



Høgskulen
på Vestlandet

BACHELOROPPGAVE

Psykologiske faktorer i det entreprenørielle
økosystemet i Sogndal

Psychological factors of the entrepreneurial
ecosystem in Sogndal

Håvard Sirekrok Hadland & Morten Harterman
Bakketun

Kandidatnummer: 236 og 234

B06-2011 Bacheloroppgave for Økonomi og administrasjon

Fakultet for Økonomi og samfunnsvitenskap

Tore Frimannslund

26.mai 2023

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 12-1.

Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttende oppgave på vår treårige bachelorgrad i økonomi og administrasjon ved Høgskolen på Vestlandet. Vi har gjennom denne oppgaven hatt både tunge dager med sene kvelder, men også flotte dager med god diskusjon. Vi har også gjennom oppgaven fordypet oss i temaet entreprenørskap, med fokus på entreprenørielt økosystem og de psykologiske effektene som omfavner det. Det har vært en svært interessant oppgave som har utfordret og lært oss mye.

Videre ønsker vi å rette en tanke mot vår veileder, Tore Frimanslund. Førstemanuensis ved Instituttet for økonomi og administrasjon. Ditt engasjement for oppgaven og dine tilbakemeldinger har blitt satt veldig pris på. Ellers ønsker vi også å takke alle de anonyme intervjuobjektene for at dere tok dere tid til å være en del av undersøkelsen. Det har vært svært lærerikt å høre deres bidrag.

Det har vært en svært spennende prosess og vi håper leserne også finner oppgaven vår lærerik og interessant.

Sammendrag

Formålet med forskningen og oppgaven har vært å finne ut hvilken påvirkning psykologiske faktorer har hatt på utviklingen av det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Vi kom frem til problemstillingen; «*Til hvilken grad har psykologiske faktorer bidratt til utviklingen av det entreprenørielle økosystemet i Sogndal?*».

Det teoretiske fundamentet som har blitt brukt for å besvare forskningsspørsmålet er forankret i relevante teorier om entreprenørielle økosystem, sosial identitet og mestringsteori. Gjennom intervjuer med representanter fra støtteorganisasjoner og gründere i Sogndal, har vi undersøkt påvirkningen rollemodeller og mestringstro har hatt på utviklingen av det entreprenørielle økosystemet. Vi har brukt en kvalitativ tilnærming, med casestudie som forskningsdesign. Datainnsamlingsmetoden bestod av semistrukturerte intervjuer, som ble holdt ved fysisk møte, med unntak av en som var over zoom.

Vi har et håp om at forskningen kan bidra til å forbedre det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Vi fant ut fra intervjuene at rollemodeller har hatt en stor påvirkning på gründere, og potensielt nye gründere i Sogndal. De siste årene har flere gründere vist at det går an å starte bedrift i Sogndal, og gått foran som gode rollemodeller. Dette har sammen med et økende støttenettverk vært med på å øke mestringstroen i regionen.

Vi konkluderer med at både rollemodeller og mestringstro har spilt en bidragende rolle i utviklingen av den entreprenørielle aktiviteten funnet i Sogndal. Hovedpremissene bak dette kan oppsummeres med kort vei mellom aktører, positiv kulturendring, tettere forhold med støtteorganisasjoner og profilerte gründerhistorier.

Abstract

The purpose of the research and the thesis has been to find out what influence psychological factors have had on the development of the entrepreneurial ecosystem in Sogndal. We arrived at the problem; *“To what extent have psychological factors contributed to the development of the entrepreneurial ecosystem in Sogndal?”*

The theoretical foundation that has been used to answer the research question is rooted in relevant theories about entrepreneurial ecosystems, social identity and self-efficacy. Through interviews with representatives from support organizations and entrepreneurs in Sogndal, we have investigated the impact role models and self-efficacy have had on the development of the entrepreneurial ecosystem. We have used a qualitative approach, with a case study as the research design. The data collection method consisted of semi-structured interviews, which were held in person, apart from one that was over Zoom.

We hope that the research can help improve the entrepreneurial ecosystem in Sogndal. We found from the interviews that role models have greatly influenced entrepreneurs, and potentially new entrepreneurs in Sogndal. In recent years, several entrepreneurs have shown that starting a business in Sogndal is possible and have led the way as good role models. This has contributed to increased self-efficacy.

We conclude that both role models and self-efficacy have played a key role in the development of the entrepreneurial activity found in Sogndal. The main premises behind this can be summed up by a short distance between actors, positive culture change, closer relationships with support organizations and prominent entrepreneurial stories.

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon	7
1.1 Bakgrunn	7
1.2 Problemstilling.....	7
1.3 Oppgavens oppbygning	7
2. Teori og litteratur	9
2.1 Entreprenørielle økosystemer	9
2.1.1 Opprinnelse	9
2.1.2 Hva er et entreprenørielt økosystem.....	9
2.1.3 Kulturelle Attributter	11
2.1.4 Sosiale Attributter	11
2.1.5 Materielle attributter.....	12
2.2 Entreprenøriell mestringstro	12
2.3 Rollemodeller	15
2.3.1 Sosial Identitetsteori.....	15
3. Metode	17
3.1 Valg av metode og forskningsdesign	17
3.1.1 Casestudie	18
3.1.2 Intervju som datainnsamlingsmetode.....	18
3.1.3 Utvelgelsesprosessen	19
3.2 Gjennomføring.....	19
3.3 Kvalitetssikring.....	20
3.3.1 Validitet.....	20
3.3.2 Reliabilitet.....	21
3.3.3 Etisk refleksjon.....	22
3.3.4 Anonymisert Intervjuobjekter	22
4. Funn.....	23
4.1 Illustrasjon av funn	23
4.2 Psykologiske Faktorer	24
4.2.1 Rollemodeller	24
4.2.2 Mestringstro	25
4.3 Entreprenørielt økosystem	26
4.4 Andre funn.....	27
5. Analyse og diskusjon	29

5.1 Entreprenørielt økosystem	29
5.1.1 Analyse av kulturelle attributter	29
5.1.2 Analyse av sosiale attributter	30
5.1.3 Analyse av materielle attributter	31
5.2 Rollemodeller	31
5.3 Mestringstro	33
6. Konklusjon	35
6.1 Anbefaling til videre studier	36
7. Litteraturliste	37
Vedlegg 1	41

Figurliste:

Figur 1: Illustrasjon av attributtene i et entreprenørielt økosystem.....	11
Figur 2: Illustrasjon av datasamling.....	23

Tabelliste:

Tabell 1: Tabell over de anonyme intervjuobjektene.....	22
--	----

1. Introduksjon

1.1 Bakgrunn

Det kommer frem i rapporten EIS (EU, 2022) at Norge har siden 2015 hatt en kraftig vekst innenfor innovasjon aspektet på europeisk basis. Dette etter at Norge har ligget under gjennomsnittet over lang tid til tross for vår "økonomiske styrke". Fra Innovasjon Norge kommer det frem at de "tror det er en erkjennelse i alle miljøer – næringslivet, i det politiske miljøet og i universitetsmiljøene – at Norge må omstille seg, og der ligger det mye innovasjon" (Innovasjon Norge, 2021). Fokus på grønn energi blir større og større i verden, og det vil kreve en omstilling i Norge som følge av at 14% av Norges bruttonasjonalprodukt kommer fra oljenæringen (E24, 2020).

Etter å ha fullført emnet «entreprenørskapsøkonomi og finansiering» fikk vi en interesse og nysgjerrighet rundt entreprenørielle økosystem og hvordan dette kunne ha vært med på å øke innovasjonen i Norge. Vi fant raskt ut at det var det vi ville undersøke, og det gav oss en gyllen mulighet til å lære mer om de underbyggende faktorene til et entreprenørielt økosystem. Vi har gjennom årene i Sogndal både lært og oppfattet at det er et bra næringsliv her, som også er i utvikling. Vi ønsket i hovedsak å se på det psykologiske faktorene som påvirker næringslivet i Sogndal.

1.2 Problemstilling

Som nevnt i bakgrunnen vil vi avdekke hvilke faktorer som har bidratt til utviklingen av det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Etter litt forskning og vår genuine interesse for temaet, fant vi ut at vi ville se på psykologiske faktorer knyttet til utviklingen av det entreprenørielle økosystem. På grunnlag av dette kom vi frem til problemstillingen:

- «Til hvilken grad har psykologiske faktorer bidratt til utviklingen av det entreprenørielle økosystemet i Sogndal?»

1.3 Oppgavens oppbygning

Første del av oppgaven er bakgrunnen og valget av problemstillingen. Videre i det andre kapitlet introduserer vi teori og litteratur som danner grunnlaget til oppgaven. Her tar vi for

oss de psykologiske teoriene om rollemodeller og entreprenøriell mestringstro, samt teori om entreprenørielle økosystemer. I det tredje kapitlet går vi gjennom oppgavens metode, valg av forskningsdesign, gjennomføring av undersøkelse, kvalitetssikringen og en tabell over våre intervjuobjekter. Det fjerde kapitlet går ut på funnene fra undersøkelsen. Funnene blir presentert i henhold til de ulike temaene, og blir støttet opp med sitater fra informantene. I kapittel fem skal vi analysere funnene fra det tidligere kapitlet, og se på funn knyttet opp mot teori og litteratur. I det siste kapitlet tar vi for oss problemstillingen igjen, og besvarer den ut fra analysen, og ender oppgaven med å komme med forslag til eventuelle videre studier.

2. Teori og litteratur

I dette kapitlet skal vi gjøre rede for beskrivelse og forklaring på et entreprenørielt økosystem. Vi skal se på relevante teorier rundt temaene mestringstro og rollemodeller.

