



Handelshøyskolen BI - campus Bergen

# ENT 36701

Bacheloroppgave - Entreprenørskap

Bacheloroppgave

Serieentreprenørskap I Norge

Navn: William Ertvaag, Tord Edvin Mosdal,  
Daniel Sandåker Heldal

Utlevering: 06.01.2020 09.00

Innlevering: 03.06.2020 12.00

FORORD

---

---

Denne bacheloroppgaven er skrevet i våren 2020 av tre studenter som studerer entreprenørskap og økonomi ved Handelshøyskolen BI, Bergen. Dette vil være vår avsluttende oppgave og vil markere slutten på tre gode og læringsrike år.

Bakgrunnen for denne bacheloren og dens problemstilling er vår interesse for- og tidligere erfaring med oppstart av egne selskap. Dette er noe vi alle brenner for og vi ser dermed for oss at vi kommer til å gjennomføre den entreprenørielle prosessen flere ganger. På bakgrunn av dette har vi valgt å utforske begrepet serieentreprenør og hvordan serieentreprenørskap er i Norge. Prosessen med frembringelse av vår bachelor har vært utfordrende, men har gitt oss verdifull innsikt og ny kunnskap.

Vi vil også takke alle som har bidratt til vår besvarelse. Dette gjelder både våre intervjuobjekter og veileder, som har vært essensielle for dette produktet. Samtidig vil vi fremheve vår veileder både for gode råd og støtte, men også for en givende klassekultur med godt miljø og involverende forelesninger.

Takk for oss!



Tord Edvin Mosdal



William Ertvaag



Daniel Sandåker Heldal

## SAMMENDRAG

---

Serieentreprenører er nødvendige for å tilføre innovasjon og samtidig utvikle samfunnet med tiden. Vi ønsker å se nærmere på hvordan serieentreprenørskap ser ut i Norge og gå nærmere inn på hvordan en typisk serieentreprenør tenker. Vi vil i løpet av vår oppgave legge frem teoriforankrede funn for å besvare problemstillingen:

***Hvordan ser serieentreprenørskap ut i Norge?- Hva kjennetegner en serieentreprenør og hva motiveres dem av?***

Oppgavens første del presenterer bakgrunnen for oppgaven, etterfulgt av struktur før vi legger til rette definisjonen av en entreprenør for å videre kunne drøfte en serieentreprenør. Del to omhandler vårt teoretiske rammeverk og presenterer teorier fra blant annet Penrose, Sarasvathy, Spilling, Lai og Maslow. Dette skaper grunnlaget for oppgavens videre analyse. I del tre tar vi for oss metodene vi har anvendt for å samle inn nødvendig data. Her fremlegges blant annet vår kvalitative datainnhenting i form av ti dybdeintervju med ulike typer entreprenører. Det var viktig for oss å kunne intervjuer både kvinner og menn i forskjellige aldersgrupper for å skape et helhetlig bilde av serieentreprenører i Norge. Vi avslutter del tre med en kritikk av oppgavens reliabilitet og validitet for å sikre kvaliteten av våre funn. Del fire vil presentere disse funnene og skille primærdata inn i de relevante emnene. Avslutningsvis vil vi i del fem forankre våre funn opp mot teorien og presentere en konklusjon i del seks som gir et klart svar på vår problemstilling.

Gjennom vår oppgave har våre funn vist oss at det norske samfunnet er åpen for serieentreprenørskap i form av rammeverk. Serieentreprenørene ser videre på de norske normene som en negativ faktor, men mener at det har blitt bedre nå enn det var for 10 år siden. Vi ser også at det som kjennetegner en serieentreprenør er en samling av flere faktorer som energi, risikovillighet og selvstendighet. Dette gjenspeiles også delvis i deres motivasjon hvor det å være sin egen sjef, samt anerkjennelse fra andre er sammen med de materielle godene deres største motivasjonskilde.

---



---

 INNHOLDSFORTEGNELSE
 

---

<b>FORORD .....</b>	<b>1</b>
<b>SAMMENDRAG.....</b>	<b>2</b>
<b>1.0 INNLEDNING.....</b>	<b>4</b>
1.1 BAKGRUNN FOR OPPGAVEN .....	4
1.2 PROBLEMSTILLING OG AVGRENSNING .....	5
1.3 STRUKTUR AV OPPGAVEN .....	5
1.4 DEFINISJON AV EN ENTREPRENØR.....	6
<b>2. TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 SERIEENTREPRENØREN .....	8
2.1.1 <i>Visjon</i> .....	11
2.2 RESSURSER .....	11
2.2.1 <i>NETTVERK</i> .....	13
2.2.2 <i>Kompetanse</i> .....	14
2.2.3 <i>Team</i> .....	15
2.3 MOTIVASJON .....	16
2.4 NORMER I SAMFUNNET .....	19
2.5 RAMMEVERK .....	20
<b>3. METODEVALG.....</b>	<b>21</b>
3.1 FREMGANGSMÅTE .....	21
3.2 KVALITATIV METODE VS KVANTITATIV METODE.....	22
3.3 BESKRIVELSE AV UNDERSØKELSEN .....	23
3.3.1 <i>Datatriangulering</i> .....	23
3.3.2 <i>Utvælgelse av intervjuobjekter</i> .....	23
3.3.3 <i>Datainnsamling</i> .....	24
3.3.4 <i>Intervjuguide</i> .....	24
3.4 EVALUERING AV METODEN.....	25
3.4.1 <i>Reliabilitet</i> .....	25
3.4.2 <i>Validitet</i> .....	25
<b>4. EMPIRI .....</b>	<b>26</b>
4.1 SERIEENTREPRENØREN .....	27
4.2 RESSURSER .....	30
4.3 MOTIVASJON .....	32
4.4 NORMER .....	33
4.5 RAMMEVERK .....	34
<b>5. ANALYSE.....</b>	<b>35</b>
5.1 SERIEENTREPRENØREN .....	35
5.2 RESSURSER .....	39
5.3 MOTIVASJON .....	41
5.4 NORMER .....	43
5.5 RAMMEVERK .....	45
5.6 KRITIKK TIL OPPGAVEN .....	46
<b>6. KONKLUSJON.....</b>	<b>46</b>
<b>BIBLIOGRAFI .....</b>	<b>48</b>
<b>VEDLEGG.....</b>	<b>59</b>

## 1.0 INNLEDNING

---

I dag er det mange som streber etter tittelen serieentreprenør, og drar sin motivasjon fra noen av verdens største serieentreprenører, Bill Gates og Elon Musk. Selv om det i dag foreligger store suksesshistorier, finnes det også farer og usikkerheter ved å være en serieentreprenør. Ved mangelfull lederferdigheter og troverdighet, blir det vanskelig å overbevise andre til å overta ansvaret for bedriften. Serieentreprenører er gjentatte forretningstartere som tidligere har solgt eller lagt ned en bedrift som de i det minste delvis eide og driftet, mens de samtidig driver en annen (Ilmakunnas, 2007). Hva er egentlig grunnlaget for at disse enkeltpersonene klarer gang på gang å starte en vellykket bedrift når tall fra Statistisk Sentralbyrå opplyser at kun 29,8% av alle norske bedrifter startet i år 2012 overlevde de første 5 årene (Skullerud K. F., 2019)? Hva er det som får en person som tidligere har skaffet seg erfaring fra entreprenørskap til å starte på nytt? Er det fordi individet streber etter mer og trives bedre i en oppstartsfasen og den paniske veien til å lykkes? Eller foreligger det andre motivasjoner? Gjennom denne oppgaven er de disse temaene som vil bli besvart. På grunnlag av utførte dybdeintervjuer med en rekke serieentreprenører, vil vi drøfte deres meninger og synspunkter på disse temaene i Norge og legge frem en samlet konklusjon av dette.

### 1.1 BAKGRUNN FOR OPPGAVEN

---

Gjennom vårt utdanningsforløp innen entreprenørskap har vi fått en smak av hvordan det er å være en entreprenør. Vi har hatt praktiske fag som «oppstart av bedrift» hvor vi skulle i grupper starte våre egne studentbedrifter og drifte dem. Vi har også vært konsulenter for en gitt start-up bedrift, hvor vi fikk et innblikk av hvordan oppstartsfasen kan være for nye selskaper og hvilke utfordringer som følger med. Videre har vi hatt flere teoretiske fag som har gitt oss verdifull kunnskap innen flere emner som omhandler entreprenørskap. Utdanningen vår gav mersmak og samtlige i gruppen vår ønsker å starte for seg selv og skape egne produkter i fremtiden.

Etter flere samtaler oss imellom ble det klart at vi alle var fascinert av selve prosessen når det kom til å skape et produkt og det å starte et selskap, men vi ønsket ikke nødvendigvis å låse oss til det vi skapte. Vi så på oss selv som potensielle serieentreprenører. Derfor ønsket vi å se nærmere inn på hva det å være serieentreprenør faktisk betyr, samt hva som skiller dem fra andre entreprenører. Ved å studere ulike aspekter av serieentreprenørskap vil det hjelpe oss å legge en strategi etter endt bachelorgrad over hvordan vi ønsker å angripe markedet. Dette kan gi oss en større sjanse til å lykkes når den tid kommer.

## 1.2 PROBLEMSTILLING OG AVGRENSNING

---

Etter vi hadde funnet ut hva vi ønsket å skrive om, satt vi en god periode og diskuterte hva som kunne være relevant for å utlyse forskjellene mellom en entreprenør og en serieentreprenør. Vi kom frem til at vi skulle sammenligne dem ved å se på forskjeller innen ressurser, nettverk, væremåte, visjon og ikke minst hva som motiverer de ulike partene. Vi har brukt både kvinner og menn i vår studie for å skape et mer helhetlig bilde av entreprenører uavhengig av kjønn. Vi ønsket i utgangspunktet å sammenligne serieentreprenører i Norge og USA, men mangel på intervjuobjekter og annen data fra USA sin side gjør det vanskelig å legge frem en balansert konklusjon. Dette har gjort til at vi så har begrenset oss til norske entreprenører. Vi vil gjennom vår datainnhenting og analyse svare på følgende problemstilling:

***Hvordan ser serieentreprenørskap ut i Norge?- Hva kjennetegner en serieentreprenør og hva motiveres dem av?***

## 1.3 STRUKTUR AV OPPGAVEN

---

Oppgaven er delt inn i seks deler hvor vi innledningsvis legger frem definisjonen av en entreprenør før vi i del to skaper det teoretiske rammeverket som vil bli brukt i vår oppgave. Videre i del tre går vi nærmere inn på hvilke metoder vi har anvendt for å samle inn kvalitativ- og kvantitativ data, hvilke undersøkelser vi gjorde og hvorfor vi valgte de ulike intervjuobjektene. Del fire omhandler våre viktigste funn fra innsamlet data opp mot teorien og vil videre bli grundig analysert i del fem. Avslutningsvis vil vi i del seks legge frem vår konklusjon som vil gi leseren et grundig svar på vår problemstilling.

## 1.4 DEFINISJON AV EN ENTREPRENØR

---

I forbindelse med vår problemstilling er det viktig å distansere entreprenøren fra serieentreprenøren. Entreprenører operer ofte innenfor bygg- og anleggsvirksomhet (Ørstavik, 2019A), hvor dem streber etter innovasjon eller etableringer av nye bedrifter. Som en entreprenør tenker en utenfor boksen og søker økonomisk vinning gjennom allierte og samarbeid hvor andre overser. Schumpeter forklarer gjennom sin teori om økonomisk utvikling, at entreprenøren står her helt sentralt (Schumpeter, 1912). I dag regnes Schumpeter som en av dem første underviserne som introduserte entreprenørskap og konseptet bak det (Liberto, 2019). Gjennom sine teorier presenterte han begrepet “Unternehmergeist” som betyr entreprenørånd. Økonomisk utvikling foreligger ved endringer i de kvalitative kombinasjonene. Disse endringene er hva Schumpeter videre definerer som innovasjon. Det er i denne teorien Schumpeter legger et skille mellom de “*økonomiske tilpasninger som skjer innenfor et økonomisk vekstsirkulasjon i tilnærmet likevekt og vekstimpulsene som kommer gjennom innovasjon*” - Finn Ørstavik (Ørstavik, 2019A). Det er entreprenøren gjennom sitt arbeid som frembringer disse vekstimpulsene. Dette gjelder selv om de strider mot normene i en allerede etablert bedrift (Ørstavik, 2019A).

Ved å innføre disse endringene i økonomien Schumpeter definerer, vil det lede til ustabilitet for bedriften og vil stadig drive utviklingen videre (Spilling, 2005). Entreprenørskap omhandler ikke bare å etablere nye bedrifter, men forplanter seg ved å bringe noe nytt inn i økonomien (L.Bodde, 2004). Denne prosessen har definisjonen “*An Entrepreneurial Venture*”, og blir beskrevet som en som foretar seg minst en av Schumpeters fire kategorier av oppførsel (Dewhurst, 1996). Disse fire kategoriene forteller at prinsippet ved et gründerforetak er lønnsomhet, vekst og at bedriften er karakterisert ved å ha en innovativ strategisk plan (Dewhurst, 1996). Noe nytt vil skje på bekostning av etablerte midler som da må tilpasse og utvikle seg. Ved disse endringene er det den økonomiske vinningen som ofte blir fremhevet, samtidig som det finnes andre faktorer som blir forandret gjennom innovasjon. Dette er faktorer som kan virke som en vekker for arbeidere i bedriften. Endringen kan frembringe bedre selvoppfatning og forståelse av bakgrunnen for deres arbeid. Entreprenørens virksomhet er derfor langt viktigere enn å bare være en motor for økonomisk vekst (Ørstavik, 2019A).

En entreprenør blir ofte forbundet med å være en gründer, som gjennom historisk opprinnelse har hatt en utelukkende negativ assosiasjon (Leksikon, 2018). Det var her Joseph A. Schumpeter stridest mot datidens dommer og heller så deres viktighet (Ørstavik, 2019B). Nye innoverende tiltak entreprenøren foretar seg i etablerte bedrifter kan ofte bli en utfordring for grupper, bedrifter og enkeltpersoner, men kan bidra til vekst på ulike fronter (Sarasvathy, 2012). Schumpeter definerer derav ikke bare personer som starter nye bedrifter som entreprenører, men dem som foretar seg disse endringene i praksis og gjerne har foreliggende personlige egenskaper som gjør dem effektive (Ørstavik, 2019B). Det kan videre diskuteres hva som regnes som entreprenørskap ved etableringer av nye bedrifter. Vi kan derfor dele etableringer opp i to former, ny virksomhet og forretningsmessig virksomhet (Spilling, 2005, ss. 10-11).

Schumpeter stilte et krav for at dersom virksomheten skal beregnes som ny, må det foreligge en "ny kombinasjon" (Schumpeter, 1912). Dette tilsier at ved å etablere en ny restaurant eller å kopiere andre bedrifter, som ikke har en ny kombinasjon, vil den ikke bli beregnet som ny. Eksempelvis innenfor restaurantbransjen kom McDonalds ut som en ny virksomhet. De omstrukturerte måten de ledet arbeiderne på og leverte produktene deres på en innovativ måte. De brukte allerede kjente ressurser i restaurantbransjen, men på en ny måte. Ved bruk av disse nye kombinasjonene skapte McDonald's et nytt marked (Spilling, 2005, s. 11). Ved forretningsmessig virksomhet, foreligger det at virksomheten er levedyktig i et marked. For å stille minstekrav for en slik type virksomhet, så Schumpeter på etableringer av vekstkraftige virksomheter som leder til utvikling av noe bedre (Ljunggren, 2018). Disse virksomhetene har mye større samlet interesse for samfunnet enn selvstendig næringsdrivende (Spilling, 2005, s. 13). Dette bringer innsigelsen om at det foreligger en faktor av suksess for å bli anerkjent som entreprenørskap (L.Bodde, 2004).

Begrepet forretningsmessig virksomhet blir bredt anvendt, hvorav det "nye" ikke nødvendigvis behøver å være nyetableringer, men godtas dersom det etableres en eller flere nye avdelinger i virksomheten (Spilling, 2005, s. 14). Ved utvikling av nye metoder og inntektsmuligheter internt i en bedrift, kan man også anvende begrepet intraprenørskap (Hoholm, 2010). I likheter med teknikker brukt i serieentreprenørskap, bruker man også entreprenøriske metoder for å



videreutvikle modeller og gjøremåter for å fremme økonomisk vekst i intraprenørskap.

## 2. TEORI

---

Teorikapittelet vil danne grunnlaget for analysen og forankre våre funn. I kapittelet vil det bli fremlagt en utdypelse av hva en serieentreprenør er, personlighetstrekk og dens visjon. Vi ser også videre på hvilke ressurser i form av nettverk, kompetanse og team en serieentreprenør kan dra nytte av og hvordan disse kan skille dem fra en entreprenør. Teori innen motivasjon vil bli fremlagt for å kunne se nærmere på hva som motiverer en serieentreprenør. Etersom problemstilling belyser hvordan serieentreprenørskap er i Norge, har vi også valgt å inkludere normer og rammeverk.

