å gi utdypende svar, enn den kvantitative metoden (Askheim & Grenness, 2014). Eller som Engelstad (1984) uttrykker: *Kvalitativ metode brukes til å fastslå forskjellen mellom epler og pærer, mens kvantitative metoder går ut på å telle hvor mange det er av hver* (Askheim & Grenness, 2014, s. 53). Kvalitative og kvantitative metoder passer til ulike problemstillinger, og i en oppgave der formålet er å få vite mest mulig om en person, vil kvalitativ metode være mest hensiktsmessig. Grunnen til det er at man som kvalitativ forsker vil være opptatt av hvordan folk tenker og handler til vanlig, og fokuserer på meningsfullhet (2014). Det man søker i kvalitativ metode er ufiltrert informasjon, og det kan man oppnå når det blir en nærhet mellom forsker og den som forskes på (2014). For å få vite noe om hvordan personer reflekterer og opplever sin egen situasjon, er intervjuer et godt utgangspunkt (Thagaard, 2013).

Fordelen med en kvalitativ metode er at en kan bygge en relasjon mellom forsker og intervjuobjekt for å få vite hvorfor akkurat den personen har ønsket å bli entreprenør, og

om det ligger noen spesielle grunner bak for å ha satset på sin egen drøm. Det vil sikkert være like mange ulike grunner som det er intervjuobjekter, men poenget er ikke å generalisere – heller å se om det er noen likheter mellom entreprenørene og om entreprenører i millenniumsgenerasjonen er noe annerledes fra entreprenører tidligere.

### **3.3 Forskningsdesign**

I oppgaven vil fenomenologien være utgangspunkt. Et fenomenologisk grunnsyn går blant annet ut på at man har små utvalg som man går i dybden på, at totaliteten i hver situasjon er viktigst og at vitenskapen drives av menneskelige interesser (Askheim & Grenness, 2014). Som nevnt tidligere i oppgaven er min bakgrunn for å skrive om dette delt i to; jeg har en stor interesse for mennesker som tør å satse alt på noe de tror på, og den andre grunnen er at det vil være viktig for Norge som land å legge til rette for at entreprenører kan få etablere seg og vokse. Derfor har jeg et fenomenologisk syn på det jeg ønsker å undersøke i denne oppgaven.

Fenomenologisk metode har som utgangspunkt å øke forståelsen og å få innsikt i folks liv (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010). Utgangspunktet er at man må forstå verden for å kunne forstå mennesker (2010). Denne metoden tar utgangspunkt i at forskeren har kunnskaper og erfaringer, og starter dermed ikke som et “blankt ark”, slik andre metoder kan ha som utgangspunkt. “Fenomenologien tar utgangspunkt i den subjektive opplevelsen og søker å oppnå en forståelse av den dypere meningen i enkeltpersoners erfaringer “(Thagaard, 2013, s. 40). Med dette menes altså at forskerens egne erfaringer og han eller hennes refleksjoner rundt dette kan være med på å danne utgangspunktet for forskningen (2013).

#### **3.3.1 Abduksjon**

*Abduksjon er en tilnærming mellom induksjon og deduksjon, der teorien utvikles på et grunnlag av dyptpløyende og systematiske analyser* (Thagaard, 2013, s. 198). Til motsetning fra induksjon og deduksjon, er det dermed ikke slik at all teori innhentes i forkant eller etterkant, men man leser litt teori, gjør undersøkelser og finner mer teori etter at empirien er på plass. Abduksjon er dermed mellom teori og empiri (2013). Teorien er også mer spisset av den grunn, fordi teorien omhandler det jeg har undersøkt - og er ikke



så bred. Denne tilnærmingen passet godt til oppgaven, da jeg i forkant ikke var sikker på hva informantene ville legge mest vekt på. Med den åpne tilnærmingen fikk informantene bruke mest tid på de temaene som betydde mest for dem, og ikke fordi jeg kun stilte spørsmål ut fra teorien.

Man bruker abduksjon for å finne ut hvorfor mennesker gjør som de gjør ved å avdekke taus, gjensidig kunnskap, og de de symbolske meningene, motivene og reglene som gir retning for deres handlinger (Blaikie, 2004). Derfor blir tillitsforholdet i abduksjon svært viktig, slik at man får avdekket det man ønsker å avdekke.

### **3.4 Utvelgelse av informanter**

Et grunnleggende prinsipp for ethvert intervju er at informantene er kvalifisert til å kunne svare på det man ønsker å studere (Askheim & Grenness, 2014). Under intervjuene til masteroppgaven ikke det et problem, da de jeg snakket med var entreprenører. Dog er det viktig å understreke at det kan oppstå utfordringer hvis informantene ikke er klar over sin rolle som entreprenør, eller ikke har reflektert så mye rundt det. I denne oppgaven har jeg fokusert på å få tak i entreprenører som har ønsket å stille opp, og som jeg mener er interessante for oppgaven.

Informantene i denne oppgaven er strategisk utvalgt, og er valgt etter visse kriterier. Disse kriteriene er følgende:

- informantene måtte være født mellom 1980 og 1995
- det skulle være både kvinner og menn
- bedriften hadde eksistert i noen år, men her satte jeg ingen detaljerte kriterier på nøyaktig hvor lenge
- informantene skulle være innenfor ulike bransjer, og ikke være konkurrerende bedrifter

Grunnen til at informantene måtte være født mellom 1980 og 1995 var at det er innenfor det tidsrommet millenniumsgenerasjonen er definert som. For å kunne si noe om begge kjønn, måtte både kvinner og menn være representert. Hvor lenge bedriften skulle ha

eksistert var det som kanskje var det vanskeligste å bestemme seg for. Hvis kravet skulle være for eksempel fem år, som mange sier er den magiske grensen for en oppstartsbedrift - ville jeg kanskje ikke hatt så mange å velge mellom, ettersom mange fra denne generasjonen er såpass unge. Likevel hadde det kanskje vært et relevant krav at bedriftene ble etablert for mer enn fem år siden. Et annet kriterium har vært at de skulle komme fra ulike bransjer, da det kan tenkes at de ville være redde for å avsløre noe hvis de visste at jeg skulle snakke med en konkurrent dagen etter. Bakgrunnen for det kriteriet er åpenhet. Jeg har vært av den oppfatning at informantene vil være ærlige om veien hit og veien fremover hvis de visste at jeg ikke sammenlignet dem med en konkurrent. I tillegg var det ikke et mål fra min side å undersøke entreprenører i en spesifikk bransje, men heller generelt entreprenører innenfor en viss generasjon.

Å bestemme seg for hvor stort utvalget skulle være, var en vanskelig beslutning. Det er ikke gitt hva som er riktig mengde med informanter (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010). I denne oppgaven falt valget på fem informanter. De ble valgt fordi jeg kjenner til virksomheten de driver. Jeg har fulgt de fleste informantenes virksomhet i sosiale medier, og er godt kjent med hva de gjør. I utgangspunktet tok jeg kontakt med noen flere, men ikke alle responderte eller hadde tid. En av informantene oppfyller ikke kriteriet om å være født mellom 1980 og 1995, men hun er født i 1979. Jeg vurderte frem og tilbake om jeg da skulle la være å ta henne med i oppgaven, men etter flere vurderinger mener jeg at det ikke har noen særlig påvirkning om hun er født ett år fra eller til. En del artikler har også definert millenniumsgenerasjonen fra 1978 og opptil 2000, så fødselsåret vil avhengig av hvilken kilde man ønsker å benytte.

### 3.4.3 Informantene

Fiktivt navn	Alder	Fiktiv bedrift	Intervjuets varighet	Sted
Herman	25	Dataservice AS	1 time 15 minutter	Møterom
Even	29	App AS	25 minutter	Kafé
Andreas	27	App AS	30 minutter	Kafé
Mari	38	Retail AS	30 minutter	Kafé
Linda	28	Nettverk AS	50 minutter	Uformelt møterom

### 3.5 Dybdeintervju

I forkant av intervjuene hadde jeg bedt informantene om å tenke over hvorfor de valgte å bli gründere. Etter noe mail-korrespondanse fikk vi avtalt intervjuer. Som det fremgår av oversikter over informantene (3.4.2), møtte jeg informantene på deres arbeidssted. Sted og varighet varierte for hvert intervju. Alle intervjuene startet med at jeg fortalte om min oppgave, hensikten med intervjuet og litt om meg selv. Deretter forsikret jeg meg om at de var komfortable med at intervjuet ble tatt opp, selv om det var avklart i forkant.

Formålet med et dybdeintervju er å innhente informasjon (Ringdal, 2013). Det er viktig at intervjuet er åpent for individuelle tilpasninger, og individuelle forgreninger der intervjueren ønsker å improvisere (2013). Dette var noe av grunnen til at jeg hadde en mindre strukturert intervjuguide. Målet var at informantene selv skulle fortelle det de oppfattet som viktig for dem. En forutsetning for et vellykket intervju er at intervjueren klarer å skape tillit hos informanten (2013). For å skape denne tilliten fortalte jeg hva hensikten med intervjuene var, fortalte om oppgaven og prøvde å skape en relasjon mellom meg og informanten.

Et slikt intervju bør gjerne tas opp ved lydopptak, i tillegg til notater. Et viktig poeng er at intervjueren må følge godt med i samtalen, for å for eksempel komme med gode oppfølgingsspørsmål, og dermed blir lydopptaket et godt hjelpemiddel (2013). Ettersom jeg gjennomførte alle intervjuene på egenhånd, var lydopptaket helt essensielt. Det gjorde at jeg kunne følge godt med i samtalen og komme med oppfølgingsspørsmål, fremfor å måtte skrive alle notater underveis.

Ulempen med dybdeintervju som undersøkelsesmetode er at det er tidkrevende, både når det gjelder tid og reisevei (Ringdal, 2013). Det opplevdes som utfordrende til tider fordi informantene var nokså ulike når det kom til å snakke fritt. I de lengste intervjuene snakket informantene nesten fritt, med unntak av noen spørsmål fra min side. I de korteste intervjuene var informantene litt mer tilbakeholdne. De svarte dog godt på spørsmålene som ble stilt, men jeg måtte stille flere spørsmål for å få svar på det jeg ønsket.

Å transkribere fem intervjuer, hvor det lengste varte i over en time, tar lang tid. Det er en jobb som kan føre til mye frustrasjon. Disse ulempene veier dog ikke tyngre enn alle

fordelene; den individuelle mening kommer frem, mer informasjon avdekkes, det er enklere å improvisere og det kan avdekke mer sensitiv informasjon (2013). For å få med alle detaljer var det helt nødvendig med opptak, slik at jeg kunne transkribere og notere de viktigste detaljene.

Intervjuene fant sted på ulike lokasjoner, men felles for dem alle var de ble tatt opp og transkribert. Å få tillit i intervjusituasjonen var svært viktig for meg, fordi jeg ønsket at intervjuene skulle være så gode som mulig og gi mye informasjon. I tillegg var det da enkelt å lese intervjuet flere ganger og dermed få tolket ord og setninger.

### **3.6 Datainnsamling**

Jeg kontaktet informantene via mail, og forklarte hva jeg skulle undersøke og hvorfor akkurat de var ønsket. Da de hadde respondert på mailen og sagt seg villig til å bli intervjuet, sendte jeg en oppfølgingsmail med tidspunkt for intervjuet. Ingen etterspurte noe mer informasjon, men jeg oppfordret dem alle til å reflektere litt rundt hvorfor de endte opp som entreprenører i den siste mailen jeg sendte.