Dette gjør vi på bakgrunn av vår undersøkelse rundt de psykologiske effektene i Sogndal og hvordan det har påvirket det entreprenørielle økosystemet. Utover i dette kapitlet vil det komme frem relevante teorier og begrepsavklaringer som vil kunne gi en dypere forståelse for oppgaven. Det er dette som vil skape rammeverket rundt vår problemstilling.

2.1 Entreprenørielle økosystemer

2.1.1 Opprinnelse

Opprinnelsen til begrepet entreprenørielt økosystem strekker seg tilbake helt til 1980-90 tallet hvor man begynte å utvikle ideer om entreprenørielle økosystemer, som en del av den tidlige forskningen var verkene til Dubini (1989), van de Ven (1993) og Spilling (1996) elementære. Dubini sin artikkel viste seg å være svært konsistent med resultatene til Friberg (1975, 1976) om ulike insentiver til å starte en forretning.

I nyere tid har entreprenørielle økosystem igjen kommet i fokus og blitt videreutviklet gjennom verkene: Daniel Isenberg (2010) sitt arbeid med *Harvard Business Review*, Brad Feld sin bok (2012) *Startup Communities* og Ben spigel og Richard Harrison (2017) sin artikkel *Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems*.

2.1.2 Hva er et entreprenørielt økosystem

Det finnes flere ulike definisjoner på hva et entreprenørielt økosystem er. Teorien rundt temaet er relativt nytt, men omhandler hvordan omgivelsene, gjerne i en regional kontekst spiller inn på entreprenørskapet. Ikke bare bedriftens påvirkning.

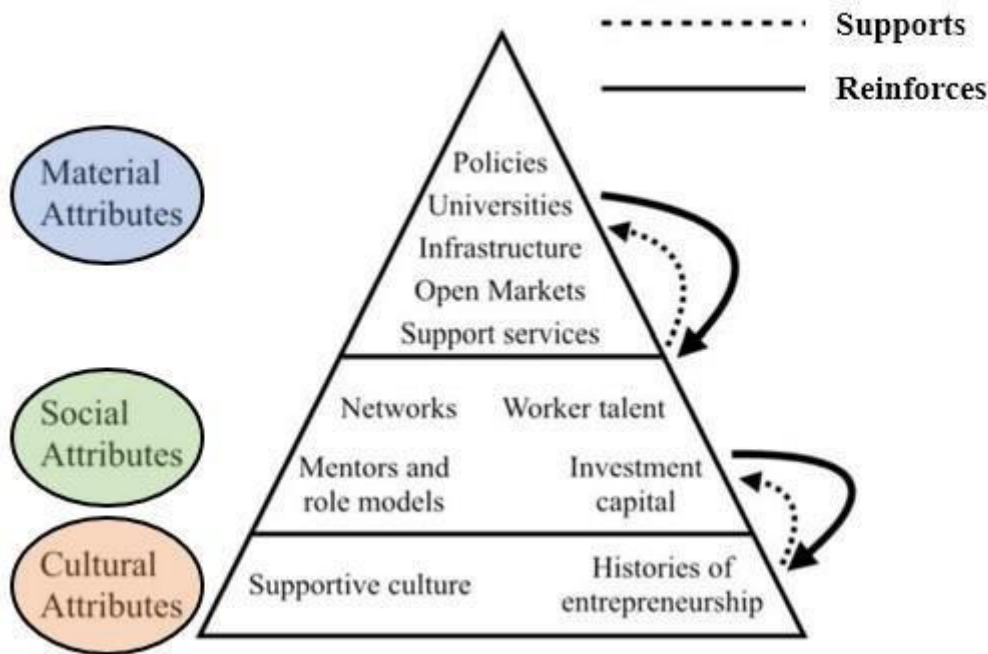
Begrepet entreprenørielle økosystemer består av to ord. Entreprenørielle er oversatt fra det engelske ordet «entreprenur» som i dagligtale på norsk går som gründer. Økosystemer kjennetegnes ofte i samspill med naturen og biologi. I dette begrepet går økosystem mer ut

på miljøet i et regionalt område og skal ikke tolkes bokstavelig (Stam & Spiegel, 2016). Alt fra aktører til industrielle-, sosiale- og psykologiske faktorer er med på å skape et systematisk økosystem i regioner. O'Connor, Stam, Sussan, & Audretsch, (2018) forklarer også at alle økosystem er unike og spesialisert til spesifikke regioner, og utvikles langsomt. Dette samsvarer med (Isenberg, 2010) første prinsipp om at man ikke skal prøve å kopiere Silicon Valley, som blir anerkjent som et entreprenørielt økosystem som står for store deler av verdens teknologiske innovasjon.

En annen kjent definisjon på et entreprenørielt økosystem er «a set of interdependent actors and factors coordinated in such a way that they enable productive entrepreneurship (Stam, 2015). Som viser til at det er individuelle entreprenører som gjennom koordinerte faktorer legger til rette for skapelse av entreprenørskap.

Ut fra definisjonen av et entreprenørielt økosystem finnes det flere ulike forfattere og forskere som mener hva det består av. De mer anerkjente regnes å være Isenberg (2010) og Spiegel (2017). Isenberg benytter seg av 9 ulike prinsipper som må være til stede for å klare og etablere et entreprenørielt økosystem. Ben Spiegel derimot argumenterer for at entreprenørielt økosystem består av tre ulike attributter som representerer alle egenskapene man finner i et entreprenørielt økosystem.

Attributtene deles inn i kulturelle, sosiale og materielle (Spiegel, 2017). Selv om det finnes flere definisjoner og flere ulike forståelser av et entreprenørielt økosystem, finnes det stor korrelasjon mellom de ulike publikasjonene. I den anledning har vi valgt å fokusere på Spiegel (2017) sin modell med vinklingen om i hvilken grad psykologiske faktorer innenfor mestringstro og rollemodeller har formet det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Vi føler denne er best egnet til å få frem det teorigrunnlaget som det er behov for. Problemstillingen kommer i hovedsak til å dreie seg om mestringstro, rollemodeller og holdningskultur i henhold til dette, men vi ønsker å inkludere teorien rundt alle tre attributtene ettersom de samhandler, forsterker og støtter hverandre, som vist med figuren under.



Figur 1: Illustrasjon av attributtene i et entreprenørielt økosystem (Spigel, 2017).

2.1.3 Kulturelle Attributter

Kulturelle attributter baserer seg på de ulike underliggende holdningene, tankene og synene på entreprenørskap i en region (Spigel, 2017). Positive kulturelle attributter kan være med på å normalisere risiko ved å starte som grunder og oppmuntre til nydannelse. Negativ entreprenørskapskultur derimot kan skape hindringer i dannelse av entreprenørskap i regioner (Fritsch & Storey, 2014). Slike kulturer som assosieres med suksesshistorier fra lokale entreprenører er med på å skape entreprenøriell aktivitet. Villigheten hos aktører og gründere øker, som gjør det lettere å begi seg inn på risikoassosierte innovasjoner (Aoyama, 2009).

2.1.4 Sosiale Attributter

Sosiale attributter handler om all sosial aktivitet som tilhører en bestemt region. Det handler også om både tillit og deling av goder i et miljø av entreprenørielle aktører. Spigel referer til at dersom det sosiale nettverket skal bidra til å starte og forbedre nye virksomheter, så må det være et etablert nettverk mellom investeringskapital, entreprenører og andre entreprenørielle aktører (Spigel, 2017). Det er også behov for fire ulike sosiale egenskaper

som trekkes frem: Nettverk, rollemodeller og mentorer, kompetent arbeidskraft og investorer/investeringskapital. Alle de fire egenskapene har hver sin rolle, nettverket er viktig for å få tilgang til ressurser. Rollemodeller har en effekt gjennom at de øker sannsynligheten for oppnåelse. Investeringskapital er også essensielt for gründerdrift, og kommer fra investorer eller andre kapitallytere. Til slutt nevnes kompetent arbeidskraft som en viktig sosial egenskap, ettersom man trenger ansatte som ønsker å jobbe innenfor oppstartsbedrifter.

2.1.5 Materielle attributter

I vår oppgave skal vi ha et hovedfokus på de kulturelle og psykologiske aspektene i et entreprenørielt økosystem, men det er viktig å poengtere viktigheten av de materielle attributtene. Spigel (2017) viser til fem ulike materielle faktorer som er det åpne markedet, myndighetene lokalt/regionalt og nasjonal, støtteorganisasjoner og fasiliteter, infrastruktur og universiteter. Alle de fem faktorene har en mer fysisk rolle i entreprenørielle økosystem.

Støtteorganisasjoner og fasiliteter tilbyr hjelp til entreprenører særlig i oppstartfasen og ved store strukturendringer, eksempler på slike virkemiddelapparat er Innovasjon Norge og andre ulike næringshager. Det lokale markedet er essensielt ved at det gir gründeren en arena å teste ut produktet. Myndighetene derimot setter rammeverket for hvor de kan operere. Universitetene bidrar ved at de er en pådriver på kunnskapsutvikling. Til slutt er den grunnleggende infrastrukturen som kan gi gode transportmuligheter, telekommunikasjon og lignede.

2.2 Entreprenøriell mestringstro

Entreprenøriell mestringstro eller «Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) er sammensetningen av to ord. Mestringstro er brukt innen psykologi og betyr «Troen på at man er kapabel til å kontrollere ens egen utføring» (Bandura 1997). Entreprenøriell mestringstro drar inn aspektet med grunder, og kan forklares som individets tro på deres ferdigheter til å påta seg en rolle eller oppgave assosiert med å være en grunder (Boyd og Vozikis, 1994; Chen et al., 1998).

