



**EKONOMI
HÖGSKOLAN**
Lunds universitet

Företagsekonomiska institutionen

Magisteruppsats FEK 591

HT 06

Från tanke till handling

*– Varför startar inte företagsekonomistudenter vid
Ekonomihögskolan i Lund fler företag?*

Handledare:

Per - Hugo Skärvad

Författare:

Jennie Gustafsson

Sofie Nilsson

Sammanfattning

Uppsatsens titel	Från tanke till handling – varför startar inte företagsekonomistudenter vid Ekonomihögskolan i Lund fler företag?
Seminariedatum	2007-01-19
Ämne/kurs	FEK 591, Magisteruppsats, Strategic Management, 10 poäng
Författare	Jennie Gustafsson och Sofie Nilsson
Handledare	Per-Hugo Skärvad
Fem nyckelord	Ekonomihögskolan i Lund, företagsekonomi studenter, kultur, entreprenörskap och egenföretagande
Syfte	Syftet med studien är att kartlägga förstaårsstudenter och magisterstudenters inställning till att driva eget företag samt att se vad som driver eller hämmar deras vilja att göra detta. Vidare syftar vi till att ta reda på om inställningen skiljer sig mellan dessa studenter samt påvisa Ekonomihögskolans roll i detta. Vi vill även jämföra detta med hur många utav de tidigare studenterna som driver eget.
Metod	Sekundärdata består utav tidigare forskning, teorier och studier. Empiri är insamlad genom observationer i form av framförallt dokumentstudier, intervjuer, frågeformulär och enkäter.
Teoretiska perspektiv	Vår teoretiska avgränsning för uppsatsen innehåller teorier om entreprenören, intentioner, individers förmåga och nätverk samt den miljö och kultur individen befinner sig i, allt med studenten i fokus.
Empiri	Vi har gjort observationer, genomfört intervjuer med tre nyckelpersoner samt skickat ut frågeformulär till tre stödorganisationer för att kartlägga kulturen vid Ekonomihögskolan. Vi har även delat ut enkäter till förstaårsstudenter och magisterstudenter samt skickat ut frågeformulär till tidigare studenter. För att kartlägga deras inställning till egenföretagande.
Slutsatser	Majoriteten av studenterna läser för att sedan söka anställning. Förstaårsstudenter har mer positiv inställning till egenföretagande än magisterstudenter. Utbildningens innehåll påverkar studenternas inställning till egenföretagande.

Abstract

Title	From idea to action- why don't business management students at Lund School of Economics and Management start more companies?
Seminar date	2007-01-19
Course	Master Thesis in business administration, Strategic Management, 10 Swedish credits (15 ECTS)
Authors	Jennie Gustafsson och Sofie Nilsson
Advisor	Per-Hugo Skärvad
Keywords	Lund School of Economics and Management, Business students, entrepreneurs and culture
Purpose	The purpose of this study is to map first year students and final year students' attitude to self-employment and to see what factors that drives and inhibit them. We also attempt to see if the attitude differs between first year and final year students. Finally we attempt to compare this with former students' level of self-employment.
Methodology	Our data is collected through document studies, interviews, e-mail forms and questionnaires.
Theoretical perspectives	The theoretical framework consists of theories about entrepreneurs, intentions, individual competences, network and the culture and surroundings around individuals. Everything from the students' perspectives.
Empirical foundation	We have done document studies, interviews with key persons, sent e-mail forms to entrepreneurial organisations to map the culture at Lund School of Business Management. We have also distributed questionnaires to first and final year students and e-mail forms to former students to map their attitude to self-employment.
Conclusions	The vast majority of the students study to become employed. First year students have a more positive attitude to self-employment than final year students. The content of the education has an affect on the students' attitude to self-employment.

Förord

Detta är en magisteruppsats som baseras på en studie gjord på Ekonomihögskolan i Lund. Studien behandlar entreprenörskap och studenters inställning till egenföretagande. Vi vill framföra ett stort tack till Göran Alsén, Hans Landström och Marie Löwegren som arbetar vid Ekonomihögskolan i Lund för att de tog sig tid att delge mycket användbar information. Vidare vill vi även tacka alla representanter från entreprenörskapsorganisationer som vi har varit i kontakt med. Ett stort tack riktas även till alla förstaårsstudenter, magisterstudenter och alumner som välvilligt besvarat våra enkäter och frågeformulär. Ett speciellt tack riktas till Karin Sandström som gjorde det möjligt för oss att skicka ut frågeformulären till alumnerna. Vi vill även tacka alla andra som har hjälpt och bistått oss med information. Avslutningsvis vill vi tacka vår handledare, Per-Hugo Skärvad, för den vägledning och uppmuntran som han gett oss under arbetets gång.

Vi hoppas att många vid Ekonomihögskolan i Lund tar del av denna uppsats då den förmedlar en bild av högskolan ur en entreprenöriell synvinkel.

Trevlig läsning!

Jennie Gustafsson och Sofie Nilsson

Lund, 2007-01-24

Innehållsförteckning

1. INLEDANDE BESKRIVNING AV UPPSATSÄMNET	7
1.1 BAKGRUND OM ENTREPRENÖRSKAP I SVERIGE	7
1.2 ENTREPRENÖRIELLA INDIVIDER	7
1.2.1 <i>Entreprenören som företagare</i>	8
1.3 ENTREPRENÖRSKAP I SVERIGE	9
1.4 ENTREPRENÖRSKAP VID UNIVERSITET OCH HÖGSKOLOR	13
1.5 ENTREPRENÖRSKAP I LUND	14
1.6 PROBLEMATISERING	15
1.7 SYFTE.....	16
1.8 AVGRÄNSNING.....	17
1.9 DISPOSITION	18
2. UNDERSÖKNINGENS DESIGN.....	19
2.1 BESKRIVNING AV TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	20
3 TIDIGARE FORSKNING OCH TEORIER – VAD VET VI OM ENTREPRENÖRSKAP IDAG?.....	22
3.1 METOD FÖR ATT SAMLA IN OCH STUDERA TIDIGARE FORSKNING OCH TEORIER.....	22
3.1.1 <i>Upplägg</i>	22
3.2 TIDIGARE FORSKNING OM ENTREPRENÖRSKAP- ETT HISTORISKT PERSPEKTIV PÅ ENTREPRENÖRSKAP.....	23
3.3 VEM ÄR DÅ ENTREPRENÖREN?	25
3.4 INTEGRERADE INTENTIONSTEORIER	26
3.5 INDIVIDERS KOGNITIVA FÖRMÅGA ATT UPPTÄCKA IDÉER	29
3.6 INDIVIDENS KONTAKTNÄT	31
3.7 ENTREPRENÖRSKAP & UNGDOMAR	32
3.8 ENTREPRENÖRSKAP VID SVENSKA UNIVERSITET OCH HÖGSKOLOR.....	33
3.9 ENTREPRENÖRSKAPSUTBILDNING	35
3.10 SVENSK KULTUR	37
4 TIDIGARE STUDIER OM ENTREPRENÖRSKAP I SVERIGE.....	41
4.1 NUTEKS ENTREPRENÖRSKAPSBAROMETER 2005.....	42
4.2 DRIVHUSETS STUDIE.....	43
4.3 SACOS AKADEMIKERBAROMETER 2005:3	44
5 EMPIRISK BESKRIVNING AV EKONOMIHÖGSKOLAN: FAKTA OCH SYNPUNKTER UR EN ENTREPRENÖRIELL SYNVINKEL	46
5.1 BESKRIVNING AV EKONOMIHÖGSKOLAN UTIFRÅN OBSERVATIONER OCH DOKUMENTSTUDIER	46
5.1.1 <i>Metod för observationer och dokumentstudier</i>	46
5.1.2 <i>Beskrivning utifrån observationer och dokumentstudier</i>	47
5.2 BESKRIVNING AV EKONOMIHÖGSKOLAN UTIFRÅN INTERVJUER.....	49
5.2.1 <i>Metod för intervjuer</i>	49
5.2.2 <i>Beskrivning utifrån intervjuer</i>	51
5.3 BESKRIVNING AV EKONOMIHÖGSKOLAN UTIFRÅN ENTREPRENÖRSKAPSORGANISATIONER	55
5.3.1 <i>Metod för frågeformulär till Entreprenörskapsorganisationer</i>	55
5.3.2 <i>Beskrivning utifrån entreprenörskapsorganisationer</i>	56
5.4 VENTURELABS STUDIE	57
5.5 EKONOMIHÖGSKOLANS FRAMTIDA ENTREPRENÖRIELLA AKTIVITETER.....	58
5.6 KRITIK TILL KAPITLET	59
6. METOD FÖR KARTLÄGGNING AV STUDENTERNAS INSTÄLLNING TILL EGENFÖRETAGANDE.....	60
6.1 BESKRIVNING AV URVALSGRUPPERNA	60
6.2 UTFORMNING AV ENKÄTEN TILL STUDENTER.....	61
6.2.1 <i>Diskussion omkring valda frågor</i>	62
6.2.2 <i>Kritik till enkäterna</i>	64
6.3 METOD FÖR INSAMLANDE AV DATA FRÅN ALUMNERNA	65

6.3.1 Kritik till frågeformuläret.....	66
6.3.2 Urval.....	67
7 BEARBETNING OCH SAMMANSTÄLLNING AV SVAREN.....	70
7.1 BEARBETNING AV INSAMLAT MATERIAL FRÅN ALLA RESPONDENTER.....	70
7.1.1 Kritik till bearbetningen av enkäterna och formulären.....	71
7.2 PRESENTATION AV INSAMLADE SVAREN FRÅN STUDENTERNA.....	71
7.3 PRESENTATION AV RESULTATEN AV STUDIEN.....	72
7.4 UTMÄRKANDE IAKTTAGELSER AV INSAMLAD EMPIRI.....	79
8. ANALYS.....	81
8.1 STRUKTUR FÖR VÅR ANALYS.....	81
8.2 ANALYS UTIFRÅN INTENTIONSTEORIN.....	81
8.2.1 Studenternas inställning till att starta eget.....	82
8.2.2 Studenternas upplevda kontroll.....	85
8.2.3 Studenternas intention till att starta eget företag.....	90
8.3 VAD DRIVER RESPEKTIVE HÄMMAR STUDENTERNA TILL ATT STARTA EGET FÖRETAG?.....	91
8.4 ANALYSDISKUSSION.....	92
9. SLUTSATS.....	94
10. REFLEKTIONER ÖVER VÅR STUDIE.....	96
10.1 KRITIK.....	96
10.2 FÖRSLAG PÅ VIDARE FORSKNING.....	99
11 REFERENSLISTA.....	100
BILAGOR.....	108

1. Inledande beskrivning av uppsatsämnet

I detta kapitel beskriver vi bakgrunden till det studerade ämnet och vari vi finner problemet som senare ska analyseras och utredas. Vidare beskriver vi syftet med uppsatsen samt presenterar vår disposition.

1.1 Bakgrund om entreprenörskap i Sverige

”Sverige bubblar av entreprenörskap och nyföretagande. Inte. Tvärtom trenden är på neråtgående. I dag är det inte ens 4 av 100 svenskar som är engagerade i någon form av entreprenörskap.” (Öhrn, www.di.se, 2005)

Historiskt kan man se att utan entreprenörer stannar ett land av i utveckling och hamnar lätt på efterkälken vad gäller exempelvis internationell konkurrenskraft (Henrekson, 2005). Entreprenörskap är i vissa typer av samhällen en drivkraft för ekonomisk tillväxt, konkurrens och sysselsättning (Wennekers & Thurink, 2004). Det finns empiriskt stöd för att entreprenöriella aktiviteter påverkar den ekonomiska tillväxten positivt i ett land. Detta givet att man har den grundläggande samhällsstrukturen som krävs och att de grundläggande förutsättningar finns (Karlén, 2004:1, Delmar & Aronson, 2000, och Kovrilsky & Esfaniari, 1997).

Sedan början av 1980-talet har intresset för entreprenörskap vuxit runt om i samhället och i akademiska kretsar. Under 1990-talet visade världen ett uppsving av detta intresse och man såg en enorm expansion vad gällde antal forskare, utbildningar, konferenser och vetenskapliga tidskrifter (Landström, 2005). Detta fenomen var särskilt utpräglat i Sverige. (Klofsten, 2000) Det har under de senaste åren blivit populärt att studera hur entreprenörskap skapas i akademiska miljöer (Bengtsson, 2006).

1.2 Entreprenöriella individer

För att kunna studera entreprenörskap måste vi precisera vad det innebär. Efter att ha studerat delar av den litteratur som behandlar ämnet kan man se att entreprenörskap är ett begrepp med

lika många innebörder som det finns forskare inom ämnet. Entreprenörskap kan studeras på olika nivåer i samhället och inom många olika ämnen. NUTEK definierar entreprenörskap som en dynamisk och social process, där individer, enskilt eller i samarbete, identifierar möjligheter och gör någonting med dem. (www.nutek.se)

Entreprenöriella individer finns inom alla olika delar inom samhället på grund av alla tänkbara anledningar. Vi kan finna dem överallt, i företagsvärlden, i skolan, i vården och i kulturlivet. Man behöver nödvändigtvis inte starta företag för att vara entreprenöriell som person. Att starta företag är bara en av många entreprenöriella handlingar.

1.2.1 Entreprenören som företagare

Henrekson och Rosenberg (2000) poängterar att egenföretagande är en viktig förutsättning för att förverkliga sina entreprenöriella ambitioner. I denna uppsats definierar vi entreprenören, egenföretagaren och företagaren som en person som, ensamt eller tillsammans med någon annan, startar och driver företag aktivt.

Entreprenörer, personer som startar företag, är viktiga för att samhällen ska utvecklas (Henrekson, 2005). Klofsten (2000) och Gartner (1989) definierar en entreprenör i ekonomiska sammanhang som en person som skapar organisationer, icke-entreprenörer gör inte detta. Han hävdar att detta är det enda man vet säkert. En del forskare hävdar att det är större skillnader mellan vissa entreprenörer än vad det är mellan vissa entreprenörer och vissa icke-entreprenörer (Gartner, 1989). Att skapa organisationer innebär inte endast att starta företag. Detta kan likaväl ske inom etablerade företag. Fokus för denna uppsats ligger dock på det förstnämnda, att starta företag. Man kan finna entreprenörer bland alla olika typer av människor; akademiker, anställda, studerande eller arbetslösa. Entreprenörskap kan innebära allt från att man förändrar hela marknadsstrukturer till att man driver ett eget företag för att försörja sig och sin familj (Turink & Wennekers, 2004). En entreprenör i ekonomiska sammanhang kan vara allt från Ingvar Kamprad till killen som driver korvkiosken.

Ett exempel på en ”super entreprenör” är, som de flesta känner till, Ingvar Kamprad som grundade IKEA. Ett annat exempel är årets segrare i World Entrepreneur of the Year, 2006, Bill Lynch. Han kom 1971 till Sydafrika utan pengar och jobb. Trots motgångar arbetade han

hårt och startade Imperial Holdings, det numera största transportbolaget i Sydafrika, som idag har 36 tusen anställda och en årlig omsättning på 6.5 miljarder Euro. (Ernst & Young Executive Magazine sid. 28 nummer 4, 2006)

Ytterligare ett exempel på superentreprenörer är grundarna av Google, Larry Page och Sergey Brin, de är båda akademiker och kunde genom sin utbildning och personliga egenskaper starta Google i september 1998. Sedan dess har företaget vuxit och har idag mer än 5000 anställda över hela världen. (<http://sv.wikipedia.org>)

Entreprenörer, dock i lite mindre omfattning, är också tjejerna som grundade BagLady, Monica Berg och Sofie Selander. Deras förra bransch, resebranschen, krisade sig och då började de designa egna smycken och säljer idag för flera miljoner om året (Härnqvist, Entreprenör, nr 10 2006 sid. 33). Avslutningsvis är även Nasif Fadels entreprenör. Han driver Liba bröd och bageri i Göteborg. Han tog en stor risk och utan att tidigare ha satt en fot i Göteborg skrev han på hyreskontraktet och flyttade dit. Det som drev honom var viljan att stå på egna ben och försörja sig och sin familj. Han tillade också att han tog en ”jätterisk” men i jämförelse med krigets Libanon var det faktiskt ingenting. (Entreprenör nr 10 2006 sidan 70)

1.3 Entreprenörskap i Sverige

Under 1970 och 1980-talen, då den Svenska välfärdsstaten började känna av de negativa konsekvenserna av sin struktur kunde man märka att fokus flyttades bort från de stora till de mindre företagen (Turink & Wennekers, 2004). Man hade tappat förtroendet för storföretagen och många ansåg att de inte längre hade förmågan att skapa sysselsättning (Johannisson & Landström, 1998). I och med detta byggdes ett ökat intresse för entreprenörskapsforskning upp i Sverige. Och forskningen inom ämnet ökade. Detta resulterade senare i att Johannisson och Landström (1998) kunde skriva att entreprenörskap och forskningen runt småföretagen hade byggt upp sitt eget territorium inom forskningen i Sverige.

Enligt "the European Observatory for SMEs"¹ (1995) beskriven i Henrekson, (2005) ser man att Sverige år 1992 hade den lägsta nivån av egenföretagande vid en jämförelse mellan alla länder i den dåvarande Europeiska Gemenskapen.

Varje år genomförs en "Global Entrepreneurship Monitoring" (GEM- rapport som beskrivs i bland annat Landström, 2005) där man kartlägger den entreprenöriella nivån i olika länder. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) är den mest omfattande internationella studien av entreprenöriella aktiviteter. Den entreprenöriella nivån bestäms av de entreprenöriella aktiviteterna som utövas av individerna i landet. Med "entreprenöriella aktiviteter" menar man aktiviteten att antingen vara i färd med att starta ett företag, eller att driva ett företag som är yngre än 48 månader (http://www.esbri.se/reynolds_2001.pdf).

År 2000 var det två procent av svenskarna i arbetsförålder som höll på att starta företag eller drev företag som var startat inom de senaste 48 månaderna. I GEM- rapporten från 2003 visar man lite bättre siffror. Här framgår det att fyra procent av befolkningen i arbetsförålder håller på att starta upp ett företag eller har startat ett företag inom de senaste 48 månaderna. Trots denna ökning ligger Sverige fortfarande långt efter sina grannländer vad gäller entreprenöriella aktiviteter och år 2003 låg Sverige på en 34:e plats utav de länder som studerades. (Bjerke, 2005)

Även i GEM- rapporten från 2004 kan man se att denna trend håller i sig. Den visar att drygt fyra procent av den vuxna befolkningen i Sverige är involverad i entreprenöriella aktiviteter. Sveriges siffra är något högre än Frankrikes knappt två procent, men betydligt lägre än Finlands (7 procent), Norges (8 procent) och USAs (12 procent). (Bjerke, 2005 och Karlén 2004:2)

De länder som hade den högsta entreprenöriella aktiviteten i GEM- rapporten var Thailand, Indien och Chile. Dessa har alla en entreprenöriell aktivitet på närmare 20 procent. Enligt Landström och Löwegren (2007) kan man dra slutsatsen att entreprenöriell aktivitet inte ensamt skapar tillväxt. Landet måste också ha en grundläggande förmåga att fånga upp kunskap och ha en utvecklad infrastruktur som låter entreprenörerna nyttja tillgängliga resurser.

¹ En Europeisk organisation som håller på med forskning med fokus på småföretag. (Henrekson, 2005)

Enligt Henrekson (2005) reducerar en välfärdsstat incitamenten för att starta eget företag. Han skriver att ett entreprenöriellt samhälle kräver andra institutioner än de institutioner som en välfärdsstat består av. Henrekson (2005) uttrycker detta som att entreprenören är en utomjording i välfärdsstaten. Han hävdar att den svenska välfärdsstaten har gjort att vi hamnat på efterkälken vad gäller innovationer och entreprenörskap. Detta är en av anledningarna, enligt Henrekson (2005) till att inget av Sveriges 50 största företag grundats efter 1969.

Givet att Sverige har en av de mest utbredda välfärdsstaterna (Henrekson, 2005 och Lindbeck, 1997) är Sverige ett intressant land att studera utifrån ett entreprenöriellt perspektiv. En välfärdsstat tar hand om sina medborgare från ”vagga till grav” och är ett samhälle med offentligt finansierade personliga tjänster, så som sjukvård, barn- och äldreomsorg och sociala säkerhetssystem (Lindbeck 1988). Då den svenska välfärdsstaten växte fram omkring 1960 och 1970-talen hade Sverige den största offentliga sektorn i relation till BNP av alla OECD-länderna² (Henrekson, 2005). Välfärdsstaten bidrog med mycket positivt till det svenska samhället; man nästintill eliminerade fattigdom, minskade inkomstklyftorna och skapade jämställdhet.

Det visade sig dock att det svenska samhället även blev påverkat i en negativ riktning. Henrekson (2005) skriver att intensiteten i arbetet och investeringarna i humankapital minskade och att en del grupper till och med tjänade på att inte arbeta. Henrekson (2005) hävdar även att incitamenten för entreprenöriella aktiviteter var få under perioden och däri ligger, enligt Henrekson (2005) en av orsakerna till att Sverige har en så pass låg entreprenöriell nivå idag. Under denna tid såg man enligt Henrekson (2005) de stora företagen och den offentliga sektorn som tillväxtmotorer och individuella initiativ och entreprenörskap ansågs vara mindre viktigt i sammanhanget.

I en artikel av Edling (2006) på www.di.se kan man läsa ett citat av Anders Wall. Han har under åren erhållit en rad fina titlar men när han talar om sig själv, är det helst som entreprenör. Anders Wall säger att; "Entreprenören är samhällets motor. Sverige har haft en

² OECD: Organization for Economic Co-operation and Development. OECD är en internationell organisation grundad efter andra världskriget och arbetar för samarbete mellan industriella länder med representativ demokrati och marknadsekonomi. (www.wikipedia.se)

tradition av att stötta storföretag som Volvo och SKF, men glömma bort de små. Det är en farlig utveckling som måste bromsas genom att höja statusen på entreprenörskapet."

Även Landström och Löwegren (2007) förklarar varför Sverige är så lågt rankad på listorna över entreprenöriella nivåer i länder runt om i världen. Förklaringarna de tar upp grundar sig även dem i storföretagens dominans i det svenska näringslivet. Sverige har för länge kunnat förlita sig på stora, framgångsrika företag. Detta innebär att incitamenten till nyföretagande och entreprenörskap inte vuxit fram. Vidare skriver de att detta har skapat en icke-entreprenöriell kultur och man har haft en avsaknad av entreprenöriella förebilder. Ytterligare skriver de att svenskarna länge burit tunga skatter och byråkratin har varit för krånglig. Författarna poängterar dock att det finns exempel på länder med höga skatter och byråkrati som trots detta haft en hög entreprenöriell aktivitet. Slutsatsen författarna drar är att kulturen och den negativa eller obefintliga attityden till entreprenörskap är det som hämmar nyföretagandet i Sverige. Även Burns (2005), Busenitz et al, (2000) och Bridge et al (1998) lyckas visa på att kulturen och attityder är det som är avgörande för hur entreprenöriellt ett land är.

I en artikel i Dagens Industri den 3 juli 2006 av Silberstein et al skriver man att Göran Persson, före detta statsminister, får kritik av företagsledarna för att ha saknat visioner under sina tio år på makten. Han skulle ha uppmuntrat till nyföretagande och skapat mer sysselsättning i Sverige.

När Esbri³ arrangerade GEM- seminariet den 27 januari 2004 diskuterade man Sveriges låga entreprenöriella nivå. Här slog Carl Bildt fast att Sverige måste bli mindre storföretagsorienterat, och få en mer entreprenöriell kultur. "Om vi misslyckas med entreprenörskapet kommer vi också att misslyckas med välfärden, varnade han". (Karlén, 2004:1)

Fyra procent utav befolkningen håller på att starta upp eller driver ett nystartat företag. Fyra procent av alla sysselsatta medborgare i Sverige i åldern 18-30 år är företagare. Bland hela den arbetsföra befolkningen är denna siffra 10 procent. Sverige ligger efter många andra länder vad gäller entreprenöriella aktiviteter. Vidare kan vi se att 76 procent utav Sveriges befolkning mellan 18 och 30 år kan tänka sig att bli företagare. 80 procent anser sig kunna

³ Esbri- Institutet för entreprenörskaps- och småföretagsforskning är ansvarigt för den svenska delen av GEM.

klara av att starta ett eget företag. (GEM- rapporten, 2005 och NUTEKs Entreprenörskapsbarometer, 2005) Man kan se att det är betydligt fler som kan tänka sig att starta företag än vad det är som faktiskt går från denna tanke till handling och startar företag.

Egenföretagare är ett populärt yrke bland gymnasieelever (Myrdal, 2005). Leif Geiger, utredningsledare på Ungdomsbarometern⁴ understryker att den positiva synen på eget företagande inte automatiskt betyder att fler nya företag kommer att startas i framtiden. (Myrdal, 2005) Det krävs enligt Politis (2005) man inkluderar det entreprenöriella lärandet i utbildningen kommer den entreprenöriella aktiviteten att främjas.

1.4 Entreprenörskap vid universitet och högskolor

Sverige har varit det land som sedan mitten av 1980-talet har spenderat mest pengar på forskning och utveckling (F&U), både vad gäller i den privata och i den offentliga sektorn, i förhållande till BNP. (Henrekson, 2005) Vidare, skriver Henrekson (2005) att Sverige är det land som får, efter Israel, mest vetenskapliga artiklar publicerade i vetenskapliga tidningar i förhållande till befolkningen. Trots denna stora satsning på F&U har den entreprenöriella aktiviteten i Sverige länge varit låg och inget av Sveriges 50 största bolag är grundade efter 1969.

De svenska universiteten har tre huvudsyften. Dessa är att de ska utbilda kompetent och kvalificerad arbetskraft, forska och skapa relationer med näringslivet. Det sistnämnda lades till mycket senare och är enligt, Bengtsson, (2006) och Henrekson, (2000) ett tecken på att samverkan mellan universitet och högskolor och näringslivet kan göra mer för samhället och tillväxten.

Att främja entreprenörskap hamnar alltså inom det tredje huvudsyftet som universitet och högskolor har, att samverka med näringslivet. För att främja tillväxten i Sverige är det viktigt att fostra fler entreprenörer (Henrekson, 2005). Detta leder oss in på det akademiska entreprenörskapet och hur akademiker ser på egenföretagande. Idag är det endast fem procent

⁴ Ungdomsbarometern genomför attitydmätningar på ungdomar.
<http://www.saco.se/templates/saco/document.asp?id=4099>

av de svenska akademikerna som driver företag som huvudsaklig sysselsättning (Akademikerbarometern, SACO, 2005).

Då entreprenörskap är en viktig del för samhällets utveckling har universiteten och högskolorna under de senaste åren kommersialiserats och kontakten och utbyte med näringslivet har blivit ett måste (Henrekson, 2005). Enligt Bengtsson (2006) har universiteten och högskolorna fått ännu starkare påtryckningar från politiskt håll om att de ska vara mer integrerade i kunskapsekonomi och bidra med ekonomisk nyttig kunskap i form av innovationer och entreprenörskap. Universiteten och högskolorna runt om i Sverige har även tagit upp entreprenörskap på agendan genom att utveckla entreprenörsutbildningar och stödorganisationer för studenter som vill starta företag (Klofsten, 2000).

En hel del forskning visar på att man kan utbilda och stimulera entreprenörskap (Landström, 2005). Enligt Politis (2005) skapas entreprenöriella förmågor genom en lärande process. Detta innebär att den entreprenöriella kapaciteten hos individer utvecklas över tiden och påverkas således av den utbildning och omgivning som individen tar del av.

1.5 Entreprenörskap i Lund

Vid Lunds universitet finns det en stark tradition av nyföretagande mestadels baserad på innovation och högteknologiska idéer. Lunds universitet sysselsätter 40,600 studenter på framförallt åtta fakulteter i Lund och på Campus i Helsingborg. (www.lu.se) I Lund ligger även Ideon Science Park, en forskningsby i nära samarbete med Universitetet. Över 400 företag har passerat Ideon sedan det grundades 1983. Det finns även andra organisationer med anknytning till Lunds universitet som arbetar för ett ökat entreprenörskap dessa är bland annat; Teknopol, VentureLab och Venture Cup Syd. Det finns även två organisationer startade av studenter för studenter dessa är FENA och SMEDJAN. Ytterligare organisationer som finns tillgängliga för gemene man i Lund är bland annat Arbetsförmedlingen, Almi företagspartner och Nyföretagarcentrum i Lund med flera.

På Ekonomihögskolan i Lund arbetar en professor, Hans Landström och två lektorer, Marie Löwegren och Diamanto Politis, med entreprenörskap. Vissa av de undervisande lärarna är

också anställda vid centrumbildningar som t ex Circle⁵. Vid Lunds universitet finns det även någon forskningsassistent och några doktorander inom entreprenörskap. (e-post av Marie Löwegren, 2007-01-09). I dagsläget bedrivs det forskning inom entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund.

Enligt VentureLabs rapport från 2005 har 82 procent av ekonomistudenterna i Lund funderat på möjliga affärsidéer. Detta gör ekonomistudenterna till de studenter i Lund som i störst utsträckning funderar på affärsidéer. Därför är de intressanta att studera separat. Det finns alltså ett intresse, eller en nyfikenhet bland ekonomistudenterna att bli företagare enligt VentureLabs rapport från 2005. Men att rapporten vidare visar att 75 procent av dem anser att de inte har fått någon uppfattning om hur det är att driva företag i sin utbildning talar för att de inte fått den kunskap som de behöver för att förverkliga dessa idéer.

1.6 Problematisering

Sammanfattningsvis kan vi se att svenskar inte är angelägna om att starta företag. Sverige har i en jämförelse med både nordiska länder och övriga länder i världen en låg entreprenöriell aktivitet. Svenskarna har ett bristande intresse av egenföretagande och kulturen som råder i landet innebär ytterligare hämningar. I och med att entreprenörskap kan främja tillväxt i ett samhälle och universiteten och högskolorna i större utsträckning ska skapa ekonomisk nytta är det intressant att studera i vilken mån studenter startar eller vill starta företag.