Da dagen for de to første intervjuene var der hadde informantene glemt at de skulle snakke med meg. Den ene informanten var da på reise, mens den andre nesten var på vei hjem da jeg kom til kontoret. Situasjonen løste seg og intervjuene ble gjennomført der og da, og på et senere tidspunkt med informanten som var på reise. At de hadde glemt det ble en lærepenge for meg, og i forkant av de resterende intervjuene sendte jeg en påminnelse dagen før til informantene. Intervjuene ble da gjennomført som avtalt.

#### **3.5.1 Gjennomføring**

Intervjuene ble gjennomført på ulike steder, og selv om jeg i forkant hadde bedt om å ha intervjuene i det jeg kalte “rolige” omgivelser uten forstyrrelse, ble tre av intervjuene gjennomført på to ulike kafeer. Hvorvidt dette har påvirket intervjuobjektene er vanskelig å si, men det påvirket transkriberingen i noe grad da musikk ble spilt og bakgrunnsstøy gjorde seg i stor grad gjeldende på opptakene. Intervjuene på kafé var også kortere enn de som var på et møterom. Hvis intervjuene hadde blitt gjort i et stille rom uten noe form for forstyrrelse kan det hende de hadde åpnet seg opp for meg i større grad, men det kan også

hende at de hadde blitt mer ukomfortable av en “seriøs” og mer “alvorstynget” stemning. De to andre intervjuene ble gjennomført på den ene informantens møterom uten noen form for forstyrrelse, og den tredje ble holdt i et åpent rom der folk gikk forbi, men uten musikk eller mennesker i nærheten.

Som forsker var det viktig å skape en trygg ramme for intervjuobjektene, og derfor lot jeg dem velge stedet intervjuet skulle foregå. Dette var også for å få intervjuobjektene til å stille opp, da alle intervjuene ble holdt på eller nær arbeidsplassen. I etterkant innså jeg at jeg burde bedt dem om et grupperom, fordi vi da hadde sluppet forstyrrelser. Å snakke om sin bakgrunn eller nevne mer private temaer kan være en utfordring i det åpne rom. Ettersom de selv hadde valgt disse stedene ba jeg ikke om et annet sted, men det er mulig de ikke var forberedt på å svare på noen mer personlige spørsmål.

### **3.7 Analysen**

Etter at intervjuene var ferdig, startet jeg å transkribere intervjuene. Jeg gjorde det like etter intervjuene slik at informasjonen var friskt i minne. Da alle intervjuene var ferdig transkribert, skrev jeg ut arkene og startet på analysen. I en slik analysedel er det viktig å skille mellom det å analysere og det å tolke (Johannessen, Tufte og Christoffersen, 2010). Det man ønsker med en analyse er å dele opp informasjonen man har fått i ulike deler. Målet, som Johannessen, Tufte og Christoffersen skriver er: *å avdekke et budskap eller en mening, å finne et mønster i datamaterialet* (2010, s. 164).

Det aller første jeg gjorde i analysedelen var å lese nøye gjennom intervjuene. Deretter tok jeg for meg ett og ett intervju og streket under de setningene og ordene som svarte konkret på de spørsmålene jeg hadde stilt. Alt som var typisk for denne personen og særtrekk ved hans eller hennes side, ble streket under. Slik gikk jeg igjennom alle intervjuene. Da det var ferdig, fortsatte jeg å streke under ord og setninger som var fellestrekk for de fleste av informantene. Et eksempel på det var at alle nevnte noe om kreativitet, og at de oppfattet seg selv som nettopp kreativ. Dette ble streket under med blått. Da kunne jeg tydelig se hva som var et slags karaktertrekk for personen, men også hva som var gjentakende trekk hos flere av informantene. Dette var en oversiktlig og ryddig måte å gjøre det på. I tillegg skrev jeg memos til meg selv på siden av intervjuene for å huske ting jeg kom på underveis i analysen. Den nevnte understrekingen var med på å redusere informasjonsmengden

(Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010), noe som gjorde det enklere å skille det viktigste fra det som kanskje var mindre viktig for denne oppgaven.

Da informasjonsmengden var blitt redusert, kunne jeg fortsette med en organisering av temaer. Det ble ganske tydelig at fire temaer til stadighet gikk igjen hos informantene. Mason (2012) sier at det finnes tre måter å organisere datamaterialet på, og for denne oppgaven passer det han kaller for tverrsnittbasert og kategoribasert inndeling av data best (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010). For å kunne indeksere datamengden, bruker man en tverrsnittbasert og kategoribasert inndeling av data. Måten man gjør dette på er å sette merkelapper på både avsnitt og spesifikke setninger for å kunne finne temaene (2010). Dette indekssystemet ender ofte med å bli kategorisert i grupper, og det er derfor denne metoden også kalles for kategoribasert inndeling (2010). Likevel fulgte jeg ikke en slik organisering slavisk, men brukte elementer som er viktig innenfor en slik analyse. Som nevnt så jeg etter både særtrekk og fellestrekk, og puttet dem i kategorier. Utfordringen med en slik metode er at kategoriene kan bli for brede (2010), men i min analyse valgte jeg fire kategorier som til sammen skulle svare på forskningsspørsmålene, og til slutt også problemstillingen. Slik sikret jeg at temaene ikke ble for brede, men at de ble spisset mot det jeg faktisk har ønsket å finne ut og besvare. Til slutt vokste fire kategorier frem, noen kom induktivt og noen deduktivt. For eksempel ønsket jeg å se på risiko som tema, og det var da noe jeg la opp til. Men at vendepunkt ble et tema kom frem etter intervjuene, ettersom det var noe som viste seg å være viktig etter samtaler med informantene.

### **3.8 Utfordringer**

I forkant av intervjuene skrev jeg i mailen til intervjuobjektene at de gjerne kunne reflektere over hvorfor de endte opp som gründere. Det kan være både fordeler og ulemper ved det. En fordel er om de faktisk har reflektert en del rundt det, og har benyttet tiden til å gjøre seg opp noen tanker om fortiden som kan ha påvirket valget. En ulempe er om de har innarbeidet en tanke om hvorfor de er gründere, gjennom å for eksempel lese om andre gründere og deres erfaringer. Jeg valgte likevel å gi dem den "oppgaven", da jeg håpet på å ha satt i gang noen tankeprosesser om deres vei til gründerskap. Likevel virket det som om dette ikke hadde påvirket nevneverdig; de fleste av intervjuobjektene spurte om hva jeg skulle skrive om og hva vi skulle snakke om. Dermed virket det som om det de sa i så fall ikke var innøvd eller noe de hadde lest seg opp om på forhånd.

Min kjennskap til intervjuobjektene er ganske varierende. Den ene følger jeg i mange sosiale medier, og jeg har et solid inntrykk av hvordan denne personen er. En annen av dem har jeg kjent til etter å ha gått på skole med vedkommende, og har selvsagt et inntrykk fra den perioden. De tre resterende har jeg liten kjennskap til, og jeg er dermed mer åpen overfor dem enn de to andre. I forkant av masteroppgaven hadde jeg tenkt til å gjøre meg mest mulig kjent med alle intervjuobjektene, for eksempel gjennom sosiale medier. Dette valgte jeg likevel ikke å gjøre da intervjuene nærmet seg, da jeg opplevde å være ganske forutinntatt til dem jeg vet mest om. Jeg håper og mener at dette ikke skal ha hatt for stor innvirkning på oppgaven.

### **3.9 Studiets kvalitet**

For å vurdere gyldigheten på denne studien har jeg valgt å bruke reliabilitet og validitet som målebarometer.

#### **3.9.1 Reliabilitet**

Reliabilitet handler om i hvilken grad man kan stole på resultatene av forskningen, og dermed hvilke forhold som får innvirkning på resultatene (Askheim & Grenness, 2014). Spørsmålene som ble stilt i intervjuet var ikke alltid i like rekkefølge, og hvorvidt informantene ønsket å dele mye info var veldig ulikt. Disse potensielle forholdene kan innvirke på resultatet, og dermed gjøre en undersøkelse mindre pålitelig eller reliabel (2014). Eksempler på slike tilfeldige forhold som kan gjøre en undersøkelse mindre pålitelig er nevnt av Rand (1969) ; forhold ved omgivelsene i undersøkelsessituasjonen, forhold ved forskeren/moderatoren under selve datainnsamlingen, forhold ved selve undersøkelsesinstrumentene og omstendighetene rundt dataanalysen (Askheim & Grenness, 2014, s.44).

For å kunne kontrollere underveis kom jeg med oppfølgingsspørsmål og ba dem om å utdype når det var nødvendig. Transkriberingen var til hjelp for å huske alle detaljer, slik at ikke viktig informasjon ble borte. Et poeng i den forbindelse, som også er nevnt i 3.4.4, er at man ikke starter å tolke før man har avdekket. Tolkning og drøfting er en viktig del av en slik oppgave som dette, men først må de "harde fakta" på bordet slik at tolkningen blir det som danner grunnlaget for oppgaven.

### **3.10.2 Validitet**

Validitet er hvorvidt en undersøkelse gir svar på det den er ment å skulle gi svar på (Askheim & Grenness, 2014). Altså hvorvidt metoden man benytter er egnet til å undersøke det en skal undersøke (Kvale & Brinkmann, 2012). En trussel mot validitet kan ofte være misforståelser og uklarheter, men å være tett på hverandre, slik man ofte er i kvalitative undersøkelser, kan eliminere disse truslene mot validitet (2014). Ettersom jeg var alene i intervju situasjonen har jeg også vært alene om å avdekke og analysere resultatene. Likevel har opptakene gjort at jeg har kunnet høre intervjuene flere ganger. Transkriberingen har vært til stor hjelp for å unngå feiltolkning. For å avdekke mulige misforståelser har jeg også diskutert ulike temaer med min veileder, slik at ingen uklarheter skal komme i veien for oppgavens validitet.

For å gjøre oppgaven så troverdig og åpen som mulig har jeg valgt å dele så mye informasjon som mulig. Dette er årsaken til å ha både kapittel 4 og 5, da det både gir historiene til informantene samt en datapresentasjon. Jeg håper at dette gjør oppgaven mer troverdig og etterprøvbart.

### **3.10 Etikk**

Et intervju er fylt med både etiske og moralske spørsmål. Etikk kommer av ethos, det greske ordet, og betyr karakter (Kvale & Brinkmann, 2012). Videre sier Birch et al. (2002) i Kvale og Brinkmann (2012) at etiske problemer kan oppstå fordi forholdene er forbundet med å "utforske menneskers privatliv og legge beskrivelsene ut i det offentlige (2012, s. 80). Etiske problemstillinger kan oppstå under hele undersøkelsens forløp, og er noe en intervjuer bør ha i minne hele tiden. Spesielt en av intervjuobjektene har snakket mye om sin barndom og mobbing, og det kan nok oppleves som svært utleverende å ha dette med i oppgaven. For ordens skyld vil jeg derfor opplyse om at vedkommende har vært i media tidligere, og har snakket åpent om barndommen og problemene han hadde da. Han er med andre ord komfortabel med å være helt åpen om dette temaet, og jeg har anonymisert ham.