Teorien går i hovedsak ut på at en økning i mestringstro hos entreprenørielle individer gjør dem mer mottakelige og risikovillige, som kan være med på å fremme innovasjon. En gründer kan bli påvirket av både miljømessige- og personlige faktorer. Dette kan bidra til å forsterke sin egen evne til å takle ulike negative emosjoner og press som du kan bli utsatt for i et gründermiljø (Gist og Mitchell, 1992; Shepherd, 2004). Slik kan entreprenøriell mestringstro utvikles, modifiseres og forbedres (Chen et al., 1998). Av denne årsak ønsker vi å se på faktorer som øker mestringstro hos individer og grundere. På den måten vil man kunne styrke det entreprenørielle økosystemet.

En person sin mestringstro har en avgjørende betydning for personen sin motivasjon, og det legges til bakgrunn fire faktorer som bidrar til å bygge mestringstro til individer (Bandura 1994). Dette er på generell basis innen læring hos individer, som kan overføres til et gründermiljø.

1. Mestringserfaring/Learn by doing
2. Andres erfaringer
3. Sosial overbevisning
4. Fysiske reaksjoner

(Bandura 1994).

Mestringserfaring

«Learn by doing» direkte oversatt til norsk: å lære med å gjøre. Erfaringslæring er en annen ordleggelse om denne teorien. Teorien går ut på at man tilegner seg kunnskap via praktiske erfaringer. (Dewey, 1914)

Alt man har av tidligere erfaringer vil kunne påvirke mestringstroen i den form av at det lagres i hukommelsen. Når man blir testet på noe og oppnår mestring vil man ofte søke mot å gjenta en slik handling. Ser du på dette fra en entreprenørielt ståsted mener (Camus, 2017) at tidlig praktisk erfaring innen entreprenørskap hjelper individer å identifisere sine svakheter

og styrker. Særlig i entreprenørskapskulturen mener han praktisk eksponering er viktig, ettersom gründere må ha evnen til å ta ideer og omsette disse til konkrete handlinger. Baksiden til dette er at ved å gjenta fiasko, vil man få motsatt effekt hvor mestringstroen svekkes (Bandura, 1997).

Andre sine erfaringer (vicarious experiences)

Den andre faktoren som er med på å bygge mestringstro hos individer er observasjoner av andre, da referer jeg til suksesshistorier og rollemodeller. Bandura (1994) viser til at ved å være vitne til at mennesker med samme utgangspunkt som deg har lyktes, vil være med på løfte ens tro på at man klarer å beherske sammenlignbare aktiviteter. En større eksponering for suksesshistorier vil dermed kunne være en faktor for økningen av mestringstro. Vi ønsker igjen å påpeke at vi ser på denne psykologi teorien fra et entreprenørskapsperspektiv i samsvar med oppgaven.

Verbal overbevisning (Verbal persuasion)

Det å få en verbal støtte fra andre mennesker eller organisasjoner kan hjelpe individene til å overkomme tvilen på sine egne evner, og rette fokuset mot selve oppgaven. Bandura (1994) viser også til at med verbal overbevisning kan individene få troen på at de har ferdighetene som skal til for å lykkes. I en entreprenøriell sammenheng kan man se på hvordan verbal støtte bidrar til å øke entreprenøriell mestringstro. Både fra privatpersoner, men også gjennom dialog med støtteorganisasjoner.

Fysiske reaksjoner (physiological responses)

Den siste faktoren Bandura (1997) viser til som er viktig for å skape mestringstro er våre egne følelsesmessige reaksjoner. Humør, responser og fysiske reaksjoner er alle faktorer som kan ha innvirkning på ens egen mestringstro. Bandura (1997) sier også at det er tolkningen av de

fysiske reaksjonene som er essensiell, og at læren om å kontrollere dette kan stimulere mestringstro.

2.3 Rollemodeller

Det vi har sett til nå er at flere av teoriene overlapper hverandre. Albert Bandura sin sosiale læringsteori (1994) som har blitt nevnt, viser blant annet til hvordan observasjon av rollemodeller kan være med på å øke motivasjon og mestringstro.

Vi har også referert til Aoyama (2009) som mener at kulturer med suksesshistorier skaper entreprenøriell aktivitet. Dette øker igjen villigheten til gründere for å begi seg inn på risikoassosierte innovasjoner.

Videre har vi valgt å introdusere sosial identitetsteori for å få en annen vinkling på effekten av rollemodeller. Sosial identitet kommer fra at vi som mennesker grupperer oss gjennom identifisering (Forsyth, 2017).

2.3.1 Sosial Identitetsteori

Sosial identitetsteori ble utviklet av Tajfel og Turner (1986), for å se på gruppekonflikter og hvorfor mennesker grupperer seg. De observerte også hvordan mennesker får en følelse av egenverdi og tilhørighet i gruppene. Den økende tilhørigheten gjør at menneskene innenfor gruppen viser til en økning i stolthet, lojalitet og motivasjon. Man har også sett at det å være en del av en sosial gruppe fører til mer at de knytter sterkere bånd med hverandre. Når man har sterkere bånd med hverandre blir man mer påvirket av situasjoner som skjer i gruppen.

Det finnes også effekter fra sosial identitet ved at gruppen blir en sosial kraft. Innflytelse de får på hverandre gjør at de sammen vil streve mot samme typer mål. Dette gjør at innenfor de sosiale gruppene får man støtte fra hverandre og gir tilbake selvtillit, som gir grunnlag for en samlet kraft (Haslam, Reicher & Platow 2020).

I lys av rollemodeller vil man som representant for en sosial gruppe kunne motivere i større grad som følge av den sosiale identifiseringen. Medlemmer av de sosiale gruppene vil identifisere seg med gründeren som har oppnådd suksess i næringslivet, dette kan lede til økende motivasjon for å forfølge lignende karrierer.

3. Metode

En sentral del innen forskningen baserer seg på samfunnsvitenskapelig metode, hvor vi samler inn data, analyserer og tolker deretter. (Johannesen et al., 2016, s.25). Forskningen har som formål å gi troverdig og gyldig kunnskap om virkeligheten, og strategien for hva slags undersøkelser som skal gjennomføres er essensiell for å lykkes. Strategien som brukes i forskningen er metoden. (Jacobsen, 2015, s.15).

3.1 Valg av metode og forskningsdesign

Olav Dalland (2012, s.111) beskriver metode som en plan på hvordan man skal kunne løse fremtidige problemer og oppnå ny kunnskap. Innenfor samfunnsvitenskapelig metode kan man skille mellom kvalitativ og kvantitativ metode. Kvalitativ metode brukes til å undersøke og forstå et fenomen i dybden, ved å fokusere på data som f.eks. beskrivelser, observasjoner og intervjuer. Kvalitativ metode får frem hvordan personer opplever og tolker en hendelse eller situasjon. Dette er en av fordelene da man får en dypere oppfatning av hvordan mennesker oppfatter og erfarer temaet (Dalland, 2012, s. 113). På den andre siden har vi kvantitativ metode, den brukes til å undersøke sammenhenger mellom variabler gjennom å samle inn og analysere numeriske data. Kvantitative studier bruker ofte spørreskjemaer eller surveys for å samle informasjon, som gir muligheter for systematiske og objektive målinger, og kan gi en mer presis og generaliserbar forståelse av fenomenet som skal undersøkes (Jacobsen, 2015, s.251).

Hvilken form for metode som bør brukes til studie bør baseres på hva det forskes på og problemstillingen. Ved en eksplorerende problemstilling vil det ofte kreves mer dybde som gir mer nyansert data, og en kvalitativ tilnærming vil være hensiktsmessig. En testende problemstilling hvor man vil undersøke mange enheter og gå i dybden av problemet, vil nok en kvantitativ tilnærming være mer egnet for studie (Jacobsen, 2015, s.64).

I vår studie undersøker vi psykologiske faktorer som har vært med på å forme det entreprenørielle økosystemet i Sogndal, som er en eksplorerende problemstilling. Vi har da

valgt en kvalitativ tilnærming, slik at vi kan gå i dybden på problemstillingen og intervjuobjektene.

Når man har valgt forskningsmetode og konkretisert en problemstilling, må man velge det mest hensiktsmessige forskningsdesignet for å gjennomføre undersøkelsen (Jacobsen, 2015, s.89). Forskningsdesignet består av flere elementer, som inkluderer hvordan undersøkelsen skal gjennomføres, hva som skal undersøkes og hvem som skal delta i undersøkelsen (Johannessen et al., 2016, s.69). Det finnes flere forskjellige kvalitative forskningsdesign som kan benyttes av forskere, avhengig av problemstillingen som skal undersøkes og hvilken type data som ønskes. Kvalitative forskningsdesignen kan f.eks. være fenomenologi, etnografi, grounded theory og casedesign (Johannessen et al., 2016, s.78).

3.1.1 Casestudie

Vi har valgt casestudie som forskningsdesign, som kan betraktes som en empirisk undersøkelse. Formålet med casestudien er å «utvikle inngående kunnskap om og helhetlig forståelse av den enheten som studeres» (Grønmo et al., 2020).

3.1.2 Intervju som datainnsamlingsmetode

På bakgrunn av valgt forskningsdesign og metode, har vi kommet frem til at kvalitative intervjuer er det mest hensiktsmessige. I kvalitative intervjuer vil vi kunne få detaljert informasjon på hvordan respondentene opplever og reflekterer rundt det bestemte temaet. (Turner, 2010, s.754). Vi vil se på om psykologiske faktorer har bidratt til å forme det entreprenørielle økosystemet i Sogndal, og vi vil søke informasjon fra ulike aktører i økosystemet for ulike refleksjoner på dette.