En positiv iakttagelse man kan göra är att det är många som tänker på möjliga idéer och det är en del som har idéer som de vill förverkliga. Enligt Drivhusets rapport från juni 2005 kan 57 procent av Sveriges studenter tänka sig att starta eget företag. SACOs Akademikerbarometer från 2005 visar på att endast fem procent utav akademikerna driver företag. Det är alltså många som funderar på affärsidéer men få som går från dessa tankar till verklig handling. Konsekvenserna utav detta är att Sverige ligger långt ner på listorna vad gäller entreprenöriella aktiviteter. Som vi har beskrivit tidigare påverkar detta enligt framförallt Henrekson, den svenska internationella konkurrenskraften, tillväxten och den framtida

⁵ För mer information om detta se www.circle.lu.se

utvecklingen i landet. En del rön inom forskningen påvisar utbildningsväsendets roll i den svenska kulturen.

Grundskolan och senare universiteten och högskolorna spelar stor roll i individernas utveckling. Därför är det viktigt att studera skolväsendets roll i individers utveckling till att bli mer eller mindre entreprenöriella. Detta är viktigt både på ett tidigt stadium i skolgången samt genom hela utbildningen. Man kan se att egenföretagande bland gymnasieelever är ett populärt framtida yrke. Detta skapar ett intresse för att studera vad som händer med individerna under högskole- och universitetstiden. Som framställningen ovan visar kan man se att det finns en problematik som grundar sig i den svenska ekonomin, entreprenörskap och akademien.

Det faktum att VentureLabs rapport visar att 82 procent av ekonomistudenterna som läser första och andra terminen vid Ekonomihögskolan vid Lunds universitet har funderat på möjliga affärsidéer. Om SACOs resultat gällande vad akademiker gör idag består även i framtiden kommer endast ett fåtal utav dessa att gå från tanke till handling och starta företag. Detta gör Ekonomihögskolan i Lund till ett intressant studieobjekt. Problematiken ovan mynnar ut i vår frågeställning som lyder:

Vilken inställning har företagsekonomistudenter vid Ekonomihögskolan i Lund till att starta eget företag, skiljer sig denna inställning mellan förstaårsstudenter och magisterstudenter? Vi frågar oss även vidare vad som driver eller hämmar dessa olika studentgrupper till att starta företag?

1.7 Syfte

Vi undersöker hur företagsekonomistudenter vid Lund universitet ställer sig till egenföretagande. Syftet med vår studie är att kartlägga förstaårsstudenter och magisterstudenters inställning till att driva eget företag samt att se vad som driver eller hämmar deras vilja att göra detta. Vidare syftar vi till att ta reda på om inställningen skiljer sig mellan förstaårsstudenter och magisterstudenter samt påvisa Ekonomihögskolans roll i detta. Vi vill även jämföra detta med den andel av tidigare studenter som är egenföretagare idag.

Detta ger oss även en möjlighet att skapa en överskådlig bild av hur företagsekonistudenterna vid Lunds universitet ser på att driva eget företag och sätta det i relation till samhället och tidigare studier på ämnet. I och med att man kan genom inläring och stimulering öka den entreprenöriella förmågan vill vi även påvisa Ekonomihögskolans roll i resultatet.

1.8 Avgränsning

Vi avgränsar oss till att studera studenter inskrivna vid företagsekonomiska institutionen vid Lunds universitet. Vår teoretiska avgränsning för uppsatsen innehåller beskrivning av entreprenören, individers intention, individers förmåga och nätverk samt den miljö och kultur individen befinner sig i, allt med studenten, det vill säga individen, i fokus. Därför är könsperspektiv och demografiska förhållanden utanför vår avgränsning. Vidare är även företagande baserat på avancerad forskning utanför vår avgränsning.

1.9 Disposition

- Kapitel 1 Bakgrund
I detta kapitel har vi beskrivit bakgrunden till uppsatsen, vår frågeställning samt vårt syfte
- Kapitel 2 Undersökningens design
I detta kapitel beskriver vi vårt övergripande tillvägagångssätt genom uppsatsen.
- Kapitel 3 Tidigare forskning och teorier - vad vet vi om
entreprenörskap idag?
I detta kapitel beskriver vi tidigare forskning och teorier som är relevanta för vår frågeställning
- Kapitel 4 Tidigare studier om entreprenörskap i Sverige
I detta kapitel beskriver vi tre tidigare studier om entreprenörskap på nationell nivå, bland studenter och bland akademiker i Sverige
- Kapitel 5 Empirisk beskrivning av Ekonomihögskolan: fakta och
synpunkter ur en entreprenöriell synvinkel
I detta kapitel beskriver vi fakta och synpunkter om Ekonomi-
högskolan ur en entreprenöriell synvinkel.
- Kapitel 6 Metod för att samla in studenters och alumnens svar
I detta kapitel beskriver vi hur vi har gått tillväga för att samla in
studenternas och alumnernas åsikter. Vi beskriver även för och
nackdelar med våra metodologiska val.
- Kapitel 7 Presentation av svaren
I detta kapitel presenterar vi svaren från studenterna och
alumnerna. Vi gör en empirisk presentation genom beskriva de
siffror vi har fått fram.
- Kapitel 8 Analys
I detta kapitel visar vi vår analys av den insamlade empiri i
förhållande till vår tidigare framställning. Vi gör kopplingar och
diskuterar vad våra resultat kan bero på.
- Kapitel 9 Slutsats
I detta kapitel visar vi de slutsatser man kan dra av vår studie
- Kapitel 8 Reflexioner
I detta kapitel visar vi våra reflektioner över vår uppsats, ger en
sammanfattande kritik till studien samt ger tips till framtida
forskning.

2. Undersökningens design

I detta kapitel beskriver vi vårt övergripande tillvägagångssätt för uppsatsen. Vi beskriver kortfattat hur vi går från ämnesval till slutsats

För att skapa denna uppsats och genomföra en tillförlitlig studie har vi gjort ett antal metodologiska val. Vi har valt att beskriva vårt praktiska tillvägagångssätt snarare än att beskriva vår metod utifrån metodologiska begrepp. Uppsatsen som här följer faller inte in under en kategori av uppsatser, vilket gör detta val naturligt. Vidare utgår vi ifrån det empiriska vetenskapsidealet och använder både kvantitativa och kvalitativa datainsamlingsmetoder. Uppsatsen är mer utav en analytisk karaktär och syftet är att kartlägga, beskriva och analysera.

Det initiala arbetet har gått ut på att identifiera ämnesområde samt syfte med uppsatsen. Detta gjorde vi genom en genomgång av ämnen och litteratur för att finna ett intressant ämne och en intressant infallsvinkel. När vi väl hade bestämt oss för att skriva om entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund var det dags att bestämma frågeställning och fastställa informationsbehovet. För att kunna besvara frågeställningen behövde vi samla in tidigare forskning och teorier, göra en kartläggning och beskrivning av Ekonomihögskolan och dess entreprenöriella nivå samt samla in studenternas åsikter om ämnet.

Den första delen, teorierna och tidigare forskning och studier är nödvändigt för att få en fördjupad kunskap i ämnet entreprenörskap i den kontext vår frågeställning och syfte finns. En empirisk kartläggning och beskrivning av Ekonomihögskolans entreprenöriella aktiviteter behövdes för att gå vidare med vår studie. Delar utav denna empiriska kartläggning är intervjuer, dessa intervjuer används även för att få en förståelse för ämnet och således skapa en tillförlitlig uppsats.

När vi har samlat in dessa data har vi skapat en grund för att arbeta vidare med uppsatsen. Vi kan nu med hjälp utav denna kunskap genomföra den sista datainsamlingen som innebär att kartlägga företagsekonomistudenternas och de tidigare företagsekonomistudenternas inställning till egenföretagande.

För att skapa en följsam struktur har vi valt att inte i detta kapitel detaljerat beskriva metod för att samla in olika data. Vi kommer istället att fortlöpande beskriva de metodologiska tillvägagångssätten för de olika delarna av uppsatsen. I och med att vi kommer att samla in en hel del olika typer av data är detta att förespråka. Innebörden av detta är att vi här endast kort kommer att beskriva de huvudsakliga metodologiska val vi har gjort. De tre nästföljande kapitlen kommer således att innehålla detaljerade metodbeskrivningar för respektive datainsamlingsmetod.

2.1 Beskrivning av tillvägagångssätt

Nedan följer dock en kort beskrivning av hur vi kommer att gå tillväga för att samla in de olika typerna av data. Vi gör detta för att ge läsaren en uppfattning om uppsatsens vidare upplägg.

- I det första kapitlet i ordningen, kapitel tre, kartlägger vi det nuvarande kunskapsläget om entreprenörskap som är relevant för vår frågeställning och vårt syfte. För att besvara frågeställningen samt för att uppfylla syftet med uppsatsen gör vi först en beskrivning av relevant tidigare forskning och tidigare studier på ämnet. Dessa sekundärdata är insamlad genom kurslitteratur, fackböcker, vetenskapliga artiklar, Internet samt övrig press. Vi har försökt att hålla oss till den senaste forskning men då vi funnit det relevant har vi även använt oss av äldre studier.
- I kapitlet därpå, kapitel fyra, beskriver vi tre tidigare studier om entreprenörskap. Metoden för hur vi har samlat in dem är inte särskilt omfattande men beskrivs trots allt i samband med presentation av studierna.
- I nästkommande kapitel, kapitel 5, gör vi en beskrivning utav de entreprenöriella aktiviteterna och kulturen vid Ekonomihögskolan i Lund. Detta gör vi genom observationer av Ekonomihögskolan i form av bland annat dokumentstudier och omkringliggande organisationer, intervjuer med nyckelpersoner vid Ekonomihögskolan, e-postfrågeformulär till organisationer som arbetar för ett ökat entreprenörskap samt en tidigare studie om entreprenörskap vid Lunds universitet.

- I kapitlet därefter ska vi samla in, bearbeta och presentera studenterna vid Ekonomihögskolans åsikter om olika frågor rörande entreprenörskap. Efter att ha gjort en grundläggande genomgång utav tidigare forskning, tidigare studier och empiri i form av fakta och synpunkter vid Ekonomihögskolan i Lund kan vi genomföra denna empiriska studie. Detta kommer att göras genom kvantitativa surveyundersökningar, det vill säga enkäter till förstaårsstudenter och magisterstudenter vid Ekonomihögskolan i Lund. Enkäterna delas ut vid lektionstillfällena och runt om på Ekonomihögskolan. För att jämföra studenternas vilja att starta eget med faktiskt utfall för redan utexaminerade studenter vill vi även samla in data om tidigare studenter vid Ekonomihögskolan. Detta gör vi genom att skicka ut e-postformulär till dessa. Det enda sättet att nå tidigare studenter på är via Ekonomihögskolans Alumni-nätverk. Detta är ett nätverk som tidigare studenter kan ansluta sig till efter uttagen examen. Detta beskrivs mer utförligt då vi beskriver metoden för att utforma formuläret samt urvalet.

Som vi skrivit tidigare kommer vi att presentera metoden för dessa tre datainsamlingsblocken mer utförligt i anknytning till presentationen av de data vi samlar in. Vi kommer även att förhålla oss kritiska till våra metodologiska val.

3 Tidigare forskning och teorier – vad vet vi om entreprenörskap idag?

I detta kapitel beskriver vi det nuvarande kunskapsläget om entreprenörskap med utgångspunkt i den tidigare beskrivna bakgrunden om ämnet och frågeställningen. Vi beskriver vad teorier och tidigare forskning har lärt oss om entreprenören och dess förmåga till att skapa nya företag. Vidare beskriver vi hur den svenska kulturen påverkar individerna som lever där till att starta eller inte starta företag.

3.1 Metod för att samla in och studera tidigare forskning och teorier

Detta avsnitt innefattar en rad olika delar av entreprenörskapsforskningen som vi har samlat in genom ett antal olika källor. I och med att det forskas så pass mycket inom ämnet entreprenörskap är det viktigt att vi använder oss av de senaste källorna som är tillgängliga. Vi kommer dock även använda en del äldre forskning som fortfarande är av hög relevans för ämnet entreprenörskap och således även för vår studie. Vi har även tagit del utav den litteratur som syftar till att skapa ett teoretiskt ramverk för entreprenörskap för att göra denna framställning.

De sekundärdata vi använder oss av är mestadels vetenskapliga artiklar som vi har funnit i Lunds universitets artikeldatabas Elin (www.lub.lu.se). Vidare använder vi oss av läroböcker och olika teorier. Vi vill poängtera att den tidigare forskning och de teorier som beskrivs här inte är generella för entreprenörskap i sig. Vi har valt ut dem med grund i vår frågeställning och vårt syfte.

3.1.1 Upplägg

För att förstå hur entreprenörskapsforskningen ser ut idag inleder vi med att beskriva de avgörande dragen i denna utveckling. Här presenterar vi även det synsätt som vi använder oss av för att studera entreprenörskapet vidare. Därefter beskriver vi de olika karaktärsdragen och

egenskaperna som den typiske entreprenören besitter. Detta räcker dock inte för att förstå varför vissa individer startar företag. Därför beskriver vi två teorier som används för att förstå individens intentioner och deras kognitiva förmåga.

I och med att vi studerar studenter och entreprenörskap väljer vi att även ta upp ungdomars relation till entreprenörskap. Först därefter kan vi titta på entreprenörskap i akademien. För att fördjupa detta resonemang och knyta det till vår forskningsfråga tar vi även upp entreprenörskapsutbildningarnas förutsättningar. I och med att entreprenörskapet vid de svenska universiteterna och högskolorna präglas av den svenska kulturen blir även denna en betydande del i vår framställning av nuvarande kunskapsläge. Därefter beskriver vi hur entreprenöriellt Sverige är som land. Detta görs genom att vi först beskriver det teoretiskt och därefter genom tre olika studier som beskriver nuvarande inställning till entreprenörskap som presenteras i nästa kapitel.

Denna beskrivning har vi som bakgrund för att kunna kartlägga det entreprenöriella klimatet vid Ekonomihögskolan i Lund. Hur vi går tillväga för att skapa vår presentation av Ekonomihögskolan i Lund beskriver vi i samband med denna presentation i kapitel 5.

3.2 Tidigare forskning om entreprenörskap- Ett historiskt perspektiv på entreprenörskap

För att skapa en grund för att förstå hur entreprenörskapsforskningen har sett ut fram till idag väljer vi att kortfattat beskriva de avgörande dragen i utvecklingen. Cantillon (1680-1734) var nationalekonom och han var den första som kopplade begreppet entreprenörskap till ekonomiska sammanhang (Bjerke, 2005 och Landström, 2005). Cantillon såg entreprenören som en risktagare och lade fokus på den entreprenöriella funktionen snarare än den entreprenöriella individen. Under 1900-talet blev Schumpeter ett framstående namn på den entreprenöriella forskningssenen (Landström, 2005 och Bjerke, 2005). Schumpeter presenterade 1906 sin doktorsavhandling som utgick ifrån jämviktsidealet inom nationalekonomin. Schumpeter såg entreprenören som en innovatör som rubbar jämvikter på marknader. På 1950-talet började forskare inom beteendevetenskap, speciellt inom psykologi att intressera sig för entreprenörskap. En av dem som ledde forskningen på området var

McClelland (1917-1998). Han studerade vilka egenskaper som karaktäriserar en entreprenör. (Bjerke, 2005 och Landström, 2005)

Under 1960- talet blev entreprenörskap ett företagsekonomiskt ämne men forskare från teknologiutveckling, beteendeforskning, sociologi och småföretagareforskning fortsatte att ge bidrag till kunskapsmassan. Denna forskning ligger som grund till hur forskare idag uppfattar entreprenörskap. (Bjerke, 2005 och Landström, 2005)

På 1980-talet ökade intresset för entreprenörskap och intresset har ökat sedan dess. Man ser att universitet och högskolor uppmärksammar ämnet och studenterna blir mer och mer positiva till att studera entreprenörskap. (Kolvereid & Åmo, 2006)

Fokus för entreprenörskapsforskningen har varit att bevisa att entreprenörer skiljer sig från icke entreprenörer (Gartner, 1989). Vad är det då som driver vissa människor till att välja en karriär som egenföretagare? Det finns lika många svar på denna fråga som det finns forskare inom ämnet. Det finns även en mängd olika skolor för att förklara vad som skapar en entreprenör. Eftersom vi studerar vilken inställning studenter har till att starta och driva eget företag, samt vad som driver eller hämmar dem är det av vikt att studera vilken typ av individer som är benägna att starta företag. Vidare måste vi även förstå vad som driver eller hämmar den typiske entreprenören för att kunna se vad som driver eller hämmar studenterna på Ekonomihögskolan i Lund. För att skapa denna förståelse utgår vi initialt ifrån den psykologisktorienterade forskningen så som Landström (2005) beskriver den.

Det går inte att bortse från att den psykologisktorienterade forskningen har kritiserats. Sedan 1980-talet har det varit kritiserat bland annat för att individers drivkrafter inte är konstanta över tiden och att det således är svårt att generalisera dessa karaktärsdrag. Kritiken ledde till att den psykologiskt inriktade forskningen fick ringa betydelse och fokus flyttades till en mer processorienterad forskning. Enligt Landström (2005) har den psykologiskt inriktade entreprenörskapsforskningen kommit igång igen och intresset för individers egenskaper har återigen ökat inom entreprenörskapsforskningen. Det är enligt många forskare viktigt att man studerar individer och inte endast den entreprenöriella processen. Detta för att handlingar aldrig kan skiljas från den personen som utför dem, särskilt inte när man talar om entreprenörskap. Vilka handlingar som utförs bestäms av personligheten och därför är just de personliga egenskaperna avgörande då man studerar entreprenörskap. (Johannisson et al

1998) Detta har man fokuserat på inom den psykologiskt orienterade entreprenörskapsforskningen (Bjerke, 2005). Vi utgår inte endast från den psykologisktorienterade entreprenörskapsforskningen, då denna skiljd från andra delar av forskningen inte ger en heltäckande bild (Politis 2005). Politis (2005) skriver även att man bör ha en mer holistisk syn på fenomenet entreprenörskap.

3.3 Vem är då Entreprenören?

Som vi tidigare skrivit kan man inte se entreprenörer som en homogen grupp utan kan vara alla möjliga olika typer av individer och personligheter (Landström, 2005, Bjerke, 2005 och Gartner, 1989). Många olika forskare har försökt förstå vem som är en entreprenör genom att kartlägga egenskaper och beteenden hos dem som driver företag. Det går dock att urskilja en del egenskaper som dyker upp upprepade gånger i litteraturen då man beskriver vem som är en entreprenör. Man kan alltså tolka detta som att en del egenskaper skapar förutsättningar för att individer ska vara mer eller mindre entreprenöriella.

Det finns föreställningar om att entreprenörskap kan vara medfött. Mycket forskning visar dock på motsatsen. (Landström, 2005) Detta innebär att man kan genom inläring och stimulering bli mer eller mindre entreprenöriell (Politis, 2005 och Johannisson, 1991). Många forskare har betraktat entreprenören som en viss typ av person med särskilda egenskaper, medfödda eller inlärd. I Landström (2005) kan man läsa om Schumpeter som under 1930 och 1940-talen beskrev entreprenören som en person som bryter jämvikter på marknader. Lite annorlunda uttryckt är entreprenören en person som går utanför givna ramar och bryter mönster (Schöllhammer, 1979). Enligt Landström (2005), Kuratko & Hodgetts (2001), Wennekers och Thurik (1999), Bridge et al (1998), Johannisson et al, (1998) och Klofsten (1992) är entreprenören en person som trots osäkerhet och risker introducerar sina idéer på marknader. Detta gör entreprenören genom att de ser och fångar möjligheter som de omvandlar till genomförbara affärsidéer. Enligt Bjerke (2005) och Bridge et al (1998) vågar de ta vara på möjligheter när de dyker upp. Därför kan man säga att en entreprenör måste ha stor självtillit, vara kreativ och ta initiativ (Landström, 2005). För att en individ ska vara en ”sann entreprenör” ska han eller hon också ha en förmåga att kommunicera sina idéer och få folk att förstå nyttan i idén. En aspekt som Landström och Löwegren tror är central är entreprenörens handlingsbenägenhet (Landström, 2007). Landström (2005) skriver att

entreprenörer har en intern "locus of control". Detta innebär att de upplever att de har kontroll över situationer som andra känner sig osäkra i. Argument utvecklas ytterligare genom Johannissons (1991) tankar om individens kunskaper. Dessa kunskaper beskriver vi senare i uppsatsen.

Andra egenskaper som betraktas som entreprenöriella är; att ständigt vara på jakt efter nya utmaningar och att ha en stark drivkraft till att prestera och uppnå mål (Bjerke, 2005 och Schöllhammer 1979). Entreprenörer ses ofta som en person som inte ger upp i första taget och de klarar ofta av att ta ett misslyckande (Kuratko & Hodgetts, 2001 och Bjerke, 2005). De flesta entreprenörer arbetar helst självständigt och de vill gärna själva styra över sitt arbete (Landström, 2005). Vidare tar entreprenörerna i stor utsträckning kalkylerade risker, de vill ha en känsla av kontroll men även en större tolerans för osäkerhet (Bjerke, 2005, Landström, 2005, Wennekers & Thurik 1999, Bridge et al, 1998 och Schöllhammer, 1979).

Det räcker dock inte med att beskriva de olika egenskaper som den "generella" eller den "sanna" entreprenören besitter (Landström & Löwegren, 2007 och Landström, 2005). Därför måste vi även beskriva hur olika entreprenörer tänker för att förstå hur företag kommer till. Detta beskriver vi i de två följande avsnitten.

3.4 Integrerade intentionsteorier

Individens egenskaper räcker inte för att man ska förstå entreprenörskap i den kontext vår frågeställning finns. Det finns många individer som har de ovan nämnda egenskaperna utan att ens tänka tanken att starta ett företag. Man måste därför gå ännu längre för att förstå entreprenörskap.

Efter att ha studerat tidigare forskning på ämnet har det visat sig att en del av de mer kända forskarna diskuterar intentionsteorier då de beskriver entreprenörskap. Vid entreprenörskapsforskningen tittar man ofta på individens *intention* till att starta företag. (Landström & Löwegren, 2007, Klovereid & Isaksen, 2005, Landström, 2005 och Tkachev & Kolvereid 1999).

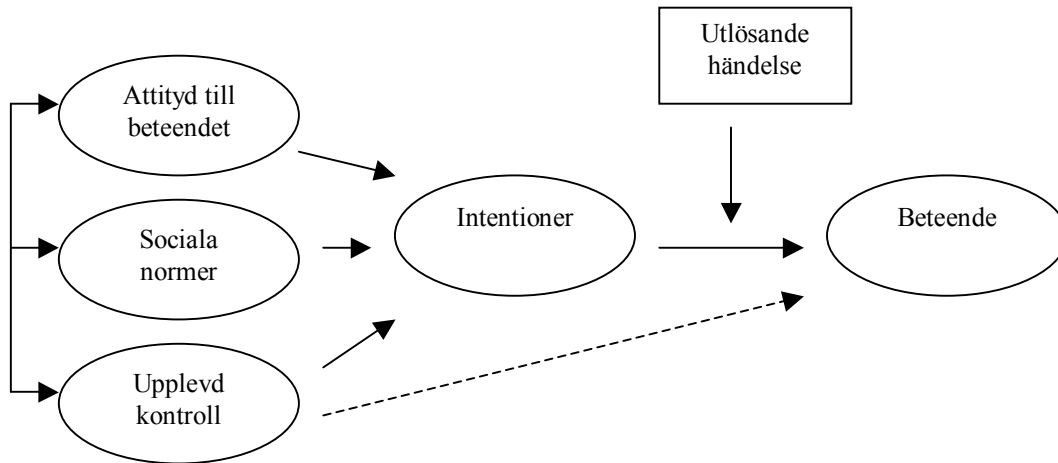
Kolvereid och Isaksen (2005) ger en tydlig beskrivning av hur man kan använda dessa teorier för att studera individers intention till att starta företag. Av intentionsteorierna finns det två framstående tankesätt. Theory of Reasoned Action (TRA) och Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzer & Fishbein, 1980 och Fishbein & Ajzser, 1975)

Enligt TRA avgörs intentioner av; *attityden till beteendet* och den *sociala normen*. TPB är en vidareutveckling av TRA och här tillägger man att intentionen även avgörs av individens *upplevda kontroll* i att utföra en handling (Kolvereid & Isaksen, 2005). Man bör tillägga att intentionen stärks om individen tror sig klara av det och att det är möjligt. Allt detta ligger i bakgrunden när en individ bildar sig en uppfattning om egenföretagande. (Kolvereid & Isaksen, 2005)

Teorierna är utvecklade för att förklara olika beteenden men har mer och mer används av entreprenörskapsforskare. Mycket av det som forskare ser som entreprenöriellt beteende och entreprenörskap är intentionsbaserat planerat beteende. (Krueger et al, 2000) Kolvereid och Isaksens studie från 2005 visar på att TPB är en teori som går att använda för att studera entreprenörskap och entreprenöriella aktiviteter. Även Landström (2005) använder detta tankesätt. Ytterligare en studie genomförd på ryska studenter av Tkachev och Kolvereid (1999) visar på att TPB är ett bra verktyg för att studera attityden och inställningen till egenföretagande.

Man har i dessa studier undersökt olika individers intention till att starta eget företag genom att på olika sätt fråga dem om deras intresse, vilja eller ambition till att utföra denna handling. I och med att en del framstående forskare har valt att studera individers vilja att starta företag utifrån denna modell väljer även vi att ha denna utgångspunkt då vi ska skapa en förståelse för vad som driver och hämmar studenterna vid Ekonomihögskolan i Lund.

Bild 4:1, Entreprenörskap som ett planerat beteende (Fishbein & Ajzen, 1975 omarbetad i Landström, 2005)



Enligt resonemanget leder en positiv attityd till egenföretagande och en upplevd kontroll över att etablera företaget till ett ökat intresse och en ökad vilja att starta företag (Landström, 2005). Man bör dock ha i åtanke att entreprenörskapet inte bara baseras på intentioner utan ofta även på en utlösande händelse exempelvis uppsägning och flytt. (Krueger & Carsrud, 1993 och Kolvereid, 1996). Ur ett större perspektiv kan även avregleringar av marknader, lagförändringar eller uppkomsten av ny teknik ses som utlösande faktorer.

TPB sätter fokus på individens kontroll över situationen, i detta fall på individens kontroll på processen att starta företag (Landström & Löwegren, 2007). Det behövs således en del kunskaper, "Knows" för att en individ ska kunna uppleva att han eller hon har kontroll över situationen att "att starta eget företag". (Johannisson, 1991) Men man bör ha i åtanke att entreprenörskap är mycket komplext och situationsspecifikt det vill säga en förestagsstart är inte någon annan lik och det går inte att bortse från den ekonomiska miljö man befinner sig i. Johannisson (1991) har dock identifierat de kunskaper som är viktiga och generella för alla nyföretagare för att de ska uppleva att de har kontroll över starta eget situationen. I följande bild visar vi kortfattat vad de menar med detta.

Bild 4:2, Johannissons identifierade kunskaper (Johannisson, 1991, beskriven i Landström & Löwegren, 2007)

Know what (faktakunskaper)- *vi behöver veta hur vi registrerar ett företag, hur vi gör marknadsplan, hur en budget ser ut, etcetera.*

Know who (nätverk)- *att starta företag är en social företeelse. Vi behöver ett socialt nätverk för att få ett socialt stöd i vårt företagande, men även för att få tag i de resurser vi behöver för att starta vårt företag.*

Know when* ("timing")- *är viktigt i allt företagande det vill säga produkter eller tjänster måste lanseras vid rätt tillfälle.*

Know how (konkret handling)- *entreprenörer är handlingsorienterade och entreprenörer måste ha en förmåga att ta initiativ och genomföra idéer.*

Know why (mentalitet)- *entreprenörskap kräver en mentalitet och värderingar som främjar nyskapande och handling*

*Know when kunskapen kommer inte behandlas i denna uppsats. Den är exkluderad ur analysen.

Inte heller det vi beskrivit i detta avsnitt räcker för att vi ska förstå varför vissa individer startar företag och andra inte. Vi väljer därför även att ta upp en teori som behandlar hur olika individer kommer på affärsidéer i olika utsträckning. Teorin om individers kognitiva förmåga att upptäcka idéer beskrivs i nästkommande avsnitt.

3.5 Individers kognitiva förmåga att upptäcka idéer

Alla individer tänker inte likadant och vi fångar inte upp samma intryck av samma upplevelser. Vi som individer har olika sätt att se på saker och ting och vi uppfattar den värld vi lever i på olika sätt. Det har gjorts en del forskning med syftet att kartlägga entreprenörers kognitiva förmåga. Resultaten utav denna forskning visar enligt Baron (1998) att entreprenörer tenderar att leta efter alternativ till den informationen som finns tillgänglig. Entreprenörer tenderar även att vara framtidsorienterade och leva i nuet snarare än att leva i

det förgångna. De visar ett stort engagemang när de fattar beslut och de är ofta kostnads- och tidsoptimister. (Baron, 1998)

Inom entreprenörskapsforskningen finns det enligt Landström (2005) två olika sätt att se på hur affärsmöjligheter skapas. Ett är att affärsmöjligheter finns runt omkring oss och det är upp till entreprenören att hitta dem (Shane, 2003). Många olika forskare påstår att möjligheter hela tiden finns där ute i samhället och att entreprenören bara råkar vara den som lyckas hitta möjligheterna.

Det andra synsättet är att affärsmöjligheter skapas av entreprenören (Gartner, 1989). Detta håller Nilsson, ekonomie doktor och prefekt på Handelshögskolan BBS vid Högskolan i Kalmar med om. Han menar att entreprenören själv skapar sina möjligheter. Entreprenören är en skapande människa. (Gustafsson, 2004:2)

Att upptäcka och identifiera affärsmöjligheter är enligt Shane (2003) en kognitiv process. Fallenheten att upptäcka affärsmöjligheter skiljer sig mellan individer. Detta beror på två saker; 1) olika individer har olika tillgång på information. Detta innebär att vissa individer har mer tillgång på information och bättre möjligheter att se affärsmöjligheter. 2) olika individer har olika kognitiv förmåga. Givet samma information har olika individer olika kognitiv förmåga. (Landström, 2005)

Landström (2005) presenterar en tydlig sammanställning av vad som kan påverka den entreprenöriella förmågan hos en individ. Genom att referera till en del olika författare skriver han att hur entreprenöriell en individ är beror på hur han eller hon kan finna mönster i ny information och hur han eller hon utnyttjar sin fantasi. Det beror även på hans eller hennes förmåga att se möjligheter istället för risker samt att olika människor är olika kreativa (Landström, 2005). Detta innebär att givet att individer besitter samma information upptäcker vissa individer på grund av olika kognitiva förmågor affärsmöjligheter och andra inte. Tillgång på information kan man bland annat få genom livserfarenhet, yrkeserfarenhet och socialt nätverk (Landström, 2005).

