



UNIVERSITETET I AGDER

# Entreprenørskap i norske studentbedrifter

Studie av studentbedrifter og studentinkubatorar i Noreg  
som del av entreprenørielle økosystem

TARGEIR ATTESTOG

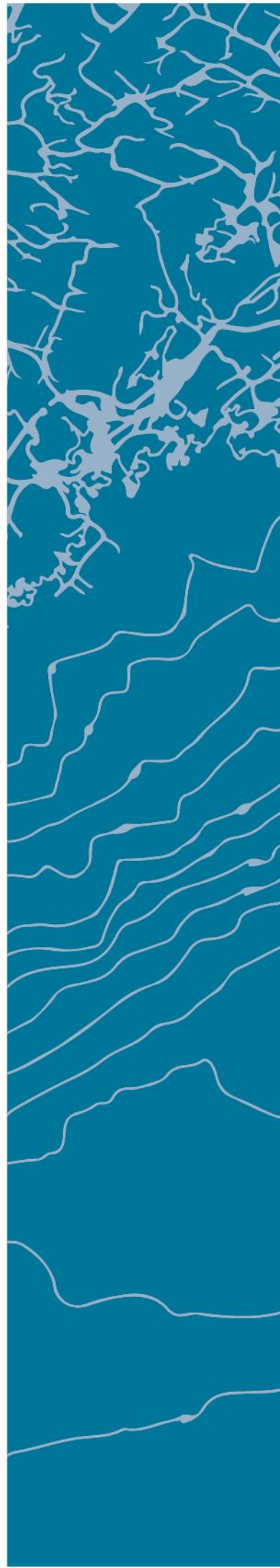
For mastergrad i  
Industriell økonomi og teknologiledelse

RETTLEIAR

Arne Isaksen

**Universitetet i Agder, 2018**

Fakultet for teknologi og realfag  
Handelshøyskolen





# I. Forord

Denne masteroppgåva er avslutninga på mastergraden min i industriell økonomi og teknologiledelse (indøk) ved Fakultet for teknologi og realfag på Universitetet i Agder. Oppgåva er obligatorisk og utgjer 30 studiepoeng, altså eit heilt studiesemester. I løpet av dette masterstudiet har eg vore på utveksling til Tekniske Universitet i München (TUM) i Tyskland, der eg har teke fag innan matematisk økonomi, innovasjon og entreprenørskap som ikkje er tilgjengelege i like stor grad for indøk-studentar heime på campusen i Grimstad. Kunnskapen frå desse faga har inspirert meg på personleg plan, slik at eg i alle fall kan tenkje meg å drive med entreprenørskap i liten skala på fritida.

Opphavleg var planen å skrive om bayerske universitets-spin-off-bedrifter på TUM i 2017. Den oppgåva omfatta både forskar- og studentbedrifter. Men ulike praktiske grunnar gjorde at eg gjekk over til å skrive oppgåva for UiA i staden, og då om spin-offs frå norske universitet. Oppgåva blei fyrst utsett fordi eg fekk meg jobb i Tyskland, men eg kom tilbake til Noreg i januar 2018. Eg tenkte ei stund på å skrive oppgåve om eit anna tema på UiA, men gjekk tilbake til opphavleg idé ganske fort, sidan den var meir gjennomførleg, men det var då så seint på våren at innleveringa blei utsett til desember. Eg gjekk over til å forske på studentbedrifter aleine sidan det blei heilt umogleg for meg å få tilgang på nok og god nok informasjon frå forskarbedrifter.

Eg vil takke den dyktige rettleiaren min Arne Isaksen for dei gode, støttande råda han har gitt meg undervegs. Eg vil takke Maiken Græsli i UiA Nyskaping for å ha hjelpt meg med siste finpuss av spørjeskjemaet og også for gode råd om korleis eg skulle nå ut med skjemaet blant studentoppstartane. Eg vil takke UiA Nyskaping, Loftet Studentinkubator, Spark\* NTNU og LevelUp UiS for å ha vidaresendt spørjeskjema til studentprosjekta sine, og takk til alle studentprosjekta som tok seg tid til å svare. Takk til Birgit Attestog for å ha lese korrektur, og takk til familie og venner for å ha oppmoda meg til å fullføre oppgåva.

Eventuelle feil og manglar i oppgåva er mitt ansvar aleine.

Targeir Attestog

Grimstad, 29. november 2018

## II. Samandrag

Temaet for denne oppgåva er oppstartsbedrifter som hovudsakleg består av studentar på norske studentinkubatorar. Som teoretisk rammeverk for studien har eg brukt entreprenørielt økosystem, både den mest brukte varianten frå Stam og Spigel og den endå meir studentbedrift-relevante varianten til Schwarzkopf. Begge variantane set entreprenøren i sentrum, men modellen til Schwarzkopf legg meir vekt på personlegdomen og evnene til entreprenøren og ordnar relasjonane mellom entreprenør og andre aktørar inn i sirkelar, der den inste sirkelen står nærmast entreprenøren som person.

I denne studien stiller eg følgjande forskingsspørsmål:

1. Kva kjenneteiknar etablering av studentbedrifter (samanlikna med andre oppstartsbedrifter)?
2. Kva er spesielle kjenneteikn ved entreprenørielle økosystem som er knytte til studentinkubatorar?
3. I kor stor grad bidreg studentinkubatorar til etablering av studentbedrifter, indirekte til oppbygging av entreprenørielt økosystem?

Eg har samla inn anonyme data gjennom elektroniske spørjeskjema som har blitt sendt til UiA Nyskaping i Kristiansand og Grimstad, Loftet Studentinkubator hos Høyskolen Kristiania i Oslo og Spark\* NTNU i Trondheim. Dei har sendt vidare link til spørjeskjema til medlemmane sine. Spørsmåla var oftast med alternativ med høve til å svare med kort forklarande fritext viss ingen av alternativa passa. Det var også nokre felt for utfylling av tal. Eg fekk totalt 9 svar frå UiA Nyskaping, 5 svar frå Loftet og 5 svar frå Spark\* NTNU, som er for knapt for å finne ut sanninga om norske studentinkubatorar generelt. Dei gir likevel ein god peikepinn for UiA og Loftet, men knapt for NTNU. Svara fortel eigentleg berre om studentbedriftene som har delteke i undersøkinga, men er godt utgangspunkt for framtidig forskning om temaet, gjennom å gi grunnlag for oppfølgjande forskarspørsmål og hypotesar. For å svare på det tredje forskingsspørsmålet, har eg samla inn open statistikk om omtrentleg deltaking på faglege og sosiale arrangement på dei ulike inkubatorane. I tillegg har det vore behov for å spørje leiarar på inkubatorane gjennom e-post og bruke open informasjon frå nettstadene og sosiale-medium-sidene deira. Offentleg kjende bedrifter frå desse sidene og omtale i nettaviser har vore nyttige for å finne ut av kva slags gründerhistorier inkubatorane har.

Kortversjonen av svara på forskingsspørsmåla er som følgjer:

1. Bedriftene i undersøkinga har oftast registrert seg i Brønnøysundregistra lenge etter at dei har blitt medlemmar i studentinkubatoren på heime-institusjonen sin. Det er delt ganske likt mellom dei som ønskjer å lansere produktet sitt kort tid etter og dei som meiner at dei treng 2–3 års utviklingstid. Dei fleste av studententreprenørane i undersøkinga har kome på idéen på eiga hand, men med inspirasjon frå studieprogramma sine. Kwart av oppstartsprosjekta i undersøkinga er oftast på 2–3 personar, og som regel har dei med nokon på laget som i alle fall har teoretisk kunnskap om entreprenørskap. Det er oftast fulltidsstudentar i desse oppstartane og sjeldan deltidsstudentar. Det er ganske jamt delt mellom dei som har ein betalt deltidsjobb i tillegg og dei som elles berre driv med studium. Halvparten av bedriftene er reine mannsbedrifter, og resten har mindre enn 40 % kvinner blant medlemmane sine.

2. Studentbedrifter, studentinkubatorar og alle aktørane som dei samhandlar med, let seg godt skildre av modellane for entreprenørielle økosystem, i denne oppgåva vist med variantane til Stam og Spigel og til Schwarzkopf. Især Schwarzkopf sin modell skildrar økosystemet godt med å legge vekt på personlegdomen og dei personlege eigenskapane til entreprenøren, som er viktige for at studentar (eller andre) i det heile skal starte eiga næringsverksemd. Teknologisk orienterte studieretningar (data- og ingeniørfag), men også økonomi, ser ut til å vere fordelaktig å ha med i ei studentbedrift ut frå det ein kan sjå med representasjon av desse i bedriftene og kva for bransjar bedrifter opererer eller skal operere i. Økonomisk støtte til vekst av verksemda verkar å vere viktig for dei undersøkte bedriftene, og mest populære kjelder for støtte er Innovasjon Norge og Forskningsrådet. Det verkar derimot ikkje å haste med å skaffe seg investorar. Bedriftene ser ut til å ha tru på idéen sin og ønskjer sannsynlegvis ikkje at andre skal kontrollere utviklinga av den i dei fyrste tida etter etableringa.

3. Studentinkubatorane verkar flinke til å gi råd til studentoppstartane om å bygge eksterne nettverk, men slit med å få bedriftene på same inkubator til å samarbeide med kvarandre eller i alle fall knyte kontakt med kvarandre. Det kan kome av at kvar bedrift har sin forretningsnisje og derfor ikkje har behov for å samarbeide med andre bedrifter på same inkubator. Elles verkar det generelt utfordrande å få studentar til å engasjere seg for entreprenørskap i det heile teke. Det er

relativt få som kjem til dei faglege og sosiale arrangementa som inkubatorane arrangerer, som oftast er opne for alle studentar, også dei som ikkje får aktiv rettleiing. På inkubatorane med arbeidslokale bruker stort sett alle respondentane desse. Inkubatorane byrjar å få brukbart med suksesshistorier å vise fram som inspirasjon til framtidige oppstartsprosjekt, og burde bli flinkare til å bruke deltakarane frå slike bedrifter som inspiratorar i til dømes foredrag på faglege arrangement.

Studentinkubatorane i Noreg verkar å lykkast med oppgåvene sine med rådgiving og knyting av eksterne kontaktar for dei bedriftene som faktisk er aktive medlemmar der. Inkubatorane eller rettleiingstenestene i undersøkinga verkar altså å vere til stor hjelp for etableringa av dei studentbedriftene som faktisk ønskjer å etablere seg med sine egne forretningsidéar, men desse rådgivingstenestene verkar enno å slite med å verkeleg få dei store studentmassane til å velje entreprenørskap som karriereveg.

## III. Innhald

I. Forord .....	III
II. Samandrag.....	IV
III. Innhald .....	VII
1 Innleiing.....	1
1.1 Utfordringar for universitet og høgskular i fremjing av entreprenørskap blant studentar	3
2 Teori.....	5
2.1 Entreprenørskap .....	5
2.2 Motivasjon og entreprenørklime .....	8
2.3 Entreprenørielle økosystem.....	11
2.4 Samanlikning av entreprenørielle økosystem med klynger .....	16
2.5 Sosial kapital .....	17
2.6 Universitet som økosystem for oppstartsbedrifter .....	18
2.7 Forsking på studentbedrifter.....	19
2.8 Inkubatorar og rettleiingstenester.....	20
2.9 Forskingsspørsmål.....	22
3 Metode.....	23
3.1 Spørjeundersøking.....	23
3.2 Reliabilitet og validitet.....	28
4 Resultat og drøfting .....	30
4.1 Inkubatorane i undersøkinga .....	30
4.2 Kva kjenneteiknar etablering av studentbedrifter?.....	33
4.3 Kva er spesielle kjenneteikn ved entreprenørielle økosystem som er knytte til studentinkubatorar? .....	45

4.4	I kor stor grad bidreg studentinkubatorar til etablering av studentbedrifter, indirekte til oppbygging av entreprenørielt økosystem?.....	63
5	Avgrensingar og forslag til framtidig forskning.....	88
6	Konklusjon.....	90
7	Referansar .....	94
	Vedlegg A: Spørjeskjema .....	103



## Figurliste

Figur 1: Forholdet mellom eigenskapane (attributta) innanfor eit entreprenørielt økosystem (Stam & Spiegel, 2016).....	12
Figur 2: Spiegels entreprenørielle økosystem, med entreprenøren i sentrum (Spiegel, 2015) (Skjeggestad, 2018).....	12
Figur 3: Entreprenørielt økosystem, slik det er presentert av Schwarzkopf (Schwarzkopf, 2016) .....	14
Figur 4: Typar entreprenørielle økosystem (Spiegel & Harrison, Towards a Process Theory of Entrepreneurial Ecosystems, 2017) .....	16
Figur 5: Kompetanse om entreprenørskap blant studentbedriftene .....	39
Figur 6: Tal på oppstartar som har minst ein medlem som har vore med i ein annan oppstart. ...	40
Figur 7: Tal på oppstartar som har minst ein medlem som er med i ein annan oppstart akkurat no. ....	40
Figur 8: Førekomstar av ulike typar deltakarar i studentprosjekta .....	41
Figur 9: Tal på deltakarar i prosjekt (x-akse), og kor mange prosjekt som har så mange deltakarar (y-akse). ....	43
Figur 10: Aldersrepresentasjon i studentbedriftene .....	43
Figur 11: Produkt eller teneste .....	51
Figur 12: Kundetype .....	52
Figur 13: Deltakarar og interesserte, AfterWork, UiA Nyskaping .....	70
Figur 14: Deltakarar og interesserte på kvart enkelt fagleg og sosialt arrangement på Loftet. ....	71
Figur 15: Deltakarar og interesserte, Launchpad, NTNU .....	72
Figur 16: Deltakarar og interesserte, Thursty Thursday, Spark* NTNU .....	72
Figur 17: Deltakarar og interesserte i Join a Startup Night med Spark* NTNU .....	73

## Tabelliste

Tabell 1: Klassifisering av føretak ut frå innovasjonsåtfærd (Spilling, 1998) (Autio, 1995).....	7
Tabell 2: Innmelding i inkubator og offentleg registrering av dei ulike bedriftene i undersøkinga, i tillegg til tid i semester mellom desse. Negative tal betyr at registrering av bedrift skjedde før innmelding i inkubator.....	34
Tabell 3: Innmelding i inkubator og lansering av produkt/teneste, i tillegg til tal på semester mellom desse. Negativt tal betyr at lansering skjedde før innmelding. ....	36
Tabell 4: Innmelding i inkubator og forventa lansering av produkt/teneste, i tillegg til tal på semester mellom desse.. Der forventa semester er ukjent, er haustsemesteret lagt til grunn. ....	37
Tabell 5: Bransjer med sterkast og svakast kvinnedel. ....	45
Tabell 6: Bransjespesialisering etter utdanningsstad. ....	56
Tabell 7: Dei viktigaste koplingane mellom studieretning og bransje. ....	57
Tabell 8: Kven studentprosjekta har fått støtte frå.....	61
Tabell 9: Kven studentprosjekta har tenkt å søke om støtte frå.....	62
Tabell 10: Samanlikning av tal på studentar med tal på studentoppstartar som får rettleiing hausten 2018. Tal på studentar er summen for campusane der ein har tilgang på tenestene til den nemnte inkubatoren på skulen. ....	65
Tabell 11: Tal på kjende bedriftspresentasjonar på JASUN-arrangementa hos Spark* NTNU. Det er usikkert om listene på Facebook og Instagram, som desse er baserte på, er fullstendige. ....	81
Tabell 12: Hyppigast presenterande/rekrutterande oppstartar på JASUN hos Spark* NTNU. Denne tabellen inneheld berre bedrifter som har presentert seg minst to gonger. Basert på oppslag frå Spark* NTNU sin Facebook- og Instagram-konto. Det er mogleg at enkelte bedrifter har presentert på enkelte JASUNs utan å bli nemnt på nett. Datoar for offentleg registrering er henta frå brrereg.no. ....	81

# 1 Innleiing

Entreprenørskap i Noreg er ikkje noko nytt, men det er fyrst frå 1990-talet og utover at ein i norsk forskning har blitt merksam på kor viktig det er. (Spilling, 1998) Fyrst på 2010-talet byrja norsk studententreprenørskap å skyte fart.

Den norske regjeringa hadde alt i 2009 ein handlingsplan for entreprenørskap i utdanninga. (Kommunal- og regionaldepartementet, 2009) I 2015 kom regjeringa med ein oppdatert plan, som løyvde totalt 400 millionar kroner til tiltak for å styrke nye bedriftsetableringar og vekst av desse. I samband med dette nemner regjeringa at næringslivet må bu seg på harde omstillingar i tiåra som kjem, med veksande folkesetnad som treng jobbar, fleire eldre som treng pleie og behov for å oppnå eit klimavennleg lågutsleppssamfunn. Oljenæringa, som i dei siste tiåra har vore ein stor sysselsetjar, vil bli gradvis mindre viktig i norsk økonomi. Denne planen kom rundt eitt år etter den brå nedgangen i råoljeprisen hausten 2014, som førte til at mange tilsette i oljenæringa måtte finne seg ny jobb. Det er sannsynleg at regjeringa ønskte at studentar skulle vurdere å skape eigen arbeidsplass, slik at arbeidsløysa ikkje auka i takt med talet på nyutdanna.

I denne gründerplanen frå 2015 gjekk ein inn for å styrke pre-såkornsordninga i 2016, der midlar frå staten matcha private investeringar. I tillegg gjekk ein inn for å styrke etablerarstøtte og FORNY2020-programmet til Forskingsrådet. Ein planla også for 2016 ei utprøving av stipend til studentar og stipendiatar som ønskte å bli gründerar. Det skulle også bli lagt til rette for å skape møteplassar for samling av gründerar, kapital og kompetanse. Ein ønskte å legge til rette for at bedrifter skal kunne vekse i Noreg. (Nærings- og fiskeridepartementet, 2015) (Nærings- og fiskeridepartementet, 2016)

Sjølve gründerplanen verkar å knyte studentbedrifter mest opp mot forskning: «Regjeringen ønsker større avkastning av samfunnets forskningsinnsats. Det er behov for å styrke entreprenørskapskulturen ved forskningsinstitusjonene, og for å koble studentrettede tiltak til arbeidet med kommersialisering. Forskere i UH-sektoren som ønsker å kommersialisere sin forskning, skal stimuleres både i økonomisk og karrieremessig sammenheng.» (Nærings- og fiskeridepartementet, 2015)

Studententreprenørskap er derimot mykje meir enn det og er, som vi seinare skal sjå, ofte basert på heilt eigne idéar hos studentar, som er basert på personleg erfaring, gjerne inspirert av studium.

Studententreprenørskap er eit ganske nytt fenomen i Noreg. Den fyrste rettleiingstenesta for studententreprenørar var Spark\* NTNU, som starta aktiviteten sin våren 2014. (Om Spark\* NTNU, 2018) <sup>1</sup> Seinare kom Loftet Studentinkubator hausten 2016 på den private høgskulen Høgskolen Kristiania i Oslo, som omtalar seg sjølv som den fyrste studentinkubatoren i landet som låner arbeidslokale til studentoppstartsprosjekta sine. (Loftet Studentinkubator, 2016) (Loftet Studentinkubator, 2018) Fyrste offentlege studentinkubator med eigne arbeidslokale for oppstartsprosjekt var UiA Nyskaping, med opning av desse lokala i Kristiansand og Grimstad i august 2017. (UiA Nyskaping, 2018) Dei hadde då allereie tilbode rettleiing i eit halvt år. Insj UiO i Oslo starta i oktober 2017 som ei rettleiingsteneste av same sorten som Spark\* NTNU. Level-Up UiS opna inkubatorlokale i Stavanger i november 2017, men UiS skal ha hatt rettleiingstenesta Gnist sidan starten av 2017 (Gnist, 2018). I Trondheim fekk ein studentinkubatorbygningen Gründerbrakka i 2018.

Her til lands er det noko lengre tradisjon for universitets-spin-off-bedrifter i form av forskarbedrifter som kommersialiserer forskning og oppfinningar gjennom teknologioverføringskontor (technology transfer office, TTO) som NTNU TTO i Trondheim, Bergen TTO og Inven2 og Oslotech i Oslo. Student- og forskarbedrifter har i lengre tid vore utbreidd i USA, og byrjar også å ta form i store europeiske land som Storbritannia og Tyskland, men også i Skandinavia. (Stagars, 2015) (Sætre, Atkinson, & Ellerås, 2006) I denne samanhengen er det interessant å sjå kva som får enkelte norske studentar til å satse på eiga bedrift og i kor stor grad studentinkubatorane og rettleiingstenestene for studententreprenørskap bidreg til det. I denne oppgåva skal eg forsøke å finne ut av kva som kjenneteiknar etablering av norske studentbedrifter, korleis desse samhandlar med andre aktørar i sitt økosystem og korleis studentinkubatorane og rettleiingstenestene for studentbedrifter bidreg til dette.

---

<sup>1</sup> Kan i studium av nettsider ikkje finne studentinkubatorar som er opna før det.

## **1.1 Utfordringar for universitet og høgskular i fremjing av entreprenørskap blant studentar**

Alle bedrifter har ein gong i tida vore nyoppstarta bedrifter, med sine fordelar og utfordringar som høyrde med i tida både då dei var heilt nye og seinare i vekstfasen. Det er svært sjeldan at alt klaffar i oppstart og vekst av nye bedrifter, og det er evna til å tilpasse seg vanskane og utfordringane som avgjer om ein overlever i næringslivet. (Stagars, 2015)

Med mange godt etablerte bedrifter å velje mellom for dei nyutdanna, så er det lett å gå for (i alle fall tilsynelatande) trygge jobbar der ein utfører meir eller mindre klart definerte oppgåver (både rutinerte og kreative) i løpet av fastsett arbeidstid. Mange kvir seg med å starte for seg sjølv på grunn av alle uvissemomenta som følgjer med det. Enkelte har eigentleg lyst, men føler seg ikkje trygge på å utføre alle ekstra-oppgåvene som høyrer med i entreprenørskap, som å skaffe seg kundar. Men det finst naturlegvis også folk som rett og slett ikkje vil drive for seg sjølv. (Birch, Lichy, Mulholland, & Kachour, 2016) Geldhof (2014) og Schøtt (2015) meiner at ein treng å lære studentar entreprenørskap nettopp fordi mange ønskjer å satse på det, men ikkje gjer det likevel fordi dei ikkje har nok kunnskap om eller øving i det. (Birch, Lichy, Mulholland, & Kachour, 2016) (Geldhof, et al., 2014) (Schøtt, Kew, & Cheraghi, 2015)

Birch og medforfattarar (2016) hevdar at studentar (i Storbritannia og Frankrike) i for lang tid har blitt utdanna til å bli tilsette i allereie eksisterande bedrifter i staden for å bli entreprenørar. Entreprenørar er det nemleg stadig meir bruk for i dagens raskt endrande arbeidsmarknad. Studentar har i stor grad vilje til og intensjon om å bli entreprenørar, men pensumet i høgare utdanning legg ikkje i stor nok grad til rette for det. Birch og medforfattarar meiner at det krevst ei endring i dette. (Birch, Lichy, Mulholland, & Kachour, 2016) Dette ser ut til å gjelde for Europa generelt, mens universiteta i USA har lengre tradisjon for å fremje entreprenørskap. (Stagars, 2015)

Entreprenørskap blir stadig viktigare fordi ein med globaliseringa har kome i ein situasjon i Europa med fleire med fullført utdanning enn det er bruk for i dei allereie eksisterande bedriftene. Det finst dessutan ei oppfatning i denne verdsdelen at unge folk har dårleg arbeidsmoral, som gjer at arbeidsgivarar prioriterer dei eldre, som gjer at unge kanskje bør satse

på entreprenørskap fyrst for å ha noko å vise til ved seinare tilsetjing i ei bedrift. (Birch, Lichy, Mulholland, & Kachour, 2016)

Det finst ulike motivasjonar og drivkrefter for å starte eiga bedrift eller la vere, noko eg skal gå gjennom i denne oppgåva. Det blir mest vekt på korleis ein blir studententreprenør, sidan det berre er den gruppa som er spurt i undersøkinga som eg har utført, men eg kjem til å dra inn teori og generelle observasjonar om norsk entreprenørskap for samanlikning.

I kapittel 2 vil eg ta føre meg teori som er relevant for entreprenørielle økosystem, studentbedrifter og inkubatorar. På slutten der blir forskingsspørsmåla for oppgåva presenterte. I kapittel 3 blir metoden for denne studien gått gjennom, og eg vurderer kor godt denne metoden har fungert. I kapittel 4 blir alle tre forskingsspørsmåla vurderte og forsøkt svara på. I kapittel 5 vurderer eg kva resultata ikkje kan fortelje noko om og kva som kan forskast på i emnet om norske studentbedrifter i framtida. I kapittel 6 blir dei viktigaste resultata ramsa opp og plasserte i ein kortfatta samanheng som konklusjon for oppgåva.

## 2 Teori

Teorien tek fyrst føre seg kva entreprenørskap er. Så kjem ei utgreiing av ulike typar motivasjonar for å starte med entreprenørskap. Deretter kjem ulike synsvinklar for entreprenørielle økosystem (EØ), også med å knyte det opp mot sosial kapital. Det følgjer etter det eit lite innblikk frå tidlegare forskning på studentbedrifter. Så kjem forklaring av kva inkubatorar er og korleis dette passar inn i eit EØ med studententreprenøren i sentrum. Til slutt kjem opplisting av forskingsspørsmåla for oppgåva.

### 2.1 Entreprenørskap

Ordet entreprenør kjem opphavleg frå det franske substantivet entrepreneur med det samsvarande verbet entreprendre, som betyr å ta føre seg eller ta fatt på. På både fransk og norsk betyr omgrepet både oppdragstakar (ofte innanfor teknisk, bygg og anlegg) og sjølvstendig næringsdrivande generelt. Entreprenørskap knytt mot nyskaping har vi fått frå den engelske omsetjinga av Schumpeter sine arbeid (originalt på tysk Unternehmer), som har blitt vidareført i den engelskspråklege litteraturen om temaet. (Språkrådet, Universitetet i Bergen, 2018) (LEO GmbH, 2018) (Achleitner, 2018) (Schumpeter, 1934) Det tyske låneordet gründer, som betyr grunnleggjar, blir på norsk ofte brukt synonymt med entreprenør, men det er fagleg meir presist å omsetje gründer til etablerar, som også inkluderer oppdragstakar-entreprenørar og næringsdrivande som imiterer verksemda til andre bedrifter. (Spilling, 1998)

Ifølgje Schumpeter, som Spilling viser til, er innovasjon å gjere noko nytt eller å gjere kjente ting på nye måtar. Det treng ikkje vere noko fullstendig nytt, men må vere ein ny kombinasjon av ressursane som blir brukt, måten produktet blir brukt og/eller kva som er marknaden. Dette inkluderer desse følgjande måtane (Spilling, 1998) (Schumpeter, 1934):

1. Nytt produkt, altså noko forbrukarane ikkje kjenner frå før, eller ein variant av eit eksisterande produkt.
2. Ny produksjonsmetode for eit eksisterande produkt, som fører til sparing av tid og råvarer.
3. Eksisterande produkt på ny marknad, som til dømes ny målgruppe eller salsregion.
4. Ny type råvare eller halvfabrikat for eksisterande produkt.
5. Ny organisering innanfor ei næring, til dømes overgang til eller frå monopol.

Spilling, akkurat som Schumpeter, meiner at entreprenørskap er ny, forretningsmessig verksemd, nærmare bestemt ei verksemd som står for noko nytt samanlikna med det som var i næringslivet frå før. Entreprenørskap er ifølgje denne definisjonen altså å starte ei ny, innovativ verksemd. Ein slik Schumpeter-entreprenør blir gjerne kalla innovativ entreprenør for å skilje tydeleg frå den andre tydinga av entreprenør, der nokon tek på seg eit oppdrag. (Spilling, 1998) (Achleitner, 2018) (Språkrådet, Universitetet i Bergen, 2018) (Schumpeter, 1934)

Nyetableringar som gjer det same som eksisterande aktørar er imitatorar, ikkje entreprenørar etter Schumpeters definisjon. (Spilling, 1998) (Schumpeter, 1934) Bygg-og-anleggsentreprenørar, som ein ser i definisjonen i norskordboka, og andre levebrødsbedrifter, som ikkje driv med noko nytt, er altså ikkje innovative entreprenørar, slik Schumpeter definerte det.

Det er viktig å skilje entreprenør frå oppfinnar. Ein oppfinnar skapar ein idé og lagar gjerne ein fungerande prototype av den, mens ein entreprenør set den ut i livet, altså kommersialiserer den. Ein entreprenør er heller ikkje nødvendigvis den same personen som eig verksemda for idéen, sjølv om det ofte er slik i små bedrifter. Entreprenørrolla skildrar berre den som får noko til å skje. (Spilling, 1998)

Schumpeter bruker omgrepa uavhengige og avhengige entreprenørar. Uavhengige entreprenørar er det som vi i dag knyter mest til entreprenørskap, som er oppretting av nye bedrifter, mens avhengige entreprenørskap er entreprenørskap innanfor ei eksisterande bedrift, som vi i dag oftast kallar intraprenørskap. (Spilling, 1998) Studententreprenørskap ser ut til å berre handle om uavhengig entreprenørskap fordi alt som eg skal presentere av resultat seinare i oppgåva handlar om oppstartar som enten allereie er ei registrert sjølvstendig bedrift eller har tenkt å bli det.

Schumpeter argumenterte for at i tider med store omveltande forandringar er innovasjon viktig for kampen om å overleve og vekse. Han la til den fjerde produksjonsfaktoren entreprenørskap til dei tradisjonelle faktorane land, arbeidskraft og kapital. Han brukte omgrepet skapande øydelegging (tysk: schöpferische Zerstörung, engelsk: creative destruction) for å skildre fenomenet der nye aktørar kjem inn på marknaden med ei heilt ny oppfinning som utfordrar eksistensgrunnlaget til dei eksisterande bedriftene. Med andre ord utkonkurrerer nye og betre



produkt og tenester dei eksisterande. (Birch, Lichy, Mulholland, & Kachour, 2016) (Schumpeter, 1943) Dette kan også skje ved at ein gammel teknikk eller metode blir utført på ein betre og meir effektiv måte. (Stagars, 2015)

Zimmerer og Scarborough (1996) koplar omgrepa kreativitet, innovasjon og entreprenørskap saman. Dei definerer kreativitet som evna til å utvikle nye idéar og oppdage nye måtar å sjå på problem og moglegheiter på. Innovasjon er evna til å bruke kreative løysingar til å gjere livet til folk betre og rikare. Entreprenørskap er resultatet av disiplinert og systematisk prosess der kreativitet og innovasjon blir brukt til å dekke behov og moglegheiter i marknaden. Kreativitet er å tenkje nytt, mens innovasjon er å gjere noko nytt. Entreprenørskap er då kombinasjon av desse. (Spilling, 1998) (Zimmerer & Scarborough, 1996)

Spilling foreslår følgjande inndeling av teknologibaserte føretak etter innovasjonsåtfærd, basert fritt på Autio (Spilling, 1998) (Autio, 1995), som vist i Tabell 1. Eg vel å utvide den forsiktig med å inkludere idé, der det opphavleg berre stod teknologi, for å gjere modellen relevant for bedrifter som ikkje legg vekt på teknologi:

**Tabell 1: Klassifisering av føretak ut frå innovasjonsåtfærd (Spilling, 1998) (Autio, 1995)**

<i>Teknologi eller idé</i>	<i>Marknad</i>	
	<i>Etablert</i>	<i>Under utvikling (ny)</i>
Etablert	(1) Applikasjonsinnovatør	(2) Marknadsinnovatør
Ny	(3) Teknologi/idé-innovatør	(4) Paradigme-innovatør

1. Applikasjonsinnovatør er føretak som bruker ein gammel teknologi eller idé i ein etablert marknad, men innanfor ramma av nytt produktkonsept eller bruksområde.
2. Marknadsinnovatør er føretak som innfører produkt med gammel teknologi/idé på ny marknad. Innovasjonen kan vere å kombinere ulike gamle idéar på ny måte.
3. Teknologi/idé-innovatør er føretak som introduserer ny teknologi/idé i ein eksisterande marknad.
4. Paradigme-innovatør er føretak som introduserer nytt produkt på ein marknad som er under utvikling eller ikkje finst enno, altså er ny. Dette her blir ofte omtala som radikale endringar.

Desse grupperingane har parallellar i Schumpeters kategorisering, med unntak av omorganisering av næring (til dømes til og frå monopol). Dette unntaket er ikkje relevant for studentbedrifter, slik eg ser det, så denne modellen fungerer bra for klassifisering av bedrifter i denne oppgåva, der det let seg gjere.

## 2.2 Motivasjon og entreprenørklime

Som vist i innleiinga, blir entreprenørskap sett på som sentralt for utvikling i næringslivet. For å forstå korleis entreprenørskap utviklar seg, er det viktig å sjå på motivasjonen for det. Bolkesjø og Brun klassifiserer motivasjonane til ein entreprenør etter tre hovudtypar (Bolkesjø & Brun, 1998):

**Lokalsamfunnsentreprenøren:** Er oppteken av å få til noko og bidra til utvikling av næringsmiljøet der han/ho bur. Inspirerande lokalmiljø er til stor hjelp for vedkomande. Offentleg støtte kan vere viktig.

**Sjølvrealiseringsentreprenøren:** Vil ta i bruk egne ressursar og har tru på marknaden for verksemda som skal etablerast. Viktig motivasjon er å kunne bestemme over eigen arbeidssituasjon. Offentleg støtte er oftast lite viktig.

**Arbeidsløse-entreprenøren:** Er pressa til å gjere noko med arbeidssituasjonen sin. Motivasjonen er å skaffe seg arbeid, betre arbeid eller høgare løn. Vanlegaste utløysar er å miste jobb eller ha ein usikker jobb. I denne gruppa er ein ofte lite entreprenøriell og finn ofte måtar å tene pengar på som ikkje treng innovasjon. Dei er derfor ofte ikkje entreprenørar etter tydinga til Schumpeter, men meir sjølvstendig næringsdrivande etablerarar som tek på seg oppdrag frå andre.

I gründerplanen frå 2015 bruker den norske regjeringa nokre andre omgrep for entreprenørgrupper, som ligg nær dei som er nemnte ovanfor. Regjeringa bruker ofte gründer som felles omgrep for entreprenør og etablerar. (Nærings- og fiskeridepartementet, 2015) Spilling presiserer at ordet gründer er synonymt med etablerar, som ikkje treng å vere innovativ. (Spilling, 1998) Regjeringa si inndeling av gründerar/entreprenørar er relevant å nemne, sidan

det er omgrepa som ser ut til å bli mest brukt i Noreg i dag (Nærings- og fiskeridepartementet, 2015):

**Levebrødsgründerar:** Dei fleste gründerar høyrer heime her. Dei driv ofte varehandel og teneste-ytande næringar. Desse bedriftene har ofte små etableringskostnader og krev ofte ikkje investorar. Dei treng derimot ofte praktisk rettleiing i etableringsfasen. Dei har lang levetid, men blir verande små. Dei er i liten grad vekstorienterte og innovative. Dette verkar altså å vere det same som arbeidsløyse-entreprenørar, som ofte ikkje er entreprenørar etter definisjonen til Schumpeter, eller er det i liten grad.