I en casestudie vil forskningsintervjuet være en av de viktigste kildene til data (Yin, 2003). Som tidligere nevnt er formålet med kvalitativt intervju å forstå verden ut fra andre sine perspektiver (Kvale & Brinkmann, 2015, s.42). Man ønsker å komme frem til nyanserte beskrivelser om hvordan intervjuobjektet opplever og reflekterer temaet i form av ord (Kvale & Brinkmann, 2015, s.47). Ifølge Yin (2014, s.110) kan det være nødvendig å følge en flytende

og ustrukturert samtale som består av ledende spørsmål, i stedet for å bruke strukturerte spørsmål som kan sammenlignes med spørreundersøkelser. Tilnærmingen omtales som et semistrukturert intervju, og vi har valgt å benytte oss av denne. Ledende spørsmål kan bidra til å utforske respondentene sine opplevelser, men det er også viktig å være oppmerksom på at en slik tilnærming kan påvirke resultatene og at vi må være bevisste på å unngå påvirkning eller manipulasjon av deltakerne.

3.1.3 Utvelgelsesprosessen

Når man skal velge og finne de rette intervjuobjektene er det viktig å ta i bruk de ulike utvalgsstrategiene. Målet er å finne intervjuobjekter som er kvalifiserte, og som kan tilføye troverdig informasjon (Creswell, 2007, s.757). Strategisk utvelgelse er en kvalitativ utvalgsstrategi der utvalget av respondenter er basert på et klart mål med undersøkelsen (Sørensen & Torfing, 2015, s. 78). For å samle inn relevant og nødvendig data må undersøkeren gjennomføre en utvelgelsesprosess for å finne en passende målgruppe som skal delta. Deretter må vi velge ut et utvalg av aktuelle respondenter fra denne målgruppen for å delta i undersøkelsen (Johannessen et al., 2016, s.106).

Vi ønsker i vår studie å komme i kontakt med ulike aktører i det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Vi vil i hovedsak finne respondenter fra nye og etablerte bedrifter, men og offentlige institusjoner, da dette kan bidra til at vi kan skape oss et helhetlig bilde over de underliggende faktorene for økosystemet. Vi har valgt å bruke en strategisk utvalgsstrategi da vi har et klart mål med intervjuet.

Vi ønsket i vår undersøkelse ulike synspunkt og refleksjoner rundt temaet. Utvalget vårt består av gründere eller eiere i bedrifter fra Sogndal, og offentlige ansatte slik at vi kan få en bedre forståelse av utviklingen til økosystemet.

3.2 Gjennomføring

Gjennomføringen av et kvalitativt intervju kan utføres på flere måter, hvor tre viktige faktorer er nødvendig for en vellykket gjennomføring: forberedelse til intervjuet, utforming av

effektive spørsmål og selve gjennomføringen av intervjuet. Disse faktorene bidrar til å sikre et planlagt og profesjonelt intervju med respondentene (Turner, 2010, s. 757). Vi ville utføre semistrukturerte intervjuer hvor det skulle være naturlig flyt i samtalen, og lagde en intervjuguide i forkant av intervjuene (Vedlegg 1). Vi tok valget om å holde respondentene anonyme, og referer til de anonymt i forskningen. Vi spurte om samtykke til lydopptak av intervjuene, noe de alle godkjente.

Vi intervjuet 6 representanter, hvor varigheten strakk seg fra 20-35 minutter per intervju. Intervjuene var i hovedsak ved fysisk møte, med unntak av den ene respondenten som tok det over Zoom. Vi brukte intervjuguiden vi hadde forberedt, men stilte oppfølgingsspørsmål ved behov. Spørsmålene var ledende og rettet mot tema vi undersøker, men intervjuobjektet fikk prate helt fritt, og så lenge de ville.

3.3 Kvalitetssikring

Validitet og reliabilitet er viktige faktorer i den samfunnsvitenskapelige metoden, da de korrelerer med troverdigheten og gyldigheten til undersøkelsen (Larsen, 2010, s.38). I tillegg til de overnevnte faktorene er det viktig å vurdere de etiske prinsippene i forskningen. Det innebærer å ta stilling til hvordan forskningen kan påvirke deltakerne, beskytte personvern, sikre informert samtykke og håndtere eventuelle konflikter av interesse. En etisk refleksjon vil bidra til å sikre at forskningen utføres på en ansvarlig og etisk forsvarlig måte.

3.3.1 Validitet

Det er viktig at de ulike dataene som samles inn i en undersøkelse er gyldige og relevante for å oppfylle kravene til validitet (Jacobsen, 2015, s. 16). Validitet er et kvalitetskrav som bør være tilnærmet oppfylt og bør ikke betraktes som et absolutt krav (Johannessen et al., 2010, s. 71). I kvalitative studier handler validitet om i hvilken grad forskerens funn og tilnærming gjenspeiler formålet med undersøkelsen på en korrekt måte, og om de gjenspeiler virkeligheten (Johannessen et al., 2010, s. 230). Vi skiller også mellom intern og ekstern validitet (Johannessen et al., 2010, s. 70), hvor intern validitet refererer til hvor godt forskningsdesignet og dataanalysen er utført innenfor studien, mens ekstern validitet handler om generaliserbarheten og overførbarheten av funnene til en bredere populasjon eller

kontekst. For å øke sannsynligheten for å oppnå pålitelige resultater i en undersøkelse, benyttes teknikkene "vedvarende observasjon" og "triangulering" (Lincoln & Guba, 1985, 2010, s. 230). Vedvarende observasjon innebærer å studere og bli grundig kjent med det området eller miljøet som undersøkes. Dette bidrar til å bygge tillit og skiller mellom relevant og irrelevant informasjon. Triangulering er der forskeren bruker flere forskningsmetoder og kilder for å bekrefte og styrke funnene. Dette kan inkludere bruk av ulike metoder som intervjuer og observasjoner for å få en bredere forståelse av fenomenet som studeres (Johannessen et al., 2010, s. 230). Vedvarende observasjon og triangulering, er viktige strategier som bidrar til å sikre den interne validiteten av en studie ved å styrke troverdigheten og påliteligheten til resultatene.

Det er viktig å ha en kritisk holdning til respondentene når man har en undersøkelse. Det kan ikke tas for gitt at de gir korrekt informasjon, og det kan være flere årsaker til dette, for eksempel manglende kunnskap om et spesifikt tema eller en tendens til å vinkle saken til deres egen fordel. I vår undersøkelse er gyldigheten av innsamlede data avgjørende, og har vurdert det deretter (Jacobsen, 2015, s. 229).

Ekstern validitet handler som tidligere nevnt om generaliserbarheten og overførbarheten av funnen til en bredere populasjon eller kontekst. Vårt mål er ikke i hovedsak å se på om funnene er generaliserbare og overførbare, men heller skaffe oss en forståelse på utviklingen av det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Utvalget er i hovedsak fra Sogndal og omegn, og det kan argumenteres for at generaliserbarheten og overførbarheten til andre steder kanskje ikke er tilstedeværende.

3.3.2 Reliabilitet

Reliabilitet betyr at data bør oppfylle krav om pålitelighet og troverdighet (Jacobsen, 2015, s.16). Reliabilitet er knyttet til både innsamlingen og bearbeidingen av data (Johannessen et al., 2010, s. 46). Kravet til reliabilitet er spesielt viktig i kvantitativ forskningsmetode sammenlignet med kvalitativ metode (Johannessen et al., 2010, s. 198). I vår studie har vi lagt stor vekt på å sikre reliabiliteten til dataene vi har samlet inn. Vi har gjort dette for å forstå og tolke intervjuobjektene uttalelser nøye, og har derfor lyttet til intervjuene

gjentatte ganger for å sikre nøyaktigheten og klarheten i dataene. Ved å gjøre dette har vi et ønske om å minimere mulige feiltolkninger og misforståelser, og på denne måten har vi forsøkt å opprettholde påliteligheten av de innsamlede dataene og sikre at de gjenspeiler intervjuobjektene sine egne perspektiver og meninger på en troverdig måte.

3.3.3 Etisk refleksjon

Innenfor forskningsetikk er konfidensialitet et viktig område med potensielle usikkerheter (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 106). Vi valgte å holde alle intervjuobjektene anonyme, som har bidratt til å beskytte konfidensialiteten. Dette gjorde vi da vi ikke så noen fordeler ved å bruke navnene og bedriften deres i forskningen, og kunne like gjerne holde de anonyme. Alle intervjuobjektene ble spurt før intervjuet om det var greit at vi tok lydopptak som vi kunne bruke til transkribering, og vi hadde ingen problemer med det. Vi opplyste også om at det bare skulle være oss som har tilgang på lydopptaket, og at det skal slettes når vi er ferdige.