3.6 Individens kontaktnät

Här lämnar vi den psykologisktorienterade forskningen och tar kortfattat upp nätverket som en del av den entreprenöriella processen (Landström, 2005). Även om individens egenskaper är oerhört viktiga då man studerar entreprenörskap kan man inte bortse från att entreprenören är en del av ett socialt nätverk. Detta nätverk utgörs av både kontakter i social kontext och i en externkontext. Nätverket innehåller således både vänner och professionella kontakter.

Enligt Johannisson som skriver ett kapitel i Johannisson och Lindmark (1998) är entreprenörens personliga nätverk, det vill säga entreprenörens möjlighet att skapa och upprätthålla förtroenderelationer avgörande för företagandet. Johannisson i Johannisson och Lindmark (1998) skriver att de personliga nätverken, eller de ömsesidigt beroende relationerna är viktiga för att minska risktagandet för företagare. Genom det sociala nätverket har individer tillgång till olika resurser. Johannisson (1996) belyser vikten av entreprenörens personliga nätverk både det familjära och det externa. Dessa nätverk är av vikt för att "bolla" och utveckla idéer, fungera som socialt stöd och förstärka entreprenörens självförtroende. I den inledande fasen i en företagsstart drar entreprenören nytta av sina nätverk och knyter resurser till sitt företag. (Landström, 2005)

I Johannisson och Mønstedts artikel från 1998 kan man läsa om fyra sätt att se på entreprenörskap och nätverk. Vi vill här belysa ett av dem. Personliga nätverk innebär möjligheter som kan utnyttjas i framtiden. I många fall är de personliga nätverken avgörande för unga företags utveckling. (Johannisson och Mønsted, 1998) Kontakterna kan skapa effektiva relationer eller knyta nödvändiga resurser och kompetenser till företaget i uppstartsfasen.

Teorierna kring nätverkets roll för entreprenörerna är många och det är en del av ett större forskningsområde, entreprenörskapsprocessen (Landström, 2005). Vi syftar inte till att ge en komplett beskrivning av nätverkets roll utan bara nämna det. Detta för att vi har valt att inkludera detta i vår senare studie.

3.7 Entreprenörskap & ungdomar

Om man inte stimulerar de entreprenöriella egenskaperna i ett tidigt skede minskar chanserna för att man ska kunna påverka individerna i denna riktning senare. (Landstöm, 2005) I och med att barn är entreprenöriella till naturen, det vill säga att de är nyfikna, initiativrika, kreativa och handlingsorienterade bör man stimulera entreprenörskap redan på grund- och gymnasieskolor. (Johannisson, tolkad av Gustafsson, 2003)

Som Gustafsson (2003) beskriver det kommer entreprenörskap enligt Johannissen ur kreativa processer. Detta står i tydlig kontrast mot det planeringstänkande som lärs ut i grundskolan och i högskole- och universitetsutbildningar. Gustafsson (2003) skriver att man enligt Johannissen utbildar bort det entreprenöriella tänkandet som barnasinnen rymmer.

För att öka entreprenörskapet och nyföretagandet i Sverige måste man se på det hela ur ett långsiktigt perspektiv. Häri är utbildningssystemet en avgörande faktor (Klofsten, 2000). Attityden till entreprenörskap har under en lång tid formats av en socialdemokratisk regering. Entreprenörer har indirekt hållits tillbaka och det har inte funnits tillräckliga incitament för att starta eget företag (Henrekson, 2000).

Det är viktigt att få ungdomar att tro på sig själva så att de kan se sig själva som framtidens entreprenörer (Klofsten, 2000). Det finns en del organisationer som jobbar för att gynna entreprenörskap redan på gymnasietiden. En av dessa är Ung Företagsamhet (UF) (Entreprenör nr 10, 2006, sid. 54).

Enligt SACOs Ungdomsbarometer och attitydmätning, 2005 av 80-talisterna framgår det att det mest populära framtida yrket bland ungdomarna är bartender, därefter kommer egenföretagare. Hela 30 procent vill vara företagare och 42 procent vill arbeta i ett företag de själva varit med och byggt upp. Vidare framgår det att Ungdomsbarometerens attitydmätning av entreprenörskap visade på att dagens ungdomar har mycket positiv syn på entreprenörskap och att många av de tillfrågade ungdomarna skulle föredra att starta eget framför att bli anställd. Enligt Leif Geijer, undersökningsledare på Ungdomsbarometern, innebär detta inte att nya företag kommer starta automatiskt i framtiden (Myrdal, 2005).

Entreprenörskap ska inte bara gynnas på grundskolan utan även vid universitet och högskolor. Det är viktigt att man i högskole- och universitetsutbildningarna tar vara på och förstärker den positiva syn som dagens ungdomar har på företagande och entreprenörskap (www.nutek.se).

3.8 Entreprenörskap vid svenska universitet och högskolor

Svenska universitet och högskolor har tre huvudsyften; att utbilda, forska och bygga relationer med näringslivet. Att främja entreprenörskap är bara en liten del utav hela denna verksamhet men ändå ett viktigt ämne.

Det finns många forskare som hävdar att ekonomisk tillväxt till stor del litar på entreprenörskap som en drivkraft. Att träna och utbilda individer om och i entreprenörskap kan öppna många dörrar för ett lands framgång (Kourilsky & Esfandiari, 1997).

Då man presenterade GEM- rapporten för 2003 poängterades bristen på svenska entreprenöriella förebilder som en av förklaringarna till den låga entreprenöriella aktiviteten i Sverige (Karlén 2004:1). I länder där de entreprenöriella förebilderna är få måste andra vägar skapas för att fylla informationsbehovet, till exempel via utbildningssystemet (Karlén 2004:1). Enligt National Council for Graduate Entrepreneurship i England (NCGE 2004) avgörs studenternas attityd till att driva eget företag av hur de uppfattar egenföretagande samt av deras omgivning. Föräldrar, vänner, lärare och rådgivare påverkar studenternas karriärval. Utbildningen har därför en stark påverkan på om studenter uppfattar entreprenörskap som eftersträvansvärt eller inte. Enligt NCGE studien påverkar universitets kultur, policy och uppfattningar studenternas karriärval efter utbildningen. Att skapa entreprenöriella miljöer och utbilda lärarna inom entreprenörskap kommer enligt NCGE att öka universitetens möjlighet att identifiera potentiella entreprenörer och utbilda dem. Detta leder i det långa loppet till att fler företag startas upp av studenter.

Man gör satsningar vid universiteten och högskolorna runt om i Sverige. Med dessa satsningar försöker man förändra och förbättra förutsättningarna för entreprenörskap. Detta gör man bland annat genom att skapa nya organisationer så som inkubatorer och forskningsparker. (Bengtsson, 2006)

Att detta är viktigt kan man höra från andra håll, bland annat från erfarna företagare. Hans Möller, VD Ideon Science Park skriver i sin Ledare i Ideon@aktuellt vecka 51 om sitt nyliga möte med Ingvar Kamprad. Deras samtal fokuserade på hur man kan hitta fler människor som vill bli entreprenörer och hur man ska få dem att våga ta chansen. Ingvar Kamprad säger att idéer har vi tillräckligt av, men för att realisera dem behövs målmedvetna människor som är beredda att investera sin tid och sitt engagemang i företaget. Han gav även Ideons VD en del förslag på vad man kan göra bättre i Lund. Han tog upp att man kan jobba mer med föreningar som jobbar med Ung Företagsamhet. Man ska även hitta sätt att koppla in unga entreprenörsämnen i företagen på Ideon. Ingvar Kamprad tog även upp vad han tror hindrar många människor som både har idéer och entreprenörsegenskaper. Han tror att individer inte vågar riskera sin privatekonomi då samhället inte ger ett komplett skyddsnät för egenföretagare.

Många forskare hävdar att det som främjar entreprenörskap finns i det omgivande samhället. Enligt Henrekson och Rosenberg (2000) är det viktigt att de samhällen som universiteten och högskolorna befinner sig i främjar investeringar i humankapital, entreprenörskap och företagstillväxt. Henrekson och Rosenberg (2000) belyser att man måste skapa en entreprenöriell kultur på de svenska universiteten och högskolorna. För att stärka detta visar han en jämförelse mellan USA och Sverige. Sverige har väldigt lågt entreprenörskap i jämförelse med USA. Henrekson och Rosenberg (2000) hävdar att denna skillnad till stor del beror på att USA har en mer utspridd inrotad entreprenöriell kultur inom universitetsväsendet än vad Sverige har.

Enligt Henrekson och Rosenberg (2000) grundas skillnaden mellan amerikanska och svenska universitet i att de svenska universiteten är mer centraliserade samt att regeringen är det organ som anslår universitetens rättigheter. De amerikanska universiteten är mer konkurrensinriktade och deras decentralisering medför att de i större utsträckning kan bestämma sin ambitionsnivå och bygga upp sin säregna profil. Ett resultat av detta är att de amerikanska universiteten är mer mottagliga för samhällets ekonomiska behov. I och med att amerikanerna i stor utsträckning betalar för sin utbildning ur egen ficka ställer de högre krav och har större incitament att vilja påverka utbildningen. Universiteten måste då ständigt förbättras och hålla den förväntade standarden. I Sverige tar man utbildningen som den är och arbetar inte lika aktivt för att förändra den, detta gäller både studenter och de som undervisar. (Henrekson & Rosenberg, 2000)

3.9 Entreprenörskapsutbildning

Det finns enligt Politis (2005) många olika forskare som visar på att entreprenörskap på ett effektivt sätt kan tränas och utvecklas genom utbildning. Målet för den psykologiskorienterade entreprenörskapsforskningen har varit att identifiera de karaktärsdragen som skapar en entreprenöriell individ. Först efter att man har identifierat detta vet man var man ska sätta in insatser för att utveckla och stärka dessa egenskaper (Landström, 2005). Under 1940- talet började man med entreprenörskapsutbildningar i USA (Kolvereid & Åmo, 2006). Därefter har det spridit sig runt om i världen men det var inte förens på 1980- talet som ämnet fick ett rejält uppsving i Europa och i Sverige spreds intresset under 1990- talet (Klofsten, 2000).

Ekonomutbildningarna i Sverige fokuserar på att lära ut management, inte entreprenörskap. Så är det idag och så ska det till viss del förbli. Entreprenörskap är bara en del utav det företagsekonomiska ämnet. Idag växer dock ämnet entreprenörskap i popularitet och många studenter visar sin uppskattning för ämnet. Det är dock enligt Landström (2005) svårt att mäta effekterna av entreprenörskapsutbildningarna. Ämnet entreprenörskap ska inte enbart ses som en specialistutbildning för de studenter som ska starta företag. Enligt Venkataraman beskriven i Gustafsson (2004:1) är entreprenörskap ett brett utbildningsområde som bör ingå i allmänbildningen. Även Europeiska Unionen anser att entreprenörskap ska bli ett obligatoriskt ämne runt om i Europa (Karlén 2004:2).

Kolvereid och Åmo (2006) ställer sig frågan om studenter med en master i entreprenörskap är mer entreprenöriella än andra studenter. De studerade ekonomistudenter vid universitetet i Bodö, Norge där man sedan en längre tid tillbaka erbjuder en masterexamen inom entreprenörskap. Deras studie visar på att sannolikheten för att de ekonomistudenter som har entreprenörskap som inriktning kommer att starta företag är dubbelt så hög som de studenter som läser de övriga inriktningarna på samma skola (Kolvereid & Åmo, 2006). Men det är dock, enligt Kolvereid och Åmo (2006) svårt att avgöra om dessa studenter hade startat företag även om de valt en annan inriktning. Vidare anser de att det inte finns några empiriska undersökningar som visar kvalitén på dessa företag. Vidare visar deras studie att studenter

med en master i entreprenörskap inte bara startar fler företag utan att de är även lika attraktiva som övriga studenter för de stora företagen. (Kolvereid och Åmo 2006)

Johannisson (1991) visar att de flest svenska entreprenörskapsutbildningar idag enbart tillgodoser de lägsta inlärningsnivåerna. Detta innebär att studenterna lär sig mer om fenomenet entreprenörskap men deras entreprenöriella förmåga och mentalitet har inte utvecklats, detta gäller även idag enligt ett antal forskare. För att utveckla dettas hos studenterna måste man genomföra djupare förändringar vid universiteten. Enligt Johannissen, et al (1998) ska man skapa och bibehålla en entreprenöriell mentalitet på universiteten.

Det är enligt Politis (2005), Landström (2005) och Klofsten (2000) möjligt att stimulera entreprenöriellt beteende genom utbildning och träning. Landström (2005) skriver att man kan skola en entreprenör precis som man kan skola en journalist eller en konstnär. Det är dock viktigt att man enligt Landström (2005) skiljer mellan utbildningar för att bli mer entreprenöriell eller för att kunna mer om entreprenörskap som fenomen. Då syftet är att utbilda entreprenörer som ska starta fler företag ska man stimulera de egenskaper som karakteriserar entreprenörer (Landström, 2005).

Det finns enligt Bjerke som beskrivs i Gustafsson, (2005) utbildningar om och i entreprenörskap samt utbildningar för entreprenörskap, dessa skiljer sig oerhört åt. Utbildningar om och i entreprenörskap riktar sig främst mot hjärnan och här har läroböcker och mer traditionell undervisning kvar sin relevans. För att utbilda för entreprenörskap däremot, måste fler kroppsdelar än hjärnan involveras - även hjärta och mage bör finnas med i ekvationen, enligt Bjerke. (Gustafsson, 2005)

Gustafsson (2005) beskriver i en av sina artiklar hur Daniel Hjorth ser på entreprenörskap. Hjort är knuten till Esbri (Institutet för Entreprenörskap och Småföretagande) och docent vid Malmö högskola och Växjö universitet. Enligt Hjort, beskriven av Gustafsson (2005) kan entreprenörskapet spela en roll i att demokratisera kreativiteten, ett område som konstskolor och reklamutbildningar länge haft ensamrätt till.”

I artikeln belyser Gustafsson (2005) Hjorts tankegångar om att den traditionella studentrollen utgör en barriär för att kunna utveckla entreprenörskapsutbildningar som syftar till att utbilda entreprenörer. Så som utbildningssystemet ser ut idag går det inte att förknippa det med

kreativitet och skapelse enligt Hjort. Hjort säger också enligt Gustafsson att man måste få igång själva "skapelseprocessen", genom till exempel "case" eller verkliga projekt. Det är processen som är avgörande här. Entreprenörskap leks och experimenteras fram enligt Hjort. Ett sätt att bygga upp entreprenörskapsutbildningar är att börja se entreprenörskap som ett experimentellt ämne som kemi eller fysik. Ämnet har nämligen ett stort behov av att experimentera, med exempelvis projektföretag, spel och simuleringar. Entreprenören behöver sin lekplats så som kemisten behöver sitt laboratorium enligt Hjort. Problemen är att denna typ av utbildning är resurskrävande och att dessa resurser väldigt sällan finns på universiteten och högskolorna. (Gustafsson, 2005)

Utifrån Garavan och O'Conneides (1994) diskussion om hur man kan stimulera entreprenörskap presenterar Klofsten (2000) tre element som ska finnas vid ett universitet eller högskola för att entreprenörskap ska främjas. Dessa tre element är; 1) det ska råda en *entreprenöriell kultur*, det vill säga att det entreprenöriella tänkandet ska vara invävt i utbildningarna och i den bild av företagande universitetet förmedlar till studenterna 2) det ska erbjudas *kurser som utbildar* om ämnet entreprenörskap för att öka förståelsen för det som fenomen 3) det ska erbjudas *kurser och speciella träningsprogram* för de som vill starta sitt eget företag. (Klofsten, 2000)

Vi kommer att använda dessa tre element som en del av vår analys. De kommer att användas som utgångspunkt då vi analyserar Ekonomihögskolan i Lund och vilken roll den spelar i studenternas svar angående egenföretagande.

3.10 Svensk kultur

Arnegård Hansen skriver i tidningen Entreprenör nr 10 2006 (sid. 60) att många mindre stryktåliga personer hade valt att kasta in handduken beträffande att starta eget företag långt tidigare än vad dagens svenska entreprenörer gör. Hon skriver att det svenska samhället har en avog inställning till företagande och företag. Enligt Bridge et al (2003) påverkar den underliggande kulturen hur pass entreprenöriella individer i ett land är. De skriver att i kulturen kan man finna incitament, motivation och stöd för att genomföra en affärsidé.

För att exemplifiera delar av den svenska kulturen väljer vi att citera en företagare i tidningen *Entreprenören* han skriver ”Om du vinner en miljon på lotteri kommer folk fram och gratulerar dig, men om du jobbar hårt som företagare och blir framgångsrik är det många som har synpunkter på det” (Redjamand, *Entreprenören* nr 10 sid. 65)

Hur individer tänker eller handlar beror inte endast på deras personlighet eller förmåga. Detta kan man nämligen inte skilja från omgivningen personen vuxit upp i och befinner sig i. Därför är det viktigt att inkludera kultur när man beskriver och diskuterar entreprenörskap. (Landström, 2005) För att förstå svaren i vi kommer att få in i vår undersökning måste vi förstå den kontexten de befinner sig i. Vi väljer därför att beskriva den svenska kulturen utifrån ett tidigare provat verktyg.

Ett analysverktyg som ofta förekommer i diskussioner om kultur är Hofstedes dimensioner av en kultur från 1980-talet (Hofstede, 1991). Vi väljer dock att använda en lite mindre välkänd modell för att beskriva den svenska kulturen. Vi använder det analysverktyg som Kostova utvecklade 1997. Detta verktyg används av Busenitz et al (2000) då de studerar den entreprenöriella aktiviteten i Sverige och fem andra länder.

Busenitz et al (2000) kritiserar Hofstedes dimensioner för att vara allt för generell för att det ska kunna vara ett komplett verktyg för att studera entreprenörskap. Författarna anser att ett bättre sätt att förklara entreprenörskap är genom Kostovas (1997) *institutionella profil av ett land*. Denna profil består av tre dimensioner av kultur och utgör således en förklaring till hur en kultur påverkar den entreprenöriella nivån i ett land. Enligt Busenitz et al (2000) framhäver Kostova (1997) att ett lands institutionella profil förlorar mening om den är generaliserad. Man måste istället mäta profilen med hänsyn till specifika områden av samhället. För att förklara varför ett land eller område är entreprenöriellt måste man se de olika dimensionerna av samhället som påverkar individerna. Kostovas institutionella profil av ett land är indelat i följande dimensioner; *den regulativa dimensionen*, *den kognitiva dimensionen* och *den normativa dimensionen*. Nedan följer en beskrivning utav dem utifrån Busenitz et als (2000) beskrivning och användning.

- Den regulativa dimensionen av den institutionella profilen består av lagar, regler och i vilken utsträckning myndigheterna erbjuder stöd och support för nyföretagande.

Vidare innefattar den också till vilken grad myndigheter reducerar risker för entreprenörer och underlättar för dem att skaffa de resurser som krävs.

- Den kognitiva dimensionen av den institutionella profilen innefattar kunskap och förmågan hos människorna i landet till att grunda och att driva ett nytt företag. I vissa länder är vissa ”grupper” av kunskaper institutionaliserade. Detta innebär att folkets allmänna kunskap om vad som krävs för att starta företag, förstå affärsmöjligheter och marknadsekonomi inte går att ta för givet i alla länder. Den institutionaliserade kunskapen om företagande är inte den samma i alla länder.
- Den normativa dimensionen av den institutionella profilen består av i vilken utsträckning ett lands medborgare avundas och ser upp till entreprenöriella aktiviteter, kreativitet och innovativt tänkande.

Busenitz et al (2000) genomförde en studie på ekonomistuderanter i sex olika länder: Norge, Sverige, Tyskland, Italien, Spanien och USA. De valde dessa sex länder för att de trodde att de skulle skiljas sig på de tre olika dimensionerna beskrivna ovan. I Busenitz et al (2000) sammanställning av resultaten framgår det att utav dessa sex länder hamnar Sveriges institutionella profil på andra plats efter USA i en sammanställning av de tre dimensionerna som skapar förutsättningar för entreprenörskap. Sverige hamnade på förstaplats vad gäller den regulativa dimensionen. Detta innebär att de svenska reglerna och strukturerna gynnar entreprenörskap i större utsträckning än vad det gör i de andra fem länderna. Sverige hamnade på fjärde plats både vad gäller den kognitiva och normativa dimensionen. Detta visar på att svenskarna inte i lika stor utsträckning har de kunskaper som krävs för att starta och utveckla företag så som amerikanerna, norrmännen och spanjorerna. Svenskarna ser inte heller upp till entreprenörer eller ser kreativitet som något eftersträvanvärt i lika stor utsträckning som amerikanerna, italienarna och tyskarna. Busenitz et al (2000) skriver i sin slutsats att man kan använda deras studie för att förstå de sex specifika ländernas kultur och för att ta reda på var man ska sätta in insatser för att öka entreprenörskapet. Sverige behöver enligt denna studie öka entreprenörers status och ”utbilda” befolkningen inom områden som är avgörande för att starta och utveckla företag.

Nu har vi beskrivit den svenska kulturen och hur denna har påverkat den entreprenöriella aktiviteten i Sverige. För att fördjupa detta väljer vi även att ta upp tidigare studier som gjorts i Sverige under de senaste åren.

4 Tidigare studier om entreprenörskap i Sverige

I detta kapitel beskriver vi några väl valda tidigare studier om entreprenörskap i Sverige och i den svenska akademien. Syfte med att beskriva dessa studier är att kartlägga hur svenskar och hur svenska akademiker ställer sig till egenföretagande.

Vi har såhär långt beskrivit den kunskap vi har tagit del av då vi har studerat ämnet entreprenörskap och hur detta förhåller sig i Sverige. För att få en ytterligare förståelse för vad som driver entreprenörer och vad som kan hämma dem ska vi i detta kapitel beskriva några väl valda tidigare studier gjorda om entreprenörskap i Sverige på olika nivåer av samhället. Detta gör vi för att ge en bild av hur inställningen till egenföretagande ser ut i Sverige generellt, bland svenska studenter och bland svenska akademiker. Vi har gått igenom olika databaser för att finna de studier som är relevanta för oss. De organisationer som har gjort studier på ämnet är NUTEK, Drivhuset och SACO. Vi kommer senare i uppsatsen även använda en studie gjord av Lunds universitet. Vi har även fått några studier genom Hans Landströms kontakter i Norge och från en utav alumnerna som vi har varit i kontakt med.

Dessa olika studier är relevanta för oss på grund av att de alla har studerat entreprenörskap men med olika fokus. NUTEK har kartlagt det entreprenöriella intresset i Sverige genom sin Entreprenörskapsbarometer från 2005. Drivhuset har kartlagt studenters intresse för att bli egenföretagare och SACOs Akademikerbarometer visar hur många akademiker som driver eget företag. Tillsammans utgör dessa studier en bra bas för oss då vi utformar de olika enkäterna och då vi analyserar svaren.

Studierna är genomförda av etablerade organisationer med hög tillförlitlighet. Vi anser att studierna uppfyller kriterierna för reliabilitet och validitet och vi anser således att resultaten är tillförlitliga. I denna uppsats presenterar vi de resultat och slutsatser i studierna som är relevanta för vår problemformulering. Vi beskriver således de delar av studierna som berör entreprenörskap kopplat till personliga egenskaper, utbildning och omgivningen. Tidigare studier inom entreprenörskap som behandlar könsperspektiv och demografiska förhållande utelämnas avsiktligt då detta är utanför vår avgränsning.

4.1 NUTEKs Entreprenörskapsbarometer 2005

NUTEK genomför sedan 2003 årliga undersökningar om befolkningens attityd till entreprenörskap. (NUTEK B2006:2) Undersökningen för 2005 omfattade 3000 respondenter och utgör ett bra underlag för vår studie. Studien tar upp skillnader mellan män och kvinnor och sysselsatta med svensk och utländsk bakgrund samt regionala skillnader. Detta är utanför vår avgränsning och tas således inte upp då vi beskriver NUTEKs rapport. Idag, precis som år 2002 är fyra procent av alla sysselsatta medborgare i åldern 18 till 30 företagare. Tittar man även på alla sysselsatta i arbetsförålder under samma period framgår det att en tiondel är företagare. (NUTEK, Entreprenörskapsbarometern, 2005)

Enligt NUTEKs Entreprenörskapsbarometer 2005 kan 76 procent av Sveriges befolkning mellan 18 och 30 år tänka sig att starta eget och således bli företagare. Detta kan jämföras med 71 procent år 2003. Vi har alltså sett en generell ökning i viljan att bli företagare de senaste åren. Vidare kan man utläsa att de som anser sig ha blivit uppmuntrade i skolan till att starta eget vill i större utsträckning vill bli företagare. Det framgår också av studien att var tredje av dessa personer vill vara företagare framför att ta en fast anställning. En iakttagelse som man gjort i NUTEKs studie är att gymnasiestudenter föredrar i större utsträckning att vara företagare än studenterna på universitet och högskolenivå. År 2003 var det 27 procent av gymnasiestudenterna som ville starta eget, 2005 var det 38 procent. Vidare kan man också se att de som har haft företagande nära sig, så som inom familjen, nära vänner eller i släkten i större utsträckning (17 procentenheter) vill bli företagare. I NUTEKs rapport framgår det även att drygt en tredjedel vill vara företagare framför anställd i mindre eller större företag, kommun eller landsting och staten.

NUTEKs studie visar även varför de som inte vill bli företagare väljer bort det som ett framtida alternativ. Detta beror framförallt på att det tar för mycket tid/engagemang, innebär mindre trygghet och är ekonomiskt osäkert. Andra orsaker är att man saknar en affärsidé samt att man anser att det finns för många krångliga regler.

Man kan utläsa att de främsta anledningarna till varför de vill vara företagare är att de kan förverkliga idéer, ha ett självständigt arbete, man får en personlig utveckling och man kan tjäna mycket pengar. Endast 23 procent av respondenterna anser att det är högre status att vara företagare än att vara anställd.

Vidare studerade man i NUTEK-studien hur pass respondenterna känner till vad som krävs för att starta eget företag och om de skulle klara av det. 40 procent anser sig att ungefär vet vad som krävs för att starta eget företag. 80 procent anser sig kunna klara av att starta eget företag. De flesta skulle vända sig till släkt och vänner, skatteverket, arbetsförmedlingen eller nyföretagarecentrum. Avslutningsvis tror 43 procent av respondenterna att de kommer bli företagare de närmsta åren. (NUTEK 2006:B)

4.2 Drivhusets studie

En annan studie vi vill beskriva är en studie gjord av Drivhuset i juni 2005. Man fick totalt in 8973 svar från studenter runt om i landet, från mestadels första- och andraårsstudenter. Hela 70 procent av de tillfrågade läste första eller andra året på universitet eller högskola. Detta gör studien delvis svår för oss att använda som jämförelse då vi syftar till att jämföra förstaårsstudenter och magisterstudenters inställning till egenföretagande. Studien gick ut på att göra en nationell kartläggning av svenska studenters inställning till entreprenörskap och egenföretagande. Av de tillfrågade var det fyra procent om drev företag, själva eller tillsammans med andra. Vidare kunde 57 procent av de tillfrågade tänka sig att starta eget och 16 procent kunde inte tänka sig det. Endast 11 procent av respondenterna hade ambitionen att inom fem år kunna livnära sig som företagare.

28 procent sade sig ha en idé som de skulle vilja förverkliga i något företag, endast nio procent av dessa trodde det var sannolikt att de förverkligade sin idé inom fem år. De som redan idag driver företag var generellt mer positiva till företagandet än de som inte gör det. På frågan ”bygger din idé på kunskap du fått under din högskoleutbildning” svarade 38 procent *delvis*, 38 procent *inte alls* sex procent *fullständigt*. De flesta ansåg att varför de vill eller kan tänka sig att starta eget är; självförverkligande, driva en egen idé, själv styra över tid och ta ansvar. Endast nio procent svarade att det var på grund av de ekonomiska möjligheterna som kommer med egenföretagandet. 68 procent tycker det verkar krångligt att starta företag, denna siffra är lägre bland dem som redan driver företag.

Hela 90 procent av respondenterna tyckte inte att de genom sin högskole- eller universitetsutbildning har fått uppfattning om hur det är att driva företag. Endast 22 procent tyckte att deras högskola eller universitet hade förmedlat en positiv bild av entreprenörskap. Det bör dock poängteras att 67 procent av respondenterna tyckte att bilden högskolan eller universitetet förmedlat var neutral.

Vidare frågade man respondenterna om vad de tror högskolor och universitet kan göra för att främja entreprenörskap. Även här gav man alternativ och nedan följer alternativen och svarsprocenten.

- Mer information om att starta eget 61 procent
- Mer information om att driva företag 48 procent
- Visa fler positiva exempel från verkligheten 48 procent
- Mer personlig rådgivning och vägledning 25 procent
- Mer information om företagsfinansiering 22 procent

4.3 SACOs Akademikerbarometer 2005:3

Ännu en studie som är relevant att ta upp i vår uppsats är SACOs Akademikerbarometer. SACO har genom sin Akademikerbarometer under ett antal år kartlagt akademikers yrkesmässiga situation. Syftet med undersökningarna är att presentera aktuella och intressanta uppgifter om Sveriges akademiker. Undersökningen omfattade 1200 respondenter och visade att endast fem procent utav dem drev eget företag. Vidare visade undersökningen på att endast 40 procent av akademikerna är nöjda med sina arbetsuppgifter och med sitt jobb på det stora hela. Anställda akademiker har större erfarenhet av omorganisationer än egenföretagare. Sex utav tio av de akademiker som är anställda har varit berörda av större omorganisationer de senaste tre åren. Detta har sällan inneburit förbättringar utan snarare att arbetsbördan har ökat, anger de berörda akademikerna.

Ur rapporten kan man även avläsa att många av dem anser att deras arbete har blivit mer krävande och alltför stressande. Anmärkningsvärt är att undersökningen visar på att företagare trivs bäst med sitt arbete. 89 procent av företagarna känner att de har möjligheter att påverka

utförandet av deras arbetsuppgifter, motsvarande siffra för bland annat landstingsanställda är 66 procent. 78 procent av företagarna tycker att de får utnyttja hela sin kompetens i sitt arbete, detta kan jämföras med att endast 56 procent av statligt anställda upplever det samma.