### 2.1 SERIEENTREPRENØREN

---

Gjennom definisjonen av entreprenøren, drar en likheter til en serieentreprenør. En serieentreprenør er et individ som har gjennomgått den entreprenøriske prosessen flere ganger (Sander, 2019) og har med dette erfaringer fra tidligere entreprenørproppdrag. Forskjellen mellom dem foreligger ved evnen serieentreprenøren har til å forlate bedriftene etter innovasjonen har skjedd og dra videre til nye prosjekter (Ilmakunnas, 2007). En serieentreprenør får i gang prosessen med en ide, før dem bringer andre inn til å overta ansvaret slik serieentreprenøren selv kan dra videre (Dictionary, 2020). Det å være en entreprenør i seg selv er en stor utfordring for de fleste. En rekke undersøkelser viser til at 70% av nystartede bedrifter mislykkes allerede i sitt første år, hvor videre 50% av disse ikke prøver nyetableringer for andre gang (Skullerud H. F., 2014). Det er ingen overraskelse at en serieentreprenør, i likhet med en entreprenør, er villig til å åpne seg opp for risiko og usikkerhet (Gartner, 2010). En analytisk entreprenør kan på lengre sikt ha mindre nytteverdi i motsetning til en som er risikovillig. Gjennom artikkelen *How Entrepreneurs Craft* av Bhidé (1994), blir det allerede fra starten presisert at en entreprenør som oftest ikke har nok foreliggende tid, samt kapital til å gjennomføre tilstrekkelige analyser, intervjuer og oppbygging av strukturer. Derfor baseres det heller på den strategiske gjennomføringsevnen entreprenøren har, samt evnen til å opprettholde interessen fra nødvendige investorer, kunder og ansatte (Bhidé, 1994).

En studie gjennomført i 1990 viser til at entreprenører som bruker lang tid til å gjennomføre analyser, tester, refleksjoner og planlegging ikke nødvendigvis var mer sannsynlig til å overleve de tre første årene enn dem så tok muligheten uten planlegging. Det står heller på hvilke ressurser, evner og strategier en entreprenør har som er den avgjørende faktoren for langtidssuksess (Dollinger, 2008).

Analyser kan også ta for lang tid, samt ødelegge ideer dersom de finner for mange problemer. Serieentreprenører er sagt til å være et viktig bidrag for deres potensiale til å fostre høyere rikdom i landet de opererer (Lima, 2009). Bhidé (1994) har gjennom den overnevnte artikkel kommet frem til tre retningslinjer som er viktig for nye entreprenører.

1. Analyser muligheter raskt for å utelukke mindre lovende muligheter.
2. Analyser sparsomt for å fokusere på viktige problemer.
3. Integrer handlinger og analyser.

Serieentreprenører har gjennom tidene blitt studert som et fenomen innenfor entreprenørskap (Plehn-Dujowich, 2009). Oppgaven har til nå forklart hva en entreprenør og serieentreprenør er, samtidig hvordan vi kan differensiere dem. Gjennom dette kan vi sette opp en rekke personlighetstrekk og planleggingsevner som finnes ved vellykkede serieentreprenører.

### ***Personlighetstrekk***

For det første ligger entusiasmen ved å skape noe nytt. Gjennom denne prosessen har individet allerede planlagt teamet som skal brukes, og hvilke muligheter som skal gripes (Sharma, 2018). Fokuset foreligger mer på det å skape, fremfor å utvikle. En ekte serieentreprenør forlater bedriften med en gang den er på riktig vei med etablerte rutiner og mål. Individet legger ikke sin motivasjon i penger, men følelsen ved å lykkes, lage et team og den paniske veien til det å skape (Sharma, 2018). Serieentreprenører etablerer seg ofte i en rekke bransjer, men blir ofte fokusert rundt nye teknologier og digitale nettløsninger (Ilmakunnas, 2007). Dette er grunnet disse sektorene ofte er kjent for å lede til “Breakneck Growth” (Merriam-Webster, 2020). Samfunn som i dag preges av prestasjonstrang kjennetegnes å være fremgangsrike. Entreprenører foretar sin prestasjonstrang gjennom de ovennevnte prosessene. Det å presentere, samt utfordre seg selv

gjennom den paniske veien til å skape noe nytt er belønning i seg selv (McClelland, 1961).

En annen faktor som skiller en serieentreprenør fra andre sjefer og fast ansatte, er lengselen til å stille spørsmål, finne svar, utforske nye muligheter og sammenkoble ideer. Det å være nysgjerrig og strebe etter nye innovasjoner, er en essensiell faktor for kunne skille seg ut i et marked, eller lage et nytt (Constantino, 2015). Samtidig er det å starte for seg selv et stort ansvar. Derfor er det viktig å være selvstendig for å mestre stress og forventninger rundt dette. Å stå alene i en oppstartsprosess er alt annet enn lett. Det er ingen andre en kan snu seg til for å stille spørsmål eller be om råd (Lillegrein, 2018). Samtidig preges markedet i dag av stor konkurranse. Fra en studie levert av Harvard Business Review, var overtalelse den kvaliteten serieentreprenører hadde fremfor alt annet. Med dette kommer evnen til å forandre tanker, meninger og oppførsel. Bonnstetter (2012) presiserer at entreprenører må ha evnen til å overtale, enten det er til å rekruttere et team eller få kapital fra investorer og aksjonærer (Bonnstetter, 2012).

Ved foreliggende evne til overtalelse, forekommer også evnen til å skape et nettverk. Sosialt nettverk har lenge blitt sett på som et viktig virkemiddel innenfor entreprenørskap (Quan, 2012). Sosiale nettverk fokuserer på forholdet mellom andre entreprenører og aktører, noe som kan bidra til en lettere oppstart og andre entreprenørisk prosesser. Videre kan et nettverk bidra til et større utvalg av ressurser som ellers kan være vanskelig å få tilgang til. Dette er ressurser som kapital, teknologier, erfaringer og dyktige medarbeidere (Quan, 2012).

### ***Planleggingsevner***

Mange entreprenører i dag går for fort frem når de utvikler bedriftene sine. Dette er noe av grunnen for at over 70% av bedriftene mislykkes innen det første året. Når det kommer til å skalere bedriften, omhandler det å vite hvilke ressurser en har tilgjengelig, enten det kommer til tid, HR eller kapital (Lillegrein, 2018). Disse ressursene må brukes med omhu og ikke undervurderes. Blant dagens serieentreprenører er dette en viktig faktor og må mestres for å kunne bli en etablert serieentreprenør (Penrose, 1959). Ettersom motivasjonen ikke foreligger i økonomien, men i å skape (U.S Regional Depository, 2005), er tid en serieentreprenørs viktigste ressurs. Det å kunne planlegge riktig og viktige rutiner

innenfor en tidsramme, vil være en mer sikker vei til suksess. Tid er en mangelfull ressurs og kan ikke fornyes dersom enkelte feil forekommer (Lillegrein, 2018).

Ettersom tid er den viktigste ressursen en serieentreprenør har, er det viktig å vite når en må stoppe med et prosjekt og gå videre (Constantino, 2015). Enkelte prosjekter kan ende opp med å bli en penge- og tids slukende mareritt som kan hemme fremtidige prosjekter og virksomheter. Marc Preston presiserer at dersom en bedrift går gjennom en nedgangsfase, er det ikke en prosjektert forretningsplan på 70 sider som vil hjelpe deg, snarere handler det om at serieentreprenører løser problemet og leverer resultater (Constantino, 2015).

---

### 2.1.1 VISJON

---

En serieentreprenør streber etter forandringer og finner selv motivasjonen i det å skape noe nytt, utfordringene dette innebærer og spenningen derav (Sarasvathy, 2012). Entreprenører er ledere, og har lederskapsferdigheter utover det forventede. Lederskap og evnen til å lede, er et trekk som gjennom en studie gjort av Bonnstetter (2012), viser seg å være en avgjørende faktor for en serieentreprenører. Gjennom Bonnstetter (2012) sin studie, kunne de med 90 prosent sikkerhet forutse hvem som kom til å bli en serieentreprenør (Bonnstetter, 2012). En god leder har en sterk visjon for sin bedrift, dens fremtid og hvordan nå dette. Gjennom disse visjonene ser serieentreprenøren verden på andre måter enn den er i dag. Visjonene viser til hvordan serieentreprenøren ønsker at verden skal bli (Wickman, 2006, s. 324), samt hvordan de kan bruke deres visjon til å motivere andre. Disse visjonene er positive synspunkter på hvordan dem ønsker å drive, utvikle og påvirke dagens marked. De viser til hva som er og kan bli, samt også belønningene som kan vinnes. For at visjonene ikke skal ende opp med å holde serieentreprenøren tilbake, er det viktig å kontinuerlig finpusse og tilpasse den. En visjon er et viktig verktøy for serieentreprenørens fremtid og skal gi dem en klar retning.

---

### 2.2 RESSURSER

---

Videre i denne teorien er det interessant å se på hvordan en serieentreprenør skiller seg fra en entreprenør når det kommer til ressurser, og forutsetning for anskaffelse av dem. Ressurser inkluderer fysiske ting en bedrift kan kjøpe, lage for seg selv og personene som er ansatt (Penrose, 1959). Tjenestene er derimot

bidraget ressursene tilrettelegger for og sikrer produktiv drift av selskapet (Hunt, 1999). Som utgangspunkt, forteller Penrose (1959) at det er ikke ressursene som utgir input i produksjonsprosessen, men tjenestene ressursene kan gi. I likhet med McDonalds eksempelet, forteller dette at så lenge ressursene blir brukt annerledes, til forskjellige formål, oppgaver og med ulik mengde, vil bedriften kunne utgi en rekke forskjellige tjenester (Penrose, 1959). Med dette blir tjenestene definert som det særegne for hver bedrift, og ikke ressursene. Dette betyr at bedrifter med samme ressurser i samme bransjer kan utgi ulike tjenester hvis dem konfigurerer ressursene i unike kombinasjoner (Yuri Mishina, 2004). Videre presiserer Wickman (2006) at denne forvandlingen, bruken og læringen av hvordan bruke ressurser i unike kombinasjoner i seg selv kan betegnes som en ressurs (Wickman, 2006). Dette går videre til hvordan ressurser kan skille en serieentreprenør fra en entreprenør. En serieentreprenør kan ha gjennom tidligere erfaring anskaffet seg en rekke kunnskaper og kompetanser, som en entreprenør trenger i en oppstartsfase. Disse tidligere erfaringene kan også virke som et virkemiddel når det kommer til anskaffelse av de tre hovedbenednelsene for ressurser (MacMillan, 2000).

Første benevnelsen er finansielle ressurser (Sander, 2019C). Dette kan både være fysiske kontanter, men også ting som senere kan bli omformet til det. Finansielle ressurser strekker seg også utover evnen til å nå ut til investorer eller andre ordninger. Andre benevnelsen går over de menneskelige ressursene (Heppelmann, 2015). Dette er egenskaper dine ansatte har, enten det er kompetanse, erfaringer, arbeidsinnsats og forståelse (E.Jackson, 2009). Den siste benevnelsen er fysiske ressurser. Dette går over hva bedriften har, enten i form av bygninger hvor de ansatte kan jobbe, til biler og utstyr. McGrath & MacMillan (2000), utdyper her muligheten for at en serieentreprenør kan ha det lettere når det kommer til anskaffelse av enkelte benevnelser over (MacMillan, 2000). Muligheten går også videre til ressurser som sosialt nettverk fra tidligere bedrifter og erfaringsmessige fordeler når det kommer til identifisering av muligheter (Ardichvilia, 2003). Samtidig vises det til muligheten for at flere attraktive ansatte og investorer vil ha større interesse overfor bedriften, dersom serieentreprenøren har lyktes tidligere (MacMillan, 2000). Dette gjelder selv om tidligere erfaringer ikke har relevans for det nye selskapet, ettersom tidligere erfaringer viser til læring for serieentreprenøren (Westhead, 2005).

Ressursene er noe bedriftene bruker for å skape et produkt for kundene. Med dette må da entreprenørene gjøre alt en kan for å skaffe seg disse ressursene, selv om de er tilgjengelig for andre aktører. Den entreprenørielle prosessen går med dette over til å utføre unike kombinasjoner som gjør at tjenesten bedriften tilbyr skiller seg ut fra andre aktører. Wickman (2006) presiserer at den entreprenørielle reisen er bygget opp av disse innovative kombinasjonene som vil gi dem et konkurransefortrinn på markedet (Wickman, 2006). Videre vil det bli presentert og utdypet ulike ressurser vi mener er generelt viktige for en serieentreprenør.

---

### 2.2.1 NETTVERK

---

Nettverk og den sosiale strukturen til en person eller organisasjon er lenge blitt betegnet som en driver for entreprenørskap, og videre en sentral ressurs for å lykkes som entreprenør (Howard Aldrich, 1986). De betegner entreprenøren sitt nettverk som forholdet mellom en entreprenør og andre aktører, og er en av de mest verdifulle ressursene i forbindelse med oppstart av bedrift (Howard Aldrich, 1986). Innflytelsen til nettverket har en stor forbindelse med de ulike prosessene til en entreprenør, både i forbindelse med å identifisere muligheter og videre mobilisere ressurser for å utforske dem. Sorensen (2005) beskriver videre at man som entreprenør kan knytte sammen og dra nytte ut av sitt nettverk for å anskaffe seg de nødvendige ressursene for start av ny virksomhet (Sorensen, 2005).

Nettverket til en entreprenør er en stor kilde til nye idéer og muligheter (Hulsink, 2003). Det er høyst sannsynlig at en entreprenør starter et nytt selskap og ser muligheter i et marked de har høy tidligere erfaring fra, men mange entreprenører utforsker nye markeder og muligheter (Sorensen, 2005). Sorensen (2005) legger videre frem at nettverket i stor grad påvirker mulighetene til en entreprenør, hvorav et bredt nettverk kan resultere i flere muligheter og utforskning av nye markeder (Sorensen, 2005).

Når entreprenøren har erkjent en mulighet handler det om å utforske muligheten og dra nytte av sine ressurser, disse ressursene kommer i form av finansiell kapital, markeds-informasjon og kompetanse (Sorensen, 2005). Prosessen en entreprenør utfører for å innhente nødvendig input knyttet til start av ny

virksomhet kalles mobilisering av ressurser, og er en avgjørende faktor for hvorvidt man får tilgang på de nødvendige ressursene (Sorensen, 2005). Sannsynligheten for at en entreprenør blir suksessfull øker når han/hun får tilgang på de nødvendige ressursene (Jenssen, 2001), som da leder oss videre til entreprenøren sin tilgang til finansielle midler gjennom nettverk. Oppstart av ny virksomhet krever i de fleste tilfeller kapital og dermed har majoriteten av entreprenørene behov for finansiering.

Finansiering kan i hovedsak komme i form av aksjekapital, personlig innskudd, lån og investeringer, banklån og venture capital (Sorensen, 2005). Som videre beskriver at når investor og entreprenøren deler nettverk kan faktorer som pålitelighet og integritet spille en stor rolle for om man får tilgang til kapital (Sorensen, 2005).

Øvrige ressurser som er verdifulle for entreprenøren sitt nettverk er tilgangen til humankapital i form av kompetent arbeidskraft og taus kunnskap. Dette gir entreprenøren sentral informasjon og innsikt (Sorensen, 2005). Entreprenører med et bredt personlig nettverk kan i stor grad utnytte dette for å etablere nye selskaper, og på bakgrunn av mye støtte har de større sannsynlighet for å lykkes (Preisendörfer, 1998).

---

### 2.2.2 KOMPETANSE

---

Når man skal undersøke hvorfor kompetanse er en viktig ressurs for en serieentreprenør, ser vi på ulike segmenter hvor kompetanse kan spille en avgjørende faktor. Disse segmentene er forhandling- og motiveringsevne, ideskaping, muntlige fremføringer, skriveferdigheter, kvantitative kompetanser og evnen til å skape profesjonelle forretningsforhold (Sergey Anokhin, 2008). Fra Meld. St. 16 (2015-2016) publisert av regjeringen, blir begrepet kompetanse definert som, *“Evnen til å løse oppgaver og mestre utfordringer i konkrete situasjoner. Kompetanse inkluderer en persons kunnskap, ferdigheter og holdninger og hvordan disse brukes i samspill.”* (Regjeringen, 2016). I likhet med dette, kan også kompetansen de ansatte innehar være et viktig middel for en entreprenør dersom dette kan bli anvendt til arbeidskraft. Videre av dette, forteller Lai (1997) at kompetanse kan komme fra 3 forskjellige punkter. Første punkt er personlige egenskaper, deretter diverse kurs og utdanninger, og siste er erfaringer fra arbeidslivet og generelle situasjoner tidligere (Lai, 1997).

Gjennom en start-up for en førstegangs entreprenør kan enkelte av disse kompetansepunktene utebli. Ideen går her videre over til at denne mangelen av kompetanse kan dekket over av tidligere erfaringer en serieentreprenør har anskaffet seg gjennom andre arbeidsforhold (Presutti). Som nevnt tidligere, og under punkt 2.2 Ressurser, vil det også være lettere å anskaffe seg dyktige ansatte og investorer med relevante kompetanser for en serieentreprenør (MacMillan, 2000). Gjennom oppdelingen av punkter presisert av Regjeringen (2016), kan vi her forklare definisjonen av komponentene kunnskap, ferdigheter og evne. For å forklare disse komponentene anvendes Lai (1997), som forteller at kunnskapskomponentet baserer seg på hvilke informasjon og data en person innehar. Dette strekker seg utover kunnskaper om årsaker, sammenhenger, praktiske prosesser og metoder. Kunnskapskomponentet er en avgjørende faktor for komplekse oppgaver, men rettferdiggjør den ikke alene (Lai, 1997). Ferdigheter drar seg videre over til erfaringer, og er knyttet til konkret og praktisk handling. Lai (1997) definerer ferdigheter som *“evnen til å utføre komplekse, velorganiserte atferdsmønstre på en smidig og tilpasningsdyktig måte for å nå definerte mål* (Lai, 1997). Ferdigheter kan observeres lettere enn kunnskap, samtidig som det dem blir forbedret gjennom trening og tidligere erfaringer.