**Vekstorienterte gründerar:** Er opptekne av å realisere eigne idéar eller forskingsresultat. Ofte innovative og kan ha utspring i universitetsmiljø. Desse har ofte høg utdanning, men lite gründererfaring, og manglar ofte kommersiell erfaring og kompetanse. Dei er villige til å ta noko risiko. Kompetanse og kapital krevst for at dei skal vekse. Denne gruppa verkar å samanfalle med sjølvrealiseringsentreprenørar.

**Sosiale entreprenørar:** Forsøker å løyse sosiale utfordringar og samfunnsproblem på nye og innovative måtar. Dette er i skjeringpunktet mellom stat, marknad og frivillig sektor. Dette kan vere både levebrøds- og vekstorienterte gründerar. Tilgang på nettverk og kunnskap om anbod og avgjerder i det offentlege er viktig for denne gruppa. Det verkar å vere tilnærma det same som lokalsamfunnsentreprenørar, men er tydelegare definert. (Nærings- og fiskeridepartementet, 2015)

Spilling viser til pull- og push-faktorar som motiv for entreprenørskap. *Pull* er at ein ser moglegheiter og har lyst til å styre sjølv. Ein har då indre motivasjon til å starte eiga verksemd. *Push* er at ein har ytre press til å gjere det. Lokalsamfunns- og sjølvrealiseringsentreprenørar høyrer då til *pull*, mens arbeidsløyse-entreprenørar opplever push. I undersøkinga til Spilling frå slutten av 1990-talet, er det hovudsakleg pull-faktorar som tel blant dei spurde, men push-faktoren om behov for inntekt er også godt representert. Arbeidsløyse, usikker arbeidssituasjon og misnøye med arbeid er derimot mykje sjeldnare motivasjon. (Spilling, 1998) GEM-undersøkinga, som den norske regjeringa viser til, vitnar om at motiva for å starte for seg sjølv er ganske like no på 2010-talet og viser at svært få i Noreg opprettar eige føretak for å overleve, altså fordi dei må. Det er i alle fall slik relativt sett, samanlikna med andre land. I Noreg er det

framleis moglegheiter og vekst på marknaden som er dei vanlegaste motiva for oppstart. (Nærings- og fiskeridepartementet, 2015)

Motivasjon for å starte eiga bedrift heng saman med kva slags klima det er for entreprenørskap eller gründerskap i regionen der ein ønskjer å etablere seg. Ein lokalsamfunnsentreprenør kan gjerne hjelpe med å dra i gang eit slikt klima, men er ofte avhengig av offentleg økonomisk støtte for å kome i gang sjølv. Kva slags haldningar dei lokale innbyggerane har til entreprenørskap har også noko å seie, men skal i alle fall i teorien vere mindre viktig no på 2010-talet enn på 1990-talet på grunn av god internettdækning også på bygdene i Noreg, slik at ein kan få og halde kontakt med entreprenørar frå andre regionar for å få moralsk støtte og inspirasjon. Likevel verkar enno teorien til Spilling, Bolkesjø og Brun frå 1998 framleis relevant, i alle fall i praksis, for fysisk kontakt med andre verkar framleis å ha ganske mykje å seie.

Entreprenørklima er prega av regionale særtrekk, og entreprenørielle (øko)system (som blir forklart i neste seksjon) har lettare for å vekse når det er mange entreprenørar der frå før. Kva slags næring som dei eksisterande bedriftene er i, bestemmer kva slags næring nyetableringar går inn i, i alle fall fram til marknaden for den aktuelle næringa er metta. (Spilling, 1998). Bolkesjø og Brun fann på slutten av 1990-talet ut at det krevst mykje arbeid i oppstartsfasen, som ofte varer lengre enn forventa. (Bolkesjø & Brun, 1998) Dei registrerte også mykje frustrasjon blant oppstartane over mangel på hjelp frå det offentlege. (Bolkesjø & Brun, 1998) Ein kan rekne med at grunnane til det er at ein ikkje hadde så stort engasjement for innovasjon og entreprenørskap i det offentlege i Noreg på den tida, i tillegg til at ein faktisk måtte oppsøke offentlege kontor for informasjon i staden for å leite etter den på Internett, som den gong framleis ikkje var allemannseige og ikkje var like lett å bruke som i dag.

Norske entreprenørar generelt er ofte berre enkeltpersonføretak, og vegrar seg for å tilsetje fleire fordi det blir oppfatta som eit moralsk ansvar og større økonomisk risiko. Det skal ikkje vere observert tilfelle der folk har angra på å starte for seg sjølv, trass i kor vanskeleg og frustrerande dei har opplevd det. Fridom til å bestemme eiga arbeidsmengde og stoltheit over det ein har oppnådd er forklaringar på det. (Bolkesjø & Brun, 1998)

## 2.3 Entreprenørielle økosystem

Vi har til no sett på det som kjenneteiknar entreprenøren. No skal det handle om omgivnadene til entreprenøren og aktørane som er å finne der.

Eit entreprenørielt økosystem er at ei mengde med uavhengige aktørar og faktorar blir koordinert i den same regionen for å setje i gang produktivt entreprenørskap. I sentrum står individuelle entreprenørar, ikkje selskap. Samspelet mellom ein entreprenør og dei andre aktørane i systemet er viktigare enn personlegdomen til fyrstnemnte ifølgje teorien til Stam og Spigel. Dei meiner også at ut av slike system kjem entreprenøraktivitetar, som til dømes oppstartsfirma. Slike aktivitetar er prosessar der individ legg til rette for innovasjon, som til slutt vil føre til ny verdi for samfunnet. Denne verdiskapinga er den endelege outputen frå økosystemet. (Stam & Spigel, 2016)

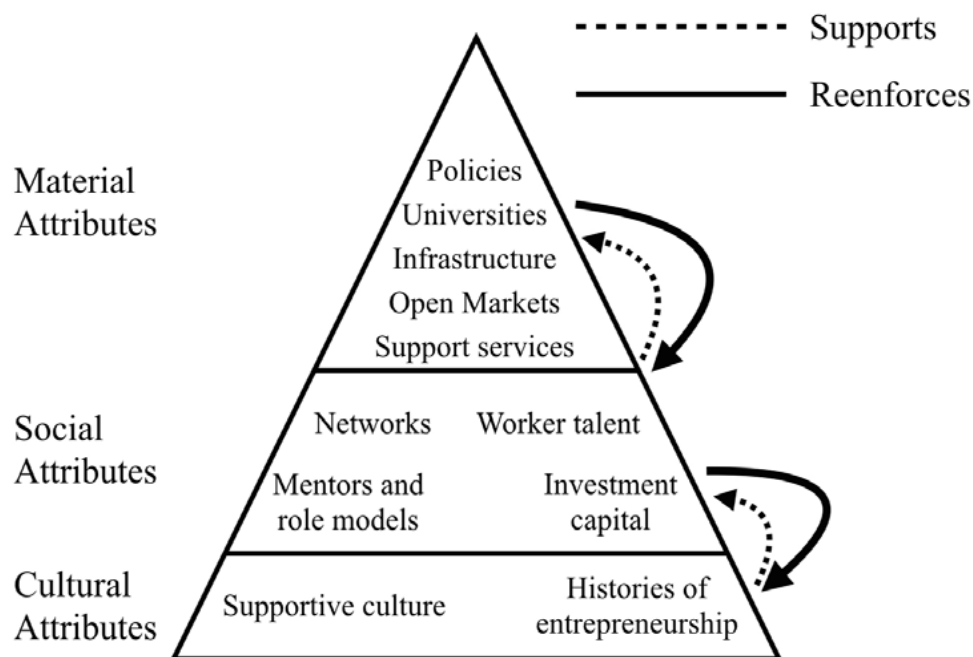
Stam og Spigel deler eit entreprenørielt økosystem inn i kulturelle, sosiale og materielle eigenskapar (Stam & Spigel, 2016) (Spigel, 2015):

**Kulturelle:** Kultur og historie for entreprenørskap i regionen, altså oppmoding frå andre og historiske førebilete som gir ein lyst til å starte med ny verksemd.

**Sosiale:** Arbeidskraft, investeringskapital, sosiale nettverk, mentorar og rollemodellar, altså immaterielle ressursar som hjelper i gang entreprenørskap.

**Materielle:** Politikk og styring, universitet, støttetjenester, fysisk infrastruktur og opne marknader.

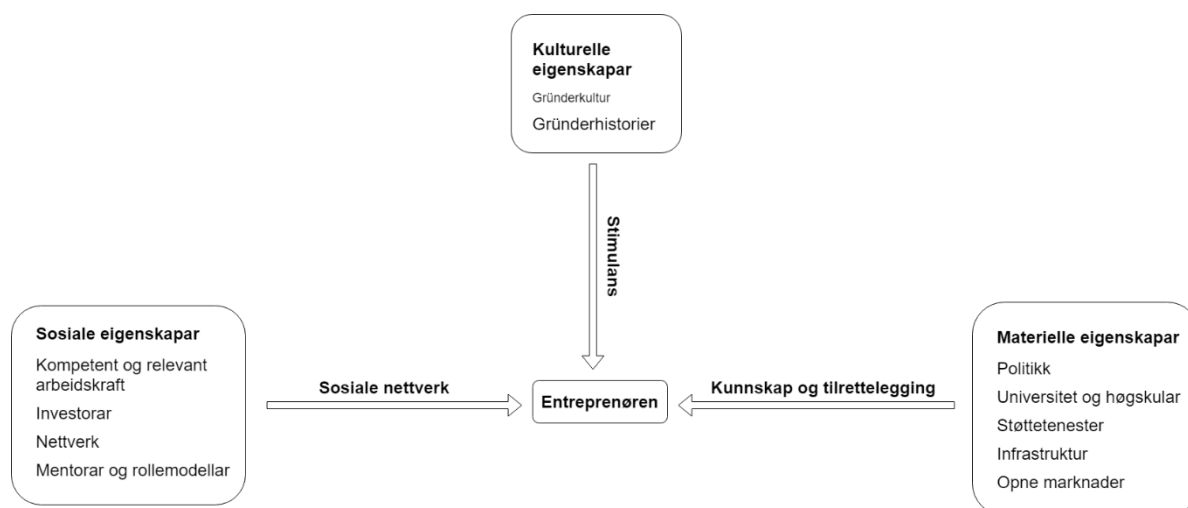
Eigenskapane støttar opp om kvarandre. Stam og Spigel (2016) gir eit døme ved at nettverksprogram frå styresmaktene (materielt) er avhengig av eksisterande kunnskap om å drive med nettverk i regionen (sosialt), som igjen er avhengig av at det er kultur eller klima for å drive med dette i regionen (kulturelt). (Stam & Spigel, 2016) Med støttetjenester meiner Spigel hjelpetjenester som rådgiving, rekneskapsføring og juridisk hjelp. Opne marknader er marknader som er tilgjengelege for entreprenørar for sal av produkta og tenestene sine. (Spigel, 2015)



Figur 1: Forholdet mellom eigenskapane (attributta) innanfor eit entreprenørielt økosystem (Stam & Spiegel, 2016)

Figur 1 viser at styrkinga av eigenskapar går vegen som er nemnt i dømet, men også i motsett retning. (Stam & Spiegel, 2016)

Ei fersk UiA-masteroppgåve har ein meir utfyllande illustrasjon av at Stam og Spiegel set entreprenøren i sentrum i det entreprenørielle økosystemet, som vist i Figur 2 (Skjeggstad, 2018):



Figur 2: Spiegels entreprenørielle økosystem, med entreprenøren i sentrum (Spiegel, 2015) (Skjeggstad, 2018)

Entreprenørielle økosystem fører til entreprenør-aktivitet med grunnlegging av oppstartsbedrifter (som veks og blir scale-ups eller vekstbedrifter) og innovasjon i desse. Utfallet av dette igjen er nye arbeidsplassar og inntekter for desse bedriftene. Ideelt sett mistar folk jobbar i utkonkurrerte etablerte firma og går over i nye jobbar i oppstartar, som fører med seg meir innovasjon. I praksis er det nok fleire stader der lokal kultur gjer at folk vegrar seg mot å vere med i start-upar, fordi det ofte tilbyr mindre sosial tryggleik i tillegg til at det kan vere knytt til låg status. (Spigel & Harrison, 2017) Teorien meiner at oppstartar kan ha positive bidrag til deltakarane i entreprenørielle økosystem fordi medarbeidarane har opparbeidd seg nyttig erfaring som dei kan ta med seg vidare. Ofte er det nemleg ikkje noko gale med oppfinninga i mislykka oppstartar, men med marknadsføringa og økonomistyringa i slike bedrifter. (Spigel & Harrison, 2017)

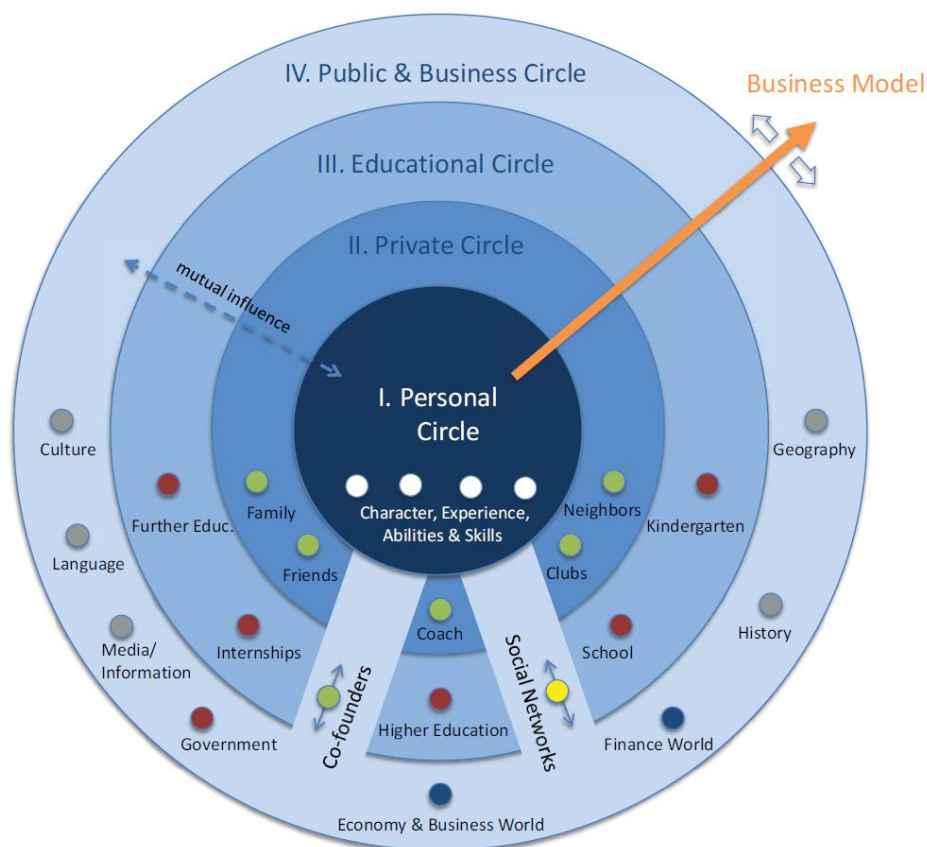
Schwarzkopf set entreprenøren endå tydelegare i sentrum ved å dele eit entreprenørielt økosystem inn i sirklar rundt entreprenøren, her rangert frå sentrum og utover (Schwarzkopf, 2016):

1. **Personleg sirkel:** Personlege trekk, erfaringar, evner og ferdigheiter hos entreprenøren
2. **Privat sirkel:** Familie, venner, mentorar, foreiningar, naboar
3. **Utdanningssirkel:** Skule, høgare utdanning, praksis, vidareutdanning
4. **Offentleg og nærings sirkel:** Geografi, historie, næringsliv, regjering, media, språk, kultur

Sjå grafisk framvising av sirklane i Figur 3.

I motsetnad til Stam og Spigel, meiner Schwarzkopf at personlegdomen er viktig for entreprenørar, for ikkje alle har god nok evne til å vere kreative og knyte kontaktar med andre. Dette kan til ein viss grad lærast, men enkelte eigenskapar er medfødde og ikkje så lette å endre på. Schwarzkopf meiner at alle kan lære seg å bygge nettverk, men at enkelte ikkje har føresetnadar for den kreative tenkinga som trengst for å vere innovatør eller entreprenør. Schwarzkopf er på linje med Schumpeter med å legge vekt på eigenskapane til entreprenøren. Det er entreprenøren som får ting til å skje i økosystemet, og det er derfor viktig å forstå kva som

får vedkomande til å setje i gang innovasjon, med sterk vekt på indre motivasjon og eigenskapar. Stam og Spigel er meir opptekne av kva samfunnet rundt kan bidra med for at entreprenøren skal lykkast. Schwarzkopf meiner at det også tel, men at det er lite verdt viss entreprenøren ikkje har dei personlege eigenskapane som krevst, som til dømes kreativitet og stå-på-vilje. I begge teoriene er det sosiale nettverket rundt entreprenøren med på å forme ønsket om å drive med entreprenørskap og forme sjølvne innovasjonen og entreprenørskapet. Begge teoriene meiner at tilknytning til andre aktørar i nettverket er viktig, men Stam og Spigel er altså ikkje så opptekne av korleis entreprenøren er som person som Schwarzkopf er. (Schwarzkopf, 2016) (Stam & Spigel, 2016)



**Figur 3: Entreprenørielt økosystem, slik det er presentert av Schwarzkopf (Schwarzkopf, 2016)**

Viss ein entreprenør ikkje får inspirasjon og motivasjon frå den private sirkelen til entreprenørskap i Figur 3, er det mogleg å få det frå utdanningssirkelen, også viss den private

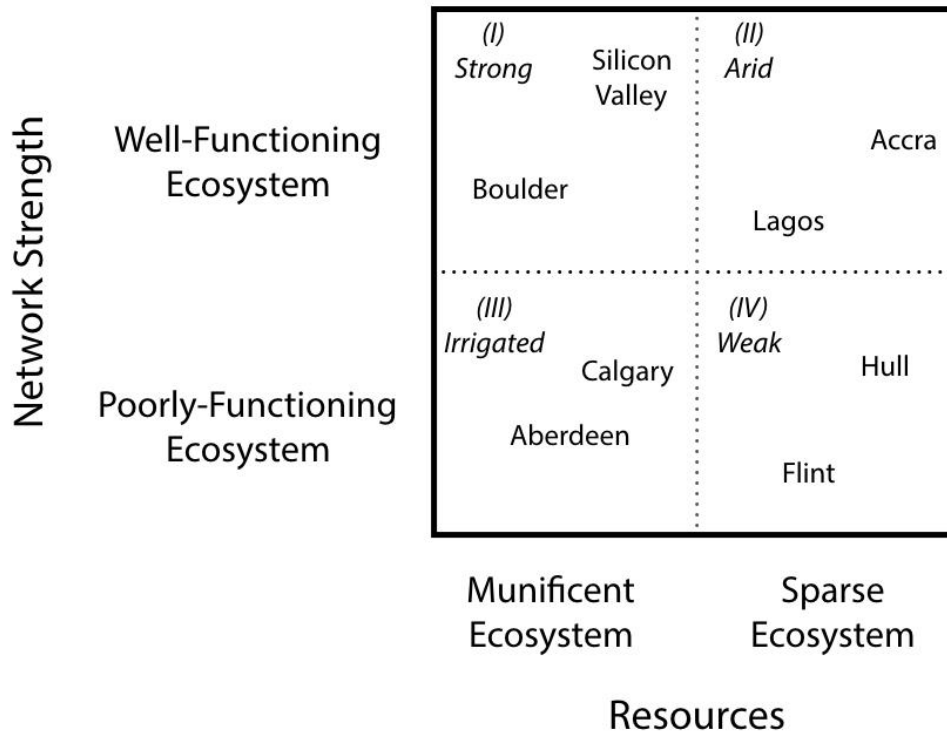


omgangskrinsen rådar ein vekk frå entreprenørskap. Schwarzkopf etterlyser betre undervisning om entreprenørskap og større bruk av tidlegare studentar med positive og negative erfaringar som entreprenørar til å gjesteforelese på høgskular og universitet. (Schwarzkopf, 2016)

Entreprenørskap er lettare viss det er kultur i det offentlege og næringslivet for å stifte nye bedrifter og for å samarbeide og gjere forretningar med slike bedrifter. Dette passar godt saman med teorien til Spilling, Bolkesjø og Brun. (Bolkesjø & Brun, 1998) Haldninga som media har til entreprenørskap, er også viktig. I Tyskland har til dømes media tradisjonelt sett ned på entreprenørar som folk som berre tenkjer på profitt og ikkje viser omsyn til rettane til sine tilsette. (Schwarzkopf, 2016) Eg kjenner ikkje til den medieholdinga i Noreg i same grad, men frykta for sosial utryggleik med å vere med i ein oppstart finst begge plassar.

Figur 4 viser moglege klassifiseringar av entreprenørielle økosystem ut frå nettverksstyrke (frå dårleg fungerande til velfungerande) og tilgang på ressursar (frå knappe (sparse) til rikholdige (munificent)). (Spigel & Harrison, 2017) Viss eit EØ er både dårleg fungerande og knapt på ressursar, altså svake (weak), er det vanskeleg å få i gang nyetableringar og entreprenørskap der. Dette er typisk for regionar som har vore avhengige av industri, som brått har blitt lagt ned på grunn av lågkonjunktur, slik som i Hull i England. (IV i Figur 4) Det er mykje lettare å få i gang entreprenørskap viss systemet til ein viss grad enten er velfungerande eller har godt med ressursar. Velfungerande system med knappe ressursar finn ein typisk i utviklande økonomiar, som i Lagos i Nigeria og Accra i Ghana. Desse blir omtala som aride. Der bruker ein dei få ressursane ein har på best mogleg måte for å utvikle entreprenørskap i regionen (II i Figur 4). I dårleg fungerande økosystem som har rikeleg med ressursar er det nettverket mellom aktørane som er svakt, slik at det hemmar entreprenøriell læring, deling og samarbeid. Desse blir omtala som irrigerte. Døme her er Calgary i Canada og Aberdeen i Skottland, der olje- og gassindustrien er prega av hard konkurranse og rivalitet, som gjer det vanskeleg for aktørane å lære av kvarandre. (III i Figur 4) Det ideelle eller sterke (strong) økosystemet er nærmast umogleg å få til i praksis, med både velfungerande nettverk og rik tilgang med ressursar, slik som i Santa Clara Valley i California, som er betre kjent som Silicon Valley. Då er ein avhengig av både god infrastruktur for utdanning og samferdsel og oftast sterk tilflytting av entreprenørar. (I i Figur 4)

(Spigel & Harrison, 2017) (Stagars, 2015)



Figur 4: Typar entreprenørielle økosystem (Spigel & Harrison, Towards a Process Theory of Entrepreneurial Ecosystems, 2017)

## 2.4 Samanlikning av entreprenørielle økosystem med klynger

Entreprenørielle økosystem (EØ) kan sett utanfrå minne litt om klynger, men forskjellane er eigentleg veldig store. I typisk klyngepolitikk har staten eller regionale styresmakter ei sentral rolle som organisator for støtteprogram, mens i EØ-teori er entreprenørane i sentrum, og staten er støttespelar som tilbyr dei nødvendige ressursane. (Spigel & Harrison, 2017) I klynger blir store og små firma, både nye og gamle, sett på som likeverdige når det gjeld tilgang til lokale ressursar. Flyt av kunnskap og tilsette mellom bedrifter er viktig. I EØ blir det sett på som vanskeleg for nye, små firma å få tilgang til ressursar som arbeidskraft og kunnskap. (Spigel & Harrison, 2017) I klynger er store hjørnesteinsbedrifter (anchor firms), offentlege etatar og universitet dei viktigaste aktørane fordi dei har mange ressursar og evne til å produsere og

utnytte teknisk kunnskap og marknadskunnskap. I EØ er entreprenørar nøkkelaktørane, for dei har evna til å finne utfordringane og kome over typiske problem. (Spigel & Harrison, 2017)

I klynger er flyt av kunnskap om teknikk og marknad mellom klyngemedlemmar og konkurranse mellom desse drivkreftene for systemet, og radikal innovasjon hjelper bedrifter inn i nye marknader. Universitet og forskingslaboratorium er oftast produsentar av kunnskap. I EØ er i tillegg også kunnskap om entreprenørskap viktig. Universitet som produsent av kunnskap er også sentralt her, men dei er viktigare i rolla som produsentar av entreprenørar og medarbeidarar for desse. (Spigel & Harrison, 2017) Klynger legg vekt på kunnskapsflyt innanfor ei næring for å redusere kostnader i forskning og utvikling i dei deltakande bedriftene, og kunnskapsflyt mellom næringar for å få i gang innovasjon. EØ legg mindre vekt på næring som heilskap og meir vekt på den underliggande teknologien. Entrepenørskapskunnskap flyt der uavhengig av strukturelle koplingar mellom bedriftene. Der oppmodar mangel på direkte konkurranse til samarbeid. (Spigel & Harrison, 2017)

## **2.5 Sosial kapital**

For å forklare korleis kommunikasjon og samhandling i eit nettverk av personar fungerer, til dømes i eit entreprenørielt økosystem, er sosial kapital eit godt hjelpemiddel. EØ-teorien handlar jo om ein entreprenør (eller fleire) som leitar etter kontaktar som kan vere til hjelp for fremjing og utvikling av idéen sin.

Sosial kapital blir definert som summen av faktiske og potensielle ressursar i sosiale nettverk, som fører til at mål blir nådd. Med meir kvardagslege ord kan vi laust definere sosial kapital som godviljen folk har til kvarandre, altså sympati, tillit eller vilje til å tilgi. Dette er viktig i entreprenørielle økosystem. Sosial kapital er knytt til relasjonane folk har med kvarandre i eit nettverk og korleis dei påverkar kvarandre. Sosial kapital er eit mål for fordelar ein får ut av nettverksbygging, slik som informasjon, makt og solidaritet. (Adler & Kwon, 2002)

Sosial kapital kan delast inn i tre dimensjonar (Theodoraki, Messhem, & Rice, 2017):

**Strukturell dimensjon** viser til korleis relasjonane mellom aktørane faktisk er. Indikatorar er nettverkstettleik, -form og -hierarki. Med andre ord måtar og høve til å utveksle og kombinere kunnskap.

**Relasjonell dimensjon** viser til kvaliteten på sosiale relasjonar, spesielt tillit, men også normer, plikter og identifisering. Med andre ord motivasjon til å utveksle og kombinere kunnskap.

**Kognitiv dimensjon** viser til felles framstilling, tolking og forståing av kunnskap og kommunikasjon. Felles språk og kode og spesielt felles visjon og mål er viktig for samhandlingsprosessar. Med andre ord er det viktig med god evne til å utveksle og kombinere kunnskap.

Kombinasjon av desse tre dimensjonane fører til skaping av ny kunnskap (intellektuell kapital), som igjen forsterkar dei tre dimensjonane av sosial kapital. Strukturell dimensjon aukar tilgang til ressursar, mens den kognitive forsterkar relasjonen mellom deltakarar i økosystemet. Den relasjonelle dimensjonen forsterkar tillit mellom kvarandre og gjensidig utfylling av kvarandre (med leveransar og samarbeid) i systemet. (Theodoraki, Messhem, & Rice, 2017)

Kulturelle eigenskapar frå Spigels entreprenørielle økosystem kan koplant til alle dimensjonane ved sosial kapital viss ein tenkjer på den historiske utviklinga, mens entreprenørkultur/-klima heng mest saman med den kognitive dimensjonen. Sosiale eigenskapar heng mest saman med den relasjonelle dimensjonen fordi sosiale interaksjonar avgjer kor sterke koplingane i eit nettverk er og blir. Den kognitive dimensjonen med felles språk og forståing kan tolkast som resultat av det. Felles forståing verkar også veldig kulturelt. Materielle eigenskapar heng mest saman med den strukturelle dimensjonen, altså korleis relasjonane mellom ulike aktørar er og kor god tilgangen til ressursar er for dei.

## **2.6 Universitet som økosystem for oppstartsbedrifter**

Entreprenørielle økosystem og til dels sosial kapital blir brukt i denne oppgåva for å analysere vilkår for entreprenørskap i ein region eller eit lokalsamfunn. At studentar og forskarar opprettar eigne selskap ut frå universitet, er ikkje noko nytt. Det har berre blitt meir vanleg i det siste, mest innan datavitenskap og teknologi. Universitet burde i utgangspunktet vere gode økosystem for å få

studentar og forskarar til å satse på kommersialisering av idéar frå forskning og studium, eller personlege idéar som er laust kopla til erfaringane frå universitetet. (Stagars, 2015) I praksis er universiteta opptekne av utdanning og forskning; kommersialisering av forskning og andre idéar har dei oftast ikkje så mykje erfaring med. Stagars (2015) meiner at inkubatorar og akseleratorar har lenge fylt dette gapet for entreprenørar frå universiteta, så då har det vore naturleg for universitet å forsøke å opprette eigne inkubatorar for sine studentar og vitskapleg tilsette. Universitet har ofte god tilknytning til næringslivet og utvikla mange idéar som er verde å kommersialisere, så alt ligg til rette for utnytting av eksisterande nettverk og skaping av synergi-effektar ved oppretting av oppstartar. (Stagars, 2015)

## **2.7 Forsking på studentbedrifter**

Bayhan og Findik (2017) stadfestar inntrykket mitt om at det er lite forskning på studentbedrifter, og at det er meir forskning om forskarbedrifter som kommersialiserer resultat frå forskingsarbeid på universitet. Det blir stadig fleire utdannings- og øvingsprogram for entreprenøraktivitetar på ulike høgare utdanningsinstitusjonar for å vekke interessa for å satse på å skape eiga bedrift, men i Europa er ein enno på mange måtar framleis i startgropa. Bayhan og Findik (2017) meiner at universitet lett kan legge godt til rette for å gi studentar tilgang til utstyr, infrastruktur, laboratorium og ferske vitskaplege artikkelar, som kan kome godt med til nyskappingsarbeidet. Universiteta kan også hjelpe til med interaksjon med forskarar og å skaffe tilgang til akselerasjons- og inkubatorprogram. (Beyhan & Findik, 2017)

Bayhan og Findik har funne ut at talet på europeiske studentar som ønskjer å starte for seg sjølve ikkje akkurat er overveldande, men likevel betydeleg stort. Bayhan og Findik konkluderer med at ein treng å fokusere på uformelle faktorar som rollemodellar, haldningar og delte normer og verdiar for å arbeide for styrking av studententreprenørskap, i tillegg til formelle faktorar, som er utdanning/kurs og inkubatorar. Det dreier seg om eit økosystem der aktørane utfyller kvarandre, så satsing på entreprenørskap bør planleggast som ein heilskap. (Beyhan & Findik, 2017)

Morris, Shirokova og Tsukanova (2017) undersøkte sammenhengen mellom erfaringa som studentar har med entreprenørskap frå før og nytten dei har av formelle kurs i entreprenørskap, faglege arrangement utanom pensum og økonomisk støtte frå fond på universitetet. Dei brukte talmateriale frå GUESSS-undersøkinga (Global University Spirit Students' Survey). Uerfarne studentar hadde som forventa positiv nytte av både utdanningskurs og uformelle, faglege arrangement. Noko uventa hadde uerfarne studentar negativ nytte av økonomisk støtte. Ein går ut frå at ved å få slik støtte, blei dei på ein måte fornøgde med det dei hadde oppnådd, og let vere å utføre planlegging som kunne ha vore til nytte for å få verksemda i gang, til dømes skriving av forretningsplan. Motsett verknad var det for studentar med erfaring frå entreprenørskap. Dei visste godt frå før korleis det fungerer i praksis og lærte derfor ikkje noko nytt av kurs innanfor og utanfor læreplanen. Dei hadde god nytte av økonomisk støtte fordi dei visste godt frå erfaring korleis denne støtta kunne bli brukt på mest effektiv måte. (Morris, Shirokova, & Tsukanova, 2017)

## **2.8 Inkubatorar og rettleiingstenester**

For å legge til rette for entreprenørskap blant studentar på høgare utdanningsinstitusjonar, har studentinkubator eller rettleiingsteneste for studententreprenørskap blitt viktig som verkemiddel.

Den mest vanlege tydinga av ordet inkubator er rugemaskin (Språkrådet, 2018), men i entreprenørskapssamanheng er det gode forretningsidéar som blir ruga ut, ikkje egg. Store norske leksikon (SNL) definerer ein inkubator som «en organisasjon som skal gi støtte til virksomheter som forsøker å etablere ny kommersiell aktivitet, gjerne med utgangspunkt i innovasjon.» Vidare nemner den artikkelen kontorfasilitetar, administrative tenester og hjelp til organisasjonsutvikling og gjennomføring av entreprenørielle satsingar som døme på ressursar som kan brukast til dette. Sidan dette er døme, betyr det at det held om ein av desse ressurstypene er til stades for at ein organisasjon skal kunne definerast som inkubator. (Ørstavik, 2018) Magasinet Entrepreneur Europe stadfestar dette med følgjande definisjon: «An organization designed to accelerate the growth and success of entrepreneurial companies through an array of business support resources and services that could include physical space, capital, coaching, common services, and networking connections.» (Entrepreneur Europe, 2018) Det

speler altså inga rolle kva ressursar som er til stades, så lenge organisasjonen arbeider for å hjelpe nye bedrifter med å vekse og lykkast.

Stagars meiner at inkubatorar tilbyr oppstartsbedrifter infrastruktur mens dei framleis er i oppstartsfasen eller for ein fastsett, avgrensa periode. Tilbodet inkluderer oftast gratis kontorlokale, rådgiving og andre støttetjenester for desse bedriftene. Det kan vere hjelp til grunnleggande forretningsføring, bokføring og finansiell styring i tillegg til nettverksarrangement. Det kan også inkludere tilgang til banklån, lånefond og garantiprogram. Dei hjelper iblant med å skaffe strategiske partnerar, som til dømes mentorar, angel-investorar eller venture-kapital. (Stagars, 2015)

Oftast må ein oppfylle nokre vilkår som til dømes gjennomførleg forretningsidé og -plan (Stagars, 2015) på ein ordinær inkubator, men på studentinkubatorar hjelper ein gjerne deltakarar med å gjere ein ufullstendig plan betre. Terskelen for å bli med der er veldig låg og skal også vere det. Inkubatorar kan gjerne ha inntak av nye bedrifter på bestemte tidspunkt, men på studentinkubatorar i Noreg verkar det vanlegvis å vere drop-in gjennom heile studieåret, oftast ein gong i veka, kanskje med unntak i eksamensveke på slutten av semestera.

Leiarane som eg har vore i kontakt med hos UiA Nyskaping og Spark\* NTNU meiner at ein inkubator er fysiske kontorlokale som blir lånt til inkubatormedlemmane for utvikling av idéane sine. UiA Nyskaping meiner då at dei fysiske lokala i Kristiansand og Grimstad er ein inkubator kvar for seg, mens Spark\* NTNU meiner at dei er ingen inkubator fordi dei ikkje tilbyr lokale til bedriftene som dei rettleiar. UiA Nyskaping kallar organisasjonen sin UiA si innovasjonssatsing, mens Spark\* NTNU meiner at dei er rettleiingsteneste for studententreprenørar. (UiA Nyskaping, 2018) (Om Spark\* NTNU, 2018) UiA-leiinga verkar derimot ut til å vere samde med Store norske leksikon, sidan dei skreiv følgjande i eit innspel til stortingsmelding om kvalitet i høgare utdanning 29. juni 2016, over eitt år før opningane av arbeidslokala i august 2017: «UiA vil trekke fram den inkubatorvirksomhet som UiA Nyskaping medvirker til.» (Reichert & Sundberg, 2016)

Eg tek alt dette med som døme allereie i teorien for å vise at det ikkje er fullstendig semje mellom og blant teoretikarar og praktikarar om kva ein inkubator er. Eg vel derfor å bruke SNL sin definisjon som samleomgrep når alle undersøkte rettleiingstenestene for studententreprenørar

blir omtala på same tid og samanlikna med kvarandre, men rettleiingsteneste når ein inkubator utan lokale for studententreprenørar blir omtala separat.