Företagare skiljer sig från anställda på en rad olika punkter;

- Företagare anser i lägre grad att deras utbildning har varit relevant för det arbete de gör idag.
- Företagare upplever i lägre utsträckning att deras arbetssituation är alltför stressande.
- Företagare får i högre grad användning av hela sin kompetens.
- Företagare är mer nöjda med den vidareutbildning de får på sin arbetsplats.
- Företagare anser sig i högre grad ha möjlighet att påverka hur de ska utföra sitt arbete.
- Företagare anser sig också ha bättre möjligheter till kompetensutveckling i arbetet.

5 Empirisk beskrivning av Ekonomihögskolan: fakta och synpunkter ur en entreprenöriell synvinkel

I detta kapitel beskriver vi de entreprenöriella aktiviteterna vid Ekonomihögskolan i Lund. Beskrivningen grundas på ett antal olika informationskällor och vi syftar med den att kartlägga Ekonomihögskolans entreprenöriella nivå.

För att kunna beskriva Ekonomihögskolan i Lund utifrån en entreprenöriell synvinkel har vi som vi tidigare beskrivit kartlagt tidigare forskning och teorier samt ett antal tidigare studier på ämnet i Sverige. I detta skede av uppsatsen är det dags att beskriva kulturen och aktiviteterna vid Ekonomihögskolan ur en entreprenöriell synvinkel. Vi beskriver detta utifrån fyra olika informationskällor:

- Observationer i form av framförallt dokumentstudier
- Intervjuer
- Frågeformulär
- Studenterna utifrån en tidigare studie

5.1 Beskrivning av Ekonomihögskolan utifrån observationer och dokumentstudier

5.1.1 Metod för observationer och dokumentstudier

Vi har under hela uppsatsskrivandets gång observerat och studerat Ekonomihögskolan i Lund. Vi har fortlöpande känt av stämningen och skapat oss en känsla för hur studenterna ser på egenföretagande. Vi har studerat Företagsekonomiska institutionens hemsida (www.fek.lu.se) här har vi studerat kursbeskrivningar, scheman och kursupplägg. Vi har även tagit del av diverse utskick som behandlar entreprenörskap och haft e-post kontakt med olika personer för

att få kompletterande information. Vi har även i en vidare bemärkelse studerat Lunds kursutbud av kurser med entreprenöriella inriktningar (www.studera.nu). Ett led i detta arbete var även att identifiera organisationer som arbetar för ett ökat entreprenörskap och kontakta dem. Vi har även kartlagt övriga organisationer i omgivningen och hur de arbetar för ett ökat entreprenörskap genom att studera hemsidor, utskick och andra studier. För att få en förståelse för nuläget och för att få insikt i hur Ekonomihögskolan ser på framtiden vad gäller aktiviteter för att främja entreprenörskap har en av uppsatsskrivarna även deltagit i två möten den 24 oktober och den 15 december, 2006. Mötena anordnades av Hans Landström, professor i entreprenörskap vid Lunds universitet⁶.

5.1.2 Beskrivning utifrån observationer och dokumentstudier

Lunds universitet har 40,600 studenter fördelade på åtta fakulteter plus campus i Helsingborg. Hälften av studenterna är under 25 år gamla. Ekonomihögskolan har tre grundutbildningsprogram; ekonomiprogrammet, internationella ekonomiprogrammet och systemvetenskapliga programmet. Ekonomihögskolan erbjuder även cirka 150 fristående kurser. Man samarbetar med näringslivet på många olika nivåer och skolan är Equis accrediterat⁷. Vi har avgränsat vår uppsats till den företagsekonomiska institutionen som är en del av Ekonomihögskolan. Företagsekonomiska institutionen i Lund är en utav Sveriges största institutioner och erbjuder ett brett utbud av kurser. Företagsekonomi som ämne kan läsas upp till magisternivå som antingen fristående kurs eller inom program. Inom ämnet företagsekonomi studeras både privat näringsliv och offentlig förvaltning ur olika perspektiv. Utbildningen i företagsekonomi är indelad i fem ämnesområden dessa är; Strategic Management, Finansiering, Marknadsföring, Organisation och Redovisning. Samtliga av ämnesområden berörs på grundkurserna i företagsekonomi. Inom varje ämnesområde erbjuder man kandidat och magisterkurser. (www.fek.lu.se)

Då man tittar på scheman från företagsekonomikurserna från grundkurs till magisternivå framgår det att det ges några föreläsningar om entreprenörskap (www.fek.lu.se). Till exempel håller Hans Landström, professor i entreprenörskap två föreläsningar om entreprenörskap för

⁶ För att se listan av närvarande vid mötet se bilaga 1

⁷ European Quality Improvement System- en internationell kvalitetsstämpel som visar på att Ekonomihögskolan uppfyller höga krav på utbildningens kvalitet, forskning internationalisering samt samverkan med det omgivande samhället

studenterna på företagsekonomisk grundkurs hösten 2006. På nästa nivå, B-nivån, erbjuder man bland annat kurser om externredovisning och rapportering, strategiska samspel samt finansiell planering och ekonomisk analys. På denna nivå finner vi inga inslag av entreprenörskap. (www.fek.lu.se) Hans Landström håller även tre föreläsningar inom entreprenörskap på magisterkursen Strategic Management. (www.fek.lu.se)

På Ekonomihögskolan vid den företagsekonomiska institutionen erbjuds kursen ”*att arbeta med nyskapande projekt*” Kursen erbjuds både på A- och B-nivå om vardera 20 universitetspoäng. Målet för kursen är att studenten ska utveckla sin kreativa och entreprenöriella förmåga, och att studenten härigenom skall kunna bidra till att utveckla ett nyskapande projekt i olika organisatoriska kontexter. (www.fek.lu.se) Det finns även en annan kurs, lite mindre i omfattning dock. Den är på fem poäng och ligger på kandidatnivå i utbildningssystemet. Kursen heter ”*Entreprenörskap och företagsetablering*” och kursansvariga är Jörgen Adolfsson och Hans Landström. Kursen har en mer praktisk prägel och går ut på att man ska i slutändan skriva en affärsplan. Nyinskrivna under våren 2007 är cirka 10 studenter. Vid de andra institutionerna, exklusive Lunds Tekniska Högskola lyser entreprenörskapsutbildningarna med sin frånvaro (www.studera.nu).

I vår observation ingick det också att finna aktörer som arbetar för ett ökat entreprenörskap. Vid Lunds universitet finns det framförallt fyra organisationer som jobbar för ett ökat entreprenörskap vid Lunds universitet. Dessa är; VentureLab, SMEDJAN och FENA och är alla tre grundade efter 2000. VentureLab mobiliserar idékraften vid Lunds universitet och erbjuder kontorslokaler, rådgivning samt föreläsningar och seminarier till studenter. (www.venturelab.lu.se) FENA är en ideell studentorganisation som har som syfte att inspirera studenter till att våga satsa på sina idéer. Enligt grundarna av FENA ska studenterna inte fällas in i en förutbestämd fåra, de ska få gå sin egen väg. FENA anordnar talarkvällar, affärsplanstävlingar och workshops. FENA vill vara ett forum där studenter från alla fakulteter kan träffas och diskutera olika möjliga affärsidéer. (www.fenalund.se)

SMEDJAN är ett näringslivsprojekt från Lundaekonomerna och FENA som arbetar för att öka integrationen mellan akademiker, entreprenörer och små- och medelstora företag. (www.lundaekonomerna.se/smedjan) Man bjuder in till en arbetsmarknadsdag varje år där mindre och medelstora företag får möta studenterna. Man anordnar olika aktiviteter så som

”Smältugnen” där studenter men erfarna ”handledare” får under några timmar komma på och presentera en affärsidé.

Vi väljer även att nämna Ideon forskningsby som den fjärde organisationen lite kortfattat. Ideon är en stor organisation som man kan skriva oerhört mycket om men då fokus för uppsatsen inte är Ideon och högteknologiska företag väljer vi endast att beskriva det kortfattat. Ideon är dock en del av den omgivning som omger Ekonomihögskolan och vi kan inte bortse från denna.

Ideon forskningsby grundades 1983 och var Skandinavians första forskningsby. Syftet är att ta tillvara på all den kunskap och idérikeedom som finns inom Lunds universitet. Ideon är främst knutet till Lunds tekniska högskola och det är högteknologiska företag, inom främst IT och bioteknik, som blir Ideon företag. För att bli ett Ideon företag måste man uppfylla minst tre av följande krav enligt www.ideon.se;

- Företaget ska vara knutet till Lunds universitet
- Verksamheten ska vara inriktad på högteknologi
- Verksamheten ska vara inriktad mot forskning och utveckling
- Företaget ska vara tillväxtorienterat

Andra aktörer som har anknytning till Lunds universitet och arbetar för att stimulera entreprenörskap är Venturecup syd, som anordnar affärsplanstävlingar och Connect Skåne, som hjälper företag med utvecklingspotential. Det finns även andra organisationer men vi har valt att enbart ta upp de vi finner viktiga i sammanhanget.

5.2 Beskrivning av Ekonomihögskolan utifrån intervjuer

5.2.1 Metod för intervjuer

För att få en djupare förståelse för entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund valde vi att ta kontakt med tre nyckelpersoner inom entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund. Dessa personer är Marie Löwegren, lektor i entreprenörskap vid Lunds universitet, Hans Landström Professor i entreprenörskap vid Lunds universitet och Göran Alsén lektor i

entreprenörskap. Vi hade velat intervjua ytterligare personer men på grund av tidsbrist, både för dem och för oss var detta tyvärr inte genomförbart.

De personliga intervjuerna genomfördes på Ekonomihögskolan i Lund. Detta var ett naturligt val då de arbetar där. Innan intervjuerna hade vi förberett frågeområden som dialogen skulle kretsa kring. Intervjuerna var vad Lundahl och Skärvad (1992) kallar för icke-standardiserade intervjuer. Vid denna typ av intervjuer är frågeformuleringen och frågeordningen inte på förhand bestämd. Detta gjorde vi för att vi ville ha flexibla och situationsanpassade intervjuer. I och med att intervjuerna med dessa personer ska ge oss input i ett ämne som de besitter mer kunskap i än vi har, hade standardiserade intervjuer kunnat bli hämmande. Vidare var även intervjuerna av vad Lundahl och Skärvad (1992) kallar ostrukturerad karaktär. Detta innebar att intervjun inte är endast informationsorienterad utan även personorienterad. Vidare ställde vi även frågor som stimulerade intervjupersonen till att utveckla sina tankar rörande entreprenörskap som fenomen och vid Ekonomihögskolan i Lund. Syftet med att intervjua dem var att få ännu djupare insikt i ämnet entreprenörskap och således kunna studera entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund. Genom att vi intervjuar dem får vi en djupare förståelse för ämnet och således en högre validitet i vår egen studie, då vi i större utsträckning kommer att mäta det vi avser att mäta. Vi kan därefter precisera syftet och fastställa informationsbehovet (Skärvad & Lundahl, 1992). Intervjuerna har även ett annat syfte och det är att vi ska beskriva miljön på Ekonomihögskolan utifrån hur dessa intervjupersoner uppfattar den.

Under intervjuerna tog vi anteckningar och direkt efter intervjuerna sammanställde vi de data intervjupersonerna hade gett oss som var av vikt för vår studie. Det är viktigt att vara medveten om att dessa personer som vi intervjuat ger sin subjektiva åsikt. Denna åsikt är dock tillförlitlig på grund av att de forskat på ämnet och besitter mycket kunskap om entreprenörskap. Vi vill också poängtera att vi har varit neutrala och lyssnat på dem och vi har således inte påverkat deras svar eller åsikter i någon riktning. Därmed är inte intervjuareffekten stor i detta fall.

Vi fick tyvärr inte möjligheten att träffa Göran Alsén, lektor i entreprenörskap dock fick möjlighet att genomföra en telefonintervju med honom. Även denna intervju var icke-standardiserad så som Skärvad och Lundahl (1992) definierar det. Frågeområdena var även här förberedda. För att samla in informationen från Göran Alsén använde vi högtalare under

hela telefonintervjun och förde anteckningar. En utav uppsatsskrivarna förde konversationen och tog anteckningar och den andra förde endast anteckningar. Detta för att eliminera risken att informationen skulle förbigås och för att undvika möjliga missförstånd.

5.2.2 Beskrivning utifrån intervjuer

Intervju med Marie Löwegren

Den 20 november träffade vi Marie Löwegren för att gå igenom vårt uppsatsämne och ha en dialog om entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund.

Enligt Marie Löwegren är kulturen vid Ekonomihögskolan inte entreprenöriell. Detta speglas i kurslitteraturval, lektionsupplägg och fallstudier som ofta enbart tar upp stora företag och problematiken kring dem. Marie Löwegren är av åsikten att man inte fullt ut kan lära ut entreprenörskap. Däremot kan man genom att uppmuntra kreativitet minska trösklarna och stärka självförtroendet för studenterna. Marie Löwegren belyser också vikten av att uppmuntra självständighet och initiativförmåga i de olika delarna av utbildningen. På så sätt ska man få studenterna att agera och inte vänta på att någon annan ska agera åt dem. Utbildningssystemet idag hämmar entreprenöriella individer då studenterna oftast begränsas av angivna ramar.

För att öka antalet nyföretagare bland Ekonomiskolans studenter bör man utbilda studenterna i enkel marknadsföring, säljträning, skapa en praktisk marknadsförståelse, budget och grundläggande ekonomi och planeringsverktyg. Fokus bör inte enbart ligga på stora företag utan även på mindre och medelstora företag. Idag kan studenterna göra en koncernredovisning och bokslut men de kan inte hantera en ett litet företags problematik. Vidare säger hon att man kan göra mycket av lite om man bara har skapat tekniken för att göra detta.

Slutligen kom vi in på att tala om huruvida det kan finnas en skillnad mellan förstaårsstudenters och magisterstudenters inställning till egenföretagande. Marie Löwegren tror att det kanske kan finnas en skillnad. Dock tror hon att det finns en risk studenternas entreprenöriella förmåga har hämmats mycket tidigare än vid Ekonomihögskolan i Lund

Intervju med Hans Landström

Vi träffade Hans Landström den 4 december 2006 på hans kontor på Ekonomihögskolan och genomförde även här en öppen intervju.

Hans Landström har genom erfarenheter fått uppfattningen att studenternas vilja att starta eget företag minskar under studietiden på Ekonomihögskolan i Lund. I kursen företagsekonomisk grundkurs har Hans Landström två föreläsningar som behandlar entreprenörskap. I samband med dessa föreläsningar brukar han fråga studenterna hur många som kan tänka sig en entreprenöriell karriär. Hans uppfattning är att det brukar vara 30 eller 40 procent som kan tänka sig detta. När han sedan ställer denna fråga vid sina lektionstillfällen för magisterstudenterna har antalet som vill starta eget minskat dramatiskt. Hans Landström tror att denna negativa trend, sett ur ett entreprenöriellt perspektiv, beror på två orsaker. För det första, studenterna som söker sig till företagsekonomutbildningen i Lund förmodligen har en ambition att arbeta inom ett större företag, så som IKEA, H&M eller Ericsson. För det andra, stärker företagsekonomiutbildningen denna ambition.

Vidare inledde vi en diskussion om vad Hans Landström tror driver studenterna till att starta eget. Den första drivkraften Hans Landström tar upp är den frihet många förknippar med egenföretagandet, man vill styra över sin egen tid och arbete. Vidare lägger Hans Landström fokus på att de som startar företag är handlingsbenägna, de gör saker och väntar inte på att någon annan ska göra det åt dem. Han säger att de som startar företag ofta har varit aktiva inom andra organisationer så som idrottsförbund, kår eller liknande.

Därefter förde vi in diskussionen på vad Ekonomihögskolan i Lund kan göra. Hans Landström säger att Ekonomihögskolans entreprenöriella orientering har ökat. Han poängterar även att entreprenörskap är bara en del av utbildningen, man ska fortfarande utbilda kompetent och kvalificerad arbetskraft till företagen. Han betonar även vikten av studentföreningar så som FENA, SMEDJAN och VentureLab⁸. Hans Landström beskriver även hur entreprenörskurserna vid Ekonomihögskolan och Lunds Tekniska Högskola ser ut. Studenterna som läser entreprenörskurser vid Ekonomihögskolan baseras inte på att man redan innan har en affärsidé som ska förverkligas utan man visar på att det finns alternativa karriärvägar. Vidare vill man få upp entreprenörskapet till ytan och inspirera studenterna. På

⁸ Dessa organisationer beskrivs senare

Lunds Tekniska Högskola baseras kurserna på att studenterna har en teknisk idé som de vill kommersialisera.

Vidare beskrev Hans Landström vad han anser hämmar studenterna. Det första han nämner är risktagandet. Han tror att man vill ha trygghet och att detta nås genom att ta en anställning. Vad många glömmet, enligt Hans Landström är att även storföretagen kommer in i kriser och säger upp folk. Han exemplifierar detta genom att fråga ”vem kände att en anställning på Ericsson för ett antal år sedan innebar trygghet?”

Vidare menar han att studenterna inte tror att de har de kunskaper som krävs för att komma på en affärsidé, man tror på det raffinerande i affärsidéerna. Han säger också att många saknar det självförtroende som krävs för att tro på sina idéer. Detta för att ekonomer ofta har en tendens att kalkylera allt. Han tror även att studenterna tror att det krävs ett antal år som anställd på ett företag för att man ska få erfarenheterna och idéer. Han betonar dock att denna uppfattning är felaktig. Det är inte så svårt som studenterna tror att det är. Det är oftast inte den bästa idén som vinner i längden. ”Vem hade, för ett antal år sedan, trott på idén att sälja skidstavar till promenerande damer?”

För att avsluta vår intervju frågade vi Hans Landström om vad han tycker Ekonomihögskolan i Lund kan göra för att öka antalet studenter som startar företag och om entreprenörutbildningar skapa fler entreprenörer. Han tror helt klart att man kan utbilda entreprenörer, men för den saken är det inte helt klart att man får fram en ny Birgersson eller Staël von Holstein. Han säger att på samma sätt som man kan hjälpa konstnärer att få en känsla för vilka färger som hör ihop, kan man hjälpa studenter att få en känsla för entreprenörskap. Enligt Hans Landström kan man genom utbildning stimulera det som driver studenter till att starta eget företag och således öka motivationen och viljan till att göra det.

Intervju med Göran Alsén

Den 2 januari 2007 ringde vi upp Göran Alsén för att genomföra den sista intervjun. Göran Alsén, lektor, undervisar i dag ett antal kurser vid Lunds universitet, däribland inom Technology Management. Han undervisar även en kurs vid Blekinge Tekniska Högskola.

I början av 1990 talet var Göran Alsén med och startade en utbildning som kallades ”*Ekonomi för entreprenörer*”. Utbildningen var väldigt uppmärksamman när den startades, då den var

den enda av sitt slag i Sverige. Utbildningen vände sig till verksamma företagare utan högre formell utbildning, det vill säga personer som redan hade entreprenöriell läggning. Utbildningen var på 60 poäng på knapp halvfart och fokus för utbildningen var att arbeta med företagarnas vardag. Utbildningen hade låg genomströmning, det var få som orkade med att ta sina poäng. Detta var anledningen till att utbildningen lades ner. Utbildningsformen var även väldigt resurskrävande. Dock var den uppskattad och en del av de medverkande är idag välkända personer. Ett exempel är Jonas Birgersson.

Göran Alsén tror att merparten utav dem som börjar läsa en akademisk utbildning inom bland annat ekonomi är storföretagsorienterade. Lärarna på universitet och högskolorna är enligt hans uppfattning även dem storföretagsorienterade. Detta innebär att småföretagandet hamnar utanför den akademiska världen. Detta innebär att studenterna inte tänker i termer om småföretagande.

På frågan om han tror att man kan utbilda entreprenörskap tror han att människor är mer eller mindre entreprenöriella. Redan tidigt i skolsystemet formas barn till att göra vad de blir tillsagda att göra. Genom detta lockar man inte fram och främjar de individer som har lust att göra något annat än ”det vanliga eller rätta” dagens skolsystem har inte entreprenöriell hållning.

Detta framkommer väldigt tydligt i universitetsvärlden där oppositionella människor inte uppmuntras. För att skolsystemet ska bli entreprenöriellt måste man ha lärare som vill bryta mönster och upptäcka nya saker. De måste tillåta studenterna att göra vad de vill och gå utanför givna ramar. Ett hinder för detta är att det är kostsamt att ha lärare som vill förändra alltför ofta. I brist på resurser väljer man att spara pengar genom skalfördelar, det vill säga, stora klasser, få lektionstillfällen etcetera. Denna typ av fabriksmodell gynnar inte entreprenöriella inslag. Göran Alsén nämner Blekinges Tekniska Högskola som exempel på detta. Han sa att när skolan startades rekryterade man lärare för att bygga nytt och som skulle skapa något. Men med tiden gick man även här mer över till en fabriksmodell där effektivitet och struktur uppmuntrades. När vi frågade Göran Alsén om han tycker att det är eftersträvansvärt att få in mer entreprenöriella inslag i utbildningarna säger han; ja absolut.

När vi sedan frågade om studenternas attityd till att starta eget sa han att majoriteten av studenterna fortfarande har som mål att komma till storföretag detta för att göra snabb karriär

och få möjligheten att arbeta internationellt. Detta förstärks genom att man vid Ekonomihögskolan i Lund bygger relationer med personer från storföretag som till exempel IKEA. Men han ser dock ett ökat intresse för att starta eget. Det finns numera många goda förebilder som visar att man kan tjäna mycket pengar ganska snabbt som egenföretagare. Detta leder till att status för egenföretagare ökar och man börjar se det som något att eftersträva. Det har skett mycket i Lund och i övrigt Sverige, man har byggt upp stödstrukturer för att gynna egenföretagande så som inkubatorer med mera. Detta återspeglas dock inte i utbildningen.

5.3 Beskrivning av Ekonomihögskolan utifrån entreprenörskapsorganisationer

5.3.1 Metod för frågeformulär till Entreprenörskapsorganisationer.

Huvudsyftet med att även involvera organisationerna SMEDJAN, FENA och VentureLab är att vi vill beskriva hur de som jobbar med entreprenöriella aktiviteter i Lund ser på företagsekonomistudenternas inställning till att starta eget. Detta kommer att användas för att beskriva Ekonomihögskolan och hur entreprenöriella dess studenter anses vara. Vi skickade fem öppna frågor via e-post till Viktor Östbo, projektledare för SMEDJAN 2005, Alexander Högman, ordförande FENA, 2006 och Karin Aase, projektkoordinator, VentureLab.

Diskussion kring valda frågor

De frågor vi valde att ställa till entreprenörskapsorganisationerna har till syfte att förklara hur de som arbetar för ett ökat entreprenörskap i Lund ser på studenternas inställning till entreprenörskap. Därför är den första och den andra frågan givna. För att även förstå vad deras mål med organisationen är ställde vi den tredje frågan. De två sista frågorna ställde vi för att se Ekonomihögskolans roll i detta. Vad de gör idag och vad de kan förändra för att utbildningen ska föda fler entreprenörer. För att se det fullständiga frågeformuläret med följdbrev se bilaga 2.

- *Hur uppfattar ni studenterna på Ekonomihögskolans attityd på till att starta eget?*
- *Är det lätt att attrahera studenter till era events och till att vara aktiva i era organisationer etcetera?*

- *Vad är målet med era organisationer?*
- *Upplever ni att Ekonomihögskolan gynnar entreprenöriella egenskaper som exempelvis initiativförmåga, handlingsorientering, nyfikenhet etcetera?*
- *Vad tror ni Ekonomihögskolan skulle kunna göra för att öka egenföretagandet?*

5.3.2 Beskrivning utifrån entreprenörskapsorganisationer

Enligt Karin Aase, projektkoordinator, VentureLab saknar många studenter kunskapen om vad det innebär att driva eget företag och de är därför rädda för att testa. Hon tycker inte att det är svårt att få folk att anmäla sig till deras events men dock dyker inte alla upp. Men Som hon förstått det är det ett ganska allmänt fenomen hos alla möjliga olika organisationer i Lund. De anordnar en kurs för kvinnliga entreprenörer och denna blir mer och mer populär. Målet med VentureLabs verksamhet är att sprida intresse för och kunskap om egenföretagande och entreprenörskap bland studenterna på Lunds Universitet samtliga fakulteter. På så vis vill de visa att ett eget företag kan vara ett alternativ till att vara anställd. Avslutningsvis anser hon att universitetet kunde ha varit bättre på att träna studenter på vad deras kunskaper kan användas till. Det vore också bra att inte bara visa upp superentreprenörer utan även visa upp ”vanliga människor” som startar ”valiga företag”. Då är det lättare för studenten att identifiera sig med entreprenören.

Viktor Östbo projektledare för SMEDJAN, 2005 anser att studenterna generellt sett är ointresserade av att starta eget. Han tror att detta beror på att de inte tror sig ha förmågan eller att de saknar erfarenheten. Han tycker detta är synd för han ser studieperioden som en bra period för att testa sina idéer. Vidare tycker han att det är generellt svårt att attrahera studenter till deras events. Han tror att detta beror till största del på ointresse men även på att studenterna saknar drivkraften och man dömer ut sig själv i ett för tidigt stadium. Målet för SMEDJAN är att visa upp goda förebilder, öka intresset och ambitionen och att få studenter att våga satsa. Men även att få dem att agera, om det sedan handlar om att starta företag, ta en fallskärmskurs, börja dreja eller bli revisor spelar mindre roll.

Han tycker inte att Ekonomihögskolan har gjort tillräckligt för att uppmuntra till entreprenörskap. Det borde läggas mer fokus på individens kraft, praktiska färdigheter och positiv inställning till utmaningar. Avslutningsvis borde man ha mer verklighetsanknytning i

utbildningen, fler gästföreläsare och praktiska inslag samt ha lite mer fokus på mindre företag. Man borde dock sammanlänka Lunds Tekniska Högskola och Ekonomihögskolan för att lära av varandra och tillsammans skapa nya affärsmöjligheter.

Även Alexander Högman, ordförande FENA, är av åsikten att studenterna inte tror tillräckligt på sig själva och att man därför inte funderar på möjliga idéer i någon större utsträckning. Vidare tror han att studenterna inte ser möjligheterna med att vara sin egen. Alexander Högman tycker att det är svårt att finna studenter som brinner för entreprenörskap. Man såg dock ett ökat intresse för FENAs arrangemang under 2006. FENAs mål är att på en tvärvetenskaplig nivå stimulera studenter till att våga starta eget, eller göra det aktiva valet att bli anställd eller egenföretagare. Ekonomihögskolan ska enligt Alexander Högman, få studenterna till att se möjligheterna med egenföretagandet och sluta forma dem till endast perfekta anställda. Detta tror Alexander Högman att man kan göra genom att integrera entreprenöriella inslag i utbildningen.

5.4 VentureLabs studie

NUTEKs Entreprenörskapsbarometer, Drivhusets studie och SACOs Akademikerbarometer, som vi beskrev i kapitel 4 är rikstäckande och förmedlar en generell bakgrundsbild för attityden till entreprenörskap. Då vi syftar till att studera studenter och alumner vid Ekonomihögskolan i Lund väljer vi att även ta upp denna studie om Lundastudenter, utförd av VentureLab. Studien gjordes i december 2005 och var en attitydstudie angående egenföretagande vid Lunds universitet. Studien gjordes vid nio fakulteter med totalt 955 respondenter. Vi presenterar dock endast hur detta såg ut vid Ekonomihögskolan då detta är de studenter även vi studerar.

Vid Ekonomihögskolan frågade man 122 studenter och de flesta av respondenterna i studien läser sitt första eller andra år vid Lunds universitet. Detta gör studien delvis svår för oss att använda vid jämförelse. 82 procent av ekonomistudenterna funderar över möjliga affärsmöjligheter. Tre procent av dem driver eller har drivit företag. Lite över 24 procent av de tillfrågade har ambitionen att starta eget företag inom de närmsta fem åren. 31 procent har inte denna ambition. Vidare kan man av studien utläsa att majoriteten av studenterna tycker

att det verkar svårt att driva eget företag och 96 procent tycker att småföretagandet är viktigt i samhället.

VentureLabs studie stärker resultaten i NUTEKs Entreprenörbarometer från 2005 angående varför och varför inte man vill driva företag. Även i VentureLabs studie är anledningen till varför man vill driva eget företag att man vill driva något eget, självförverkligande och att man vill styra sin tid. NUTEKs respondenter rankade möjligheten att tjäna mycket pengar högre än ekonomistudenterna i Lund. Vad gäller anledningen till att inte starta eget företag visar VentureLabs studie, precis som NUTEKs, att byråkrati, ekonomisk risk, lagar och regler samt att det innebär för mycket arbete är anledningarna. I VentureLabs studie har man färre respondenter som saknar idé än i NUTEKs studie. Även enligt VentureLabs resultat är släkt och vänner (60 procent), arbetsförmedlingen, skatteverket och NUTEK de källor dit man vänder sig för information. 67 procent anser sig inte ha fått en uppfattning om hur det är att driva företag genom sin utbildning.

5.5 Ekonomihögskolans framtida entreprenöriella aktiviteter⁹

Man har fått upp ögonen för ämnet entreprenörskap och det görs en del för att främja entreprenörskapet och hjälpa potentiella entreprenörer vid Ekonomihögskolan i Lund. Vid mötena som beskrivits tidigare delgav man vad de olika organisationerna planerar att göra under kommande år. Diamanto Politis, lektor i entreprenörskap vid Lunds universitet berättade att hon och bland andra Marie Löwegren håller på att starta upp en Entreprenörskapsmaster vid Lunds universitet. Den riktar sig inte endast till ekonomistuderanter utan till alla studenter som har en kandidatexamen eller motsvarande. Man planerar att ta in 20 studenter på utbildningen som sträcker sig över ett år. Kurserna följer entreprenörskapsprocessen och man ska varva teorier med praktiska inslag. Studenterna ska jobba med affärsprojekt och tanken är att ta tillvara på forskningsprojekt i Lund¹⁰.

Marie Löwegren som håller i ”att arbeta med nyskapande projekt” kurserna säger att A-kursen har varit uppskattad och att de ska jobba vidare med kursen på B-nivån.

⁹ Vi vill dock poängtera att vi inte fått fullständig information här. Det kan finnas fler planer om framtiden som har undgått oss.

¹⁰ Ytterligare information om programmet och kursplan finner man på www.entrepreneur.lu.se

Även VentureLab, Venture Cup Syd och KarriärCenter vid Ekonomihögskolan i Lund planerar att ha starta eget kurser under våren. VentureLab fortsätter med sin verksamhet och har fått in en del intressanta företag i inkubatorn. SMEDJAN kommer att hålla sin arbetsmarknadsdag och FENA kommer att fortsätta med sina talarkvällar och workshops. Bilaga 3 visar på några av de aktiviteter som är inplanerade utav dessa organisationer.