### **3.10.1 Skjule informantens identitet, eller ikke**

Spørsmålet om konfidensialitet og anonymitet er et etisk spørsmål i kvalitativ metode. Som Parker (2005) sier er det slik at anonymitet kan beskytte deltakerne på mange måter, men da fratar man også deltakeren den stemmen de kanskje skulle hatt i forskningen (Kvale & Brinkmann, 2012). Et dilemma i min oppgave kunne vært om noen av intervjuobjektene ønsker å stå ved navn, for å krediteres, mens andre ønsker anonymitet. Et slikt dilemma vil gå i den som ønsker anonymitets favør, men samtidig kan det være “urettferdig” for de som kanskje ble med i forskningsprosjektet for å få ut sitt navn. Bakgrunnen for en slik beslutning er det etiske prinsippet velgjørenhet. Man ønsker, naturlig nok, å skade deltakeren minst mulig (2012). Navn og bedrifter er derfor blitt anonymisert av hensyn til personvernet. Intervjuobjektene ble informert om at deres navn, bedriftsnavn og andre opplysninger som kan føre til at deres identitet blir oppdaget, vil bli anonymisert i denne oppgaven. Noen av intervjuobjektene brydde seg ikke om å bli anonymisert eller ikke, men et par av dem var svært opptatt av at de ikke skulle bli kjent igjen i oppgaven.

Etikk er en viktig del av kvalitativ metode. I løpet av en times lang samtale med en person, der han eller hennes liv, fortid og familie blir diskutert, vil man kanskje alltid stå overfor noen etiske dilemmaer. Fordelen med å anonymisere er at man kan fortelle mer og gå dypere inn i livshistorier, nettopp fordi det er anonymisert og ikke gjenkjennbart.

### **3.11 Oppsummering**

Temaet og problemstillingen jeg har valgt har ingen fasitsvar eller ja/nei spørsmål. Kvalitative undersøkelser har derfor passet best, da det gir mer spillerom til å komme med for eksempel oppfølgingsspørsmål og forklaringer på hvorfor man stiller de spørsmålene man gjør. Derfor mener jeg at kvalitativ metode gir bedre svar enn det en eventuell kvantitativ undersøkelse ville gjort. Målet med intervjuene var at informantene skulle snakke så fritt som mulig, og derfor fungerte dybdeintervju på en god måte både for informantene og for meg som forsker. I utgangspunktet ønsket jeg å ha et strukturert intervju, men likevel ikke for mye struktur da det vil være best om intervjuobjektene får snakke fritt. De kjenner sin egen bakgrunn best, og derfor er det viktig at det de ser på som relevant kommer frem. En av informantene var ganske tydelig på at han ikke ønsket å

snakke fritt, han ønsket å bli spurt spørsmål som han kunne svare på. Dette gjorde jobben litt vanskeligere da han kanskje ikke fortalte like mye og like fritt som flere av de andre gjorde. Det viser at informantene, på lik linje med andre, er svært ulike og er komfortable med ulike metoder. Slik jeg har løst det metodisk har fungert godt, og jeg har fått svar på det jeg ønsket å få svar på.

## **Kapittel 4 Bakgrunnsinfo om informantene**

I dette kapitlet presenteres informantene og informantenes bedrifter. Navn og bedriftsnavn er anonymisert. Den følgende infoen er konstruert etter intervjuer med informantene, og er endret på en slik måte at det ikke skal være mulig å gjenkjenne hvem vedkommende er. Innholdet er likevel sannferdig, men med visse endringer der det er nødvendig av personvern hensyn. Under intervjuene fortalte informantene mye om sitt liv, og det har dannet grunnlaget for de følgende historiene. Jeg har byttet ut visse detaljer, navn og steder, men innholdet er i all hovedsak slik de formidlet det. Formålet med dette kapitlet er å dele så mye som mulig av dataene jeg har innhentet, slik at leseren får en bred forståelse av informantene og analysen av dem, og blir kjent med dem som har dannet grunnlaget for denne oppgaven.

### **4.1 Herman, Dataservice AS**

Herman er en av informantene jeg kjente til fra tidligere, men jeg kjente ham ikke personlig. Han var den første jeg snakket med i denne studien, og la grunnlaget med å fortelle svært personlige ting fra livet sitt. Herman er ivrig og virker interessert i mitt prosjekt og deler erfaringer og sin historie med mye engasjement.

Han startet sitt selskap i 2012, da som en studentbedrift ved siden av studiene. I denne tiden var han en aktiv student med verv og deltidsjobb, og hadde dette selskapet i tillegg. Da studiene var ferdig sto han overfor et valg om enten å satse på selskapet eller legge det ned. Han valgte førstnevnte. Firmaet hans er et konsulentfirma som hjelper kunder med teknologi. Herman har erfaring fra samme bransje som deltidshjelp, og derfor så han et "hull" i markedet. Veldig mange trengte hjelp til denne teknologien, men ingen hadde en tjeneste som tilbød det. Firmaet hjelper både enkeltpersoner og selskaper, og er det eneste firmaet i Norge som har en slik tjeneste.

Hermans barndom er et tema han vil snakke om, og han forteller om både ekstrem mobbing og en til tider fraværende far som har påvirket ham mye. På et tidspunkt i barndommen måtte han flytte til utlandet for å unngå mobbingen som var svært ille. Når han ser tilbake på barndommen og ungdomstiden sier han at han *har loket rundt hele livet*

*liksom. Om tiden på videregående og året etter, omtaler han seg selv som en drittsekk med lav selvtillit: jeg var verdens største drittsekk før jeg begynte på BI. Etter å ha møtt mennesker som påvirket han der, forandret han seg og opplevde en karakterendring ved seg selv. Han prøvde å bli det han mener er en ålreit type.*

Herman har hele livet hatt store ambisjoner, men likevel aldri hatt noen mål og aldri hatt mestringsfølelse. Da han startet i en deltidsjobb etter videregående fullførte han for første gang de målene han hadde satt seg, og opplevde en enorm mestringsfølelse. Dette er starten på hans reise som gründer og han opprettet Teknologiservice. Selskapets visjon og tjenester endres litt etter hvert, men i bunn og i grunn er de en konsulentteneste som hjelper privatpersoner og bedrifter.

Herman er redd for å mislykkes. Han tror det kan være fordi han vil bevise for blant annet de som mobbet han at han har klart det: *Ja! Det er garantert, jeg vet ikke om jeg har sagt det men ja! Som et helvete altså! Å snakke om risiko med gründere er vanskelig, for ofte syns de ikke at de opplever noe særlig risiko ved å satse på selskapet: Risiko og å ofre er to veldig skumle ord i mitt vokabular. Han mener alt handler om å ta valg. Valgene han da tar er med på å minimere denne risikoen. Jeg syns det er skummelt med risiko, men jeg gjør hjemmeleksa mi så jævlig godt og jeg analyserer ting. Dette gjør at risikoen blir mindre. Etter frem og tilbake om det er en risiko, oppsummerer han med å si: så ja det er litt risiko her liksom, men hva faen, du kommer jo ingen vei hvis du ikke tar noe risiko?*

Han fremstår som en veldig selvsikker person, men når jeg spør han om han bryr seg om hva andre tenker svarer han helt klar: *Ja som faen! Jeg prøver å lure meg selv til å tro at jeg ikke bryr meg om hva andre tenker, men selvfølgelig gjør jeg det. Han opplever mye usikkerhet rundt det å ta beslutninger, og gjentar til stadighet at han ikke aner hva han egentlig driver med: Det er mye usikkerhet da, jeg føler meg usikker hele jævla tiden ikke sant, for jeg har aldri gjort dette før så jeg aner ikke hva jeg skal gjøre. I alt det usikre har han opplevd god støtte fra moren, og det har vært viktig: Mamma har alltid vært der for med da, og alltid støttet meg. Og det gjør hun på en måte enda da.*

Herman ser på seg selv som en gründer og identifiserer seg med begrepet i alle høyeste grad, men er allikevel skeptisk til at gründerskap har blitt en trend. Han mener også at altfor mange er mer opptatt av å fortelle om å være gründer enn å faktisk skape noe: *det er*

*bare klikk-bate alt sammen de gründergreiene. Dette kommer av at millenniumsgenerasjonen etter hans mening er late: Et gründereventyr er bare dritt, det er sånn bæm bæm bæm og så får du sånn er lite klapp på skulderen liksom, å klarte du littegrann da, men jeg mener jo at vår generasjon er sånn dopamin avhengige og får alt fra telefonene våre og så bortskjemte, og har alltid blitt fortalt at du kan få til alt du vil, men ingen fortalte dem at de må jobbe beinhardt liksom. Så det er sånn, ja, du få til hva du vil men skjønn at du må jobbe livet av deg potensielt da, og at livet der ute faktisk er et rent helvete.*

## **4.2 Even, App AS**

Even er den andre informanten i denne oppgaven, og jeg møter ham på en kafe på stedet han jobber. Han virker som en lavmælt type, og er i motsetning til Herman ikke en som bare starter samtalen av seg selv.

Gründereventyret til Even startet med at drøm om å lage en app på egenhånd. Det var utgangspunktet for appen App AS. De så et behov i markedet, og synes det var dumt at fine klær ble kastet. Appen er en tjeneste for kjøp og salg av klær, og er rettet spesielt mot unge brukere. Selv om miljøperspektivet ikke var helt avgjørende, er det tydelig at det ligger litt idealisme bak hele ideen. Han beskriver gründerlivet som både lett og hardt.

At han ble gründer var helt tilfeldig ifølge han selv. Målet med appen var egentlig bare å lage en app, men han har alltid ønsket å skape noe selv. Tidligere, underveis i studiene, har han vært med å starte et par bedrifter. Likevel har ikke dette vært produkter eller tjenester han brenner for, og han har ikke syntes at det var nok meningsfullt nok for ham å være med på. Denne appen han nå er gründer av er noe han er stolt av og brenner for.

Det blir tydelig med Even at han identifiserer seg med begrepet gründer, og selv om han tror at appen ikke noe han skal jobbe med resten av livet, er han klar på at han ikke er ferdig med å være gründer på lang tid. For Even er gründerlivet en utholdenhetsprøve: *Det er vanskelig og krever mye stamina, det er liksom, det er et utholdenhetsgame på en måte. Du må liksom være villig til å forandre deg mye hele tiden.* I likhet med Herman, har Even fått støtte hjemmefra, men også møtt litt motstand fra for eksempel tidligere medstudenter

som heller ville gå inn i gode godt betalte og trygge jobber. Han sier at han på en måte vil vise dem at de fikk det til.

Å skape noe var den aller største motivasjonen. I tillegg var det motivasjon å vite at han gjør noe meningsfullt. Han opplever seg selv som kreativ og idealistisk, men han reflekterer litt rundt at han ikke syns det er karaktertrekk ved ham, samtidig som han tror at det kan være fordi han sammenligner seg med resten av generasjonen, som kjennetegnes ved nettopp de karaktertrekkene.

Som den gründeren han er forteller han at han ikke bryr seg så mye om en stabil inntekt og trygge rammer, han lever fint med å ikke ha det også.

### **4.3 Andreas, App AS**

Andreas er medgründeren i selskapet han driver med Even. Han har studert med Even, og er litt ulik ham. Vi sitter på samme sted som det forrige intervjuet, men han forteller mer om historien bak appen de har utviklet, og er mer frempå når det kommer til å snakke fritt selv.

Han forteller at de så et marked og ønsket å få unge til både å kjøpe og selge mer brukt, både klær og for eksempel møbler. Andreas forteller at miljøet for gründerskap har vært stort i byen de bodde i under studiene, men at ingen på selve studiet var interessert i starte noe eget. Motivasjonen for Andreas har aldri vært en standard A4 hverdag. Det som har motivert ham er to ting; temaet engasjerer ham, og han hadde et ønske om å lage en app. Andreas og Evens motivasjon er altså den samme.