## 2.9 Forskingsspørsmål

Entreprenørskap er eit gammalt fenomen, men relativt nytt som forskingsfelt og lite utbreidd i norsk og europeisk næringskultur samanlikna med den amerikanske. Av teoretiske rammeverk er det entreprenørielle økosystem som verkar å passe best for skildring av miljøet på inkubatorane eller rettleiingstenestene på norske universitet og høgskular, der studentbedrifter får arbeidslokale, rettleiing og/eller andre støttetjenester for etablering og utvikling av verksemda si. Det er også nyttig å bruke entreprenørielle-økosystem-modellar for å skildre samspelet mellom studentbedrifter og aktørane i næringslivet, både med den til Stam og Spigel og med den til Schwarzkopf. Det er lite forskning på studentbedrifter, men det har vore noko av det i Europa. I Noreg har det berre vore noko forskning på studentbedrifter, men ingen studiar som handlar direkte om studentbedrifter.

Denne oppgåva handlar om norske studentbedrifter og tek utgangspunkt i teorien til Schumpeter om innovasjon og entreprenørskap og dei to ulike teoriene til Stam og Spigel og Schwarzkopf om entreprenørielle økosystem og dreg også inn litt sosial kapital. Det er utført veldig lite forskning av studentbedrifter, og det som er av slik forskning, handlar ofte om bedrifter som er basert på kommersialisering av forskning. I prinsippet skal universitet vere ideelt for tilrettelegging av entreprenørskap blant forskarar og studentar. Derfor tek eg opp i denne oppgåva korleis dette i praksis fungerer for norsk studententreprenørskap i dag. For å finne ut av det, stiller eg følgjande forskingsspørsmål:

1. Kva kjenneteiknar etablering av studentbedrifter (samanlikna med andre oppstartsbedrifter)?
2. Kva er spesielle kjenneteikn ved entreprenørielle økosystem som er knytte til studentinkubatorar?
3. I kor stor grad bidreg studentinkubatorar til etablering av studentbedrifter, indirekte til oppbygging av entreprenørielt økosystem?



### **3 Metode**

Eg blei inspirert til å skrive denne oppgåva mens eg var på utveksling ved Tekniske Universitetet i München (TUM) i 2016/17, der eg tok nokre fag innanfor innovasjon og entreprenørskap. Der var det ei utlysing etter studentar som ønskte å skrive masteroppgåve om bayerske universitets-spin-off-bedrifter, både forskar- og studentbedrifter. Eg starta så vidt arbeidet med akkurat den oppgåva i München. Ulike praktiske grunnar gjorde at eg gjekk over til å skrive masteroppgåve for UiA, men då med temaet norske universitets-spin-off-bedrifter. Etter kvart, sidan det var lettare å skaffe seg informasjon om studentbedrifter enn forskarbedrifter, snevra eg inn omfanget til norske studentbedrifter. Det var rett og slett lettare å få bedriftsrettleggstenester for studentar enn teknologioverføringskontor (TTO) til å vidaresende spørjeskjema til deltakarane sine hos NTNU, og det var fyrst også oppfatninga mi på UiO. På UiA Nyskaping kunne lett ha sendt ut til begge gruppene, sidan dei rettleiar både studentar og forskarar om entreprenørskap der. For å kunne samanlikne fleire universitet med kvarandre, valde eg å halde meg til studentbedrifter i undersøkinga mi.

#### **3.1 Spørjeundersøking**

For å gjennomføre undersøkinga sendte eg ut spørjeskjema til UiA Nyskaping, Loftet Studentinkubator (hos Høgskolen Kristiania i Oslo), Spark\* NTNU, Insj UiO og Level-up UiS. På alle plassar utanom UiS måtte dei sende vidare spørjeundersøkinga på e-post eller intranett til deltakarane sine, for dei hadde ikkje lov til å gi ut informasjon om kven som var medlem der. Data blei dermed anonyme, og eg trong ikkje tenkje bevisst på anonymisering, slik eg hadde måtta gjere det med intervju. Loftet og UiA Nyskaping var veldig hjelpsame frå starten og fekk sendt ut spørjeskjemalinkar og -invitasjonar tidleg i juni, og eg fekk då alle 5 svara eg har frå Loftet og alle utanom eitt frå UiA Nyskaping, altså 8 svar. Leiaren på studentinkubatoren til UiA, Maiken Græsli, hjelpte til og med meg med utforming av spørsmål før eg sendte ut skjemaet. Spark\* NTNU sendte ut kort tid etter, men derifrå fekk eg berre 3 svar i fyrste omgang. LevelUp UiS sendte meg kontaktinformasjon til 3 prosjekt, men eg fekk ingen svar frå dei då eg kontakta dei. Insj UiO verka også positive til å hjelpe, men dei fekk ikkje sendt ut spørjeskjemaet til medlemmane sine.

På hausten forsøkte eg å supplere med fleire svar. UiA Nyskaping gav meg lov til å legge ut link til skjemaet i Facebook-gruppa deira, som eg hadde tilgang på fordi eg var deltakar i oppstartsprosjekt der sjølv. Derifrå fekk eg berre eit ekstra svar. Spark\* NTNU nølte fyrst med å sende ut skjema på nytt fordi dei skulle sende ut spørjeskjema til medlemmane sine akkurat då. Dei kunne heller ikkje utlevere data frå denne interne undersøkinga, som verka å handle om mykje av det same som undersøkinga mi, på grunn av same teieplikta som hindrar dei å gi ut kontaktliste om kven som er medlem. Etter ein månad fekk eg Spark\* til å sende ut spørjeskjemaet på nytt, men eg fekk då berre to ekstra svar. Etter fleire forsøk på ny kontakt fekk eg til slutt vite frå Insj UiO at dei ikkje kunne sende ut spørjeskjema fordi dei hadde mykje anna informasjon å sende ut til medlemmane sine. Dei argumenterte med at spørjeundersøkinga ville forsvinne i mengda med informasjon. Eg mista kontakten med Loftet då leiaren der blei byta ut på sommaren. Den avtroppande leiaren gav meg kontaktinformasjon til den nye, men eg fekk aldri svar då eg kontakta etterfølgjaren. Eg gjorde eit nytt forsøk på LevelUp UiS, som var veldig lystne på å hjelpe meg, men dei hadde tydelegvis endra praksis med utlevering av informasjon, så dei sendte skjemaet vidare til medlemmane sine. Eg fekk berre eitt svar derifrå. Eg vurderte å ta det med i summen av resultat, men fann ut at det var best å ikkje ta det med, sidan eg uansett ikkje kunne bruke det til å presentere LevelUp UiS separat.

For ordens skuld bør eg nemne at eg gjennom tida, der eg har arbeidd med denne masteroppgåva, har delteke i to ulike dataspelprosjekt som er knytte til UiA Nyskaping. Det eine har mange deltakarar, og i det andre er eg heilt aleine. Eg har ikkje svara sjølv på spørjeundersøkinga i oppgåva, men har oppmoda leiaren i det store prosjektet om å svare. Eg forsøker å sjå UiA Nyskaping utanfrå, og det at svara er anonyme, hjelper mykje for det.

Det var naturlegvis lettast å kome i kontakt med UiA Nyskaping, naturleg nok sidan eg er student der. Det hadde sikkert vore like lett om eg ikkje hadde vore med i oppstartsprosjekt sjølv, sidan eg uansett kunne ha besøkt dei i drop-in-tida. UiA Nyskaping er dessutan aleine om å vise fram telefonnummer til alle dei tilsette leiarane sine på nettstaden sin. Det har kanskje samband med at UiA Nyskaping er den einaste norske inkubatoren som bruker same nettsidesystem som universitetet sitt. Viss dei andre hadde gjort det same, ville det kanskje ha vore mykje lettare å kontakte dei. På Spark\* NTNU nemnar dei berre e-post til medarbeidarane sine. Hos dei andre inkubatorane får ein berre direkte kontakt med kontaktskjema på heimesida

eller gjennom prat på Facebook-sida. Svartidene for inkubatorane utanom UiA Nyskaping har dessverre vore veldig varierende for min del, og oftast svært lange. Sannsynlegvis prioriterer dei å svare sine eigne medlemmar.

Eg valde å bruke elektronisk spørjeskjema for å kunne samanlikne mellom studentinkubatorar i ulike delar av landet. Dette hadde ikkje vore praktisk mogleg å få til med mange intervju. Eg ville dessutan forsøke å unngå at suksesshistorier kasta skugge over prosjekta som sleit. Eg sendte ut link til skjemaet gjennom inkubatorane saman med kort informasjon som forklara formålet med undersøkinga. Kvar gong ein deltakar trykte på ein slik link, blei det oppretta ein ny respondent for spørjeskjemaet automatisk.

Spørjeskjemaet har enkle og tydelege spørsmål med svaralternativ eller utfylling av tal. Desse spørsmåla er av kvantitativ karakter fordi det ofte er vanskeleg å få folk til å svare utfyllande og kvalitativt i slike undersøkingar. Eg estimerte total svartid på 5–8 minutt etter å ha testa det ut sjølv, men nemnte i informasjonen til skjemaet at det kunne gå fortare viss ein var godt kjent med bedrifta si. Det er totalt 42 spørsmål, men nokre av dei blir ikkje stilte, avhengig av svara på enkelte spørsmål. Viss ein til dømes svarar at det ikkje er registrert bedrift enno, så får ein ikkje spørsmål om kva slags selskapsform den har. Sjå vedlegg A for fullstendig oversikt over alle spørsmåla og svaralternativa i spørjeskjemaet.

Undersøkinga er delt inn i følgjande seksjonar:

### **1. Bedrifta/prosjektet**

Spørsmål om kva slags prosjekt det er, kor mange som deltek og om det er oppretta bedrift.

### **2. Produkt, teneste og marknad**

Spørsmål som er relaterte til forretningsidéen, altså om kva slags type produkt/teneste det er, kor marknaden er og om når lanseringa skjer.

### **3. Støtte**

Spørsmål om kva slags støtte prosjektet får frå rettleiingstenesta/inkubatoren og utanfrå, og om kva slags støtte det er aktuelt å søke om i nær framtid.

#### **4. Organisering og samansetjing**

Generelle spørsmål om kva slags folk som er med i prosjekta og kva slags entreprenørfaring dei har.

#### **5. Motivasjon**

Spørsmål om kva som har fått prosjektdeltakarar til å bli med, både motivasjon til sjølve prosjektet og motivasjon til entreprenørskap generelt.

#### **6. Miljø og samarbeid**

Spørsmål om deltaking i arrangement på inkubatoren eller i rettleiingstenesta, og om samarbeid med andre bedrifter og overlapp av deltakarar i ulike prosjekt.

Seksjon 1, 4 og 5 og delvis 2 gir svar på forskingsspørsmål 1. Delar av seksjon 2, 3 og 6 gir svar på forskingsspørsmål 2. Delar av seksjon 3 og 6 gir svar på forskingsspørsmål 3, men her trong eg påfyll med informasjon frå nettstadene og sosiale-medium-sidene til inkubatorane i tillegg til nettavisartiklar med relatert informasjon.

Totalt har eg fått 9 svar frå UiA, 5 svar frå Loftet og 5 svar frå NTNU. Det er eit stykke frå dei 45 registrerte prosjekta på UiA (20 % har altså svara), og samsvarande 25 prosjekt hos Loftet (20 %) og 66 hos NTNU (7,5 %), men så er det vanskeleg å vite kor mange av alle desse oppstartsprosjekta som faktisk er aktive, for UiA Nyskaping har fortalt meg at dei ikkje driv med kontroll av kor aktive prosjekta er. Dei observerer berre at aktivitetsnivået varierer. Prosjekta får status som inaktive viss leiaren/kontaktpersonen melder ifrå om at prosjektet har blitt avslutta eller viss vedkomande avsluttar utdanninga si på UiA. Viss vi går ut frå at det er nokre prosjekt som ikkje er heilt aktive, så er svarmengdene frå UiA og Loftet ganske brukbare. Frå NTNU er det då likevel ei noko svak, men likevel grei svarmengde. Grunnen til at mengda med svar er så låg, er at undersøkinga er anonym og måtte bli sendt ut gjennom rettleiingstenestene sjølve. Eg har ikkje hatt sjansen til å sende oppfølging direkte til dei som ikkje har svara, utan at dei som allereie har svara også har fått den påminninga.

Ein kan dessverre ikkje fortelje noko generelt om korleis alle norske studentbedrifter er ut frå den låge svarprosenten, men ein kan belyse viktige aspekt ved forskingsspørsmåla og få eit

brukbart inntrykk av kva dei ulike studentprosjekta på dei ulike studiestadene driv på med, sjølv om det kanskje kan vere litt unøyaktig totalt sett.

I figurane og tabellane i denne oppgåva vil ein ofte sjå absolutte tal på bedrifter på dei ulike inkubatorane i undersøkinga ved sidan av kvarandre. Ved merksam på at desse tala ikkje kan brukast til direkte samanlikning av dei ulike inkubatorane med kvarandre. Der er det berre svaralternativa innanfor kvar inkubator som kan samanliknast direkte. I oppgåveteksten kjem eg likevel til å gjere forsøk på samanlikningar mellom inkubatorar der eg tek omsyn til kor mange respondentar det er totalt ved kvar inkubator og svarprosent hos kvar av dei.

Det kom også inn nokre ufullstendige svar på undersøkinga, der det sannsynlegvis har vore eit brot på linja, og så har respondentane ikkje forsøkt å svare igjen seinare. Det var svara på for få spørsmål der til at desse kunne brukast. I tillegg var spørsmål om inkubatoren som ein høyrde til på, lagt til slutt i skjemaet, så det svaret mangla. Heldigvis var det ganske få ufullstendige svar som kom inn.

Eg valde å lage spørjeskjema på bokmål for å unngå misforståingar med enkelte faguttrykk som kanskje kunne ha oppstått med nynorsk. Det at eg tilfeldigvis har møtt ein engelskspråkleg entreprenør på UiA Nyskaping og det at LevelUp UiS berre har informasjon på engelsk på nett, får meg til å tenkje på om eg kan ha mista nokre svar med å berre ha skjemaet på norsk. Men sidan mesteparten av den offentlege informasjonen til rettleiingstenestene utanom på UiS er på norsk, reknar eg med at dette tapet er lite.

På slutten av spørjeskjemaet var det invitasjon til å ta kontakt med meg på e-post eller telefon for djupneintervju. Ingen har teke kontakt med meg om dette, så det gjer meg meir avhengig av svara frå undersøkinga. Djupneintervju ville ha hjelpt godt for å forklare enkelte aspekt ved undersøkinga, ved at eg kunne ha spurd studententreprenørar direkte og interaktivt.

Rettleiingstenestene fekk nokre spørsmål om generelle fakta om seg, som var vanskelege eller umoglege for meg å finne ut om på nett. Formålet med dette var delvis for å få kjennskap til historia deira og noverande situasjon, og delvis for å kunne samanlikne tilbodet kvar inkubator hadde til deltakarane og korleis og i kor stor grad deltakarane brukte det. Eg fekk godt med svar frå UiA og nokre svar frå NTNU. UiS sendte meg svar på dette to veker før innleveringsfristen,

som eg har valt å ikkje ta med, sidan eg uansett berre fekk eitt svar frå bedriftene der. Elles har eg vore avhengig av å finne informasjon på Internett.

## **3.2 Reliabilitet og validitet**

For å vurdere kor gode resultatene i undersøkinga i denne oppgåva er, må vi sjå om innsamla data er pålitelege/reliable og gyldige/relevante/valide. Reliabilitet betyr kor godt ein kan stole på informasjonen, og validitet betyr kor gyldig eller relevant informasjonen er. (Jacobsen, 2015)

For å oppnå høg reliabilitet hadde det beste vore å intervju studententreprenørar med lydopptakar. Ingen frå den anonyme spørjeundersøkinga meldte seg frivillig til slike intervju, så derfor har eg vore nøydd til å bruke data frå den kvantitative spørjeundersøkinga. Der har ein klare svaralternativ, og data kan lettast samanstillast for alle prosjekt på ein inkubator eller alle i undersøkinga. Viss ein respondent ikkje kunne finne dekkande svaralternativ, kunne vedkomande oftast gi eit kort svar med fritekst. I undersøkinga har eg då fått veldig tydelege og klare svar, men det kan hende at det er nokre spesielle forhold hos enkelte respondentar som går tapt når dei har blitt tvunga til å svare bestemte alternativ og/eller har hatt meir å forklare enn det ein får plass til i små tekstfelt. Det er heller ikkje høve til å stille oppfølgingsspørsmål der det kunne ha vore behov for det. Informasjonen på enkelte område er derfor noko knapp, sjølv om den er riktig. Eg har tidlegare i dette metodekapittelet skildra så godt eg kan korleis innsamlinga av data gjekk føre seg, slik at det er lett for andre å sjekke om framgangsmåten fører til pålitelege data.

Sidan spørjeundersøkinga har få respondentar, samanlikna med kor mange studentbedrifter som finst på kvar av inkubatorane, kan vi ikkje vere sikre på om resultatene er gyldige for alle norske studentbedrifter som er med i desse, men dei er gyldige for bedriftene som er undersøkte.

Informasjonen har altså indre validitet for dei bedriftene som er med i undersøkinga, men knapt med ytre validitet for andre norske studentbedrifter. Svare frå respondentane har indre validitet så lenge respondentane har svarta sant og forstått spørsmåla riktig, og samtidig fangar opp det som undersøkinga er meint å dekke. (Ringdal, 2001) Eg kjem innom nokre få sannsynlege misforståingar mellom spørjeskjema og respondent i drøftinga, som har kome fram fordi eg har sjekka med inkubatorleiarar og informasjon om inkubatorane på nett.

Når det gjeld omgrepsvaliditet, som er at ein målar det som ein faktisk skal måle, kan det vere at spørsmåla ikkje gir svar på alle aspekt ved forskingsspørsmåla, men mange av dei. (Ringdal, 2001) Eg ser i ettertid at det kunne ha vore nokre få spørsmål til, men så er problemet at det er vanskeleg å få folk til å svare viss det er for mange spørsmål. Det beste hadde derfor uansett vore munnleg intervju med sentrale representantar frå studentbedriftene. Det kunne ha vore ei løysing med intervju med representantar frå inkubatorleingane for å få kartlagt korleis kvar av inkubatorane bidreg i eit entreprenørielt økosystem (forskingsspørsmål 3).

For å fylle på med informasjon der svara frå undersøkinga har manglar, brukte eg open informasjon frå Internett, som eg delvis fekk stadfesta gjennom e-postar med inkubatorleiarar. Eg har informert tydeleg i drøftinga når den informasjonen er usikker. Deltakar- og interessentlister for faglege og sosiale arrangement på Facebook er sannsynlegvis nokså lite pålitelege, men er likevel den nærmaste indikatoren eg kan finne for engasjementet for slike tilstellingar, for deltakartala der er sannsynlegvis ikkje altfor langt frå dei verkelege deltakartala. Dei er derimot valide, for dei forsøker nettopp å måle sannsynleg oppmøte, som inkubatorane bruker til planlegginga av desse tilstellingane.

Summert opp er innsamla data reliable og valide for spørsmåla som dei svarar på, men ein må vere forsiktig med tolking av samanhengar mellom ulike data, spesielt om kva dei kan seie om norske studentbedrifter og studentinkubatorar meir generelt, og ein må tenkje gjennom om samhengane gir meining og om dei gir svar på forskingsspørsmåla.

## 4 Resultat og drøfting

I dette kapitlet skal eg fyrst presentere dei ulike studentinkubatorane som deltok i spørjeundersøkinga. Deretter drøftar eg dei tre ulike forskingsspørsmåla generelt, og der eg kan det skal eg også drøfte forhold knytte til desse spørsmåla ved kvar enkelt inkubator.

### 4.1 Inkubatorane i undersøkinga

I undersøkinga har eg fått svar frå oppstartsprosjekt i studentinkubatorane UiA Nyskaping i Kristiansand og Grimstad, Loftet Studentinkubator i Oslo og Spark\* NTNU i Trondheim. Eg presenterer kort kvar av dei.

#### UiA Nyskaping

UiA Nyskaping held til på Universitetet i Agder og har lokale på kvar av dei to universitetscampusane, som er i Kristiansand og Grimstad. Lokala opna i august 2017, men ein hadde starta med rådgiving allereie våren same året.<sup>2</sup> Det originale formålet ser ut til å ha vore hovudsakleg kommersialisering av forskning. (Reichert & Heinz, 2016)

Studentinkubatoren tilbyr studentbedriftene mentorar, som er studentar sjølve eller er frå næringslivet. Studentmentorane blir lønna som studentassistentar. Dei administrativt tilsette er oftast ikkje studentar. Tenesta er gratis tilgjengeleg for alle studentar som er semesterregistrerte på UiA. UiA Nyskaping ser ut til å vere einaste studentinkubator som også har rolla som kommersialiseringskontor TTO for forskarar, og tilbyr altså gratis rådgiving både til studentar og forskarar. Lokala til UiA Nyskaping skal vere ope døgnet rundt til bruk for deltakarar på begge campusane. Det er lågterskel-drop-in for å prate om nye idéar ein dag kvar veke på begge campusane.

---

<sup>2</sup> Bjørn-Tore Flåten frå UiA Nyskaping har nemnt for meg at det også var betydeleg aktivitet også i forkant av dette igjen gjennom Senter for Entreprenørskap, med fleire GründerLABar.



I slutten av oktober 2018 var 45 studentprosjekt registrerte som aktive på UiA Nyskaping totalt. Til samanlikning var det 18 prosjekt med UiA-tilsette. (UiA Nyskaping, 2018) Det er sannsynlegvis noko over 100 deltakande personar i alle studentprosjekta totalt. Sistnemnte er basert på tal eg fekk frå UiA Nyskaping i mai, og eg kan dessverre ikkje få heilt oppdatert tal på det. Det er estimert at det sidan starten har vore over 70 prosjekt totalt, med i alt vel 150 deltakarar sidan starten på rådgivinga, som også er estimat frå mai. UiA Nyskaping stadfestar at det finst samarbeid mellom ulike prosjekt, med produkt/tenester som utfyller kvarandre, men på grunn av teieplikt i avtalane med prosjekta, har dei ikkje lov til å fortelje meir om det.

UiA Nyskaping samarbeider med Innoventus Sør, CoWorx, Innovasjon Norge, Forskingsrådet, EVA og næringsforeiningane, kommunane og fylkeskommunane i områda der UiA har campus. (Universitetet i Agder, 2018) <sup>3</sup>

## **Spark\* NTNU**

Spark\* NTNU er gratis rettleiingsteneste for studentbedrifter hos Noregs teknisk-naturvitskaplege universitet (NTNU) og held til i Trondheim. Dei kallar seg ikkje studentinkubator, fordi dei meiner at arbeidslokale høyrer obligatorisk med i den definisjonen, i motsetnad til definisjonen til Store norske leksikon (Ørstavik, 2018). Spark\* NTNU blei etablert som eit samarbeidsprosjekt mellom TrønderEnergi og NTNU hausten 2013 og starta for fullt i januar 2014. Det skal vere rundt 30 deltidstilsette der i dag, som alle er studentar, både til administrasjon og til rettleiing. Det er også tilgang på mentorar frå næringslivet, og det er tilbod om faglege arrangement for deltakarane. (Om Spark\* NTNU, 2018) Rettleiingstenesta ser ut til å ha berre tilsette i Trondheim og dermed også berre kapasitet til å gi råd til trondheimsstudentar akkurat no, men har planar om å utvide til dei andre campusane på Gjøvik og i Ålesund. (Om Spark\* NTNU, 2018)

---

<sup>3</sup> Den delen av informasjonen i denne seksjonen som ikkje er frå nettstaden til UiA Nyskaping, har eg frå e-post og samtalar med Maiken Græsli, leiar for studentinkubatoren til UiA Nyskaping, og Bjørn-Tore Flåten, leiar for heile organisasjonen UiA Nyskaping.

Spark\* har kontor i innovasjonskollektivet FRAM, som er eit kontorfellesskap og ein paraplyorganisasjon for innovasjonsmiljøet på NTNU. Det består elles av Start NTNU, som er ein frivillig studentorganisasjon som fremjar innovasjon og entreprenørskap; Solan Linjeforening, som er linjeforeninga til entreprenørskapsstudentane på NTNU; og Revolve NTNU, som er eit Formula Student-team, som eksperimenterer med teknikk for racerbilar. (FRAM NTNU, 2018)

Hovudstøttespelar (sponsor) er TrønderEnergi. Dei støttar inkubatoren økonomisk, slik at den kan betale løn til mentorane og også støtte oppstartane økonomisk. (Om Spark\* NTNU, 2018) Det skal ha blitt gitt støtte til rundt 500 studentprosjekt sidan starten. 900–1000 studentar er estimert å ha deltatt totalt. 66 prosjekt skal vere aktive akkurat no.

Våren 2018 opna det ein studentinkubatorbygning i Trondheim, Gründerbrakka, som berre tek seg av å gi studentbedrifter lokale å arbeide i, sidan Spark\* tek seg av rådgivinga. Bedriftene kan bruke lokala opptil eitt år etter at medlemmane har fullført utdanninga si, som er eit verkemiddel for å hindre oppstartane frå å flytte frå Trondheim. Gründerbrakka har til felles at dei er kopla til Engage, som er NTNU sitt senter for entreprenørskap. (Svendsen, 2018) <sup>4</sup>

### **Loftet Studentinkubator**

Loftet er studentinkubatoren til Høgskolen Kristiania (HK), som er ein privat høgskule med campusar i Oslo og Bergen. Studentar frå Westerdals Oslo School of Arts, Communication and Technology (Westerdals ACT), som sidan mars 2017 har vore del av Høgskolen Kristiania, er også med på denne inkubatoren. (Westerdals, 2018) Eg kjem til å vise til HK for samnemning for denne samanslåtte høgskulen framover. Inkubatoren held til i Oslo. Det er litt vanskeleg å finne ut når den blei aktiv, men det eldste profilbiletet på Facebook-sida er frå 18. september 2016, så sannsynlegvis blei Loftet stifta kort tid etter studiestarten hausten 2016. (Loftet Studentinkubator, 2016) (I tillegg har ingen noverande prosjekt, som eg har fått svar frå, vore

---

<sup>4</sup> Den delen av informasjonen i denne seksjonen som ikkje er frå nettstaden til Spark\* NTNU eller andre nemnte referansar, har eg frå e-post med leiaren for Spark\* NTNU.

med frå tidlegare enn hausten 2016.) Loftet omtalar seg sjølv som Noregs fyrste studentinkubator, som stemmer godt med den definisjonen der arbeidslokale må vere med, som praktiskarane på NTNU og UiA bruker, men ikkje med den teoretiske definisjonen til Store norske leksikon (Ørstavik, 2018).

I juni såg eg at det var 119 deltakande studentar i vel 48 start-up-bedrifter frå alle institutt på campusane til Kristiania og Westerdals i Oslo. Det er uklart om det var totalt sidan starten eller det som var dei aktuelle tala for aktivitet der og då. I september står det 58 medlemmar fordelt på 25 bedrifter, som ser ut til å vere dei som er aktive akkurat no. (Loftet Studentinkubator, 2018)

Inkubatoren tilbyr medlemmane sine mentorar, nettverk og kompetanse til å etablere og skalere egne bedrifter/prosjekt. Formålet er å skape kultur som er prega av nyskaping og samarbeid. Rekneskapsprogramutviklar Visma og advokatfirmaet Wiersholm er eksterne samarbeidspartnarar. Loftet har opningstid alle dagar frå 8 til 23. (Loftet Studentinkubator, 2018)

## **4.2 Kva kjenneteiknar etablering av studentbedrifter?**

Korleis ei studentbedrift blir etablert er avhengig av kor lang tid det går frå innmelding i inkubator til offentleg registrering, kva for studentar som er med, kor studententreprenøren finn inspirasjon til idéar, kva slags kunnskap og erfaring studentane i prosjekta har om entreprenørskap og kva slags folk som blir med i oppstartsprosjektet.

### **4.2.1 Innmelding i inkubator og offentleg registrering**

Studentoppstartsprosjekt melder seg inn i ei rettleiingsteneste knytt til ein høgare utdanningsinstitusjon for å få rådgiving om korleis ein skal gå fram for å utvikle forretningsidéen sin og kome i kontakt med relevante aktørar for nettverket sitt. Viss denne tenesta også har inkubatorlokale, er det naturleg for oppstartsprosjekta og etter kvart -bedriftene å utnytte desse for å utvikle idéen sin vidare og kanskje også gjere dei fyrste sala sine.

Naturleg nok skjer registrering av føretak normalt etter innmelding i ei slik rettleiingsteneste, slik ein ser i Tabell 2. Det er berre funne to døme på at registrering i Brønnøysundregistra har hendt

før innmelding i rettleiingsteneste. Rundt halvparten av dei undersøkte bedriftene har valt å registrere bedrifta i løpet av eitt år (altså 10 av 19), men det er også ein god del som vel å vente (6 har etter nesten eitt år ikkje gjort det då undersøkinga blei gjennomført). Det kan tyde på at det er ei midtdeling mellom dei som har ein klar plan i starten, og dei som treng ekstra drahjelp frå rådgivinga. Tendensen til å vente med å registrere bedrift er målt som sterkast på UiA Nyskaping (4 av 9 har ikkje registrert seg etter rundt eitt år), men det er for få svar til å eigentleg konkludere med noko.

Aksjeselskap er norma blant dei som har registrert seg, med berre eit unntak med enkeltpersonføretak på Loftet. AS er nok naturleg for dei fleste bedrifter med verksemd av eit visst omfang for å skilje ansvaret til selskapet frå personlege ansvaret til kvar av deltakarane.

**Tabell 2: Innmelding i inkubator og offentlig registrering av dei ulike bedriftene i undersøkinga, i tillegg til tid i semester mellom desse. Negative tal betyr at registrering av bedrift skjedde før innmelding i inkubator.**

<i>Stad</i>	<i>Innmelding</i>	<i>Registrering</i>	<i>Tal på semester frå innmelding til registrering</i>
Loftet Student- inkubator	2018 Vår	2017 Haust	-1
Loftet Student- inkubator	2017 Haust	2017 Haust	0
Loftet Student- inkubator	2017 Haust		Ikkje registrert enno
Loftet Student- inkubator	2016 Haust	2016 Haust	0
Loftet Student- inkubator	2017 Haust	2018 Vår	1

UiA Nyskaping	2017 Haust	2018 Vår	1
UiA Nyskaping	2017 Vår	2017 Haust	1
UiA Nyskaping	2018 Vår		Ikkje registrert enno
UiA Nyskaping	2017 Vår	2014 Vår	-6
UiA Nyskaping	2018 Vår		Ikkje registrert enno
UiA Nyskaping	2017 Haust	2018 Vår	1
UiA Nyskaping	2017 Haust		Ikkje registrert enno
UiA Nyskaping	2018 Vår		Ikkje registrert enno
Spark* NTNU	2016 Vår	2016 Haust	1
Spark* NTNU	2014 Haust	2016 Vår	5
Spark* NTNU	2017 Haust	2018 Vår	1
UiA Nyskaping	2017 Haust	2018 Vår	1
Spark* NTNU	2016 Haust	2016 Haust	0
Spark* NTNU	2018 Vår		Ikkje registrert enno

Det er verdt å sjå på samanhengen mellom tidspunkt for innmelding i inkubatoren og når produktet eller tenesta til kvart oppstartsprosjekt er lansert eller planlagt lansert. Tabell 3 viser bedriftene som nemner at dei allereie har lansert produktet eller tenesta si. Det viser seg å også vere bedriftene som har vore lengst medlemmar av kvar sin inkubator. Det er faktisk eit døme på ei bedrift som lanserte produktet sitt eitt år før innmelding på Loftet. Vedkomande har sikkert ønskt rettleiing for vidareutvikling eller kanskje berre gratis arbeidslokale. Ei anna bedrift på Loftet lanserte i same semesteret som innmeldinga, mens NTNU-bedriftene i Tabell 3 brukte eitt eller to år. NTNU-bedriftene i undersøkinga, som har lansert, har brukt lengre tid enn tilsvarende på Loftet. Gjennomsnittleg tid frå innmelding i inkubator til produktlansering er 1,6 semester eller rundt trekvart år, som er påverka noko av bedrifta som lanserte før innmelding. Det er uansett for få slike bedrifter med i undersøkinga til å trekkje generelle konklusjonar.

**Tabell 3: Innmelding i inkubator og lansering av produkt/teneste, i tillegg til tal på semester mellom desse. Negativt tal betyr at lansering skjedde før innmelding.**

<i>Stad</i>	<i>Innmelding</i>	<i>Lansering</i>	<i>Tal på semester frå innmelding til lansering</i>
Spark* NTNU	2014 Haust	2015 Haust	2
Loftet Studentinkubator	2016 Haust	2015 Haust	-2
Spark* NTNU	2016 Vår	2018 Vår	4
Spark* NTNU	2016 Haust	2018 Haust	4
Loftet Studentinkubator	2017 Haust	2017 Haust	0

Tabell 4 viser stor variasjon i planlagt tid for lansering frå tida for innmelding. Enkelte planlagde lanseringar skal ha funne stad no i haust, som er kort tid etter innsending av svara på undersøkinga i juni 2018. Å prøve å finne ut om enkelte av desse har funne stad, ville vere å bryte anonymiteten til undersøkinga, men eg har uansett ikkje lagt merke til produktlanseringar frå bedrifter på studentinkubatorane i undersøkinga, som har skjedd i haust, så sannsynlegvis har dei 5, som ønskte å lansere i haust, vore for optimistiske, som kanskje kan tyde på at vi kan vente desse lanseringane i nær framtid. 7 har som mål å lansere i 2019–2021 ein gong, som verkar å

vere meir realistisk estimat. Gjennomsnittleg forventa lansering for bedriftene i Tabell 4 er 4 studiemester eller 2 år. Eg har rekna med lansering i haustsemesteret i det nemnte kalenderåret, der respondent har vore usikker om semesteret. Det er for få respondentar til at det er interessant å samanlikne forventa lanseringstid på dei ulike inkubatorane.