Vad gäller utökning av antalet tjänster inom entreprenörskap är det alltid beroende av tillgången på pengar. Men Circle har nyligen lyst ut ett antal tjänster, både som forskningsassistenter och lektorer (www.circle.lu.se) där några kommer att placeras vid företagsekonomiska institutionen. Det behövs dock mer folk, i synnerhet till hösten när den nya mastern drar igång, skriver Marie Löwegren (e-post 2007-01-09).

Man har även initierat ett möjligt samarbete i Öresundsregionen. *Øresund Entrepreneurship Academy*¹¹ har resurser att dela ut till olika aktörer både inom och utom universitetet. Ett samarbete över sundet kan innebära ytterligare ett steg i rätt riktning.

5.6 Kritik till kapitlet

Med detta kapitel vill vi hålla oss kritiska till de metodologiska val vi har gjort. Våra observationer utgår mestadels utifrån dokumentstudier och kunde ha utvecklats mer och innehållit fler informationskällor. Vidare hade vi kunnat intervjua fler individer både med anknytning till entreprenörskap och utan. Om vi hade intervjuat några professorer eller lektorer som inte arbetar speciellt med entreprenörskap utan med andra ekonomiska ämnen hade vi även kunnat erbjuda läsaren en bild av Ekonomihögskolans efterfråga på entreprenöriella inslag utifrån professorernas och lektorernas håll. Ytterligare kritik kan vara att de e-postformulär som skickade till entreprenörskapsorganisationerna hade kunnat innehålla ytterligare relevanta frågor. Vi hade även kunnat genomföra intervjuer med dessa personer. Men på grund av tidsbrist kunde inte alla alternativ utvärderas.

¹¹ För mer information om detta se www.ehl.lu.se/_media/pdf/SEOresundEntrepreneurshipAcademy.pdf och www.uni.oresund.org

6. Metod för kartläggning av studenternas inställning till egenföretagande

I detta kapitel beskriver vi tillvägagångssättet för insamlandet av den huvudsakliga empirin för uppsatsen. Vi beskriver först hur vi har utformat enkäterna till studenterna och har en diskussion kring valda frågeområden. Därefter beskriver vi vårt tillvägagångssätt för att samla in empiri från alumnerna och har en diskussion kring valda frågor. Avslutningsvis beskriver vi hur vi har bearbetat materialet samt förhåller oss kritiska till vårt tillvägagångssätt.

6.1 Beskrivning av urvalsgrupperna

Innan vi beskriver vårt tillvägagångssätt för att samla in material om studenterna vill vi klargöra vilka våra tre respondentgrupper är i denna studie. Detta gör vi för att skapa en förståelse för metoden som beskrivs därefter.

Förstaårsstudenter

Förstaårsstudenter är de företagsekonomistudenter som läser sitt första år på Ekonomihögskolan i Lund. De kan alltså ha studerat annat ämne vid Lunds universitet eller vid annat universitet och högskola. Det är deras tid på Ekonomihögskolan som är relevant för oss.

Magisterstudenter

Magisterstudenter i vår studie är de studenter som läser sin magistertermin eller master vid Ekonomihögskolan i Lund. Vi vill endast studera dem som har läst hela sin utbildning i Lund därför är utbytesstudenter och studenter från andra lärosäten inte intressanta respondenter.

Tidigare studenter

Lunds universitet har ett Alumni-nätverk som är till för studenter som har tagit ut sin examen från universitetet och således även från Ekonomihögskolan. Alumni-nätverket ger dessa studenter möjligheten att hålla kontakt med gamla studiekamrater samt att stifta nya

bekantskaper. Nätverket finns i hela världen. Tidigare studenter utgörs av alumner vid företagsekonomiska institutionen vid Lunds universitet som är registrerade i Alumninätverket.

Ytterligare beskrivning av de olika urvalen beskrivs senare i detta kapitel. Där vi bland annat kommer att beskriva urval tillvägagångssätt och svarsfrekvens.

6.2 Utformning av enkäten till studenter

Genom att vi tidigare har kartlagt nuläget har vi skaffat oss en bakgrund och förståelse för entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund. Nu först kan vi utforma en representativ och tillförlitlig enkät och genomföra en kvantitativ studie.

Vår frågeställning samt vårt syfte talar för att vi ska göra en kvantitativ studie. Detta är det effektivaste sättet för att samla in studenternas åsikter. Vi gör därför en kvantitativ enkätstudie, även kallad surveyundersökning. (Lundahl och Skärvad, 1992) Ett annat alternativ hade varit att göra intervjuer med studenter men då vi ville nå ut till många studenter med standardiserade frågor var enkäter det mest effektiva sättet. (Dahmström, 2000)

Då man gör en surveyundersökning finns det en del steg man ska följa för att undersökningen ska ses som tillförlitlig. Vi följer de steg som Skärvad och Lundahl (1999) beskriver. Vi har tidigare preciserat syftet med undersökningen och bestämt vilken typ av data vi behöver för att besvara vår frågeställning. Vi har även fastställt att en surveyundersökning är den typ av undersökning som krävs för att lösa vårt informationsbehov. Vidare har vi kommit fram till att dela ut enkäter till förstaårsstudenterna och magisterstudenterna är det effektivaste sättet att samla in data om studenterna. Initialt hade vi tänkt skicka ut enkäten via e-post. Det finns dock enligt Dahmström (2000) en stor risk för ett högt bortfall då respondenterna inte ser någon anledning till att besvara enkäten. Därför väljer vi att undvika detta trots att det hade kunnat visa sig fungera.

När vi väl fastställt att vi ska göra en surveyundersökning är nästa steg enligt Skärvad & Lundahl (1999) att utforma frågorna. I och med att det är viktigt att få frågorna rätt direkt då man gör en surveyundersökning utformade vi våra frågor utifrån relevanta delar i de tidigare presenterade kapitlen. Vidare har vi noga gått igenom vilka frågor vi måste ha med i enkäten

för att besvara vår frågeställning. För att få så hög svarsfrekvens som möjligt har vi lagt vikt vid att formulera tydliga korta och enkla frågor så att respondenten får en känsla av att det är en lättbesvarad enkät. För att inte förvirra respondenterna eller göra vårt analysarbete svårgenomfört har vi valt att bara fråga en sak i taget och att ha ett tydligt upplägg på enkäten. Enkäten inleds med bakgrundsfrågor som är relevanta för senare analys för materialet. Därefter arbetar vi oss närmre individen och entreprenörskap.

På majoriteten av våra frågor har vi valt att använda bundna svarsalternativ för att senare kunna göra en statistisk sammanställning. För att täcka alla tänkbara varianter har vi även inkluderat alternativet ”vet ej”. För att inte hämma respondenten har vi även valt att om inget av svarsalternativen stämmer in får de möjlighet till att ange ”annat” alternativ. Vi gav dem också möjligheten att specificera vad de menar med ”annat” För att få ett djup i vår undersökning har vi valt att komplettera med några frågor som har öppna svarsalternativ.

På de frågor där vi inte har haft ömsesidigt uteslutande alternativ har vi förtydligat hur många alternativ de får kryssa för eller om vi enbart vill att de ska ange det främsta alternativet. Detta gör vi för att underlätta det statistiska arbetet samt att få fram de alternativ som mest passar in på respondenten. Vi har valt att ha öppna svarsalternativ på de frågor där respondenten ska motivera varför han eller hon ser sig själv helst som anställd respektive egenföretagare. På så sätt får vi respondentens egna ord och således bättre förståelse för hur han eller hon tänker i frågan.

Då man gör en surveyundersökning är det viktigt att samtliga respondenter får ta ställning till samma frågor för att underlätta det statistiska arbetet (Skärvad & Lundahl, 1999). Detta har vi försök göra i största möjliga mån. Frågorna som rör inställningen till egenföretagande är de samma för både förstaårsstudenter och magisterstudenter. Vi måste dock formulera frågorna rörande Ekonomihögskolan olika till förstaårsstudenter och magisterstudenter då vi mäter vad som faktiskt har uppfattats av magisterstudenterna och vad förstaårsstudenterna förväntar sig.

6.2.1 Diskussion omkring valda frågor

Dahmström (2000) poängterar att det är viktigt att man formulerar en enkät som man tror att respondenterna kan och vill besvara. Detta har vi gjort genom att försöka skapa genomtänkta enkäter. Vi har även valt att testa enkäten innan vi delade ut den (Dahmström, 2000). Vi

testade den på fem förstaårsstudenter och fem magisterstudenter. Detta gjorde vi för att kunna se hur respondenterna reagerade på enkäten och hur de besvarade den. Efter denna testomgång gjorde vi några mindre ändringar i form av att förtydliga hur många svarsalternativ vi ville att de skulle ange. I övrigt var vi nöjda med enkäten och fick bra feedback av testpersonerna.

Det finns oerhört många olika frågor som hade varit relevanta för oss att ställa. Vi ville dock hålla enkäterna på kortfattade och specifika. Vi valde att fokusera på studenternas inställning till företagande i form av deras intention och vad som driver och hindrar dem. Nedan följer en beskrivning av de frågeblock som vi har valt att inkludera i vår studie. För att se kompletta enkäter se bilaga 4 för förstaårsstudenter och bilaga 5 för magisterstudenter.

Bakgrund om båda respondentgrupperna

Vi har inlett med bakgrundsfrågor så som vilket kön och vilken ålder och vilken termin de studerar vid Ekonomihögskolan i Lund. Detta har vi frågat för att säkerställa att de är relevanta respondenter och för att säkerställa en jämn spridning av kön och ålder. Därefter har vi frågat om de driver eller tidigare har drivit företag. Detta frågade vi för att få en generell bild av respondenterna. Vilken typ av företag de har drivit eller driver är här inte av intresse.

Frågor rörande inställningen till egenföretagande

Här frågade vi varför studenterna läser företagsekonomi vid Ekonomihögskolan samt vad de tror att deras sociala omgivning (familj och vänner) förväntar sig att de ska göra efter avslutad utbildning. Vi frågade även studenterna var de helst ser sig själva om fem får ifråga om karriärsval. Här hade vi en öppen fråga där de fick motivera varför de angav detta karriärsval.

Nästkommande fyra frågor rör om de upplever att de har den information och kunskap som behövs för att starta företag. Vi frågar då också vilken kunskap och information de saknar och varifrån de har fått den informationen de har. Här frågar vi även respondenterna om de tror sig ha den kunskap och information som behövs för att starta och driva företag.

I nästa fråga frågar vi respondenterna om de har ambitionen att starta och driva företag som huvudsaklig sysselsättning. Detta för att se hur sannolikt det är att de som helst ser sig som egenföretagare faktiskt tror att de blir det. Därefter frågar vi vad denna ambition grundas i, detta för att se vad som driver och vad som hämmar studenterna.

Frågor som förstaårsstudenternas förväntningar och magisterstudenternas erfarenheter

Till förstaårsstudenterna frågade vi om de tror att de kommer att starta ett företag under sin studietid. Därefter frågade vi dem om de förväntar sig att deras vilja att starta eget kommer att förändras under deras tid vid Ekonomihögskolan i Lund. För att jämföra detta med magisterstudenterna frågade vi dem om de uppfattar det som om deras vilja att starta företag har förändrats under deras tid på Ekonomihögskolan i Lund.

Därefter frågade vi om förstaårsstudenterna förväntar sig att få den kunskap som de behöver för att starta företag via utbildningen på Ekonomihögskolan. Magisterstudenterna frågade vi om de upplevde det som om de hade fått denna kunskap vid Ekonomihögskolan i Lund.

För att ta reda på vad Ekonomihögskolan kan göra för att främja entreprenörskap frågade vi förstaårsstudenterna vilka förebilder de vill komma i kontakt med under sin utbildning. Vi frågade då även magisterstudenterna om de tycker att det funnits tillräckligt med entreprenöriella inslag i utbildningen under deras tid på Ekonomihögskolan.

Frågor till både förstaårsstudenter och magisterstudenter om vad Ekonomihögskolan kan göra för att främja entreprenörskap

Här frågade vi båda grupperna om de hade velat gå en mer entreprenörsinriktad företagsekonomutbildning om det hade erbjudits. Detta frågade vi för att se hur intresset för den typen av utbildning ser ut.

Slutligen frågade vi förstaårsstudenterna vilken hjälp de främst skulle vilja ha om de skulle vilja starta eget. För att även fråga magisterstudenterna om detta frågade vi dem vad de tror att Ekonomihögskolan kan göra för att främja entreprenörskap.

6.2.2 Kritik till enkäterna

När man arbetar med enkäter är det viktigt att man får frågorna rätt från början (Skärvad & Lundahl, 1999). Man kan inte ändra detta i efterhand. Därför lade vi ner mycket tid på att utforma enkäten. Men ju mer man arbetar med den desto mer lär man sig. Vi tror därför att vi hade kunnat formulera frågorna på lite annat vis eller frågat om något ytterligare. Vi vill även

poängtera att vissa ord som vi har använt kan tolkas på andra sätt än vad vi avsett. Vi har försökt hålla språket enkelt och lättförståelig, men vi kan inte bortse från tolkningsproblematiken. Frågan gällande om de driver eller har drivit företag hade vi kunnat utveckla ytterligare. Denna fråga visar inte på hur många som är entreprenörer enligt vår definition. Detta för att avdragsföretag, som inte drivs aktivt och familjeföretag, som de inte varit med att starta själva kan inkluderas i svaren.

En fråga, som skulle gälla alla studenter som vi hade velat ha med är om studenterna är handlingsorienterade, det vill säga om de har varit aktiva inom organisationer så som kår ordförande eller liknande. Detta kom vi fram till efter intervjun med Hans Landström. Hade vi haft denna intervju tidigare hade vi inkluderat detta i enkäten.

Vi kan generellt sett utsättas för kritiken att vi har använt ledande frågor. Då vi undersöker entreprenörskap måste vi ha frågor rörande detta ämne. Vi kan säkerligen ha utformat frågorna på annorlunda och således kunnat få ut mer data ur svaren.

6.3 Metod för insamlande av data från alumnerna

Huvudsyftet till att vi även involverar tidigare studenter, alumner vid Ekonomihögskolan, i vår undersökning är att vi vill se hur många utav dessa som nu i sitt yrkesverksamma liv bedriver eget företag. Vi vill även veta vad anledningarna är till deras olika karriärsval. Vi frågade även vad Ekonomihögskolan hade kunnat göra för att öka deras vilja att starta eget.

Avslutningsvis frågade vi om examensår för att vi ska kunna avgränsa oss till dem som gick ut inom loppet av 10 år. Detta för att studera alla alumner är för omfattande och för att intresset enligt Klofsten (2000) ökade för entreprenörskap på universiteten och högskolorna runt om i Sverige under 90- talet. Därför är det relevant att dra gränsen under mitten av 1990-talet. För att öka svarsfrekvensen skrev vi ett kort följdbrev. Vi skickade ut fem frågor via Karin Sandström vid Alumni, Ekonomihögskolan till 833 före detta företagsekonomistudenter vid Ekonomihögskolan i Lund.

Diskussion kring valda frågor

Till alumnerna ställde vi fem öppna frågor rörande vad de gör idag och hur de ser på sin tid i Lund ur ett entreprenöriellt perspektiv. Syftet med alla frågorna var att få insikt i vad de gör idag och varför de gjort detta val. För hela e-postformuläret inklusive följdbrev se bilaga 6.

Frågorna lyder:

- *Vilken är er huvudsakliga sysselsättning idag?*
- *Ni som driver eller har drivit företag, varför detta karriärval?*
- *Ni som är anställda, varför detta karriärval?*
- *Hur uppfattade ni er studie tid i Lund? Uppfattar ni det som om ni blev uppmuntrade till egenföretagande?*
- *Vad tror ni Ekonomihögskolan kan göra för att främja entreprenörskap?*
- *Examensår:*
- *Man/kvinna:*

6.3.1 Kritik till frågeformuläret

Frågeformuläret som vi skickade till alumnerna har säkerligen kunnat innehålla ytterligare frågor eller andra formuleringar. Det hade inte räckt att fråga dem frågor med givna svarsalternativ, då vi tror att detta hade begränsat informationen i deras svar. Genom att fråga dem öppna frågor har vi kunnat få ut mer information än om de hade fått kryssa för givna svarsalternativ. Vi tror också att deras vilja att svara ökade då de fick dela med sig av sina val med egna ord, inte bara genom att kryssa för alternativ.

Vi tycker att vi har fått ut det vi ville av alumnerna och hade därför inte velat ändra på frågorna. Vi hade kunnat underlätta vårt arbete genom att endast skicka ut formuläret till den slutliga målgruppen, det vill säga de med examen från 1995 och framåt. Det har trots allt vara ganska intressant att läsa vad alla alumner har att säga i denna fråga. Avslutningsvis finns det en risk att de som har intresse av egenföretagande i större utsträckning tenderar att besvara vårt formulär.

6.3.2 Urval

Nedan följer en beskrivning av de olika urvalen samt kritiken till dem.

Förstaårsstudenter

I och med att förstaårsstudenterna går att nå fysisk då de under andra halvan av höstterminen fortfarande har schemalagda lektioner delade vi ut enkäterna i pappersformat till dem vid ett obligatoriskt lektionstillfälle. Då vi det är många studenter på denna typ av föreläsning valde vi att i förväg kontakta lärarna på kursen och bestämde tillvägagångssätt för utdelning och insamling av enkäterna. I och med att föreläsningen var obligatorisk borde alla 210 inskrivna studenter ha varit där.

Vi delade ut 170 enkäter och fann att detta var ett lagom och representativt antal. I och med att vi inte når ut till alla magisterstudenter eller alumner ansåg vi inte att vi behövde nå ut till alla förstaårsstudenter. Vi nådde alltså ut till 81 procent utav förstaårsstudenterna. Den kritik vi har till denna metod är att förstaårsstudenterna kan ha kryssat utan någon särskild tanke bakom svaren för att komma iväg från föreläsningen så fort som möjligt. Vi sa dock till dem att det var viktigt för oss och vi fick intrycket av att de satt kvar och funderade över svaren tillräckligt länge för att svaren ska vara tillförlitliga. Vi fick in 160 enkäter vilket ger oss en svarsfrekvens av de utdelade enkäterna på 94 procent. Faktumet att vi var där personligen ledde troligtvis till att vi fick en hög svarsfrekvens då vi har chans att personligen se till att de besvarar enkäten.

Vad gäller förstaårsstudenterna är urvalet representativt. Vi kunde inte på förhand avgöra vilka utav dessa som läste sitt första år på Ekonomihögskolan i Lund. Vi fann det därför nödvändigt, för att få en tillförlitlig undersökning, att ha en fråga på enkäten rörande vilken termin respondenten läser vid Ekonomihögskolan. De som läste termin ett och två behöll vi som relevanta respondenter och övriga sorterades bort. 147 enkäter var besvarade utav förstaårsstudenter och blir således vårt stickprov av förstaårsstudenter för denna undersökning. Utav dessa var 60 (41 procent) respondenter män och 87 (59 procent) respondenter kvinnor. Majoriteten var mellan 19 och 24 år.

Presentationen i nästa kapitel av resultaten från förstaårsstudenterna kommer att göras i form av procenttal då detta ger en lätt överskådlig bild.

Magisterstudenter

De som studerar det sista året är svårare att nå, då många av dem inte har schemalagda lektioner under perioden. De som läser masteråret inom marknadsföring och finans går att nå vid lektionstillfällena på Ekonomacentrum. Vi valde här att slumpmässigt välja ut två lektionstillfällen för att få in våra svar från dessa personer. Vi delade även ut och samlade in enkäten vid en tentamensgenomgång i magisterkursen Strategisk Ledning den 30 november på Ekonomihögskolan i Lund. De resterande magisterstudenterna försökte vi få tag på genom att gå runt på skolan då många skriver sina uppsatser på olika ställen på Ekonomihögskolan. I och med att vi själva är magisterstudenter vet vi vem många av dem är och var de sitter och arbetar med sin uppsats.

Totalt finns det cirka 270 magisterstudenter inom företagsekonomi inskrivna vid Ekonomihögskolan. Vi delade ut 90 enkäter och fick in alla enkäter vi delade ut. Vi har här gjort vad Bryman (2002) kallar för bekvämlighetsurval. Detta på grund av att magisterstudenterna har i stor utsträckning varit svåra att nå, då de i mycket mindre omfattning har schemalagda lektioner. Vi har således inte nått ut till ett fullständigt representativt urval.

I fråga om magisterstudenterna kan urvalet vara aningen snedvridet beträffande vilken inriktning man läser. Det har varit lättare för oss att nå de med inriktningarna Strategic Management, Corporate Finance och International Marketing and Brand Management. För att göra urvalet så verklighetstrogen som möjligt har vi även gått runt i skolan och frågat magisterstudenter om de vill besvara vår enkät. Den grupp vi tror är underrepresenterade är de med redovisning som inriktning.

I och med att vi delade ut enkäter till studenter som vi på ett eller annat sätt visste var magisterstudenter så visste vi att de var magisterstudenter men inte om de hade läste hela utbildningen i Lund. Vi hade därför även här en fråga rörande vilken termin de läste vid Ekonomihögskolan i Lund. Utav dessa 90 respondenter visade det sig att 80 hade läst fyra terminer eller fler vid Ekonomihögskolan, dessa blev därför vårt stickprov för undersökningen av magisterstudenter. 48 (60 procent) av respondenterna var män och 32 (40 procent) var kvinnor. Majoriteten var mellan 22 till 27 år.

Enligt Agneta Moe, kurssekreterare vid Ekonomihögskolan, utgör utbytesstudenter och studenter från andra lärosäten en del utav de 270 inskrivna studenterna. Om vi räknar alla magisterstudenter, det vill säga inklusive utbytesstudenter och studenter från andra lärosäten har vi nått ut till 33 procent utav magisterstudenterna. Men då de som är relevanta för vår studie är färre kan vi påstå att vi uppskattningsvis har nått 45 procent utav dem. Vi har försökt att även här skapa ett representativt urval men det går inte att bortse från att vi har nått ut till färre magisterstudenter än förstaårsstudenter.

Presentationen i nästa kapitel av de insamlade resultaten från magisterstudenterna kommer att göras i form av procenttal då detta ger en lättöverskådlig bild.

Tidigare studenter, alumner

Totalt finns det 833 registrerade alumner som har läst vid företagsekonomiska institutionen. De vi i denna studie menar med alumner är de som har tagit ut sin examen från 1995 och framåt. Vi skickade ut ett frågeformulär till 833 alumner. Dock var bara 280 utav dessa av intresse då vi endast vill studera de som tagit examen 1995 eller senare. Vi fick in 74 svar utav de 280 alumner som var relevanta. Detta ger oss en svarsfrekvens på 27 procent. Vi har alltså även bland alumnerna uppnått en acceptabel svarsfrekvens. Vi måste ha i åtanke att det var en e-postenkät utan belöning. Utav de 74 som besvarade enkäten var det 52 (70 procent) män och 22 (30 procent) kvinnor.

Presentationen i nästa kapitel av de insamlade resultaten från alumnerna kommer att göras i procenttal då detta ger en lättöverskådlig bild.

7 Bearbetning och sammanställning av svaren

I detta kapitel beskriver vi våra insamlade data från förstaårsstudenterna, magisterstudenterna och alumnerna. Inledningsvis beskriver vi bearbetning av insamlat material sam kritik till densamma.

7.1 Bearbetning av insamlat material från alla respondenter

Eftersom vi hade hur vi skulle gå tillväga när vi bearbetade materialet i åtanke då vi utformade enkäten blev den statistiska sammanställningen strukturerad. Inledningsvis kontrollerade vi att våra enkäter var ifyllda korrekt. För att bearbeta materialet har vi valt att använda programmet SPSS som är ett statistiskt dataprogram. I och med att vi mestadels använde oss av givna svarsalternativ kunde vi enkelt koda svarsalternativen, det vill säga göra om svaren till siffror för att kvantifiera enkätsvaren (Dahmström, 2000). Vi har försökt att mata in siffrorna med största noggrannhet men vi bör ändå nämna att det finns en risk att vi har lagt in någon siffra felaktigt. På frågorna med öppna svarsalternativ skapade vi kategorier och häri sorterade vi in svaren enligt Dahmströms (2000) rekommendationer. Bortfallet på de frågor där det förekommer presenteras i bilaga 7. Vi anser bortfallen inte är så omfattande så det påverkar studiens resultat.

Till alumnerna skickade vi fem öppna frågor. Detta gjorde vi för att vi ville ha en bättre förståelse för vad de har gjort fram till idag. Bearbetningen blev dock lite svårare med öppna frågor. även här följde vi Dahmströms (2000) rekommendationer och skapade kategorier utifrån deras svar. Vi har valt att inte göra en statistisk sammanställning på frågorna: ”Hur uppfattar ni er studietid i Lund” och ”Vad tror ni Ekonomihögskolan kan göra för att främja entreprenörskap”. Detta då vi inte finner att en statistisk sammanställning utav dessa är nödvändig. Vi presenterar istället en överskådlig bild utav deras svar i empiripresentationen.

7.1.1 Kritik till bearbetningen av enkäterna och formulären

Vad gäller bearbetning av enkäterna och den statistiska sammanställningen har vi haft bra förutsättningar. Vi har gjort sammanställningen i det statistiska programmet SPSS och därför ska det inte förekomma några räknefel. Detta innebär att reliabilitet i studien bör vara hög. Däremot kan vi ha matat in någon information fel. Detta har vi dock försökt undvika genom att vara noggranna och kontrollera sammanställningen i efterhand. Vi vill också säga att det finns en risk för att respondenterna haft föga intresse i att besvara enkäten och således inte funderat tillräckligt över sina svar. Vi har dock poängterat för dem hur viktiga deras svar är för oss och hoppas således att de lagt tillräckligt mycket tanke bakom sina svar. Genom att vi har studerat tidigare studier och forskning samt utgått ifrån teorier och intervjuer då vi utformade enkäterna anser vi att validiteten är god.

Ytterligare kritik till enkäterna är att någon fråga gav respondenterna möjlighet att rangordna om de fann att mer än ett alternativ passade in på dem. När vi kom till bearbetningen av materialet insåg vi att detta blev för omfattande och vi valde att endast använda oss av de huvudalternativ som respondenterna hade valt.

7.2 Presentation av insamlade svaren från studenterna

Nedan följer en kort beskrivning av svaren från respondenterna utifrån den statistiska sammanställning vi har gjort. Svaren kommer att delas in per fråga för att skapa en överskådlig och tydlig struktur. Vi har här delat in respondenterna i de tidigare beskrivna grupperna; förstaårsstudenter och magisterstudenter. Ytterligare kategoriseringar, så som utifrån kön, är inte gjorda då vi jämför förstaårsstudenter och magisterstudenter som grupp. För att se de kompletta enkäterna och hur frågorna och svarsalternativ är utformade se bilaga 4 och 5. För att se den fullständiga presentationen av förstaårsstudenterna och magisterstudenternas svar se bilaga 7: Där visas resultaten per fråga både i absoluta tal och i procenttal. Här presenteras även bortfall på de frågor där det förekommit. För fullständig presentation av vad alumnerna gör idag se bilaga 8. För att se presentationen av frågorna med öppna svarsalternativ rörande varför de helst ser sig själva som anställda respektive egenföretagare se bilaga 9. I denna bilaga finns svaren från förstaårsstudenter, magisterstudenter och alumner.

7.3 Presentation av resultaten av studien

Nedan följer en kort presentationer av vad de olika respondenterna svarade.

Driver du eller har du tidigare drivit företag?

Av vår studie framgår det att 9 procent av förstaårsstudenter och 10 procent av magisterstudenter driver eller har drivit företag¹². När man tittar på alumnerna som har tagit examen mellan 1995 och 2006 ser man att 7 procent idag driver företag som huvudsaklig sysselsättning. Det bör dock poängteras att en del av dessa anger att de ärvt företaget. Alumner som har varit med och startat företag själva eller med andra är endast 5 procent. Åtta procent av alumnerna har någon gång drivit egen verksamhet, antingen vid sidan av eller som huvudsaklig sysselsättning.

Varför läser du företagsekonomi på Ekonomihögskolan?

39 procent av förstaårsstudenterna studerar på Ekonomihögskolan i Lund för att få en anställning detta kan jämföras med hela 84 procent av magisterstudenterna som studerar av samma anledning. 21 procent av förstaårsstudenterna studerar för att starta eget. Denna siffra är endast 5 procent bland magisterstudenterna. Förstaårsstudenterna anger i större utsträckning att det inte vet varför de studerar. De anger även ”annat” oftare. Med ”annat” menar de framförallt; att det är en bra utbildning.

Vad tror du att din sociala omgivning förväntar sig att du ska göra efter din utbildning?

62 procent av förstaårsstudenterna tror att deras sociala omgivning förväntar sig att de ska bli anställda utav dessa anger 3 procent att deras omgivning förväntar sig att de ska vara anställda inom den offentliga sektorn. 94 procent av magisterstudenterna tror att deras sociala omgivning förväntar sig att de ska bli anställda. Även 3 procent här anger att anställning inom

¹² 9 respektive 10 procent är höga siffror i jämförelse med andra studier. Vi vill därför poängtera att vi frågade om de drivit någon typ av företag. I de svaren vi presenterar ingår Ung Företagsamhet och säkerligen en del avdragsföretag eller familjeföretag. Siffran ska därför inte jämföras med egenföretagande som huvudsaklig sysselsättning.

den offentliga sektorn är vad omgivningen förväntar sig. 12 procent av förstaårsstudenterna tror att deras sociala omgivning förväntar sig att de ska bli företagare. Denna siffra är 2 procent bland magisterstudenterna. Förstaårsstudenterna vet i mindre utsträckning, (19 procent) vad deras sociala omgivning förväntar sig av dem efter det att deras studietid är över. 7 procent utav dem anger ”annat”. Med ”annat” menar de flesta även här att de ska få en bra utbildning.

Var ser du dig helst om fem år?

På denna fråga svarade 53 procent av förstaårsstudenterna och 82 procent av magisterstudenterna att de helst vill vara anställda, varav bara några få angav offentliga sektorn, resten angav anställning inom privata sektorn. 32 procent av förstaårsstudenterna och 16 procent av magisterstudenterna ser sig helst som egenföretagare om fem år. Förstaårsstudenterna vet i mindre utsträckning (10 procent) vad de helst vill göra efter studietiden.