Med foreldre som har vært selvstendig næringsdrivende har Andreas alltid sett for seg å jobbe i et lite firma eller starte noe eget. Av den grunn ser han heller ikke på det som en stor risiko å skulle gjøre nettopp det, fordi han har rollemodeller som har gjort noe lignende og det har gått bra. Risiko er i det hele tatt noe han ikke tenker over: *konsekvensen hvis du feiler er jo at du bare får deg en annen jobb. Og da er du jo på samme stedet som du ville vært, bare at du har mye mer erfaring fra det du har drevet med da, så på en måte, du må jo vite at det du gjør er verdiskapende da.*

Uten oppfordring fra min side begynner Andreas å snakke om gründere i et samfunnsperspektiv. Han nevnte i starten av intervjuet at han ikke ser på seg selv som en gründer, og noe av bakgrunnen for det er at han ikke identifiserer seg med mange av dem som selv kaller seg gründere. Han forteller: *Altså det er så mye fokus på det og på en måte sånn, det er veldig mye av det fokuset som er riktig og sånn, men jeg bare føler at noen da som kanskje kommer inn og på en måte sier de vil bli gründere og har mer fokus på det og det å være gründer enn det å faktisk lage noe som er verdifullt og meningsfullt for folk da.* Han mener mange i samfunnet i dag blir gründere på feil premisser, fordi det har blitt trendy. Når de får nei etter nei, føler Andreas at motivasjonen blir å vise for blant annet Innovasjon Norge at de får det til: *Det er vel litt sånn, fy faen nå skal vi vise dem på en måte.*

#### **4.4 Mari, Retail AS**

Mari er en sprudlende person jeg har fulgt gjennom sosiale medier i lang tid, og jeg møter henne på en kafe i nærheten av butikken hennes. Hennes innstilling til det meste i livet virker å være at det ordner seg, og er noe av det som har hjulpet henne gjennom de tyngste stundene som gründer i startfasen. Nå har bedriften hennes eksistert i flere år, og hun synes det nå er behagelig med en litt mer stabil hverdag enn tidligere. Hun driver en konseptbutikk, som både har styling i butikken og vanlig salg av produkter, samt egne kolleksjoner. Ønsket bak butikken var å få all hjelp på et sted, og derfor er det også sminkører og stylisten tilknyttet hennes butikk.

Hennes innstilling viser seg raskt, og hun forteller om hvordan det var å starte og hvordan hun tenkte i begynnelsen: *Det ordner seg sikkert! Det gjorde det ikke! Så vi har gått på noen smeller der, de første årene var kjempetunge, da jobbet jeg dag og natt med papir opp til halsen, så det var litt sånn “wake up call”.* Hun forteller at hun alltid har tatt egne valg og at hun stoler på valgene hun tar. Faren hennes var også gründer, og hun tror det kan ha påvirket henne ubevisst, uten at hun ser på han som en typisk gründer.

For Mari er støtte fra de nærmeste veldig viktig. Som viktigste støttespiller drar hun frem mannen sin, men også foreldrene og medarbeiderne hennes er også viktige. Hun tror det

har vært avgjørende når hun har vært sliten: *jeg tror alle sammen som er i en sånn sårbar situasjon når man starter opp noe, trenger liksom en liten klapp på skulderen og folk rundt deg som er veldig støttende da. Mannen min er ekstremt støttende og har liksom backa meg hele veien og. Så jeg unner ingen å starte et gründerselskap alene liksom.*

Oslo - fenomen kaller hun trenden med å være gründer. I hennes omgangskrets har “nesten alle” startet for seg selv eller lignende den siste tiden, og hun opplever det som at folk har en skapertrang for tiden. Det har hun selv og sier: *Jeg synes det er gøy å skape ting, synes det er gøy å utvikle ting, kunne se at ting skjer og få lov til å være en del av det da, som ikke hadde vært der om man ikke hadde gjort det.* Likevel mener hun det er bekymringsverdig at “alle” vil gjøre noe eget. Mari sier videre at man også trenger såkalte A4 jobber, så hun håper ikke alle vil bli gründere.

Risiko er ikke noe hun tenker så mye på. Hun har en veldig passion for det hun bryr seg om, og sier hun aldri har en plan B; det er alt eller ingenting, alltid. Hun tror man må ha en slags stayerevne for å lykkes som gründer: *Jeg tror nok man må det, ha en slags overbevisning for seg selv at det går. Uansett hvor kjipt ting kan gå noen ganger så må man bare stå i det.* Hun tror hun aldri vil slutte som gründer, men fortsette med nye prosjekter selv om bedriften kanskje ikke vil vare for evig. Hun tror hun har en liten gründer i magen, og elsker egentlig tilværelsen der hun kan styre sin egen hverdag: *jeg må liksom være min egen sjef.*

#### **4.5 Linda, Nettverk AS**

Linda er den siste jeg møter, men er i likhet med Herman en person som gir mye av seg selv og forteller gladelig hele sin historie. Hun begynner av seg selv å fortelle om sin reise, og tydeliggjør hva som har vært spesielt viktig for henne. Nettverk AS er en plattform for bloggere og andre påvirkere i samfunnet. Dette selskapet er en utfordrer til mange etablerte plattformer, og har hatt et annet utgangspunkt enn andre lignende selskaper.

Linda er tidligere idrettsutøver, men på grunn av en skade måtte hun velge enten å gi opp idrettskarrieren eller prøve å trene seg tilbake. Hun endte opp med førstnevnte. Det tok likevel en del år fra idrettskarrierens slutt, til hun valgte å være med på å starte et selskap.



Hun forteller om studier i utlandet, en salgslederjobb innen hun var 20 år, og flere års arbeidserfaring i en tøff bransje i USA. Hun forteller om ulike sjefer og at hun i USA sto overfor mange utfordringer.

Hun forteller om stadige møter med autoriteter og forteller at hun ofte utfordrer dem på tankesett og måter å jobbe på: *jeg har liksom alltid utfordret det etablerte*. Da hun kom tilbake til Norge igjen ble hun kontaktet av en tidligere sjef, og sammen begynte de å tenke på det som i dag har endt opp med å bli Nettverk AS. En plattform for påvirkere i samfunnet. De jobbet løst med det prosjektet ved siden av vanlig jobb, før Linda bestemte seg for at: *det er nå eller aldri*.

Hennes motivasjon for å starte opp Nettverk AS kom fra at hun så at det var rom for forbedring i bransjen, og fordi hun ville gjøre en forskjell for noen. Likevel: *den sterkeste motivasjonen var nok det å bygge noe fra scratch og kunne bygge en kultur man er stolt av, et miljø som utfordrer og utvikler mennesker, men som faktisk har mennesket i sentrum, det var kjempemotiverende og det var kjempegøy, det var helt, det var en rollercoasterride, men fy faen så gøy vi hadde det*. Linda ville gjort det igjen i dag om hun kunne, men på en helt annen måte. Motivasjonen da hun var kjempesliten var menneskene rundt henne, dem hun jobbet med og de som var med på dette. Å føle seg støttet har hun følt hele tiden. Med foreldre som selv er gründere var det en ekstra støtte og trygghet. Jeg spør om hun er påvirket av foreldrene sine, og det tror hun at hun ubevisst kan være: *arbeidsmoral har jeg vel fått inn med morsmelka*.

Linda er ikke redd for å feile, og forteller at hun alltid har beundret folk som tør og som satser på det de vil. Hun sier hun ikke var redd for at det skulle gå dårlig med Nettverk AS: *Så går det til helvete, ja fy faen jeg har lært, jeg tenker at jeg kan sitte så rakrygget i det jobbintervjuet og fortelle om de lærdommene jeg tok fra den perioden*. Hun tror det er mange faktorer som har påvirket henne til å bli gründer, både foreldre, hele systemet fra tidligere arbeidsplass og ikke minst idretten. Hun sier at hun er *kronisk nysgjerrig* og en typisk initiativtaker. Linda avslutter intervjuet med å fortelle noe som sier noe om hennes livsfilosofi: *livet er jo ikke hva som skjer med deg, det er hvordan du responderer på det som skjer med deg*. Tankegangen er å være ekstremt åpen for muligheter og kule folk, og at man må prøve og se hva ting kan bli til.

## Kapittel 5 Datapresentasjon

I dette kapitlet vil jeg presentere funnene i oppgaven og analyse dem i lys av problemstillingen; *Hvorfor tør unge i millenniumsgenerasjonen å satse på gründerdrømmen?*

Jeg har sortert analysen i fire temaer; **risiko, påvirkning utenfra, familie og vendepunkt.** Dette var temaer som gikk igjen hos alle respondenter, og var viktige for deres vei til entreprenørskap. Gjennom analysen, som er beskrevet i kap.3.4.4, kom disse temaene frem og la grunnlaget for analysen.

### 5.1 Risiko

Risiko var et tema som var viktig for meg å komme inn på i intervjuet, ettersom det skrives mye om entreprenører og risiko. Ingen av respondentene tok opp risiko selv, men alle hadde tanker og meninger rundt deres oppfattelse av risiko. For Andreas var ikke det å starte noe eget en risiko. Even mente han tenkte litt på det i starten og Mari tenkte at det i grunn bare var å finne seg en annen jobb om det gikk dårlig, så risikoen var ikke så stor. Herman mente det handler om valg og risiko, men var enig i at ansvaret han føler på medfører risiko, og han følte det var en risiko med tanke på alle de ansatte han har. Linda var ikke så opptatt av risiko, og er først og fremst en veldig uredd type. Hun syntes ikke det var en risiko å starte selskapet, men måtte innrømme at det føltes risikofylt da de ikke hadde penger og skulle betale ut lønn. Generelt virker det som om de ser på risiko som noe litt diffust, dette er ikke den største risikoen de kunne tatt i livet. Underveis i intervjuet med Andreas ble det klart at oppfattelsen av risiko er ulik fra person til person. Kanskje blir det største skillet på gründere og ikke gründere at risiko er noe gründere ikke opplever i like stor grad som de som velger å ikke bli det. De virker å være svært opptatte av å lære noe på veien, og Andreas sier:

*Hvis du har lært noe på veien så har du i hvert fall kommet lenger enn du var da.*

Han opplever at hvis man feiler, er det bare å få seg en annen jobb, og at man uansett har fått mye mer erfaring, så lenge det en driver med er verdiskapende. Han legger et stort fokus på at det må være meningsfullt. Even mener det til dels er en risiko, men sier at:

*Ja det er det på en måte, til gjengjeld så får man mye spennende erfaringer da.*

De spennende erfaringene er viktigere enn trygge rammer, og viktigst av alt er at det oppfattes som meningsfullt, et viktig poeng for en millennial. Han tenkte mer på risiko tidligere, og kan til en viss grad være enig i at det var en risiko å si nei til de jobbene de hadde og ble tilbudt etter studiet. Mari uttalte at *det er bare å kunne på* på spørsmål om gründertilværelsen versus en A4 jobb, og hun mente at det var den naive delen av henne som kommer inn og at hun tenker at det bare ordner seg. I likhet med flere av de andre respondentene, tenker hun også at det bare er å finne seg en ny jobb:

*Og hvis det ikke ordner seg så kan jeg jo ta en annen jobb. Det er aldri for sent å snu på en måte.*

Linda snakker lite om risiko, men utfra hennes historie opplever jeg henne som en person som ikke er redd for å prøve, og heller ikke redd for å feile. Å jobbe svart i USA, ta på seg lederstillinger i ung alder, starte et selskap som er en stor utfordrer til det etablerte, det er noe som trigger henne og hun nevner ikke risikoen ved det i det hele tatt. Hun sier i intervjuet: *Jeg tror at jeg aldri har vært redd for å feile.* Millenniumsgenerasjonen har alltid opplevd støtte, og med såkalte “helikopterforeldre” er det kanskje ikke så skummelt å feile. På lik linje med den andre er erfaringene man kan få uansett mer verd:

*Så går det til helvete, ja fy faen jeg har lært, jeg tenker at jeg kan sitte så rakrygget i det jobbintervjuet og fortelle om de lærdommene jeg tok fra den perioden.*

Herman på sin side mener det ikke handler om risiko og at det som nevnt kun handler om valg, men moderer seg etterhvert;

*Altså risiko og valg, nei risiko og ofre er to veldig skumle ord i mitt vokabular. For jeg mener at alt handler om å ta valg.(..) Så risiko, selvfølgelig det er mye risiko i det på en måte, fordi man liksom, det er mye penger på spill, hvis noe går til helvete, altså jeg har mange ansatte, 13 ansatte liksom, det er kontor-kontrakt her på 5 millioner kroner de neste 5 årene, ehm, så ja det er mye risiko, men det blir litt det samme som det andre at du har litt naiv tro på deg selv da.*

Han utdyper at han er mer risikoavers enn risikosøkende, og syns det er skummelt med risiko. På grunn av det gjør han *hjemmeleksa mi så jævlig godt og jeg har analysert ting nettopp for å kunne minimere risikoen*. Han avslutter med det som virker typisk for de fleste entreprenørene i denne oppgaven: *men hva faen, du kommer jo ingen vei hvis ikke du tar noe risiko*.

