

Titel:

Har entreprenörskapet en framtid?
Ett möte med några av dagens och morgondagens entreprenörer.

Författare:

Navid Azadi (831021)

Kurspoäng: 10 poäng

Kursnivå: C-uppsats

Handledare: Dr Lars Ekstrand

Sammanfattning

Uppsatsens titel:	<i>Har entreprenörskapet en framtid? Ett möte med några av dagens och morgondagens entreprenörer.</i>
Seminariedatum:	-
Ämne/Kurs:	Kandidatuppsats, Företagsekonomi, Entreprenörskap 10 poäng
Handledare:	Dr Lars Ekstrand
Författare:	Navid Azadi
Fem nyckelord:	Entreprenörskap, Framtid, Potentiella Marknader, egenskaper.
Syfte:	Hur ser framtidens, morgondagens och dagens entreprenörer på entreprenörskapets framtid samt framtida marknader som spås få en ljus framtid.
Metod:	Författaren har valt att inhämta primärdata genom intervjuer med personer som befinner sig i olika stadier i livet med fokus på entreprenörskap. Detta för att få så bred svarsfrekvens som möjligt. Intervjuerna har gjorts i fokusgrupper. Respondenterna har bestått av entreprenörer, studenter och en organisation.
Teoretiskt Perspektiv:	Den teoretiska referensramen författaren har använt sig av består främst av teoretiskt entreprenörskap, fokusgrupper och handel.
Empiri:	Respondenterna i studien består av studenterna Paulina Larsson (17år), Milion Abraham (27år) och Daniel Håkansson (25år). Entreprenörerna heter Carlos Lopez (29år) och Lennart Frimodig (43år). Therese Sundberg är respondenten från organisationen Drivhuset.
Resultat:	Enligt studien konstaterades att vi är på väg in i en ny era av affärsverksamheter. Mer upplevelse och noggrannare nischning av företagen förväntas. Fler IT-företag spås överta de fysiska butikernas roll i konsumenternas liv samt att vi som människor får nya vanor och förväntningar av de produkterna/tjänster vi inhandlar.

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1 Bakgrund	4
1.2 Syfte	4
1.3 Avgränsning	4
2. Metod.....	5
2.1 Tillvägagångssätt.....	5
2.2 Datainsamling	5
2.2.1 Primärdata	5
2.2.2 Sekundärdata	5
2.3 Validitet & reliabilitet	6
2.4 Analysmetod	6
2.5 Disposition	6
2.5.1 Metod	6
2.5.2 Teori.....	6
2.5.3 Empiri	6
2.5.4 Analys	6
2.6 Metodval & dess för- nackdelar.....	7
2.6 Val av respondenter.....	7
3. Teori	8
3.1 Bakgrund om entreprenörskap.....	8
3.2 Definition Entreprenörskap	8
3.3 Entreprenören	9
3.4 Det nya samhället	10
3.5 Vad hämmar entreprenörskapet?	13
3.5 Entreprenörens egenskaper & Entreprenörskapets framtid	14
3.6 Den Framtida marknaden	14
3.7 Upplevelseekonomi	14
3.8 Detaljhandel.....	15
4. Sammanställning av det empiriska materialet	17
4.1 Definiera en entreprenör eller vad entreprenörskap innebär för dig?.....	18
4.2 Hur skiljer sig framtida entreprenörerna från dagens?	18
4.3 Hur ser du på marknaden idag gentemot för några år sedan? (skillnader du har upplevt).....	19
4.4 Är det lättare eller svårare att vara en entreprenör idag gentemot förr i tiden?.....	20
4.5 Vilka kvalitéer anser du att en framgångsrik entreprenör bör inneha?.....	20
4.6 Vilka branscher tror du kommer att växa mer i framtiden?	21
4.7 Värdering av intervjuerna	22
5. Analys	23
5.1 Synen på entreprenörskap.....	23
6. Slutsats	26
Källförteckning	27
Bilaga 1. Frågor.....	29

1. Inledning

I detta kapitel vill jag skapa en bakgrundsförståelse. Dessa resonemang ska låta läsaren få en bättre förståelse om vår problemformulering samt syfte och de avgränsningar jag har för uppsatsen. Avslutningsvis beskrivs en disposition av upplägget.