För att få en ytterligare förståelse för varför studenterna vill eller inte vill starta företag frågade vi en öppen fråga där de fick motivera varför de helst ser sig som anställda eller egenföretagare. Det motiv som flest angav för att de vill vara anställda var tryggheten. Trygghetsargumentet angavs av 23 procent av förstaårsstudenterna och 40 procent av magisterstudenterna och 43 procent av alumnerna. Det andra motivet för att vara anställd var att de ville skaffa sig erfarenhet. Detta var 28 procent av förstaårsstudenterna och 25 procent av magisterstudenterna samt 22 procent av alumnerna.

De som helst vill vara egenföretagare angav som främsta motiv var att de vill styra sin tid och sitt arbete. Detta angav 40 procent av förstaårsstudenterna, 50 procent av magisterstudenterna och 100 procent av alumnerna. Magisterstudenterna angav som andra motivet att de ville bygga upp något eget, 24 procent. 18 procent av förstaårsstudenterna angav att de hade en idé de ville förverkliga som andra motivet till att de ville arbeta som egna företagare.

Upplever du att du lätt kan få tillgång till den information som behövs för att starta eget företag?

Här skiljde inte de båda studentgrupperna sig åt. 62 procent av förstaårsstudenterna anser att de lätt kan få tillgång på informationen. 33 procent uppfattade det som att det inte är lätt att få tillgång på informationen. Bland magisterstudenterna svarade 61 procent att de ansåg det lätt att få tillgång till informationen och 34 procent ansåg det inte som lätt.

Upplever du att du har de kunskaper som krävs för att starta eget företag?

Huruvida studenterna upplever det som om de har de kunskaper som behövs för att starta eget företag framgår det i vår studie att 23 procent av förstaårsstudenterna och 46 procent av magisterstudenterna upplever det som de har de kunskaper. 76 procent av förstaårsstudenterna och 52 procent av magisterstudenterna upplever det som om de saknar dessa kunskaper.

Vi frågade även om studenterna tror sig klara av att starta och driva ett företag med de kunskaper och information de har idag svarade 23 procent av förstaårsstudenterna att de trodde det. Utav dessa svarade 52 procent att de fått denna kunskap och information av släkt och vänner. 48 procent av magisterstudenterna anger att de tror att de hade klarat av att starta och driva ett företag med den kunskap och information de har idag. Utav dessa svarade 53 procent att de fått denna kunskap och information av släkt och vänner.

48 procent av förstaårsstudenterna svarade att de inte hade klarat av att starta och driva ett företag idag. Den kunskap de framförallt saknade var ”den mesta kunskapen” (28 procent) och praktisk kunskap (24 procent).

28 procent av magisterstudenterna svarade att de inte skulle klara av att starta och driva ett företag. På frågan om vilken kunskap och information studenterna saknade svarade 30 procent av magisterstudenterna att de saknar ”den mesta kunskapen” och 30 procent svarade att de saknade praktisk kunskap.

Vidare frågade vi endast förstaårsstudenterna om de tror att de kommer starta företag under studietiden på Ekonomihögskolan. 12 procent tror att de gör det, 58 procent kommer inte att göra det och 30 procent vet inte.

Har du ambition att starta och driva eget företag som huvudsaklig sysselsättning efter avslutad utbildning?

Vad gäller frågan om studenterna, både förstaårsstudenter och magisterstudenter, har ambitionen att starta företag som huvudsakligsysselsättning efter avslutad utbildning anser 31 procent av förstaårsstudenterna och 13 procent av magisterstudenterna att de har denna ambition. 41 procent av förstaårsstudenterna och 72 procent av magisterstudenterna har inte denna ambition. 28 procent av förstaårsstudenterna och 15 procent av magisterstudenterna vet inte.

Utav de förstaårsstudenter som svarade nej på frågan om de har ambitionen att starta eget företag svarade 40 procent av förstaårsstudenterna att de saknar affärsidé, 18 procent utav dem anser sig sakna kunskap och 13 procent tycker att det innebär mindre trygghet i jämförelse med anställning. Utav de magisterstudenter som svarade nej på frågan om de har ambitionen att starta eget företag saknade 38 procent affärsidé, 36 procent anser att det är mindre trygghet i jämförelse med anställning, 16 procent anser att det innebär för stor ekonomisk risk att driva eget.

Av de förstaårsstudenter som svarade ja på frågan om de har ambitionen att starta eget företag inom fem år angav 48 procent att de ville styra sin egen tid och arbete och 30 procent att de har en idé de vill förverkliga. 10 procent anger att de ser de ekonomiska möjligheterna och 10 procent angav högre status som anledning till att driva eget företag.

Utav de magisterstudenter som svarade ja på frågan om de har ambitionen att starta företag anger 50 procent att de ser de ekonomiska möjligheterna, 25 procent anser att de har en idé de vill förverkliga. 25 procent anger att de vill styra sin egen tid.

Tror du att din vilja att starta eget har/kommer att förändras under din studietid på Ekonomihögskolan?

58 procent av förstaårsstudenterna tror att deras vilja att starta eget kommer att förstärkas, 28 procent tror att den kommer att vara oförändrad och 1 procent tror att den kommer att försvagas. 13 procent utav dem svarade "vet ej" på denna fråga. Vad gäller magisterstudenterna svarade 31 procent utav dem att den har förstärkts, 59 procent att viljan

att starta eget är oförändrad, 5 procent anser att deras vilja har försvagats och 5 procent vet inte.

Vi frågade även studenterna vad de tror detta beror på. Förstaårsstudenterna fick besvara detta genom en öppen fråga. Här skrev majoriteten av dem som trodde att deras vilja att starta eget företag skulle förstärkas på grund av att de skulle få en ökad kunskap.

De (31 procent av magisterstudenterna) som ansåg att deras vilja hade förstärkts under tiden på Ekonomihögskolan angav att detta berodde på kontaktnätet de skapat (40 procent), entreprenöriella förebilder (12 procent), Utbildningens innehåll (20 procent) och Ekonomihögskolans stödjande organisationer (12 procent). De magisterstudenter som anser att deras vilja att starta eget har försvagats (4st) anser att det beror på utbildningens innehåll och brist på stödjande aktiviteter.

Förväntar du dig att du efter din utbildning på Ekonomihögskolan har de kunskaper som krävs respektive har Ekonomihögskolan gett dig den kunskap som krävs för att starta eget företag?

Här svarade 81 procent utav förstaårsstudenterna att de förväntar sig att de ska ha denna kunskap. 18 procent förväntar det sig inte. 1 procent vet ej. Av magisterstudenterna svarade 33 procent att de fått denna kunskap och 67 procent svarade att de inte fått denna kunskap.

Vilka förebilder vill du helst komma i kontakt med på Ekonomihögskolan?

Denna fråga ställdes endas till förstaårsstudenterna. 51 procent av dem vill helst komma i kontakt med personer på höga poster i stora företag 43 procent vill helst komma i kontakt med personer som har startat och driver egna företag. 6 procent anger annat.

Tycker du att det finns tillräckligt med entreprenöriella inslag i Ekonomihögskolans utbildning?

Denna fråga ställdes endast till magisterstudenterna. 16 procent svarade ja, 58 procent nej och 26 procent angav att de inte visste.

Vi frågade även studenterna om det hade funnits en entreprenörsinriktad ekonomutbildning om de hade valt den så. Utav förstaårsstudenterna var det 17 procent som hade valt den, 46 procent som inte hade valt den och 37 procent som inte vet.

Frågan ställdes även till magisterstudenterna. 21 procent utav dessa angav att de hade valt entreprenörsinriktad företagsekonomiutbildning, 54 procent angav att de inte hade valt den och 25 procent angav att de inte vet.

Vilken hjälp skulle du främst vilja ha om du skulle starta eget företag?

Denna fråga ställdes endast till förstaårsstudenterna. 33 procent av dem angav att de vill ha hjälp med att skaffa kontaktnät, 22 procent angav att de vill ha information om att driva eget, 21 procent vill ha hjälp med hur man ska finansiera företag.

Vad kan Ekonomihögskolan göra för att främja entreprenörskap/egenföretagande?

Denna fråga ställdes enbart till magisterstudenterna. Hela 30 procent angav att de tyckte att Ekonomihögskolan i större utsträckning ska hjälpa studenterna med att skaffa kontaktnät. 25 procent anger att Ekonomihögskolan bör visa fler positiva exempel från verkligheten. 22 procent tyckte att Ekonomihögskolan skulle ge mer information om att starta eget och 18 procent angav mer rådgivning om att driva eget. 10 procent tyckte att de borde finnas mer entreprenöriella inslag i utbildningen för att främja entreprenörskap/egenföretagande.

Avslutningsvis frågade vi alumnerna vad de tror att Ekonomihögskolan hade kunnat göra för att öka deras intresse för att starta eget företag. De flesta anser att man kunde ha haft mer entreprenöriella inslag i utbildningen och att fokus kan flyttas lite från storföretagen. De hade velat komma i kontakt med fler mindre företag och haft fler entreprenörer, visionärer som gästföreläsare för att öppna ögonen för studenterna. Några av alumnerna skriver också att mentorer hade kunnat minska kravet på studenternas erfarenheter för att starta eget. Alumnerna skrev även att ”case” och olika uppgifter var fokuserat på storföretag och detta hade man nog kunnat ändra på. Många angav att entreprenörskap inte nämndes under deras tid i Lund. Dock angav ett fåtal av alumnerna att de inte tyckte att entreprenörskap och kreativ utveckling hörde hemma i en akademisk utbildning.

Vidare nämnde alumner att man ska fokusera mer på att lösa problem i utbildningen och således skapa kreativitet. En alumn skriver också att man kan använda Ideon företagen och låta studenterna göra ”utredningar” åt dem. Några andra alumner skrev att man ska finna ett sätt att integrera företagen på bland annat Ideon och övriga Skåne-regionen i utbildningen.

En av alumnerna gav ett väldigt bra svar på frågan på vad Ekonomihögskolan kan göra för att främja entreprenörskap.

”Visa på hur andra företagare gjorde och varför de lyckades. Inget Tetra Pak med innovation som grund, utan företagandet i fokus snarare än innovationen. Med en bra innovation är det svårt att misslyckas. Med en halvkass idé, men med ett sjuårledes företagande kan man komma mycket långt. Det handlar inte alltid om hur bra din idé är, det handlar om hur du förvaltar den.” (Johan Wastring, Alumn)

Alumnerna har gett oss en hel del information om hur de såg på sin studietid i Lund. Många berömmar Ekonomihögskolan för att ha gett dem en bra och bärkraftig utbildning. Många alumner skriver mer än vad vi frågar efter och de beskriver lundatiden som en oerhört bra tid där grunden för deras framtid, både privat och karriärmässigt lades. Vi vill också lyfta fram att några skrev att de var nöjda med ekonomutbildningen i Lund och att de bildat sig den teoretiska grund som behövs för att komma ut i näringslivet, oavsett som entreprenör eller som anställd.

7.4 Utmärkande iakttagelser av insamlad empiri

Vi finner en del utmärkande drag i vår empiri. Dessa beskrivs nedan i punktform. Detta utgör basen i den fördjupade analysen i nästa kapitel.

- Majoriteten av studenterna, både förstaårsstudenter och magisterstudenter, läser företagsekonomi på Ekonomihögskolan i Lund för att sedan ta anställning.
- Få av förstaårsstudenterna och knappt någon av magisterstudenterna tror att deras sociala omgivning förväntar sig att de ska bli egenföretagare efter avslutad utbildning.
- Vi finner att inställningen till att starta eget företag skiljer sig mellan förstaårsstudenterna och magisterstudenterna. Förstaårsstudenterna vill i större utsträckning starta företag. Ambitionen till att starta företag är även större bland förstaårsstudenterna än bland magisterstudenterna.
- Vår studie visar på att förstaårsstudenterna inte har en klar uppfattning om vad de ska göra efter sin utbildning. De har inte i alls lika stor utsträckning som magisterstudenterna bestämt sig för att bli anställda.
- Studenterna och alumner anger brist på idé som avgörande för att inte starta företag, dock är magisterstudenter och alumner mer angelägna om trygghet och vill i mindre utsträckning starta företag. Brist på erfarenhet är också ett argument som lyfts fram här.
- Det som driver förstaårsstudenter och alumner till att starta företag är att de vill styra över sin egen tid och arbete. Magisterstudenterna angav i första hand att de ser de ekonomiska möjligheterna med egenföretagande. Därefter, hos både förstaårsstudenter och magisterstudenter, kom alternativet att de har en idé de vill förverkliga.
- Generellt sätt anser majoriteten av alla studenterna att de relativt lätt kan få den information som krävs för att starta eget företag.
- Magisterstudenter anger i större utsträckning att de har den kunskap och information som krävs för att starta eget företag än vad förstaårsstudenterna anger. Dock är

magisterstudenternas vilja att starta eget företag betydligt mindre än förstaårsstudenternas vilja.

- Förstaårsstudenter vill i nästan lika stor utsträckning komma i kontakt med förebilder som har startat och driver eget företag som de vill komma i kontakt med representanter från stora företag.
- Förstaårsstudenter och magisterstudenter anger att kontaktnätet är avgörande för deras vilja att starta eget företag.
- Ekonomihögskolan uppfattas inte ha uppmuntrat till egenföretagande. Dock förväntar sig flertalet av förstaårsstudenterna att de efter sin utbildning kommer i större utsträckning vilja starta företag.

8. Analys

I detta kapitel analyserar vi de insamlade data. Analysen tar fäste i grundläggande teorier och vi kopplar våra insamlade data till relevanta delar av tidigare kapitel. Genom att analysera vårt material med utgångspunkt i de tidigare kapitlen kan vi skapa en bild av studenternas inställning till egenföretagande. Vi kan vidare analysera dem ur ett jämförande perspektiv och vad som driver och hämmar dem samt Ekonomihögskolans roll i detta.

8.1 Struktur för vår analys

Detta analyskapitel tar fasta på alla tidigare presenterade kapitel. Vi har valt att inte ännu en gång referera tillbaka till våra tidigare presenterande källor. Analysen blir en typ av diskussion där våra åsikter, baserade på tidigare presenterad kunskap, vägs in. Analysen byggs upp utifrån intentionsteorin. Detta innebär att vi först analyserar studenternas inställning till att starta eget företag. Därefter analyserar vi studenternas upplevda kontroll över att starta eget företag samt den sociala omgivning som studenterna befinner sig i. Den upplevda kontrollen analyserar vi utifrån Johannissons (1991) identifierade kunskaper. För att fördjupa analysen av entreprenörens handlingsorientering och mentalitet använder vi de tre element som Klofsten (2000) hävdar ska finnas vid universitet och högskolor för att entreprenörskap ska främjas. För att göra analysen mer dynamisk kopplar vi den fortlöpande tillbaka till olika delar av de tidigare kapitlen. Slutligen tar vi även upp vad som driver eller hämmar våra respondenter till att starta företag.

8.2 Analys utifrån intentionsteorin

Vår studie visar på att förstaårsstudenter har en mer positiv inställning till att starta företag än vad magisterstudenterna har. Detta stämmer överrens med Hans Landströms erfarenheter och iakttagelser vid Ekonomihögskolan. Vad gäller alumner är det sju procent som driver företag. Det är dock endast fem procent som har startat upp företagen själva eller med en partner. Dessa siffror är lite lägre än den siffran NUTEK visade för 2005 men stämmer överrens med SACOs siffra om vad akademiker gör som huvudsaklig sysselsättning.

Företagsekonomistuder från Lunds universitet är således varken mer eller mindre egenföretagare än den generelle akademikern, detta trots bland annat Ideon närvaro och samarbete med Universitetet. En spännande iakttagelse vi gjort är att enbart en av alumnerna vi har fått in svar ifrån hade gått in under GEM- rapportens definition av entreprenör. Det vill säga nästan ingen utav de alumner vi haft kontakt med håller på att starta företag eller driver ett företag som är yngre än fyra år.

Om man tittar på hur många som driver eller har drivit företag av respondenterna ser man att det är nio procent av förstaårsstudenterna och 10 procent av magisterstudenterna. Detta är högt om man jämför med till exempel VentureLabs studie i Lund och SACOs som visar vad akademikerna har som huvudsaklig sysselsättning efter avslutad utbildning. Det är förhållandevis många som driver eller har drivit företag i förhållande till de som har intentionen att driva företag som huvudsaklig sysselsättning. Aktiviteten att driva företag finns alltså bland studenterna men vi vet inte vilken typ av företag och om de drivs aktivt. Vi kan ana att i dessa cirka 10 procent som anger att de driver företag inkluderas respondenter som endast har avdragsföretag, som inte drivs aktivt samt familjeföretag som de inte startat själva. Vi vet därför inte hur många utav dessa som själva har startat företag. Därför kan vi inte säga att det är cirka 10 procent utav studenterna som är entreprenörer utifrån vår definition av entreprenören och egenföretagaren. Den verkliga siffran bör vara lägre.

8.2.1 Studenternas inställning till att starta eget

Den främsta anledningen till att studenterna läser företagsekonomi vid Ekonomihögskolan i Lund är att få eller söka anställning. Detta kan bero på det som Hans Landström och Göran Alsén säger att de större universiteten och högskolorna attraherar studenter som har som mål att arbeta inom storföretag eller göra internationell karriär. Om detta stämmer borde majoriteten av alla studenterna ange att de läser företagsekonomi för att söka anställning. Enligt vår studie är det endast magisterstudenterna som anger detta. 84 procent utav dessa läser för att senare få en anställning endast fem procent läser för att starta eget.

Utav förstaårsstudenterna är det endast 39 procent som läser för att få en anställning och 21 procent läser för att bli egenföretagare. Detta innebär att andelen av magisterstudenterna som läser för att få en anställning är dubbelt så stor relativt förstaårsstudenterna. Därför är det

enligt vår studie inte främst individer som har anställning som mål som söker sig till Ekonomihögskolan i Lund. Vi ser att det även är en hel del som vill bli egenföretagare eller endast anser att Ekonomihögskolan i Lund erbjuder en bra utbildning. Att viljan hos magisterstudenterna är lägre än hos förstaårsstudenterna innebär att någonting händer under deras studietid. Denna skillnad grundar sig både i en mognad bland studenterna men även på påverkan från Ekonomihögskolans kultur, dess utbildning samt studenternas sociala omgivning.

De 40 procent av förstaårsstudenterna som anger att de inte vet varför de läser företagsekonomi kommer att skapa sig en uppfattning om vad de vill göra efter sin utbildning under deras tid i Lund. Denna uppfattning kommer, enligt de teorier vi beskrivit i tidigare kapitel att påverkas av den svenska kulturen, deras sociala omgivning, kulturen vid Ekonomihögskolan och utbildningen. Detta på grund av att föräldrar, vänner, lärare och rådgivare har en påverkan på studenternas framtida karriärsval. Givet att de teorier och studier som vi presenterat tidigare rörande entreprenörskapsutbildning stämmer bör man kunna inspirera och utbilda förstaårsstudenterna till att i större utsträckning vilja starta företag. Om studenter stimuleras och uppmuntras ska det enligt tidigare studier och forskning komma fler företag ur denna studentgrupp. Det är 12 procent som idag anger att de kommer starta företag under sin studietid. Med en mer entreprenöriellt inriktad utbildning skulle den slutliga siffran vara högre. Det är här viktigt att man tar tillvara på förstaårsstudenternas positiva inställning till egenföretagande och visa på att egenföretagande är ett alternativ till att senare ta anställning. Om man gör detta låter man dem göra ett aktivt val mellan anställning och egenföretagande baserat på deras vilja.

En annan iakttagelse vi kan göra är att förstaårsstudenterna går in med betydligt högre förväntningar på utbildningens förmåga att leverera kunskaper om egenföretagandet än vad magisterstudenterna anger att de upplevt. För att kunna öka den entreprenöriella aktiviteten är det viktigt att ungdomarna ser sig själva som framtidens entreprenörer och att deras sociala omgivning stödjer detta. Det är därför viktigt att ta tillvara på den positiva syn som förstaårsstudenter har till egenföretagande. Men även i större utsträckning tillgodose deras förväntan om att deras vilja att starta eget företag kommer att öka. Om studenterna har denna förväntan är det dock viktigt att de ställer krav och ser till att utbildningen lever upp till deras förväntan. Om man sätter detta i ett större perspektiv kan man knyta detta till att svenskarna inte i lika stor utsträckning som bland annat amerikanerna ställer krav på sin utbildning.

Svenskarna har inte samma incitament till att arbeta aktivt för en förbättrad utbildning. De accepterar utbildningen som den är även om den inte lever upp till förväntningarna. Detta kan innebära att förändringsprocessen hämmas.

Vi kan se att förstaårsstudenterna i stor utsträckning förväntar sig att deras vilja att starta och driva eget företag kommer att förstärkas under studietiden vid Ekonomihögskolan. Betydligt mindre andel av magisterstudenterna anger att deras vilja har förstärkt under deras tid vid Ekonomihögskolan i Lund. Att magisterstudenternas vilja inte har ökat kan kopplas till bristen på de entreprenöriella inslagen de nämner att de saknat samt fabriksmodellen av utbildningen som Göran Alsén beskriver. Även här är det viktigt att Ekonomihögskolan tar tillvara på denna förväntan och inte begränsar studenterna att utveckla denna vilja.

Majoriteten av magisterstudenterna anser att deras bild av företagande har förblivit oförändrad under deras tid på Ekonomihögskolan. Vi kan se att detta verkar vara ett generellt drag bland universitet och högskolor runt om i landet. Drivhusets studie visade även den på att studenterna inte får förståelse för företagande genom utbildningen. Detta går hand i hand med bristen av entreprenöriella förebilder och alumnernas argument om att det finns en avsaknad av entreprenörskap vid Ekonomihögskolan. Ekonomihögskolan har alltså inte hitintills följt Henreksons med fleras uppmaning om att ta upp entreprenörskapet på agendan och uppmuntra studenterna till kreativitet och företagande så att det gett resultat bland studenterna. Vi kan inte säkert säga att de som är magisterstudenter i dag hade samma inställning till företagande i början av sin utbildning som förstaårsstudenterna i vår studie. Men då vår studie tyder på det har inte magisterstudenterna själva reflekterat över att deras vilja att starta företag har minskat under utbildningens gång.

Anmärkningsvärt är att endast 16 procent tycker att det finns tillräckligt med entreprenöriella inslag i Ekonomihögskolans företagsekonomiska utbildning. Detta tyder på att det finns en väldigt stor vilja till att entreprenöriella inslag ska öka i Ekonomihögskolans företagsekonomiska utbildning. Det är därför av stor vikt att Ekonomihögskolan tillgodoser dessa önskemål och integrerar entreprenöriella inslag i utbildningen. De entreprenöriella inslagen kan vara att bjuda in entreprenörer som gästföreläsare eller arbeta med projekt inom företag eller i uppstartsfasen av företag. Detta är tanken bakom Entreprenörskapsmastern vid Lunds universitet som bland annat Diamanto Politis arbetar med. Här planerar man att ta tillvara på forskning och utveckling vid Lunds universitet. Denna typ utav utbildning eller

inslag i utbildningen kan leda till ett mer utbrett kontaktnät som utgör ett bättre stöd till studenterna som vill starta företag. De kommer att bygga upp relationer med näringslivet och få kontakt med människor som arbetat aktivt med nyföretagande. De träffare då även andra studenter som delar deras intresse för företagande.

8.2.2 Studenternas upplevda kontroll

För att en individ ska ha intentionen att starta företag krävs det att han eller hon har en upplevd kontroll över denna situation. Johannisson (1991) har identifierat en del kunskaper som är viktiga för att man ska ha kontroll över situationen att starta eget företag. Nedan följer en analys utav vårt resultat utifrån dessa kunskaper.

➤ *Know what*

För att starta företag måste individer ha kunskaper om hur man starta och driver företag. Om man jämför magisterstudenter och förstaårsstudenter kan man utläsa att deras vilja att starta företag skiljer sig åt. Även om magisterstudenterna anser att de har mer kunskap än vad förstaårsstudenterna anser sig ha, vill de i mindre utsträckning starta företag. Den kunskap om företagande som magisterstudenterna anser sig ha är alltså inte tillräcklig för att de ska vilja starta företag. Magisterstudenternas vilja att starta eget företag har alltså minskat trots ökade kunskaper. Vi ser alltså att magisterstudenterna tycker sig ha mer kunskap än förstaårsstudenterna, men paradoxalt nog är deras inställning till att starta eget mindre positiv än förstaårsstudenternas inställning. Magisterstudenternas vilja att starta eget företag bör ha ökat med dessa kunskaper utifrån Johannissons resonemang om ”Knows”. Detta har inte hänt, något annat bör således ha påverkat dem i en mer negativ riktning. Detta kan kopplas till att egenföretagande inte uppmuntras och att det inte finns någon entreprenöriell kultur på Ekonomihögskolan.

Majoriteten av studenterna, både magisterstudenter och förstaårsstudenter som anser sig ha denna kunskap anger att de har fått kunskapen från släkt och vänner. Detta stämmer överrens med de andra studierna. Det är cirka 12 procent utav båda studentgrupperna som anger att de har fått kunskapen av de stödjande organisationerna vid Lunds Universitet. Det är aningen anmärkningsvärt att både förstaårsstudenterna och magisterstudenterna i lika liten

utsträckning anger att de har fått kunskap från dessa organisationer. Detta stämmer överrens med det faktum att de som arbetar med de stödjande organisationerna anger att de har svårt att attrahera studenter. Endast nio procent av magisterstudenterna och 15 procent av förstaårsstudenterna uppger att de har fått kunskapen och informationen från Ekonomihögskolan. Det som är anmärkningsvärt här är att förstaårsstudenterna i större utsträckning anger Ekonomihögskolan som källa för denna kunskap. Denna trend verkar vara generell för universiteten och högskolorna i Sverige då 90 procent av studenterna i Drivhusets studie från 2005 anger att de inte i sin utbildning fått någon uppfattning om hur det är att driva företag.

Den kunskap som de flesta anger att de saknar är ”det mesta” och praktisk kunskap. Tillsammans visar detta att man har den teoretiska kunskapen erhållen från utbildningen men man saknar det praktiska. Detta vet man sedan tidigare och man har inte för avsikt att ha förmedlat denna kunskap heller. Men det är ändå en intressant iakttagelse, då entreprenöriella inslag är efterfrågade av studenterna.

Vi kan även dra detta till Busenitz et al (2000) studie av den svenska institutionella profilen där hon kom fram till att svenskarnas institutionaliserade kunskap om att starta företag är sämre än amerikanarnas, norrmännens och spanjorernas kunskap om detta. En intressant upptäckt i vår studie är att det endast 48 procent som uppgav att de har dessa kunskaper efter avslutad utbildning. Även Busenitz et al (2000) kom fram till att svenska ekonomistudenter har mindre kunskap om företagande än vad studenter de andra länderna hade.

➤ *Know who*

För att kunna starta ett företag måste man ha ett socialt nätverk. Detta nätverk ger entreprenören stöd och resurser. Den sociala omgivningen påverkar hur individer handlar och tänker. Vad den sociala omgivningen förväntar sig påverkar individens framtida karriärsval. Majoriteten av båda studentgrupperna tenderar till att svara att deras sociala omgivning (familj och vänner) förväntar sig att de kommer att ha den sysselsättning som de själva anger att de vill ha. Därför kan man se att den sociala omgivningen inte påverkar dem i någon riktning mer än den de själva vill. Dock grundas deras egen vilja i den omgivning de befinner sig i.

Vår studie visade dock på att de som angav att de helst ville vara egenföretagare var fler än de som angav att deras sociala omgivning förväntade sig att de skulle vara företagare. Vi kan då säga att de individer som anger att de helst vill vara företagare kan påverkas i motsatt riktning. Med detta menar vi att de kan komma att förändra sin uppfattning om egenföretagande och helst vilja bli anställda på grund utav den sociala omgivningens påverkan.

Av de magisterstudenter som angav att deras vilja att starta eget hade förstärkts vid Ekonomihögskolan angav man i störst utsträckning att det berodde på det kontaktnät de skaffat sig under studietiden. Kontaktnätet har således lett till en mer positiv inställning till att starta eget företag. Förstaårsstudenterna anger att om de skulle starta företag hade de behövt hjälp med att skaffa kontaktnät. För att främja entreprenörskap bör det enligt magisterstudenterna läggas fokus på att hjälpa studenterna att bli en del av ett kontaktnät. Detta skiljer sig från tidigare studier på ämnet där respondenter i störst utsträckning anger att information om att driva företag är det som efterfrågas mest. Detta kan bero på att man upplever att kontakter eller samarbetspartners är viktiga för att man ska kunna identifiera möjligheter och våga ta tillvara på dem och starta och driva ett företag. Det kan vara så att de upplever att det inte spelar någon roll om hur mycket information man har om att driva företag om man inte har stödet eller den kompetens som krävs för att driva igenom. Därför stannar idén vid tanke.

Ytterligare en iakttagelse under denna punkt är att respondenterna, både förstaårsstudenter, magisterstudenter och alumner, tycker att entreprenöriella förebilder är viktiga. Att studenterna anser detta skapar incitament för Ekonomihögskolan till att öka denna typ av inslag i utbildningen. Förstaårsstudenterna anser att komma i kontakt med entreprenöriella förebilder är nästintill lika viktigt som att komma i kontakt med representanter från stora företag. Detta visar på att det finns ett intresse bland förstaårsstudenterna att träffa entreprenörer. Även magisterstudenterna uttrycker denna åsikt. I dagsläget är det ett stort antal av magisterstudenter som tycker att det bör finnas mer entreprenöriella förebilder i utbildningen för att entreprenörskap ska främjas. Denna brist på entreprenöriella förebilder kan vara en del av orsaken till att så få magisterstudenter har intentionen att starta företag efter avslutad utbildning. Här kan vi även tillägga Karin Aases synpunkter på vilka förebilder som ska användas. Man ska enligt henne inte endast visa på super entreprenörer utan även vanliga människor med vanliga företag som studenterna kan relatera till. På så sätt kan man

öka chanserna till att studenterna vågar ta tillvara på idéer de tror på trots att de inte anser att den är helt raffinerad.

➤ *Know how och Know why*

Know how innebär att entreprenörer är handlingsorienterade och har en förmåga att ta initiativ och genomföra idéer. Know why innebär att entreprenörskap kräver en mentalitet och värderingar som främjar nyskapande och handling. För att dessa två kunskaper ska utvecklas är det viktigt att individen befinner sig i en miljö där de entreprenöriella egenskaperna främjas.

För att analysera dessa två kunskaper har vi valt att utgå ifrån de tre element som Klofsten (2000) beskriver för att universitet eller högskolor ska vara entreprenöriella. Det ska råda en entreprenöriell kultur, man ska undervisa om entreprenörskap och man ska erbjuda kurser och träning för de som vill starta företag.