Risiko er noe de lever med i hverdagen, men er ikke noe som hindrer dem. De fleste startet med å si at de ikke så på det å starte selskap som en risiko, men etterhvert kommer det frem at de syns det har vært risikofylt, men at det ikke har stoppet dem. De er overbevist om at det er nødvendig å ta risiko for å få til noe, og den verste konsekvensen er å få seg en ny jobb. Ingen av dem snakker om risiko som noe som er en hindring, men helt nødvendig for at selskapet skal vokse. Samtidig har de alle en overordnet tanke om at de kan få til det de vil, og at alt ordner seg til slutt.

## **5.2 Påvirkning utenfra**

Informantene trekker frem ulike påvirkninger. Alle er enige om at samfunnet de lever i har påvirket dem på ulike måter. Andreas trekker frem at det har blitt så populært å skulle være gründer, at nå vil alle bli det. Det er også grunnen til at han ikke vil definere seg selv som gründer, fordi han distanserer seg fra “sånne mennesker”. Som mange fra millenniumsgenerasjonen ønsker kanskje også han å være spesiell, og ikke være som alle andre. Han opplever at mange er mer opptatt av å skulle være gründer enn faktisk å skape noe, og sier:

*Og på en måte da, kan jeg få litt inntrykk av at det å være gründer da handler om å være på Mesh og drikke øl og bare høre på talks da. Men ikke om å faktisk, det det handler om er å egentlig jobbe med det produktet ditt og på en måte gjøre veldig inkrementelle steg.*

Andreas utdyper videre hvorfor han av den grunn ikke identifiserer seg med gründerbegrepet:

*Jeg identifiserer meg ikke med det da, derfor er kanskje ikke akkurat det begrepet blitt noe jeg tenker å ikke identifisere meg med.*

Han mener altså at det som er typisk for en gründer i hans øyne, er noe han selv ikke kan identifisere seg med.

Mari sier hun har mange i sin omgangskrets som har startet for seg selv, både enkeltmannsforetak og gründere, og hun sier:

*Det har liksom bare skutt i været. Jeg lurer litt på om det er et sånn Oslo - fenomen og, føler alle skal gjøre egne ting om dagen. Hun tror det kan handle om en skapertrang, noe hun selv også opplever, men sier videre at det er litt sånn bekymringsfullt med en sånn trend, jeg tenker det er ganske mange yrker som krever liksom A4 livet eller A4 jobber som trenger arbeidskraft.*

Også Mari distanserer seg litt fra de andre gründerne, og er skeptisk til at det kommer så mange gründere når man trenger folk i A4 jobber - paradoksalt nok i slike typer jobber hun aldri kunne tenke seg.

Herman har sterke meninger når det kommer til samfunnets stadige fokus på gründere:

*Det er bare klikkebate alt sammen de gründergreierne! Jeg mener det er så utrolig mange gründere og entreprenører da som er så utrolig mye mer opptatt av å fortelle at de er gründere enn å faktisk skape noe da, ikke sant.*

Han tenderer til å ha litt lik oppfatning som Andreas har. Han utdyper det enda mer og skylder på samfunnet hele generasjonen er oppvokst og lever i, en tid der likes er høyt verdsatt av en hel generasjon:

*Det er noe med den dopaminen og den konstante gratification eller liksom den bra jobba, pet on the back greia som generasjonen har, som bare ikke er en realitet i gründerverden.*

Heller ikke Herman relaterer til gründerbegrepet fordi han mener at mange av de som er entreprenører i dag, ikke er det fordi de ønsker å skape noe, men fordi de syns det er kult å

være gründer. Han mener denne trenden kan komme av at millenniumsgenerasjonen er en generasjon alltid har fått høre at de kan få til alt man vil:

*Men ingen fortalte dem at de må jobbe beinhardt liksom. Så det er sånn ja, du kan få til hva du vil men skjønn at du må jobbe livet av deg potensielt da, og at livet der ute faktisk er et rent helvete.*

Herman mener generasjonen er bortskjemte, og med altfor mye penger. For han er det viktigste av alt å jobbe så mye og så godt han kan, det er noe av grunnen til at de aldri har søkt Innovasjon Norge om penger; han vil tjene pengene selv:

*Nei! Prinsipp. Det er det entreprenør/gründerbølgen pisset da, som jeg mener at, vi har vurdert det mange ganger, men det er litt det at folk skjønner ikke verdien av hardt arbeid da, og det å faktisk stå på liksom.*

Linda nevner ikke noe om samfunnet, verken det at det er gjennomsluktig - spesielt i hennes bransje, eller det store fokuset på entreprenørskap. Hun var en av gründerne i Gründeroppøpet (Medium), og virker å ha en annen mening enn de andre om gründerfokuset. Hun nevner ikke noe om samfunnets påvirkning, og det virker ikke som om det er noe hun ønsker å snakke om.

### **5.3 Familie**

Informantene virket å være i ulik grad interessert i snakke om familien sin. Linda og Herman delte en del, og fortalte mye om hvordan foreldrene kunne ha påvirket. Andreas og Even ønsket ikke å dele så mye om familien, men Andreas fortalte om foreldre som har startet egen praksis og dermed ubevisst kan ha påvirket ham til å bli gründer. I tillegg fortalte han at han aldri har sett for seg å jobbe i det offentlige eller i en stor bedrift. Mari forteller at faren var gründer og mer eller mindre ubevisst kan ha påvirket henne til å bli det selv.

Fellesnevneren er at de fleste har hatt en forelder (eller begge foreldrene) som har vært selvstendig næringsdrivende eller vært/er entreprenør. Vi vet at de som har foreldre som er

entreprenører selv har større sjanse for å selv bli entreprenører, slik det kommer frem i kapittel 2.3. De har sagt at det kan ha påvirket ubevisst, men vi vet dermed at sjansen for at de ble entreprenør var større enn for andre som ikke har foreldre som er entreprenører. Derfor er det kanskje ikke så tilfeldig som de selv tror. Denne generasjonens foreldregenerasjon har vært svært delaktige, og det er ikke uten grunn at de kalles for helikopterforeldre.

Oppveksten er det kun Linda og Herman som snakker mye om, og de legger vekt på at den nok har formet dem en del, spesielt hos Herman som har blitt mobbet i store deler av barndommen. På grunn av den han kaller *ekstrem mobbing* flyttet han til London til sin far, og har vært usikker på seg selv i store deler av livet. Han omtaler seg selv som

*verdens største drittsekk før jeg begynte på BI.*

Han forteller om en far som alltid har utfordret ham, men samtidig vært fraværende og ikke spesielt støttende. Derimot er moren en veldig viktig brikke, og hun er etter Hermans oppfatning den eneste som alltid støtter han og alltid har gjort det. Støttende foreldre er som vi vet typisk for denne generasjonen, og mange er avhengig av foreldrene sine. Han har gjennomgått en ekstrem personlig utvikling de siste årene, og når han snakker om seg selv sier han at

*jeg har vært ganske fucka veldig mye av livet*

og referer til veldig mange og veldig vonde år tidligere. Han tviler ikke et sekund på at det har preget han ekstremt mye og at han har

*på en måte prøvd å bli jævlig ålreit.*

Herman tror han blir beskrevet av folk rundt ham som smart, krevende, inspirerende og motiverende. Men også som en som tar mye plass og som kan være vanskelig å jobbe med til tider. Han trekker også frem kjernen på fem i sitt eget team som enormt støttende. Linda sin familie er veldig sammensveiset, og etter de åpnet bakeri har også Linda jobbet i bakeriet sammen med dem siden hun var 11 år gammel. Hun sier

*så liksom arbeidsmoral har jeg vel fått inn med morsmelka.*

Men hun er en ganske lukket person når det kommer til å snakke om problemer og utfordringer, dermed har foreldrene måtte være proaktive når det kommer til å støtte henne og og backe henne opp når det trengs. Oppveksten virker å ha vært mye preget av idrett, og hun også har spilt på aldersbestemt landslag. Kun 18 år gammel sto hun overfor et valg der hun måtte bestemme seg for om hun skulle bygge seg opp etter en vanskelig skade, eller legge fotballen på hylla for godt. På dette tidspunktet var planen fremdeles å bli fotballproff i Frankrike.

Felles for de alle, uten unntak er at de har opplevd at en eller begge foreldre har vært støttende, og at de mener denne støtten har vært viktig. Det trekkes frem at å stå i et gründerskap alene er tøft, Marthe sier:

*jeg unner ingen å starte et gründerselskap alene liksom.*

Hun forteller videre at det oppleves som en veldig sårbar situasjon, og at man trenger en klapp på skulderen. I gründertilværelsen er det ingen sjef som sier det var godt jobba, og det er gjentakende at det føles viktig med denne støtten fra familien rundt. Henrik har opplevd stor støtte fra moren sin, Andreas har opplevd oppbacking fra familien og det samme gjelder Even. Mari har også hatt støtte hos sine foreldre og øvrige familie, men trekker spesielt frem mannen sin som den aller største og viktigste støtten. Linda har fått støtte både i vennekrets og familie, men opplevd støtten fra foreldre som spesielt viktig. Det samme gjelder noen av de hun grunnla Nettverk AS med, og mener spesielt en av dem har vært en viktig støtte.

Samtlige av entreprenørene har opplevd støtte fra familie, og alle mener det er viktig å ha noen rundt seg som støtter dem. Samtidig har det også vært mange som har stått på sidelinjen og tenkt at de kanskje ikke får det til, og som ikke har støttet dem. Oppveksten deres har i ulik grad påvirket beslutningen om å bli entreprenør. Herman har ønsket å vise dem som mobbet ham i oppveksten at han har fått det til og klarer seg fint. Andreas, Mari og Linda har vokst opp med foreldre som entreprenører og har gjennom dette blitt påvirket, selv om de ikke er sikre på at det har hatt så stor innvirkning på dem selv. Even har under studietiden startet flere selskaper, og han nevnte at han så på seg selv som kreativ, og



dermed har fått en stor skapertrang. Han fortalte lite om oppveksten og familien, og virket ikke komfortabel med å skulle dele for mye.