Siste komponent er evne. Evne omhandler en person faste rytme når det kommer til gjennomføring av oppgaver, kvaliteter, talenter og egenskaper. Evnene kan påvirke de andre kompetanse komponentene, men de andre kan ikke påvirke evne. Evne er den stabile plattformen en person har. Denne plattformen kan ikke utbedres, og forblir statisk gjennom alle ulike prosesser (Lai, 1997).

---

### 2.2.3 TEAM

---

Studier viser at kun ca 30% av oppstarts bedrifter overlever de første 5 årene (Skullerud K. F., 2019). Dette kan være på bakgrunn av at entreprenøren mangler kunnskap innen en eller flere viktige temaer. Derfor kan det være lønnsomt å sette opp et team med ulike kompetanser som kan utfylle hverandre. Et team innen entreprenørskap refererer til to eller flere individer med en felles finansiell interesse (Kamm et.al, 1990). Professoren innen entreprenørskap William Gartner, har bygget videre på denne teorien ved å inkludere personer som har en direkte



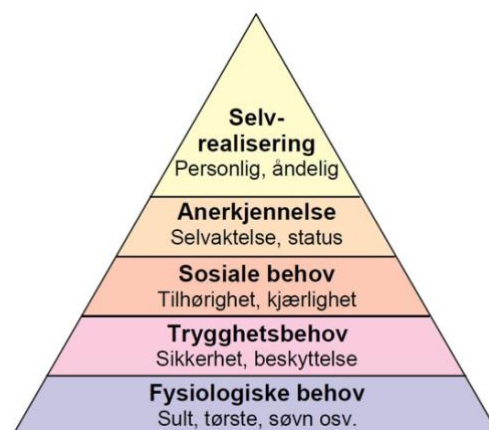
innflytelse på selskapets strategiske valg (Ensley, 1999). For et team i oppstartsfasen vil det være relevant å se nærmere på subjektive- istedenfor objektive faktorer som salg og omsetning, siden dette kommer etter teamet er satt opp og startet drift. Det viktigste i starten for et team er å skape et fundament og fokusere på bedriftens identitet, teammedlemskap og forpliktelser (Nancy M. Carter, 1996). Dette bygger videre på at et team er avhengig av å kunne stole på at samtlige medlemmer forplikter seg til prosjektet for å legge grunnlaget til selskapet og fokusere på vekst.

For en serieentreprenør kan det være mer relevant å fokusere på Chowdhurys kriterier for å måle suksessen til et team. Dette innebærer teamets kunnskap om oppgavene, kvaliteten, samt kvantiteten på arbeidet og alt i alt resultatene til et selskap (Chowdhury, 2005). Ved å levere et produkt med høy kvalitet sammen med et kunnskapsrikt team rundt seg, blir det enklere for serieentreprenøren å kunne fokusere videre på neste prosjekt etter oppstart.

### 2.3 MOTIVASJON

Ordet motivasjon stammer fra det latinske ordet *movere* som betyr å bevege (Rosland, 2018). Gjennom Sander (2019) definerer Kaufmann og Kaufmann (2003) motivasjon som « *En prosess som setter i gang, gir retning til, opprettholder og bestemmer intensiteten i adferd* » (Sander, 2019D). Denne prosessen blir ofte startet av ulike behov et menneske har. Disse behovene blir forklart gjennom psykologen A.H Maslows teori om behovshierarki, også kalt Maslows behovspyramide.

Maslow deler menneskets behov inn i 5 faser. Den første fasen gjelder de fysiologiske behovene som sult, tørste og søvn. Dette er et underliggende behov som mennesket har for å overleve og må oppnås for at en person skal kunne fokusere på andre behov. Fase 2 handler om sikkerhet, beskyttelse og om miljøet rundt personen. Disse to fasene danner sammen med fase 3 som omhandler sosiale behov de underliggende behovene mennesket har.

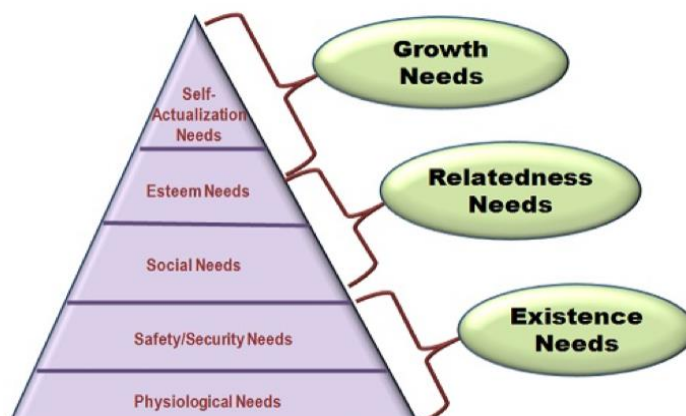


FIGUR 1: (NORDHEIM, B, 2017)

«Underskuddsdekning behovene er felles for alle mennesker og må dekkes, før vi prioriterer å bruke tid og innsats på å dekke vekstbehovene våre» (Sander, 2020). De underskudds dekkende behovene er alle avhengige av miljøet rundt oss og blir påvirket av utvendige faktorer.

Når disse behovene er møtt kan man se på fase 4 og 5 som omhandler vårt behov for å vokse, også kalt vekstbehov. Vekstbehovene er mindre avhengig av miljøet rundt oss, men fokuserer heller på det indre og hva som får oss til vokse som mennesker. Teorien handler om at punktene nederst i pyramiden må være oppfylt før man ønsker å gå videre til neste fase (Sander, 2020). Blir en av punktene igjen relevant, eksempelvis at man har mistet en kilde til lønn, eller en faktor spiller inn som gjør at man føler seg utrygg, viser Maslows teori til at folk flest gjør handlinger for å dekke de underliggende behovene igjen på bekostning av vekstbehovene. ”Når reallønnen synker slik at det blir vanskelig å dekke utgifter, så tar mange seg en ekstrajobb på bekostning av andre aktiviteter som tjener behovet for selvaktualisering” (Brochs-Haukedal, 2011,118).

Psykologen Clayton Alderfer har bygget videre på Maslows teori, ved å trekke Maslows 5 faser inn i 3 større kategorier som er eksistensbehov, relasjonsbehov og vekst- og utviklingsbehov.



FIGUR 2: ALDERFERS ERG THEORY (BUSINESS JARGONS)

Eksistensbehovene samler de direkte behovene et mennesket har for å kunne overleve. «Slike behov har til felles at de tilfredsstilles gjennom konkrete ting som mat og penger» (Brochs-Haukedal, 2011,119). Relasjonsbehovene samler sosiale behov, samt

anerkjennelse under ett punkt, for å kunne dekke samhandling med andre mennesker og det sosiale miljøet rundt oss. Teorien viser at ved å oppnå de sosiale behovene vil vi også ha muligheten til å dekke status og anerkjennelse som et resultat av det (Sander, 2020).

Den markante forskjellen på Maslow og Alderfers teori omhandler vekstbehovene. Som i Maslows teori mener også Alderfers at en mangel på de lavere behovene skaper et ønske om å oppnå disse først. Det er først når man er fornøyd med de lavere behovene at man starter å strebe etter vekst. Når det kommer til vekstbehov ser man at «*Jo dårligere de*

*høyere behovnivåene blir tilfredsstilt, desto sterkere strever individet etter behovstifredsstillelse på lavere nivå. Opplever man arbeidet sitt som utviklende, skapende og betydningsfullt, vil man i sterkere grad begynne å jakte på bedre lønn, status o.l.» (Sander, 2020).*

De deler også motivasjon inn i to systemer: selvstyrt- og kontrollerende motivasjon, også kjent som indre- og ytre motivasjon. Den indre motivasjonen er ofte driveren når man holder på med en aktivitet eller jobb som engasjerer oss og vi er genuint interessert i. Indre motivasjon gjør at man kan utføre handlinger frivillig og stammer fra vår indre drivkraft, uten behovet for materielle goder eller andre belønninger (Ryan & Deci, 2000). Det er her de tre indre psykologiske behovene kommer inn.

Selvbestemmelse handler om å kunne styre over seg selv og påvirke utfallet av egne resultater basert på valg man selv velger å ta. Selvbestemmelse er relevant innen entreprenørskap siden entreprenørene selv ønsker å bestemme hvordan og når et arbeid skal utføres (Van Gelderen, 2010). Van Gelderen(2010) antyder videre at å kunne bestemme over seg selv er en av de viktigste faktorene når det kommer til tilfredshet og motivasjon for en entreprenør. Dette er ofte en av pådriverne for å starte sin egen virksomhet da man kan være sin egen sjef og ha full frihet til å ta egne valg (Van Gelderen, 2010). Kompetanse omhandler hvordan man mestrer eget arbeid. Kompetansebehovet blir opprettholdt når man føler man sitter med kunnskapen til å utføre og forstå arbeid uten å måtte henvise til andre personer. Tilhørighet går ut på å føle seg som en del av et fellesskap, enten om det er et team eller innen bedriften generelt og vi utfører arbeidet vårt bedre når vi føler at vi er en del av fellesskapet og gjør det sammen. Tilhørighet bidrar også til å økt trygghet.

Forskerne presenterte også en delteori i 1985 kalt Cognitive Evaluation Theory (CET). Teorien hadde som mål å spesifisere faktorene som spiller inn når det gjelder variabiliteten innen indre motivasjon (Ryan & Deci, 1985). CET belyste at punktene selvbestemmelse og kompetanse må være tilstede for at den indre motivasjonen skal kunne opprettholdes og ser ikke på tilhørighet som like kritisk.

Den ytre motivasjonen fokuserer blant annet på de materielle godene vi oppnår ved å utføre en viss handling. Ryan og Deci (2000) påpeker at den ytre motivasjonen ikke er verdifull på bakgrunn av at gleden er kortvarig. Dette fører videre til at vi stadig trenger nye ting å lengte etter (Ryan & Deci, 2000).

## 2.4 NORMER I SAMFUNNET

---

Sosiale normer er uskrevne regler og blir drevet og bestemt av medlemmer av samfunnet (Elster, 1989). Ved den entreprenørielle prosessen knyttet til oppstart av nye selskaper, er det å motta «støtte» fra de sosiale normene en sentral faktor. Videre er respekten for en entreprenør fundamental for dannelsen av nye selskaper i et samfunn, og kan forme entreprenørens handlinger og atferd (Reynolds, 2009). I et samfunn hvor det foreligger en kultur og respekt for entreprenørskap, kan dette bistå med å drive dannelsen av flere selskaper, og normene er dermed en motivasjonsfaktor (Spilling, et al., 2002). Spilling (2002) beskriver videre at dersom kulturen og respekten ikke foreligger kan dette motvirke folk å bli entreprenører (Spilling, et al., 2002).

Da det ikke foreligger noen studier som spesifikt analyserer normers innflytelse på entreprenørskap i Norge, vil vi trekke noen linjer mellom noen norske holdninger og normer opp mot eksisterende teori. Elster (2009) beskriver at normer er noe samfunnet bruker mye energi på å etterleve, men som ingen i samfunnet virkelig er tjent ved (Elster, 2009). I forbindelse med dette er den nordiske «janteloven» en sentral uskreven sosial norm som kan påvirke serieentreprenøren. Janteloven baserer seg i dagens samfunn rundt at man ikke skal skille seg ut ved å være overambisiøs, bryte ut av sine sosiale grupper og vise at man har lykket i noen form (Andersen S., 1998). Dette antyder at janteloven er et sosialt hinder for serieentreprenøren sitt ønske om å skape noe av stor verdi og deres visjon for hvordan verden skal bli (Wickman, 2006).

Selv om en serieentreprenør på bakgrunn av sine visjoner og holdninger bryter ut av noen normer, betyr ikke dette at de ikke følger de fleste normene i samfunnets grupper (Packer, 2007). De kan velge å ikke følge en generell norm i samfunnet på bakgrunn av at de allerede følger en «utfordrende» norm i en annen gruppe. Videre beskrives det at brudd på normer kan både medføre skyldfølelse, rykter og ekskludering fra ulike samfunnsgrupper (William R.Meek, 2010).

## 2.5 RAMMEVERK

---

I Norge i dag finnes det en rekke forskjellige tilskuddsordninger for å finansiere nye virksomheter på. Dette er ordninger som gjennom oppfølging, pengestøtter og råd skal være med på videreutvikling og hjelpe med å tilrettelegge for at bedriften skal kunne ha størst mulighet for overlevelse i startfasen (DNB, u.d.). DnB presentere ulike ordninger som for eksempel NAV, hvor en kan få innvilget dagpenger opp imot 12 måneder, etableringstilskudd fra Innovasjon Norge dersom du gjør noe unikt og nytt i ditt marked, legater og stipend eller Norges forskningsråd som tilbyr støtteordninger for bedrifter som ønsker å videreutvikle produkter gjennom forskning (DNB, u.d.). Dersom en ønsker å starte et aksjeselskap i Norge i dag, foreligger det et krav på 30.000kr i aksjekapital (Altinn, 2019).

Rammebetingelsene for det norske næringsliv åpner opp muligheten for økt konkurranse mellom aktørene. Meyer (2014), presiserer at for å få en dynamikk og produksjonsutvikling over tid, er det viktig å bidra med insentiver for innoverende bedrifter (Meyer, 2014). Hvilken bedrift som får disse insentivene, vil bestemmes gjennom en grundig seleksjon, hvor bedriftene som er mest produktive vil slå igjennom, mens de mindre produktive selekteres bort (Meyer, 2014). Disse rammebetingelsene frembringer også etableringsbarrierer som for eksempel eksklusive rettigheter, lisenser, tillatelser, autorisasjon og geografiske barrierer. På bakgrunn av disse barrierene, kan det forekommer usikkerheter som tid og kostnader. Disse usikkerhetene er det derav vanskeligere for en nyetablert bedrift å kunne takle, i motsetning til andre større entreprenørskapsselskaper (Meyer, 2014). Videre fra etableringsbarrierer, finnes det også begrensninger for muligheter til å konkurrere. Dette er begrensninger som å regulere priser, eller andre avgjørende konkurranseparametere som kan gi et fortrinn for andre aktører. Disse fortrinnene kan skape kostnadsulempet og økt risiko for de andre aktørene i

det samme markedet (Meyer, 2014). Krav satt av bedriftene kan også gi økt konkurranse, ettersom bedrifter kan videre sette krav som favoriserer en aktør.

### 3. METODEVALG

---

Metode er en fremgangsmåte som gjennomføres planmessig (Tranøy, 2019). Som nevnt tidligere, er oppgavens formål å gi leseren en forståelse av hva en serieentreprenør er, sammen med hvordan serieentreprenørskap er i Norge. Det har til nå blitt presentert ulike former for teori som kan brukes til å legge et grunnlag for hva som gjør en person til en serieentreprenør, sammen med hvilke ressurser og motivasjoner en serieentreprenør har. Dette kapittelet vil derimot presentere hvilke fremgangsmåter vi brukte for innhenting av vår kvalitative data, beskrivelse av undersøkelsen, hvilke intervjuobjekter vi brukte og intervjuguiden vår. Til slutt vil den valgte metoden evalueres.

Under denne metodedelen, valgte vi å utføre 10 dybdeintervju med ulike entreprenør og serieentreprenører for å besvare vår problemstilling. Vi utførte også intervjuene med både kvinner og menn, for å få en gjennomgående klarhet om serieentreprenørskap på tvers av kjønn. Funnene gjort i disse intervjuene vil bli ytterligere drøftet og anvendt i kapittel 4: Funn og 5: Analyse.

#### 3.1 FREMGANGSMÅTE

---

Metode kan beskrives som framgangsmåten i forbindelse med innsamling av data for å besvare en problemstilling (UiO, 2017). Denne fremgangsmåten og prosessene er sentralt i en forskning for å besvare sentrale spørsmål og formidle dette til leser. På bakgrunn av valgt problemstilling, gjorde vi oss opp klare meninger for hva som skulle beskrives, forklares og forstås. Dette dannet et grunnlag for videre prosesser (Tellmann, 2018, s. 254)

*Planlegging av selve forskningen baseres på å finne undersøkelsens enheter, variabler og verdier før man bestemmer hva slags strategier (ekstensive eller intensive) det skal legges opp til* (Tellmann, 2018, s. 254). Metoden og utformingen (designet) av forskningen skal sikre at vi får innhentet den nødvendige empirien som gir svar på våre spørsmål, og videre sikre validitet og reliabilitet (UiO, 2017). UiO (2017) forklarer og at sammenhengen mellom Empiri og teori kan gjøres rede for gjennom henholdsvis en induktiv eller en

deduktiv fremgangsmåte. *Hvor da et «deduktivt forskningsopplegg» er testing av eksisterende teorier og et «induktivt forskningsopplegg» er utvikling av nye teorier med på basis av empirisk observasjoner (UiO, 2017).*

Det finnes mye tidligere forskning og teori knyttet til den aktuelle tematikken og vår problemstilling. Dermed vil det på bakgrunn av vår problemstilling være hensiktsmessig å foreta oss en deduktiv fremgangsmåte, hvor vi tester eksisterende teori opp mot den virkelige situasjonen, empiri (Sander, 2019B). I forbindelse med en deduktiv studie er det kjent at man går bredt ut (ekstensivt). Hvor vi tar hensyn på mange enheter og med få variabler, hvor man i hovedsak benytter seg av kvalitative datainnsamling (Tellmann, 2018, s. 254).