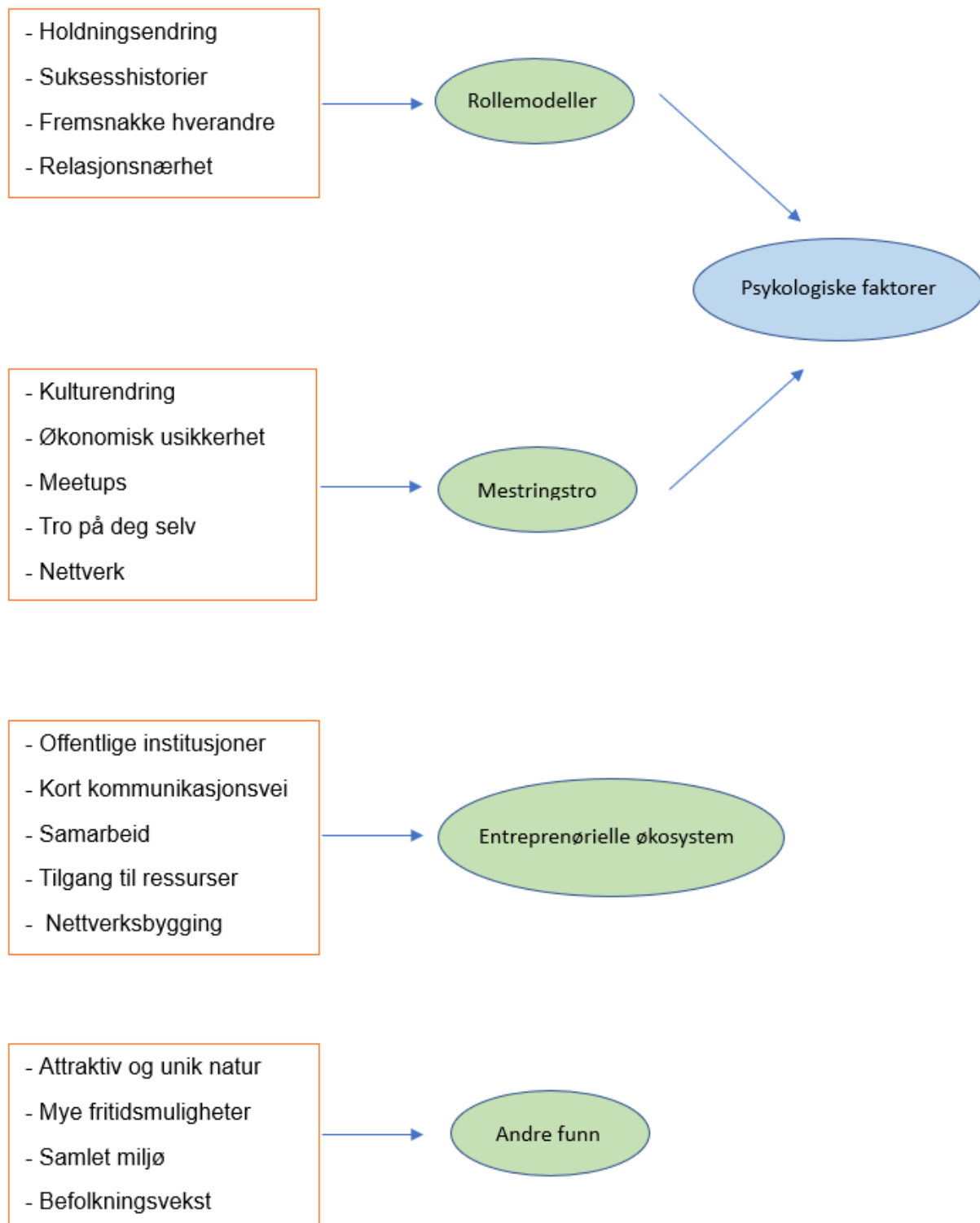
3.3.4 Anonymisert Intervjuobjekter

Rolle	Omtales	Intervjulengde
Støtteorganisasjoner	SO 1	~30min
Støtteorganisasjoner	SO 2	~25min /Zoom
Grunder/ daglig leder	Grunder 1	~20min
Grunder/ styrets leder	Grunder 2	~25min
Medgründer /Daglig leder	Grunder 3	~ 35min
Grunder /daglig leder	Grunder 4	~35min

Tabell 1: Tabell over de anonyme intervjuobjektene.

4. Funn

4.1 Illustrasjon av funn



Figur 2: Illustrasjon av datasamling

4.2 Psykologiske Faktorer

Et av vårt hovedfokus har vært å se på de psykologiske faktorene innenfor det å være en grunder. De psykologiske faktorene vi har valgt å fokusere på er delt inn i 1) rollemodeller og 2) mestringstro. Disse faktorene kommer fra datainnsamling som er gjort i samband med problemstillingen.

4.2.1 Rollemodeller

Som nevnt har et av våre hovedfokus vært å se på hvordan psykologiske faktorer har vært en del av næringslivsutviklingen i Sogndal som område. I intervjuene ble det stilt konkrete spørsmål både til gründere og støtteorganisasjoner rundt deres forhold til rollemodeller. Det ble også stilt mer spesifikke spørsmål på bakgrunn av deres arbeidsområde om hvordan rollemodeller påvirket dem.

I utgangspunktet var vi interessert i å se hvilken påvirkning rollemodeller har hatt for Sogndal og hvordan dette hadde endret seg over tid. Vi var også interessert i å høre fra støtteorganisasjonene om hvordan deres inntrykk var, i forhold til den direkte kontakten de har med næringslivet i Sogndal.

Det vi fant er at samtlige av våre intervjuobjekter som er gründere erkjenner at rollemodeller har hatt en påvirkning på dem som grunder. Videre fant vi at

“Man ser at i lille Sogndal går det an å starte opp noe, og at det ikke er nødvendig å være på en større plass, og at det har nok sine fordeler å være tettere på og få en relasjonsnærhet til rollemodellene” - Grunder 3

Videre fra dette snakket vi med støtteorganisasjonene om deres oppfatning av rollemodeller. Dette gjorde vi som følge av at de offentlige støtteorganisasjonene er ofte de som møter nye gründere først og har dialog med dem. Ut fra dette fant vi at deres tolkning var:

«I nyere tid har det blitt mer profilerte caser som mange ser opp til, og dette har skapt en effekt i Sogndal.» - SO 2

«Vi ser eksempelvis at rocketfarm miljøet som alle kjenner til har gått litt foran som rollemodeller og vist litt vei for andre gründere. Jeg vil si at det er blitt et ganske ungt gründermiljø i Sogndal» - SO 1

4.2.2 Mestringstro

Videre var vi interessert i å høre hvor stor innvirkning mestringstro hadde på rurale økosystemet i Sogndal. Vi tenkte innledningsvis at det å ha tro på seg selv er en svært viktig faktor for å kunne bli en vellykket grunder. Av den grunn ønsket vi å grave litt dypere i om det fantes faktorer i næringslivet i Sogndal som påvirket individenes mestringstro. Vi har også interesserte i å høre hvordan det entreprenørielle økosystemet i Sogndal kunne være en faktor som økte mestringstroen i Sogndal og hvorvidt dette kan være et konkurransefortrinn.

Det kommer frem av funn at samtlige intervjuobjekter kommer til enighet om man ønsker å starte som entreprenør er selvtillit og mestringstro svært sentralt.

*«det er jo avgjørende, hvis du ikke har troa på deg selv, er det ikke vits å starte opp.»
- Grunder 1*

«Det har vært viktig fordi om du ikkje har “troen på seg selv” da får man ikkje til noe, uavhengig av hvor flink man er» - Grunder 2

“Uavhengig av hvor flink men så tror eg det å være grunder er noe utenfor boksen og det er vanskelig å gjøre uten troen på deg sjølv. Eg tror det er viktig for min del for eg har startet endel og alltid hatt troen selv om det har feilet”. - Grunder 4

Vi rettet deretter intervjuet mer rundt påvirkende faktorer på mestringstroen fra gründerne sitt perspektiv. Ut fra dette fant vi at gründerne merket en forskjell i holdningen til gründerkulturen som er i Sogndal. Særlig innenfor at man var gode på å framsnakke hverandre.

“Sogndal er veldig gode på det her med og så framsnakke hverandre og det å hjelpe hverandre” – Grunder 3

*«det produseres meir grundere her. Folk føler seg sikrere her siden det er et nettverk rundt.»
– Grunder 2*

“Opplever at det har blitt meir ok å være grunder. Det har blitt meir akseptert og det snakkes meir om enn før, særlig etter støtteorganisasjonene kom. Går i positiv retning.” - Grunder 4

Også støtteorganisasjonene som er i dialog med gründerne oppgav at de hadde bemerket seg en endring i holdning. De merket også en endring i antall aktører og samhandlingen dem imellom.

«siste årene i sogn kanskje siste 10 årene 15 årene så har det jo blitt en større kultur for innovasjon og entreprenørskap. Det er flere aktører som samler seg og man føler seg mer selvsikker av den grunn, siden man har nettverket rundt» - SO 1

Videre var vi interessert i å høre fra intervjuobjektene om hva de følte begrenset innovasjon innenfor mestringstro. Dette gjorde vi fordi vi ønsket å høre deres tanker som grunder selv om viktigheten av mestringstro som grunder, og hvordan de ser på situasjonen. Svarene vi fikk var følgende:

“Jeg tror selvtillit bremser i høyeste grad, fordi jeg tror vel at den største grunnen til at folk ikke starter er redselen for å feile, det er vertfall min erfaring” – Grunder 4

“det er for lite takhøyde for å gjøre feil [...] I Norge så er vi rett og slett ikke flinke nok på å prøve og så innrømme feil da” - SO 2

4.3 Entreprenørielt økosystem

Vi ønsket videre å se på det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Ved hjelp av intervjuguiden stilte vi respondentene flere spørsmål om økosystemet i Sogndal med ulike vinklinger. Først ønsket vi å finne ut litt om hvordan de opplever det entreprenørielle økosystemet. Det er en enighet blant flere informanter om at økosystemet er bra for bedrifter og offentlig organisasjoner. Eksempelvis:

«I Sogndal er ting veldig oversiktlig, hvor du har for eksempel kunnskapsparken som hjelper gründere i tidlig fase» - SO 2

«Uten det miljøet hadde vi ikke fått det til, og sånn indirekte helt avgjørende for suksessen vår, så det har vært veldig viktig» - Grunder 4

Deretter var vi interesserte i å finne ut hvilke aktører som har vært med på å støtte og fremme entreprenørskap i Sogndal. Hvorvidt om informantene hadde noen tanker, eller egne erfaringer hvor de hadde opplevd støtte fra private eller offentlige aktører. Samtlige intervjuobjekter trekker frem offentlig støtteorganisasjoner som har vært med på å bidra til å støtte og fremme entreprenørskap i Sogndal.