**Tabell 4: Innmelding i inkubator og forventa lansering av produkt/teneste, i tillegg til tal på semester mellom desse.. Der forventa semester er ukjent, er haustsemesteret lagt til grunn.**

<i>Stad</i>	<i>Innmelding</i>	<i>Forventa lansering</i>	<i>Tal på semester frå innmelding til forventa lansering</i>
Loftet Studentinkubator	2017 Haust	2018 Vår	1
Loftet Studentinkubator	2017 Haust	2020 Haust	6
Spark* NTNU	2017 Haust	2018 Haust	2
UiA Nyskaping	2017 Haust	2019	4
UiA Nyskaping	2017 Vår	2018 Haust	3
UiA Nyskaping	2017 Vår	2021	9
UiA Nyskaping	2017 Haust	2018 Haust	2
UiA Nyskaping	2017 Haust	2021 Haust	8
UiA Nyskaping	2017 Haust	2018 Haust	2
Loftet Studentinkubator	2018 Vår	2018 Haust	1
Spark* NTNU	2018 Vår	2019 Haust	3
UiA Nyskaping	2018 Vår	2020	5
UiA Nyskaping	2018 Vår	Ukjent	Ukjent
UiA Nyskaping	2018 Vår	2021	7

#### **4.2.2 Opphav til idé**

Det er ofte ein eller fleire personar som kjem på idéen til oppstartsbedrifta på eiga hand, heilt uavhengig av studium. Slik er det i heile 15 av 19 tilfelle (7 av 9 på UiA, 4 av 5 på Loftet og NTNU). Berre i nokre få tilfelle kjem idéen frå studie- eller forskingsarbeid. På UiA og på NTNU er det 3 tilfelle der idéen er resultat av studiearbeid, i alle fall delvis. Datateknologi,

ingeniørfag og administrasjon og leiarskap har merkbart innslag av inspirasjon frå studiearbeid, men for det meste har studentane der kome med idéen heilt sjølv. Berre på UiA er det registrert to studentoppstartar basert på forskning, som begge har med seg studentar frå ingeniørfag, den eine av dei er helsesentrert og den andre er reint teknisk.

Mykje av litteraturen om universitets-spin-off-bedrifter handlar om bedrifter som baserer seg på ei oppfinning eller ein idé som er resultat av forskning, og oftast er det forskarar som står for det. Dei fleste norske studentbedrifter i denne undersøkinga ser derimot ut til å lene seg meir mot profesjon enn academia. Dei fleste ønskjer altså det å bygge opp si heilt eiga bedrift som er bygd på eigen idé. I akademiske spin-offs eller forskarbedrifter får universitetet ein betydeleg del av aksjane. I USA er det 5–10 %, mens i Noreg tek dei opptil 66 %, som kan gjere det meir attraktivt å kommersialisere heilt eigne idéar her til lands. (Græsli, 2017) (Bakken, 2016)

Det at dei fleste bedriftene nemner at dei baserer oppstartsprosjektet sitt på eigen idé eller idéen til ein annan person i prosjektet, tydar på at dei ønskjer å starte for seg sjølve med ein idé som dei trur på. Absolutt alle svara i undersøkinga nemner ein eller annan definert marknad for produktet eller tenesta som bedrifta skal tilby. Det er dermed god grunn til å tru at i alle fall initiativtakarane for prosjekta kan karakteriserast som sjølvrealiseringsentreprenørar. Det er kanskje litt meir usikkert med entreprenørtypen for dei som får idéen frå forskning eller studiearbeid. Dei har nok tru på idéen, men dei har ikkje nødvendigvis funne idéen med sin eigen kreativitet. Den kan ha kome opp heilt tilfeldig gjennom systematisk studie. Idéen er då meir skapt av miljøet der entreprenøren arbeider (til dømes eit universitet) enn entreprenøren sjølv.

Tankegangen bak studententreprenørskap i Noreg ser hovudsakleg ut til å vere om å bygge opp eller styrke næringslivet i regionane der dei aktuelle universiteta held til, gjerne med nyskapande idéar. Sysselsetjing og samfunnsutvikling verkar å vere hovudmotivasjonen til staten og næringsregionane, mens tankegangen om at samfunnet skal få nytte av oppfinningane frå forskinga på universiteta er mindre viktig, og meir motivasjon frå universitetet si side.

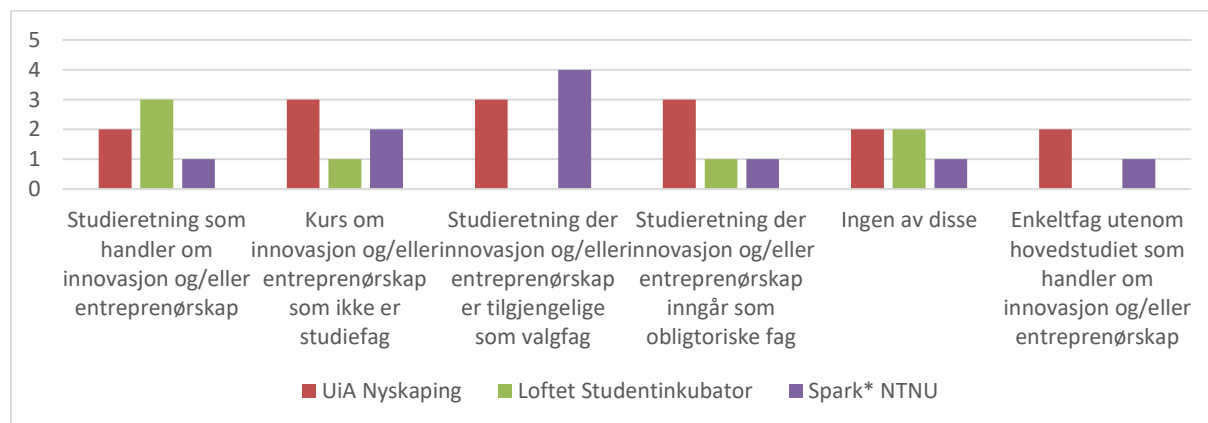
Kommersialisering av oppfinningar verkar det oftast som at forskarbedrifter tek seg av, og staten påverkar absolutt der med støtte frå FORNY2020-programmet til Forskingsrådet. (Nærings- og fiskeridepartementet, 2015) Verksemda til studentbedriftene er altså eigentleg ganske uavhengig av det som elles skjer på universitetet. Kunnskapen derifrå som kjem mest i bruk i



studentbedrifter, verkar å vere den om innovasjon og entreprenørskap, som blir formidla gjennom rådgivarane og mentorane i rettleiingstenestene.

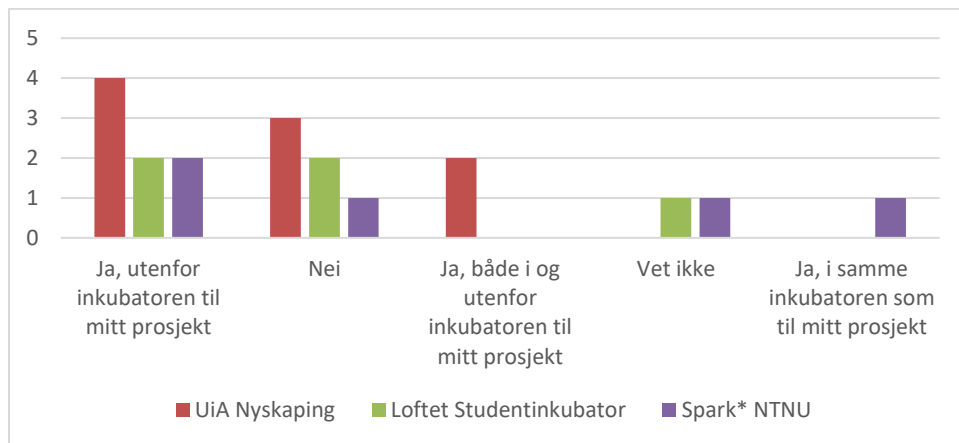
### 4.2.3 Entreprenørkunnskap og -erfaring

Det er oftast med minst éin person i kvart prosjekt i undersøkinga som har ei eller anna form for formell kompetanse i innovasjon og/eller entreprenørskap frå høgskule eller universitet. 6 av 19 har delteke i studieretning om det, 6 har hatt kurs utanfor universitet/høgskule om det, 7 har hatt det som valfag, 5 har tatt det som obligatoriske fag i studium som ikkje handlar hovudsakleg om entreprenørskap eller innovasjon. 3 har tatt slike fag utanom hovudstudiet. På Loftet skil studium om entreprenørskap og innovasjon seg ut frå andre svar (3 av 5), mens alternativ om valfag skil seg ut frå resten på NTNU (4 av 5). Sjå oversikt over entreprenørskapskompetansen til studentbedriftene i undersøkinga i Figur 5. Det verkar altså som at teoretisk utdanning om entreprenørskap er kjekt å ha for å starte med studentbedrift, men ikkje noko ein må ha.



Figur 5: Kompetanse om entreprenørskap blant studentbedriftene

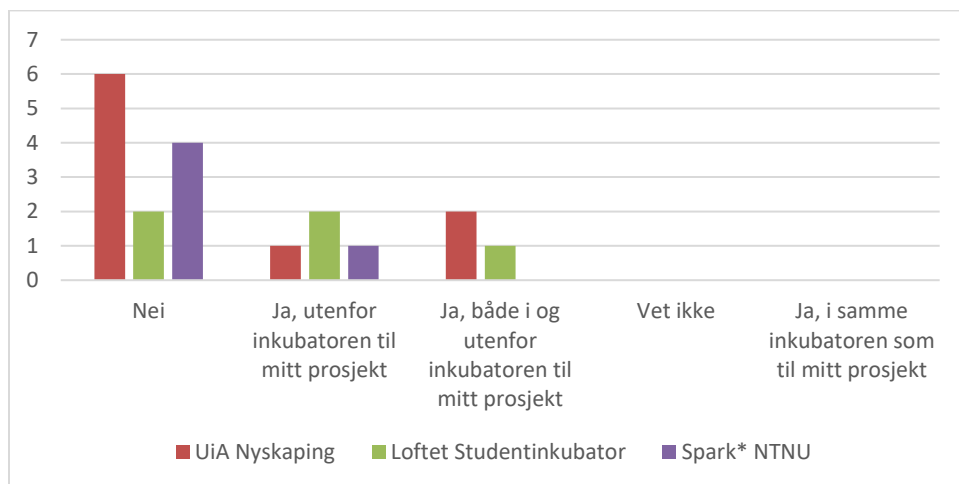
Det ser ikkje ut til at det å ha vore med i ei elevbedrift i grunnskulen eller vidaregåande skule har hatt så mykje å seie om ein engasjerte seg i ei av studentbedrift i undersøkinga, men det kan ha påverka litt. I 8 av 19 bedrifter er det ingen som har delteke i elevbedrift. I 2 tilfelle deltok alle i elevbedrift, og det er 5 døme der minst ein deltok, men ikkje alle.



**Figur 6: Tal på oppstartar som har minst ein medlem som har vore med i ein annan oppstart.**

Som Figur 6 viser, er det omtrent delt på midten mellom prosjekta i undersøkinga som har med seg minst ein person med tidlegare erfaring frå ein annan oppstart utanfor den aktuelle studentinkubatoren, og dei prosjekta som ikkje har med seg nokon person med slik erfaring.

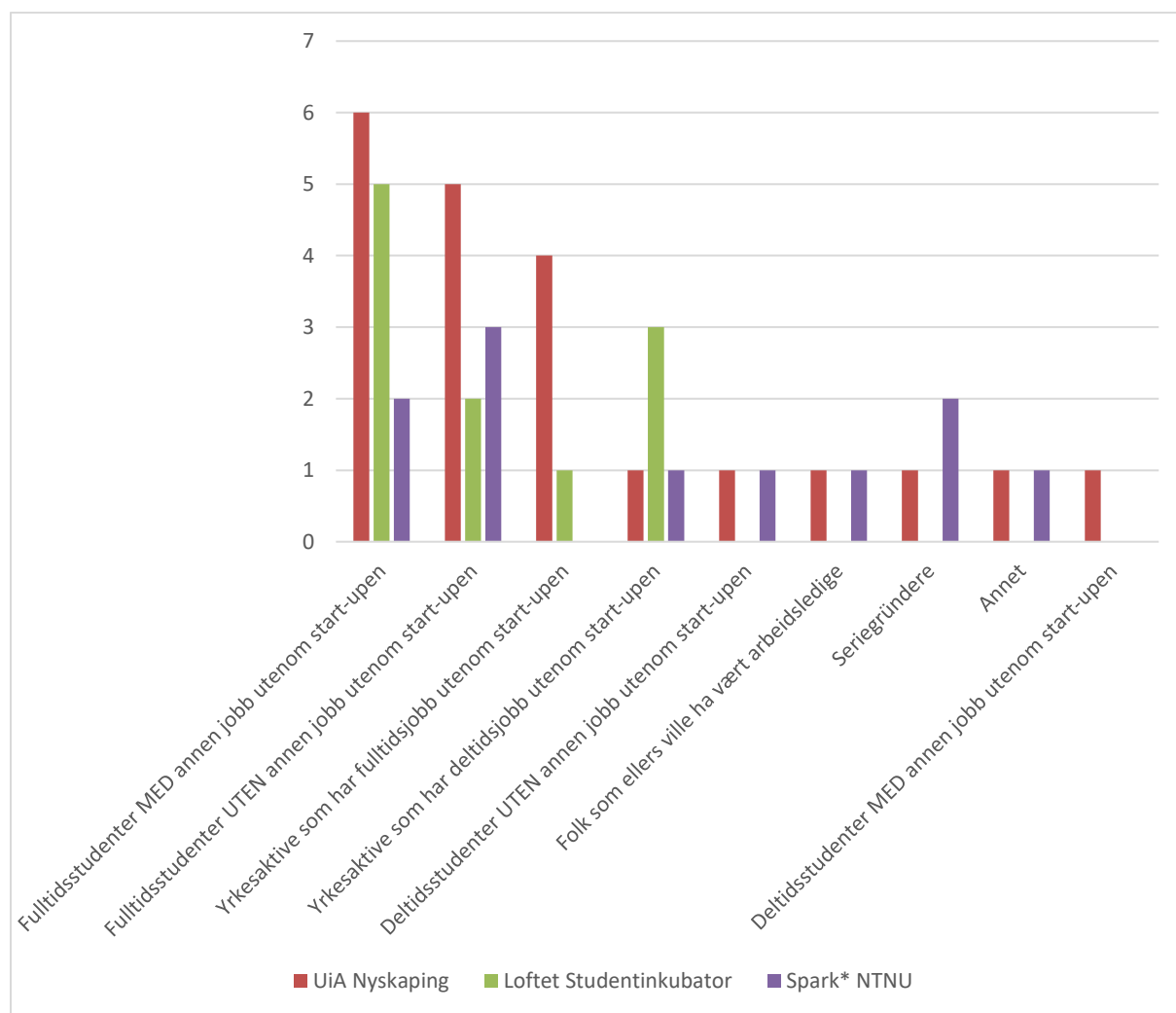
Figur 7 viser at det er mindre vanleg blant dei spurde prosjekta å ha med seg ein person som er med i ein annan oppstart akkurat no. Dette kan tyde på at tidlegare praktisk erfaring med entreprenørskap kjem godt med, men ikkje er nødvendig for å starte utvikling av eiga bedrift på ein studentinkubator. Vi skal seinare sjå på kva inkubatorane bidreg med av påfyll av kunnskap hos studententreprenørane gjennom rådgiving og faglege arrangement.



**Figur 7: Tal på oppstartar som har minst ein medlem som er med i ein annan oppstart akkurat no.**

#### 4.2.4 Entreprenørtype og gruppesamansetjing

Entreprenørtypen som verkar lite aktuell for dei undersøkte studentbedriftene, er arbeidssøkarentreprenøren. I heile 13 av 19 bedrifter er det fulltidsstudentar som har betalt jobb utanom (sannsynlegvis på deltid), slik ein ser i Figur 8. Viss motivasjonen hadde vore inntekter, ville nok studentane heller ha brukt meir tid på deltidsjobb enn å vere med på eit oppstartsprosjekt, der ein ofte har lite eller ingen lønsinntekter i starten.



Figur 8: Førekomstar av ulike typar deltakarar i studentprosjekta

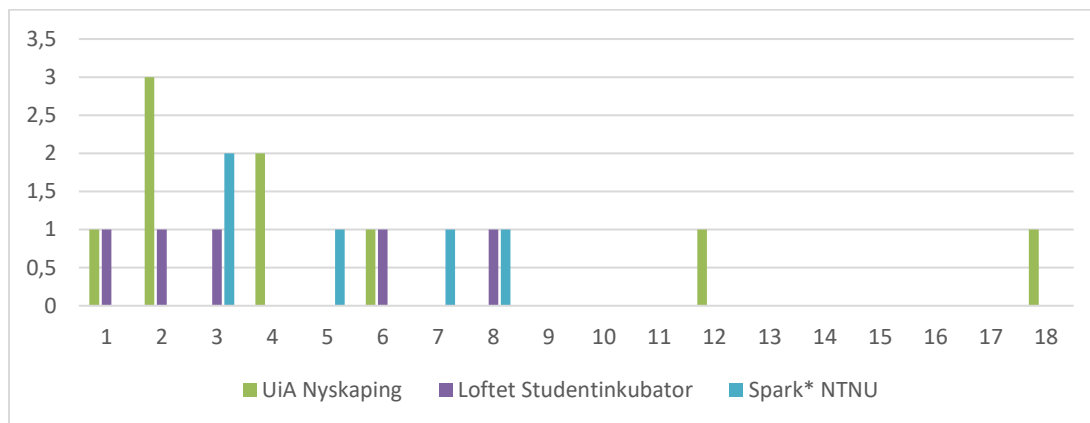
I 10 av 19 bedrifter er det med fulltidsstudentar som ikkje har betalt jobb. Desse har i alle fall betre tid til oppstartsprosjekt enn studentane med deltidsjobb. Ifølgje Stagars er pengar som hovudmotivasjon lite gunstig for samarbeid i ein oppstart. (Stagars, 2015) For at samarbeid i ein oppstart skal fungere, er sjølvrealisering meir sannsynleg, kanskje også bygging av lokalsamfunnet til universitetet. Det er også synleg utslag av yrkesaktive deltakarar, altså ikkje-studentar, som er i fulltidsjobb (5 av 19) eller deltidsjobb (5 av 19) utanom oppstartsprosjektet, men som altså ikkje er studentar lenger. Desse har inntekt, så sjølvrealisering verkar å vere sannsynleg motivasjon. Det er svært lite deltidsstudentar som er med i desse prosjekta, som kanskje kan forklarast med at dei har lite kontakt med fulltidsstudentane. Fordeling av alle desse deltakartypane på dei ulike inkubatorane ser ein i Figur 8.

Tal på deltakarar i eit prosjekt er alt frå 1 til 18, men oftast ikkje meir enn 6. UiA Nyskaping har eit par veldig store prosjektgrupper på 12 og 18 personar. Til samanlikning er den største undersøkte gruppa på Loftet og på Spark\* NTNU på 8 personar. På NTNU er det ikkje observert grupper med færre enn 3 personar, men det finst heilt ned til 1 på dei to andre stadane. Det er heilt tydeleg mest vanleg med grupper på to eller tre personar, som det finst høvesvis fire og fem stykk av totalt. Figur 9 viser fordelinga hos dei ulike rettleiingstenestene. Dette tyder på at dei fleste startar smått med eit samarbeid med ein eller to nære venner. Om dei har tenkt å utvide med fleire, kan ein ikkje vite sikkert frå innsamla data.

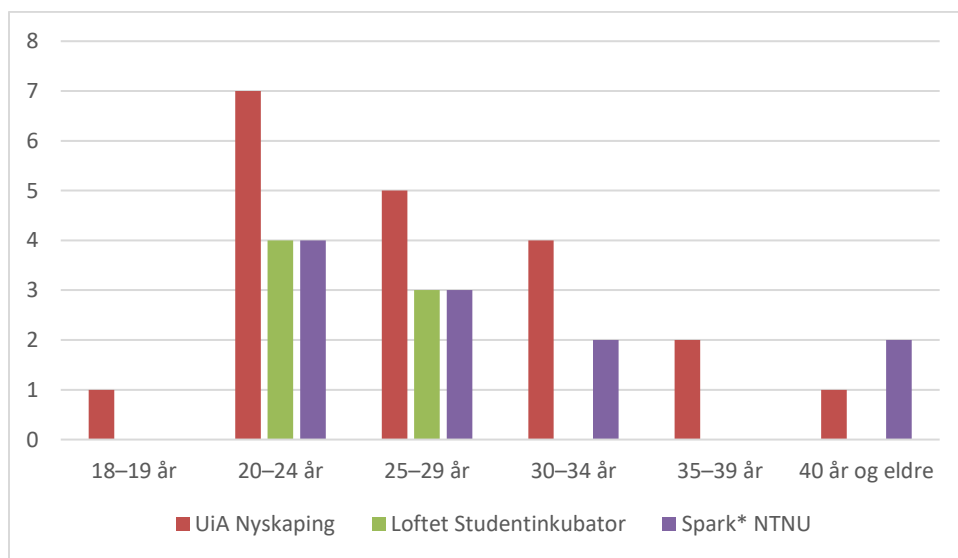
Slik situasjonen er i dag, verkar det som at føresetnadane for å utvide oppstartar med fleire medlemmar, er størst på NTNU, med arrangementet Join a Startup Night (JASUN) ein gong i semesteret sidan våren 2016, mens ein ikkje har liknande arrangement på UiA Nyskaping og Loftet. På JASUN er det kvar gong 10–20 bedrifter som får 90–120 sekund kvar til å presentere seg kort for dei frammøtte. Så går resten av kvelden med for interesserte å prate med dei aktuelle bedriftene. På UiA kan ein ta kontakt på e-post for å bli med i eit oppstartsprosjekt viss ein ikkje har idé sjølv, men den informasjonen står nedst på informasjonssida for studentar på nettstaden deira, og er dermed ikkje like synleg som JASUN-omtalen omtrent på toppen av framsida til Spark\* NTNU. Terskelen er nok høgare for å ta kontakt om å bli med i ein oppstart når ein ikkje veit sikkert om det er oppstartar som treng nye folk og kva dei gjer. (UiA Nyskaping, 2018) (Om Spark\* NTNU, 2018) Loftet ser ikkje ut til å ha slik ordning og legg nok opp til at entreprenørar finn kvarandre gjennom studia på HK. (Loftet Studentinkubator, 2018)

Vegring for å tilsetje folk, slik ein ser i norske etablerarbedrifter generelt, gjeld sannsynlegvis også for studentbedrifter, som ikkje har lett tilgjengelege pengar for lønning av folk.

Deltakartalet til ei typisk norsk studentbedrift er, som ein ser i Figur 9, typisk 2–3 personar, som tydar på at bedriftene i alle fall startar opp smått. Sannsynlegvis får dei ikkje løn i starten, men det kan tenkjast at enkelte av dei som starta tilbake i 2014–16 kan ha kome så langt at dei kan betale ut noko løn til seg sjølve. Det må intervju til for å finne ut av slikt.



Figur 9: Tal på deltakarar i prosjekt (x-akse), og kor mange prosjekt som har så mange deltakarar (y-akse).



Figur 10: Aldersrepresentasjon i studentbedriftene

Det er fleire av prosjekta som har med seg studentar som driv på med bachelorgrad (13 av 19) enn med mastergrad (10 av 19), men altså ikkje betydeleg mange fleire. Det er berre eitt tilfelle med doktorgradsstipendiat. Figur 10 viser kva for aldersgrupper som finst i dei ulike studentbedriftene. Dei aller fleste bedriftene har med seg folk i 20-åra, spesielt i dei tidlege (20–24 år i 15 prosjekt, 25–29 år i 11 prosjekt), men det er også nokså god representasjon av folk tidleg i 30-åra (6 prosjekt). Det kan sjå ut som at ein oftast ikkje går rett frå vidaregåande til ei studentbedrift, sidan berre éi bedrift i undersøkinga har med seg minst ein myndig tenåring (18–19 år). Respondentane frå Loftet har berre folk i 20-åra i bedriftene sine, og UiA-respondentane har merkbart større innslag av 30-åringar i bedriftene sine enn dei andre. Studententreprenørskap verkar altså å appellere godt hos studentar i starten av 20-åra og mest dei som driv på med bachelorgrad, men masterstudentar og dei i slutten av 30-åra er også tydeleg merkbart til stades. At det er mange engasjerte 30-åringar på UiA kan ha samanheng med at dei er der for å utdanne seg vidare etter oljekrisa på Sør- og Vestlandet i 2014. Det må presiserast at alle tala berre gjeld for bedriftene som har delteke i undersøkinga, og at dei ikkje fortel om kor mange av medlemmane som er i dei ulike aldersgruppene, berre i kor mange av bedriftene i undersøkinga dei er representerte.

Rundt halvparten (10 av 19) av bedriftene i undersøkinga består berre av menn. 8 av 19 har blanding, og der mennene verkar mennene stort sett å verke i tydeleg fleirtal. Det er berre i eitt enkeltpersonføretak på Loftet som er registrert som rein kvinnebedrift. På UiA er det ekstra tydeleg dominans av reine mannsbedrifter blant dei som var med i undersøkinga, med 7 av 9 bedrifter. Blant bedriftene med kvinner i, der ein har nemnt kor stor del dei utgjør, varierer kvinnedelen frå 10 % til 38 %. Det er 26 % kvinnedel i gjennomsnitt for dei 6 bedriftene i undersøkinga av den typen. I tillegg har ein 2 bedrifter som berre nemner at dei har med minst ei kvinne med på laget.

Tabell 5 viser dei bransjane som har flest bedrifter utan kvinner og flest bedrifter med nokre kvinner med i undersøkinga. Her er bedrifter innan informasjon og kommunikasjon og teknikk oftast mannsbedrifter, mens ein ser mest bedrifter med kvinnedeltaking i undervising og kultur. Det er eigentleg for få bedrifter med i undersøkinga til å generalisere. Ifølgje Brun (1998) skal kvinner oftare etablere seg innan service-sektoren og små-industri (til dømes husflid) som krev

lite avansert teknologi. Kvinner skal i større dessutan i større grad enn menn legge vekt på høve til å utøve omsorg overfor andre. (Brun, 1998) Blant studentbedriftene i denne undersøkinga 20 år seinare finn vi ikkje døme på slik små-industri i det heile teke, men ein kan argumentere for at undervisningstenester og kanskje også underhaldning i Tabell 5 har noko omsorg ved seg.

**Tabell 5: Bransjer med sterkast og svakast kvinneandel.**

<i>Kvinner i gruppa ↓/ Bransje →</i>	<i>Informa- sjon og kommuni- kasjon</i>	<i>Teknisk forskning/konsulentverk- semd</i>	<i>Under- vising</i>	<i>Andre tjenester</i>	<i>Kultur, underhaldning og fritidsaktivitet- ar</i>
Ingen	6	4	1	3	1
Andel	1	1	3	1	2
Minst en	1	1	0	0	0

Oppsummert er det slik at bedriftene i undersøkinga oftast registrerer seg offentleg god tid etter at dei har blitt medlemmar i studentinkubatoren på heime-institusjonen sin. Dei fleste av dei har kome på idéen på eiga hand, men med inspirasjon frå studieprogramma sine. Kvart av oppstartsprosjekta i undersøkinga er oftast på 2–3 personar, og som regel har dei med nokon på laget som i alle fall har teoretisk kunnskap om entreprenørskap. Det er oftast fulltidsstudentar i desse oppstartane og sjeldan deltidsstudentar. Det er ganske jamt delt mellom dei som har ein betalt deltidsjobb i tillegg og dei som elles berre driv med studium.

### **4.3 Kva er spesielle kjenneteikn ved entreprenørielle økosystem som er knytte til studentinkubatorar?**

Viss vi følgjer teorien om entreprenørielle økosystem, så står grunnleggarane av dei ulike studentbedriftene i sentrum av slike system. Vi skal prøve å plassere studententreprenøren i eit entreprenørielt økosystem som består av studentinkubatoren og aktørane som er knytte til den og elles aktørane som studententreprenøren knyt kontakt med i regionen der vedkomande og

inkubatoren held til. Vi tek føre oss modellen til Stam og Spigel og modellen til Schwarzkopf kvar for seg med dei reelle forholda til inkubatorane i undersøkinga plasserte i dei. Vi ser også på kva slags næringar som dei undersøkte studentbedriftene i dei ulike inkubatorane i undersøkinga spesialiserer seg på og ei utgreiing av korleis økonomisk støtte kan bidra til regional utvikling og korleis studentbedriftene kan dra nytte av slike ordningar.

### **4.3.1 Norske studentinkubatorar som Spigels entreprenørielle økosystem**

Med modellen til Spigel kan økosystem rundt studententreprenørar skildrast slik:

#### *Kulturelle eigenskapar*

#### **Gründerkultur**

Gründerkultur er relevant å ta opp for skildring av entreprenørielle økosystem fordi det er grunnlaget for kor stort engasjementet for å starte eiga bedrift i utgangspunktet er i den aktuelle regionen eller universitetet. Gründerkultur er i grunnen det same som entreprenørklime.

Gründerkulturen blant norske studentar er framleis ikkje særleg utbreidd. Det er forsvinnande få studententreprenørar samanlikna med talet på studentar, og så er det jo enkelte utdanningar der det er lettare å starte med entreprenørskap enn andre. Sjå tal i seksjonen for forskings spørsmål 3.

#### **Gründerhistorier**

Historier om vellykka studentbedrifter frå ein studentinkubator kan vere til inspirasjon og oppmuntring til å arbeide vidare for nye oppstartsprosjekt som forsøker seg på den same inkubatoren. Slike forteljingar styrkar grunnlaget for vidare vekst av i tal på bedrifter i eit entreprenørielt økosystem, og det er derfor naturleg nok vanskeleg å vere blant dei fyrste oppstartsprosjekta som forsøker seg på ein inkubator. Motivasjonen må då kome frå andre plassar, og det er vanskelegare å kjenne eigne føresetnader for å lykkast i regionen.



Hos alle inkubatorane i undersøkinga finst det noverande og tidlegare medlemsbedrifter som har kome så langt at dei føler seg klare for å fortelje i media om korleis det går med dei. Enkelte av dei har kome godt i gang med verksemda si, mens andre treng merksemd for å trekkje til seg medarbeidarar og/eller kundar. Alle historiene kan vere til motivasjon og inspirasjon for framtidige studententreprenørar, i alle fall til informasjon om korleis ein bør gå fram eller ikkje bør gå fram i etableringsfasen. Det er nemleg nokre verksemdar blant dei offentleg kjende som hintar om utfordringar og vanskar med etableringa, som dei sjølve har teke lærdom av.

Meir detaljert utgreiing med døme frå reelle gründerhistorier på dei ulike inkubatorane er å finne i seksjonen som svarar på forskingsspørsmål 3.

### *Sosiale eigenskapar*

#### **Kompetent og relevant arbeidskraft**

Eg har ikkje spurd etter tilsette i dei ulike oppstartane i undersøkinga, men etter kor mange deltakarar det er i kvar av dei. Som nemnt under det fyrste forskarspørsmålet, har ei av desse studentbedriftene oftast 2 eller 3 deltakarar, men det er umogleg å vite om dei tek ut lønn. Heilt i starten er nok ikkje det sannsynleg, og det er nok heller påskjøning gjennom fordeling eller framtidig fordeling av aksjar i selskapet.

#### **Investorarar**

Dei investorane som er kartlagde i undersøkinga er akseleratorar og forretningsenglar. Begge desse to støttespelartypene gir støtte gjennom å investere. Akseleratorar har som mål å tene pengar på veksten til oppstartane, mens forretningsenglar gir støtte rett og slett for å hjelpe andre med å kome i gang som entreprenørar, sidan dei sjølve har vore gjennom det og ønskjer å gjere det enklare for andre å kome gjennom etableringsfasen og den fyrste delen av vekstfasen.

(Stagars, 2015)

Ei UiA Nyskaping-bedrift i undersøkinga får støtte frå ei akseleratorbedrift, mens to frå UiA og ei frå Loftet får støtte frå forretningsenglar (business angels). 3 UiA-bedrifter ønskjer å søke om støtte frå akselerator, og 3 frå UiA og 2 frå NTNU vil søke om støtte frå forretningsenglar. Det er dei same 3 bedriftene frå UiA som har tenkt å søke i kvar av desse ordningane. Interesse for slik investorstøtte er altså ikkje så stor, så bedriftene i undersøkinga verkar oftast å unngå involvering av investorar. Ein årsøk kan vere at medlemmane i dei fleste studentbedriftene ikkje vil miste kontrollen over verksemda si, i alle fall ikkje i den tidlege etableringsfasen som dei framleis er i. Det kan vere lurt å behalde kontrollen over selskapet så lenge som råd for å sjølv styre utviklinga av produktet sitt. Om dette er den faktiske grunnen, treng ein framtidige intervju for å stadfeste.

## **Nettverk**

I nettverket til oppstartar ved universitet og høgskular har ein interne aktørar, som er studentar, forskarar, inkubatorar og forskingssenter, og eksterne aktørar, som er etablerte firma og andre entreprenørstøttande institusjonar, inkubatorar, ekspertar/mentorar og økonomiske støttespelarar.

Studentbedriftene i undersøkinga samarbeider svært sjeldan med kvarandre, men dei samarbeider ganske ofte med eksterne bedrifter, både nyoppstarta og etablerte. Samarbeid mellom bedrifter internt på inkubatoren finn vi berre på UiA blant dei spurde, berre tre døme. Ei av dei har tydelegvis eit veldig omfattande samarbeid med eit anna UiA Nyskaping-prosjekt, men dette andre prosjektet ser ikkje ut til å ha svara på undersøkinga. Det er her tale om produkt som utfyller kvarandre. Dei to andre svara viser berre til utveksling av erfaringar. Det er noko meir samarbeid med oppstartar som er utanfor inkubatoren: 3 på UiA, 3 på Loftet og 1 på NTNU. Utveksling av erfaringar med slike bedrifter er det 3 døme av på UiA og 2 på Loftet. Utfyllande produkt/tenester finn ein 2 av på UiA og 1 på Loftet. Endå litt meir samarbeid igjen er det med etablerte bedrifter, med 5 på UiA, 3 på Loftet og 3 på NTNU. Av slikt samarbeid er det tydeleg mest vanleg at ein er underleverandør hos ei etablert bedrift eller utvekslar erfaringar med ei slik bedrift. Ein ser dette tydeleg på UiA og NTNU, mens ein ikkje ser nokon preferanse for samarbeidsform på Loftet.

Dei sosiale og faglege arrangementa på inkubatoren kan bidra til styrking av kontaktnett mellom bedriftene. Det er omtala under det tredje forskingsspørsmålet.

## **Mentorar og rollemodellar**

Dei fleste bedriftene i undersøkinga, 15 av 19, får rådgiving frå studentassistentar eller andre tilsette på inkubatoren. Unntaket er kanskje Loftet, der 3 av 5 spurde meiner at dei ikkje har fått rådgiving frå dei. Dei fleste av dei spurde, 7 av 9, har kontakt med ekstern mentor på UiA, men berre 1 av 5 nyttar ekstern mentor av dei spurde på Loftet og NTNU. Det kan då verke som om eksterne mentorar blir sett meir pris på hos UiA-studentbedriftene i undersøkinga. På nettstaden til Loftet er det ein video med ein tidlegare student som fungerer som ekstern mentor. Han stadfestar det Facebook-sida gir inntrykk av, med at mentorar kjem på kurskveldar og at dei kanskje ikkje er tilgjengelege på kvardagsleg basis, slik dei er på UiA. Eg har dessverre ikkje fått stadfesta direkte frå Loftet korleis rådgivinga fungerer der. (Loftet Studentinkubator, 2018)

## ***Materielle eigenskapar***

### **Politikk**

Det at inkubatorane i det heile teke er oppretta, tyder på at universiteta/høgskulene ønskjer å stimulere til studententreprenørskap. Spesielt gjennom dei offentlege universiteta skjer dette som resultat av regjeringa sine gründerplanar frå 2009 og 2015. Økonomisk støtte blir delt ut frå staten gjennom Innovasjon Norge eller FORNY2020 til Forskingsrådet. (Nærings- og fiskeridepartementet, 2015)

Innovasjon Norge er 51 % eigd av Nærings- og fiskeridepartementet og elles av fylkeskommunane. Formålet til denne organisasjonen er auka verdiskaping i norsk næringsliv, utvikling i distrikta og utvikling av konkurransedyktige, norske bedrifter. Dei har tre hovudarbeidsområde:

- Sikre at nye bedrifter kan overleve og utvikle seg.
- Bidra til at bedriftene veks og blir konkurransedyktige.