### 3.2 KVALITATIV METODE VS KVANTITATIV METODE

---

For innhenting av informasjon, presenterer Gisle Andersen gjennom NDLA (2019) to ulike metodetilnæringer, kvalitativ og kvantitativ. Den *kvantitative* metoden baserer seg på informasjon som innhentes og tallfestes gjennom spørreundersøkelser eller eksperiment. I etterkant vil disse tallene ført gjennom en statistisk analyse. Den *kvalitative* metoden baserer seg på data i form av tekst, og innhentes gjennom feltobservasjoner eller samtaleintervjuer. I etterkant vil informasjonen analyseres og tolkes (Andersen, 2019). I samfunnsvitenskapelige tilfeller, brukes begge metodetilnæringer og kombineres ofte. Dette tilsier at både kvalitative og kvantitative må tolkes gjennom analysedelen (Andersen, 2019)

I denne oppgaven vil informasjonen som blir hentet komme fra den kvalitative metodetilnæringer. Dette kommer fra grunnlaget av at svarene vi trenger for vår problemstilling foreligger i etablerte serieentreprenører i det norske markedet, hvor målet er å få intervjuobjektene perspektiver på vår problemstilling (Sander, 2019A). Denne informasjonen vil bare bli tilgjengelig dersom vi utfører intervjuer. For oss virker dette mer fornuftig, ettersom en spørreundersøkelse ikke ville kunne frembringe like utdypende svar og meninger, satt opp mot vår teori.

### 3.3 BESKRIVELSE AV UNDERSØKELSEN

---

Undersøkelsen vi har utført baserer seg på informasjon vi har mottatt ved hjelp av ulike datainnhentings verktøy. Videre har vi kunnet tolke den gitte informasjonen for å skape data som vi kan bruke til å analysere våre funn, samtidig som vi kan forankre teoriene vi har valgt å anvende. Analysen vil være grunnlaget for vår konklusjon og svar på problemstilling.

---

#### 3.3.1 DATATRIANGULERING

---

Innhentet data skaper grunnlaget for forskning og vi deler dem ofte inn i to deler: primærdata og sekundær data. Ved å anvende stoff som er samlet inn fra forskjellige kilder utfører vi det som kalles datatriangulering (Sundbye, 2017) Primærdata er data som samles inn for å kunne gi oss svar på en konkret problemstilling. Primærdata blir også ofte kalt felldata på bakgrunn av at vi fysisk går ut i «felten» for å samle inn informasjon selv og er i direkte kontakt med kilden i form av intervjuer (Sundbye, 2017). Sekundærdata er at man tar utgangspunkt i data som allerede finnes fra andre kilder og forskere, som legger grunnlaget for teori. Vi bruker primærdata for å kunne forankre funnene i vår sekundærdata som vil gi oss et svar på vår problemstilling.

---

#### 3.3.2 UTVELGELSE AV INTERVJUOBJEKTER

---

Når det kom til valg av intervjuobjekter var det viktig for oss å kunne legge frem en forskning som representerer både kvinner og menn i forskjellige aldersgrupper. På bakgrunn av dette har vi valgt å intervju 10 personer der den yngste er en kvinne i starten av 30-årene og eldste er en mann i slutten av 50-årene. Disse 10 personene gav oss et innblikk i deres arbeid, samtidig som vi fikk lære mer om tankeprosessen og motivasjonen bak valgene de har tatt. Utenom dette var kriteriene at intervjuobjektene skulle ha startet eller vært del av oppstart på 2 eller flere prosjekter. Ved å inkludere begge kjønn i forskjellige aldersgrupper gir det oss muligheten til å legge frem en sterk konklusjon som kan representere serieentreprenører som tittel uavhengig av kjønn og alder. Vi har i tillegg brukt intervjuobjekter fra ulike deler av Norge som gjør at vi kan se på demografiske forskjeller til en viss grad. Vi har ikke klart å intervju personer nord for Trondheim som kan føre til at vår analyse av demografiske forskjeller kan svekkes.



---

### 3.3.3 DATAINNSAMLING

---

Vår oppgave baserer seg på ulike personers følelser og tanker. Vi så derfor på intervju som det viktigste verktøyet for innhenting av data. Dette støttes opp av Tove Thagaard som hevder at intervju er et sterkt verktøy for å hente informasjon om personers synspunkter, opplevelser, samt selvforståelse (Thagaard, 2009). Samtidig regnes intervju som den mest vanlige metoden av datainnhenting innenfor fenomenologisk metode (Postholm, 2005).

Kvale (1996) forklarer om 7 viktige steg når man skal utføre et dybdeintervju (Kvale, 1996). Disse innebærer tema, struktur, intervju, transkribere, analysere og rapportere. Ved å fastslå temaene vi ønsket å se nærmere på, var det enkelt å strukturere intervjuene våre på en måte som gjorde at vi kunne samle inn relevant data som dekket samtlige punkter i vår teori kun med spørsmål som hadde hensikt for oppgaven. For å kunne svare på vår problemstilling var det viktig at vi fikk utført dybdeintervjuer med serieentreprenører fra ulike kjønn og aldersgrupper. Siden vår oppgave baserer seg på temaer som motivasjon og ressurser så vi det som svært gunstig siden det gav oss muligheten til å se om det oppsto markante forskjeller mellom serieentreprenørene på bakgrunn av kjønn og alder og gav oss data som vi kunne anvende i vår analyse og teoriforankring.

---

### 3.3.4 INTERVJUGUIDE

---

Intervjuguiden (vedlegg 1) er semi-strukturert. Det vil si at vi har strukturert den til å dekke vår teoris hovedpunkter ved innsamling av kvalitativ datainnhenting, men har også gitt rom for å utdype så vi kan følge objektenes historier (Brinkman, 2009). Ved å utføre intervjuer har vi fått en forståelse på hvordan en serieentreprenør tenker, hva som har hjulpet dem mest og ikke minst hva som motiverer dem. Samtlige intervjuobjekter ble møtt med samme spørsmål, som legger grunnlag for en mer balansert og relevant analyse og teoriforankring som gjenspeiler serieentreprenørens tanker og meninger.

---

### 3.4 EVALUERING AV METODEN

---

Ser man på evaluering av kvantitativ metode fokuserer man ofte på reliabilitet og validitet. Leserens verdi av kvantitativ data avhenger ofte av hvor troverdig den er. Ved å spore opp kilden kan vi enkelt fastslå om den innhentede dataen er reliabel eller ikke. Ved bruk av kvalitativ data som vi har brukt i vår oppgave i form av intervjuer, blir det vanskeligere å bedømme troverdigheten basert på disse kriteriene. Reliabiliteten i en kvantitativ forskning omfatter som oftest bare behandlingen av data, mens når det omhandler kvalitative forskning vil det bedømmes på hele forskningen (Polit & Beck, 2017). Vi har fokusert på å stille spørsmål som baserer seg på personlige erfaringer og tanker.

---

#### 3.4.1 RELIABILITET

---

Reliabilitet stammer fra det engelske ordet reliability som direkte oversatt betyr pålitelighet. En konklusjon vil være reliabel hvis andre mennesker kan komme frem til den samme konklusjonen, forutsatt at det er på de samme premissene (Batterham & George 2003). Vi utførte det første intervjuet etter å ha sendt inn spørsmålene på forhånd. Dette fant vi ut senere ikke var optimalt, og valgte derfor å ikke sende inn spørsmålene på forhånd til resten av intervjuobjektene. Vi ønsket ærlige svar hvor objektet ikke fikk muligheten til å tenke for mye på svarene på forhånd siden det kunne senke vår reliabilitet ved at svarene kunne bli fabrikkert og ikke gjenspeile de ekte følelsene til objektet. På bakgrunn av dette valgte vi å ikke inkludere det første intervjuobjektet i vår forskning slik at alle objektene ble intervjuet på like premisser som gjør våre funn mer pålitelige og øker vår reliabilitet (Batterham & George 2003). I tillegg ser vi på motivasjon som et subjektivt tema som fører til at vi vil få forskjellige svar basert på hvem vi spør. Dette kan svekke vår reliabilitet.

---

#### 3.4.2 VALIDITET

---

Validitet omhandler hvor gyldig vår konklusjon er i forhold til problemstillingen som vi har satt. Vi kan dele validitet inn i to deler: indre- og ytre validitet (Dahlum, 2018). Indre validitet handler i hvilken grad våre resultater er gyldige for serieentreprenører generelt, mens ytre validitet gir oss et svar på om resultatene vi har kommet frem til kan overføres til andre utvalg og situasjoner (Dahlum, 2018). Vår problemstilling omhandler spesifikt serieentreprenørskap i

Norge og hva som motiverer dem, så vi har ingen grunnlag til å påstå at våre funn er valide når det omhandler andre situasjoner og utvalg.

Ved å kun intervju 10 personer vil det svekke vår indre validitet i form av kvantitet og bredde, men den kvalitative dataen som er innhentet er gjort på samme premisser for samtlige intervjuobjekter for å kunne lyse frem forskjellene i deres svar og oppførsel. Basert på det faktum at vi brukte både kvinner og mann, samt forskjellige aldersgrupper styrkes vår indre validitet og hjelper å skape et helhetlig bilde som representerer serieentreprenører generelt. Det faktum at vi kun har intervjuet personer sør for Trondheim svekker vår validitet i form av funn basert på demografi og vil ikke kunne representere alle serieentreprenørene i Norge.

---

#### 4. EMPIRI

---

I likhet med den tidligere strukturen i det teoretiske kapitlet, vil vi også her gå igjennom på samme måte, med serieentreprenøren først, etterfulgt av ressurser, motivasjon, normer og rammeverk. Vi vil i dette kapitlet presentere våre funn gjort gjennom dybdeintervju med våre intervjuobjekter. Under intervjuene ble det spurt om deres tidligere bakgrunn og erfaringer, om dem så på seg selv som en entreprenør eller serieentreprenør, litt videre om deres personlighetstrekk og visjon. Vi stilte også spørsmål om deres viktigste ressurser som nettverk, kompetanse og team, samt bruken av dem. Grunnet vår problemstilling, spurte vi også om deres meninger rundt normene og rammeverket i Norge, samt om dem følte disse kunne virke som en stopper eller pådriver for entreprenørskap. Vi synes også spørsmål omhandlende motivasjon var en viktig faktor å få med. Ettersom våre intervjuobjekter ønsket å være anonyme, har vi valgt å representere samtlige av intervjuobjektene som Mann og Kvinne, og med tall fra 1-7 for Menn, og 1-3 for Kvinne. Vi vil fortsatt bruke muligheten til å se på om foreligger forskjeller mellom kvinner og menn. Vi vil også definere intervjuobjektene som er over 40 år som eldre, og resterende som yngre.

#### 4.1 SERIEENTREPRENØREN

---

Vi innledet intervjuet med en avklaring på om dem identifiserte seg som en serieentreprenør eller entreprenør. Gjennom våre ti intervjuer, svarte 7 av våre intervjuobjekter at de anser seg selv som en serieentreprenør.

Gjennomsnittsalderen på disse var 49 år, mens hos de tre resterende entreprenørene var gjennomsnittsalderen 42 år. Våre intervjuer har et bredt spekter på aldersgruppen, ettersom det skiller 28 år fra vårt yngste og eldste intervjuobjekt. Den eldste var i slutten av 50-årene, mens den yngste var i begynnelsen av 30-årene. Det foreligger også en differanse på kjønn i vår undersøkelse, hvor 30% av intervjuobjektene er kvinner. Av disse, identifiserer én av kvinnene seg selv som en serieentreprenør. Vi ser også et lite skille mellom tidligere erfaring og utdanning basert på alder. Dette er grunnet alle intervjuobjektene over 40 år har master eller høyere utdanning, mens hos dem fra 40 år og ned er bachelor den høyeste foreliggende utdanningen. Dette tilsier at de eldre intervjuobjektene både har mer generell erfaring, samt høyere utdanningsnivå. Flere av våre intervjuobjekter har utdanning innenfor økonomi, men enkelte har andre utdannelse som ikke nødvendigvis virker relevant for deres pågående prosjekter og arbeid.

**Mann 3** hadde gjennom sin karriere startet fem selskaper i tillegg til å ha en rekke forskjellige styreverv. De andre intervjuobjektene som **Mann 1, 4, 5, 6, 7 og Kvinne 2** hadde også alle vært med på oppstart av forskjellige bedrifter, innenfor ulike sektorer. Sammen med dette, var også begrunnelsen basert på deres ønske om å stadig utvikle nye produkter og utfordre markedet. Videre var det bare **Mann 1** av serieentreprenørene som ikke hadde høyere utdanning etter videregående skole. Fra VGS gikk **Mann 1** direkte i militæret og oppdaget der et problem med utstyret dem brukte. Dette ledet han videre til å prøve å utbedre problemene han hadde funnet etter endt tjeneste. Selv om dette prosjektet ikke var vellykket, "*tente dette gnisten i han*". Fra dette prosjektet gikk han videre inn og etablerte seg i bransjer som er uavhengige av hverandre.

**Mann 3** begynte allerede i ung alder med å etablere egen bedrift. Dette gjorde han ved siden av studiene, fordi han så et stort potensial i spillkulturen der han vokste opp. Gjennom utviklingen av dette selskapet, fikk han også interesse for helsetjenesten og ville videreutvikle produkter for dem. Sammen med å utvikle disse tjenestene for helsebransje, utdannet **Mann 3** seg også som elektriker og

fikk videre en grad innenfor ingeniørstudier. Dette var starten på en rekke forskjellige entreprenøriske prosesser for **Mann 3**. Etter at han solgte seg ut av den overnevnte bedriften, dro han videre inn i en lederrolle i et etablert firma. Dette resulterte i mye reising til u-land, hvor han så de store mengdene med forurensing som forelå i de forskjellige havnene og elvene han besøkte. Sammen med dette synet av søppel og savnet av å skape, sluttet **Mann 3** i denne lederrollen og startet sitt eget selskap. Dette selskapet har i de senere årene etablerte en rekke datterselskaper innenfor helse, IT og miljø. Etter synet av søppelen lanserte han så et nytt miljøtiltak for å engasjere både privatpersoner og bedrifter med å bidra med opprydning og belysning av problemet. På bakgrunn av **Mann 3** og **1**, var det ikke bare ønsket om å utbedre et problem som trigget vilje til å skape. **Kvinne 2** har gjennom årene opparbeidet seg en imponerende CV med hele 4 bachelor og 2 mastergrader. Videre har hun vært sjef for et stort firma i Norge, men har også satset for seg selv. Hun startet i en etablert bransje hvor hun leverte unike produkter for kvinner i Norge. Hun gikk så videre og gjorde det samme for menn. Etter noen år solgte hun selskapene og rettet deretter fokuset mot en ny bransje.

Våre tre intervjuobjekter som identifiserte seg som entreprenører, har også til dels noen likheter med serieentreprenørene. **Kvinne 3** har en master i siviløkonomi og har gjennom tidene bygget opp en del selskaper. Grunnlaget for at hun selv ikke definerer seg for en serieentreprenør foreligger ved at hun aldri har et ønske om å videreføre selskapene hennes til andre. **Kvinne 1** har en 4 års lang utdanning i mote og følger det samme prinsippet som **Kvinne 3**. Hun har gjennom sin tid bygget opp et selskap, og har ingen planer om å selge dette. Hun trives godt der hun er nå, og vil videreutvikle dette selskapet. Preget av videreutvikling av eget produkt finner man også i **Mann 2**. Han har lenge jobbet i en bransje preget av faste rutiner og etablerte midler. Dette har ført han videre til utarbeidelse av et hjelpemiddel for å gjøre forståelsen av dette segmentet bedre både for arbeidere, men også privatpersoner. Dette er fordi han føler informasjonsflyten i denne bransjen er utdatert, samtidig som han ser nytten ved å dra inn privatpersoner for vekst og utvikling. Dette er et produkt han selv brenner for og ønsker å utvikle. Etter utviklingen, vil han fortsette i segmentet som vanlig, noe som var grunnen for at han også bare definerte seg selv som en entreprenør.

Det gjenspeiler seg en rekke forskjellige personlighetstrekk blant våre intervjuobjekter. Av disse syv intervjuobjektene som ser på seg selv som serieentreprenører, merker vi en stor entusiasme gjennom våre intervjuer. Noen er selvsagt mer frempå enn andre, som for eksempel **Mann 4**. Han startet fra ung alder med å tjene inn penger til sine fremtidige prosjekter. Han startet først med utleie av fremkomstmidler for fjellturer, før han videre dro inn på eiendomsmarkedet. Samtidig som han holdt på med eiendom, tok han også en master i økonomi på siden. Gjennom denne masteren fanget han opp en interesse for økonomi og startet et firma innenfor dette segmentet. Dette drev han i 4 år før han solgte seg ut. Han startet så en bar som vekket interessen for HoReCa. HoReCa er noe han videre skal hoppe uti og ønsker å etablere seg innenfor dette segmentet. Han har stadig en nysgjerrighet for prosjektene han får fremfor seg, og gir seg ikke med det første. Viktigheten av nysgjerrighet bekreftes av intervjuobjektene, hvor **Mann 7** utdypet viktigheten av det. Han elsket å se samfunnet utvikle seg, selv om det med årene hadde blitt vanskelig å holde følge grunnet de nye teknologiene. Samtidig var **Mann 4** livredd å gå glipp av noe stort, så han følte han måtte hoppe på muligheter når han fikk dem. Han innrømmet her at han hadde kanskje hoppet på mer enn han burde, og brent seg på noen av dem, men ville heller gjøre det enn å miste en mulighet.