Ur våra intervjuer kan vi utläsa att de som arbetar med entreprenörskap vid Ekonomihögskolan anser att kulturen inte är entreprenöriell och att man arbetar enligt fabriksmodellen för att uppnå skalfördelar. De organisationer som arbetar för ett ökat entreprenörskap tycker att det är svårt att attrahera studenter så att de verkligen kommer till deras arrangemang. Det råder en generell kultur vilken innebär att man ska gå igenom utbildningen och därefter ta anställning hos ett av de större företagen. Detta speglas i företagsekonomiska utbildningens upplägg i form av ”case”, litteraturval samt gästföreläsare. Detta kan härledas till den svenska historien. Storföretagen har länge varit i fokus och detta lever kvar i det svenska samhället i stort och således även vid högskolor och universitet.

I vår studie framgår det även att denna förväntan finns även i studenternas sociala omgivning. Vi kan här visa på att viljan till att gå en ekonomutbildning med mer entreprenöriella inslag finns bland studenterna. Det är även värt att nämna igen att det är ungefär lika många som anger att de vill i utbildningen komma i kontakt med entreprenöriella förebilder som de som vill komma i kontakt med representanter från storföretag. Även alumnerna anger i stor utsträckning att det finns en brist av entreprenöriella inslag i utbildningen en del anger att det fanns en total avsaknad utav den typen av inslag.

Nästa punkt som Klostén (2000) tar upp är att man ska erbjuda kurser inom entreprenörskap som fenomen. Studenterna i vår studie tenderar att i högre grad efterfråga entreprenöriella inslag generellt i utbildningen snarare än att de efterfrågar en specifik entreprenörskapsutbildning. Då det endast är ett fåtal som tycker att det finns tillräckligt med entreprenöriella inslag i utbildningen visar detta på att en förändring är efterfrågad bland studenterna. Studenterna i vår studie tenderar dock i högre grad att efterfråga entreprenöriella inslag i utbildningen snarare än att de efterfrågar en specifik entreprenörskapsutbildning. Det finns ändå underlag för en entreprenöriellt inriktad utbildning då 17 procent av förstaårsstudenterna och 21 procent av magisterstudenterna angav att de hade velat gå en sådan.

Det finns dock en risk med denna typ av utbildning att den endast attraherar de som redan har intresset av egenföretagande. Därför är de entreprenöriella inslagen i utbildningen avgörande för att få upp intresset hos de övriga som inte redan från början hade viljan att vara egenföretagare. På så sätt får man upp den entreprenöriella förmågan och mentaliteten hos studenterna. Detta gynnar inte bara egenföretagandet utan gör även så att företagen får mer driftiga och handlingsorienterade anställda. Då det inom alla karriärsval är en fördel att vara handlingsorienterad och kreativ.

Den stora andelen som angav att de inte visste om de hade valt en utbildning med entreprenöriell karaktär kan i den rätta kulturen utveckla detta intresse. Viljan till ökade entreprenöriella inslag i utbildningen finns bland studenterna, bland lärarna som vi har intervjuat, bland de som driver organisationer med entreprenöriell inriktning samt i samhället. Delar av samhället har uttryckt hur viktigt entreprenörskap är och vilken roll bristen av detta kommer att spela i Sveriges framtid. Till detta ska man även tillägga att entreprenörskap enligt många regelrätta studier går, trots olika erfarenheter och kognitiva förmågor, att utbilda. Detta kan man göra genom utbildning så som skapar förståelse för fenomenet, innehåller experimentell inlärning och träning. Det som bör uppmuntras är kreativitet och initiativtagande och på så sätt få studenters självtillit att öka och således få dem att våga ta tillvara på möjligheter när de dyker upp. Genom att studenterna vågar ta tillvara på möjligheter ökar chanserna att de, går från tanke till handling och omvandlar dessa till affärsidéer som introduceras på marknaden. Om man lyfter upp entreprenörskapet vid Lunds universitet och Ekonomihögskolan kommer fler få upp ögonen för de stödjande organisationerna och få ett ökat intresse för entreprenörskap. Detta kommer som sagt inte

endast att resultera i nya företag utan det kommer att erbjuda näringslivet handlingsorienterade och kreativa studenter som är attraktiva för storföretagen.

Den tredje punkten som Klofsten (2000) tar upp är att det ska erbjudas kurser och träning för de studenter som vill starta företag. Detta är ett utav VentureLabs huvudsakliga sysselsättning. Men det finns dock inte denna typ av utbildning vid Ekonomihögskolan i Lund. Göran Alsén höll en utbildning som var av denna karaktär under 1990-talet men den riktade sig till icke-akademiker. Vidare kan vi se att KarriärCenter, FENA och SMEDJAN arbetar lite med detta men i ganska lite omfattning (bilaga 3) men så länge inte intresset finns bland studenterna att medverka i denna typ av arrangemang kommer det blir svårt att utveckla detta. Marie Löwegren säger att man bör lära ut hur man arbetar med och tar sig an problematiken kring ett litet företag. Detta både för att få kunskap om småföretagande men även för att skapa en förståelse kring egenföretagande. Idag ligger den företagsekonomiska utbildningens fokus på storföretag. Alla studenter kommer inte att hamna inom stora företag. Detta bör beaktas även i utbildningen.

8.2.3 Studenternas intention till att starta eget företag

Som tidigare nämnts skiljer sig viljan till att starta företag sig åt mellan förstaårsstudenterna och magisterstudenterna. Det är betydligt fler av förstaårsstudenterna (32 procent) som helst ser sig som företagare om fem år än av magisterstudenterna (16 procent). Det finns alltså en vilja men den tonas ner under åren på Ekonomihögskolan. Om man tittar på studenternas intention till att starta och driva företag som huvudsysselsättning efter avslutad utbildning har 31 procent av förstaårsstudenterna denna ambition och 13 procent av magisterstudenterna denna ambition. Det vill säga att nästan alla av studenterna som vill starta eget också har ambitionen att genomföra det.

En stor majoritet av studenterna och alumnerna vill få en anställning efter sin utbildning eller är anställda idag. Man tycker att egenföretagande är för riskfyllt och anställning verkar vara det som man ”ska ha” efter avslutad utbildning. Det framgår att en del kan tänka sig att starta eget företag, men det vill man inte göra förens senare, då man har skapat sig erfarenhet. Men med erfarenhet kommer bekvämlighet och det kan krävas en större utlösande händelse för att man ska ta steget att starta företag. Studenterna tror att det krävs mer erfarenhet än vad det enligt Hans Landström egentligen gör.

8.3 Vad driver respektive hämmar studenterna till att starta eget företag?

Den andra delen av vår frågeställning berör vad som driver eller hämmar Ekonomihögskolans företagsekonomistudenter till att starta eget företag. De flesta av de studenter som inte har intentionen till att starta ett företag anger att detta beror på att de saknar affärsidé. Detta gäller både magisterstudenter och förstaårsstudenter. Hans Landström tror att studenterna kräver för mycket av sin idé. Det är ofta inte den mest raffinerade idén som vinner. Många storföretag grundas på enkla idéer. Därför bör entreprenöriella förebilder som visar alla tänkbara scenarier för studenterna ge inspiration och förändra denna bild om den ”perfekta och affärsidén” som studenterna har. Vi får dock inte glömma att individer har olika egenskaper, kognitiva förmågor och erfarenheter. Alla kan inte komma på alla typer av idéer. Men alla kan utveckla sitt tankesätt och sätta entreprenörskapet i sin egen kontext.

Det andra alternativet som flest anger som hinder för att starta eget företag är att egenföretagande innebär mindre trygghet. Vi kan utläsa att det är betydligt fler utav magisterstudenterna och alumnerna som anger tryggheten som främsta anledning till att inte vilja starta företag än förstaårsstudenterna. Krångliga regler är inte en faktor som hämmar våra respondenter i lika stor utsträckning som Drivhusets studies respondenter.

Många studenter förknippar egenföretagandet med osäkerhet och vill därför inte starta företag. Studenterna överskattar dessa risker enligt Hans Landstöm. Han poängterar också att många glömmar att storföretag också kommer in i kriser och man sitter inte alltid så säker som man tror på en anställning. Hans Landström exemplifierar med att fråga om man för några år sedan kunde känna sig trygg som anställd på Ericsson? Detta stärks även med de resultat vi har tagit del av i SACOs Akademikerbarometer där flertalet utav de som är anställda har erfarenheter av stora omorganiseringar, vilket i flertalet av fallen har lett till försämringar.

Man kan dock se att man arbetar för att göra tillvaron tryggare för egenföretagare. Bland annat SmåA, en a-kassa för egenföretagare, växer stabilt. Detta innebär att om denna och andra trygghetsnätverk utvecklas och utgör ett säkert stöd för egenföretagare bör trygghetsargumentet för att inte bli företagare minska i omfattning. Viljan att starta eget företag bör därför öka i takt med att trygghetsnätverk med mera utvecklas för egenföretagare.

Det tredje alternativet som anges som anledning till att inte vilja starta företag är brist på kunskap. Det är vanligare förekommande bland förstaårsstudenterna än bland magisterstudenterna. Brist på kunskap är en viktig del av entreprenörens intention till att starta företag som vi analyserat tidigare. Här har universitetet en chans att utveckla denna kunskap och på så sätt ge studenterna fler alternativa karriärsväl.

Det som driver dem som har intentionen till att starta företag är framförallt bland magisterstudenterna att de ser de ekonomiska möjligheterna. Bland förstaårsstudenterna är det att de vill styra över sin egen tid och arbete som är det populäraste alternativet. På andraplats kommer alternativet att de har en idé de vill förverkliga hos båda studentgrupperna. Detta är dock oftare angivet av förstaårsstudenterna. Om resultaten från de studier som vi presenterat tidigare gäller även i framtiden, kommer det att vara betydligt färre utav våra respondenter som faktisk förverkligar sin idé.

Ytterligare en drivkraft, verkar i vår studie, vara de kontaktnät som vissa studenter blivit del av. Magisterstudenterna tenderar att härleda sin ökade vilja att starta företag till de kontakter de skapat under studietiden. De kontakter dessa studenter har knutit under studietiden har alltså bidragit till att de i större utsträckning kan tänka sig starta företag. Här kan vi återigen styrka att Ekonomihögskolan har en roll som en typ av nätverksbyggare bland studenterna. Ekonomihögskolan borde i större utsträckning visa att dessa möjligheter finns för studenterna i större utsträckning än vad man gör idag.

8.4 Analysdiskussion

Det finns ett behov av att förändra den svenska attityden till egenföretagande. Efter vår studie förstår vi att det länge har funnits och finns till viss del kvar en neutral om inte negativ inställning till företagande i Sverige. Busenitz et al (2000) placerade Sverige lågt ner på hennes lista över om landets befolkning uppfattar entreprenörskap som något att eftersträvat. De organisationer vi har varit i kontakt med ser att studenterna hellre drar sig till storföretag än egenföretagande. Vi kan se att studenternas vilja att starta eget inte är särskilt stor. Detta är inte ett fenomen som endast karaktäriserar Lunds universitet och dess Ekonomihögskola utan förmodligen hela den svenska kulturen. Det krävs dock en ändring av denna attityd menar

många framstående forskare. Sverige kommer halka efter om vi inte får fram fler framgångsrika företagare.

Utbildningsväsendet har en avgörande roll att spela här, både i grundskolan och gymnasiet men även vid universitet och högskolor som är fokus för denna uppsats. Utbildningsväsendet, kanske framförallt grundskola och gymnasier kan höja den institutionaliserade kunskapen om egenföretagandet som Busenitz et al (2000) beskriver. Vidare kan man väva in mer kreativa inslag och andra typer av undervisningsmetoder samt låter studenterna träffa entreprenöriella förebilder kommer fler företag skapas av svenska ekonomistuder. Högskolorna och universiteten bör även ge företagandet status och på det sättet låta studenterna göra aktiva val angående deras framtida karriär.

Avslutningsvis vill vi poängtera att entreprenörskap bara är en del utav utbildningen. Man ska fortfarande utbilda kompetent och kvalificerad arbetskraft till företagen. Men det är viktigt att man inte begränsar studenterna inom givna ramar utan visar studenterna att det finns alternativa karriärvägar. Detta för att visa att de finns en valmöjlighet och att anställning inte är det enda alternativet.

9. Slutsats

I detta kapitel presenterar vi trenderna i vårt resultat och de slutsatser man kan dra av vår undersökning. Vi ger även konstruktiva förslag till hur ekonomihögskolan kan minska klyftan mellan förstaårsstudenternas och magisterstudenternas inställning till egenföretagande.

Företagsekonomistudenterna vid Ekonomihögskolan i Lund har en neutral, om inte negativ inställning till att driva företag. Majoriteten läser för att bli anställda och de anser att det är osäkert att driva eget företag. Omfattning av denna inställning skiljer sig mellan förstaårsstudenter och magisterstudenter. Vi ser att magisterstudenterna i mindre utsträckning vill starta företag i jämförelse med förstaårsstudenterna. Detta trots att magisterstudenterna besitter mer kunskaper. Alumnerna från Ekonomihögskolan är varken mer eller mindre egenföretagare än övriga akademiker i Sverige.

Det som hämmar studenterna är att det är osäkert och att driva eget företag och att de saknar affärsidéer. Utbildningens karaktär är också den hämmande ur en entreprenöriell synvinkel. Fokus är på storföretag och problematiken kring småföretagande och entreprenörskap lämnas åt sidan. Man uppmuntrar inte till egenföretagande och man förmedlar inte en bild av hur det är att driva eget företag. Detta innebär att studenten inte ges möjlighet att göra ett aktivt val mellan en karriär som egenföretagare eller anställd.

Det som hade kunnat driva studenterna till att i större utsträckning vilja starta företag är utbildningens upplägg och Ekonomihögskolans kultur. Ekonomihögskolan hade kunnat visa på vilka möjligheter som finns för egenföretagare. Om studenterna drivs av viljan att förverkliga en idé hade man kunnat fånga upp detta i utbildningen och visa på hur det i praktiken är möjligt att förverkliga sin idé. Det är då viktigt att visa på att det inte alltid krävs en helt raffinerad idé för att man ska bli framgångsrik. Detta kan komma att ge studenterna det självförtroende som kanske saknas för att förverkliga sina idéer. Detta kan leda till att fler företag startas av Lunds företagsekonomistudenter.

Vidare hade man även genom att få in entreprenöriella inslag i utbildningen kunnat påbörja en förändringsprocess av kulturen. Detta skulle innebära att entreprenöriella inslag skulle rota sig i kulturen och statusen för egenföretagaren skulle öka.

Det är även viktigt att Ekonomihögskolan stödjer de studenter som har tagit det aktiva valet att starta företag. Det är viktigt att man erbjuder starta eget kurser och rådgivning. Detta erbjuder man redan idag vid Ekonomihögskolan. Till exempel VentureLab erbjuder kontorslokaler och rådgivning. Detta har dock inte nått ut till studenterna i vår undersökning. Ett sätt för dem att nå ut hade kunnat vara att låta de studentföretag som arbetar ifrån VentureLab marknadsföra dess verksamhet vid universitetet. Detta hade inte bara bidragit till att man visar fler entreprenöriella förebilder studenterna kan relatera sig till, utan man visar även på vilka möjligheter som erbjuds under studietiden. Ytterligare kan detta skapa kontakter mellan studenterna och studentföretagen kan finna nya kompetenta studenter att samarbeta med.

Ekonomihögskolan kan arbeta mer med att hjälpa till med att skapa relationer mellan de studenter som driver företag eller vill starta ett. Studenterna kan då dra lärdomar av varandras erfarenheter och utgöra stöd för varandra. Genom detta ökar chanserna att de fortsätter att driva företaget efter studietiden. De studenter som arbetar aktivt med sitt företagande bör Ekonomihögskolan dra nytta av och använda som förebilder för andra studenter. Studietiden är en bra tid att testa idéer då man befinner sig i en omgivning med bra kontakter. Det finns många kunniga människor och potentiella samarbetspartners vid skolan.

Vidare hade man, även om det är kostsamt, kunnat ha ett utbyte med studenter från olika fakulteter i utbildningen. Detta kan man göra genom att låta studenterna jobba i tvärvetenskapliga projekt där de får dra nytta av varandras kunskaper och erfarenheter. Detta är positivt ur två synvinklar; som student behöver man utveckla förmågan att samarbeta med olika typer av människor, både som anställd och egenföretagare. Det är också viktigt då man inte ensam besitter alla kunskaper som krävs i alla situationer.

Ekonomihögskolan har stora möjligheter att minska klyftan mellan förstaårsstudenter och magisterstudenters inställning till egenföretagande. Om man genom utbildningen lyckas öka den entreprenöriella förmågan och uppmuntra till egenföretagande kommer studenterna bli en större tillgång för Sverige; fler företag kommer att startas och de redan etablerade företagen kommer att få större tillgång på handlingsorienterade och driftiga individer.

10. Reflektioner över vår studie

I detta kapitel har vi samlat våra reflektioner över vår genomförda studie. Här ger vi en kortfattad sammanställning av kritiken till vår studie samt förslag på vidare forskning.

10.1 Kritik

Vi har valt att förhålla oss kritiska fortlöpande genom hela uppsatsen. Vi väljer dock att i detta avslutande kapitel kortfattat sammanställa den kritik som vi huvudsakligen uppmärksammat i vår studie.

Att initialt samla in information och kunskap om ämnet entreprenörskap genom olika källor uppfattade vi som ett bra tillvägagångssätt för att sedan kunna gå ut i verkligheten och samla in empiri. Vi hade dock kunnat gå igenom fler vetenskapliga artiklar. Vidare hade vi även kunnat intervjua personer som inte arbetar speciellt med entreprenörskap för att skapa en bild av deras inställning till ämnet vid Ekonomihögskolan i Lund. Vi är medvetna om att de som arbetar med entreprenörskap dagligen har en annan bild av ämnet än vad de som inte arbetar med det. Intervjuer med andra personer hade kunnat göra vår uppsats mer objektiv. Dock tror vi att de källor vi har använt är tillförlitliga för att studera ämnet utifrån den frågeställning vi har utgått ifrån.

Vi hade kunnat intervjua de som arbetar inom entreprenörskapsorganisationerna istället för att skicka ut frågeformulär via e-post. På så sätt hade vi kunnat få en djupare förståelse för deras synpunkter rörande de entreprenöriella aktiviteterna vid Ekonomihögskolan.

För att samla in material från förstaårsstudenter och magisterstudenter fann vi att en surveyundersökning lämpade sig bäst. Detta för att vi ville ha standardiserade frågor med lättjämförliga svar. Intervjuer hade inte varit ett alternativ med detta omfattande antal respondenter. Att enbart intervjua ett fåtal utav studentgrupperna hade inte varit ett alternativ givet det syfte vi fastställt. E-postenkät hade förmodligen inneburit för låg svarsfrekvens då studenter tenderar att inte besvara denna typ av e-post. Vi hade kunnat öka svarsfrekvensen i en sådan undersökning genom belöning men vi tror ändå inte att det hade gett en tillräcklig

svarsfrekvens. Vi har försökt att skapa representativa urval men det går inte att bortse ifrån att vi har nått ut till färre magisterstudenter. Detta på grund av att de är svåra att nå.

Vi kan utsättas för kritiken att våra frågor genomgående är till viss del ledande. Vi har dock försökt att undvika detta i största möjliga mån. Vi har inte avslöjat vårt syfte med uppsatsen för studenterna då de besvarade vår enkät. Detta för att inte leda respondenterna till att besvara enkäterna utifrån det resultat de tror vi vill komma fram till. I och med att vi studerar egenföretagande har det varit ett måste att inkludera vissa ledande begrepp i frågeställningarna. Vidare kan vissa begrepp ha olika innebörd för olika personer. Därför har vi i största möjliga mån valt att använda enkla begrepp.

Vidare har vi försökt använda oss av heltäckande svarsalternativ. Men vi måste ändå påpeka att vi kan ha brister i detta. Vi har då försökt täcka upp med alternativ så som ”vet ej” och ”annat”. Vidare har vi även testat enkäterna innan vi genomförde undersökningen. Detta möjliggjorde en korrigerings av svarsalternativ och formuleringar som gjorde vår enkät mer lättförståelig och tillförlitlig.

För att samla in material från alumnerna valde vi att skicka ut ett frågeformulär via e-post. Vi hade kunnat använda oss av enkäter, liknande de som vi delade ut till studenterna. Men då vårt huvudsyfte var att främst ta reda på vad de gör idag fann vi att utskick av frågeformulär var ett bra tillvägagångssätt. Risken är att vi hade fått en låg svarsfrekvens vid utskick av enkäter. Vi tror att incitamenten ökade för att besvara formuläret i och med att de fick öppet beskriva vad de gör idag och varför.

Vad gäller sammanställning och bearbetning har vi använt oss av SPSS, ett statistiskt dataprogram. Men det kan ändå förekomma fel i materialet. Vi kan ha matat in fel siffra eller tolkat något svar fel. Men i och med att vi har varit noggranna bör dessa fel nästintill vara eliminerade.

Analysen av insamlat material har utgått ifrån de tidigare beskrivna teorierna och studierna. Framförallt har vi valt att utgå ifrån intentionsteorin i vår presentation. Vi anser att vår analysmetod har varit tillfredsställande då det har gett oss möjlighet att besvara vår frågeställning på ett strukturerat och lättförståeligt sätt.

För att mäta förändringen mellan förstaårsstudenter och magisterstudenter har vi valt att jämföra dagens förstaårsstudenter och dagens magisterstudenter. Vi har alltså inte kartlagt förändringen över tid utifrån ett och samma urval, då detta hade tagit oss fyra år. Detta innebär att det finns en risk att magisterstudenterna inte hade exakt samma inställning till egenföretagande som förstaårsstudenterna har idag. Även om intresset för entreprenörskap vid Ekonomihögskolan har ökat är utbildningens upplägg nästintill det samma. Därför bör förstaårsstudenterna påverkas i samma riktning om inte en förändring äger rum. En förändringsprocess av denna karaktär kommer dock att ta lång tid.

Resultaten vi har kommit fram till i denna studie kan till viss del generaliseras i form av att kulturen, studenterna och lärarna inte bör skilja sig åt i så stor utsträckning mellan olika universitet och högskolor. Dock kan kurser och kursutbud skilja sig åt och kan ha påverkat kulturen vid lärosätet. De omkringliggande entreprenöriella aktiviteterna i form av stödorganisationer och events skiljer sig åt mellan lärosäten och kan således påverka kulturen i olika riktningar. Då det enbart inte är utbildningen som påverkar studenterna utan även den svenska kulturen och individens sociala omgivning tror vi att studenternas intention till att starta företag inte bör vara nämnvärt differentierad över Sverige. Vi vill dock påstå att vi endast har studerat företagsekonomiska institutionen i Lund och har inte som avsikt att resultaten ska gå att generalisera till andra lärosäten. Men som vi skrivit ovan bör delar av resultaten gälla generellt sett för svenska företagsekonomistudenter.

10.2 Förslag på vidare forskning

- Det hade varit intressant att göra en liknande studie som den vi har gjort i Lund på alla Sveriges ekonomistudenter. Det hade även varit intressant att se om inställningen till egenföretagande skiljer sig mellan de olika universiteten och högskolorna. Det hade särskilt varit av intresse och se om det är en skillnad mellan ekonomistudenternas inställning vid de stora ekonomihögskolorna och de mindre.
- Vi tycker att det hade varit intressant att även se kvalitativa studier av detta ämne. Vi tror att det hade varit ett bra komplement till vår studie. En kvalitativ studie hade gett en djupare förståelse till varför studenterna har den inställningen till egenföretagande som vi finner att de har.
- Vidare tror vi också att det hade varit av intresse att undersöka andra studenter om deras inställning till egenföretagande. Humanister eller teknologer hade varit spännande respondenter. Även personer som går yrkesförberedande utbildningar hade varit intressanta studenter då många utav dessa kommer att driva företag senare.
- Vi kan avslutningsvis även påstå att det hade varit intressant med en uppsats eller studie som fokuserade på den entreprenöriella processen eller olika delar av denna.

11 Referenslista

Vetenskapliga artiklar och böcker

Ajzen, I och Fishbein, M (1980) ”Understanding attitudes and predicting social behaviour” Prentice Hall, Engelwood Cliffs, NJ. (beskriven i Kolvereid & Isaksen, 2005)

Baron, RA (1998) ”Cognitive mechanism in entrepreneurship: Why and When entrepreneurs think differently than other people” Journal of business venturing, 12 (beskriven I Bjerke, 2005)

Bengtsson, Lars (2006) ”Entreprenörskap och företagande i akademiska miljöer” Studentlitteratur, Lund

Bell, Judith (1995) ”Introduktion till forskningsmetodik” Studentlitteratur, Lund

Bjerke, Björn (2005) ”Förklara eller förstå entreprenörskap?” Studentlitteratur, Lund

Bridge, Simon, O’Neill, Ken & Cromie, Stan (1998)”Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business” Creative Print & Design (Wales), Ebbw Vale

Bryman, Allan (2002) ”Samhällsvetenskapliga metoder” Liber Ekonomi, Malmö

Burns, P (2005) ”Creating the Entrepreneurial Culture” Corporate Entrepreneurship Basingstoke UK. Palgrave

Busenitz, Lowell W., Gómes; Carolina, Spenser, Jennifer W. (2000)”Country Institutional Profiles: Unlocking the Entrepreneurial Phenomena” Academy of Management Journal

Dahmström, Karin (2000) ”Från datainsamling till rapport” Studentlitteratur, Lund

Delmar, Frédéric & Aronsson, Magnus (2000) ”Entreprenörskap i Sverige” Global Entrepreneurship Monitor, Stockholm

Fishbein & Ajzen, "Belief, attitude, intention and behaviour" (1975) Reading, MA: Addison-Wesley (beskriven i Landström, 2005)

Garavan, T.N. and O'Conneide, B. (1994) "Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation - Part 1", Journal of European Industrial Training, Vol. 18 Nr. 8

Gartner, William B. (1989) "Who Is an Entrepreneur? I the Wrong Question" University of Baltimore Educational Foundation

Henrekson, Magnus (2005) "Entrepreneurship: a weak link in the welfare state" Industrial and Corporate Change vol. 14 nr. 3

Henrekson, Magnus, Larsson Mats & Sjögren, Hans (2001) "Entrepreneurship in Business and Research" Graphium/Nordstedts Tryckeri, Stockholm

Henrekson, Magnus & Rosenberg Nathan (2000) "Akademiskt entreprenörskap" Kristianstads Boktryckeri, Kristianstad

Hoftede, Geert (1991) "Cultures and Organizations" Caledonian International Book Manufacturing Ltd, Glasgow

Jacobsen, Dag Ingvar (2002) "Vad, hur och varför?" Studentlitteratur, Lund

Johannisson, Bengt (1992) "Entreprenörskap på svenska" Berlings Grafiska AB, Arlöv

Johannisson, Bengt, Landström, Hans & Rosenberg, Jessica (1998) "University Training for Entrepreneurs- an Action Frame of Reference", European Journal of Engineering Education vol. 23 nr. 4

Johannisson, Bengt & Lindmark, Leif ED (1998) "Företag Företagare Företagsamhet" Studentlitteratur, Lund

Johannisson, Bengt & Mønsted, Mette (1997) "Contextualizing Entrepreneurial Networking – The case of Scandinavia", International Studies of Management & Organisations

Johannisson, Bengt & Madsén, Torsten (1997) "I entreprenörskapets tecken – en studie av skolning och förnyelse" Regeringskansliet Offsetcentral, Stockholm

Johannisson, Bengt (1991) "University training for Entrepreneurship: a Swedish Approach" Entrepreneurship and Development, 3 (beskriven i Landstöm & Löwegren, 2007)

Klofsten, Magnus (2000) "Training entrepreneurship at universities: a Swedish case" Journal of European Industrial Training vol. 24

Klofsten, Magnus (1992) "Tidiga utvecklingsprocesser i teknikbaserade företag" Linköping Universitet, Linköping

Kolvereid, L (1996) "Prediction of Employment Status Choice Intentions" Entrepreneurship Theory and Practice (beskriven i Landström, 2005)

Kolvereid, Lars & Åmo, Björn (2006) "Entrepreneurship among graduates from business school: a Norwegian case" Bodø Graduate School of Business

Klovereid, Lars och Isaksen, Espen (2005) "New business start-up and subsequent entry into self-employment" Bodø Graduate School of Business

Kostova, T. (1997) "Country institutional profiles: Concept and measurement" Academy of Management Best Paper Proceedings

Krueger, NF och Carsrud, AL (1993) "Entrepreneurial Intentions Applying the theory of Planned Behaviour" Entrepreneurship and Regional Development, 5 (beskriven i Landström, 2005)

Kuratko Donald, Hodgetts, Richard M. (2001) "Entrepreneurship a Contemporary Approach", Fifth Edition Harcourt Inc. Orlando, Florida

Kourilsky & ML och Esfandiari, M (1997) "Entrepreneurship education and lower socioeconomic black youth: An Empirical investigation" The urban Review (beskriven i Kolvereid & Åmo, 2006)

Landström, Hans (1997) "European Entrepreneurship and Small Business Research: Metodological Openness and Contextual Differences" International Studies of Management & Organization

Landström, Hans (2005) "Entreprenörskapets Rötter" Studentlitteratur, Lund

Landström, Hans & Löwegren, Marie (2007, ännu inte utgiven) "Entreprenörskapets omfattning och betydelse" Studentlitteratur, Lund

Landström, Hans och Johannisson, Bengt. (2001) "Theoretical foundations of Swedish entrepreneurship and small-business research" Scandinavian Journal of Management, Vol 17, Nr. 2,

Lindbeck, A. (1997) "The Swedish experiment" Journal of Economic Literature: 35 (beskriven i Henrekson, 2005)

Lindbeck, A. (1988) "Consequences of the advanced welfare state" The World Economy 11

Lundahl Ulf & Skärvad, Per-Hugo (1992) "Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer" Studentlitteratur, Lund

Lundahl, Ulf & Skärvad, Per-Hugo (1999) Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer, Studetlitteratur

Politis, Diamanto, (2005) Entrepreneurship, Career Experience and Learning Bulls Tryckeri AB, Halmstad

Shane, Scott (2003) "A General Theory of Entrepreneurship" MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall (beskriven i Landström, 2005)

Shöllhammer, Hans, Kuriloff, Aathur H. (1979) "Entrepreneurship and Small Business management" John Wiley Sons, Inc. USA