- Bidra til auka verdiskaping og konkurransekraft ved å skape gode miljø for innovasjon. (Innovasjon Norge, 2018)

Forskningsrådet er den viktigaste forskingspolitiske rådgivaren for regjeringa og departementa. Det gir også økonomisk støtte til forskning og innovasjon. Det har som mål å auke kvaliteten i norsk forskning og å fremje innovasjon. (Noregs forskingsråd, 2018) Studentar og forskarar med forskingsbaserte idéar kan søke om støtte for FORNY2020-programmet til Forskningsrådet. Dette programmet «prioriterer prosjekter med høy forventet kommersiell og / eller samfunnsmessig avkastning og øy gjennomføringsevne». (Noregs forskingsråd, 2018)

## **Universitet**

Studentinkubatorane har vanlegvis tilknytning til eit universitet eller ein høgskule, som har midlar til å halde inkubatorane i drift og lønne dei tilsette og studentassistentane. Spark\* NTNU er unntak når det gjeld økonomiske driftsmidlar, sidan dei tilsette studentane der blir lønna av støtte frå TrønderEnergi. (Om Spark\* NTNU, 2018) Universiteta bidreg med infrastruktur i ei eller anna form, som vi nemner seinare i denne seksjonen.

Noko ein burde kunne tenkje meir på, er om studium lettare kan kombinerast med arbeid i studentbedrift. Ei suksesshistoriene i ein video på Loftet sin nettsad fortel at deltakarane valde å skrive bacheloroppgåve om arbeidet i si eiga bedrift, som høyrer inn under data-utviklingsbransjen. Det kunne vere aktuelt for andre inkubatorar på universitet å prøve ut systematisk. (Loftet Studentinkubator, 2018)

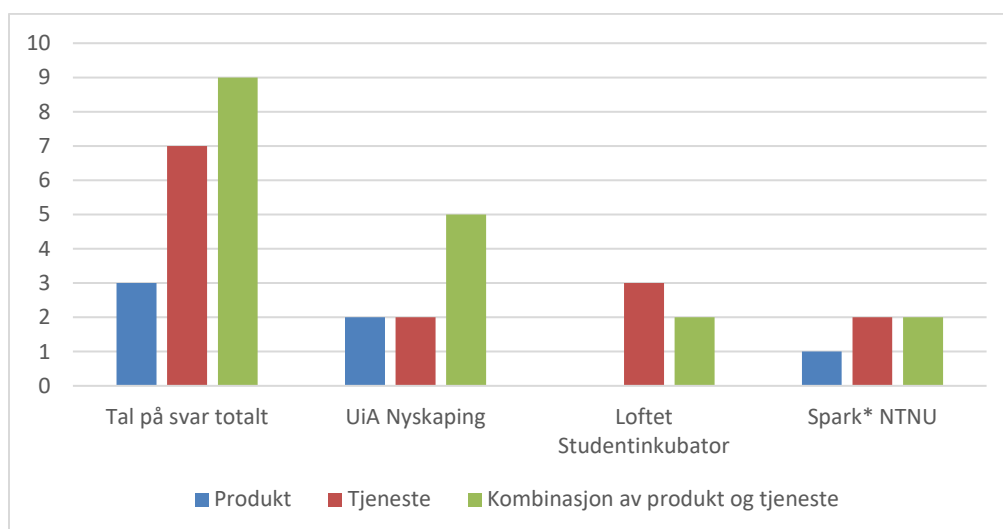
## **Støttetenester**

Inkubatorane tilbyr alle rådgiving til studentane og dei fleste bedriftene i undersøkinga bruker den tenesta, som vist under omtale av mentorar ovanfor. Inkubatorane skal også kunne hjelpe med å finne støttespelarar som driv med rekneskapsføring og juridisk hjelp, både frå interne og eksterne ekspertar. På Loftet har dei to samarbeidande firma som kan hjelpe med dette. (Loftet Studentinkubator, 2018)

## Infrastruktur

Loftet og UiA Nyskaping tilbyr kontorlokale som studentbedriftene kan låne ved medlemskap. Spark\* NTNU har ikkje slike lokale, men har ut frå bilete på nett tilgang på ein sal for faglege og sosiale arrangement. Våren 2018 opna Gründerbrakka på NTNU, som tilbyr kontorlokale for studentbedrifter på NTNU. Fellesnemnar er at begge er underlagt Engage, senteret for entreprenørskap på NTNU. Gründerbrakka er heilt sjølvstendig frå Spark\*, men det er grunn til å tru at det er mange som får rådgiving frå Spark\* som held til der. Det verkar sannsynleg fordi ei Spark\*-bedrift trur at Spark\* tilbyr dei lokale, men eg har ikkje fått undersøkt kor mykje Gründerbrakka faktisk blir brukt, så framtidig forskning må til for å finne ut meir om dette. (Svendsen, 2018)

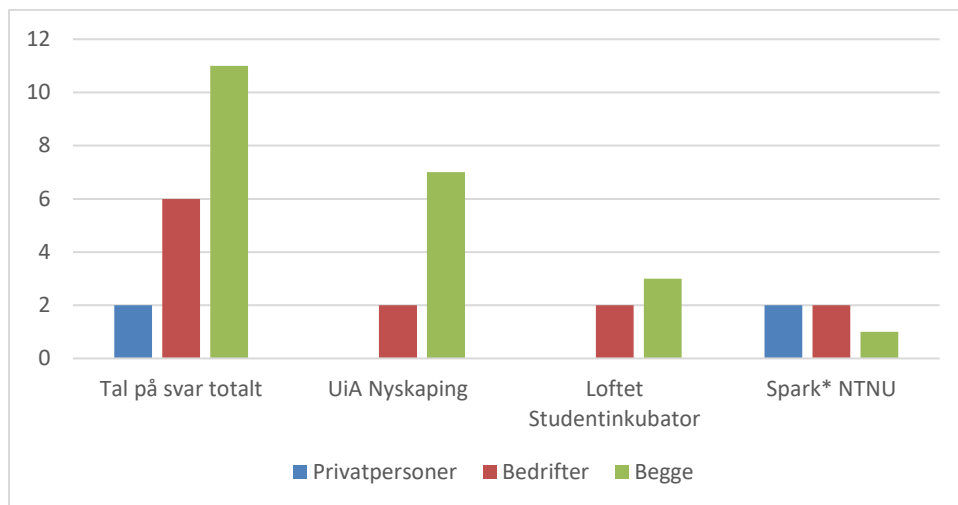
## Opne marknader



**Figur 11: Produkt eller teneste**

Figur 11 viser at det er mest vanleg å tilby kombinasjon av produkt og teneste til kundane i forretningsplanen til bedriftene i undersøkinga, mens Figur 12 viser at det er mest vanleg for dei

å gå for både privatperson og bedrift som kunde. Det er svært sjeldan at ein satsar på privatpersonar aleine.



Figur 12: Kundetype

Regionale marknadsmål og meir om kundegrupper og om studentbedriftene lagar produkt eller tenester, blir presenterte i den ytste sirkelen i modellen til Schwarzkopf. Der diskuterer vi kva forholda er for studentbedrifter som har registrert seg.

### 4.3.2 Norske studentinkubatorar som Schwarzkopfs entreprenørielle økosystem

Med sirkelmodellen til Schwarzkopf kan entreprenørielle økosystem med studentar skildrast slik (Schwarzkopf, 2016):

#### 1. Personleg sirkel

Blant dei spurde prosjekta er det oftast ein eller fleire av deltakarane i kvar av dei som står bak idéen til produktet eller tenesta som dei ønskjer å tilby. I nokre få tilfelle stammar idéen frå forskning eller studiarbeid. Ein kunne ha hatt fleire og meir skildrande alternativ i spørjeskjemaet for å få meir oppklaring om dette, men ein kan gjette seg fram til at idéane til dei fleste stammar

frå personlege interesser eller at dei gjennom personleg erfaring har funne eit marknadsbehov som ikkje var tilfredsstilt då prosjektet blei sett i gang.

## **2. Privat sirkel**

I mange tilfelle er det meir enn ein person med i eit prosjekt. For at eit slikt samarbeid skal fungere, bør desse deltakarane kome godt overeins med kvarandre. Derfor bør dei vere venner eller kjenningar, som er vennleg innstilt til kvarandre. Eg har ikkje hatt høve til å overvake utvikling av medlemstal i prosjekt over tid og kva slags forhold desse deltakarane har til kvarandre, så det er derfor vanskeleg å skrive meir om dette. Dette er absolutt noko ein bør forske på i framtida viss ein kan det.

Mange av dei undersøkte prosjekta nyttar seg av mentorar på inkubatoren, oftast studentassistentar, men iblant også eksterne mentorar som inkubatoren set dei i kontakt med. Desse høyrer heime her, sidan mentorane ofte gir personleg rådgiving, men ein kjem ofte i kontakt med dei gjennom dei ytre sirklane.

## **3. Utdanningssirkel**

I denne sirkelen finn ein elevbedrifter i ungdomsskule og vidaregåande, og også inkubatorar eller rettleiingstenester for studententreprenørskap, med eller utan arbeidslokale, på universitet og høgskular. Utdanning og kurs om entreprenørskap og innovasjon høyrer også naturleg med her. Dette er som nemnt i teorien ganske nytt i Europa, og dermed også i Noreg. Høgskular og universitet har jo tradisjonelt utdanna folk til å finne seg jobb i eksisterande bedrifter eller gå vidare på utdanningsinstitusjonen med forskning. (Birch, Lichy, Mulholland, & Kachour, 2016)

Inkubatorane har ofte tilsett rådgivarar, som kjem inn i privat sirkel, sidan dei gir råd direkte til entreprenøren som person. Desse rådgivarane hjelper med å utvide kontaktnettet mot det offentlege og næringslivet i sirkelen heilt ytst. I svaret for det tredje forskings spørsmål skal vi drøfte meir om dette med korleis inkubatorane skapar engasjement for entreprenørskap blant studentar og bidreg med rådgiving, arbeidslokale og faglege og sosiale arrangement.

#### 4. Offentleg og nærings sirkel

Inkubatorane set gjerne studentbedrift-medlemmane sine i kontakt med mentorar frå næringslivet, som då kjem inn i den private sirkelen. For å finne kundar i næringslivet, må studentbedriftene oppsøke potensielle bedriftskundar på eiga hand. Eg har ikkje sett så mange døme på at studentbedrifter har kome så langt enno. Berre 5 av dei 19 svarande bedriftene nemner at dei har lansert produktet på marknaden. 3 av dei har bedrifter som kunde og 1 har både privatpersonar og bedrifter som kunde. Men det er mange som nemner ei eller anna form for samarbeid med etablerte bedrifter, eller er i avtaleprosess med dei om å få det til snart, heile 11 av 19. I 7 av dei 19 undersøkte tilfella er det slikt samarbeid eller planlegging av det med oppstartsbedrifter utanfor inkubatoren, mens i berre 3 tilfelle er det samarbeid med bedrifter på same inkubator. Med berre eit unntak held dei observerte NTNU-bedriftene seg unna samarbeid med andre oppstartar, men samarbeider gjerne med etablerte bedrifter. UiA- og HK-bedrifter samarbeider gjerne med oppstartar utanfor inkubator (3 av 5 på HK og 3 av 9 på UiA ) og etablerte bedrifter (3 av 5 på HK og 4 av 9 på UiA). Berre på UiA finn ein samarbeid mellom bedrifter på same inkubator blant dei som har svara.

Ein god del har intensjon om å søke om offentleg støtte til etablering, og nokre har allereie gjort det. Dette tek vi føre oss meir i detalj i den siste seksjonen under dette forskingsspørsmålet.

Det er forskjellig frå bedrift til bedrift om dei spesialiserer seg på den norske marknaden eller opnar seg for heile verda som kundar i startfasen, men fleste ønskjer å levere globalt på lang sikt. Det er ingen bedrifter som meiner at Noreg er nok som marknad i det lange løp. Med berre eitt unntak, ønskjer alle å selje produkta sine til heile verda, i alle fall på sikt. Unntaket ønskjer å selje teneste innan informasjon/kommunikasjon og kultur/underhalding til Europa. Tre bedrifter ønskjer å satse fyrst lokalt/regionalt og deretter utvide verksemda si. Det ville ha hjelpt mykje å intervjuje undersøkingsdeltakarane for å få dei til å gjere greie for svara sine, men det verkar som dei alle har store ambisjonar for kor dei skal selje. Heldigvis er det nokre som har realistiske tankar om kor dei kan selje fyrst.

Det varierer i kor stor grad ein bruker norsk og/eller engelsk i dei ulike bedriftene, noko som kjem tydeleg fram på nettstadene til dei offentleg kjende bedriftene, som vi skal undersøke i svaret på forskingsspørsmål 3. Alle inkubatorane i undersøkinga har norsk informasjon om seg



sjølve på nettstadene sine. UiA Nyskaping har fullstendig informasjon om seg sjølv på engelsk i tillegg til norsk. (Det same gjeld Insj UiO, som ikkje er med i undersøkinga.) Spark\* NTNU har berre omsett den viktigaste informasjonen om seg sjølv på engelsk og gøymt den bort nedst på hovudsida. Loftet har ingen informasjon på engelsk, som sannsynlegvis kjem av at Høgskolen Kristiania er privathøgskule med berre Noreg som marknad. LevelUp UiS i Stavanger, som eg dessverre ikkje kunne undersøke på grunn av berre eitt svar, har berre informasjon om seg sjølv på engelsk på nett på Facebook-sida si (@LevelUpIncubator). Dei har ikkje tradisjonell nettstad. (Universitetet i Agder, 2018) (Loftet Studentinkubator, 2018) (Om Spark\* NTNU, 2018) (LevelUp, 2018) Dei starta seint hausten 2017 og er knytte i hop med rettleiingstenesta Gnist på UiS, som har drive på noko lenger, sidan starten av 2017. Gnist har derimot eiga Facebook-side på norsk. (Gnist, 2018)

Oppsummert passar EØ-modellen til Schwarzkopf godt for å skildre korleis eit EØ fungerer for ein studententreprenør, som bruker sine medfødde og opplærte evner til å forme idéen sin (privat sirkel) og deretter finne moglege samarbeidspartnarar blant venner og kjenningar (personleg sirkel). Denne gruppa går saman for å få opplæring i relevante fag på universitetet eller høgskulen og få rådgiving og hjelp frå studentinkubator for å kome i gang med studentbedrifta si (utdanningssirkel). Inkubatoren hjelper dei med å finne kontaktar i næringslivet og offentlege støttetjenester, eller bedrifta gjer det sjølv ved å bruke råd og kunnskap dei har fått frå rådgiving på inkubator og forelesingar på universitet (offentleg og næringsssirkel).

### **4.3.3 Næringsspesialisering i dei ulike studententreprenørmiljøa**

Kva slags næring dei ulike studentbedriftene i undersøkinga satsar på har samanheng med kva slags utdanning dei ulike studentane i bedrifta tek, sjølv om vi har vist tidlegare at idéane ikkje kjem direkte frå studie- eller forskingsarbeid. Det er rimeleg grunn til å tru at idéane har blitt til på personleg plan ut frå utdanninga som idéinnehavaren sjølv har. Deretter har vedkomande fått med seg andre folk som har vore nyttige å ha med på grunn av utdanningane som dei har.

**Tabell 6: Bransjespesialisering etter utdanningsstad.**

<i>Bransje</i>	<i>Totalt</i>	<i>UiA Nyskaping</i>	<i>Loftet Studentinkubator</i>	<i>Spark* NTNU</i>
Informasjon og kommunikasjon	8	3	2	3
Teknisk forskning/konsulentverksemd	6	4	1	1
Undervisning	4	3	0	1
Andre tenester	5	1	2	2
Kultur, underholdning og fritidsaktivitetar	3	2	0	1
Varehandel	1	0	1	0
Anna forskning/konsulentverksemd	1	0	1	0
Transport og lagring	1	1	0	0
Helse- og sosialtenester	1	1	0	0
Industri / vareproduksjon	2	0	0	2

Tabell 6 viser kva slags bransjar som dei svarande studentoppstartane på dei ulike inkubatorane i undersøkinga opererer i eller skal operere i. Dei viktigaste koplingane mellom studieretning og bransje kan ein sjå i Tabell 7. Som ein ser der, heller svara frå UiA mot spesialisering i informasjon og kommunikasjon, teknisk forskning/konsulentverksemd og undervisning. Det fyrste er naturleg sidan det blir undervist i data og IKT i Grimstad og i datasystem i Kristiansand. Det andre har sannsynlegvis bakgrunn i både data- og ingeniørstudia i Grimstad. Det tredje heng mest sannsynleg saman med lærarutdanninga i Kristiansand. Ein ser også eit lite, men likevel betydeleg innslag av kultur, underholdning og fritid på UiA. Den bransjen er nokså godt knytt opp mot datateknologi; administrasjon og leiarskap; og historie, filosofi og leiarskap i undersøkinga. Alle desse studieretningane er tilgjengelege på UiA. HK har studium innan data, så er nok derfor ein ser IKT-utslaget der i Tabell 6. På NTNU er informasjon og kommunikasjon og industri/vareproduksjon dei studieretningane som skil seg ut i den vesle mengda med svar

derifrå. Begge desse bransjane har sterkast kopling til studieretning om datateknologi, som absolutt er til stades som studium på NTNU.

Fellesnemnar er altså at data/IKT-relaterte bedrifter er det som dominerer blant dei undersøkte bedriftene på alle inkubatorane. Eg har ikkje spurd bedriftene direkte om kvifor dei valde bransjen dei gjorde, men ein kan gå ut frå at studieretning og personleg interesse har vore avgjerande. Det kan også ha vore fordi oppstartskostnader oftast er lågare i tenesteorientert IKT enn i produksjonsorientert industri. UiA-svara viser til meir variasjon i bransjeval enn dei to andre plassane, men det kan ha samanheng med at eg fekk fleire svar derifrå.

**Tabell 7: Dei viktigaste koplingane mellom studieretning og bransje.**

<i>Studieretning ↓ / Bransje →</i>	<i>Informasjon og kommunikasjon</i>	<i>Teknisk forskning/ Konsulent- verksemd</i>	<i>Undervisning</i>	<i>Kultur, underholdning og fritid</i>	<i>Industri / vareproduksjon</i>
Datateknologi	8	3	2	2	2
Ingeniør- og teknologiske fag	2	3	1	0	1
Økonomi	1	1	3	1	0
Administrasjon og leiarskap	3	2	0	2	1
Lærarutdanning og pedagogikk	0	0	2	0	0
Historie, filosofi og religion	0	0	1	2	0

#### **4.3.4 Økonomisk støtte og regional utvikling**

Økonomisk støtte blir gitt til ein entreprenør for at vedkomande skal kunne kome i gang med verksemda si raskare enn viss vedkomande måtte bygge opp verksemda si heilt på eiga hand. Ein treng då ikkje starte fullt så smått og forsiktig som ein hadde vore nøydd til utan støtte. Setesdal Regionråd har til dømes den siste tida hatt eit ungdomsprosjekt der ein fyrst kan få eit avgrensa

beløp til å greie ut om idéen er mogleg å gjennomføre. Viss idéen viser seg å vere gjennomførleg, så kan ein søke om meir støtte for å realisere idéen og sikre at bedrifta blir levedyktig. (Setesdal Regionråd, 2017) Dette prosjektet, med namnet Setesdal Gründer og Samfunnsutvikling (SGOS), har dei som er registrerte som busette i ein av setesdalskommunane og er i alderen 18–35 år som målgruppe.<sup>5</sup> Regionale støtteordningar for vaksne generelt på Agder, som eg har undersøkt, har ikkje offentleggjort så godt forklart og tilrettelagt plan for utbetaling av støtte, men ut frå det næringsfondet for Østregionen i Aust-Agder skriv, ser det ut til at det er ganske likt for dei. Dei skriv nemleg konkret at ein kan få tilskot til følgjande:

«

- Bedriftsutvikling, f.eks. opplæring, produktutvikling, markedsføring, markedsundersøkinger og planlegging, med inntil 50% av kostnadene.
- Investeringar, f.eks. utstyr/maskiner ved oppstarting og utvidelser av mindre bedrifter, med inntil 30% av kostnadene.

» (Regionalt næringsfond Østregionen, 2018)

Dette verkar som ein fornuftig måte å hjelpe entreprenørar i gang, slik at ein kan bygge opp lokale, entreprenørielle økosystem. UiA Nyskaping og Loftet Studentinkubator har ikkje fond for utdeling av kapital til oppstartshjelp, men hjelper gjerne studententreprenørane med å finne fram til og hjelpe med søknad hos kommunale, regionale og fylkeskommunale næringsfond og andre offentlege støtteordningar. Spark\* NTNU har derimot TrønderEnergiBidraget (TEB), som Spark\* organiserer og TrønderEnergi deler ut. Der kan NTNU-studentar søke om inntil 25 000 kroner for å verifisere teknologi eller marknad. TEB fungerer også som opplæring i å søke om midlar og korleis ein bruker desse midlane best mogleg. Spark\* nemnar at over 150 bedrifter har fått til saman rundt 2,5 millionar kroner sidan opprettinga av Spark\* i 2014. Kvar bedrift har då fått litt i underkant av 16 667 kroner, som tyder på at søknaden blir behovsprøvd. Dermed har langt ifrå alle hatt bruk for maksimalbeløpet. (Spark\* NTNU, 2018) (Om Spark\* NTNU, 2018) Kvar bedrift som søker, må presentere idéen i ein kort skriftleg søknad og munnleg presentasjon

---

<sup>5</sup> Eg har hatt kontakt med SGOS i samband med mitt personlege dataspelprosjekt. Eg fekk 27. november e-post frå kontaktpersonen min der om at SGOS skal bli lagt ned ved nyåret. Då må unge vaksne i Setesdal søke om støtte hos Setesdal Regionråd igjen. Forskjellane verkar i grunnen å vere ganske små, men eg har forstått det slik at SGOS har vore rausane med kva slags investeringar ein kan søke om enn regionrådet sjølv.

for eit panel med representantar frå TrønderEnergi, Entreprenørskolen, NTNU og Start NTNU. Utbetaling skjer oftast i fleire steg, som søkaren skildrar i utviklingsplanen sin. Bidraget kan brukast til ekstern hjelp og kostnader knytte til utstyr og materiell. Ein må passe på å ikkje søke andre plassar fyrst for å kunne få utbetalt dette bidraget. (Spark\* NTNU, 2018)

Av dei fem NTNU-bedriftene eg har fått svar frå, er det 3 som har fått støtte frå TEB-fondet og ein som har tenkt å søke derifrå.<sup>6</sup> Det er tilnærma umogleg å generalisere for NTNU ut frå dette, men viss ein ser på nettstaden til Spark\*, så ser ein som nemnt at over 150 bedrifter skal ha fått bidraget, men det er usikkert om dette talet gjeld for fram til slutten av 2016 eller fram til no. Det var i alle fall totalt 311 aktive studentprosjekt i løpet av perioden 2014–16. Svar som eg har fått frå leiaren til Spark\* på e-post, tyder på at det frå starten fram til no har vore rundt 500. Dette tyder på at mellom 30 % og 48 % av dei deltakande bedriftene har fått økonomisk støtte, som betyr at langt ifrå alle deltakarane får dette bidraget. Dei som ikkje får, kan ha fått avslag av ulike grunnar eller funne ut at andre støtteordningar passa betre for idéen deira, til dømes viss dei berre har hatt behov for støtte til ressursar som TEB ikkje kan dekke. Det kan òg vere at enkelte bedrifter ikkje treng støtte i det heile.

TEB har som formål å gi fyrste støtta til bedrifter som har tilknytning til studentar på NTNU, men dei set naturleg nok ikkje krav til at deltakarane skal vere folkeregistrerte i Trondheim eller andre plassar i Trøndelag. (Spark\* NTNU, 2018) For å hindre fråflytting, blei inkubatorlokala i Gründerbrakka oppretta i år. (Svendsen, 2018) Det skriv eg meir om i svaret til tredje forskarspørsmål. Fond som derimot set krav til lokal forretningsadresse er regionale næringsfond. Eg har undersøkt støtteordningane hos regionråd og næringsfond på Agder, sidan dei fleste svara i spørjeundersøkinga har kome frå UiA Nyskaping. Setesdal Regionråd yter maksimalt løyvingar på 200 000 kroner, som også er maksimalbeløpet i alle regionale næringsfond i Aust-Agder og Lister, mens grensa er 100 000 på Lindesnes. Støtta er oftast ikkje meir enn 50 % av investeringskostnadene. (Regionalforvaltning.no, 2018) Viss det er tale om større beløp enn det, må det behandlast av fylkeskommunen eller Innovasjon Norge. Setesdal Regionråd kan gi «etablerarstøtte, løyvingar til delfinansiering av kompetanse – ,

---

<sup>6</sup> UiA Nyskaping har ikkje noko eige støttefond, men likevel er det eit prosjekt på UiA Nyskaping som meiner å ha motteke slik støtte. Det kan her vere tale om SiA Kulturfond, som blir drive av Studentsamskipnaden i Agder (SiA) med overskotet frå studentbokhandelen SiA Bok (tidlegare Sørbok). Dette blir støtta av at ei anna bedrift på UiA nemner å ha motteke støtte frå kulturfond.

forretningsmessig utvikling, utviklingsprosjekt, investeringar o.a. – men ikkje driftsstøtte.» Det er ønske om å støtte tiltak som gir etableringar, vekst og nyskaping i privat sektor, som verkar å vere akselerator for oppbygging og utvikling av entreprenørielt økosystem. (Setesdal Regionråd, 2018) Arendalsregionen skriv at dei ønskjer å gi støtte for å få fleire gode grunderar og auka nyskaping, og dermed også nye arbeidsplassar og auka sysselsetjing. (Regionalt Næringsfond Arendal, Froland, Grimstad, 2018) Dei ønskjer også at bedriftene skal kunne vekse og bli meir lønsame. Dette heng godt saman med teoriane om entreprenørielle økosystem som er nemnt tidlegare.

I Kristiansand og dei tilgrensande kommunane i Vest-Agder finst det ikkje noko regionalt næringsfond. Viss ein er busett der, er ein avhengig av Innovasjon Norge eller den lokale akseleratorbedrifta Innoventus Sør. Forklaringa frå kommunane Vennessla, Søgne og Songdalen er at dei ikkje kan setje av nok pengar til innovasjonsstøtte. (Haugen G. W., 2015) Dette gjer det litt vanskeleg for entreprenørar som ønskjer å satse smått og vil halde verksemda si lokal, og som kanskje ikkje er så nyskapande. Det kan vere at denne mangelen på regionale fond i Kristiansand er forklaringa på at berre ein av dei spurde studentprosjekta hos UiA Nyskaping har fått støtte frå regionalt næringsfond, og at også berre ei bedrift der ser på dette som aktuelt alternativ å søke om. Den eine som har fått slik støtte og den eine som har tenkt å søke om det, er nok enten knytt til campusen i Grimstad, eller har med seg ein eller fleire studentar som er busette i kommunar der ein har regionalt næringsfond.

I Aust-Agder og Vest-Agder har ein støtte til regional- og næringsutvikling direkte frå fylket. Til samanlikning har ein regionale utviklingsmidlar i Trøndelag, der Spark\* NTNU held og regionalt innovasjonsprogram i Oslo og Akershus, der Loftet held til. (Regionalforvaltning.no, 2018) (Vest-Agder fylkeskommune, 2018) Eg har oppfatta det slik at det er noko vanskelegare å få støtte frå fylkeskommunen enn eit regionalt næringsfond. Det at Kristiansandsregionen ikkje har regional støtteordning, kan gjere det endå viktigare med råd frå UiA Nyskaping for studentar i Kristiansand, slik at dei kan klare seg utan slik støtte eller få hjelp til å få støtte der det er høgare terskel for utdeling, slik som hos fylkeskommunen, Innovasjon Norge og Forskningsrådet.

Eg tok opp dette emnet for å vise at økonomisk støtte kan bygge opp lokale entreprenørielle økosystem. Studentar i Kristiansand, Grimstad, Oslo og Trondheim burde alle kunne nytte seg av dette i ein eller annan grad.

## Kultur for å søke om støtte

Det er verdt å merke seg at ingen undersøkte prosjekt på Loftet har fått økonomisk støtte utanfrå. Det er berre eit tilfelle der det blir nemnt at deltakarane spyttar inn kapital sjølve i prosjektet sitt. Av dei som har svara på NTNU har alle fått ei eller anna form for pengestøtte. På UiA har 6 av 9 respondentar motteke pengestøtte. 2 av dei 5 svara på Loftet meiner at dei ikkje skal søke om støtte, mens resten er usikre. På UiA er det berre eit tilfelle der dei meiner at dei ikkje treng å søke om støtte og samstundes ikkje har fått det tidlegare. Elles ønskjer alle andre undersøkte prosjekt på UiA og NTNU å søke, både om dei har fått støtte frå før og ikkje. Med dette grunnlaget kan det sjå ut som at økonomisk støtte blir sett på som viktig blant dei undersøkte studententreprenørane på offentlege universitet, mens på den private høgskulen i undersøkinga meiner ein i større grad at ein kan klare seg sjølv, men svarmengda er for lita til å slå dette fast på generelt basis.

Innovasjon Norge er støtteordninga som har gitt støtte til flest prosjekt blant dei undersøkte. Deretter kjem Forskingsrådet og fond som er knytte til studentinkubatoren, som ein ser i Tabell 8. Innovasjon Norge, Forskingsrådet og forretningsenglar (business angels) kjem høgast blant dei som bedriftene vil søke om støtte frå seinare, som vist i Tabell 9. Som nemnt tidlegare, er forretningsenglar tidlegare entreprenørar som hjelper nye entreprenørar i gang med kapitalinnskot og rådgiving, så er nok tale om fleire ulike enkeltpersonar i den kategorien. (Stagars, 2015) Bedrifter som har fått støtte, har ofte tankar om kor dei seinare skal søke om støtte, og iblant planlegg dei å søke frå same støtteordninga igjen. Blant dei undersøkte, ser det ut til at det spesielt er teknologibaserte bedrifter innan data- og ingeniørfag som har søkt om og planlegg vidare å søke om støtte.

**Tabell 8: Kven studentprosjekta har fått støtte frå**

<i>Kven prosjekta har fått støtte frå</i>	<i>Tal på svar</i>	<i>UiA Nyskaping</i>	<i>Loftet Studentinkubator</i>	<i>Spark* NTNU</i>
---	--------------------	----------------------	--------------------------------	--------------------

(Inter)kommunalt næringsfond	1	1	0	0
Akseleratorbedrift	1	1	0	0
Andre	6	2	1	3
Business angel(s)	3	0	0	3
Fond som er knytte til studentinkubatoren	4	1	0	3
Forskningsrådet	4	2	0	2
Ingen	7	3	4	0
Innovasjon Norge	7	4	0	3
Kulturfond	1	1	0	0
Universitetet/høgskolen	2	2	0	0

**Tabell 9: Kven studentprosjekta har tenkt å søke om støtte frå**

<i>Kven prosjekta vil søke om støtte frå</i>	<i>Tal på svar</i>	<i>UiA Nyskaping</i>	<i>Loftet Studentinkubator</i>	<i>Spark* NTNU</i>
(Inter)kommunalt næringsfond	1	1	0	0
Akseleratorbedrift	3	3	0	0
Andre	4	3	0	1
Business angel(s)	5	3	0	2
Fond som er knytte til studentinkubatoren	2	1	0	1
Forskningsrådet	8	5	0	3
Ingen	3	1	2	0
Innovasjon Norge	11	7	0	4
Kulturfond	1	1	0	0
Regionalt næringsfond	1	1	0	0
Universitetet/høgskolen	1	1	0	0
Vet ikkje heilt enno	3	0	3	0



Viss ein verkeleg skal satse på nyskaping, ser støtte frå Innovasjon Norge og/eller Forskingsrådet ut til å vere det ein treng, deretter prioriterer ein lokale fond, i alle fall blant dei spurde bedriftene. Uansett ser ein at økonomisk støtte for utvikling av ei bedrift oftast er på plass i det entreprenørielle økosystemet for dei undersøkte bedriftene på UiA og NTNU og i mindre grad hos dei undersøkte på Loftet.

Oppsummert ser vi at studentbedrifter, studentinkubatorar og alle aktørane som dei samhandlar med, let seg godt skildre av modellane for entreprenørielle økosystem, i denne oppgåva vist med variantane til Stam og Spigel og til Schwarzkopf. Især Schwarzkopf sin modell skildrar økosystemet godt med å legge vekt på personlegdomen og dei personlege eigenskapane til entreprenøren, som er viktige for at studentar (eller andre) i det heile skal starte eiga næringsverksemd. Studentar frå teknologisk orienterte studieretningar (data- og ingeniørfag), men også frå økonomistudium, ser ut til å vere fordelaktige å ha med i ei studentbedrift ut frå det ein kan sjå med representasjon av desse i bedriftene i undersøkinga og kva for bransjar desse bedriftene opererer eller skal operere i. Økonomisk støtte til vekst av verksemda verkar å vere viktig for dei undersøkte bedriftene, mens det ikkje verkar å haste med å skaffe seg investorar. Bedriftene verkar då å ha tru på idéen sin og ønskjer sannsynlegvis ikkje at andre skal kontrollere utviklinga av den.

#### **4.4 I kor stor grad bidreg studentinkubatorar til etablering av studentbedrifter, indirekte til oppbygging av entreprenørielt økosystem?**

Her skal vi vurdere kva studentinkubatorane bidreg med for at studentbedrifter skal etablere seg og kome i gang med verksemda si, altså kva inkubatorane gjer og har tilgang på av ressursar for å oppnå dette formålet.

På nettsidene og i sosiale-medium-sidene til inkubatorane kan vi lese at alle inkubatorane tilbyr rådgiving, moglegheit for nettverk og sosiale arrangement. Loftet ser ut til å få hjelp til rådgiving og mentoring frå tidlegare studentar og andre frå næringslivet. UiA Nyskaping og Loftet tilbyr

faglege arrangement, ofte med folk frå næringslivet eller offentlege organisasjonar som har med innovasjon og entreprenørskap å gjere. Spark\* NTNU har ingen reint faglege arrangement, men har JASUN, der alle NTNU-studentar kan kome og høyre på presentasjonar av oppstartsbedrifter og bli med i ein av dei, og Fuck-up Nights, der NTNU-studentar kan få innblikk i uheldige erfaringar som andre entreprenørar har hatt. Generell fagkunnskap om entreprenørskap verkar det som at Spark\* reknar med at studentar får frå studentassistentane som gir råd og frå fag som studentane kan ta på NTNU-studium.

UiA og Loftet har lån av felles arbeidslokale som del av kjerneverksemda si, mens Spark\* viser til verkstad og arbeidslokale som er underlagt andre avdelingar på NTNU. Alle bidreg til nettverksbygging med å setje folk i kontakt med relevante samarbeidspartnarar og mentorar frå næringslivet, viss det let seg gjere med forretningsidéane til studentbedriftene. Den einaste rettleiingstenesta som gir ut økonomisk støtte direkte, er Spark\* NTNU, som deler ut Trønderenergibidraget, for Spark\* NTNU er faktisk oppretta som eit samarbeid mellom NTNU og TrønderEnergi. (UiA Nyskaping, 2018) (Om Spark\* NTNU, 2018) (Om Spark\* NTNU, 2018)

#### **4.4.1 Engasjement for studententreprenørskap**

Her skal vi sjå kor stor deltakinga i studententreprenørskap er på dei ulike inkubatorane, samanlikna med kor mange studentar det er på campusane der inkubatorane held til.