**Mann 7** virker samtidig veldig stolt og kry over hans tidligere bragder og fortalte oss gladelig hvor mye han omsetter for. Sammen med dette, forteller også **Mann 3** at gjennom tidligere arbeidserfaringer har han gjennomført en rekke personlighetstester. Disse testene slo spesielt ut på viljen til å starte noe nytt og utforske mulighetene som foreligger. Målet til **Mann 3** har alltid vært å være i "krigsmodus". Dette tilsier at dersom et selskap kommer langt nok til å etablere gode rutiner, drar han videre til et nytt prosjekt. Et fellestrekk for disse serieentreprenørene, var at alle forutenom **Mann 5** følte de ikke hadde en prestasjonstrang. **Mann 5** jobbet tidligere i et større selskap hvor det å prestere var det viktigste i bedriften. Før han startet for seg selv, ble han bestandig målt opp mot andre. Dette trives han med, samtidig som han ønsker å lykkes og være aktiv. Samtidig identifiserer han seg med frykten presentert av **Mann 4**.

Disse personlighetstrekkene gjenspeiles også i entreprenørene, men de største skillene mellom dem dras over til deres visjon. Det finnes en gjenklang i visjonen til serieentreprenørene. Hos dem er det snakk om å alltid gi 100%, aldri gi seg, bli

et varemerke, skape arbeidsplasser og aldri stoppe søken etter innovative løsninger. Sammen med dette bekrefter alle intervjuobjektene at dem har gjennom tiden enten måtte endre eller utvikle sin visjon. Grunnlaget for disse forandringene kom både fra alder og erfaringer, rette vekk fokuset fra penger til å hjelpe andre og rett og slett det å tørre å tenke større. Hos entreprenørene virker en visjon mer fjernt og usikkert. Den ene forteller om muligheten som nesten bare falt ned i fanget på henne og en annen ville bare skape et produkt kundene ble fornøyd med. Gjennom våre funn finner vi en rekke utsagn som gjenspeiler det teoretiske grunnlaget presentert i det teoretiske kapittelet, men også ulikheter.

## 4.2 RESSURSER

---

Våre intervjuobjekter ga oss interessante funn knyttet til ressurser både i forbindelse med nettverk, det finansielle, kompetanse og team. Nettverk ble benevnt som en av de viktigste ressursene for samtlige kvinner og menn i vår undersøkelse. **Kvinne 1** beskriver at familien gav hun muligheten til å gjøre det hun drømte om, og at nettverket hun hadde opparbeidet seg via utdanning og reiser har vært viktig. Hun beskriver videre at forretningen hun har startet opp er i samme bransje som både hennes erfaring, nettverk og kompetanse kommer fra. **Kvinne 2** beskriver i likhet med **Kvinne 1** at familie har vært den viktigste ressursen. Videre beskriver hun nettverk som «*ekstremt viktig*» og at flere muligheter for nye forretninger har kommet som et resultat av dette. Hun påpeker at nettverket har effektivisert prosessene knyttet til oppstart og gjort det lettere å mobilisere ressurser. **Kvinne 3** betegner i likhet med de to øvrige intervjuobjektene at nettverk har vært viktig, for hun da spesielt i forbindelse med utforskning av nye forretningsmuligheter. Nettverk blir for hun beskrevet som sentralt i forbindelse med å løse problemer utenfor hennes kompetanse.

**Kvinne 1** påpeker at tidligere erfaring ikke har vært en faktor knyttet til ansettelse av kompetente ansatte, til tross for at vi bemerker oss at hennes team består av bekjente fra utdanning. I motsetning til **Kvinne 1** har tidligere erfaring for **Kvinne 2** vært sentralt i forbindelse med både innhenting av kompetent arbeidskraft og for et forsterket rennømmé. Hun påstår og at team har hatt en positiv innflytelse på hennes forretninger. **Kvinne 3** støtter dette da hennes team har blitt sammensatt på bakgrunn av nettverk og har gitt hun stor støtte og verdi.

Blant våre mannlige intervjuobjekter var svarene korte og konsise angående viktigheten og verdien av nettverk. Samtlige beskrev nettverk som deres viktigste ressurs, men de gav oss noen interessante funn knyttet til de finansielle ressursene. **Mann 1** forteller at familie har vært viktig for han, da både i forbindelse med støtte og «økonomisk frihet» til å prøve og feile. Nettverket han har tilegnet seg via familie har hjulpet han med anskaffelse av kapital. **Mann 2** påpeker at sin bakgrunn og erfaring har ført han sammen med mennesker som har hjulpet han med å vokse og videre bidratt til utvikling av forretning sammen. **Mann 3** påpeker i likhet med **mann 1** at finansielle ressurser er blitt tilgjengelig via nettverk og muligheter har formet seg på bakgrunn av dette. **Mann 4** støtter opp under viktigheten av finansielle ressurser, men i hans tilfelle har denne ressursen blitt lettere å forstå på bakgrunn av hans kompetanse. **Mann 5** påpeker at en av hans største ressurser er hans egen kompetanse, da i form av at mange muligheter åpner seg på grunnlag av hans rennommé både finansielt og forretningsmessig. **Mann 6** beskriver i likhet med de øvrige intervjuobjektene at han har tilgangen på finansielle og øvrige ressurser gjennom nettverk, og at dette har blitt forsterket gjennom hans rennommé. Familie er i likhet med **Mann 1** en av de største ressursene for **mann 7** i forbindelse med støtte. Han beskriver videre at han startet uten penger og beskriver med lattermild stemme at «flaks» har vært hans viktigste ressurs.

Ved spørsmål knyttet til team og kompetanse forteller **Mann 1** og **5** at de ikke arbeider i team. Mann 1 ønsker dog å etablere et team på sikt, mens **Mann 5** ikke har ønske om dette da han ønsker å opprettholde sin frihet. **Mann 5** påpeker og at når han skal gå inn i forretning med noen har han høye krav for deres kompetanse og ekspertise. **Mann 2, 3, 4, 6 og 7** forteller at de arbeider i team og at det bidrar til økt kompetanse, effektivisering av prosesser og idéutveksling. Kun **Mann 3** opplyser i tillegg til dette at han har noen negative erfaringer med team i forbindelse med at teamet i noen tilfeller har stått i veien for gjennomføring av en idé han selv likte godt. **Mann 3** og **7** har ansatt ytterligere kompetanse via sitt nettverk, hvor **Mann 7** beskriver at selskapet «ikke er noe uten dem» og at de videre er en viktig ressurs i hans team. **Mann 4** støtter dette, men har i motsetning ansatt sitt «team» gjennom intervjuprosesser.



### 4.3 MOTIVASJON

---

Våre funn gjør det mulig å kartlegge likheter og forskjeller på et så subjektivt emne som motivasjon er. **Kvinne 1** påpeker at det som har motivert henne mest er det å være selvstendig og kunne være sin egen sjef. Hun blir også motivert av kunne jobbe med det hun elsker og legger til at å gjøre familien sin stolt er en ekstrem stor motivasjonskilde. **Kvinne 2** er enig i at å gjøre familien stolt er en av de største kildene til motivasjon. Hun blir i tillegg motivert av å kunne skape noe eget, samtidig som hun kan hjelpe andre mennesker og realisere deres drømmer. Dette blir også videre støttet opp av **Kvinne 3** som mener det å kunne skape arbeidsplasser og fornøye medarbeidere er sammen med det å gjøre noe meningsfullt de to hovedgrunnene til at hun ønsket å bli en entreprenør.

**Mann 1** presiserer at det å kunne stå på egne bein og samtidig styre sin egen hverdag er det som motiverer han mest. I tillegg motiveres han kraftig av å ha muligheten til å komme så langt han selv klarer og ikke blir begrenset av selskapet han jobber i eller en eventuell sjef. **Mann 2** sin største motivasjonskilde er som **Mann 1** muligheten til å være sin egen sjef, og samtidig ikke ha en grense på hvor stor en kan bli, hvor mye og hvor fort man tjener penger. **Mann 3** derimot blir motivert av det som gir han noe mer. Han ønsker å finne seg selv, samtidig som han kan gjøre en forskjell for verden. Dette var noe han følte han ikke klarte å utføre når han jobbet for andre.

**Mann 4** er en serieentreprenør som sier han mest av alt blir motivert av penger siden han kommer fra en familie som han selv anser som fattige. Hans oppvekst har også motivert han i den form av at han ønsker å skape en fremtid for sine barn, hvor de kunne vokse opp uten økonomiske mangler. Det å være sin egen sjef er også en av hovedgrunnene til at han startet for seg selv og han ønsker at folk skal være stolt når de tenker tilbake på navnet hans. **Mann 5** får sin motivasjon gjennom friheten til å kunne styre seg selv og sin egen tid. Dette kjente han ekstremt sterkt på etter å ha vært ansatt i en annen bedrift i flere år. Han blir i tillegg motivert av følelsen av å lykkes og skape noe, samtidig som han kan tjene penger på det.

En som i likhet med **Mann 4** kommer fra det han selv mener er fattige kår er **Mann 6**. Han sier at hans største motivasjon er å kunne gjøre familien sin stolt samtidig som han kan gi dem et liv uten mangler. Han ønsker å skape

arbeidsplasser for andre mennesker og motiveres av å kunne hjelpe andre samtidig som han kan skape et navn for seg selv. **Mann 7** er kort og presis og sier hans største motivasjon er å gi familien sin trygghet, i tillegg til å kunne forlate denne jorden og sitte igjen med noe han kan være stolt av.

#### 4.4 NORMER

---

Da vi spurte våre intervjuobjekter spørsmål vedrørende normene i Norge og deres erfaring med disse i forbindelse med entreprenørskap og serieentreprenørskap gjorde vi interessante og varierte funn. **Kvinne 1** fortalte at hun utelukkende hadde fått positive tilbakemeldinger fra sitt lokalmiljø og følte seg verdsatt, men opplyste om en underliggende frykt for hva folk skulle tro og mene. **Kvinne 3** støtter opp under dette og forteller videre at hun følte at det var verre for 10 år siden. I likhet med de øvrige kvinnene var **kvinne 2** enig i at hun på «ingen måte» var påvirket av dette. Hun påpekte også at det er ansett som en uting i Norge å skille seg ut (janteloven), og at det kunne ha en negativ innvirkning på om folk fulgte sine drømmer. Det var dermed i hennes øyne viktig i forbindelse med entreprenørskap å ikke la seg styre av og bruke for mye energi på å etterleve normene.

Våre tre kvinnelige intervjuobjekter var enige i at konkurs ble «sett ned på» i samfunnet. **Kvinne 1** påstår at folk ikke glemmer så fort her til lands og at det dermed kan påvirke hvor seriøst folk tar deg samt mulighetene for finansiering. At det ble ansett som negativt var både **Kvinne 2 og 3** enig i, men **Kvinne 2** mente at samfunnet mer og mer «godtok» det å gå konkurs.

Samtlige av våre mannlige intervjuobjekter opplyste at de ikke tenkte noe spesielt over normene, var påvirket av - eller brydde seg om dem. **Mann 1 og 3** påpekte dog at de underbevisst kunne være redd for hva folk kunne tenke om dem. Ved spørsmål knyttet til om normene setter en stopper for serieentreprenørskap var svarene mer splittet. Her mente **Mann 1, 3, 4 og 5** at normene utvilsomt hadde en negativ effekt på entreprenørskap. **Mann 5** påsto i forbindelse med dette at normene i samfunnet førte til at folk ikke turte å prøve. Dette støttet **Mann 4** opp under og la til «janteloven er ikke bra for samfunnet, eneste funksjonen er å sette folk i bås og forhindre annerledeshet». **Mann 3** utfylte i forbindelse med normene sin negative innvirkning at han ikke trodde disse normene sto like sterkt nå som før. **Mann 2 og 7** mente ikke normer var hinder for entreprenørskap i Norge, hvor

**Mann 2** påpekte at folk i Norge og da spesielt i hans lokalmiljø var svært åpne. **Mann 6** fortalte oss at når folk ikke hadde troen på han ble dette en sterk driver for å motbevise dem og lykkes.

**Mann 1** har selv opplevd konkurs og fortalte at folk rundt han ikke hadde troen på han da han startet prosjekt nummer to, i tillegg til at det var mer utfordrende å skaffe kapital. Realiteten i erfaringen til **Mann 1** blir støttet opp av samtlige intervjuobjekter da alle mente det enda var tabubelagt å gå konkurs. **Mann 2** drøfter i forbindelse med dette at han har inntrykk av at det ikke er like sett ned på lenger. **Mann 3, 5 og 7** påpeker at det er mye læring i det å feile og at samfunnet ville vært tjent ved å applaudere folk for å prøve og feile fremfor de negative konsekvensene som i dag er gjeldende.

#### 4.5 RAMMEVERK

---

Nevnt tidligere i teorien kan rammeverk rundt bedrifter både virke som et positivt virkemiddel for oppstart, men kan også medbringe seg enkelte etableringsbarrierer. Vi spurte våre intervjuobjekter om deres tanker rundt dette og om de har hatt noen problemer med det. Udefinert av kjønn, finner man en klar sammensveiset tankegang rundt dette. Ingen har hatt direkte problemer med rammeverket, men mener at det heldigvis de siste årene har utviklet seg til noe bedre enn det var for noen år tidligere. Videre forteller **Kvinne 1** at hun føler Norge er et veldig godt land for entreprenører. Ved hjelp av støtteordninger, ser også **Kvinne 2** gode muligheter for gründere til å starte for seg selv, samt økte sjansen for anskaffelse av lån. Samtidig føler **Kvinne 3** at oppmerksomheten rundt gründerbedrifter de siste årene har tatt seg opp, noe som har resultert i bredere tilbud av nettverk og andre tjenester.

Utover oppstartsfasen til våre intervjuobjekter er det bare **Mann 4** som har fått føle på etableringsbarrierer. Denne barrieren for han var for eksempel å anskaffe seg en fast kundebase i et allerede etablert marked. Samtidig drøftes det av våre intervjuobjekter at så lenge en har nok kapital, papirene i orden, riktige personlighetstrekk og kompetente ansatte vil en komme igjennom oppstartsfasen på en uproblematisk måte.

## 5. ANALYSE

---

Vi vil gjennom vår analyse forankre våre empiriske funn ved hjelp av tidligere presentert teori. Dette vil gjøre det mulig for oss å fremlegge et klart og tydelig svar på vår problemstilling, samtidig som vi kan belyse bemerkningsverdige forskjeller og likheter gjennom funn i vår primær- og sekundærdata.

### 5.1 SERIEENTREPRENØREN

---

Gjennom våre dybdeintervjuer finner vi en generell likhet mellom våre intervjuobjekter som identifiserte seg som serieentreprenører og entreprenører opp mot vår tidligere teori. De selvdefinerte serieentreprenørene har alle vært med på ulike oppstartsprosjekter, eller generelt gjort den entreprenøriske prosessen flere ganger. Bransjene hvor vi finner våre intervjuobjekter går helt fra oljebransjen til miljøet, enten de har vært med fra starten eller kommet inn i senere tid. Sander (2019) definerer en serieentreprenør som en person som har gjort den entreprenøriske prosessen flere ganger, og har med dette entreprenøriske erfaringer fra tidligere. Ser vi på intervjuobjektene bakgrunn og erfaringer, er dette noe som støtter opp denne definisjonen. Forskjell mellom enkelte av våre intervjuobjekter, forelå ved å ha vært med fra start, eller kommet inn i bedriftene i senere tid for å utføre endringer. Dette er endringer som bidrar til forandringer ved etablerte midler og har en positiv innvirkning på dem, som for eksempel å korte ned produksjonstider. L. Bodde (2004) hevder at det å komme inn i en bedrift for å utføre innovative endringer som fører til vekst for bedriften eller selvrealisering blant ansatte er likegyldig til det å starte en ny bedrift (L. Bodde, 2004).

Samtidig fremheves også engasjementet blant intervjuobjekter for å gripe muligheter, utvikle nye produkter og utfordre markedet. Hvordan disse mulighetene og produktene kommer til syne, er noe Spilling (2006) mener kommer fra tidligere bakgrunn og erfaringer intervjuobjektet har gjort seg, som fører til et behov for selvrealisering (Spilling, 2006). Dette gjelder spesielt for **Mann 1** som ville finne løsninger på problemer han merket ikke var optimale under sin tjenestetid i Forsvaret. I følge Ørstavik (2019) er selvrealisering en avgjørende faktor for å bidra med innovasjon og utvikling. Det å utvikle nye produkter vil utfordre eksisterende midler som da må tilpasse og utvikle seg. Uten

disse overliggende faktorene, vil ikke endringer skje og vil etter Ørstavik (2019) utelukke definisjonen entreprenørskap (Ørstavik, 2019A).

Bedriftene enkelte av dem har startet, har kommet med nye twister som har utfordret markedet gjennom innovative løsninger som bidrar til vekst og lønnsomhet, mens de følger en strategiske plan. Dette er særegenheter som faller inn under det Dewhurst (1996) mener er hovedprinsippene ved et gründerforetak, og kan finnes igjen i bedriftene startet av **Mann 1, 2, 3, 4, 6, 7 og Kvinne 2** (Dewhurst, 1996). **Kvinne 2** utfordret en bransje med å være den første til å tilby unike produkter i Norge. **Mann 1 og 3** ville finne løsninger på problemer oppdaget gjennom tidligere erfaringer, **Mann 2** ønsket å bedre tilgjengelig informasjonsflyt og **Mann 4** så nye løsninger innenfor et veletablert segmentet. Gjennom våre funn, ser vi et gjennomgående ønske om å starte, gripe muligheter og kan se klare tegn på at alle 7 selvdefinerte serieentreprenører kvalifiseres for tittelen serieentreprenør.