«Du har en del lokale banker som av og til støtter opp med finansiering» - SO 1

*«Sogn næring, Innovasjon Norge og Campus bidrar til å skape et samhold for gründere»
- Grunder 2*

«Du har jo kunnskapsparken som er en viktig aktør, de har et inkubatorprogram for de som har lyst til å vokse og skalere bedriften sin. [...] Innovasjon Norge har litt å si bare fordi at det gir et inntrykk om at det er et innovativt miljø her.» - SO 1

Flere av informantene utdypet videre om den korte veien til hjelp og de nære relasjonene i Sogndal. Vi stilte oppfølgings spørsmål rundt det, og fikk høre at det var en enighet blant mange av informantene om at den korte veien til hjelp har vært viktig for å beholde og tiltrekke seg entreprenørielt talent i Sogndal, som har bidratt til utviklingen av det entreprenørielle økosystemet.

*«at du har alt i samme bygg, og har alt av det virkemiddelapparatet som er her, neste i samme etasje. [...] det er kort vei og vi kan ha gründere tettere på, ved at alle kan møtes og samles på et sted, noe jeg tror er en forskjell fra større byer hvor man kanskje er mer spredt»
- SO 1*

«Det at det er så lite og lokalt, hvor det er lett å komme i kontakt med folk er nok en viktig faktor. Det tror jeg er fordelen i Sogndal som er en mindre plass, da det virker som om de fleste blir tatt godt vare på, da det ikke er like mye folk.» – SO 1

*«Den korte veien til hjelp i Sogndal vil jeg klassifisere som et konkurransefortrinn»
-Grunder 4*

Det siste spørsmålet intervjuobjektene fikk presiserte akkurat om dette, konkurransefortrinn. Vi var nysgjerrige på hvorvidt de oppfattet det entreprenørielle økosystemet i Sogndal som et konkurransefortrinn. Et par av informantene hadde ingen formening om økosystemet kan klassifiseres som et konkurransefortrinn, men de resterende intervjuobjektene hadde en enighet om at det stemte.

«jeg vil påstå det at det er et konkurransefortrinn, mye grunnet hvor kort veien til hjelp er, men også hvor åpne folk er for å bare slå av en prat eller hjelpe til» - SO 1

«Økosystemet i Sogndal er et konkurransefortrinn, og det mener jeg fordi det er stor tilgang på hjelp man kan få fra offentlige organisasjoner, og det er ikke en lang vei for å komme i kontakt med de» Grunder -3

4.4 Andre funn

Vi fant et funn det var stor enighet om iblant informantene. Funnene er dog ikke relevant i forhold til problemstillingen vår, som omhandler i hvilken grad psykologiske faktorer har

bidratt til utviklingen av det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Dog har det har det vært med på å bidra til utviklingen av det entreprenørielle økosystemet, og er noe som kan forskes på videre.

Flere av våre intervjuobjekter tar opp hvordan det unike naturlivet og det samlede miljøet er med på å bidra til å skape vekst og beholde entreprenørielt talent i Sogndal.

«Sogndal har jo profilert seg på friluftsliv, og det er jo kanskje veldig mange som bor og jobber i Sogndal på grunn av friluftsliv, som ønsker en interessant jobb hvor man kan ha et «liv» ved siden av.» - SO2

Naturen i Sogndal skiller seg fra storbyer sin natur. Sogndal med høye fjell og fjorder rundt om bringer en rekke ulike fritidsaktiviteter man kan holde på med, som ski, sykling og kajakkture. Intervjuobjektene tar for seg viktigheten av disse mulighetene, og hvordan det bidrar til tilflytning og tilfredsstillelse av mange menneskers behov.

«Naturen er attraktiv for dem som vil flytte ut av byen. [...] og de gjør et aktivt valg i flyttingen da de er interessert i ski, klatring osv.» - Grunder 3

I tillegg til flott natur, er Sogndal et samlet miljø i vekst. Befolkningsutviklingen i Sogndal er stigende, som ifølge intervjuobjektene kan være på grunn av tilflytning, og miljøet som er blitt skapt på campus. En positiv befolkningsutvikling vil bidra til flere muligheter for å starte opp selskaper i Sogndal som kan bidra til et sterkere entreprenørielt økosystem.

«Sogndal er et sted i vekst, hadde det vært negativ folketallsutvikling hadde det vært mindre muligheter.» - Grunder 1

5. Analyse og diskusjon

Funnene vi når har presentert i kapittel 4 skal analyseres og diskuteres, dette på bakgrunn av teorien fra kapittel 2. Vi tar for oss analysen i samme form som funnene, hvor det er inndelt i henhold til ulike temaer og teorier. Først skal vi analysere teorien til Spigel om entreprenørielle økosystem, hvor vi ser på de tre ulike attributtene innad, og videre se på om teorien stemmer i henhold til funnene. Så skal vi ta for oss teoriene om rollemodeller, hvor vi skal se om de kan kobles opp mot utviklingen av det entreprenørielle økosystemet i Sogndal, og til hvilken grad rollemodeller har hatt en påvirkning på utviklingen. Til slutt skal vi se på teoriene om mestringstro, og se i forhold til funnene hvor stor grad mestringstro har spilt inn på utviklingen av det entreprenørielle økosystemet.

5.1 Entreprenørielt økosystem

I kapittel 2 la vi frem ulike teorier knyttet til entreprenørielle økosystem, fra opprinnelsen på 1980-90 tallet, til i dag. Teorien rundt temaet er relativt nytt, og det finnes flere ulike definisjoner på hva et entreprenørielt økosystem er. Siden tema og definisjonene kan oppfattes litt diffust, har vi valgt å basere forskningen vår på Spigel sin teori.

Som nevnt i kapittel 2 så baserer Spigel seg på at et entreprenørielt økosystem består av tre attributter; kulturelle, sosiale og materielle (Spigel, 2017). Spigel mener at disse tre attributtene representerer alle egenskapene man finner i et entreprenørielt økosystem. I analysen skal vi nå ta for oss hvert attributt for seg selv, og knytte det opp mot funnene fra undersøkelsen. Ved å gjøre dette skal vi kunne se om Sogndal sitt entreprenørielle økosystem er i samsvar med teorien til Spigel.

5.1.1 Analyse av kulturelle attributter

De kulturelle attributtene baserer seg på de ulike holdningene, tankene og synet på entreprenørskap i en region. Hva slags holdninger og syn har samfunnet i Sogndal når det kommer til entreprenørskap? Er de positive til innovasjon og risikoen ved å starte som grunder, eller er de negative mot entreprenørskapskulturen og skaper hindringer for utviklingen av entreprenørskap?

I undersøkelsen sa informant *Grunder 4* at de opplever at det er blitt mer «ok» å være gründer i Sogndal, og at det føles mer akseptert og at det snakkes mer om enn før, spesielt etter at støtteorganisasjonene kom. *Støtteorganisasjon 1* støtter opp dette ved at de forteller at de siste 10-15 årene så har det blitt en større kultur for innovasjon og entreprenørskap. Her ser vi at holdningen til gründere, innovasjon og entreprenørskap har endret seg med tiden, mot den riktige retningen. Det positive synet og holdningene som er i Sogndal i dag, kan ha kommet av en pioner som har turt å ta risiko og startet et selskap. Positive holdninger og syn i en region assosieres ofte med suksesshistorier om lokale entreprenører. Disse ville fremstå som rollemodeller, som vi analyserer dypere senere, men det inngår også i Spigel sin teori.

5.1.2 Analyse av sosiale attributter

De sosiale attributtene omhandler all den sosiale aktiviteten som tilhører en bestemt region. Spigel (2015) mener at hvis det sosiale nettverket skal bidra til å starte og forbedre virksomheter må det være et etablert nettverk mellom investeringskapital, entreprenører og ulike entreprenørielle aktører. Han legger også frem behovet for fire ulike sosiale egenskaper; Nettverk, rollemodeller og mentorer, kompetent arbeidskraft og investorer. Så hvordan er det sosiale nettverket i Sogndal? Bidrar det til mer entreprenøriell aktivitet?

I forhold til om det sosiale nettverket er med på å skape entreprenøriell aktivitet kan man se en enighet blant informantene. *Støtteorganisasjon 1* nevnte at lokale banker av og til støtter opp med finansiering, likevel fikk vi kanskje mer et inntrykk om at finansieringen er det største problemet for nyoppstartede selskaper. Det var dog en felles enighet blant alle informanter om at det er et godt etablert nettverk mellom entreprenører og ulike entreprenørielle aktører. *Grunder 2* nevner at Sogn næring, Innovasjon Norge og campus er bidragsytere for å skape et samhold. *Støtteorganisasjon 1* støtter også opp informasjonen da de fortalte om at hvordan du har alt i samme bygg, og at det er kort vei til hjelp, fører til tettere kontakt med gründere. Så det kan virke som at det sosiale nettverket er relativt bra mellom gründere og offentlige selskap, men at det er forbedringspotensialet med

finansieringskilder. Ut fra funnene kan vi definitivt si at det sosiale nettverket mellom entreprenører og andre aktører, spesielt offentlige organer er med på å skape mer entreprenøriell aktivitet.

5.1.3 Analyse av materielle attributter

De materielle attributtene er som tidligere nevnt ikke veldig relevant i forhold til forskningsspørsmålet vårt. Det er likevel viktig å legge vekt på de materielle attributtene, da de spiller en viktig rolle innen entreprenørielle økosystem. Spigel (2015) forteller om fem ulike materielle faktorer; det åpne markedet, ulike myndigheter, støtteorganisasjoner og deres fasiliteter, infrastruktur og universiteter.

Det har kommet lite funn fra informantene om hvordan myndighetene påvirker de. Ingen informanter nevnte noe om verken kommunen eller fylke har rammeverk eller retningslinjer som påvirker de. Dog blir Sogn Næring, som er «Sogndal kommune sitt apparat for næringsutvikling» (Skau, 2020) omtalt av flere informanter, ved at de er en viktig støtteorganisasjon for gründere. Flertallet av våre gründere i undersøkelsen forteller om den viktige rollen Sogn næring har hatt for deres egen «gründerreise».