#### 5.4 Vendepunkt

Flere av respondentene beskriver det som kan oppleves som et vendepunkt i livet. For Herman var det første vendepunktet da han brakk ryggen og ikke kunne dra i militæret. Planen hans gikk i vasken, og han opplevde på det tidspunktet å ha veldig dårlig selvtillit. Herman måtte vurdere hvordan han skulle leve livet sitt og planene sine på nytt, og endte opp en kort tid i barnehage, som han beskriver som “kjempegøy”, men valgte å heller søke seg til en elektronikkforhandler som da blir starten på en karriere med elektronikkprodukter. Som entreprenør kan man oppleve mange vendepunkter, og Herman er intet unntak. Da han var ferdig med studiene måtte han velge å legge selskapet på hylla, og ta den drømmejobben i McKinsey, eller satse alt på Dataservice AS. Han beskriver entreprenørskapslivet før og etter studiene: *Man kan til og med kanskje se på det som to forskjellige gründereventyrer da.* Med dette mener han at å være gründer som student, og det å faktisk satse uten den student -tryggheten er to vidt forskjellige ting. Også Linda sto overfor et vendepunkt, et vendepunkt der hun måtte bestemme seg for å kjempe seg tilbake til fotballen etter å ha brukket skinnleggen og kanskje klare det, eller legge opp og gi opp drømmen om å være fotballproff i USA. Hun sier:

*Da måtte jeg begynne å revurdere litt hva jeg skulle gjøre med livet mitt.*

Dette var avgjørende, og det var da hun tok valget om å ikke lenger spille fotball, men søke andre utfordringer. For både Even og Andreas ble vendepunktet da de var ferdige med å studere, og måtte bestemme seg for om de skulle legge appen på hylla, eller satse videre og bli entreprenører. De valgte det siste, selv om faste og godt betalte jobber var det mest naturlige valget i deres krets. Maris vendepunkt er ikke en konkret hendelse, men etter å ha bodd i utlandet og etterhvert vendt hjem ble det til at hun ville teste sitt konsept som hun hadde tenkt på en stund.

Felles er altså at informantene har kommet til et vendepunkt i livet, enten det var å satse for fullt eller om det var å teste ut noe man har trodd på lenge. Herman, Even og Andreas gikk fra den trygge tilværelsen som både student og entreprenør, til å bli entreprenør på heltid. Da Linda tok valget om å satse på sitt selskap hadde hun gått et halvt år med planene klare - uten å tørre å satse.

Når vendepunktet kommer i livet til disse informantene virker det som det er en ting som har vært svært viktig; de har hatt en tankegang om at det kommer til å ordne seg, og at de får det til.

## **5.5 Oppsummering**

Felles for alle fem er at de har høyere utdanning og at de i de fleste tilfeller kjenner godt til det feltet de har blitt gründere innenfor. Noe annet som binder disse gründerne sammen er at de gjør dette fordi det oppleves meningsfullt for dem å gjøre det. De startet ikke sine selskaper fordi det var mye penger å hente, det var fordi de opplever det som meningsfullt å bruke all sin tid på det. De trekker frem at det var viktig for dem, og at nettopp denne faktoren rettferdiggjør det om alt skulle gå dårlig. De sier til seg selv at de i alle fall har gjort noe meningsfullt disse årene. Redselen for å feile er tilstede hos flere av dem, men hos de fleste oppleves ikke det som en sterk faktor. Kun Herman nevner frykt, de andre snakker om erfaringene de får ut av å drive et selskap - enten det går bra eller dårlig til slutt. En setning går igjen hos alle: en naiv tro på seg selv eller naiv tro på at det skal gå bra, kanskje en "overlevelsesteknikk" eller en selvsikkerhet. For dem er det uansett viktig å aldri miste troen på verken seg selv, eller produktet eller tjenesten de leverer.

Omtrent samtlige sier noe om en naiv tro på enten seg selv eller at det skal gå bra. På noen områder virker de veldig like, for eksempel fordi de har en stor stå på vilje og tro på at det skal gå bra. På en annen måte er de ulike når det gjelder familiær bakgrunn og stedene de er vokst opp, samtidig som de fleste mener samfunnet har påvirket dem i større grad de senere årene.

Som det i stor grad kommer frem i løpet av dette kapittelet, er det slik at flere av informantene banner svært mye. I utgangspunktet var ikke dette en faktor jeg hadde planer om å ta med, men det var etterhvert tydelig at banningen kanskje representerte noe spesielt

ved dem. Det kunne virke som om banningen var med på å forsterke deres mening, for eksempel når det var snakk om hvor mye jobb som kreves for å overleve som entreprenør blant annet. Likevel er det slik at noen bruker sterkt ladede uttrykk uten å mene det så sterkt som det høres ut (Aas, 1996). Kilden på dette er riktignok noen år gammel, og banning er kanskje ikke så sterkt uttrykk lenger. Ordene sies å skulle vise hva slags tilhørighet en har (1996), og kanskje brukes disse banneordene for å forsterke følelsene. Et eksempel om tidligere miljøminister Berntsen nevnes der han kaller en britisk kollega for drittsekk, men blir forsvart med at han var trygg på seg selv og sin posisjon (1996). At informantene i denne oppgaven er trygge på seg selv og sin posisjon er helt sikkert, og kanskje er det derfor de er komfortable med å banne såpass mye. I tillegg kan det oppfattes forsterkende for den som hører på.

## **Kapittel 6 Drøfting og konklusjon**

Denne generasjonen har vokst opp med et mantra om at de skal følge sine drømmer, de har fått høre at de kan få til alt og foreldrene har støttet dem hele livet. Der man tidligere ble selvstendig i tiden etter videregående, er denne generasjonen fortsatt avhengige av foreldrene sine i lang tid, kanskje for alltid. Likevel er mange kritiske til å generalisere generasjonen, og kaller det for en fase i ethvert menneskes liv, heller enn trekk fra en generasjon. Fra mitt synspunkt finnes det generasjonsskiller, og samfunnet er en sterk pådriver for nettopp det. Enhver ny generasjon vokser opp i et samfunn som har forandret og utviklet seg siden forrige generasjon vokste opp. Det er slik det er og det er helt naturlig. Derfor finnes det særtrekk ved denne generasjonen, og dette er det jeg skal diskutere i dette kapitlet. Forskningsspørsmålene er til hjelp for å svare på problemstillingen, og jeg vil derfor drøfte teorien og empirien for å svare på disse spørsmålene, og til slutt besvare problemstillingen.

### **6.1 Hva eller hvem har påvirket beslutningen om å være gründer?**

Å komme med en konkret grunn til at nettopp disse er entreprenører er nærmest umulig. Først og fremst fordi det ikke er en konkret grunn, men også fordi de selv ikke visste hva som er grunnen. Det er mer sammensatt enn som så. Som nevnt innledningsvis er det tydelig at ingen av entreprenørene i denne oppgaven har satt seg ned og bestemt seg for at de bare skal bli gründer. I underbevisstheten har de blitt påvirket av mange faktorer. Å velge en slik karrierevei kommer av mange ulike årsaker, og en av disse årsakene kan bunne i den overordnede tanken om at de kan få til hva enn de vil. De er såkalte “barn av sin tid” og er vokst opp med støttende foreldre og et samfunn som heier på dem. Fra teorien vet vi at noen trekk hos entreprenøren er såkalt arvelige (Nicolau & Shame, 2011) og flere av informantene har foreldre som selv har vært eller er entreprenører og/eller selvstendig næringsdrivende. Informantene mener i ulik grad at det har påvirket dem, og tror det kan være en skjult påvirkning. Man kan tenke seg at de har sett sine egne foreldre gjøre det, og dermed er barrieren lavere fordi det i deres øyne er helt normalt. Flere av informantene nevnte også at de ikke opplevde det som en særlig risiko å bli entreprenør, og det kan kanskje tenkes at deres risikovillighet er påvirket av foreldrene. Når Beck snakker om risiko, sier han at man tar en risiko, men får også sjanse ved å prøve (Beck, 1997).

Fokuset til entreprenørene er altså på mulighetene risiko fører med seg, heller enn den muligheten som finnes for å miste alt.

For en av informantene var mobbingen i tidligere barndom av stor betydning. En fæl barndom, slik Herman hadde, virker å ha vært en helt avgjørende faktor. Å vise dem som ødela barndommen hans at han faktisk har fått det til er en stor motivasjon i tider der entreprenørskapstilværelsen er vanskelig. Dette er i tråd med Kets de Vries forskning om at det entreprenørielle i et menneske kommer som et resultat av erfaringer i ungdommen (Landstrøm, 2005). Hermans far er også nevnt som en sterk påvirker, både i positiv og negativ forstand, som igjen referer til den nevnte undersøkelse (2005). Med det i bakhodet er det ikke så rart han har jobbet ekstra hardt for å lykkes. På en annen side har ikke noen av de andre informantene opplevd noe lignende, og den omstridte forskningen gjelder først og fremst kun for denne ene personen.

Gjennom intervjuene ble synlighet i dagens samfunn nevnt av flere av informantene, og som Sinek forteller er denne generasjonen avhengig av bekreftelse og dopaminen som blir utløst av hver eneste "like" man får (Sinek, 2016). For Herman er de "likesene" kanskje å vise fingeren til mobberne, og for de andre informantene er det en måte å vise at de har fått det til. For i oppstartsfasene har alle informantene kjent litt på ubehaget av at andre går inn i trygge jobber, når de står på ukjent vann og har valgt et annet levesett.

Også Even og Andreas syntes det var godt å kunne vise dem som ikke trodde på dem at de faktisk fikk det til. Det var likevel ikke bakgrunnen for å drive entreprenøriell virksomhet. "Å skape noe" var en setning som til stadighet gikk igjen hos alle informantene, og var bakgrunnen for at de ville starte noe eget. I tillegg var det et ønske om å gjøre noe meningsfullt og å kunne bestemme sin egen hverdag, helt i tråd med hva de unge ønsker å gjøre. Det ble klart at ingen av dem higer etter en A4 jobb eller et "enkelt" liv. Selv om de søkte trygghet og at stabilitet i for eksempel økonomi var et mål på sikt, var ikke dette noe de var særlig opptatt av. Når Herman velger bort en svært god jobb, og i stedet velger å jobbe med selskapet sitt, da har han tatt et stort valg.

## 6.2 Hva oppleves som det verste som kan skje om man feiler, og hva er risikoen?

Når Sinek (2016) kritiserer millenniumsgenerasjonen, er det fordi han mener foreldrene har gitt dem “failed parenting” med mantraet om at de er spesielle. Samtlige av informantene sier de har en naiv tro på seg selv og at det skal gå bra til slutt. Frykten for å feile, og fokuset på risiko er ikke til stede. De synes heller ikke det er så farlig å feile.

Å planlegge for plan B ligger ikke naturlig for disse gründerne, og som en av dem sier så er det alt eller ingenting. Risiko er ikke noe de tenker særlig over, de konstaterer at det er en risiko, men egentlig opplever de det ikke som en stor risiko å ha startet noe selv. Det har enten føltes naturlig, vært noe de har blitt med på eller en sjanse de ikke har kunnet gå glipp av. Hva den største risikoen var, er ikke noe informantene har et klart svar på. På mange måter er risiko også et definisjonsspørsmål. Det virker som de fleste av informantene har et svært avslappet forhold til risiko, og opplever det som en liten risiko å være entreprenør. En del forskning, blant annet Brockhaus (1980) i Acs og Audretsch 2010 har funnet ut at entreprenører er mer risikovillige enn det ikke-entreprenører er. Kanskje kan det komme av de ulike tilnærmingene og tolkningen av risiko. De fokuserer mer på mulighetene enn potensielle risikoer, og føler kanskje at det er “nå eller aldri”. Da jeg spurte informantene om hva den største risikoen var, svarte samtlige at det kjedeligste var om det ikke gikk og de måtte finne seg en vanlig jobb. Overraskende nok var dette stort sett det eneste som var konsekvensen ifølge dem selv. Dog var Herman mer opptatt av risiko, spesielt med tanke på penger. Men med den naive troen på seg selv, som de alle mente å ha, og ha gjort så godt forarbeid som mulig, minimerte han risikoen mente han selv. Selvtilliten til dem alle virker å ha påvirket dem mye, og gjør at de har turt å ta mange sjanser. Det verste som skjer om de feiler er at de må ta en annen jobb. Holdningen er at det ikke er det verste som kan skje. Gjennomsiktigheten er likevel et aber for dem; det er gøy når de får det til, men det er akkurat like synlig hvis det ikke går og selskapet for eksempel går konkurs.