**Mann 5** var den eneste av våre intervjuobjekter som gjennom årene har utelukkende fokusert på innoverende tiltak for å bidra med økonomisk vekst og veiledning i etablerte bedrifter. Det å bidra med disse innovative tiltakene, er noe Sarasvathy (2012) ser på som en utfordring både for grupper, bedrifter og enkeltpersoner, men er nødvendig for vekst på ulike fronter (Sarasvathy, 2012). Det kan derfor diskuteres om de tiltakene **Mann 5** har bidratt med er noe Sarasvathy (2012) ville sett på som en utfordring og nødvendige, men vi har ikke tilstrekkelig informasjon for å analysere dette videre. Det var ikke før i de senere årene hvor han selv så hvordan han kunne utnytte sin egen kompetanse til mer effektive oppstartsprosjekter for seg selv. Denne selvrealisering **Mann 5** har gjort de senere årene, går inn under foreliggende personlige egenskaper som Ørstavik (2019) hevder Schumpeter ser på som entreprenørielle (Ørstavik, 2019B). Fra tidligere erfaringer har han opparbeidet seg et stort personlig nettverk, som både har bidratt med hans egne prosjekter, sammen med andre han har blitt involvert i. Bhidé (1994) mener et sterkt nettverk er en nødvendighet for skille seg ut i et etablert marked. Vi finner også et gjennomgående sterkt etablert nettverk blant våre intervjuobjekter. Gjennom Bhidé (1994), kan vi antyde at ting ligger til rette for fremtidig suksess for dem.

Samtidig etablerte **Mann 3** en rekke datterselskaper og avdelinger for å utfordre nye muligheter. Spilling (2005) definerer dette som forretningsmessig virksomhet, hvor den nye ideen ikke trenger å komme fra et nytt selskap, men en ny avdeling i en etablert bedrift (Spilling, 2005, s. 14). **Mann 3** ønsket heller aldri å bli værende i en bedrift. Hans fokus lå ved å være i konstant “krigsmodus” og forlate bedriften når rutinene var etablert. Dette viser til teorien kognitiv evalueringsteori, hvor **Mann 3** finner kilden til motivasjon i selve arbeidsutførelsen (Ryan & Deci, 2000). Det å kunne utføre slike handlinger og dedikere mye tid til et prosjekt, for så å dra videre til et neste uten den emosjonelle kontakten er noe Ilmakunnas (2007) ser på som den særegne evnen som skiller en serieentreprenør og en entreprenør (Ilmakunnas, 2007). Ved denne prosessen foreligger det også en del risiko som knytter seg opp mot statistikken for hvorfor så mange som 70% av bedriftene allerede mislykkes i sine første år (Skullerud H. F., 2014). Dette mente intervjuobjektene forelå ved for dårlige planlegginger, mangel på gjennomføringsevne og kapital. Vi velger da å antyde gjennom våre intervjuobjekter sine svar, at det foreligger en klar bevissthet for disse risikoene ved oppstart. Likevel mente de at disse høye prosentene også forhøyes grunnet at enkeltpersoner kunne undervurdere vanskelighetsgraden for å etablere en levedyktig bedrift.

Både **Mann 3** og **4** presiserte deres frykt for å gå glipp av noen muligheter som oppsto. De var innforstått med at dette åpnet dem for høyere risiko (Gartner, 2010), men valgt heller å hoppe på mulighetene selv om det ikke forelå nok tid til å gjennomføre tilstrekkelige analyser (Bhidé, 1994). Bhidé (1994) ser på dette som normalt, da entreprenører og serieentreprenører oftest ikke har nok tid til å gjennomføre tilstrekkelig orientering rundt muligheten. Samtidig ser Bhidé (1994) ikke nødvendigvis større nytte av en analytisk entreprenør, opp mot en risikovillig en. Gartner (2010) mener dette viser villigheten entreprenører har til å åpne seg for større risiko og usikkerhet, samtidig som Bhidé (1994) mener det heller står på personens gjennomføringsevne om et prosjekt blir vellykket eller ikke (Bhide, 1994). **Mann 4** og **5** hadde gjennom enkelte prosjekter tidligere brent seg på dette, men det stoppet ikke dem fra å utfordre nye muligheter i senere tid. Våre funn viser gjennom dette en gjennomgående risikovillighet blant våre serieentreprenører.

Vi finner også et gjennomgående høyt utdannelsesnivå hos våre serieentreprenører, for utenom **Mann 1**. Han så sin mulighet for å utbedre et foreliggende problem i ung alder. Gjennom denne prosessen utviklet han en stor entusiasme for å skape, og ble trigget av den paniske veien mot målet. Dette ser Sharma (2018) som motivasjonen til en serieentreprenør (Sharma, 2018). Vi finner likevel ulikheter for hva serieentreprenørene motiveres av, som vil videre bli drøftet i punkt 5.3. Ilmakunnas (2007) forteller videre at serieentreprenører ofte fokuseres rundt teknologiske løsninger. Vi finner gjennom våre intervjuer at enkelte av våre intervjuobjekter søker etter slike løsninger, som for eksempel **Mann 3 og 5**. Likevel ser vi ikke denne sektoren som en gjennomgående og avgjørende faktor for påbegynnelse eller fullføring av prosjekter. Et annet motsigende element opp mot vår teori, er hva som blir sagt om prestasjonstrang. Det foreligger her bare et intervjuobjekt som forteller at han foretar seg sin prestasjonstrang gjennom å utøve de forskjellige prosjektene og følger McClelland (1961) sin teori om at å utfylle sin prestasjonstrang er belønning i seg selv. Vi kan derfor se tydelige trekk på at serieentreprenører ikke bare søkes mot en sektor, samt at det foreligger ulike motivasjoner for deres arbeid.

Vi finner ingen ulikheter mellom våre kvinnelige og mannlige intervjuobjekter i forhold til deres utøvelse, vilje, personlighetstrekk og visjon. Dette kan være grunnet et for stort standardavvik i vår kvalitative undersøkelse med tanke på mangfold av kjønn. Constantino (2015) forteller at det å være nysgjerrig og strebe etter nye innovasjoner, er en essensiell faktor for å kunne skille seg ut i et marked. Vi finner antydning til dette hos flere av våre intervjuobjekter, hvor både nysgjerrigheten har ledet dem inn på nye markeder, og viljen til å løse problemer dem oppdaget i tidligere prosesser. Samtidig blir det presisert evnen de har til å aldri gi seg og gi 100% i hvert eneste prosjekt de kommer ovenfor. De presiserer også hvor viktig det er å være selvstendig i oppstartsfasen, da en ofte ikke har andre å snu seg til. Bonnstetter (2012) presiserer også evnen til å overtale som en viktig faktor for innhenting av kapital og ansatte. **Mann 5** bekrefter dette under sin oppstartsfase. Han har gjennom hele sin karriere hatt en klar struktur gjennom årene som han mener har blitt kjent i det entreprenøriske miljøet i byen han hører til. Et klart fellestrekk blant våre intervjuobjekter er sterk entusiasme for arbeidet både fra deres innlevelse i spørsmål og utbredelse av visjon. For **Mann 5** har dette gitt muligheten til å etablere et større nettverk som har gjort det lettere med innhenting av viktige ressurser for hans prosjekter. Sammen med dette, har ikke

**Mann 5** et ønske om å være låst opp med noen andre. Han ønsker å være selvstendig gjennom sine prosjekter og setter friheten sin høyt. Fra våre funn finner vi sterke personlighetstrekk som entusiasme og fryktløshet, noe vi ser på som en gjennomgående faktor hos våre intervjuobjekter.

Største skillene vi finner mellom entreprenører og serieentreprenører foreligger i deres visjon. Wickman (2006) sier at en visjon viser til hvordan serieentreprenøren ønsker at verden skal bli og er positive synspunkter på hva de ønsker å gjøre eller bidra med. Dette er noe vi finner igjen i **Mann 3** som så for seg en verden med mindre forurensing. Dette ledet han videre til å utvikle ulike løsninger for dette. En fellesnevner blant våre serieentreprenører, er deres kontinuerlige utvikling og endring av visjonen. Denne blir utviklet grunnet nye muligheter, alder og erfaringer som har kommet fra tidligere prosjekter. Våre intervjuobjekter som definerte seg selv som entreprenører, har i motsetning ikke like klare visjoner og forutsetninger for sin bedrift. Bonnstetter (2012) forteller at en god leder har en sterk visjon for sin bedrift, dens fremtid og hvordan nå dette. Dette gjenspeiles i intervjuobjektets ønske om å gjøre både arbeidere og personer rundt glade, samtidig utvikle gode produkter for kundene.

## 5.2 RESSURSER

---

Vi fant det utfordrende å fullkomment analysere serieentreprenørens ressurser på bakgrunn av at våre funn knyttet til temaet var noe mangelfull i forbindelse med vårt teoretiske grunnlag. Dette påvirker analysen, men våre funn har gitt oss verdifull data i tilknytning til teori uavhengig av dette. Howard Aldrich (1986) påstår at den sosiale strukturen nettverk er en sterk driver for entreprenørskap og videre er en sentral ressurs for å lykkes som entreprenør (Aldrich, 1986). Samtlige av våre intervjuobjekter støttet denne påstanden og omtaler videre nettverk som deres viktigste ressurs. Utover sin enighet i øvrig påstand, er det interessant hvordan **Kvinne 1, 2 og Mann 1 og 7** påpekte at familie var en av deres sterkeste drivere for entreprenørskap i forbindelse med både finansielle ressurser, nettverk og støtte. Dette underbygger Aldrich sin påstand om påvirkningen av deres sosiale strukturer og viser til viktigheten av en faktor vi ikke gikk i dybden på i vår teori. På bakgrunn av opplysningene til nevnte intervjuobjekter kan det også antas at intervjuobjektene via sin familie har fått tilgang på de nødvendige ressursene, og dermed økt deres sannsynlighet for å lykkes som entreprenører (Jenssen, 2001).



**Kvinne 1, 3** og **Mann 2** og **3** opplyste spesifikt at muligheter hadde kommet på bakgrunn av nettverk. Dette betyr at et nettverk kan være en sterk driver for serieentreprenørskap, og at mange muligheter kan identifiseres via nettverket (Sorensen, 2005). **Kvinne 2** og **Mann 6** sier seg enig i Sorensen (2005) sin påstand, og legger til at nettverk for dem har vært en stor kilde for nye idéer og vært viktig i forbindelse med mobilisering av ressurser for å effektivisere prosessene (Hulsink, 2003). Da **Kvinne 2** og **Mann 6** begge er serieentreprenører antyder dette at nettverk har en økt verdi for serieentreprenøren da de gjør den entreprenørielle prosessen flere ganger. Vår påstand får støtte på bakgrunn av at **Kvinne 1** og **3** som er entreprenører ikke dro dette frem dette som en faktor. Sorensen (2005) beskriver at en entreprenør sannsynligvis starter nytt selskap og ser muligheter i en marked de tidligere har erfaring fra, men kun **Kvinne 1** kunne eksplisitt støtte påstanden. Sorensen (2005) beskriver og i tillegg til dette at nettverk kan gi muligheten for utforsking av helt nye markeder. Dermed kan dermed antas at nettverk er en driver for at man velger å starte flere selskaper, utforske nye markeder og dermed bli en serieentreprenør - mens entreprenører utforsker muligheter der deres tidligere erfaring er fra.

Nettverk kan også gi deg ressurser i form av finansiell kapital, markedsinformasjon og anskaffelse av kompetanse (Sorensen, 2005). Samtlige av våre intervjuobjekter opplyser at finansielle ressurser har vært viktig for dem, hvor **Kvinne 1** og **2**, **Mann 1, 3, 4** og **5** mener tilgangen på dette har kommet som et resultat av nettverk. Vi kan ikke se noe skille mellom serieentreprenøren og entreprenøren tilknyttet denne ressursen. Dette betyr dermed at nettverk på generell basis påvirker evnen til entreprenøren å nå ut til investorer og andre ordninger (Sander, 2019C). **Mann 4, 5** og **6** påstår også at deres kompetanse har gjort det enklere for dem å hente inn finansiell støtte på bakgrunn av kunnskap og erfaring. Da de tre øvrige intervjuobjektene er serieentreprenører kan man dermed anta at kompetansen de har anskaffet ved å starte flere selskaper har økt deres forhandlingsevne og deres evne til å inngå forretningsforhold (Anokhin, 2008). Man kan videre og anta at serieentreprenøren som har lykket med tidligere selskaper vil være mer attraktiv for investorer (MacMillan, 2000).

Samtlige av serieentreprenørene med unntak av **Mann 2** har master eller høyere utdanning og det kan dermed diskuteres at dette kombinert med deres erfaring og personlige egenskaper har gitt de kompetanse (Lai, 1997) som er en driver for

oppstart av flere selskaper. Samtlige intervjuobjekter med unntak av **Mann 1** og **5** informerer om at de har ansatt menneskelige ressurser for å komplementere deres kompetanse. Intervjuobjektene som informerte om dette, omtaler menneskelige ressurser som svært sentralt. Vi ser dermed en sammenheng mellom menneskelige ressurser og det å lykkes som serieentreprenør ved å sette sammen et team med utfyllende kompetanse (Kamm, 1990). I motsetning til majoriteten av objektene uttaler **Mann 5** at hans største ressurs er hans kompetanse, og at han ikke ønsker å jobbe i team for å bevare sin frihet. Dette betyr at serieentreprenøren kan lykkes uavhengig av team dersom de har en høy og bred kompetanse. Vi ser også en sammenheng mellom serieentreprenøren sitt nettverk og deres evne til å anskaffe seg kompetente team. Samtlige intervjuobjekter som jobbet i team med unntak av **Mann 4**, hadde ansatt disse via nettverk. Dette betyr at serieentreprenøren drar nytte ut av sine ressurser for å øke kunnskap og kvaliteten på arbeidet for å nå resultatene til sine selskaper (Chowdhury, 2005).

### 5.3 MOTIVASJON

---

Vi ser gjennom våre funn at **Kvinne 1** og **Mann 1, 2, 4** og **5** alle deler samme motivasjon ved at de ønsker å ha kontroll over egen hverdag og være sin egen sjef. De viser engasjement når de prater om deres arbeid, men kun **Kvinne 1** og **Mann 1** viser null tegn til at penger er en motivasjonskilde, som viser at deres motivasjon stammer hovedsakelig fra den indre motivasjonen i form av selvbestemmelse. Dette støttes opp av Ryan & Deci (2000) sin selvbestemmelsesteori som mener at den indre motivasjon gjør at man kan gjøre handlinger frivillig og stammer fra vår indre drivkraft, uten behovet for materielle goder eller andre belønninger (Ryan & Deci, 2000). Det blir også videre støttet opp av Van Gelderen (2010), som hevder at selvbestemmelse er relevant innen entreprenørskap, siden entreprenørene selv ønsker å bestemme hvordan og når et arbeid skal utføres (Van Gelderen, 2010).

**Mann 2, 4** og **5** påpeker at samtidig som de ønsket å være sin egen sjef blir de også motivert av materielle goder i form av penger. Dette viser at de påvirkes av både indre- og ytre motivasjon som kan være positivt. Som Ryan og Deci (2000) påpeker, er ikke den ytre motivasjonen verdifull på bakgrunn av at gleden er kortvarig. Dette fører videre til at vi stadig trenger nye ting å lengte etter (Ryan og Deci, 2000). For en serieentreprenør vil det være viktig å stadig søke etter noe

nytt og aldri bli mett. Ved å drives av den ytre motivasjonen vil **Mann 2, 4 og 5** fortsette å fokusere på gevinst, samtidig som den indre motivasjonen vil sørge for at arbeidet deres har en større mening og motiverer dem til å ikke gi opp.

Intervjuobjektene tankegangen strider derimot med Sharma (2018) sin påstand om at individet ikke legger sin motivasjon i penger, men følelsen ved å lykkes, lage et team og den paniske veien til det å skape (Sharma, 2018).

**Kvinne 1 og 2**, sammen med **Mann 6 og 7** har alle til felles at de ønsker å gjøre noen stolt, enten det er i form av anerkjennelse fra familie eller status blant venner. Dette får oss til å anta at eksistensbehovene allerede er oppnådd og at de motiveres av relasjonsbehovene innen Alderferds teori. Ved å ha venner og familie å gjøre stolt kan vi anta at serieentreprenøren allerede har oppfylt sine sosiale behov og søker derfor anerkjennelse som neste steg, som er i tråd med Maslows behovspyramide (Sander 2020).

Noen personer motiveres av tanken på å gjøre noe som gir mening og skape noe større. Eksempler på dette er **Mann 1, 3 og Kvinne 3** som mener at det som gir dem noe mer og samtidig gjøre noe som er meningsfullt er det som driver dem videre i sitt arbeid. Dette viser en trang for selvrealisering der intervjuobjektene ønsker å oppnå noe større og søker utfordringer, samtidig som de ønsker å bruke sine evner til å skape opplevelser (kilde innen maslow her). Det er her man ser den største forskjellen fra en typisk entreprenør som ønsker å løse samfunnsproblem og «gjøre verden til et bedre sted». Selvrealisering er en avgjørende faktor for å bidra med innovasjon og utvikling. Det å utvikle nye produkter vil utfordre eksisterende midler som da må tilpasse og utvikle seg. Uten disse overliggende faktorene, vil ikke endringer skje (Ørstavik, 2019A).

Endringer og nye produkter stammer fra entreprenørens tidligere erfaringer, som videre fører til et behov for selvrealisering. (Spilling, 2006)

CET analysen til Ryan & Deci (1985) belyste at punktene selvbestemmelse og kompetanse må være tilstede for at den indre motivasjonen skal kunne opprettholdes og ser ikke på tilhørighet som like kritisk (Ryan & Deci, 1985). Dette vises igjen i våre funn ved at selvbestemmelse er en av kandidatene største motivasjonskilde. Flere av kandidatene som for eksempel **Mann 3 og Mann 5** forlot sine bedrifter for å skape noe for seg selv. Dette viser at tilhørighet ikke er like viktig for dem, i tillegg til at halvparten av våre serieentreprenører ønsket å starte for seg selv på bakgrunn av at de ville være sin egen sjef og kunne

bestemme selv uten å være avhengig av et team. Det får oss også til å vurdere om tilhørighet og selvbestemmelse kan være motsigende av hverandre og at det kan være svært vanskelig å oppnå begge deler samtidig.