Det er nettopp dette om hvordan de offentlige støtteorganisasjonene her i Sogndal bidrar til å skape innovasjon som er så viktig. Det er en felles enighet blant alle informantene om at samlingen av støtteorganisasjoner i et bygg, har bidratt til å skape et miljø som ikke var der tidligere. Det at Sogndal er et mindre sted oppfattes bare som positivt blant informantene, da det gjør det enklere å komme i kontakt med forskjellige aktører.

5.2 Rollemodeller

I denne delen av analysen skal vi se på teoriene fra kapittel 2, og funnene fra kapittel 4 om rollemodeller. Gjennom analysen av ulike teorier og funn skal vi se om rollemodeller har hatt en påvirkning på det entreprenørielle økosystemet.

Vi baserer analysen på de tre teoriene fra kapittel 2. Albert Bandura sin sosiale læringsteori (1994) handler om hvordan observasjoner av rollemodeller kan bidra til økt motivasjon og mestringstro. Den andre teorien tilhører Aoyama, hvor han mener at kulturer med suksesshistorier skaper entreprenøriell aktivitet. Den siste teorien vi baserer analysen på er den sosiale identitetsteorien, som ble utviklet av Taifel og Turner i 1986. Den sosiale identitetsteorien baserer seg på hvordan mennesker får en følelse av egenverdi og tilhørighet i grupper.

Støtteorganisasjon 1 nevnte rocketfarm-miljøet som har gått litt foran som rollemodeller og vist vei for andre gründere, og supplerte videre med at det har blitt et ganske ungt gründermiljø i Sogndal. Dette funnet støtter opp Albert Bandura sin sosiale læringsteori (1994). Ved å observere og bli inspirert av rollemodellene i rocketfarm-miljøet, kan andre gründere i Sogndal øke sin motivasjon og mestringstro. Dette kan bidra til å oppmuntre og inspirere flere unge mennesker til å bli gründere.

Støtteorganisasjon 2 fortalte om at i nyere tid har det blitt mer profilerte caser som mange ser opp til, og at dette har skapt en effekt i Sogndal. Dette funnet kan kobles opp mot Aoyamas teori om suksesshistorier og entreprenøriell aktivitet. Når det oppstår profilerte suksessfulle caser i Sogndal, er dette med på å skape en bevissthet og inspirasjon blant potensielle gründere. Eksponeringen av slike suksesshistorier bidrar til å øke deres villighet til å ta risikoassosierte innovasjoner og øke entreprenøriell aktivitet i Sogndal.

Grunder 3 fortalte i intervjuet at det går an å starte opp noe i Sogndal, og at det ikke er nødvendig å være på en større plass. *Grunder 3* sier at det har sine fordeler å være tettere på og få en relasjonsnærhet til rollemodellene. Dette funnet kan vi koble om mot den sosiale identitetsteorien. At det er en mindre plass hvor man kjenner mer på relasjonsnærhet som bidrar til sterkere bånd innad i gruppen. Dette gir en økt følelse på tilhørighet, som igjen skaper en økning i motivasjonen.

5.3 Mestringstro

I denne delen av analysen skal vi se på hvilken effekt mestringstro har, og hvilken grad en har påvirket næringslivet i Sogndal. Teorigrunnlaget kommer fra de fire faktorene som til å bygge mestringstro ifølge (Bandura, 1994). Ut fra å se på de hva du ulike respondentene har sagt i henhold til de fire prinsippene ønsker vi å diskutere påvirkning de kan ha på næringslivet i Sogndal.

Innledningsvis oppgav flere grundere uttrykk for hvor sentralt og viktig de mente mestringstro var for å bli grunder. De mente også det hadde vært en viktig grunn for dem. De oppgav også at selve gründerrollen var utenfor boksen og innbar mer risiko. I samsvar med teorien som nevner at en økning av mestringstro gjør de mer risikovillige som igjen poengterer viktigheten av mestringstro i entreprenørielle økosystem.

Videre oppgir *Grunder 2* at han observerer en økning i gründerne og tror at dette skyldes at man har et nettverk rundt seg og av den grunn føler seg sikrere. *Grunder 4* mener også at uten støtteorganisasjonene som gir både kunnskap og støtte hadde de ikke hatt den suksessen de har. Dette kan kobles sammen med at Sogndal som sted har stor tilgang og gode støtteorganisasjoner og fasiliteter for innovatører oppgir *grunder 3*. Fra teorien side vet man at verbal overbevisning er en av faktorene som bidrar til å øke mestringstroen. Etter økningen i støtteorganisasjoner mener som sagt *grunder 4* og *grunder 2* at de gründermiljøet føler på en større trygghet. *Grunder 3* og *SO 1* opplever at det er svært kort vei til støtteorganisasjonen som de tror kan være en viktig grunn til at de opplever så god støtte. Det kan virke som at den korte veien til hjelp og det brede utvalget av hjelp gjør innovatørene mer selvsikre og tørr og satse.

En annen kilde til økt mestringstro ligger i andre erfaringer eller observasjoner av andre. *SO 2* og *SO 1* snakker om som tidligere nevnt at det har blitt mer profiterte «caser» og at disse har vist vei for andre grundere. I lys av dette oppgir *Grunder 3* at Sogndal som sted er svært gode på å fremsnakke hverandre. De er gode å vise frem de profilerte casen som har oppstått. Det vi tyder fra dette i Sogndal så framsnakker man de som får det til og i nyere tid har det også

blitt mer suksesshistorier. Korrelasjonen mellom disse er ukjent, men ut fra Bandura sin teori kan vi se at det å være vitne til mennesker som er i samme miljø og situasjon som deg oppnå suksess som inspirerende. *Grunder 3* viser også til at det er inspirerer mye når man viser det er mulig å starte opp på så rurale strøk og at man får større relasjonsnærhet til rollemodellene. Det kan tolkes slik at ettersom de profilerte casene kommer fra et mindre område med større relasjonsnærhet så får den enda større betydning i måten den motiverer andre. Dette kan igjen forsterke mestringstroen i regionen.

Det som dog kan diskuteres på bakgrunn av dette er at *Grunder 4* og *SO 2* mener at mangel på selvtillit er en stor brems for innovasjon. *SO 2* referer til at i Norge har man for lite takhøyde og *Grunder 4* ser på redsel som den største grunnen til at folk ikke starter. I Sogndal blir det derimot fremhevet at det har blitt en kulturendring i forhold til grunder, folk er mer akseptable og åpne. Det er et stort støtte nettverk rundt og det har kommet flere profilerte caser som Sogndal er gode på å fremsnakke. Alle dette er faktorer som ifølge teorien til Bandura (1994) styrker mestringstroen hos folk. Boyd og Vozikis sammen med Chen argumenterer også for at styrkingen av mestringstro kan gjøre grundere mer risikovillige og mottakelige. Dette gjør at alle faktorene som øker mestringstroen i Sogndal kan ha vært en pådriver i utviklingen av det entreprenørielle økosystemet ettersom respondent *Grunder 4* og *SO 2* mener mangel på mestringstro svekker innovasjonen.

Kritikk mot dette eller diskusjon er hvorvidt oppfatningen til intervjuobjektene kan regnes som gyldige utover deres tanker som også er det problem med kvalitative undersøkelser. De man derimot kan se er at det er flere faktorer som peker mot en stor mestringstro i det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Dette har vært med på å fremme innovasjon ettersom det gjør dem mer risikovillige ifølge teorien til (Boyd og Vozikis, 1994; Chen et al., 1998).

6. Konklusjon

Formålet med vår oppgave har vært å utforske det entreprenørielle økosystemet i Sogndal og i hvilken grad de psykologiske faktorene rollemodeller og mestringstro har påvirket dette. Vi gjennomførte seks semistrukturerte intervjuer for å avdekke dette. Ut fra utvalget kan det diskuteres hvorvidt funnene kan generaliseres, men vi tror det vil kunne gi en pekepinn på påvirkningen det har hatt. Videre presenterer vi mest interessante påvirkningene for å konkludere oppgaven. Problemstillingen vår kan deles inn i to deler: I hvilken grad har rollemodeller påvirket det entreprenørielle økosystemet og i hvilken grad har mestringstro påvirket det entreprenørielle økosystemet.

Vi fant noen interessante funn innen mestringstro basert på hva intervjuobjektene fortalte. Intervjuobjektene nevner flere faktorer som samsvarer med Bandura sin teori om mestringstro. Kort vei til støtteorganisasjoner og bredt utvalg, har vært en ramme for å skape mer trygghet for innovatører i Sogndal. Etablerte gründerhistorier som blir fremsnakket er også en påvirkningsfaktor samt en endring i kulturelle holdninger. Alle faktorene påvirker mestringstro. Denne påvirkningen i mestringstro mener vi kan ha vært en av konkurransefortrinnene som har bidratt til den entreprenørielle utvikling i Sogndal.

Som nevnt over har etablerte gründerhistorier hatt en påvirkningsfaktor. Ved å se på analysen av rollemodeller, kan vi se at det er mye gjengående faktorer. Det har gjennom de siste årene profilert seg noen vellykkede gründerne, som går foran som rollemodeller. Disse vellykkede gründerne har bidratt til å skape en bevissthet og inspirasjon i økosystemet. I tillegg vil samfunnet observere og kanskje bli inspirert av rollemodellene. De har vist til økosystemet i Sogndal at det går an å starte bedrift på en «liten» plass. Funnene tilsier at nettopp dette kan kategoriseres som et konkurransefortrinn, da man kjenner mer på en relasjonsnærhet som bidrar til økt følelse av tilhørighet i gruppen.