Konklusjonen er altså at det ikke er så farlig å feile for dem. Likevel peker de på samfunnet i dag og sier generelt at fallhøyden er stor for mange, fordi samfunnet i dag er så gjennomsiktig og åpent. Alle ser om du får suksess, og du får masse oppmerksomhet, men det gjør du også om du faller. Å vise dem som en gang ikke har trodd på en, eller blitt mobbet av, har vært en motivasjon for flere. Det å feile oppleves dermed enda verre fordi

man aldri fikk vist hva man faktisk kunne. Risikoviljen er stor, fordi risikovilje er et definisjonsspørsmål. Det ble tydelig etter samtaler med informantene. De er opptatt av å leve sitt liv, og gripe etter det Beck omtaler som stjerner i eget liv. For å oppnå det må de risikere noe, men risikoen er verdt.

Ulikt fra andre generasjoner er de sosiale mediene, og kanskje er det denne dopaminen som er med på å få de til å prøve, men som også slår hard ned om de ikke lykkes. Å snakke om synlighetssamfunnet er nok ikke noe tidligere generasjoner ville gjort, og det er med på å differensiere millenniumsgenerasjonen.

### **6.3 Hva er det med entreprenørskap som tiltrekker millenniumsgenerasjonen?**

I en tid der globalisering er i sentrum, blir individualiseringen både viktigere og vanskeligere for den enkelte, kanskje spesielt for millenniumsgenerasjonen der de yngste i generasjonen skal finne sin plass. Verden blir større fordi landegrenser og kulturelle grenser brytes, samtidig som individet blir mindre i den store verden. Kanskje er det derfor man må selvrealisere seg for ikke å bli en av noen, men heller bli noen.

I en større verden er synligheten vanskelig å oppnå, men likevel et mål for mange. Å differensiere seg blir et mål, og det å være annerledes er målstreken i et langt maraton i individualisering. Man vil være synlig, men synligheten har en pris. For man er synlig på topp, men man er også synlig i fallet og på bunnen.

I Kolvereid sin undersøkelse kom det frem at frihet og utfordring var to sentrale begrunnelser for å ønske å bli entreprenør eller selvstendig næringsdrivende (Kolvereid, 1996). Informantene var tydelige på at spesielt frihet var viktig, og for Mari har det alltid vært nødvendig med frihet i hverdagen. I likhet med funnene fra Bergo (2007), er det typisk for entreprenører å ha en frihetstrang.

Skapertrang er et ord som har gått igjen i omtrent all teori, og er noe som går igjen hos entreprenørene. De ønsker så veldig gjerne å skape noe, og i Landström (2005) beskrives entreprenøren som en skaper. Når man vet at det er typisk for millenniumsgenerasjonen å ville jobbe i mindre organisasjoner for å få større innflytelse (Alsop 2008 i De Vaney, 2015), er kanskje skapertrangen en del av nettopp det. De vil skape noe, påvirke og ha en

stemme i verden. En av informantene ville skape en fremtid for seg selv og familien, og det var en sterk motivasjon for henne. Denne skapertrangen har kanskje sitt utspring i tanken om at denne generasjonen har et ansvar for hvordan fremtiden skal se ut, og at de er ansvarlige for gjøre en forskjell i verden (Alsop, 2008).

Millennials er opptatt av fleksibilitet (De Vaney, 2015), som igjen er et behov for frihet som informantene snakker om. Å bestemme over egen hverdag er viktig, og i en såkalt “vanlig A4-jobb” er ikke alltid fleksibiliteten og friheten tilstede. Kanskje er det nettopp derfor de må skape sin egen arbeidsplass, fordi de ikke passer inn i det som til nå har vært normen for mange arbeidsplasser. I tillegg påvirker rastløsheten mer enn de kan forstå selv. Ingen av informantene nevnte noe om rastløshet, men var opptatt av å være med i prosessen fra a til å, og det kan være et resultat av en rastløshet som Sinek påpeker i sin YouTube talk (StartWithWhy, 2016).

Alle informantene har opplevd støtte, spesielt fra sine foreldre. Dette er helt i tråd med all teori om denne generasjonen er dette helt vanlig. Det blir sagt at de er vokst opp med en ideologi fra sine foreldre om at de kan få til alt, og basert på intervjuene med informantene kan dette bekreftes. De er helt åpenbart overbevist om at de får til de de vil, så lenge de ønsker det nok og jobber hardt nok.

I løpet av intervjuene med informantene kom det frem en interessant vinkling på entreprenørskap fra informantenes side. Flere distanserer seg fra gründerbegrepet eller entreprenørskapsbegrepet. Som Alsop (2008) nevner er de opptatt av å gjøre en forskjell, og i følge Sinek (2016) har de blitt opplært av sine foreldre til å være spesielle. Kanskje er det derfor de distanserer seg fra det å være en typisk gründer, fordi det ikke er unikt nok. De ser gjerne ikke på seg selv som en gründer, fordi de mener de har andre trekk enn den typiske gründeren eller entreprenøren. Dette på tross av at de fleste typiske trekk for en entreprenør er å finne hos disse informantene.

#### **6.4 Svakheter med oppgaven**

En utfordring ved å skrive om millenniumsgenerasjonen er at jeg selv er en del av denne generasjonen. Det andre ser ved min generasjon, ser jeg kanskje ikke selv. Likevel har jeg



prøvd å ha “forskerbrillene” på og prøvd å se på alt som typiske trekk, selv om jeg til stadighet har kjent meg igjen.

Informantene ønsket at intervjusituasjonen skulle være på ulik måte; en ønsket å få stilt helt klare spørsmål mens en annen snakket helt fritt. Jeg mener likevel at alle spørsmål har blitt besvart tilslutt. Ved å stille flere konkrete spørsmål kunne jeg kanskje ha fått flere konkrete svar, og kunnet svare enda bedre på forskningsspørsmålene.

For å generalisere til en hel generasjon måtte jeg også hatt flere informanter, men dette var nødvendigvis målet i denne oppgaven da kvalitativ metode ble anvendt.

## **6.5 Konklusjon**

Disse forskningsspørsmålene har vært med på å svare på problemstillingen som var: hvorfor tør unge i millenniumsgenerasjonen å satse på gründerdrømmen. Det er som nevnt flere grunner til det, og noen av årsakene peker tilbake på hva som er typisk for en entreprenør, og noe er veldig typisk for denne generasjonen. I tillegg har det kommet frem noen funn som skiller akkurat disse fra både andre entreprenører og andre i deres generasjon. Nedenfor vil jeg presentere de ulike funnene, og peke på hva som skiller akkurat disse fra sin egen generasjon og andre entreprenører.

Det er mange trekk hos den typiske entreprenøren som passer for millenniumsgenerasjonen. Noen av disse trekkene er for eksempel at barndommen påvirker, at frihet er viktig, at arbeidet man gjør må være meningsfullt, og at penger ofte ikke er motivasjonen. Barndommen er viktig, men teorien om entreprenørskap forteller om påvirkningen fra en dårlig barndom, mens millenniumsgenerasjonen har engasjerte foreldre som alltid er tilstede. Frihet er viktig fordi både entreprenører og millenniumsgenerasjonen, de er opptatt av å disponere sin egen tid, og bestemme selv. At det må være meningsfullt er et argument for å starte noe eget, for ikke alle arbeidsplasser vil være meningsfullt for den typiske entreprenør og da må en skape meningsfullhet selv. Penger var ikke motivasjonen for noen av informantene, og heller ikke for entreprenører generelt. En oppstartsfase er gjerne lang og uten store gevinster, så om motivasjonen er penger er ikke entreprenørskap veien å gå.

Alle informantene har en overordnet tanke om at de kan få til hva enn de vil, og at alt løser seg til slutt. De har tro på seg selv, noe som kanskje kan skyldes foreldregenerasjonens mantra om at de faktisk kan få til alt de vil. For informantene er det en større risiko å ikke prøve, enn å prøve og eventuelt feile. De vil heller ha prøvd, og eventuelt ikke klart det, enn å gå gjennom livet med anger over ikke å ha prøvd. Å feile er ikke det som gir mest frykt, samtidig som de erkjenner at nederlaget vil bli stort om de faktisk feiler. De lever i en tid der alt er synlig, og det vil være umulig å unngå at mange får med seg en eventuell konkurs. Synligheten er det man kanskje kan oppleve som et “nødvendig onde”; de trenger dopamintilførselen de får gjennom likes og kommentarer, men det blir også en frykt hvis nederlaget kommer. Dette er noe andre generasjoner ikke har måttet forholde seg til. Konsekvensen hvis de for eksempel går konkurs er at de må få en annen jobb. De tar lett på det, og sier ikke noe om de potensielle økonomiske konsekvensene, eller at det blir vanskelig. Det er en holdning til at også det vil ordne seg. Ønsket om skille seg ut er kanskje litt varierende hos informantene, men de ønsker å gjøre noe eget. Det interessante er at de har svært gode muligheter til å gå rett inn i gode jobber, men likevel tatt valget om å ikke gjøre det.

I tillegg har de blitt entreprenører i en tid der det finnes gode støtteordninger for entreprenører, men de har ikke valgt å benytte seg av disse ordningene. Argumenter som at det er best å klare det selv og at de vil jobbe for pengene, har blitt brukt. Det er en prinsipp sak å ikke søke støtteordninger. Et par av informantene har fått støtte, men det var ikke noe de søkte om før i en tid etterpå. Å skape noe og å være selvstendig er typiske trekk for entreprenører, men akkurat disse entreprenørene distanserer seg fra gründerbegrepet. De ser ikke nødvendigvis på seg selv som en typisk gründer, de synes det er for mange gründerere og for stor oppmerksomhet rettet mot gründerkap. Informantene ser på seg selv som noe mer eller noe annerledes enn andre gründerere. Dette kommer kanskje av behovet for å være litt annerledes, og de vil ikke at alle skal være gründerere. De beskriver det som en nokså hard og utfordrende tilværelse, selv om de trives med det. Frihet er viktig for dem, i likhet med andre entreprenører, og de vil bestemme selv og være med i alle prosesser.

Det finnes mange paradokser og en av dem er frihet. Man kan kanskje stille seg spørsmålet om det er frihet når man må “jobbe livet av seg hele tiden”? Og denne friheten kunne de kanskje fått andre steder. Banningen som er gjentakende i intervjuene er kanskje et

virkemiddel for å vise at de føler ting veldig sterkt. De bruker banningen som en slags forsterker til utsagnene. Det er også et paradoks at de snakker om den harde gründertilværelsen, når de ikke ønsker å søke om støtte og midler. Igjen kommer argumentet om å skille seg ut og å være annerledes. Når risiko blir diskutert kan man kanskje få inntrykk av at disse ikke er risikosøkende. Samtidig kan opplevelsen av risiko være ulik fra person til person. For dem oppleves det som et større tap å ikke prøve ut gründerdrømmen sin, enn om de går konkurs. Som Beck sier går man glipp av mange sjanser om man ikke tar risiko, og akkurat der virker fokuset til informantene å ligge (Beck, 1997). I stedet for å fokusere på alt de kan miste, tenker disse informantene på de store gevinstene de kan oppnå.