Slik som forklart av Spilling er det vanskeleg å få nye bedrifter til å kome til i eit økosystem som har få deltakarar frå før, spesielt i distrikt med få innbyggjarar, men det går omtrent av seg sjølv der det er mange bedrifter frå før. (Spilling, 1998)

Som ein ser i Tabell 10, har UiA flest bedrifter per 1000 studentar, deretter følgjer HK (med Loftet) og til slutt NTNU.<sup>7</sup> NTNU er eit stort universitet, der det sannsynlegvis er mange studieretningar der det enno ikkje er kultur for å starte med entreprenørskap blant studentane,

---

<sup>7</sup> Eg har i Tabell 10 inkludert både Kristiansand og Grimstad for Agder, men berre NTNU i Trondheim. På Gjøvik og i Ålesund er nemleg ikkje rettleiingstenestene til Spark\* tilgjengelege. Det er vanskeleg å skilje vekk tal på studentar i Bergen for HK, sidan eg ikkje kan finne det på nett, så derfor har eg brukt det totale talet på studentar, sidan det verkar som dei aller fleste studentane er i Oslo, der Loftet held til.

noko som eg ikkje har grunnlag for å slå fast i denne oppgåva. Uansett er det interessant å sjå at eit lite universitet og liten høgskule kan slå eit rundt tre gonger så stort og kanskje meir anerkjent universitet i tal på aktive studentprosjekt i forhold til talet på studentar.

**Tabell 10: Samanlikning av tal på studentar med tal på studentoppstartar som får rettleiing hausten 2018. Tal på studentar er summen for campusane der ein har tilgang på tenestene til den nemnte inkubatoren på skulen.**

<i>Universitet/ høgskule</i>	<i>Studentar</i>	<i>Inkubator</i>	<i>Medlems- bedrifter</i>	<i>Oppstartar per 1000 studentar</i>	<i>Studentar per oppstart</i>
UiA (Agder)	12 000	Nyskaping	45	3,75	266,67
HK (Oslo)	10 000	Loftet	25	2,5	400
NTNU (Trondheim)	34 000	Spark*	66	1,9	515,15

I absolutte tal er NTNU tydeleg størst når det gjeld tal på oppstartsprosjekt som er aktive akkurat no, men ikkje dramatisk mykje større enn UiA. Eg har ikkje tal på kor mange produktlanseringar og start på drift det er hos dei ulike inkubatorane i dette semesteret eller tidlegare semester, og det ville uansett ha vore utfordrande å måle. Tal på bedrifter og studentar som har fått rettleiing sidan opprettinga av dei ulike inkubatorane har eg ikkje fått tak i sikre og samanliknelege tal for.

På ein høgare utdanningsinstitusjon treng altså ikkje talet på studentar vere veldig stort for å skape engasjement om entreprenørskap, men så er det nok meir sannsynleg at dyktige og entreprenørielle folk samlar seg på mellomstore universitet og høgskular enn i bygdeområde med låg folkesetnad. Unge folk flyttar nok ofte frå bygda for å kome til andre plassar med større sjansar for å skaffe seg arbeid eller skape eigen arbeidsplass i eit økosystem med fleire deltakarar å samarbeide med. Eit lite økosystem med folk kan gjerne bli entreprenørielt viss det er nok av folk der som ønskjer å bli entreprenørar og har føresetnader for å bli det.

#### **4.4.2 Rådgiving**

15 av 19 studentbedrifter i undersøkinga tek imot rådgiving frå tilsette studentassistentar på inkubatoren sin, 9 mottek råd frå andre inkubatorstilsette og 9 frå eksterne mentorar. Loftet-deltakarane ser ikkje ut til å ha særleg behov for råd (berre 2 totalt), men dei fleste der nyttar

arbeidslokale (4). Ein av bedriftene på Loftet veit ikkje kva slags støtte dei får av inkubatoren, noko som er i grunnen er ganske bekymringsverdig for den bedrifta, men vedkomande har nyleg meldt seg inn og kjem nok fort inn i det. På UiA og NTNU nyttar alle som har svara ei form for rådgiving frå inkubatoren. Alle på UiA har fått råd frå studentassistentar. Det vil eg tru at alle på NTNU også har fått, sidan det står på nettstaden deira at alle tilsette er studentar. (Om Spark\* NTNU, 2018) Den eine NTNU-bedrifta som meiner å berre ha fått råd frå andre tilsette enn studentar, har sannsynlegvis misforstått. Generelt sett er studentoppstartar i undersøkingar flinke til å nytte seg av rådgivinga dei får frå inkubatoren sin, som kanskje er den viktigaste tenesta som blir tilbode der.

#### **4.4.3 Felleslokale**

Alle 9 undersøkingsdeltakarar på UiA har nytta seg av felleslokale som inkubatoren tilbyr, som både er å finne i Kristiansand og i Grimstad. Eit par har også lånt teknisk utstyr frå inkubatoren. Hos Spark\* NTNU er dei veldig som nemnt tydelege på at dei ikkje er nokon inkubator, men ei rettleiingsteneste, fordi dei ikkje har lokale å låne til medlemmane sine og meiner at det må vere med for å kunne kalle seg inkubator. Likevel er dei ei Spark\*-bedrift som meiner at dei bruker felleslokale for studentbedrifter og til og med låner teknisk utstyr frå dei. Det kan vere at vedkomande trur at Spark\* NTNU er kopla saman med Gründerbrakka, som faktisk er eit heilt eige initiativ på NTNU for å få gründerspirar til å bli verande i Trondheim. Oftast har nemleg mange NTNU-bedrifter flytta til Oslo rett etter fullført utdanning. Denne brakka består av ein bygning hos NTNU, og Gründerbrakka og Spark\* NTNU har til felles at dei samarbeider med Engage, som er NTNUs senter for entreprenørutdanning. Gründerbrakka er tilgjengeleg for NTNU-studentar mens dei enno studerer og inntil eitt år etter fullført utdanning. (Svendsen, 2018)

Felleslokale blir altså flittig brukt av undersøkte oppstartar på UiA Nyskaping og Loftet, mens det naturleg nok ikkje gav meining for dei fleste som svara frå Spark\* NTNU å svare at dei brukte lokale som var tilbode av rettleiingstenesta. Spørsmålet burde ha vore tilpassa det at Gründerbrakka er ein sjølvstendig organisasjon på NTNU, som eg ikkje visste om i det heile teke då eg laga spørjeundersøkinga. Derfor veit eg ikkje noko om i kor stor grad Gründerbrakka eigentleg blir brukt av NTNU-bedriftene i undersøkinga.

#### 4.4.4 Faglege og sosiale arrangement

Denne seksjonen forsøker å sjå på mengda av faglege og sosiale arrangement på studentinkubatorane og deltakinga på desse som indikatorar på engasjementet inkubatorane klarar å skape for entreprenørskap blant studentane på universitetet eller høgskulen.

Faglege og sosiale arrangement burde vere gode verkemiddel for å hjelpe deltakarane i eit økosystem med studententreprenørar til å møte og knyte band med andre aktørar i økosystemet. Mange faglege arrangement har ein ekstern foredragshaldar som kan vere ein nyttig kontakt for å utvikle forretninga til ei studentbedrift og knyte nye kontaktar med andre aktørar igjen. Då bygger ein opp det sosiale ved økosystemet og dermed også sosial kapital. Med kunnskapsformidling kan ein bygge opp entreprenørkulturen/-klimaet i økosystemet (jamfør teorien til Stam og Spigel), ved at studentane, som kjem til arrangementa, får meir kunnskap om entreprenørskap i regionen og blir meir sikre på seg sjølve. Ein skapar då også historier om entreprenørskap i regionen som både kan motivere studentar til å følgje etter tidlegare suksessar og passe på å ikkje gjere dei same tabbane som tidlegare fiaskoar. Faglege og sosiale arrangement bygger nok ikkje i særleg stor grad opp dei materielle eigenskapane ved entreprenørielle økosystem direkte, men dei kan gjere deltakarane merksame på dei. Desse eigenskapane, i form av infrastrukturen til universitetet og studentinkubatoren, må eksistere frå før for å få slike arrangement til å fungere i det heile teke.

Ut frå sirkelmodellen til Schwarzkopf for entreprenørielle økosystem kan vi seie at arrangementa kan kople dei ulike sirklane med kvarandre. Faglege arrangement kan utvikle fagkunnskapane i den inste, personlege sirkelen. På sosiale treff kan ein bli kjent med nye folk og utvide privat og profesjonell omgangskrins. Nye venner kan bli med i prosjektet til entreprenøren. Vedkomande kan også skaffe seg nære kontaktar som kan spørjast om praktiske råd. På fagtreff kan ein altså knyte kontaktar i alle tre ytste sirklane. For planlegging av tida etter utdanninga er nok privat og offentleg-/forretningssirkelen mest nyttig, mens utdanningssirkelen er nyttig mens ein enno studerer. Med andre ord bygger fagtreff opp den kognitive dimensjonen av sosial kapital med auka kunnskap om entreprenørskap generelt og om lokale forhold som er relevante for økosystemet rundt universitetet. Dei sosiale treffa bygger opp dei strukturelle og relasjonelle dimensjonane av sosial kapital med å knyte band mellom deltakarane på arrangementet. Struktur

viser då til kven banda er mellom, mens relasjon viser til kor sterke desse banda er. Dei faglege arrangementa kan til ein viss grad knyte band mellom den som held foredraget og tilhøyrarane, med i liten grad deltakarane imellom. Alt dette er naturlegvis avhengig av kor sosiale dei ulike deltakarane er i utgangspunktet.

Det er faktisk betydeleg mange av respondentane som ikkje deltok på noko som helst fagleg arrangement knytt til rettleiingstenesta si, 8 av 19, altså litt under halvparten. Dei undersøkte UiA-studentprosjekta ser ut til å vere ganske flinke til å delta på arrangement. 7 av 9 undersøkte der har nemleg delteke på minst eitt, og 3 av dei igjen er sikre på at dei har delteke på alle. Både på Loftet og NTNU deltok 2 av 5 av dei spurde på minst eitt arrangement. Det kan jo vere at nokon andre i bedrifta enn den som svara, deltok på arrangement når svararen ikkje kunne, så heilt sikre er tala ikkje. Tala tydar på at dei undersøkte UiA-respondentane ser ut til å vere best til å styrke kunnskap, nettverk og alle dei ulike dimensjonane av sosial kapital gjennom deltaking på desse arrangementa til inkubatoren, mens dei på Loftet og NTNU kanskje har funne andre måtar å gjere det på.

Det verkar noko underleg at mange oppstartsprosjekt ikkje deltek på arrangement, for det verkar eigentleg som at inkubatorane er flinke til å informere om arrangementa sine. Dei publiserer nemleg arrangementa sine på Facebook-sidene sine. At enkelte ikkje deltek har nok sannsynlegvis å gjere med at dei ikkje føler behov for å delta fordi dei meiner at dei allereie har kunnskapen som blir formidla i arrangementet eller er for opptekne med andre aktivitetar. Det kan også vere at dei ikkje følgjer med på informasjonen som inkubatoren sender til dei fordi dei er opptekne med andre ting. Desse teoriane kan eg ikkje bevise og er verdt å finne ut av i intervju i framtidige studiar.

No skal vi prøve å sjå på det som finst av open, men litt usikker deltakarstatistikk på dei ulike arrangementa til inkubatorane for å få inntrykk av kor stort engasjementet er rundt dei. Eg forsøker å bruke tal på deltakarar og interesserte frå historiske Facebook-arrangement hos dei ulike inkubatorane for å finne ut kor stort engasjement dei klarar å skape blant studentane til å bry seg om fakta og lærdom som kan vere nyttige å ha med for å bygge opp oppstartsbedrifter og dermed også entreprenørielt økosystem. Dei faktiske deltakartala kan ofte vere over eller under det som står i hendingane på Facebook fordi nokre folk sannsynlegvis finn ut i siste liten om dei

kan eller ikkje kan, utan å oppdatere det i Facebook-hendinga. Likevel gir deltakartala på Facebook ein god peikepinn.

### *UiA Nyskaping*

På Facebook-sida til UiA Nyskaping er det lista opp 34 faglege arrangement som har funne stad frå 22. mai 2017 fram til slutten av haustsemesteret i 2018. Det har vore 18 arrangement i Kristiansand og 16 i Grimstad. Nokre av desse arrangementa er tvillingarrangement, der ein har hatt tilnærma likt opplegg i både Kristiansand og Grimstad. Det var fire slike arrangement i studieåret 2017/18 og til no eitt i noverande studieår. Dei aller fleste tilstellingane har skjedd i samarbeid med nokon, enten ei foreining, ein organisasjon eller ei bedrift.

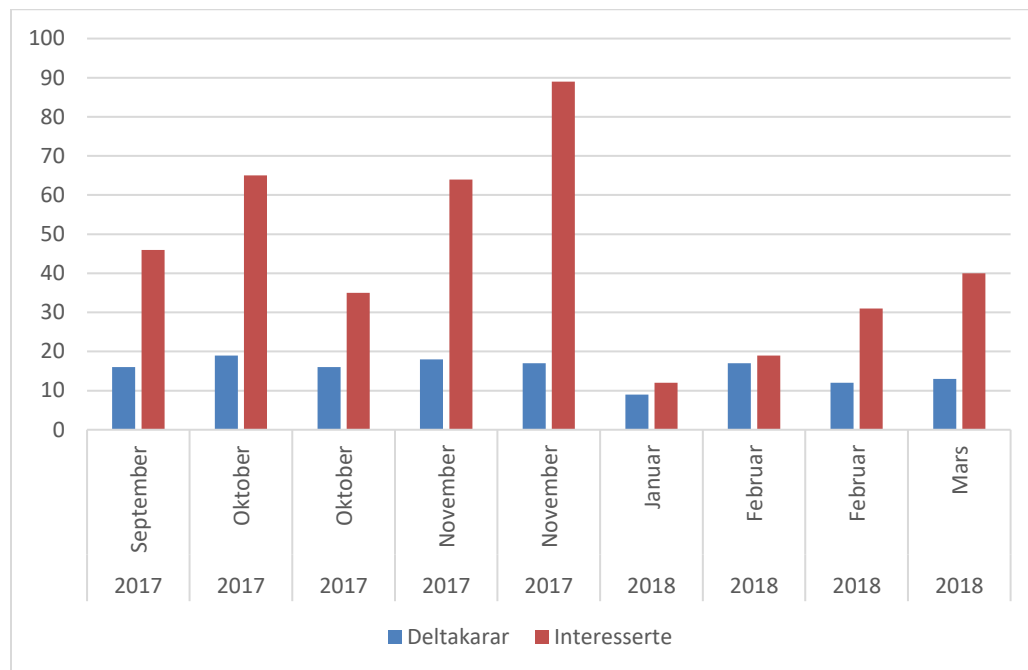
I 2017/18 hadde ein kvar 14. dag AfterWork-foredrag på sein ettermiddag eller tidleg kveld, som veksla annankvar gong mellom dei to studentbyane på Agder. Det har heile tida vore over tid omtrent like mange av desse arrangementa i Grimstad og Kristiansand. AfterWork-paraplyen blir ikkje brukt lenger no på hausten 2018 og arrangementa kjem ikkje like regelmessig som før, men over tid er det framleis omtrent like mange arrangement i kvar av byane. På begge campusane har det til no vore litt under 2 arrangement i månaden i gjennomsnitt. (UiA Nyskaping, 2018)

Deltakartala på UiA Nyskaping sine faglege arrangementet har aldri vore spesielt store. Dei høgaste deltakartala er faktisk frå opningane av dei to inkubatorlokala i august 2017, med 45 deltakarar i Grimstad og 62 i Kristiansand. Tett på følgjer arrangement om studentane si arbeidsframtid (52) (som skjedde før inkubatorlokaleopningane) og eit arrangement om bruk av opne kartdata (31), bår i Kristiansand. Utanom det har deltakartalet oftast vore mellom 10 og 20, og avvik har oftare vore til under 10 enn til over 30. (UiA Nyskaping, 2018) Ut frå desse tala verkar det ikkje som studentar på UiA er så interesserte i arrangementa til UiA Nyskaping og prioriterer heller studium, fritid eller arbeid med å utvikle dei nyskapande idéane sine. Det kan vere at enkelte meiner at dei ikkje har utbyte av arrangementa og heller lærer sjølve frå andre kjelder. Det er umogleg å vite sikkert. Det ville ha hjelpt ein god del for deltakartala om ein god del av dei interesserte til Facebook-hendingane dukka opp, men som regel kjem svært få av dei. <sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Ut frå mi personlege erfaring med Facebook-hendingar.

Ein ser igjen det generelle inntrykket frå spørjeundersøkinga at det er mange der som ikkje går på arrangementa. UiA-respondentane var riktig nok flinkast til å gå på minst eit arrangement, men svært få gjekk på alle.

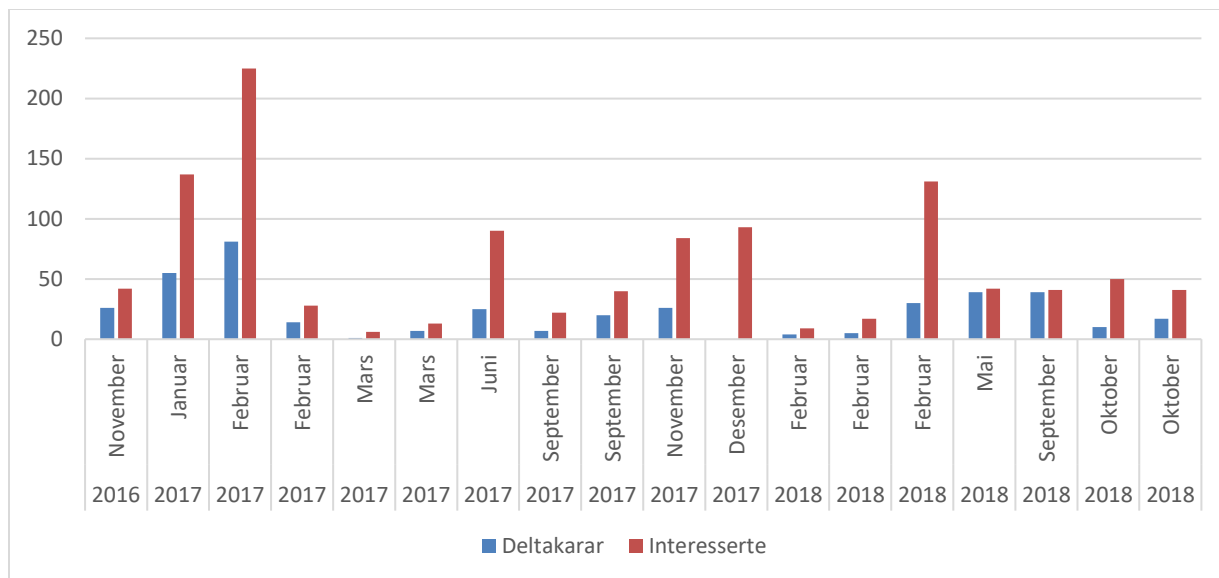


Figur 13: Deltakarar og interesserte, AfterWork, UiA Nyskaping

### *Loftet*

Loftet Studentinkubator ser ikkje ut til å ha så veldig mange faglege arrangement i semesteret som kvar av UiA-campusane. I gjennomsnitt er det rundt eitt av dei i månaden på Loftet. Mange gonger har dei tydeleg meir eller i alle fall like mange deltakarar som typiske UiA-arrangement, men har også hatt nokre få bomskot med svært få deltakarar. Det er verdt å merke seg at det iblant er så mange som 80–100, som er interessert i å delta på arrangementa, men berre 20–40 er sikre på at dei skal kome, som ein kan sjå i Figur 14. Totalt sett verkar Loftet å vere flinkare til å få studentar til å kome på dei få arrangementa som dei faktisk har. På denne privathøgskulen er talet på studentar noko lågare enn på UiA (HK 10 000 og UiA 12 000), så relativt sett er det skapte engasjementet større på Loftet enn på UiA. (Loftet Studentinkubator, 2018)

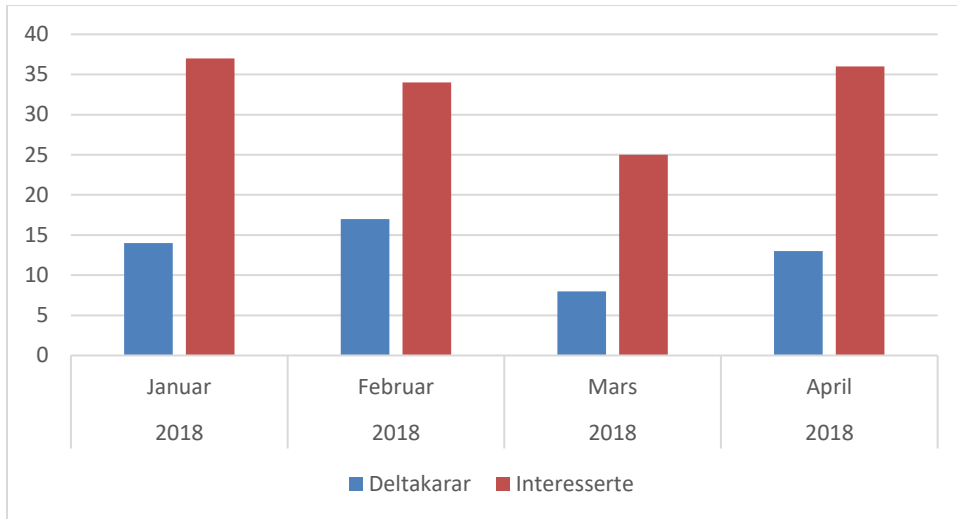




Figur 14: Deltakarar og interesserte på kvart enkelt fagleg og sosialt arrangement på Loftet.

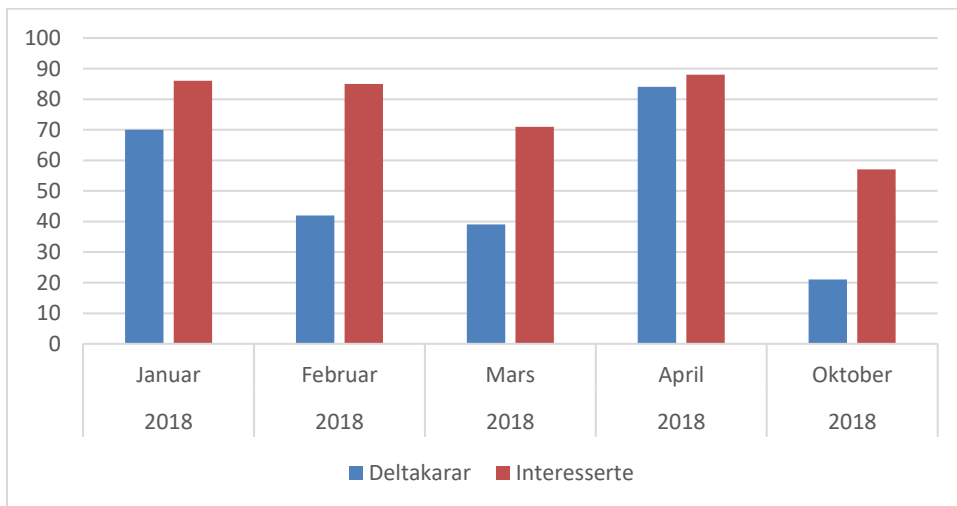
### *Spark\* NTNU*

Spark\* NTNU hadde før 2018 berre eitt eller to store arrangement i semesteret, der dei kvar gong samla rundt 100 og eit par gonger 4–5 gonger så mange som det. Ein måtte ha foredrag med Steve Wozniak eller offisiell opning av FRAM med det norske kronprinsparet som gjestar for å trekkje oppmøtet opp til dei aller høgaste deltakartala. Desse skjedde kort tid etter opprettinga av rettleiingstenesta. Sidan våren 2016 har det vore Join a Startup Night (forkorta JASUN) ein gong kvart semester, som har klara å samla rundt 100 deltakarar kvar gong, som potensielt kan vere folk som kan tenkje seg å vere med i oppstartsbedrifter. Våren 2018 forsøkte Spark\* med to nye månadlege arrangement: Launchpad og Thirsty Thursday. Launchpad var aldri særleg populært og hadde til og med lågare deltakartal enn dei fleste UiA Nyskaping-arrangementa, med svingande variasjon frå 8 til 17 deltakarar, som ein ser i Figur 15. Denne tilstellinga har ikkje blitt vidareført no i haust. (Spark\* NTNU, 2018)



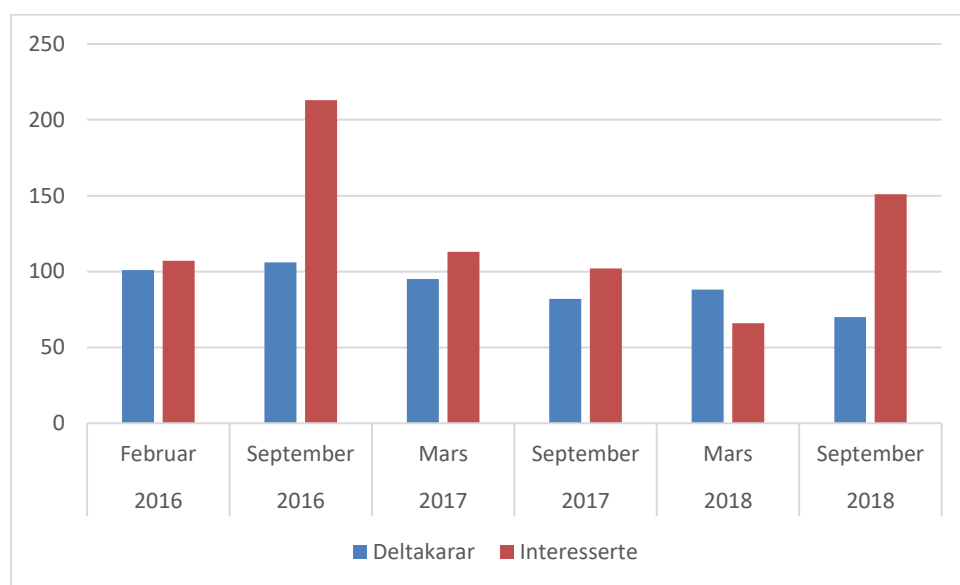
**Figur 15: Deltakarar og interesserte, Launchpad, NTNU**

Det var mykje meir populært med Thirsty Thursday, som hadde mellom 39 og 84 deltakarar på våren, som vist på Figur 16. Det blei vidareført i haust, men hadde berre 21 deltakarar på arrangementet i oktober. Det kan hende at Launchpad-arrangementa blei opplevd som for like, eller at det rett og slett var meir plass der Thirsty Thursday fann stad, eller at ein avslutta samarbeidet med kaféen der ein hadde Launchpad. (Spark\* NTNU, 2018)



**Figur 16: Deltakarar og interesserte, Thirsty Thursday, Spark\* NTNU**

JASUN held enno god stand ifølgje Figur 17. Deltakartalet for JASUN har vore ganske stabilt, men har ifølgje hendingane til Spark\* si Facebook-side gått sakte ned frå på toppen på 106 hausten 2016 til 70 hausten 2018, men der har talet på interesserte gått dramatisk opp samanlikna med førre semester, så det kan hende at det likevel var like mange eller fleire frammøtte enn i førre semester. (Spark\* NTNU, 2018)



**Figur 17: Deltakarar og interesserte i Join a Startup Night med Spark\* NTNU**

Idar Vollvik ser ut til å trekkje godt med publikum i eit arrangement om å mislykkast med entreprenørskap etter å ha lykkast, sjølv om deltakartalet ikkje er heilt på Wozniak-nivå. Vollvik-arrangementet ser ut til å vere det fyrste av fleire Fuck-up Nights, der ein får presentert historia til entreprenørskap som gjekk gale. (Spark\* NTNU, 2018) Dette, JASUN og Thirsty Thursday har Spark\* NTNU alltid arrangert heilt aleine. Elles har arrangementa vore i samarbeid med andre foreiningar eller organisasjonar.

Totalt sett er Spark\* NTNU flinke til å trekkje folk til arrangementa sine, men dei har i motsetnad til UiA og Loftet ikkje så mykje fagleg innhald og handlar meir om å møte andre studententreprenørar som ein kan gå saman med i felles føretak eller knyte kontakt med i eit nettverk. Spark\* ser då ut til lykkast godt med nettverksbygging, sjølv om vi ikkje kan måle det

direkte med tal på auke av deltakarar i studentbedrifter, som ville ha vore det ideelle å måle her. (Spark\* NTNU, 2018)

Arrangementa til NTNU har godt potensiale for å rekruttere folk til oppstartsbedrifter og til nettverksbygging. Dei ser ut til å ha lykkast bra med det fram til no også, sidan dei kan vise til fleire tidlegare JASUN-presentasjonar som har ført til registrerte bedrifter som har lansert produkt og er i ferd med å gjere det. Det blir meir omtale av det i etterfølgjande delseksjon om gründerhistorier.

For å summere opp, så verkar Spark\* NTNU flinke til å knyte sosiale band mellom studententreprenørar, mens UiA Nyskaping og Loftet spesialiserer seg på styrking av den faglege forståinga i nettverket. UiA Nyskaping og Loftet burde kanskje lære av Spark\* om korleis ein kan samle studentar til sosiale entreprenør-arrangement, men då treng dei kanskje fleire gründerhistorier fyrst, som vi skal ta føre oss no.

#### **4.4.5 Gründerhistorier**

Her følgjer ei kort utgreiing av ulike suksess- og motgangshistorier frå dei ulike studentinkubatorane i undersøkinga, altså dei som er offentleg kjende enten gjennom omtale på nettstader eller sosiale-medium-sider som er knytte til inkubatorane, eller gjennom omtale eller intervju i nettaviser. Eg tek dette med både for å vise kva som har blitt oppnådd av entreprenørskap på dei ulike inkubatorane til no og for å vise kva slags førebilete inkubatorane kan motivere etterfølgjande oppstartsbedrifter med.

##### ***UiA Nyskaping***

På nettstaden til UiA Nyskaping kan ein finne historier om student- og forskarbedrifter i nyheitshjulet «UiA Spin-off» på hovudsida og medieopplaga, som er å finne på ei eiga side. Der kan ein finne både studentprosjekt som har vore i lokalaviser og som har blitt omtala på uia.no. Det er også nokre få omtalar av studentprosjekt som starta opp før UiA Nyskaping blei oppretta. Alle avisopplaga vitnar om bedrifter i ein tidleg fase, som er naturleg når ein tenkjer på kor kort UiA Nyskaping har vore aktiv. Omtalane på uia.no vitnar om bedrifter som har kome betre i

gang, i alle fall dei som starta før UiA Nyskaping. Omtalane er godt utfyllande nettavisartiklar, som stort sett har positiv vinkling, som kan verke inspirerende for andre som ønskjer å drive med entreprenørskap sjølv. Men ein kan også lese om bedrifter som har støtt på utfordringar og om kva slags lærdom dei har teke av det, som også kan vere nyttig for framtidige entreprenørar.

Det var som nemnt også litt entreprenørskap på UiA før UiA Nyskaping blei oppretta og aktiv. Desse prosjekta fekk til dels rettleiing frå fakulteta der prosjektmedlemmane studerte, men måtte klare seg meir på eiga hand enn studententreprenørane på UiA i dag. Reflekskleddesignar og -seljar Morild Norway AS med oppstart i 2011, teknologiselskapet Red Rock AS med oppstart i 2015 og romrakettutviklaren Ripple Aerospace AS i 2016 er slike bedrifter.

Følgjande bedrifter skal ein gong i tida ha motteke rådgiving frå UiA Nyskaping (UiA Nyskaping, 2018) (Græsli, Medieklipp, 2018):<sup>9</sup>

### **SHE Music Sheila Simmenes**

Opphavleg levebrødsgründer, men har gått over til å vere vekstorientert og sosial entreprenør. Enkeltpersonføretak (ENK).

Applikasjonsentreprenør (etablert idé med nokre nye vriar i etablert musikkmarknad)

Registrert 15. februar 2010. Forretningsadresse i Kristiansand.

Komponerer, produserer og gir ut musikk. Driv også med framføring av musikk for kundar. I eit intervju som er utført av ein studentmentor på UiA Nyskaping kjem det fram at SHE Music skal ha oppstått i 2015, men Sheila Simmenes fortel at ho skal ha vore hyra inn til oppstart av andre selskap tidlegare. Det tyder på at ho sannsynlegvis skifta namnet på ENK-et sitt i 2015 til SHE Music for å markere ny verksemd i selskapet sitt, altså intraprenørskap. Rådgivingstenesta til UiA Nyskaping opna hausten 2016 og kontorlokala eitt år etter, så Simmenes har starta for seg sjølv heilt på eiga hand, men har drege nytte av tilbodet til UiA Nyskaping, etter at det blei oppretta, mens ho dreiv på med bachelor i låtskriving på UiA. Ho driv på med ei form for sosialt

---

<sup>9</sup> Alle stiftings- og registreringsdatoane og til dels skildringane av dei ulike verksemdene er henta frå søk etter bedriftsnamn i Brønnøysundregistra (brreg.no).

entreprenørskap ved å hjelpe andre artistar på Agder. Ho held også kurs og ønskjer no å utvide kapasiteten til selskapet sitt for å kunne hjelpe fleire. Det betyr at ho ønskjer å tilsetje medarbeidarar. Ho har ikkje som mål å halde fast på artistkundane, men å vere springbrett for å få dei opp og fram. (Moudnib, 2018)

Simmenes set sterkt pris på kontorplass hos UiA Nyskaping og meiner sjølv at det er positivt å vere ein del av eit kontorfellesskap. Det at UiA Nyskaping har sett henne i kontakt med mentorar og bidrege med motivasjon og nettverk skal ha hjelpt henne vidare. (Moudnib, 2018)

### **FanSaved Inc.**

Sosial entreprenør. Ikkje registrert i Brønnøysundregistra per 24. november 2018. Tidlegaste kjende livsteikn er opprettinga av Facebook-sida FanSaved 14. desember 2015. (FanSaved, 2017) Skal ha vore amerikansk incorporated med forretningsadresse i San Francisco. Kan reknast som paradigmeinnovatør, sidan bedrifta forsøkte med ny form for kundestyrte marknadsundersøking for etablert filmbransje.

22. februar 2017 skreiv studentavisa Unikum om FanSaved, eit prosjekt som skulle hjelpe tilhengjarar av tv-seriar med å redde favorittseriane sine frå å bli teke av lufta, altså hindre dei frå å bli kansellerte. (Rætta, 2017) Det at bedrifta ikkje er registrert akkurat no, ikkje har aktiv nettstad og heller ingen oppdateringar på Twitter og Facebook etter 6. mai 2017, tydar på at verksemda ikkje lenger er aktiv. (FanSaved, 2017) (FanSaved, 2017) Ved hjelp av web.archive.org har eg funne ut at nettstaden fansaved.com enno var aktiv 15. oktober 2017, men ikkje lenger 20. mars 2018. Gjennom 2017 ser nettstaden ganske uforandra ut, men ein ser der at selskapet hadde forretningsadresse i San Francisco i USA og hadde den amerikanske selskapstypen incorporated.