1.1 Bakgrund

Har det hänt dig att man blir uttråkad när man sitter stilla i ett färdmedel och inväntar slutdestinationen? Detta hände mig när jag var på väg till Högsbo-bruk med kursdeltagarna från kursen Projektledning vid Högskolan i Gävle. Under den långa och dystra färden började jag smått filosofera om ett ämne jag länge intresserat mig för, nämligen entreprenörskap.

Hur ser entreprenörskapets framtid ut?

Hur hade världen sett ut om man inte hade tillämpat entreprenörskap?

Vilka marknader/branscher kommer växa mer i framtiden?

Vilka produkter och tjänster kommer att säljas bättre imorgon?

Vilka krav ställs på framtidens entreprenörer?

Och så vidare....

Eftersom jag själv alltid haft visionen att bedriva min egen verksamhet blir det lite extra spännande att leta efter sanningen eller trenden om vad framtiden kommer att erbjuda oss alla. Hur kan jag som företagare hitta min "blåa ocean"¹ där min verksamhet kan bli marknadsledande och ha god lönsamhet?

Alla dessa frågeställningar plus min nyfikenhet har bidragit till valet av denna uppsats där jag med hjälp av andra entreprenörer vill närma mig sanningen om frågeställningarna.

"Entreprenörer och småföretagare uppfattas i allt högre grad som viktiga för dynamiken i ekonomin"

(Delmar, F 1997)

1.2 Syfte

Mitt syfte med uppsatsen är att skapa ett teoretiskt och verklighetsbaserat ramverk som ger en inblick om hur framtidens, morgondagens och dagens entreprenörer ser på entreprenörskapets framtid.

1.3 Avgränsning

Entreprenörskap är ett brett ämne som innehåller många fördjupningsområden, därmed har jag valt att avgränsa denna uppsats till frågor berörande entreprenörskapets framtidsutsikter och framtida marknader som spås ha en ljus framtid.

¹ Ett uttryck som används i boken "Blue Ocean Strategy (2005)" skriven av W. Chan Kim and Renée Mauborgne, för att hitta sin egen marknad som råder utan konkurrens.

2. Metod

I metodkapitlet kommer jag beskriva vilka metoder jag har använt mig av till uppsatsen och även beskriva de för- och nackdelar jag har upplevt.

2.1 Tillvägagångssätt

I denna uppsats har jag inhämtat information berörande ämnet entreprenörskap, även annan relevant information för uppsatsens syfte. För inhämtningen har jag använt mig av medel som internet, litteratur från Högskolan i Gävle samt av material från föreläsningar. De respondenter som har intervjuats under uppsatsens gång har valts med tanke på bakgrund, ålder, kön och kultur. Detta har varit en fördel vilket jag har lyckats se likheter och olikheter på respondenternas svar.

2.2 Datainsamling

2.2.1 Primärdata

Det är datan man själv skapar och samlar in, t.ex. genom intervjuer eller enkätundersökningar.

I uppsatsen kommer jag huvudsakligen få inhämta primärdata genom gruppintervjuer. Ordet primära härstammar från det latinska språket och betyder "först".

2.2.2 Sekundärdata

Till skillnad från primärdata är sekundärdata en informationskälla som redan är befintlig. Med detta menas att man använder sig av information som har åstadkommit av andra, t.ex. böcker, tidigare intervjuer och studier osv.

Sekundärdata i detta arbete kommer att bestå av teori från litteraturer och vetenskapliga artiklar.

Det finns fördelar och nackdelar med både primär- och sekundärdata. Fördelen med primärdata är att man får en informationskälla som är trovärdig, aktuell och grundläggande för problemformuleringen. Nackdelen är att det tar längre tid att samla information med denna metodik, det är även viktigt att man har de rätta förutsättningarna inför insamlingen.

I denna studie har intervjuerna utgjorts av primärdata. Informationen som jag har hämtat in genom artiklar och kurslitteratur, som behandlar ämnet entreprenörskap, beskrivs i teorikapitlet och utgör sekundärdata jag har använt mig av.