Thurink, Roy och Wennekers Sanders (2004)"Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth Journal of Small Business Development; 11

Tkachev, Alexi och Kolvereid, Lars (1999) "Self-employment intentions among Russian students" Bodø Graduate School of Business

Vesper, Karl H (1986) "Entrepreneurship, a fast emerging area in management studies" Journal of Small Business Management"

Wennekers, Sanders & Thurik, Roy "Linking Entrepreneurship and Economic growth" Small Business Economics. Dordrecht: Aug 1999. Vol. 13

Studier

NUTEK: B:2006:2 Verket för näringslivsutveckling: Entreprenörskapsbarometern (2005), <http://www.nutek.se/sb/d/231/a/3878> (hämtad senast 2006-12-17)

SACO Akademikerbarometern 3-2005 (framtagen av Jonas Bengtsson) <http://www.saco.se/templates/saco/document.asp?id=4089> (senast hämtad 2007-01-91)

Drivhusets Studie: Entreprenörskap för studenter, 2005 (NUTEK & MISTART) (mottagit via e-post 2006-11-20 av Lisen Kihlstedt, Drivhuset lisen.kihlstedt@drivhuset.se)

VentureLabs studie, 2005 attitydundersökning angående egenföretagande, Lunds universitet. <http://www.venturelab.lu.se/images/files/pdf/slutrappport.pdf> (hämtad senast 2007-01-09)

National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE 2004) research paper #001 "Making the Journey from Student to Entrepreneur: A Review of Existing Research into Graduate Entrepreneurship" The Institute for Small Business Affairs Consortium, GB (mottagit via e-post 2006-12-05 av Jim Olsson, alumn)

Ungdomsbarometern <http://www.saco.se/templates/saco/document.asp?id=4099> (senast hämtad (2006-11-15)

Internetkällor

Edling, L Dagens Industri "Anders Wall: Sverige behöver förebilder som Zennström" publicerad 2006-10-27 www.di.se, www.di.se/Nyheter (sökord entreprenör, senast hämtad 2006-12.13)

Gustafsson, Jonas ESBRI Institutet för entreprenörskaps- och småföretagsforskning artiklar ur kunskapsbanken <http://www.esbri.se>, <http://www.esbri.se/kunskapsbank.asp> (Senast hämtad 2006-12.13) Nedan följer artiklar från denna källa:

2005-12-27 "Entreprenörskapsutbildning - det gäller livet!" sammanfattning av Björn Bjerke, Daniel Hjorth och Gudrun Svedberg

2004:1-06-17 "Entreprenörer skapar egna möjligheter" sammanfattning av Nils Nilsson

2004:2-12-28 "Entreprenörskap är ett brett utbildningsområde som borde ingå i allmänbildningen" Sammanfattning av Sankaran Venkataraman

2003-03-20 "Vi forskare borde oftare agera som entreprenörer" Sammanfattning av Bengt Johannissen

Karlén, Åsa, ESBRI Institutet för entreprenörskaps- och småföretagsforskning artiklar ur kunskapsbanken <http://www.esbri.se>, <http://www.esbri.se/kunskapsbank.asp>) Nedan följer artiklar från denna källa:

2004:1-01-27 "Fortsatt lågt entreprenörskap i Sverige enligt senaste GEM-studien" (Senast hämtad 2007-01-05)

2004:2-03-05 "Få svenskar engagerade i företagsstarter" (Senast hämtad 2006-12.13)

Definition av GEM-rapporten: http://www.esbri.se/reynolds_2001.pdf (senast hämtad, 2007-01-11)

Myrdal, Anders (2005) "Ungdomlig syn på entreprenörskap"

http://www.utvecklandeaffarer.se/artikel.asp?tid_id=02/2005&Art_id=470&Reg_id=5 (senast hämtad 2006-12-08)

Möller, Hans, Ideon Science Park Ideon@ktuellt, Ledare vecka 51 (fått via e-post av Per-Hugo Skärvad)

Silberstein, M. Hedelin, J. Gianuzzi, M. och Huldshiner, H. ”Här har du näringslivets betyg, Göran Persson!” 2006-03-07 www.di.se, www.di.se/nyheter (sökord entreprenör, senast hämtad 2007-01-05)

Öhrn, L. Dagens Industri ”Allt färre entreprenörer i Sverige” 2005-07-19 www.di.se, <http://di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fArtikel.aspx%3fO%3dIndex%26ArticleId%3d2005%5c07%5c19%5c150603> (Senast hämtad 2006-12-13)

Örn, G. Dagens Industri ”Gasellerna gick framåt när Sverige gick bakåt” 2006-10-11 www.di.se, www.di.se/Nyheter (sökord entreprenör, senast hämtad 2006-12-13)

Definition OECD-länder www.wikipedia.se <http://sv.wikipedia.org/wiki/OECD> (senast hämtad 2007-01-11)

Information om Google: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Google>

Övriga Internetsidor

Dessa Internetsidor har vi använt för observation och vi har varit inne på en del olika länkar men vi finner inte det relevant att presentera dessa länkar här. De Internet sidor som är av extra vikt har vi presenterar hela länken till (se ovan, Internetkällor).

www.studera.nu (hämtad senast 2006-12-13)

www.lu.se (hämtad senast 2006-12-13)

www.ehl.lu.se (hämtad senast 2006-12-13)

www.fek.lu.se (hämtad senast 2006-12-13)

Kurssida för ”att arbeta med nyskapande projekt”

(www.fek.lu.se, <http://www.fek.lu.se/Default.asp?id=3310>)

www.venturelab.lu.se (hämtad senast 2006-12-13)

www.lundaekonomerna.lu.se/smedjan (hämtad senast 2006-12-13)
www.smakassan.se (hämtad senast 2006-12-13)
www.fenalund.se (hämtad senast 2006-12-13)
www.entrepreneur.lu.se (hämtad senast 2006-12-13)
www.nutek.se (hämtad senast 2006-12-13)
www.esbri.se (hämtad senast 2006-12-13)
www.circle.lu.se (hämtad senast 2006-12-14)
www.uni.oresund.org (hämtad senast 2006-12-13)

Övriga artiklar i fysisk upplaga

Tidningen (fysisk upplaga) Entreprenör nummer 10, 2006

Arnegård- Hansen artikel i Entreprenör nr 10 2006 sid. 60

Fadels artikel i Entreprenör nr 10, 2006 sid. 70

Härnqvist artikel i Entreprenör nr 10, 2006. sid. 33

Redjamand, artikel i Entreprenörern nr 10 sid. 65

EYE, Ernst & Young Executive Magazines (fysisk upplaga) nummer 4 2006

Annons: Små A i Skånska Dagbladet och Sydsvenskan under december, 2006.

Muntliga källor

Marie Löwegren, lektor i entreprenörskap vid Lunds universitet, intervju: 2006-11-20

Hans Landström, professor i entreprenörskap vid Lunds universitet, intervju: 2006-12-04

Göran Alsén, lektor i entreprenörskap, intervju: 2007-01-02

Möte: den 24 oktober och den 15 december (deltagande: se bilaga 1)

Övriga källor

Karin Aase, projekt koordinator, VentureLab

Alexander Högman, ordförande i FENA, 2006

Viktor Östbo, projektledare, SMEDJAN, 2005

Agneta Moe, högskolesekreterare, Ekonomihögskolan i Lund

Karin Sandström, Alumni EHL

Lisen Kihlstedt, Drivhuset

Bilagor

Följande bilagor är bifogade:

Bilaga 1, deltagarlista på möten

Bilaga 2, frågeformulär till entreprenörskapsorganisationer

Bilaga 3, några viktiga entreprenörskapsdatum

Bilaga 4, enkät till förstaårsstudenter

Bilaga 5, enkät till magisterstudenter

Bilaga 6, frågeformulär till alumner

Bilaga 7, presentation av studenternas svar

Bilaga 8, presentation av alumnernas svar

Bilaga 9, presentation av svaren på de öppna frågorna

Bilaga 1 Deltagare vid mötena

Deltagare vid mötena angående entreprenörskap vid Lunds universitet vars åsikter och synpunkter som vi har tagit del av.

Deltagare den 24 oktober:

Hans Landström, professor i entreprenörskap och initiativtagare till möten

Marie Löwegren, lektor i entreprenörskap

Jonas Jönsson, projektledare VentureLab

Anna Månsson, Karriärcenter, Ekonomihögskolan Lund

Louice Rosdahl, ordförande SMEDJAN, 2006

Filip Larsson, FENA

Sofie Nilsson, FENA

Sara Cederlund, Venture Cup, Syd

Deltagare den 15 december:

Hans Landström, professor i entreprenörskap och initiativtagare till möten

Marie Löwegren, lektor i entreprenörskap

Diamanto Politis, lektor, ansvarig för kommande entreprenörskapsmaster vid Lunds universitet

Jonas Jönsson, projektledare VentureLab

Anna Månsson, Karriärcenter, Ekonomihögskolan Lund

Filip Larsson, FENA Lund

Sofie Nilsson, FENA Lund

Sara Cederlund, Venture Cup, Syd

Bilaga 2 Frågeformulär till entreprenörskapsorganisationer

Hej

Vi skriver vår magisteruppsats om entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund. Vi hade uppskattat om Ni kunde ta några minuter till att besvara följande frågor.

Med vänlig hälsning

Sofie Nilsson & Jennie Gustafsson

Frågor om entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund

Hur uppfattar ni studenternas attityd till att starta eget?

Är det lätt att attrahera studenter till era events och till att vara aktiva i era organisationer etc.?

Vad är målet med era organisationer?

Uppliver ni att Ekonomihögskolan gynnar entreprenöriella egenskaper som exempelvis initiativförmåga, handlingsorientering, nyfikenhet etcetera.

Vad tror ni Ekonomihögskolan skulle kunna göra för att öka egenföretagandet?

Bilaga 3 Några viktiga entreprenörskapsdatum

(källa: e-post av Hans Landström 2007-01-03)

Månad	VentureLab	Karriärcenter	Venture Cup
Januari		30/1 Starta eget (Kick-off)*	30/1 Inlämning av affärsplaner (13.00)
Februari	2/2 Öppet hus (10-15) 15/2 Bokföringskurs (13-16)	1/2 Starta eget (Bli en vinnare) 6/2 Starta eget (Strategi & affärsplan) 8/2 Starta eget (Försäkr. & fogsform) 13/2 Starta eget (Säljteknik) 15/2 Starta eget (Patent & finansiering) 27/2 Starta eget (Styrelse & juridik)	
Mars	22/3 Skatteverket (13-)	1/3 Starta eget (Anställa och anställas)	
April	21-22/4 Tro på dina idéer		
Maj	15/5 Säljkurs (13-16)		

- Tiden för kursen på Karriärcenter är 16.15-18.00
- Entreprenöriell mässa för studenterna på krusen ”att arbeta med nyskapande projekt” (e-post utskick från företagsekonomiska institutionen, Lunds universitet)

Bilaga 4 Enkät till förstaårsstudenter

En studie om Ekonomihögskolans studenter

Tack för att ni hjälper oss!

1. **Kön:** man kvinna 2. **Ålder:** _____
3. **Du läser nu din _____ termin vid Ekonomihögskolan**
4. **Driver du nu eller har du tidigare drivit företag** ja nej
5. **Vilken är den främsta anledningen till att du företagsekonomi på Ekonomihögskolan?**
 få/söka anställning starta eget vet ej annat skäl, ange _____
6. **Vad tror du din sociala omgivning (familj, vänner) förväntar sig att du ska göra efter din utbildning? Ange ett alternativ**
 arbeta som anställd inom privata sektorn arbeta som anställd inom offentliga sektorn
 starta och driva eget företag som huvudsaklig sysselsättning vet ej annat, ange _____
7. **Var ser du dig helst om fem år? Ange ett alternativ**
 som anställd inom den privata sektorn som anställd inom den offentliga sektorn
 som egenföretagare vet ej annat, ange _____
- a. **Om du helst ser dig själv som anställd. Varför? Motivera**

- b. **Om du helst ser dig själv som egenföretagare. Varför? Motivera**

8. **Upplever du att du lätt kan få tillgång till den information som behövs för att starta ett företag (såsom registrering, skatteregler etc)**
 ja nej vet ej
9. **Upplever du att du har de kunskaper som krävs för att starta ett företag?**
 ja nej vet ej
10. **Tror du att du hade klarat av att starta och driva ett eget företag med den kunskap och information du har idag?**
 ja nej vet ej
- a. **Om ja, var har du fått denna kunskap och information ifrån? Om mer än en rangordna**
 Ekonomihögskolan stödorganisationer vid Ekonomihögskolan släkt och vänner
 andra stödorganisationer så som NUTEK, Bolagsverket, Skatteverket mfl annat, ange _____
- b. **Om nej, vilken kunskap och/eller information saknar du?**

11. **Tror du att du kommer starta ett företag under din studietid på Ekonomihögskolan?**
 ja nej vet ej

Var god vänd! →

12. Har du ambitionen att starta och driva eget företag som huvudsaklig sysselsättning efter avslutad utbildning?

ja nej vet ej

a. Om ja på fråga 12, varför? Om mer än en anledning stämmer, rangordna

- Jag har en idé jag vill förverkliga
- Jag ser de ekonomiska möjligheterna
- Jag vill styra min egen tid och arbete
- Högre status
- Jag kan inte se mig själv som anställd
- Annat _____

b. Om nej på fråga 12, varför? Om mer än en anledning stämmer, rangordna

- Saknar affärsidé
- Brist på kunskap
- För stor ekonomisk risk
- Mindre trygghet jämfört med anställning
- För mycket ansvar
- Saknar kontakter
- För många krångliga regler
- Inte värt ansträngningen
- Brist på intresse
- Annat ange _____

13. Tror du din vilja att starta eget kommer ändras under din tid på Ekonomihögskolan?

försvagas förstärkas oförändrad jag har aldrig haft en vilja att starta eget företag

Varför? Motivera

14. Förväntar du dig att du efter din utbildning på Ekonomihögskolan har de kunskaper som du tror behövs för att starta och driva eget företag?

ja nej vet ej

15. Vilka förebilder vill du främst komma i kontakt med på Ekonomihögskolan?

Förebilder som:

har höga poster på stora företag har startat och driver egna företag andra, vilka _____

16. Vilken hjälp skulle du främst vilja ha om du skulle starta eget?

- information om att starta eget rådgivning om att driva eget
- information om att driva företag hjälpa med att skaffa kontaktnät
- informera om hur man finansierar företag annat _____

17. Om det funnits en mer entreprenörsinriktad företagsekonomiutbildning skulle du i så fall välja den?

ja nej vet ej

Bilaga 5 enkät till magisterstudenter

En studie om Ekonomihögskolans studenter

Tack för att ni hjälper oss!

1. **Kön:** man kvinna 2. **Ålder:** _____
3. **Du läser nu din _____ termin vid Ekonomihögskolan**
4. **Driver du nu eller har du tidigare drivit företag** ja nej
5. **Varför läser du företagsekonomi på Ekonomihögskolan. Ange främsta anledningen**
 få/söka anställning starta eget vet ej annat skäl, ange _____
6. **Vad tror du din sociala omgivning (familj, vänner) förväntar sig att du ska göra efter din utbildning? Ange ett alternativ**
 arbeta som anställd inom privata sektorn arbeta som anställd inom offentliga sektorn
 starta och driva eget företag som huvudsaklig sysselsättning vet ej annat, ange _____
7. **Var ser du dig helst om fem år? Ange ett alternativ**
 som anställd inom den privata sektorn som anställd inom den offentliga sektorn
 som egenföretagare vet inte annat, ange _____
- a. **Om du helst ser dig själv som anställd. Varför? Motivera**

- b. **Om du helst ser dig själv som egenföretagare. Varför? Motivera**

8. **Upplever du att du lätt kan få tillgång till den information som behövs för att starta ett företag (såsom registrering, skatteregler etc)**
 ja nej vet ej
9. **Upplever du att du har de kunskaper som krävs för att starta ett företag?**
 ja nej vet ej
10. **Tror du att du hade klarat av att starta och driva ett eget företag med den kunskap och information du har idag?**
 ja nej vet ej
- a. **Om ja, var har du främst fått denna kunskap och information ifrån?**
 Ekonomihögskolan stödorganisationer vid Ekonomihögskolan släkt och vänner
 andra stödorganisationer så som NUTEK, Bolagsverket, Skatteverket mfl annat, ange _____
- b. **Om nej, vilken kunskap och/eller information saknar du?**

11. **Har du ambitionen att starta och driva eget företag som huvudsaklig sysselsättning efter avslutad utbildning?**
 ja nej vet ej

Var god vänd! →

a. Om ja på fråga 11, varför? Om mer än en anledning stämmer, rangordna (1,2,3 etc)

- Jag har en idé jag vill förverkliga
Jag ser de ekonomiska möjligheterna
Jag vill styra min egen tid och arbete
Högre status
Jag kan inte se mig själv som anställd
Annat ange _____

b. Om nej på fråga 11, varför? Om mer än en anledning stämmer, rangordna (1,2,3 etc)

- Saknar affärsidé
Brist på kunskap
För stor ekonomisk risk
Mindre trygghet jämfört med anställning
För mycket ansvar
Saknar kontakter
För många krångliga regler
Inte värt ansträngningen
Brist på intresse
Annat ange _____

12. Har din vilja att starta eget företag ändrats under din tid på Ekonomihögskolan?

- försvagats förstärkts oförändrad jag har aldrig haft en vilja att starta eget företag

a. Om din vilja att starta företag har förstärkts. Ange den främsta anledningen

- utbildningens innehåll Ekonomihögskolans stödjandeorganisationer Ekonomihögskolans kultur
 entreprenöriella förebilder jag kommit i kontakt med på Ekonomihögskolan
 kontaktnätet jag skaffat mig under min studietid annat _____

b. Om din vilja att starta företag har försvagats. Ange den främsta anledningen

- utbildningens innehåll brist på stödjande aktiviteter Ekonomihögskolans kultur
 brist på entreprenöriella förebilder på Ekonomihögskolan
 annat _____

13. Har Ekonomihögskolan gett dig den kunskap som du tror behövs för att starta och driva eget företag?

- ja nej vet ej

14. Tycker du att det finns tillräckligt med entreprenöriella inslag i Ekonomihögskolans utbildning?

- ja nej vet ej

15. Om det funnits en mer entreprenörsinriktad företagsekonomiutbildning skulle du i så fall valt den?

- ja nej vet ej

16. Vad kan Ekonomihögskolan göra för att främja entreprenörskap/egenföretagande?

Ange ett alternativ

- mer info om att starta eget mer rådgivning om att driva eget mer positiva exempel från verkligheten
 mer entreprenöriella inslag i utbildningen hjälpa studenterna att skaffa kontaktnät annat _____

Bilaga 6 Frågeformulär till alumner

Hej

Vi skriver vår magisteruppsats om entreprenörskap vid Ekonomihögskolan i Lund. Vi undersöker hur förstaårsstudenter och magisterstudenter ser på att starta och driva eget företag. För att vi ska kunna genomföra undersökningen vill vi även veta vad Ni, Alumner från Ekonomihögskolan, gör idag och vad som har styrt Era val. Vi är väldigt tacksamma om Ni kan ta någon minut till att kortfattat besvara följande frågor!

Vilken är Er huvudsakliga sysselsättning idag och om Ni driver, eller har drivit eget företag?

Ni som driver företag, varför detta karriärsval?

Ni som är anställda, varför detta karriärsval?

Hur uppfattade Ni Er studietid vid Ekonomihögskolan? Här vill vi endast veta om Ni tyckte att Ekonomihögskolan uppmuntrade till egenföretagande och om Ni fick de kunskaper som krävs för att driva eget företag.

Vad tror Ni Ekonomihögskolan skulle kunna ha gjort för Er för att öka Er vilja att starta eget?

Examensår?

Man/ Kvinna?

Har Ni några andra kommentarer kring ämnet entreprenörskap eller Ekonomihögskolan får Ni gärna framföra dem också!

Vi Uppskattar att Ni tog Er tid att besvara våra frågor. Det betyder jättemycket för oss som magisterstudenter.

Med vänliga hälsningar

Sofie Nilsson & Jennie Gustafsson

Bilaga 7 Presentation av studenternas svar

Här har vi presenterat empirin i form av procenttal samt absoluta tal. Vi har avrundat procenttalen till närmsta heltal. På de frågor där det förekommer bortfall presenterar vi det i antal per fråga. Alla procenttal baseras på det antal respondenter som har besvarat frågan.

	Förstaårsstudenter		Magisterstudenter	
	Procent	Antal (st)	Procent	Antal (st)
<i>Driver du nu eller har du drivit företag?</i>				
Ja	9%	13	10%	8
Nej	91%	134	90%	72
<i>Varför läser du företagsekonomi på EHL?</i>				
Få/söka anställning	39%	57	84%	67
Starta eget	21%	31	5%	4
Vet ej	19%	28	5%	4
Annat	21%	31	6%	5
<i>Vad tror du din sociala omgivning förväntar sig att du ska göra efter din utbildning?</i>				
Arbeta som anställd inom privata sektorn	59%	87	91%	73
Arbeta som anställd inom offentliga sektorn	3%	4	3%	2
Starta och driva eget som huvudsaklig sysselsättning	12%	18	3%	2
Vet ej	19%	28	3%	2
Annat, anger bra utbildning, bra grund	7%	10	1%	1
<i>Var ser du dig helst om fem år?</i>				
Som anställd inom privata sektorn	48%	71	81%	65
Som anställd inom offentliga sektorn	5%	8	1%	1
Som egenföretagare	32%	47	16%	13
Vet ej	10%	15	1%	1
Annat	4%	6		
<i>Upplever du att du lätt kan få tillgång till den information som behövs för att starta ett företag?</i>				
Ja	62%	91	61%	49
Nej	33%	48	34%	27
Vet ej	5%	8	5%	4
<i>Upplever du att du har de kunskaper som krävs för att starta ett eget företag?</i>				
Ja	23%	34	46%	37
Nej	76%	112	52%	42
Vet ej	1%	1	2%	1

Tror du att du hade klarat av att starta och driva ett eget företag med den kunskap och information du har idag?

Ja	23%	34	48%	38
Nej	48%	71	28%	22
Vet ej	29%	42	24%	20

Om ja var har du främst fått denna kunskap och information ifrån?

Ekonomihögskolan	15%	5	9%	3
Stödorganisationer vid Ekonomihögskolan	12%	4	13%	5
Släkt och vänner	52%	18	53%	20
Andra stödorganisationer såsom NUTEK etcetera	12%	4	19%	7
Annat, anger Ung Företagsamhet	9%	3	6%	2
Bortfall				1

Om nej vilken kunskap saknar du?

Det mesta just nu	28%	14	30%	3
Praktisk kunskap	24%	12	30%	3
Allmän information	12%	6	10%	1
Saknar sammanhängande kunskap	6%	3	10%	1
Laglig information	12%	6	10%	1
Hur hittar man affärsidé	6%	3	10%	1
Arbetslivserfarenhet	6%	3		
Bokföring	6%	3		
Bortfall		21		12

Tror du att du kommer starta ett företag under din studietid vid EHL?

Ja	12%	18		
Nej	58%	85		
Vet ej	30%	44		

Har du ambitionen att starta och driva företag som huvudsaklig sysselsättning efter avslutad utbildning?

Ja	31%	46	13%	10
Nej	41%	60	72%	58
Vet ej	28%	41	15%	12

<i>Om nej varför?</i>				
Saknar affärsidé	40%	22	38%	19
Brist på kunskap	18%	10	10%	5
För stor ekonomisk risk	4%	2	16%	8
Mindre trygghet jämfört med anställning	13%	7	36%	18
För mycket ansvar	9%	5		
Saknar kontakter	2%	1		
För många krångliga regler	9%	5		
Inte värt ansträngningen	4%	2		
Brist på intresse	2%	1		
Bortfall		5		8
<i>Om ja varför?</i>				
Jag har en idé jag vill förverkliga	30%	12	25%	2
Jag ser de ekonomiska möjligheterna	10%	4	50%	4
Jag vill styra min egen tid och arbete	48%	19	25%	2
Högre status	10%	4		
Jag kan ej se mig själv som anställd	2%	1		
Annat				
Bortfall		6		2
<i>Tror du att din vilja att starta och driva eget kommer att förändras under in studietid vid EHL?</i>				
Försvagas	1%	2		
Förstärkas	58%	85		
Oförändrad	28%	41		
Vet ej	13%	19		
<i>Har din vilja till att starta och driva företag förändrats under din studietid på EHL?</i>				
Försvagats			5%	4
Förstärkts			31%	25
Oförändrad			59%	47
Jag har aldrig haft viljan att starta eget			5%	4
<i>Om din vilja att starta eget har förstärkts. Vad tror du detta beror på?</i>				
Utbildningens innehåll			20%	5
Ekonomihögskolans stödande organisationer			12%	3
Ekonomihögskolans kultur			4%	1
Entreprenöriella förebilder jag kommit i kontakt med på EHL			12%	3
Kontaktnätet jag har blivit del av under min studietid			40%	10
Annat			12%	3

Om din vilja att starta eget har försvagats. Vad tror du detta beror på?

Utbildningens innehåll	60%	2
Brist på stödjande aktiviteter vid EHL	20%	1
Annat	20%	1

Förväntar du dig att du efter din utbildning på EHL har de kunskaper som krävs för att starta och driva eget företag?

Ja	81%	119
Nej	18%	26
Vet ej	1%	2

Har EHL gett dig den kunskap som du tror behövs för att starta och driva ett företag?

Ja	33%	26
Nej	67%	54

Vilka förebilder vill du helst komma i kontakt med på EHL?

Förebilder med höga poster på stora företag	51%	75
Förebilder som har startat och driver eget	43%	63
Andra	6%	9

Tycker du det finns tillräckligt med entreprenöriella inslag i EHLs utbildning?

Ja	16%	13
Nej	58%	46
Vet ej	26%	21

Om det funnits en mer entreprenörsinriktad företagsekonomiutbildning skulle du i så fall valt den?

Ja	17%	25	21%	17
Nej	46%	68	54%	43
Vet ej	37%	54	25%	20

Vilken hjälp skulle du främst vilja ha om du skulle starta eget företag?

Information om att starta eget	18%	27
Rådgivning om att driva eget	6%	9
Information om att driva eget	22%	32
Hjälp med att skaffa kontaktnät	33%	48
Information om hur man finansierar företag	21%	31
Annat		

*Vad kan EHL göra för att främja
entreprenörskap/egenföretagande?*

Mer information om att starta eget	21%	17
Mer rådgivning om att driva eget	14%	11
Mer positiva exempel från verkligheten	25%	20
Mer entreprenöriella inslag i utbildningen	10%	8
Hjälp med att skaffa kontaktnät	30%	24

Bilaga 8 Presentation av alumnernas svar angående vad de gör idag

Nedan följer en presentation på vad alumnerna gör idag. Vi har delat in dem i två kategorier; examen mellan 1995-2000 och 2001-2006. Detta för att se om det var någon skillnad mellan dem. Men då det inte var någon större skillnad mellan dem tar vi inte upp detta ytterligare i uppsatsen. Nederst på sidan presenteras en total sammanställning utav alumnernas svar. Det är denna vi utgår från i uppsatsen. Då en mer detaljerad presentation av respondenternas svar efterfrågas av Karin Sandström, Alumni, valde vi att dela in respondenterna även efter kön. Detta lämnas utanför i analysen då vår frågeställning inte berör detta. Svaren är presenterade både i form av absolutotal och procenttal. Procenttalen är avrundade till närmsta heltal. Vi presenterar inte svaren från de övriga frågorna till alumnerna här då vi inte finner att en statistisk sammanställning utav dessa är nödvändig. Svaren är endast presenterade i empirin.

2001-2006

	Kvinnor	Män	Totalt	Procent
Driver eget företag:		3	3	6%
Arbetar som anställd:	12	35	47	94%
Har tidigare drivit eget företag:		4	4	8%
Driver företag vid sidan av anställning		1	1	2%
Summa	12	38	50	

1995-2000

	Kvinnor	Män	Totalt	Procent
Driver eget företag	1	1	2	8%
Arbetar som anställd	9	13	22	92%
Har tidigare drivit eget företag	1	1	2	8%
Driver företag vid sidan av anställning				
Summa	10	14	24	

Totalt 1995-2006

	Kvinnor	Män	Totalt	Procent
Driver eget företag	1	4	5	7%
Arbetar som anställd	21	48	69	93%
Har tidigare drivit eget företag	1	5	6	9%
Driver företag vid sidan av anställning		1	1	1%
Summa	22	14	74	

Bilaga 9 Presentation av svaren från frågorna med öppna svarsalternativ

Nedan följer en presentation av svaren från förstaårsstudenterna, magisterstudenterna och alumner rörande frågorna varför de helst vill vara anställda eller egenföretagare. Det är bara de som har svarat att de som helst ser sig själva som anställd eller egenföretagare som besvarat denna fråga. Procenttalen är avrundade till närmsta heltal. På de frågor där det förekommer bortfall presenterar vi det i antal per fråga. Alla procenttal baseras på det antal respondenter som har besvarat frågan.

	Förstaårsstudenter		Magisterstudenter		Alumni	
	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal
<i>Varför ser du dig helst som anställd?</i>						
Saknar affärsidé	3%	2	7%	4	8%	5
Brist på kunskap	5%	3			2%	1
Vill ha trygghet	23%	15	40%	22	43%	26
För stor ekonomisk risk			2%	1	5%	3
Saknar kontakter			2%	1		
Vill skaffa mig erfarenhet	28%	18	25%	14	22%	13
För många krångliga regler	3%	2	5%	3	3%	2
Inte värt ansträngningen	5%	3	5%	3		
Tar för mycket tid att vara egen			5%	3	10%	6
Vill arbeta i stor organisation	12%	8	4%	2	5%	3
Frihet	3%	2			2%	1
Brist på intresse	9%	6	5%	3		
Vill utvecklas	5%	3				
Vill tjäna pengar fort	5%	3				
Bortfall		14		10		9
<i>Varför ser du dig helst som egenföretagare?</i>						
Jag har en idé jag vill förverkliga	18%	7				
Jag ser de ekonomiska möjligheterna						
Jag vill styra min egen tid och arbete	40%	16	50%	5	100%	5
Jag kan ej se mig själv som anställd	10%	4		2		
Utmaning	7%	3	18%	2		
Kul att bygga upp något själv	10%	4	24%	1		
Självförverkligande			6%			
Större möjligheter	10%	4	11%			
Ska ta över företag	5%	2				
Bortfall		7		3		