Idéen verka lovande ut frå artikkelen i Unikum, men sett i ettertid blei det truleg slik at entreprenøren ikkje klara å skaffe seg nok inntekter til å halde seg i drift med det ideelle formålet om å gjenopplive tilsynelatande ikkje-lønsame tv-seriar. Gründer er Alf Morten Tveiten, som også har vore rådgivar for studententreprenørar på UiA Nyskaping. (Rætta, 2017) (Skogedal, 2017) Han har tydelegvis hatt ein idé som han har hatt sterkt ønske om å gjennomføre. Det

verkar for meg som at han var fornuftig med å starte smått og seinare fann ut at det ikkje lønna seg likevel, tapte berre veldig lite på det og deretter trakk seg tilbake for å gjere andre ting.

### **R-Ex Communications AS**

Sosial entreprenør. Privat aksjeselskap.

Registrert 3. juni 2016. Forretningsadresse i Kristiansand.

Paradigme-innovatør, med ny idé på ny marknad.

Utviklar programvare som skal gjere det lettare for studentar å studere heimefrå, basert på eit personleg behov som gründer Vivian Wam Fjell hadde då ho blei sjuk under studia sine. Ho hadde nyleg presentasjon på GründerHub, så firmaet er nok framleis aktivt. (Skogedal, 2018) (R-Ex Communications AS, 2018)

### **Gastro LaPierre**

Sesongavhengig levebrødsgründer. Enkeltpersonføretak.

Registrert 2. september 2016. Forretningsadresse i Arendal.

Marknadsinnovatør, med eksisterande idé på ny marknad.

Innehavar av dette ENK-et er Alexander LaPierre, som også er rådgivar på UiA Nyskaping,<sup>10</sup> med kona Tone Helen LaPierre som dagleg leiar. Forretningsadresse er i Arendal. Firmaet marknadsfører seg med namnet Taco Santo og sel meksikansk mat frå foodtruck på festivalar på Agder om sommaren. Ei anna UiA-bedrift, Fundo.no AS (som blei til noko før UiA Nyskaping starta med å gi råd), hjelpte til med innsamling av pengar til denne oppstarten. (Skogedal, 2017)

---

<sup>10</sup> Han har denne hausten vore rådgivar for mitt personlege spelprosjekt på UiA Nyskaping.

## **Aquasolis Global AS**

Sosial entreprenør. Privat aksjeselskap.

Registrert 20. oktober 2017. Forretningsadresse i Grimstad.

Paradigme-innovatør (ny idé på nye marknader).

Produserer maskiner som reinsar skittent vatn eller saltvatn. Disse blir selt til bedrifter og organisasjoner. Aquasolis Global skal også drifte maskinene og selje maskinene i land der ein har avgrensa tilgang til drikkevatt. Bedrifta har vekstambisjonar i den grad at dei ønskjer at fleire menneske skal kunne få tilgang på reint vatn, men verkar ikkje å ha formål om profitt. Derfor er dette ein sosial entreprenør.

Nettstaden til selskapet nemnar at dei har lokasjonar i Kristiansand og Bergen i Noreg og i Nainital i India. Språket på desse sidene er dessutan engelsk. Bedrifta er altså internasjonal både når det gjeld marknad og kor dei held til. At det står Kristiansand på nettstaden i staden for Grimstad, kan kome av at medlemmane i prosjektet har rekna med at Grimstad er lite kjent internasjonalt, så derfor har bedrifta sannsynlegvis valt å referere til nærmaste storby der.

Så seint som 27. oktober 2018 deltok Aquasolis i Venture Cup, med presentasjon av gründer Øyvind Egaas Stenberg, så alt tyder på at firmaet er i drift i dag. (Aquasolis Global AS, 2018) (Skogedal, 2018)

## **Evodapt Entertainment**

Vekstorientert entreprenør. Fyrste medieomtale 10. mars 2018. Ikkje registrert i Brønnøysundregistra per 24. november 2018. Ut frå avisartiklar hos Grimstad Adressetidende (GAT) held prosjektet til på UiA-campusen i Grimstad. (Haugen M. , 2018) Idé-innovator (ny spelidé på ein eksisterande internasjonal dataspelmarknad),

Formålet er å utvikle dataspel, som etter planen skal trenge rundt tre års utvikling. Spelet skal innehalde byplanlegging, kamp og rollespelelement og gå føre seg i mellomalderen. Leiar for prosjektet, Kjetil Nyjordet, fortel i den andre omtalen i GAT 20. juli 2018 at det har vore



utfordrande å organisere dei rundt 20 medarbeidarane og at ting har teke lengre tid enn planlagt. (Haugen M. , 2018) (Haugen M. , 2018) <sup>11</sup>

## **Decentralize IT AS**

Registrert 8. februar 2018. Privat aksjeselskap.

Vekstorientert entreprenør. Forretningsadresse i Kristiansand.

Både paradigme-innovatør (nye idéar på ny marknad) og teknologi/idé-innovatør (nye idéar på etablerte marknader).

Deegram, som verkar å vere ei avdeling i selskapet Decentralize IT, utviklar ei løysing for å tene pengar på innhald i sosiale medium. Decentralize IT arbeider med ulike desentraliserte IT-løysingar, som er baserte på blokkjedeteknologi. Med meir generelle ord utviklar bedrifta programvare. Grunnleggjar og dagleg leiar er Robin Moudnib. Han hadde nyleg presentasjon på GründerHub, så firmaet er nok aktivt. (Skogedal, 2018) (Decentralize IT AS, 2018) (Decentralize IT AS, 2018)

## **Droptech AS**

Vekstorientert entreprenør. Privat aksjeselskap.

Registrert 17. oktober 2018. Forretningsadresse i Kristiansand.

Teknologi/idé-innovatør (ny idé for etablert marknad).

Utviklar ny ventilteknologi til innsprøyting av kjemikaliar i oljebrønner. Den skal gjere innsprøytingsraten meir nøyaktig over eit mykje større strøymingsområde enn før, samtidig som strøyminga skal vere uavhengig av varierende trykk og temperatur i oljebrønner. Prosjektet har fått ein million kroner i støtte av Forskningsrådet for utvikling av prototype. I fyrste omgang skal

---

<sup>11</sup> Eg var med som programmarer i dette prosjektet, men trekte meg tilbake frå det då eg visste at eg snart skulle starte i fulltidsjobb og også måtte fokusere på masteroppgåva på fritida. All informasjonen om prosjektet her har støtte frå to artiklar i Grimstad Adresstidende. Eg kan lese desse artiklane fordi eg abonnerer på avisa.

teknologi bli brukt i landbaserte installasjonar, men etter kvart også bli brukt til sjøs. Oljeselskap i Texas skal ha meldt seg frivillig til å prøve ut teknologien.

Selskapet består av to sivilingeniørstudentar, Emil Mühlbrandt Sveen og Jørn Folmar Nilsen, som skal ha kome fram til idéen i samband med studiearbeid. Dei skal ha fått god hjelp frå UiA Nyskaping. Sidan prosjektet blei omtala i media i juni i år og stifta som selskap så seint som i oktober, er dei nok enno i tidleg utviklingsfase, som er naturleg når dei utviklar dyr teknologi. (Eliassen, 2018) <sup>12</sup>

Blant dei 8 kjende oppstartsprosjekta frå UiA Nyskaping har halvparten (4) hovudsakleg eit ideelt formål som sosiale entreprenørar, mens den andre halvparten har som formål å tene pengar. 3 av dei igjen har tydeleg mål om å vekse, mens den eine som er att berre har det som sommarjobb utan synlege mål om å auke verksemda med det fyrste.

Bedriftene verkar ut frå skildringane ovanfor stort sett å vere flinke til å starte i det små, slik moderne entreprenørpraksis anbefaler (Stagars, 2015), og har i dei fleste tilfella lykkast med å gjere det slik, i alle fall førebels. Ein må vente og sjå kven som lykkast i det lange løp.

UiA har tilsynelatande vore god støttespelar for dei studentoppstartane derifrå som har vore ute i media, også til dels før UiA Nyskaping blei oppretta. Ein burde ha fått til intervju med nokre av desse bedriftene for å vite meir sikkert om bidraget frå UiA Nyskaping, som kan vere aktuelt å utføre i framtidig forskning om studententreprenørskap.

### *Spark\* NTNU*

Ein kan som student på NTNU oppleve presentasjonar av rekrutterande oppstartar på Join a Startup Night. Facebook-hendingane nemner i varierende grad kven som blir presenterte der. I haust har dei gått over til å bruke Instagram for desse korte omtalane på nett. Der kan ein lese kort kva for bedrifter som har presentert og kva dei driv med. (Spark\* NTNU, 2018) Dette verkar å vere den viktigaste plattformen for Spark\* NTNU å vise fram til gründerhistoriene sine, både dei som har kome langt og dei som enno er tidleg i oppstarten.

---

<sup>12</sup> Bak betalingsmur. Eg las dette på oppslagsvegg utanfor UiA Nyskaping i Grimstad.

**Tabell 11: Tal på kjende bedriftspresentasjonar på JASUN-arrangementa hos Spark\* NTNU. Det er usikkert om listene på Facebook og Instagram, som desse er baserte på, er fullstendige.**

<i>JASUN-arrangement</i>	<i>Kjende bedriftspresentasjonar</i>	<i>Kor mange bedrifter som har presentert før</i>
Våren 2016	6	0
Hausten 2016	19	1
Våren 2017	19	4
Hausten 2017	9	1
Våren 2018	6	0
Hausten 2018	10	4

**Tabell 12: Hyppigast presenterande/rekrutterande oppstartar på JASUN hos Spark\* NTNU. Denne tabellen inneheld berre bedrifter som har presentert seg minst to gonger. Basert på oppslag frå Spark\* NTNU sin Facebook- og Instagram-konto. Det er mogleg at enkelte bedrifter har presentert på enkelte JASUNs utan å bli nemnt på nett. Datoar for offentleg registrering er henta frå brreg.no.**

<i>Bedrift</i>	<i>Produkt</i>	<i>Registrert</i>	<i>Tal på kjende presentasjonar</i>
Versor AS	Automatisert droneflyging	05.04.2016	3
Wiral AS	Kamerasystem på line/kabel i lufta	15.05.2017	3
Aurora Mornings	Smart vekkeklokke	Firmanamn ukjent	2
Costail AS	Elektrisk hale for cosplayarar	31.05.2018	2
Daycloud AS	Applikasjon som deler bilete med andre deltakarar i eit arrangement	14.11.2016	2
Flowmotion Technologies AS	Stabiliserande stativ for smarttelefon-kamera	11.05.2016	2
Sensero AS	Programvare for straumnett	09.03.2018	2
Technium/Retyre	IKT/maskin, glidelåsdekk-kappe for sykkel	Firmanamn ukjent	2

Tabell 11 og Tabell 12 viser at det er studentbedrifter på NTNU som stadig treng nye medarbeidarar. Ein kan ikkje vite sikkert om desse er i vekst, men dei som fleire gonger er på leiting etter nye medarbeidarar, har sannsynlegvis tru på idéen sin og treng fleire medarbeidarar for å realisere den. Gjennom stadig nye rekrutteringar og samtidig jamn utvikling av produkt, kan dette verke inspirerende for andre. Eg har registrert 8 bedrifter som har presentert seg meir enn ein gong, som ein ser i Tabell 12, men det kan vere mørketal her, sidan det er brå overgangar mellom få og mange kjende presentasjonar, som ein ser i Tabell 11. Det er uvisst om alle bedriftene som er omtala i samband med JASUN på Facebook eller Instagram er absolutt alle bedriftene som faktisk presenterte på tilstellingane. Det kan vere enkelte oppstartsprosjekt som har valt å ikkje bli offentleggjorde på Internett før presentasjonen i salen.

Spark\* NTNU verkar uansett å ha levande historier å fortelje om mange vellykka studentbedrifter på Facebook og Instagram i samband med JASUN-arrangementa, som ein ser i Tabell 11. Det er så mange slike bedrifter at ein NTNU-student lett kan skrive ei omfattande masteroppgåve berre om desse eller eit utval av dei. Eg har valt å ikkje utføre grundig analyse av desse på grunn av mangel på tid til det, men ut frå rask gjennomlesing av omtalar ser det ut til å vere overveldande fleirtal med vekstoriente bedrifter, og mange av dei igjen lagar maskiner eller andre fysiske produkt. Sosialt entreprenørskap er mindre synleg enn det er på UiA. Dei vekstoriente kjende bedriftene på UiA ser meir ut til å satse på programvare enn maskinvare. Sistnemnte verkar å vere utbreidd på NTNU. Dette er noko som framtidige studiar kan forsøke å stadfeste sikrare.

### ***Loftet Studentinkubator (HK)***

Nedst på hovudsida til Loftet på nett er det presentert fem Facebook-videoar i ein serie som heiter «Loftet Stories». Der viser 5 studentbedrifter si historie. Ein av dei er ferdig som student og hjelper no andre studentbedrifter på Loftet med digital marknadsføring, og har altså ei rolle som mentor. Dette minner om dei korte presentasjonane hos JASUN på NTNU, men her kan kven som helst på Internett høyre entreprenørane sjølve fortelje på nettvideoane. Dette kan tenkjast å vere eit godt verkemiddel for å inspirere andre til entreprenørskap. Videoane fungerer

også som reklame for dei ulike bedriftene med nettadresse til verksemda presentert på slutten. Dette er sannsynlegvis god motivasjon for å få dei til å stille opp og fortelje historia si for verda.

### **Ikono AS**

Levebrødsgründer med vekstmål etter kvart. Privat aksjeselskap.

Registrert 26. januar 2016. Forretningsadresse i Oslo.

Applikasjonsinnovatør (etablert produkt, etablert marknad), men gjer kanskje varene lettare å bestille.

Fototenester og sal av foto-utstyr. Gründer og dagleg leiar Mats Taugard Bakken nemner også i videoen at han har eit ENK for foto-opdrag, men det har ikkje eg klara å finne på Internett. Det kan vere at den verksemda er overført i AS-et.

### **BitCave AS**

Sosial og vekstorientert entreprenør. Privat aksjeselskap.

Registrert 7. november 2017. Forretningsadresse i Oslo.

Paradigme-innovatør (nytt produkt på ny marknad).

Ei gruppe med gründerar som skreiv masteroppgåve om si eiga bedrift. Dagleg leiar er Erlend Pilø.

Programmerer ein applikasjon for administrering av ein bukollektiv.

### **CleanCup AS**

Sosial og vekstorientert entreprenør. Privat aksjeselskap.

Registrert 24. januar 2018. Forretningsadresse i Vestby i Akershus. Gründer og dagleg leiar er Lene Elisabeth Eide.

Verkar å vere paradigme-innovatør (nytt produkt på ny marknad), i alle fall i Noreg.

Menstruasjonskopp som kan bli brukt fleire gonger viss den blir reinsa mellom kvar gong.

### **Griffin Consult AS**

Sosial entreprenør. Privat aksjeselskap.

Registrert 21. februar 2018.

Forretningsadresse i Oslo. Gründer og dagleg leiar er Bendik Bruset Ludvigsen.

Paradigme-innovatør (nytt produkt på ny marknad), men også applikasjonsinnovatør eller imitator (etablert produkt på etablert marknad).

Selskapet driv med opplæring i livreddande fyrstehjelp, spesielt for situasjonar der hjelpa frå offentleg redningsetat ikkje kjem fort. Tradisjonelle fyrstehjelpskurs blir også tilbode.

### **Buro Ventures Harald Thorgersen Røine**

Dels levebrødsgründer, dels sosial entreprenør. Enkeltpersonføretak.

Registrert 21. november 2016. Forretningsadresse i Oslo.

Verkar utanfrå å vere hovudsakleg ein imitator, men er kanskje applikasjonsinnovatør.

Videoen er vag om dette faktisk er ein Loftet-oppstart, men mannen bak firmaet, Harald Thorgersen Røine, har vore student på HK, og dette ENK-et er registrert kort tid etter opninga av Loftet, så sannsynlegvis er det eit resultat av Loftet. Videoen omtalar derimot rådgivinga som Høine gir til dei noverande medlemmane på Loftet.

Det verkar å vere sosial entreprenørskap som er det viktigaste for dei fire siste ut frå det som ein ser i videoen, men det er vanskeleg å vere heilt sikker på det. Det er også veldig vanskeleg å vurdere utanfrå kor mykje vellykka entreprenørskap Loftet har bidrege til, men dei har i alle fall desse 5 bedriftene i «Loftet Stories», som verkar å ha klart det bra og har inspirerande historier å fortelje til etterfølgjarane sine.

#### 4.4.6 Type økosystem

No skal vi undersøke nettverksstyrke og ressurstilgangen til dei entreprenørielle økosystema i undersøkinga, og med det forsøke å klassifisere kva slags entreprenørielle økosystem dei ulike studentinkubatorane og medlemmane der er med i. Bidraget frå inkubatorane og samhandlinga dei har med omgivnadene bestemmer i stor grad kva slags økosystem dei og studentbedriftene er i.

Bedriftene har gjerne mål om å vinne så mange marknadsregionar som mogleg, men med få unntak verkar det som om dei konkurrerer lite direkte med kvarandre. På NTNU kan ein i opne kjelder på sosiale medium til dømes sjå minst to bedrifter som begge utviklar dataspel, men ganske ulike dataspel. Det er fleire bedrifter på NTNU som satsar på teknologi for dronar, men for ulike aspekt ved bruk av dronar. (Spark\* NTNU, 2018) (Spark\* NTNU, 2018)<sup>13</sup> Dette er det nærmaste ein kjem konkurranse.

Med unntak av Spark\* NTNU tilbyr ikkje inkubatorane økonomisk støtte, men dei hjelper med å finne fram til kor ein kan søke om støtte eksternt, om det er frå kommunen, regionalt næringsfond, fylkeskommunen, Innovasjon Norge eller Forskingsrådet. På inkubatorane har bedriftene elles rikeleg med tilgang på rådgiving og arbeidslokale. NTNU skil seg berre ut med at det er ein sjølvstendig organisasjon der som tek seg av arbeidslokala, nemleg Gründerbrakka.

Det er enno ganske avgrensa kor stor deltakinga i og interessa for entreprenørskap er på dei ulike institusjonane samanlikna med tal på studentar. Som forklart tidlegare i dette delkapittelet, verkar det som det er få tilgjengelege medarbeidarar for desse. Dette kan auke med tida med

---

<sup>13</sup> Sjå på sidene som linkar på referansesidene fører til.

undervising i entreprenørskap og innovasjon når studentane ser at entreprenørskap er ein karriereveg som det er mogleg å leve av.

Spigel og Harrison har som nemnt ei klassifisering av entreprenørielle økosystem ut frå kor sterkt nettverket er og kor rikholdig det er på ressursar. (Spigel & Harrison, 2017) Ut frå drøftinga om Spigels entreprenørielle økosystem i drøftinga av forskningsspørsmål 2, er nettverket mellom ulike studentbedrifter på same inkubator ganske svakt, men gjerne sterkt med bedrifter og andre aktørar i regionen. Kvar enkelt bedrift i ein studentinkubator kan då reknast med i eit ganske sterkt regionalt entreprenørielt deløkosystem for bransjen den opererer i, som indirekte heng saman med eit større økosystem med ei rekkje nystarta og etablerte bedrifter innanfor tilgrensande bransjar i regionen.

Det er vanskeleg å kategorisere det entreprenørielle økosystemet knytt til ein norsk studentinkubator som svakt eller sterkt ut frå kriteria til Spigel og Harrison. Dei ulike bedriftene der går nemleg oftast kvar sin veg i kvar sin nisjebransje og har meir samarbeid med aktørar utanfor inkubatoren i bransjen sin og offentlege støttetjenester enn dei andre bedriftene som høyrer til på den same inkubatoren. Tilgang på ressursar som arbeidslokale og rådgiving er veldig god, men tilgang på arbeidskraft verkar relativt svak, sidan interessa for entreprenørskap blant studentar enno er relativt lita, samanlikna med tal på studentar. Det treng ikkje nødvendigvis vere noko stort problem for kvar enkelt aktive studentbedrift, sidan det verkar som at dei fleste av desse klarar seg med å vere små team. Unntaket er naturlegvis dei som presenterer seg på JASUN på NTNU. Dei verkar å ha god nok tilgang på arbeidskraft ut frå oppmøtet på JASUN, som er på nærmare 100 deltakarar kvar gong ifølgje Figur 17. Det er framleis lite samanlikna med talet på studentar på NTNU på rundt 34 000.

Eg gir oppgåva vidare til framtidig forskning for meir presis klassifisering, men totalt sett ut frå observasjonane mine verkar det som at norske studentinkubatorar er middels sterke på både nettverksstyrke og ressurstilgang, fordi nettverket verkar ganske sterkt mellom bedrifter på inkubatoren og eksterne aktørar og rådgivarar på inkubatoren, men svakt mellom studentbedrifter på same inkubator. Ressurstilgangen er som nemnt for det meste god, med unntak av arbeidskraft, men det kan hende at bedriftene uansett er frivillig små.



For å summere opp for dette forskningsspørsmålet, så verkar inkubatorane flinke til å gi råd til studentoppstartane om å bygge eksterne nettverk, men slit med å få bedriftene på same inkubator til å samarbeide med kvarandre eller i alle fall knyte kontakt med kvarandre. Det kan kome av at kvar bedrift har sin forretningsnisje og derfor ikkje har behov for å samarbeide med andre bedrifter på same inkubator. Det er sannsynleg at det skjer uformell utveksling av kunnskap om det å starte opp mellom dei ulike studententreprenørane, til dømes når dei møtest i dei felles arbeidslokala på ein heilt vanleg arbeidsdag eller på sosiale tilstellingar. Eg har opplevd det personleg i samband med dei to prosjekta som eg har delteke i sjølv på UiA Nyskaping, men svært lite er nemnt om slik kunnskapsutveksling i svara til spørjeundersøkinga, for det blei eigentleg ikkje spurd direkte etter det der. Dette er derfor idéar som bør undersøkast i framtidige studiar. Elles verkar det generelt utfordrande å få studentar til å engasjere seg for entreprenørskap i det heile teke. Det er relativt få som kjem til dei faglege og sosiale arrangementa som inkubatorane steller til, som oftast er opne for alle studentar, også dei som ikkje får aktiv rettleiing. Moglege verkemiddel kan vere at fag innan entreprenørskap og innovasjon blir tilgjengeleg som (sterkt anbefalte) valfag for fleire studium enn i dag, kanskje allereie i andre eller tredje året for bachelor, slik at fleire blir klar over at eiga bedrift er ein mogleg karriereveg for dei. Det kan vere verdt for UiA Nyskaping og Loftet å vurdere forsøk med Join a Startup Night, men det krev naturlegvis at nok studentbedrifter ønskjer å rekruttere folk gjennom slike tilstellingar.

## 5 Avgrensingar og forslag til framtidig forskning

Det har vore vanskeleg å få med andre studentinkubatorar og rettleiingstenester enn UiA Nyskaping til å samarbeide om oppgåva. Eg har forstått det slik at hjelp frå tilsette til masteroppgåver på heime-institusjonen blir prioritert framfor hjelp til oppgåver som blir skrivne andre plassar i landet. Dette verkar å gjelde spesielt for store universitet.

Sidan alle som har svara på undersøkinga, har gjort det anonymt, har eg ikkje vore i stand til å finne ut så mykje om omstenda rundt bedriftene. Eg kunne naturlegvis ha kontakta alle bedriftene som står nemnt under suksesshistorier, men det ville sannsynlegvis ha gitt eit skeivt bilete av røyndomen, der berre dei vellykka bedriftene fekk kome med sanninga si og i mindre grad dei som ikkje lykkast.

Eg valde å supplere med informasjon frå offentleg kjende bedrifter då det viste seg at dei anonyme svara ikkje strakk heilt til for det tredje forskingsspørsmålet. Den suppleringa kom seint i oppgåveskrivinga. På nettsidene og sosiale medium-sidene til Spark\* NTNU, Loftet Studentinkubator og UiA Nyskaping har eg funne omtale av suksesshistorier og optimistiske framtidsutsikter til ulike medlemsbedrifter, enten som sjølvpromotering av inkubatoren eller i intervju med nettaviser. For framtidig forskning i dette emnet, kan det vere aktuelt å ta kontakt med desse offentleg kjende bedriftene og utføre intervju med dei. Sjølv om desse er oftast solskinshistorier, så kan dei likevel vere interessante å forske på, sidan mange av dei sannsynlegvis har hatt vanskar og utfordringar undervegs.

Andre kan også prøve å finne ut av kor aktive dei ulike bedriftene er eller har vore i rettleiinga på inkubatoren og kven i bedriftene som får den rettleiinga, altså ved å finne ut kor ofte dei har rettleiingstime med studentassistentar og/eller ekstern mentor. Det kunne også vere interessant å finne ut kor nyttig økonomisk støtte og andre støttetjenester faktisk har vore for kvar av studentbedriftene, og kor flinke dei har vore til å utnytte støtta.

Det ville også vere interessant å finne ut meir om kva slags type entreprenørar studentane er, altså om dei gjer det for levebrød, vekst eller sosial samfunnsutvikling. Dette krev intervju for å

vere heilt sikre på det, men mykje kan ein finne ut ved å sjå på omtale av offentleg kjende bedrifter.

Eg vil foreslå at dei som forskar på dette temaet i framtida, konsentrerer seg om heimeuniversitetet sitt eller heimehøgskulen sin, sidan det kan vere vanskeleg, spesielt for studentar på små høgskular og universitet, å få svar frå andre og større universitet. Viss bedrifter er offentleg kjende, kan det vere lettare å kontakte dei direkte, same kva for universitet dei stammar frå.

## 6 Konklusjon

Eg presenterer her igjen dei viktigaste funna frå spørjeundersøkinga for studentbedriftene og den opne informasjonen frå Internett om studentinkubatorane UiA Nyskaping, Loftet Studentinkubator og Spark\* NTNU, og kva som er nyheitsverdien med funna.

### **Kva kjenneteiknar etablering av studentbedrifter?**

Studentbedriftene, som var med i denne undersøkinga, har oftast basert produkta eller tenestene sine på ein eigne idéar frå ein eller fleire av deltakarane sine, men viss ein ser på kva slags bransje dei ulike bedriftene reknar seg heime i, ser ein at forretningsidéen har ein logisk samanheng med kva slags utdanning deltakarane i oppstartane er i ferd med å ta. Idéane til produkta stammar derimot sjeldan frå forskning og studiearbeid. Bedriftene i undersøkinga verkar meir å vere profesjonsretta, der forretningsidéen er basert på kva entreprenørane sjølv ønskjer å gjere i karrieren sin, enn forskingsretta, der ein har ønskje om at forskingsresultat skal bli kommersialisert og nytta i praksis.

Studentoppstartane er oftast små, med vanlegvis 2–3 personar i kvar av dei. Ut frå ambisjonane om å oppnå sal på marknader i fleire land og til slutt heile verda, verkar dei fleste bedriftene i undersøkinga å vere vekstorienterte, men vi finn også nokre som har trekk av sosial entreprenørskap som til dømes to bedrifter på UiA som har hjelpemiddel til undervisning som forretningsidé. Blant dei offentlege kjende bedriftene på UiA verkar det som det er delt på midten mellom sosiale og vekstorienterte entreprenørar, mens på NTNU er det overveldande vekstorienterte entreprenørar blant dei offentlege kjende. Levebrødsgründerar er det tilsynelatande nesten ingen av blant dei undersøkte og offentlege kjende, men dei finst.

Undersøkinga viser at studentbedriftene har ulike planar om kor langt inn i framtida dei ønskjer å lansere produkta eller tenestene sine. Dei som ikkje har lansert produkta sine enno, er delt på midten mellom dei som ønskjer å lansere snart, og dei som har tenkt å gjere det om 2–3 år. Dei fleste studentbedriftene i undersøkinga verkar å ha store og ambisiøse vekstmål for marknad og inntening, noko som er i samsvar med måla til den norske regjeringa sin gründerplan frå 2015 om det skal skapast vekstbedrifter med nye arbeidsplassar. Denne undersøkinga har ikkje

kartlagt veksten til bedriftene som er med fordi det ikkje let seg gjere gjennom ei einskild spørjeundersøking. Til samanlikning startar norske etablerarar generelt oftast i det små og blir ofte verande små med lang levetid.

Det er tydeleg i undersøkinga at mange bedrifter er avhengige av datateknologi, noko som i grunnen verkar sjølvsgt i den noverande digitale tidsalderen, og då er det naturleg at datastudentar er med i mange av bedriftene. Elles ser ein mykje til ingeniørstudentar og dei som studerer økonomi og administrasjon. Bedriftene består som regel av studentar i 20-åra, og mange av dei har deltidsjobb i tillegg til både studium og oppstartsprosjektet. Menn dominerer i representasjon i bedriftene i undersøkinga, der halvparten av bedriftene er reine mannsbedrifter, og dei i den andre halvdelan oftast har ein kvinnedel som er i underkant av 40 % eller mindre.

### **Kva er spesielle kjenneteikn ved entreprenørielle økosystem som er knytte til studentinkubatorar?**

Samanlikna med tal på studentar hos dei ulike utdanningsinstitusjonane i undersøkinga, er tal på oppstartsprosjekt hos dei tilhøyrande inkubatorane ganske små. Ein kan dermed gå ut frå at entreprenørmiljøet blant studentane på utdanningsinstitusjonane i undersøkinga enno er relativt sett ganske lite, samanlikna med det totale talet på studentar. Oppstartsbedriftene på inkubatorane i undersøkinga passar godt inn i modellar for entreprenørielle økosystem, slik dei er skildra høvesvis av Stam og Spigel og av Schwarzkopf. Riktig nok samarbeider svært få av bedriftene i undersøkinga med andre bedrifter på same inkubator. Dei har derimot ofte samarbeid med bedrifter utanfor inkubatoren, både godt etablerte og nyleg oppstarta.

Næringsspesialiseringane til bedriftene er oftast innan informasjon og kommunikasjon, teknikk og undervisning, som har tydeleg samanheng med utdanningane som dei ulike studentdeltakarane i bedriftene driv på med.

Interessa for støtte frå regionale næringsfond blant dei undersøkte studentbedriftene er svært lita, mens Innovasjon Norge og Forskingsrådet er sær populære, som passar godt saman med at mange av bedriftene verkar vekstoriente og i ein god del tilfelle sosiale entreprenørar. Det er

få blant dei undersøkte som har investorar eller tenkjer å skaffe seg det, som kan tyde på at medlemmane i bedrifta ikkje vil miste kontrollen over verksemda si.

### **I kor stor grad bidreg studentinkubatorar til etablering av studentbedrifter, indirekte til oppbygging av entreprenørielt økosystem?**

Alle inkubatorane tilbyr rådgiving, og dei fleste studentoppstartsprosjekta i undersøkinga svarar at dei nyttar dette tilbudet, med unntak av dei fleste som svara på Loftet, der lokale verkar viktigare for respondentane. Gratis lokale er generelt mykje brukt blant dei spurde, med unntak av hos dei spurde på NTNU, der Spark\* ikkje tilbyr eigne lokale til studentbedriftene. På NTNU har ein nettopp fått inkubatorlokale med Gründerbrakka, men dette kom ikkje med i spørjeskjemaet for undersøkinga.

Inkubatorane slit noko med å få folk til å kome på faglege og sosiale arrangement, spesielt på UiA og Loftet. NTNU har gode absolutte tal på deltakarar på sine arrangement, men det er relativt få samanlikna med talet på studentar på universitetet. Sosialt fellesskap mellom entreprenørielle studentar er tilsynelatande ikkje så sterkt i dei ulike studentbyane i undersøkinga, men det kan vere teikn på at inkubatorane/rettleiingstenestene der enno er veldig nye, og dei fleste studentar ikkje har stilt seg om til entreprenørielt tankesett enno. Det at NTNU også fekk inkubatorlokale i vår, kan vere med på å bidra til styrkinga av den sosiale kapitalen og samhaldet der endå meir. Moglege verkemiddel for å få fleire studentar til å prøve seg med entreprenørskap kan vere at fag innan entreprenørskap og innovasjon blir tilgjengeleg som (sterkt anbefalte) valfag for fleire studium enn i dag.

UiA Nyskaping og Loftet har enno få suksesshistorier å vise fram på grunn av ung alder på kvar av inkubatorane, men Spark\* NTNU har nokre fleire å vise fram sidan den har 2–3 års forsprang framfor dei andre med rådgiving. Alle kan bli flinkare til å vise fram suksessane sine offentleg og kan kanskje etter kvart invitere tidlegare inkubatormedlemmar til å presentere seg for dei noverande medlemmane. Det kan vere verdt for UiA Nyskaping og Loftet å vurdere forsøk med arrangement som Join a Startup Night, etter mønsteret til Spark\* NTNU, men det krev naturlegvis at nok studentbedrifter ønskjer å rekruttere folk gjennom slike tilstellingar.

Studentinkubatorane i Noreg verkar å lykkast med oppgåvene sine med rådgiving og knyting av eksterne kontaktar for dei bedriftene som faktisk er aktive medlemmar der. Inkubatorane eller rettleiingstenestene i undersøkinga verkar altså å vere til stor hjelp for etableringa av dei studentbedriftene som faktisk ønskjer å etablere seg med sine eigne forretningsidéar, men desse rådgivingstenestene verkar enno å slite med å verkeleg få dei store studentmassane til å velje entreprenørskap som karriereveg.

Denne studien viser at i entreprenørielle økosystem med studentbedrifter verkar det å vere lite av koplingar mellom oppstartane som held til på den same inkubatoren, i alle fall for bedriftene som var med i undersøkinga, men fleire av dei same studentbedriftene har koplingar til oppstartar og etablerte bedrifter elles i regionen, der inkubatoren held til, eller på fjernare plassar. Her verkar det i ein god del av desse tilfella å vere tale om kunde-leverandør-forhold i den eine eller andre retninga og i nokre tilfelle kanskje også formelle nettverk for utveksling av erfaringar, men meir forskning krevst for å stadfeste dette sikkert. Mange av dei undersøkte bedriftene søker om eller ønskjer å søke om støtte frå dei statlege innovasjonsstøttegivarane Innovasjon Norge og Forskningsrådet, men i liten grad regionale næringsfond, som kan tyde på at idéane deira ofte er av nyskapande og vekstorientert art. Resultata frå den anonyme spørjeundersøkinga saman med medieomtale av dei offentlege kjende suksesshistoriene frå inkubatorane gir altså inntrykk av at kvar av dei ulike studentbedriftene som regel har ein idé som skil seg sterkt ut frå andre idéar på same inkubator, og at dei har som ambisjon å «ta over verda» med markadar for produktet eller idéen sin på lang sikt. Sidan idéane og produkta til dei ulike undersøkte bedriftene går i ulike retningar med kvar sin nisjebransje (stor eller liten), verkar desse bedriftene å ha svært lite behov for å samarbeide med andre studentbedrifter på same inkubator. Tida vil vise om det vil halde fram å vere slik, eller om ulike studentbedrifter, noverande og framtidige, etter kvart kan bli kjent med kvarandre på sosiale arrangement og saman skape synergifordelar med kvarandre gjennom samarbeid og meir utstrekt utveksling av erfaringar, enn det verkar som at dei gjer i dag.