Av de 10 personene vi intervjuet regnet 3 av våre intervjuobjekter seg som entreprenører istedenfor serieentreprenører. Vi ser gjennom våre funn ingen markant forskjell mellom entreprenører og serieentreprenører når det kommer til motivasjon. Vi ser heller ingen forskjeller mellom kvinner og menn som vi først mistenkte. Vår analyse belyser det som var klart for oss fra starten, motivasjon er et subjektivt tema som vil være forskjellig for alle. Folk kommer fra ulike bakgrunner og deres kilde til motivasjon vil være splittet. Samtlige av våre objekter virker å være i en posisjon der de tre underskuddsdekkende behovene i Maslows behovspyramide er dekket og dedikerer all sin tid til å oppfylle vekstbehovene (Sander, 2020). Analysen vår har gjort det mulig å gi et bilde på de mest sentrale motivasjonskildene som påvirker en serieentreprenør. 50% av intervjuobjektene ble sterkt motivert av å kunne styre sin egen hverdag og være sin egen sjef. Videre ser vi at 40% regner penger som en sterk motivasjon og fokuserer på den ytre motivasjonen. Vi ser også en likheter blant 40% av intervjuobjektene at anerkjennelse er viktig for dem. Kun 20% av våre intervjuobjekter fokuserte på å skape noe meningsfullt som gir dem noe mer.

#### 5.4 NORMER

---

Basert på vårt teoretiske grunnlag og våre funn vil vi nå analysere påvirkningen normene i Norge har på entreprenørskap og serieentreprenørskap. Spilling et al. (2002) påpeker at kultur og respekt for entreprenørskap kan drive dannelsen av selskaper og at det er en motivasjonsfaktor. Spilling et al. (2002) beskriver videre at det på lik linje kan motvirke entreprenørskap dersom de rette normene ikke foreligger (Spilling et al., 2002). Alle våre intervjuobjekter støtter påstanden om at kultur og respekt i samfunnet har en påvirkning på entreprenørskap, men tross dette er det ikke enighet knyttet til hvilken påvirkning. **Kvinne 2, Mann 1, 3, 4 og 5** mener at normene i landet motvirker entreprenørskap, mens **Mann 2, 6 og 7** i motsetning mener at det ikke er et hinder. Vi har ikke nok opplysninger fra intervjuobjekter til å avdekke årsaken for avviket, men antar at faktorer som støtte fra lokalmiljøet kan overvinne den generelle normen i samfunnet. På bakgrunn av

våre funn ser vi dermed en sammenheng mellom at normene som foreligger kan være et hinder og motvirke entreprenørskap (Spilling et al., 2002).

Til tross for at intervjuobjektene har delte meninger vedrørende normenes generelle påvirkning på entreprenørskap, informerer samtlige at de personlig føler seg respektert i samfunnet som entreprenører. Til tross for dette finner vi ingen støtte i Reynolds (2009) sin påstand om at normer påvirker deres handlinger og adferd. Det blir derimot opplyst at **Kvinne 1, 3** og **Mann 1** og **3** underbevisst kunne føle på en frykt for hva folk skulle tenke som følge av normene i samfunnet. Dette bekrefter noen av de tidligere intervjuobjektene sin påstand vedrørende normene sin negative innvirkning på entreprenøren i Norge, og vi kan dermed anta at det er hold i deres påstand. Teorien til William R. Meek (2010) underbygger dette ved å beskrive at man kan føle på en form for «skyld» ved å velge å ikke følge en generell norm fremfor en utfordrende norm i en annen gruppe. Vi bemerker oss at **Kvinne 1, 3** og **Mann 1** er entreprenører og ikke serieentreprenører, og utelukker dermed heller ikke at normene i samfunnet kan ha hatt en innvirkning på deres valg om å ikke starte flere selskap.

**Kvinne 2, Mann 4** og **5** påpeker at janteloven har hatt en spesielt negativ innvirkning på entreprenørskap i Norge, og at den fører til at folk ikke tør å følge sine drømmer. Vi ser dermed på bakgrunn av dette grunn for å anta at janteloven har en negativ påvirkning på entreprenørskap. Wickman (2006) støtter opp under våre antakelser og beskriver at janteloven er et sosialt hinder for serieentreprenørskap og deres ønske om å skape noe av stor verdi gjennom å følge sin visjon. **Mann 4** påstår at janteloven forhindrer «*annerledeshet*» i Norge, og dermed direkte vil påvirke entreprenørskap. **Kvinne 2** er enig i dette og beskriver viktigheten av å ikke la seg styre av janteloven og normene i Norge dersom man skal lykkes som entreprenør. Vi ser dermed en sammenheng mellom at samfunnet i Norge bruker mye energi på å etterleve normer ingen er tjent ved (Elster, 2009) og antar dermed at om entreprenøren lar seg påvirke av normene vil det ha en negativ innvirkning på han/hun.

**Mann 1** opplevde etter konkurs at folk mistet troen på han og at det ble utfordrende å komme tilbake med nytt selskap på grunn av normene som foreligger i samfunnet. Dette antyder at påvirkningen og resultatet av å bryte ut av en norm i Norge kan føre til ekskludering fra samfunnsgrupper (William R. Meek, 2010). Samtlige intervjuobjekter bekrefter at dette er normen i samfunnet, men vi

bemerket oss at **Kvinne 2** påstår at det nå er mer akseptert å bryte normene i Norge, noe hun får støtte fra hos både **Mann 2** og **3**.

## 5.5 RAMMEVERK

---

Gjennom våre funn finner vi en likhet rundt tankegangen om det norske rammeverket. DnB tilbyr en rekke forskjellige ordninger i forhold til støtte for etablering og veiledning av etablerte bedrifter. Samtidig så kan andre initiativer som NAV, Innovasjon Norge og Forskningsrådet virke som bidragsytere med ulike fordeler for nye nyoppstartede bedrifter (DNB, u.d). Våre intervjuobjekter føler disse ordningene bidrar til å gjøre Norge til et godt land for å starte bedrifter og utvikle entreprenørskap. Samtidig føler enkelte av våre intervjuobjekter at disse ordningene også kan bidra med etableringsbarrierer, som Meyer (2014) definerer som eksklusive rettigheter, lisenser, tillatelser, autorisasjon og geografiske barrierer. Likevel drøfter **Mann 5** at disse barrierene presenter av Meyer (2014) kan forbigås dersom en har kompetente mennesker til å gjennomføre undersøkelsene og søknadene.

Eneste motstridene funnet gjort mot disse ordningene gitt av de ovennevnte bidragsyterne, er mengden støtte gitt. Enkelte, som **Mann 5** følte kanskje en liten urettferdighet i hvilke selskaper som fikk støtte og ikke, samtidig hvilken mengde støtte som ble gitt. Dette begrunnet han med at noen selskaper han hadde startet hadde fått rikelig med støtte, mens andre hadde snarere fått i underkant av den trengte mengden for overlevelse.

Uansett var våre intervjuobjekter enige om at det er slik ting er. Det har vært dårligere forhold for entreprenørskap før, men det har nå utviklet seg til noe bedre og samfunnet har et høyere fokus på det. **Mann 7** mener en har mye å skylde på, men at Norge er et mye bedre land å starte i enn de fleste. Samtidig hevder de at det ligger i hvilken kompetanse individene har som enten bidrar eller setter en stopper for deres prosjekt, ikke rammeverket. Vi kan derfor ikke finne noen utelukkende faktorer gjennom våre intervjuer som hevder at rammeverket i Norge hindrer eller har en negativ innvirkning på entreprenørskap i Norge.

---

## 5.6 KRITIKK TIL OPPGAVEN

---

Vi er meget fornøyd med resultatet av vår forskning og mener den har blitt gjennomført med høy kvalitet. Til tross for dette ønsker vi å stille oss kritiske til eget verk og opplyse om hva vi føler kunne blitt gjort annerledes, og hva som vil være sentralt å sette søkelys på i senere studier.

Vi oppdaget gjennom våre funn at det var stor enighet angående majoriteten av våre temaer og spørsmål. På bakgrunn av at vi har gjennomført 10 intervjuer, hvorav syv av disse var serieentreprenører og videre kun en av disse syv var kvinner er dette en potensiell feilkilde. Vi ser at det ville vært hensiktsmessig å ha et større mangfold for en mer utdypende analyse. Det ble også tydelig gjennom vår analyse at det på bakgrunn av mangelfull informasjon fra våre intervjuobjekter knyttet til temaet ressurser ble utfordrende å gjennomføre en fullkommen analyse av tematikken. Vi bemerker oss dermed og at årsaken for dette kan at noen av våre spørsmål ikke har lagt til rette for utfyllende svar. Avslutningsvis avdekte vi gjennom funn og vår analyse at familie var en sentral driver for serieentreprenørskap i Norge. Dette var en faktor vi ikke tok tilstrekkelig hensyn til i vårt teoretiske grunnlag, og vi anser det dermed som hensiktsmessig å foreta seg en grundigere analyse av dette i senere forskning.

---

## 6. KONKLUSJON

---

Vår analyse finner ingen funn som antyder at kjønn er en vesentlig faktor når det kommer til vår problemstilling. Det vi derimot ser er klare tegn som hjelper oss å svare på problemstillingen: ***Hvordan ser serieentreprenørskap ut i Norge? - Hva kjennetegner en serieentreprenør og hva motiveres dem av?*** Vi tar for oss problemstillingen i tre deler.

Ved å se på normenes påvirkning av serieentreprenørskap i Norge, ser vi at samfunnet i Norge bruker mye tid på å etterleve normer ingen er tjent ved. Våre teoriforankrede funn gir oss tilstrekkelig med data til å konkludere med at normene generelt sett påvirker entreprenørskap i Norge negativt, og dermed kan være et hinder for tilkomsten av flere serieentreprenører i samfunnet. I motsetning foreligger det en følelse av respekt for allerede eksisterende serieentreprenører i Norge, og normene har en mindre påvirkning nå enn for 10 år siden. Det norske rammeverket konkluderes å være bidragsyter og en motiverende faktor for

entreprenørskap og setter heller ingen stopper for serieentreprenørskap. Gjennom dette, kan vi konkludere med at det tilrettelagt for serieentreprenørskap i Norge, men det finnes fortsatt tendenser til negative følelsesmessige hindringer gjennom norske normer.

En serieentreprenør er energisk, løsningsorientert, positiv, risikovillig og fryktløs, samtidig som personen er selvstendige, nysgjerrig, er entusiastisk for sitt arbeid og har en sterk gjennomføringsevne. Samtidig foreligger høy generell kompetanse, samt evnen til å etablere sterke nettverk. Selv om mye arbeidsinnsats og tid går til skapelsen av ulike prosjekter, kjennetegnes en serieentreprenør også ved evnen som foreligger til å forlate disse prosjektene uten den emosjonelle tilknytningen. Dette er grunnet deres sterke visjon som stadig er i utvikling for fremtidige løsninger og innovasjoner.

Når det kommer til motivasjon ser vi flere likheter og forskjeller mellom serieentreprenørene. Det blir vanskelig å gi en konkret teoretisk konklusjon på et så subjektivt tema, men basert på våre teoriforankrete funn ser vi at en serieentreprenør blir motivert av selvbestemmelse i form av å være sin egen sjef, anerkjennelse fra de rundt seg og ikke minst de materielle godene som prosessen medbringer. Det er ikke mulig å gi en fasit på hvilken av motivasjonskildene som gir størst gevinst for en serieentreprenør, men vi ser at en balanse mellom de overnevnte motivasjonene er gunstig for å beholde sulten, fortsette å vokse og ikke bli utbrent. Motivasjonskildene er felles for flertallet av våre intervjuobjekter, samtidig som det stemmer overens med innhentet teori. Dette gir oss en klar indikator på hva som motiverer en serieentreprenør.



## BIBLIOGRAFI

- 
- Alexander Ardichvilia, R. C. (2003). *A theory of entrepreneurial opportunity identification and development*.
  - Altinn. (2019, 04 08). *Aksjeselskap*. Hentet 26.04.2020, fra Altinn.no: <https://www.altinn.no/starte-og-drive/starte/valg-av-organisasjonsform/aksjeselskap/>
  - Andersen, G. (2019, 01 31). *Valg av forskningsmetode*. Hentet 20.04.2020, fra NDLA: <https://ndla.no/nb/subjects/subject:19/topic:1:195989/topic:1:195829/resource:1:56937>
  - Andersen, S. (1998, 07 23). *Den løbske Jantelov*. Hentet 08.04.2020, fra sandemose.dk: <http://sandemose.dk/projekt99/bibliotek/artikler/jantebrug.html>
  - Batterham, A. M., & George, K. P. (2003). Reliability in evidence-based clinical practice: a primer for allied health professionals. *Physical Therapy in Sport*, 4(3), 122-128. doi:[https://doi.org/10.1016/S1466-853X\(03\)00076-2](https://doi.org/10.1016/S1466-853X(03)00076-2). Hentet 25.04.2020.
  - Bhidé, A. (1994, 01). *How Entrepreneurs Craft Strategic That Work*. Hentet 15.04.2020, fra Researchgate.net: [https://www.researchgate.net/publication/234612607\\_How\\_Entrepreneurs\\_Craft\\_Strategic\\_That\\_Work](https://www.researchgate.net/publication/234612607_How_Entrepreneurs_Craft_Strategic_That_Work)
  - Bonnsetter, B. J. (2012, 12 07). *New Research: The Skills That Make an Entrepreneur*. Hentet 05.05.2020, fra hbr.org: <https://hbr.org/2012/12/new-research-the-skills-that-m>
  - Brinkman, S. K. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal akademisk

- Brochs-Haukedal, W. (2011). *Arbeids- og Lederpsykologi*. Cappelen.
- Chowdhury, S. 2005. “Demographic Diversity for Building an Effective Entrepreneurial Team: Is It Important?” *Journal of Business Venturing* 20(6):727–46
- Constantino, T. (2015, 11 19). *5 Traits That Distinguish Serial Entrepreneurs*. Hentet 23.03.2020, fra entrepreneur.com: <https://www.entrepreneur.com/article/252947>
- Dahlum, Sirianne: *validitet i Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 29. April 2020 fra <https://snl.no/validitet>
- Dewhurst, B. &. (1996). SMALL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP. Selection and editorial matter. Hentet 20.03.2020.
- Dictionary, B. (2020). *Serial Entrepreneur*. Hentet 18.03.2020, fra businessdictionary.com: <http://www.businessdictionary.com/definition/serial-entrepreneur.html>
- DNB. (u.d.). *DNB*. Hentet 27.04.2020 fra dnb.no: <https://www.dnb.no/bedrift/tema/starte-as/finansiering-stotteordning.html>
- Dollinger, M. J. (2008). *Strategies and Resources*: Hentet 27.03.2020, fra campus.globalnxt.edu <https://campus.globalnxt.edu.my/FileRepository/Community/15710/195940/doc/Textbook.pdf>
- E.Jackson, S. (2009). *Managing Human Resources*. Hentet 22.04.2020 fra doc1.biblothek.li
- Elisabet Ljunggren, G. A. (2018, 03). *Betydningen av innovasjon og entreprenørskap i norsk arbeidsliv – kunnskapsstatus og veien videre*. Hentet 23.03.2020, fra idunn.no:

[https://www.idunn.no/spa/2018/03/betydningen\\_av\\_innovasjon\\_og\\_entreprenørskap\\_i\\_norsk\\_arbeid](https://www.idunn.no/spa/2018/03/betydningen_av_innovasjon_og_entreprenørskap_i_norsk_arbeid)

- Elster, J. (1989). *Social Norms and Economic Theory*. Hentet 01.04.2020, fra aeaweb.org: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.3.4.99>
- Ensley, M. (1999). *Entrepreneurial Teams as Determinants of of New Venture Performance*. New York/London: Garland Publishing.
- Gartner, W. (2010, 06). *Entrepreneurial Behavior: Firm Organizing Processes*. Hentet 26.04.2020, fra Researchgate.net: [https://www.researchgate.net/publication/226099867\\_Entrepreneurial\\_Behavior\\_Firm\\_Organizing\\_Processes](https://www.researchgate.net/publication/226099867_Entrepreneurial_Behavior_Firm_Organizing_Processes)
- Heppelmann, M. E. (2015, 09). *How Smart, Connected Products Are Transforming Companies*. Hentet 29.03.2020, fra knowledgesol.com: <http://www.knowledgesol.com/uploads/2/4/3/9/24393270/hbr-how-smart-connected-products-are-transforming-companies.pdf>
- Hoholm, T. (2010, 02 16). *Intraprenørskap*. Hentet 27.03.2020, fra entstudent.wordpress.com: <https://entstudent.wordpress.com/2010/02/16/intrapren%C3%B8rskap/>
- Howard Aldrich, C. Z. (1986). *Entrepreneurship through social networks*. Hentet 19.03.2020, fra researchgate.net: [https://www.researchgate.net/profile/Howard\\_Aldrich/publication/291165757\\_Entrepreneurship\\_Through\\_Social\\_Networks/links/569ea49a08ae2c638eb584d0/Entrepreneurship-Through-Social-Networks.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Howard_Aldrich/publication/291165757_Entrepreneurship_Through_Social_Networks/links/569ea49a08ae2c638eb584d0/Entrepreneurship-Through-Social-Networks.pdf)
- Hulsink, E. &. (2003). *Networks in Entrepreneurship: The Case of High-technology Firms*. Hentet 21.03.2020, fra link.springer.com: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1026180418357>
- Hunt, S. D. (1999). *A General Theory of Competition: Resources, Competences, Productivity, Economic Growth*. Hentet 01.04.2020, fra

books.google.no:

[https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=BxgVKoshdGQC&oi=fnd&pg=PP1&dq=resources+provide+productivity&ots=r0yoJfLUCb&sig=bvpjn090hmA6LNf5m0Ivhv-TDh0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=resources%20provide%20productivity&f=false](https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=BxgVKoshdGQC&oi=fnd&pg=PP1&dq=resources+provide+productivity&ots=r0yoJfLUCb&sig=bvpjn090hmA6LNf5m0Ivhv-TDh0&redir_esc=y#v=onepage&q=resources%20provide%20productivity&f=false)

- Ilmakunnas, A. H. (2007, 08 28). *What distinguishes a serial entrepreneur?* Hentet 13.04.2020, fra Industrial and Corporate Change, *Volume 16*, ss. 793-821.
- Jenssen, J. I. (2001, 06 01). *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. Hentet 24.03.2020, fra journals.sagepub.com: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.5367/000000001101298846>
- Kamm, J. B., J. C. Shuman, J. A. Seeger og A. J. Nurick (1990): *Entrepreneurial Teams in New Venture Creation: A Research Agenda. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol.14 (4): 7-17*
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lai, L. (1997). *Strategisk Kompetansestyring(1. utg. ) Oslo*. Hentet 14.04.2020, fra Fagbokforlaget.
- L.Bodde, D. (2004). *The Intentional Entrepreneur: Bringing Technology and Engineering to the real new economy*. Hentet 21.04.2020, fra books.google.no: [https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=fnNRuyAdmGEC&oi=fnd&pg=PR5&dq=bringing+something+new+into+the+economy&ots=67VCi81kfa&sig=ZjUQPZy3NvoQH0AaLTplERKCrME&redir\\_esc=y#v=onepage&q=bringing%20something%20new%20into%20the%20economy&f=false](https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=fnNRuyAdmGEC&oi=fnd&pg=PR5&dq=bringing+something+new+into+the+economy&ots=67VCi81kfa&sig=ZjUQPZy3NvoQH0AaLTplERKCrME&redir_esc=y#v=onepage&q=bringing%20something%20new%20into%20the%20economy&f=false)

- Leksikon, S. N. (2018, 02 20). *Gründer*. Hentet 07.04.2020, fra snl.no: <https://snl.no/gr%C3%BCnder>
- Liberto, D. (2019, 06 26). *Joseph Schumpeter*. Hentet 24.03.2020, fra investopedia.com: <https://www.investopedia.com/terms/j/joseph-schumpeter.asp>
- Lillegrein, N. O. (2018, 09 08). *Hvorfor mislykkes så mange små bedrifter?* Hentet 23.03.2020, fra dinbedrift.no: <https://www.dinbedrift.no/slik-lykkes-du/>
- Lima, A. M. (2009, 10 24). *Serial entrepreneurship: impact of human capital on time to re-entry*. Hentet 04.04.2020, fra link.springer.com: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11187-009-9232-4.pdf>
- MacMillan, M. a. (2000). *The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Hentet 16.04.2020, fra Havard Business Press.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Hentet 04.04.2020
- Merriam-Webster. (2020). *Breakneck*. Hentet 04.04.2020 fra Merriam-webster.com: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/breakneck>
- Meyer, C. B. (2014, 05 14). *Konkurransen og regulering*. Hentet 01.05.2020 fra produktivitetskommissjonen: <https://produktivitetskommissjonen.no/files/2014/02/meyer14052014.pdf>
- Nancy M. Carter, W. B. (1996). EXPLORING START-UP EVENT SEQUENCES . *Elsevier*, ss. 1-16.
- Nordheim, B. (2014, 04 03) *Maslows behovspyramide* (Bilde). Hentet 26.05.2020, fra <https://ndla.no/subjects/subject:12/topic:1:183846/topic:1:183860/resource:1:85351>

- Olav Sorensen, T. E. (2005). *Social Networks and Entrepreneurship*. Hentet 21.03.2020, fra [link.springer.com](http://link.springer.com):  
[https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F0-387-23622-8\\_11](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F0-387-23622-8_11)
- Packer, D. J. (2007, 12 17). *On Being Both With Us and Against Us: A Normative Conflict Model of Dissent in Social Groups*. Hentet 08.04.2020, fra [journals.sagepub.com](http://journals.sagepub.com):  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1088868307309606>
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Hentet 26.04.2020, fra:  
[https://digitalcommons.odu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=management\\_fac\\_pubs](https://digitalcommons.odu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=management_fac_pubs)
- Plehn-Dujowich, J. (2009, 01 24). *A theory of serial entrepreneurship*. Hentet: 26.04.2020 fra [link.springer.com](http://link.springer.com):  
<https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11187-008-9171-5>
  - Polit DF, Beck CT. *Nursing research: generating and assessing evidence for nursing practice*. 10. utg. Philadelphia: Wolters Kluwer; 2017.
- Postholm, M. (2005). *Kvalitativ metode. En innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Preisendörfer, J. B. (1998). *Network Support and the Success of Newly Founded Business*. Hentet 26.03.2020, fra [link.springer.com](http://link.springer.com):  
<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1007997102930>
- Presutti, M. O. (u.d.). *Serial entrepreneurship and born-global new ventures. A case study*.
- Quan, X. I. (2012). *Prior experience, social network, and levels of entrepreneurial intentions*. Hentet 17.04.2020, fra [Researchgate.net](http://Researchgate.net):  
[https://www.researchgate.net/publication/263558397\\_Prior\\_experience\\_social\\_network\\_and\\_levels\\_of\\_entrepreneurial\\_intentions](https://www.researchgate.net/publication/263558397_Prior_experience_social_network_and_levels_of_entrepreneurial_intentions)

- Regjeringen. (2016, 02 19). *Meld. St. 16 (2015–2016)*. Hentet 17.04.2020, fra Regjeringen.no: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-16-20152016/id2476199/>
- Reynolds, D. M. (2009). *Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs*. Hentet 03.04.2020, fra link.springer.com: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-009-0115-6>
- Rosland, k. (2018, 11 13). *Motivasjon*. Hentet 22.04.2020, fra NDLA: <https://ndla.no/nb/subjects/subject:7/topic:1:183191/topic:1:105795/resource:1:93370>
- Ryan & Deci. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
- Ryan & Deci. (2000). *Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being*. Hentet 18.04.2020, fra selfdeterminationtheory.org: [https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000\\_RyanDeci\\_SDT.pdf?fbclid=IwAR3pI6fgjbDWFvBX5VWZaHGbmUqWMJ0MbSuVOiRrDDMJcYvw3JkiZlaTqaY](https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000_RyanDeci_SDT.pdf?fbclid=IwAR3pI6fgjbDWFvBX5VWZaHGbmUqWMJ0MbSuVOiRrDDMJcYvw3JkiZlaTqaY)
- Sander, K. (2019A, 10 11). *Hva er et dybdeintervju?* Hentet 17.04.2020, fra studie.no: <https://studie.no/dybdeintervju-enkelt-intervju/>
- Sander, K. (2019B, 09 11). *Induktiv og deduktiv studie*. Hentet 23.04.2020, fra studie.no: <https://studie.no/induktiv-deduktiv/>
- Sander, K. (2019C, 12 19). *Ressurs og Ressursforvaltning*. Hentet 25.04.2020 fra studie.no: <https://studie.no/ressurs/>
- Sander, K. (2019D, 9 1). *Motiv og Motivasjon*. Hentet 16.04.2020, fra studie.no: <https://studie.no/motiv-motivasjon/>

- Sander, K. (2020, 01 16). *Maslows Behovspyramide*. Hentet 17.04.2020, fra studie.no: <https://studie.no/maslows-behovhierarki/>
- Sarasvathy, S. D. (2012, 09 18). *Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency*. Hentet 16.04.2020, fra jstor.org: <http://www.jstor.org/stable/259121>
- Schumpeter, J. (1912). *Die Theorie der Wirtschaftliche Entwicklung*. springerlink.no. Hentet 03.04.2020
- Sergey Anokhin, D. G. (2008). *The Journey from Novice to Serial Entrepreneurship in China and Germany: Are the Drivers the Same?* Hentet 25.03.2020, fra core.ac.uk: <https://core.ac.uk/download/pdf/7056646.pdf>
- Sharma, A. (2018, 04 14). *What is a Serial Entrepreneur?* Hentet 18.03.2020, fra entrepreneuryork.com: <https://www.entrepreneuryork.com/entrepreneurship/what-is-a-serial-entrepreneur/>
- Skullerud, H. F. (2014, 10 24). *Nyetablerte foretaks overlevelse og vekst, 2007-2012*. Hentet 04.05.2020 fra ssb.no: <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/statistikker/fordem/aar/2014-10-24>
- Skullerud, K. F. (2019, 09 11). *Nyetablerte foretaks overlevelse og vekst*. Hentet 16.03.2020, fra ssb.no: <https://www.ssb.no/fordem>
- Spilling, O. R. (2005). *Entreprenørskap i et evolusjonært perspektiv*. Hentet 22.04.2020 fra nifu.brage.unit.no: <https://nifu.brage.unit.no/nifu-xmllui/bitstream/handle/11250/282995/NIFUSTEPArbeidsnotat2005-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- Spilling, O. R., Roppen, J. A., Sanness, A. H., Simonsen, B.-O., Steinsli, J., & Støylen, A. (2002). *Entreprenørskap som strategi for regional utvikling*. Hentet 04.04.2020, fra biopen.bi.no: <https://biopen.bi.no/bi-xmlui/handle/11250/94050>
- Sundbye, L. M. (2017, 10 11). *Primære og Sekundære Datakilder*. Hentet 26.03.2020, fra ndla.no: <https://ndla.no/nb/subjects/subject:7/topic:1:183191/topic:1:105795/resource:1:93370>
- Tellmann, A. B. (2018). *Anne Birgitte Leseth og Silje Maria Tellmann: Hvordan lese kvalitativ forskning?*. Hentet 15.04.2020, fra [www-idunn-no.ezproxy.library.bi.no](http://www-idunn-no.ezproxy.library.bi.no): [https://www-idunn-no.ezproxy.library.bi.no/nat/2018/03-04/anne\\_birgitte\\_leseth\\_og\\_silje\\_maria\\_tellmann\\_hvordan lese\\_?fbclid=IwAR3lPeethhgWUpeYjRBLZXA1FJa0nA2zMSvZ00xgzgSxn9tH9G\\_10xFQTKk](https://www-idunn-no.ezproxy.library.bi.no/nat/2018/03-04/anne_birgitte_leseth_og_silje_maria_tellmann_hvordan lese_?fbclid=IwAR3lPeethhgWUpeYjRBLZXA1FJa0nA2zMSvZ00xgzgSxn9tH9G_10xFQTKk)
- Thagaard, T. (2009). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode (3. utgave)*. Fagbokforlaget.
- Tranøy, K. E. (2019, 02 18). *Metode*. Hentet 20.04.2020, fra [snl.no](http://snl.no): <https://snl.no/metode>
- U.S Regional Depository. (2005). *Minerals Yearbook*. Hentet 26.04.2020, fra [books.google.no](http://books.google.no): [https://books.google.no/books?id=tniqBs42\\_OYC&pg=SA12-PA8&lpg=SA12-PA8&dq=European+Venture+Capital+Journal,+March+2005,+Issue+120,+p.+2&source=bl&ots=iamOKFke93&sig=ACfU3U2AeAQKrBOB0io0em5Jn0xPtRKnRA&hl=no&sa=X&ved=2ahUKEwjLufWhocrpAhXyqwqYKHTMjBkYQ6AEwAXo](https://books.google.no/books?id=tniqBs42_OYC&pg=SA12-PA8&lpg=SA12-PA8&dq=European+Venture+Capital+Journal,+March+2005,+Issue+120,+p.+2&source=bl&ots=iamOKFke93&sig=ACfU3U2AeAQKrBOB0io0em5Jn0xPtRKnRA&hl=no&sa=X&ved=2ahUKEwjLufWhocrpAhXyqwqYKHTMjBkYQ6AEwAXo)
- UiO. (2017). *Samfunnsvitenskapelig metode*: Hentet 27.04.2020, fra: <https://www.google.no/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&>

ved=0ahUKEwj1ztWSv7fSAhUC1SwKHe\_yCRwQFgghMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.uio.no%2Fstudier%2Femner%2Fjus%2Fafin%2FFIN4001%2Fh07%2Fundervisningsmateriale%2Fmetodeforelesning2.doc&u sg=AFQjCNHptzhdVz4HV

- Ukjent. (2020, 01 15). *Business Jargons*. Hentet 14.04.2020, fra Alderfers ERG Theory: <https://businessjargons.com/alderfers-erg-theory.html>
- Van Gelderen, M. (2010, 11). *Autonomy as the guiding aim of entrepreneurship education*. *Education + Training*. Hentet 17.04.2020, fra researchgate.net: [https://www.researchgate.net/publication/242343783\\_Autonomy\\_as\\_the\\_Guiding\\_Aim\\_of\\_Entrepreneurship\\_Education](https://www.researchgate.net/publication/242343783_Autonomy_as_the_Guiding_Aim_of_Entrepreneurship_Education)
- Westhead, U. W. (2005). *Novice, Serial and Portfolio Entrepreneur Behaviour and Contributions*. Hentet 12.04.2020, fra link.springer.com: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11187-003-6461-9.pdf>
- Wickman, P. A. (2006). *Strategic Entrepreneurship*. Hentet 12.04.2020, fra Pearson Education Limited.
- William R.Meeke, D. F. (2010, 10). *The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context*. Hentet 29.03.2020, fra sciencedirect.com: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902609001037>
- Ørstavik, F. (2019 A, 04 23). *entreprenør - innovasjon*. Hentet 03.04.2020, fra snl.no: [https://snl.no/entrepren%C3%B8r\\_-\\_innovasjon](https://snl.no/entrepren%C3%B8r_-_innovasjon)
- Ørstavik, F. (2019 B, 10 20). *Joseph Schumpeter*. Hentet 03.04.2020, fra snl.no: [https://snl.no/Joseph\\_Schumpeter](https://snl.no/Joseph_Schumpeter)
- Yuri Mishina, T. G. (2004, 01). *Are More Resources Always Better for Growth? Resource Stickiness in Market and Product Expansion*. Hentet

08.04.2020, fra [www-jstor-org.ezproxy.library.bi.no](https://www-jstor-org.ezproxy.library.bi.no): [https://www-jstor-org.ezproxy.library.bi.no/stable/20142189?seq=3#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www-jstor-org.ezproxy.library.bi.no/stable/20142189?seq=3#metadata_info_tab_contents)

## **Intervjuguide**

### **Tema**

Entreprenørskap, spesifikt fokus rettet mot serieentreprenørskap

### **Gjøremåte**

Vi møtte våre intervjuobjekter personlig, hvor vi satt med dem og utførte det underliggende intervjuet. Gjennom disse intervjuene ble det skrevet direkte notater med deres samtykke. Vi gjennomførte intervjuene en og en, hvor notatene senere ble delt med gruppen. Samtlige godkjente spørsmål angående bruken av notater, og anvendelse av kjønn, bakgrunn og erfaring. Samtidig søkte vi om NSD for å sikre anonymiteten enda mer som deretter ble godkjent.

### **Estimert tidsbruk**

35-45 minutter.

### **Dybdeintervju MAL**

Grunnlaget for intervjuet: Hensikten ved dette intervjuet vil være å finne god informasjon som foreligger hos våre intervjuobjekter. Vi vil prøve å avdekke gjennom dette intervjuet deres meninger rundt temaet serieentreprenørskap, sammen med hvilke bakgrunn, erfaringer og personlighetstrekk vårt intervjuobjekt har. Vi vil også stille spørsmål rundt deres tanker om normer og rammeverk, der vi prøver å finne ut positive og negative sider.

### **Innledning**

- Godkjenner du at vi tar notater av dette intervjuet som vi senere vil bruke i vår oppgave?
- Vi ønsker å skrive bacheloren med anonyme intervjuobjekter, men godkjenner du bruken av ditt kjønn for å differensiere deg fra andre?
- Hva er din bakgrunn og erfaring?
- Ser du på deg selv som en entreprenør eller serie entreprenør?

- o Hvorfor?
- Litt om personlighetstrekk
- o Entusiasme?
- o Nysgjerrighet?
- o Selvstendighet?
- o Har du en prestasjonstrang?
- Hva kjennetegner en entreprenør i dine øyne?
- Hvis du kunne gjort noe annerledes, hva ville det vært?

### **1. Ressurser**

- Har du en klar visjon?
- o Har du måtte endre den på veien?
- Hvilke ressurser har vært viktigst for deg? utdyp nettverk osv.
- o Tidligere kompetanse
- Har du et team rundt deg og hva har dette ført til positivt/negativt?

### **2. Norge i dag**

- Har normene i samfunnet påvirket deg som entreprenør?
- Føler du norske normer setter en stopper for serie entreprenører?
- o Janteloven?
- o Hvordan føler du samfunnet reagerer på det å gå konkurs?
- Har du hatt noen problemer med det norske rammeverket og føler du Norge er et godt land for en entreprenør?
- o Støtteordninger
- o Etableringsbarrierer

### **3. Motivasjon**

- Hva motiverer deg mest?
- Hvorfor tror du at 70% av startups mislykkes?