Vi kan konkludere med at de psykologiske faktorene har en stor påvirkning på utviklingen av det entreprenørielle økosystemet i Sogndal. Holdningsendringen i samfunnet, den korte veien til hjelp, relasjonsnærheten og velutviklede støtteorganisasjoner har vært viktige faktorer som har gjort at vi kan med trygghet si at rollemodeller og mestringstro har spilt en

viktig rolle i utviklingen.

6.1 Anbefaling til videre studier

Innovasjon bidrar til blant annet økonomisk vekst, flere arbeidsplasser og nyskapninger som samfunn og mennesker kan dra nytte av. Innovasjon kan vi si med sikkerhet at kommer til å være relevant for fremtidige generasjoner.

Etter forskningen har vi kommet frem til at det er flere ulike faktorer som ligger til grunn for et entreprenørielt økosystem. Vi la fokuset vårt på de psykologiske faktorene, og hvordan de har vært med å bidra, men til videre forskning kan man heller legge vekt på andre faktorer som f.eks. materielle. Eventuelt kan man ta med forskningen vår, og se om det er noe korrelasjon mellom påvirkningen psykologiske faktorer har her i Sogndal, med et annet sted.

7. Litteraturliste

Aoyama, Y. (2009). Entrepreneurship and regional culture: The case of Hamamtsu and Kyoto, Japan. *Regional Studies*, 43, 495–512.

Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In V. S. Ramachaudran (Ed.), *Encyclopedia of human behavior* (Vol. 4, pp. 71-81): Academic Press.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. New York: Freeman

Boyd N. G., Vozikis G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneursh. Theor. Pract.* 18 63–77.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/104225879401800404>

Camus Y. (2017). The importance of “learning by doing” in Entrepreneurship Education. *Entrepreneursh. Educ.*
<http://www.ee-hub.eu/consortium-media/blog/352-national-policy-framework/96-the-importance-of-learning-by-doing-in-entrepreneurship-education.html>

Dalland, O. (2012). *Metode og Oppgaveskriving* (5. utg.). Gyldendal Norsk Forlag AS.

Dubini, P. (1989). The Influence of Motivations and Environment on Business Start-ups: Some Hints for Public Policies. *Journal of Business Venturing*, 4(1), 11-26.

European Commission. (u.å). *European innovation scoreboard*.
https://research-and-innovation.ec.europa.eu/statistics/performance-indicators/european-innovation-scoreboard_en#country-profiles-non-eu

Feld, B. (2012). *Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city*. Hoboken, NJ: Wiley.

Forsyth, D. R. (2017) *Group Dynamics*. 7th ed. Belmont, CA: Wadsworth, Cengage Learning.

Friberg, M. (1975-1976) *Is the salary the only incentive for work?*

Fritsch, M., & Storey, D. J. (2014). Entrepreneurship in a regional context: Historical roots, recent developments and future challenges. *Regional Studies*, 48, 939–954.

Gist M. E., Mitchell T. R. (1992). Self-efficacy: a theoretical analysis of its determinants and malleability. *Acad. Manag. Rev.* 17 183–211.

<https://www.jstor.org/stable/258770?origin=crossref>

Grønmo, S. Wæhle, E & Dahlum, S. (2020, 14.mai) *Case-studie*. Store Norske Leksikon.<https://snl.no/case-studie>

Haslam, S. A., Reicher, S. D. & Platow, M. J. (2020). *The new psychology of leadership: identity, influence, and power*. (2. utgave) Hove: Psychology Press.

Innovasjon Norge. (2021, 29.Juni). *Slik jobber Innovasjon Norge med grønn omstilling*.
<https://www.innovasjon Norge.no/no/om/nyheter/2021/slik-jobber-innovasjon-norge-med-gronn-omstilling/>

Investigators. *The qualitative report*, 15(3), 754–760.

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.674.8927&rep=rep1&typ e=pdf>

Isenberg, D. (2010). How to start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, 88(6).

Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* (3. utg.). Cappelen Damm AS.

Johannessen, A., Tufte, P. A. & Christoffersen, L. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg.). Abstrakt Forlag AS.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg.). Gyldendal Norsk Forlag AS 2015.

Langberg, Ø.K. (2020, 25. Mai). *Norge er mindre oljeavhengig enn ved førre krise*. E24.

<https://e24.no/norsk-oekonomi/i/dOXzd1/norge-er-mindre-oljeavhengig-enn-ved-forrige-krise>

Larsen, A. K. (2010). *En enklere metode: Veiledning i samfunnsvitenskapelig*

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, Inc.

McLellan, J. A. & J. Dewey (1914). *Applied Psychology : An Introduction to the Principles and Practice of Education*. Boston,

O'Connor, A., Stam, E., Sussan, F., & Audretsch, D. B. (2018). *Entrepreneurial Ecosystems*. Springer.

Shepherd D. A. (2004). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. *Acad. Manag. Learn. Educ.* 3 274–287.
<https://journals.aom.org/doi/10.5465/amle.2004.14242217>

Skau, M. (2020, 10. Januar). *Sogn Næring*. Sogndal Kommune.
<https://www.sogndal.kommune.no/sogn-naering.514625.nn.html>

Spigel B. & Harrison, R. (2017) Towards a Process Theory of Entrepreneurial Ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*.

Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*

Spilling, O. R. (1996). The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-event. *Journal of Business Research*, 36, 91–103.

Stam, E. (2015). *Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique*.

Stam, E., & Spigel, B. (2016). *Entrepreneurial Ecosystems*. Utrecht: Utrecht School of Economics.

Sørensen, E., & Torfing, J. (2015). *Theories of democratic network governance*. Palgrave Macmillan.

Tajfel . H. & Turner, J.C. 1986. The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W.G. Austin (eds.), *Psychology of intergroup relations*, Chicago: NelsonHall, pp. 7–24

Turner, D. W. (2010). *Qualitative Interview Design: A Practical Guide for Novice*

Van de Ven, A. H. (1993). The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 211-230.

Yin, R. K. (2003). *Designing case studies. Qualitative Research Methods*, 359-386.

Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5. utg.). SAGE

Vedlegg 1

Spørsmål 1: om intervjuobjekt

- Tidligere erfaringer og kompetanse

Spørsmål 2: om arbeidsgiver

- Hvem jobber du for og hvordan kom du dit du er i dag?
- Hvor plasserer du bedriften din i Sogndal?
- Har selskapet noe samhandling eller interaksjoner med andre bedrifter/organisasjoner her i Sogndal? Evt. hvem? og hva slags interaksjoner?

Spørsmål 3: om bedriften

- Størrelse
- Opprettelse

- Privat/offentlig
- Hvor holder dere til?

Spørsmål 4: om Sogndal

- Hvorfor har dere plassert dere i Sogndal?
- Hvordan opplever du næringslivet i Sogndal?
- Hvilke offentlige og private aktører tror du har vært med på å støtte og fremme entreprenørskap i Sogndal?
- Hva betyr økosystemet i Sogndal for dere?
- Hva tenker du kan være noen av de viktigste initiativene som er tatt for å tiltrekke seg og beholde entreprenørielt talent i Sogndal?
- Føler du at det entreprenørielle økosystemet i Sogndal gir bedrifter konkurransefortrinn? ja/nej, hvorfor?

Spørsmål 5: Rollemodeller

- Hvilken rolle tror du rollemodeller/forbilder har å si for folk som ønsker å bli grundere?
- Hvordan har rollemodeller påvirket din karriere som gründer?
- Hvordan tror du et entreprenørielt økosystem kan være med på å fronte rollemodeller i samfunnet?
- Har du noen personlige erfaringer fra hvordan entreprenørielle økosystem fremmer gode rollemodeller?

Spørsmål 6: Selvbilde/selvtillit

- Hvordan har selvtillit vært viktig for din suksess som gründer?
- Hvilke faktorer har bidratt til å bygge opp din selvtillit som gründer?
- Hvordan har du håndtert utfordringer og motgang i karrieren din som gründer?

- Hvordan har det å ha et bredt entreprenørielt økosystem rundt deg påvirket din selvtillit som gründer?
- Hvordan tror du redsel for å feile og dårlig selvtillit er med på å bremse innovasjon i Norge?
- Har du som grunder over tid merket forskjell i entreprenørskapskulturen, særlig innen selvtillit?

Avslutningsvis:

- Er det noe du vil tilføye på bakgrunn av det som har kommet frem? (sluttkommentar)



Høgskulen på Vestlandet

BO6-2011: Bacheloroppgave

BO6-2011-BO-2023-VÅR-FLOWassign

Predefinert informasjon

Startdato:	12-05-2023 12:00 CEST	Termin:	2023 VÅR
Sluttdato:	26-05-2023 14:00 CEST	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	Bacheloroppgåve		
Flowkode:	203 BO6-2011 1 BO 2023 VÅR		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Navn:	Håvard Sirekrok Hadland
Kandidatnr.:	236
HVL-id:	593695@hvl.no

Informasjon fra deltaker

Antall ord *:	10266
----------------------	-------

Egenerklæring *: Ja
Jeg bekrefter at jeg har Ja
registrert
oppgavetittelen på
norsk og engelsk i
StudentWeb og vet at
denne vil stå på
vitnemålet mitt *:

Gruppe

Gruppenavn:	Bachelor, finito
Gruppenummer:	36
Andre medlemmer i gruppen:	Morten Harterman Bakketun

Jeg godkjenner avtalen om publisering av bacheloroppgaven min *

Ja

Er bacheloroppgaven skrevet som del av et større forskningsprosjekt ved HVL? *

Nei

Er bacheloroppgaven skrevet ved bedrift/virksomhet i næringsliv eller offentlig sektor? *

Nei