## 7 Referansar

- Achleitner, A.-K. (2018). *Schumpeter-Unternehmer*. Henta oktober 21, 2018 frå Gabler Wirtschaftslexikon: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/schumpeter-unternehmer-52241>
- Adler, P. S., & Kwon, S.-W. (2002, januar). *Social Capital: Prospects for a New Concept*. Henta september 5, 2018 frå JSTOR: [https://www.jstor.org/stable/4134367?sid=primo&origin=crossref&seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/4134367?sid=primo&origin=crossref&seq=1#metadata_info_tab_contents)
- Aquasolis Global AS. (2018). *Aquasolis Global*. Henta november 11, 2018 frå Aquasolis Global: <https://aquasolisglobal.com/>
- Autio, E. (1995). Four types of innovators: a conceptual and empirical study of new, technology-based companies as innovators. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7 (3), ss. 233–248.
- Bakken, J. B. (2016, juni 13). *Mener universitetene spenner ben på gründere*. Henta november 30, 2017 frå Dagens Næringsliv: <https://www.dn.no/teknologi/grunder/mener-universitetene-spenner-ben-pa-grundere/1-1-5664796>
- Bauch. (2004). *Waste in Product Development*.
- Beyhan, B., & Findik, D. (2017, juni 7). *Student and graduate entrepreneurship: ambidextrous universities create more nascent entrepreneurs*. Henta oktober 11, 2018 frå SpringerLink: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-017-9590-z>
- Birch, C., Lichy, J., Mulholland, G., & Kachour, M. (2016, Mars 8). *An enquiry into potential graduate entrepreneurship: Is higher education turning off the pipeline of graduate*



- entrepreneurs?* Henta september 10, 2018 frå ProQuest:  
[https://search.proquest.com/docview/1919433660?rfr\\_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo](https://search.proquest.com/docview/1919433660?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo)
- Bolkesjø, T., & Brun, C. (1998). Entreprenørskap i ulike regionale kontekster. I O. R. Spilling (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (ss. 121–146). Bergen: Fagbokforlaget.
- Brun, C. (1998). Kjønn og entreprenørskap. I O. Spilling, *Entreprenørskap på norsk* (ss. 147–160). Bergen: Kunnskapsforlaget.
- Decentralize IT AS. (2018). *Deegram*. Henta november 11, 2018 frå Deegram:  
<https://www.deegram.com/>
- Decentralize IT AS. (2018). *Om oss*. Henta november 11, 2018 frå Decentralize IT:  
<https://www.decentralize.no/om-oss/>
- Eliassen, V. (2018, april 11). *Emil fra Stokmarknes fikk en million kroner til forskningsprosjekt*. Henta november 19, 2018 frå Vesterålen Online:  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjy376Ioe\\_dAhUQJ1AKHfSCDsMQFjAAegQIAhAB&url=https%3A%2F%2Fwww.vol.no%2Fpluss%2F2018%2F04%2F11%2FEmil-fra-Stokmarknes-fikk-en-million-kroner-til-forskningsprosjekt-164](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjy376Ioe_dAhUQJ1AKHfSCDsMQFjAAegQIAhAB&url=https%3A%2F%2Fwww.vol.no%2Fpluss%2F2018%2F04%2F11%2FEmil-fra-Stokmarknes-fikk-en-million-kroner-til-forskningsprosjekt-164)
- Entrepreneur Europe. (2018). *Business Incubator*. Henta oktober 29, 2018 frå Entrepreneur Europe: <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-incubator>
- FanSaved. (2017). *FanSaved*. Henta november 11, 2018 frå Facebook:  
[https://www.facebook.com/pg/FanSaved/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/FanSaved/about/?ref=page_internal)
- FanSaved. (2017, mai 6). *FanSaved INC*. Henta frå Twitter: <https://twitter.com/fansavedinc>
- FRAM NTNU. (2018). *FRAM NTNU*. Henta oktober 25, 2018 frå FRAM – INNOVASJONSKOLLEKTIVET: <http://framntnu.no>
- Geldhof, G., Porter, T., Weiner, M., Malin, H., Bronk, K., Agans, J., . . . Lerner, R. M. (2014). Understanding entrepreneurial intent in late adolescence: the role of intentional self-regulation and innovation. *Journal of Youth and Adolescence*, Vol. 43 No. 1, ss. 81–91.

- Gnist. (2018). *Gnist - Veiledning for studenter med en idé*. Henta november 24, 2018 frå Facebook: [https://www.facebook.com/pg/gnistuis/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/gnistuis/about/?ref=page_internal)
- Græsli, M. (2017, november 30). *Insentiver for kommersialisering i akademia*. (U. i. Agder, Red.) Henta oktober 11, 2018 frå Brage: <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2491442/BE-501%20Gr%C3%A6sli%20Maiken.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Græsli, M. (2018, september 17). *Medieklipp*. Henta november 11, 2018 frå Universitetet i Agder: <https://www.uia.no/nyskaping/medieklipp>
- Haugen, G. W. (2015, februar 23). *Etterlyser hjelp til gründere*. Henta oktober 26, 2018 frå Vennesla Tidende: <http://www.venneslatidende.no/nyheter/etterlyser-hjelp-til-grundere-1.1348126>
- Haugen, M. (2018, juli 20). *Ser for seg å bruke tre år på å utvikle omfattende dataspill*. Henta november 11, 2018 frå Grimstad Adressetidende: <http://www.gat.no/nyheter/ser-for-seg-a-bruke-tre-ar-pa-a-utvikle-omfattende-dataspill-1.2453269>
- Haugen, M. (2018, mars 10). *Utvikler stort dataspill i nystiftet selskap*. Henta november 11, 2018 frå Grimstad Adressetidende: <http://www.gat.no/nyheter/utvikler-stort-dataspill-i-nystiftet-selskap-1.2275904>
- Høyskolen Kristiania. (2018). *Om oss*. Henta oktober 23, 2018 frå Høyskolen Kristiania: <https://kristiania.no/om-oss>
- Innovasjon Norge. (2018). *Om Innovasjon Norge*. Henta november 24, 2018 frå Innovasjon Norge: <https://www.innovasjon norge.no/no/om-innovasjon-norge/om-oss/omoss/>
- Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* (3. utg.). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Kommunal- og regionaldepartementet. (2009, september 2). *Handlingsplan: Entreprenørskap i utdanningen – fra grunnskole til høyere utdanning 2009–2014*. Henta oktober 26, 2018 frå Regjeringen.no: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/handlingsplan-entreprenorskap-i-utdannin/id575026/>

- Leavy, L., Chapagain, C., & Nguyen, T. (2018). *Entrepreneurial Ecosystem and Social Capital: a Case Study on UiA Nyskaping*. Grimstad: Universitetet i Agder.
- LEO GmbH. (2018). *entrepreneur*. Henta frå LEO (Französisch-Deutsch):  
<https://dict.leo.org/franz%C3%B6sisch-deutsch/entrepreneur>
- LevelUp. (2018). *LevelUp Incubator - University of Stavanger*. Henta oktober 10, 2018 frå Facebook: <https://www.facebook.com/LevelUpIncubator/>
- Loftet Studentinkubator. (2016, september 18). *Loftet Studentikubator*. Henta oktober 24, 2018 frå  
<https://www.facebook.com/loftethk/photos/a.298244233866497/311032939254293/?type=1&theater>
- Loftet Studentinkubator. (2018). *Loftet Studentinkubator – Hendingar*. Henta oktober 18, 2018 frå Facebook: [https://www.facebook.com/pg/loftethk/events/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/loftethk/events/?ref=page_internal)
- Loftet Studentinkubator. (2018). *Om Loftet*. Henta september 15, 2018 frå Loftet:  
<http://loftet.kristiania.no/om-oss/>
- Morris, M. H., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2017). *Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration*. Henta oktober 11, 2018 frå Interscience Publishers: [https://bibsys-uk.userservices.exlibrisgroup.com/view/action/uresolver.do?operation=resolveService&ackage\\_service\\_id=3327685900002209&institutionId=2209&customerId=2200](https://bibsys-uk.userservices.exlibrisgroup.com/view/action/uresolver.do?operation=resolveService&ackage_service_id=3327685900002209&institutionId=2209&customerId=2200)
- Moudnib, R. A. (2018). *Allsidig musikkstudent*. Henta november 11, 2018 frå Universitetet i Agder: <https://www.uia.no/nyskaping/suksesshistorier/allsidig-musikkstudent2>
- Noregs forskingsråd. (2018, mars 9). *Forskningsbasert nyskaping (FORNY2020): Om programmet*. Henta november 24, 2018 frå Forskningsrådet:  
[https://www.forskningsradet.no/prognett-FORNY2020/Om\\_programmet/1253963921817](https://www.forskningsradet.no/prognett-FORNY2020/Om_programmet/1253963921817)
- Noregs forskingsråd. (2018). *Om Noregs forskingsråd*. Henta november 24, 2018 frå Forskningsrådet:  
[https://www.forskningsradet.no/no/Om\\_Forskningsradet/1138650413071](https://www.forskningsradet.no/no/Om_Forskningsradet/1138650413071)

- Norid. (2018). *Domeneoppslag*. Henta november 11, 2018 frå Uninett Norid:  
<https://www.norid.no/no/domeneoppslag/>
- NTNU. (2018, oktober 22). *Fakta om NTNU*. Henta oktober 23, 2018 frå NTNU:  
<https://www.ntnu.no/tall-og-fakta>
- NTNU TTO. (2018). *Pågående prosjekter*. Henta oktober 29, 2018 frå NTNU Technology  
Transfer as: <https://www.ntnutto.no/pagaende-prosjekter/>
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2015, oktober 12). *Enklere å lykkes som gründer:*  
*Regjeringens gründerplan*. Henta oktober 27, 2018 frå regjeringen.no:  
<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/enklere-a-lykkes-som-grunder/id2457490/>
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2015, september). *Gode ideer – fremtidens arbeidsplasser.*  
*Regjeringens gründerplan*. Henta oktober 27, 2018 frå regjeringen.no:  
[https://www.regjeringen.no/contentassets/05f1305cb2a94a379ff48c2f2c60d688/grunderplan\\_2015.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/05f1305cb2a94a379ff48c2f2c60d688/grunderplan_2015.pdf)
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2016, mars 15). *Lanserer presåkorn-ordning: 200 millioner kroner til gründere*. Henta oktober 27, 2018 frå regjeringen.no:  
<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/200-millioner-kroner-til-grundere/id2479908/>
- Om Spark\* NTNU*. (2018). Henta september 15, 2018 frå Spark\* NTNU:  
<https://www.sparkntnu.no/om-spark/#about>
- Oppenheim, B. W. (2011). *Lean for Systems Engineering with Lean Enablers for Systems Engineering*. Hoboken, New Jersey, USA: John Wiley & Sons.
- Regionalforvaltning.no. (2018). *Regionalforvaltning.no*. Henta oktober 26, 2018 frå  
Regionalforvaltning.no: <https://www.regionalforvaltning.no>
- Regionalt Næringsfond Arendal, Froland, Grimstad. (2018). *Regionalt Næringsfond Arendal, Froland, Grimstad*. Henta oktober 26, 2018 frå Regionalforvaltning.no:  
[https://www.regionalforvaltning.no/Startside/Velkommen.aspx?Ordning\\_Id=319&Cookie=0](https://www.regionalforvaltning.no/Startside/Velkommen.aspx?Ordning_Id=319&Cookie=0)

- Regionalt næringsfond Østregionen. (2018). *REGIONALT NÆRINGSFOND FOR ØSTREGIONEN*. Henta oktober 26, 2018 frå Regionalforvaltning.no:  
[https://regionalforvaltning.no/Startside/Velkommen.aspx?Ordning\\_Id=252&Cookie=0](https://regionalforvaltning.no/Startside/Velkommen.aspx?Ordning_Id=252&Cookie=0)
- Reichert, F., & Sundberg, A. M. (2016, juni 29). *Innspill til stortingsmeldingen om kvalitet i høyere utdanning*. Henta november 11, 2018 frå Regjeringen.no, bufra av Google:  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKEwi3hcqsnMzeAhXMFSwKHSIIbcEQFjAEegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fwww.regjeringen.no%2Fcontentassets%2F27c5ad3ca6fa49488d0c90e113f65146%2Fuia.pdf&usg=AOvVaw1fpCdyU62WsXKqFCFtm87o>
- Reichert, K.-H. F., & Heinz, S. K. (2016, januar 28). *Høringssvar fra UiA - Evaluering av virkemiddelapparatet for kommersialisering av offentlig*. Henta november 11, 2018 frå Regjeringen.no (bufra av Google):  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKEwi3hcqsnMzeAhXMFSwKHSIIbcEQFjAEegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fwww.regjeringen.no%2Fcontentassets%2F27c5ad3ca6fa49488d0c90e113f65146%2Fuia.pdf&usg=AOvVaw1fpCdyU62WsXKqFCFtm87o>
- R-Ex Communications AS. (2018). *About*. Henta november 11, 2018 frå R-Ex Communications:  
<https://www.r-excommunications.com/about>
- Ringdal, K. (2001). *Enhet og mangfold. Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Rætta, E. (2017, februar 22). *Redder døende TV-serier med UiAs gründer-hjelp*. Henta november 11, 2018 frå Unikum: <http://www.unikumnett.no/2017/02/redder-doende-tv-serier-med-uias-gru%CC%88nder-hjelp/>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. London: Transaction Books.
- Schumpeter, J. A. (1943). *Capitalism, socialism and democracy*. London: Rootledge.
- Schwarzkopf, C. (2016). *Fostering Innovation and Entrepreneurship*. Henta september 10, 2018 frå SpringerLink: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-13512-6>

- Schøtt, T., Kew, P., & Cheraghi, M. (2015). *Future potential: a GEM perspective on youth entrepreneurship 2015*. Henta oktober 20, 2015 frå Global Entrepreneurship Monitor: [www.gemconsortium.org/report](http://www.gemconsortium.org/report)
- Setesdal Regionråd. (2017, februar 17). *Setesdal Gründer og Samfunnsutvikling*. Henta oktober 25, 2018 frå Setesdal Regionråd: <http://www.setesdal.no/stoenad-til-etablering-av-bedrift.5951306-402030.html>
- Setesdal Regionråd. (2018). *Regionalt næringsfond for Setesdal 2018*. Henta oktober 26, 2018 frå Regionalforvaltning.no: [https://regionalforvaltning.no/Startside/Velkommen.aspx?Ordning\\_Id=1304&Cookie=0](https://regionalforvaltning.no/Startside/Velkommen.aspx?Ordning_Id=1304&Cookie=0)
- Skjeggstad, V. (2018, mai 25). *Utforskning av Mandalsregionens Entreprenørielle Økosystem*. Henta oktober 22, 2018 frå AURA – Agder University Research Archive: <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/2564093>
- Skogedal, M. N. (2017, mai 5). *Starter egen foodtruck - med hjelp fra UiA*. Henta november 11, 2018 frå KRSby: <https://www.krsby.no/nyheter/i/4pVe9/Starter-egen-foodtruck---med-hjelp-fra-UiA>
- Skogedal, M. N. (2018, september 17). *Studentgründere vant med rent vann*. Henta november 11, 2018 frå Universitetet i Agder: <https://www.uia.no/nyheter/studentgruendere-vant-med-rent-vann>
- Spark\* NTNU. (2018). *Spark NTNU – Hendingar*. Henta oktober 18, 2018 frå Facebook: [https://www.facebook.com/pg/sparkntnu/events/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/sparkntnu/events/?ref=page_internal)
- Spark\* NTNU. (2018). *Spark\* NTNU*. Henta oktober 29, 2018 frå Spark\* NTNU: <https://www.sparkntnu.no/>
- Spark\* NTNU. (2018). *Trønderenergi-bidraget – Spark NTNU*. Henta november 4, 2018 frå Spark\* NTNU: <https://www.sparkntnu.no/wp-content/uploads/2018/10/P1-Vilk%C3%A5r-Tr%C3%B8nderenergi-bidraget-Spark-NTNU.pdf>

- Spigel, B. (2015, juni 25). *The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems*. Henta oktober 29, 2018 frå Wiley Online Library:  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/etap.12167>
- Spigel, B., & Harrison, R. (2017). Towards a Process Theory of Entrepreneurial Ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*.
- Spilling, O. R. (1998). Entreprenørskap på norsk/Om entreprenørskap. I O. R. Spilling, & O. R. Spilling (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (ss. 10–44). Bergen, Noreg: Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. (1998). Entreprenørskap, etablerere og nye foretak. I *Entreprenørskap på norsk* (ss. 95–119). Bergen, Noreg: Fagbokforlaget.
- Språkrådet. (2018). *inkubator*. (U. i. Bergen, Redaktør) Henta oktober 3, 2018 frå Bokmålsordboka og Nynorskordboka:  
[https://ordbok.uib.no/perl/ordbok.cgi?OPP=inkubator&ant\\_bokmaal=5&ant\\_nynorsk=5&begge=+&ordbok=begge](https://ordbok.uib.no/perl/ordbok.cgi?OPP=inkubator&ant_bokmaal=5&ant_nynorsk=5&begge=+&ordbok=begge)
- Språkrådet, Universitetet i Bergen. (2018). *entreprenør*. Henta oktober 21, 2018 frå Nynorskordboka:  
[https://ordbok.uib.no/perl/ordbok.cgi?OPP=entrepren%C3%B8r&ant\\_bokmaal=5&ant\\_nynorsk=5&nynorsk=+&ordbok=nynorsk](https://ordbok.uib.no/perl/ordbok.cgi?OPP=entrepren%C3%B8r&ant_bokmaal=5&ant_nynorsk=5&nynorsk=+&ordbok=nynorsk)
- Stagars, M. (2015). *University Startups and Spin-Offs: Guide for Entrepreneurs in Academia*. Henta september 10, 2018 frå SpringerLink:  
<https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-1-4842-0623-2>
- Stam, E., & Spigel, B. (2016, november). Entrepreneurial Ecosystems.
- Svendsen, M. (2018, juli 30). *Gründerbrakka - NTNU: Andrea vil hindre lekkasje av flinke studenter fra Trondheim*. Henta oktober 15, 2018 frå Teknisk Ukeblad:  
<https://www.tu.no/artikler/andrea-vil-hindre-lekkasje-av-flinke-studenter-fra-trondheim/441167>

- Sætre, A. S., Atkinson, O. T., & Ellerås, B. K. (2006). *University Spin-Offs as Technology: A Comparative Study between Norway, Sweden and the United States*. (NTNU, Red.) Henta april 14, 2018 frå NTNU: <http://www.iot.ntnu.no/users/alfstein/spinoff2006.pdf>
- Theodoraki, C., Messhem, K., & Rice, M. P. (2017, august 15). *A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: an explorative study*. Henta september 7, 2018 frå Springer Link: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-017-9924-0>
- UiA Nyskaping. (2018). *For studenter*. Henta oktober 24, 2018 frå Universitetet i Agder: <https://www.uia.no/nyskaping/for-studenter>
- UiA Nyskaping. (2018). *UiA Nyskaping*. Henta oktober 25, 2018 frå Universitetet i Agder: <https://www.uia.no/nyskaping>
- UiA Nyskaping. (2018). *UiA Nyskaping – Hendingar*. Henta oktober 18, 2018 frå Facebook: [https://www.facebook.com/pg/uianyskaping/events/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/uianyskaping/events/?ref=page_internal)
- Universitetet i Agder. (2018). *Om UiAs campuser*. Henta oktober 23, 2018 frå Universitetet i Agder: <https://www.uia.no/studietilbud/livet-rundt-studiene2/om-uia-campuser>
- Universitetet i Agder. (2018). *UiA Nyskaping*. Henta september 15, 2018 frå Universitetet i Agder: <https://www.uia.no/nyskaping>
- Vest-Agder fylkeskommune. (2018). *Tilskudd til regional utvikling*. Henta november 10, 2018 frå Vest-Agder fylkeskommune.
- Westerdals. (2018). *Westerdals*. Henta september 15, 2018 frå Westerdals: <https://www.westerdals.no/>
- Zimmerer, T. W., & Scarborough. (1996). *Entrepreneurship and new venture formation*. Upper Saddle River, N. J.: Prentice-Hall.
- Ørstavik, F. (2018, januar 12). *inkubator – innovasjon*. Henta oktober 29, 2018 frå Store norske leksikon: [https://snl.no/inkubator\\_-\\_innovasjon](https://snl.no/inkubator_-_innovasjon)



## Vedlegg A: Spørjeskjema

Velkommen til undersøkelse om norske student-start-ups!

Jeg studerer industriell økonomi ved Universitetet i Agder og skriver masteroppgave om temaet studententreprenørskap som skal leveres denne høsten. Jeg har fått studentinkubatorer ved fire sørnorske universitet/høgskoler til å videresende dette skjemaet til student-start-up-prosjekta og -bedriftene som de gir råd til nå for tida.

Formålet med undersøkelsen å undersøke internt samarbeid i start-up-prosjekt og samspillet mellom studentinkubator og start-up-prosjekt og hvordan dette bidrar til tilgang på nødvendige ressurser for disse prosjektene og vekst i oppstartsfasen. Dataene som blir samla inn med spørreskjemaet, behandles anonymt.

For å unngå dobbeltbesvarelser er det viktig at det bare blir gjennomført én besvarelse av undersøkelsen fra hvert oppstartsprosjekt eller bedrift. En person med sentral rolle bør derfor svare alene, men vedkommende kan naturligvis kontakte andre i prosjektet for å sjekke fakta hvis det trengs.

Undersøkelsen tar vanligvis mellom 5 og 8 minutter å besvare. Det er mulig å svare enda fortere hvis man kjenner start-up-prosjektet sitt inn og ut.

**Du kan når som helst bruke knappene nedenfor for å navigere deg frem og tilbake i undersøkelsen.**

**Trykk på «neste» for å komme i gang.**

Med vennlig hilsen

Targeir Attestog,

masterstudent i industriell økonomi  
ved Universitetet i Agder

***Bedriften/prosjektet***

Hvor stammer idéen fra? (mulig å velge flere alternativ hvis man ikke svarer «Vet ikke»)

- (1)  Resultat av forskning
- (2)  Resultat av studiearbeid
- (3)  Egen idé fra deltaker(e) i prosjektet
- (4)  Annet: \_\_\_\_\_
- (5)  Vet ikke / Husker ikke

Når ble prosjektet med i studentinkubatoren? (skriv årstall)

\_\_\_\_\_

I hvilket halvår skjedde denne innmeldinga?

- (1)  Vår (januar–juni)
- (2)  Høst (juli–desember)

Hvor mange deltakere har prosjektet/bedriften?

\_\_\_\_\_

Er bedriften formelt stifta og ført inn i enhetsregistreret i Brønnøysund?

- (1)  Ja
- (2)  Nei

Når ble bedriften stifta? (skriv årstall)

\_\_\_\_\_

I hvilket halvår skjedde denne stiftinga?

- (1)  Vår (januar–juni)
- (2)  Høst (juli–desember)

Hvilken selskapsform har den?

- (1)  1. Aksjeselskap (AS)
- (2)  2. Delt ansvar (DA)
- (3)  3. Ansvarlig selskap (ANS)
- (4)  4. Allmennaksjeselskap (ASA)
- (5)  5. Enkeltpersonforetak (ENK)
- (6)  6. Norsk avdeling av utenlandsk foretak (NUF)
- (7)  Annet: \_\_\_\_\_

Innenfor hvilke av disse bransjene kan virksomheten til prosjektet/bedriften plasseres? (mulig å velge flere alternativ)

- (1)  Jordbruk, skogbruk og fiske
- (2)  Bergverksdrift og utvinning
- (3)  Industri / vareproduksjon
- (14)  Bygg og anlegg
- (15)  Varehandel
- (16)  Transport og lagring
- (17)  Overnatting og servering
- (18)  Informasjon og kommunikasjon
- (19)  Finansiering og forsikring
- (21)  Eiendom
- (22)  Teknisk forskning/konsulentvirksomhet
- (23)  Annen forskning/konsulentvirksomhet
- (24)  Undervisning
- (25)  Helse- og sosialtjenester
- (26)  Kultur, underholdning og fritidsaktiviteter
- (27)  Andre tjenester \_\_\_\_\_

***Produkt, tjeneste og marked***

Hva tilbyr eller hva skal bedriften tilby kundene sine?

- (1)  Produkt
- (2)  Tjeneste
- (3)  Kombinasjon av produkt og tjeneste

Hva slags kunder har eller skal start-upen ha?

- (1)  Privatpersoner
- (2)  Bedrifter
- (3)  Begge deler
- (4)  Vet ikke helt ennå

Hvor er markedet, eller hvor vil det være? (mulig å velge flere alternativ)

- (1)  Lokalt
- (2)  Regionalt
- (4)  Norge
- (6)  Europa (eller deler av den verdensdelen)
- (9)  Asia (eller deler av den verdensdelen)
- (10)  Nord-Amerika (eller deler av den verdensdelen)
- (8)  Andre verdensdeler/land: \_\_\_\_\_
- (11)  Hele verden

Hvilke av følgende beskyttelser av produkt/idé tar eller skal dere ta i bruk? (mulig å velge flere alternativ hvis man ikke svarer «Ingen»)

- (1)  Patent
- (2)  Registrert varemerke
- (3)  Registrert design
- (4)  Opphavsretten (åndsverkloven)
- (5)  Hemmelighold
- (6)  Ingen

Er produktet eller tjenesten lansert på markedet?

- (1)  Ja
- (2)  Nei

Når forventer dere lansering av produktet/tjenesten? (skriv årstallet som er mest sannsynlig; skriv «0» hvis dette ennå er helt ukjent)

\_\_\_\_\_

I hvilket halvår forventes lanseringa?

- (1)  Vår (januar–juni)
- (2)  Høst (juli–desember)
- (3)  Vet ikke

Når ble produktet lansert? (skriv årstall)

\_\_\_\_\_

I hvilket halvår skjedde denne lanseringa?

- (1)  Vår (januar–juni)
- (2)  Høst (juli–desember)

### ***Støtte***

Hvem har dere fått økonomisk støtte fra til investeringer i start-up-en eller drift av den? (mulig å velge flere alternativ hvis man ikke svarer «Ingen»)

- (11)  Ingen
- (1)  Universitetet/høgskolen
- (10)  Fond som er knytta til studentinkubatoren
- (5)  Regionalt næringsfond
- (7)  (Inter)kommunalt næringsfond
- (3)  Akseleratorbedrift (privat bedrift som har som formål å investere i start-ups)
- (6)  Business angel(s)
- (8)  Innovasjon Norge
- (9)  Forskningsrådet
- (2)  Kulturfond

(4)  Andre: \_\_\_\_\_

Hvem skal dere søke om økonomisk støtte fra til investeringer i start-up-en eller drift av den i nærmeste framtid? (mulig å velge flere alternativ hvis man ikke svarer «Ingen» eller «Vet ikke ennå»)

(12)  Ingen

(1)  Universitetet/høgskolen

(10)  Fond som er knytta til studentinkubatoren

(5)  Regionalt næringsfond

(7)  (Inter)kommunalt næringsfond

(2)  Kulturfond

(3)  Akseleratorbedrift (privat bedrift som har som formål å investere i start-ups)

(11)  Business angel(s)

(8)  Innovasjon Norge

(9)  Forskningsrådet

(4)  Andre: \_\_\_\_\_

(6)  Vet ikke helt ennå

Hva slags støtte får dere fra studentinkubatoren som dere er med i? (mulig å velge flere alternativ hvis man ikke svarer «Vet ikke»)

(1)  Tildeling av penger

(3)  Rådgivning fra ansatte studentassistenter i inkubatoren



- (2)  Rådgiving fra andre inkubatoransatte
- (4)  Rådgivning fra eksterne mentorer i næringslivet
- (5)  Tilgang til felles lokale (delt med andre studentbedrifter)
- (6)  Eget kontor
- (7)  Lån av arbeidsdatamaskiner
- (8)  Lån av annet teknisk utstyr
- (9)  Bruk av allerede lisensiert programvare
- (10)  Annet: \_\_\_\_\_
- (11)  Vet ikke

### ***Organisering og sammensetning***

Hvilken rolle har du i bedriften? (mulig å velge flere alternativ hvis man ikke svarer «Ennå uklart»)

- (1)  Daglig leder
- (2)  Teknisk leder
- (3)  Økonomiansvarlig
- (4)  Styreleder
- (5)  Medarbeider/deltaker
- (6)  Annet: \_\_\_\_\_
- (7)  Ennå uklart

Hvor ofte møtes deltakerne/medarbeiderne?

- (1)  6–7 ganger i uka
- (2)  4–5 ganger i uka
- (3)  2–3 ganger i uka
- (4)  En gang i uka
- (5)  2–3 ganger i måneden
- (6)  En gang i måneden
- (7)  Sjeldnere (forklar): \_\_\_\_\_
- (8)  Vet ikke

Hvem er med i prosjektet/bedriften av disse gruppene? (mulig å velge flere alternativ)

- (1)  Fulltidsstudenter UTEN annen jobb utenom start-upen
- (9)  Fulltidsstudenter MED annen jobb utenom start-upen
- (2)  Deltidsstudenter UTEN annen jobb utenom start-upen
- (3)  Deltidsstudenter MED annen jobb utenom start-upen
- (4)  Yrkesaktive som har fulltidsjobb utenom start-upen
- (5)  Yrkesaktive som har deltidsjobb utenom start-upen
- (6)  Folk som ellers ville ha vært arbeidsledige
- (7)  Seriegründere

(8)  Annet: \_\_\_\_\_

Hvilke grader arbeider studentene i prosjektet/bedriften med akkurat nå? (mulig å velge flere alternativ)

(1)  Bachelor

(2)  Master

(3)  Doktor

(4)  Årsstudium som ikke direkte fører til grad

(5)  Fri blanding av enkeltfag som ikke direkte fører til grad

(6)  Annet: \_\_\_\_\_

Hvilke typer studier går studentene i bedriften på? (mulig å velge flere alternativ)

(1)  Administrasjon og ledelse

(2)  Datateknologi

(4)  Helse- og sosialfag

(14)  Historie, filosofi og religion

(10)  Idrettsfag

(12)  Ingeniør- og teknologiske fag (utenom datateknologi)

(15)  Økonomi

(16)  Lærerutdanning og pedagogikk

(17)  Media- og kommunikasjonsfag

- (18)  Musikk
- (19)  Realfag og naturvitenskap
- (20)  Samfunnsfag
- (21)  Språk og litteratur
- (22)  Visuelle og sceniske fag
- (23)  Juss
- (13)  Annet: \_\_\_\_\_

Hvilke aldersgrupper er representerte blant deltakerne i prosjektet? (mulig å velge flere alternativ)

- (1)  18–19 år
- (2)  20–24 år
- (3)  25–29 år
- (4)  30–34 år
- (5)  35–39 år
- (6)  40 år og eldre

Hvor stor prosentandel av deltakerne er kvinner?

- (1)  Alle
- (2)  Ingen
- (3)  Andel i %: \_\_\_\_\_

- (4)  Usikker, men minst en kvinne deltar

Hvor stor prosentandel av deltakerne er menn?

- (1)  Alle
- (2)  Ingen
- (3)  Andel i %: \_\_\_\_\_
- (4)  Usikker, men minst en mann deltar

### ***Motivasjon***

Hvordan ble du med i prosjektet?

- (1)  Hadde idéen selv
- (2)  Ble invitert av venn/bekjent som allerede var med
- (3)  Studentinkubatoren satte meg i kontakt med prosjektet
- (4)  Annen måte: \_\_\_\_\_

Hvilke av følgende har du eller andre prosjektdeltakere deltatt i? (mulig å velge flere alternativ hvis man ikke svarer «Ingen»)

- (1)  Studieretning som handler om innovasjon og/eller entreprenørskap
- (2)  Studieretning der innovasjon og/eller entreprenørskap inngår som obligatoriske fag
- (3)  Studieretning der innovasjon og/eller entreprenørskap er tilgjengelige som valgfag

- (4)  Enkeltfag utenom hovedstudiet som handler om innovasjon og/eller  
entreprenørskap
- (5)  Kurs om innovasjon og/eller entreprenørskap som ikke er studiefag
- (6)  Ingen av disse

Hvor mange av deltakerne har vært med i elevbedrift i grunnskolen eller på videregående skole?

- (1)  Alle
- (2)  Ingen
- (5)  Minst én av oss, men vet ikke helt hvor mange
- (3)  Antall: \_\_\_\_\_
- (4)  Vet ikke

### ***Miljø og samarbeid***

Hvor ofte deltok du på faglige arrangement på studentinkubatoren i semesteret som nettopp var  
(altså våren 2018)?

- (1)  Alle som ble arrangert
- (2)  Ingen
- (3)  Antall: \_\_\_\_\_
- (4)  Husker ikke helt, men deltok på minst ett

Samarbeid er her at to eller flere prosjekt/bedrifter jobber sammen for å oppnå felles mål.  
Samarbeider dere med andre studentbedrifter ved samme studentinkubator?

- (1)  Ja
- (2)  Nei

Hva slags samarbeid har dere med andre studentbedrifter ved studentinkubatoren? (mulig å velge flere alternativ)

- (1)  Komplementære produkt eller tjenester, gjensidig samarbeid
- (2)  Vi er underleverandør hos minst en annen studentbedrift
- (3)  En eller flere andre studentbedrifter er underleverandør hos oss
- (4)  Utveksling av erfaringer
- (5)  Annet: \_\_\_\_\_

Samarbeider dere med andre start-up-bedrifter utenfor studentinkubatoren?

- (1)  Ja
- (2)  Nei

Hva slags samarbeid har dere med start-up-bedrifter utenfor studentinkubatoren? (mulig å velge flere alternativ)

- (1)  Komplementære produkt eller tjenester, gjensidig samarbeid
- (2)  Vi er underleverandør hos minst en annen start-up-bedrift
- (3)  En eller flere andre start-up-bedrifter er underleverandør hos oss

- (4)  Utveksling av erfaringer
- (5)  Annet: \_\_\_\_\_

Samarbeider dere med etablerte bedrifter (altså bedrifter som ikke er start-ups)?

- (1)  Ja
- (2)  Nei

Hva slags samarbeid har dere med etablerte bedrifter? (mulig å velge flere alternativ)

- (1)  Komplementære produkt eller tjenester, gjensidig samarbeid
- (2)  Vi er underleverandør hos minst en etablert bedrift
- (3)  En eller flere etablerte bedrifter er underleverandør hos oss
- (4)  Utveksling av erfaringer
- (5)  Annet: \_\_\_\_\_

Har minst en av deltakerne vært med i annen start-up-bedrift før?

- (1)  Ja, i samme inkubatoren som til mitt prosjekt
- (4)  Ja, utenfor inkubatoren til mitt prosjekt
- (5)  Ja, både i og utenfor inkubatoren til mitt prosjekt
- (2)  Nei
- (3)  Vet ikke



Er minst en av deltakerne med i annen start-up-bedrift akkurat nå?

- (1)  Ja, i samme inkubatoren som til mitt prosjekt
- (4)  Ja, utenfor inkubatoren til mitt prosjekt
- (5)  Ja, både i og utenfor inkubatoren til mitt prosjekt
- (2)  Nei
- (3)  Vet ikke

Hvilken av disse studentinkubatorene er start-up-prosjektet/-bedriften deltaker i?

- (1)  UiA Nyskaping
- (2)  Insj UiO
- (3)  Loftet Studentinkubator
- (4)  Spark\* NTNU
- (5)  Annen: \_\_\_\_\_

Takk for alle svarene!

De er lagra.

Hvis du ønsker å bidra til masteroppgaven min med dypere intervju, er du velkommen til å kontakte meg på e-post via **targea08@student.uia.no**.

Med vennlig hilsen

**Targeir Attestog,**

indøk-masterstudent ved  
Universitetet i Agder