Innledningsvis stilte jeg et spørsmål om uttalelsen fra Catherine Cook stemte med informantene i denne oppgaven. Konklusjonen må bli at den stemmer overens med det informantene har fortalt. Hovedessensen i det informantene har sagt er at det er bedre å ha prøvd og feilet, enn aldri å ha prøvd i det hele tatt. De har mye entreprenørielt i seg, samtidig som de har mange trekk fra millenniumsgenerasjonen. Det handler rett og slett bare om å hoppe i det og prøve for disse entreprenørene.

Som oppgaven har vist er mange av trekkene for millenniumsgenerasjonen som passer for informantene, forenlige med det som er typisk for entreprenører. Dette er grunnen til at akkurat disse informantene kanskje har turt å satse på gründerdrømmen. Det kan også være at mange fra denne generasjonen vil passe til å være entreprenører, nettopp fordi millenniumsgenerasjonen har visse likhetstrekk med den typiske entreprenør.

## **6.6 Forslag til videre forskning**

Som nevnt innledningsvis er millenniumsgenerasjonen som entreprenører et felt det er forsket mindre på. Det hadde vært interessant med mer forskning på hva som er typisk for denne generasjonen i dag, og ikke minst om de passer eller ikke passer til å være entreprenører. Det hadde også vært interessant å sammenligne entreprenører fra forrige generasjon, og entreprenører fra dagens generasjon med hverandre.

Entreprenørskapsbarometeren fra 2008 viste at unge gjerne ønsket å være entreprenører, og å gjennomføre en slik undersøkelse igjen med de yngste i millenniumsgenerasjonen hadde

vært spennende. Hvis resultatene av en slik undersøkelse igjen hadde vist at unge var positive til entreprenørskapstilværelsen, bør man se på hva som påvirker dem til å være så positive til entreprenørskap. Og visa versa, om en undersøkelse viser en negativ tendens bør man se på hvorfor, og eventuelt hva som påvirker i negativ forstand. Et annet felt som bør forskes på er den neste generasjonen, de som er vokst opp med entreprenørskap i skolen. Da kan man sammenligne med før og etter entreprenørskap ble introdusert i skoleverket, og se om det har en effekt på ønsket om å bli entreprenør.

## Kapittel 7 Kilder

Aas, K. (1996). *Tale er sølv - å tie er tull, kommunikasjon i dagliglivet*. Oslo: Cappelen Damm

Acs, J.Z. & Audretsch, D.B. (red.) (2010). *Handbook of Entrepreneurship Research*. (2.utgave). New York: Springer.

Alsop, R. (2008). The trophy kids grow up, how the millennial generation is shaking up the workplace. *Business book summaries*. 2-7. Hentet fra:  
<https://www.ebscohost.com/uploads/imported/thisTopic-dbTopic-1412.pdf>

Amabile, T. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*. 76(5), 77-87.

Askheim, O.G.A. & Grenness, T. (2014). *Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag*. 2.utg. Oslo: Universitetsforlaget.

Behrens, W. (2009). Managing millennials.  
<http://www.internationalretainedsearchassociates.com/insight-resources/wp-content/uploads/2009/05/managing-millennials.pdf> (25.03.17)

Biography. Hentet fra: <http://www.biography.com/people/mark-zuckerberg-507402>  
(28.04.17)

Bjerke, B. (2013). *En bok om entreprenørskap*. Lund: Studentlitteratur.

Blanchflower, D. G., Oswald, A. & Stutzer, A. (2001). Latent entrepreneurship across nations. *European Economic Review*. Elsevier. 680-691. doi:10.1016/S0014-2921(01)00137-4

Bredvold, R. (2011). *Entreprenørens fortellinger. En identitetsstudie i det opplevelsesbaserte reiselivet*. Doktoravhandling, Karlstad University Studies, Karlstad.

Dagbladet. (2015). Ny undersøkelse: kvinner er dårligere gründere enn menn. Hentet fra: <http://www.dagbladet.no/2015/04/20/nyheter/arbeidsliv/innenriks/38773520/> (07.12.16)

DeVaney, A.S. (2015). Understanding the Millennial Generation. *Financial Services*. 69(6), 11-14.

Entrepreneur. Hentet fra: <https://www.entrepreneur.com/article/240047> (04.02.17)

Hoff, E. & West, S. (2014). Varför kreativitet uppstår på vissa platser vid vissa tider. I Ewa Brodin, Ingegerd Carlsson, Eva Hoff og Farida Rasulzada (red.). *Kreativitet - teori och praktik ur psykologiska perspektiv*. Stockholm: Liber. 209-232.

Inc.com (2015). Hentet fra: <http://www.inc.com/peter-economy/mark-zuckerberg-19-inspiring-power-quotes-for-success.html> (26.01.17)

Jeddeskog, V. (2008). *Entreprenörskapsbarometern 2008: Allt fler unga vill hellre vara företagare än anställd*. Sverige: Nutek.

Jenssen, J.I, Kolvereid, L. & Erikson, T. (2012). *Perspektiver på entreprenørskap*. 2. utg. Kristiansand: Cappelen Damm Høyskoleforlaget.

Johannessen, A., Tufte, P.,A. & Christoffersen, L. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 4.utg. Oslo: Abstrakt forlag.

Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneur Monitor Report 2015/2016*. Hentet fra: <http://www.gemconsortium.org/report/49480>

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2012). *Det kvalitative forskningsintervjuet*. 2.utgave, 3 opplag. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Lai, L. (2016). Generasjonsmyten, hentet fra BI Business Review. Hentet fra: <https://www.bi.no/forskning/business-review/articles/2016/04/generasjonsmyten/> (07.12.16)

Landström, H. (2005). *Entreprenørskapets rötter*. Lund: Studentlitteratur.

Ledernytt. (2015). Milleniumsgenerasjonens nye krav til lederen – tettere på og mer personlig. Hentet fra: <https://www.ledernytt.no/milleniumgenerasjonens-nye-krav-til-lederen-tettere-paa-og-mer-personlig.5614779-112372.html> (07.12.16)

Medium: Gründeroppøpet. Hentet fra: <https://medium.com/@digitalfrode/ny-vekst-for-norge-f6b17d363d9a> (29.03.17)

Moulson, N.D.R. (2015). How Millennial Generation Entrepreneurs Use Mentors to Improve Business Performance. *Walden University Scholar Works*. 7-101. Hentet fra: <http://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2385&context=dissertations>

N. Blaikie. (2004). Abduction. I Lewis-Beck, M.S. Bryman, A. & Liaq, T.F(red.), *The SAGE Encyclopedia of social science research methods*. (1.utg.s.1). UK: Sage Publications Ltd.

Nicolaou, N & Shane, S. (2011). The genetics of entrepreneurship. I D.B. Audretsch, O. Falck, S. Heblich & A. Lederer (red), *Handbook of Research on Innovation and Entrepreneurship*. (1.utg, s.471). UK: Edward Elgar Publishing Limited.

NHH Symposiet 2017.Hentet fra: <https://www.nhh.no/kalender/2017/mars/nhh-symposiet/> (22.03.17)

Ringdal, K. (2013). *Enhet og mangfold: samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 3. utgave. Bergen: Fagbokforlaget.

Simon Sinek. Start With Why. (2016) Hentet fra: [https://www.startwithwhy.com/Portals/0/Bio%20and%20Press%20Kit/simon\\_bio\\_long\\_2014.pdf](https://www.startwithwhy.com/Portals/0/Bio%20and%20Press%20Kit/simon_bio_long_2014.pdf) (23.03.17)

Sinek, S. (2016, 27. desember). *Working with millennials can be a challenge*. Hentet fra <https://www.youtube.com/watch?v=RkIUQ73fyuE> .

Spilling, R. O. (2006) 2.utg. *Entreprenørskap på norsk* (red.Olav R. Spilling). Bergen: Fagbokforlaget.

Spilling, R. O. (2006). Entreprenørskap i et systemperspektiv. I Olav R. Spilling (red.), *Entreprenørskap på norsk*. Bergen: Fagbokforlaget.

Statistisk sentralbyrå. (2016). Etablerere i næringslivet, 2014-2015. Hentet fra: <https://www.ssb.no/etablerere/> (14.01.17)

Statistisk sentralbyrå. (2016). Norsk mediebarometer 2015. Hentet fra: <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/medie/aar/2016-04-14> (14.01.17)

Statistisk sentralbyrå. (2016). Etablerere i næringslivet, 2014-2015. Hentet fra <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/statistikker/etablerere/aar/2016-11-14?fane=tabell&sort=nummer&tabell=282272> (13.03.17)

St.Meld. nr.7. (2008/2009). *Et nyskapende og bærekraftig Norge: Kortversjon av Stortingsmeldning nr.7*. Hentet fra: [https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/NHD/Vedlegg/brosjyrer\\_2008/innomeld\\_kortv\\_norsk.pdf](https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/NHD/Vedlegg/brosjyrer_2008/innomeld_kortv_norsk.pdf)

St.Meld. nr.13. (2011/2012). *Utdanning for velferd: Samspill i praksis*. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/contentassets/ac91ff2dedee43e1be825fb097d9aa22/no/pdfs/stm201120120013000dddpdfs.pdf>

Sørheim, T.I. Mæland: - Nå er det viktigere enn noen gang at vi bygger opp flere næringer: *E24*. Hentet fra: <http://e24.no/jobb/maeland-naa-er-det-viktigere-enn-noen-gang-at-vi-bygger-opp-flere-naeringer/23419230> (21.03.17)

Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse, en innføring i kvalitativ metode*. 4. utgave. Fagbokforlaget: Bergen.



Time Magazine (2013). Millennials: The me me me generation. Hentet fra:  
<http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/> (03.05.17)

Tyszka, T., Cieslik, J., Domurat, A. og Macko, A. (2011). Motivation, self - efficacy, and risk attitudes among entrepreneurs during transition to a market economy. The journal of socio economics. 40(2), doi:10.1016/j.socec.2011.01.011

Ungt entreprenørskap. (2015). Hentet fra: <http://www.ue.no/Nyheter/Mer-penger-til-entreprenorskap-i-statsbudsjettet> (16.04.17)

Visma. (2016) Millennials vil ha umiddelbar respons. Hentet fra:  
<https://www.visma.no/blogg/millennials-vil-ha-umiddelbar-respons/> (20.03.17)

What Is. (2015). Millennials (millennial generation). Hentet fra: <http://whatis.techtarget.com/definition/millennials-millennial-generation> (10.02.17)

## Kap.8 Vedlegg

### Vedlegg 1

#### Mail til informantene

**Fra:** Thea Skauge <thea-skauge@hotmail.com>

**Sendt:** 17. november 2016 08:19

**Til:** [REDACTED]@gmail.com

**Emne:** Masteroppgave

Hei [REDACTED]

Håper dette er riktig mail å nå deg på.

Neste semester (fra januar 2017) skal jeg skrive masteroppgave, og tema jeg har valgt er gründerskap og hvorfor noen tør å satse på drømmene sine. Jeg har lest mye om deg, og vil gjerne ha deg med som en av intervjuobjektene. Er dette noe du kan tenke deg? Isåfall vil intervjuet finne sted en gang i løpet av februar. Om du ønsker mer info om hva jeg skal skrive om eller eventuelt om hva jeg studere, gir jeg deg gjerne informasjon i neste mail.

Håper dette høres interessant ut!

Med Vennlig Hilsen

Thea Skauge