2.3 Validitet & reliabilitet

Vid uppsatsskrivandet och undersökningarna finns det två begrepp vilket anses vara viktiga, nämligen validitet och reliabilitet.

Med hög validitet menas att författaren har gjort en undersökning som är lämplig för dess syfte. Om denna faktor uppfylls leder detta till att själva undersökningen får en hög validitet, alltså tillförlitlighet. Ett sätt att få hög validitet är att ha klara definitioner av de begrepp man använder sig av. För att få hög validitet har jag i denna uppsats använt mig av kurslitteratur från biblioteket berörande uppsatsen, för närmare information om uppsatsens litteratur ses i källförteckningen. Respondenterna som intervjuades valdes efter bakgrund för att stämma in väl för uppsatsens syfte.

Reliabilitet är undersökningens trovärdighet och med det innebär att man skall kunna upprepa undersökningen med samma metoder bör få ut samma resultat.

2.4 Analysmetod

Utifrån den teoretiska och empiriska delen kommer jag längre fram i uppsatsen analysera materialet och beskriva om verkligheten stämmer överens med uppsatsens syfte.

2.5 Disposition

Nedan beskrivs en översiktlig disposition av uppsatsen.

2.5.1 Metod

I detta kapitel beskriver jag utifrån vilket perspektiv min uppsats har skrivits och de villkor som har medgett mitt val av datainsamling samt tillvägagångssättet för uppsatsens syfte.

2.5.2 Teori

I detta kapitel beskrivs teorin. Den informationen har hämtats från litteratur, internet, vetenskapliga artiklar samt material från föreläsningar.

2.5.3 Empiri

Här presenteras empiriska data jag har tagit del av från de kvalitativa intervjuerna. Intervjuernas svar presenteras utifrån de frågor jag har ställt under olika intervjutillfällen.

2.5.4 Analys

I detta kapitel för jag samman datainsamlingen från teorin, empirin och mina egna funderingar till en analys.

2.6 Metodval & dess för- nackdelar

Som metod i denna uppsats har jag valt att använda mig av gruppintervjuer för att få en bredare skala av idéer med gruppintervjuer, där personerna får utrymmet att diskutera om sina funderingar angående morgondagens entreprenörskap, än att ha individualiserade intervjuer. (Wibeck, V, 2002)

Personligen tycker jag gruppintervjuer medför kvalitativare intervjuer där respondenterna har möjligheten att diskutera med varandra och därmed sker tvåvägskommunikation mellan alla parter.

Intervjuerna gjordes på respondenternas skola eller arbetsplats. Detta för att trovärdigheten enligt Wibeck ökar för att en viss trygghet träder fram, och det kan vara ett hot mot validiteten om gruppintervjun äger rum på en plats där respondenterna känner sig främmande. (Wibeck, V, 2002).

2.6 Val av respondenter

Personerna som valdes för intervjuerna har skiljt sig mycket gentemot varandra. Bland respondenterna hittar vi studenter från gymnasiet, högskolan samt fullfjädrade entreprenörer som bedriver sin verksamhet idag. Jag valde att intervjua folk som befinner sig i olika skeden där jag tror man har ett annat synsätt på livet samt entreprenörskap. Detta ger studien ett brett perspektiv som jag kan utgå ifrån. Jag har därmed valt att dela upp respondenterna i tre olika grupper, se nedan.

Framtidens entreprenörer = Student på gymnasienivå. Intresserad av entreprenörskap och har som ambition att bedriva sin egen verksamhet i framtiden.

Morgondagens entreprenörer = Studenter från Högskolan i Gävle. Personer som efter avslutade studier har i sikte att starta sin egen verksamhet.

Dagens entreprenörer = Företagare i Uppsala. Entreprenörer som idag bedriver sitt bolag med lönsamhet.

Jag har även intervjuat entreprenörskapsorganisationen, Drivhuset i Gävleborg. En organisation som försöker förmedla entreprenörskapets budskap bland studenter och hjälpa dem att starta eget. Jag valde Drivhuset som en utomstående respondent för att få en överskådligare inblick hur en icke vinstdrivande organisation ser på mina frågeställningar.

3. Teori

3.1 Bakgrund om entreprenörskap

Ordet entreprenör härstammar från franskas *entreprendre* (entre, mellan/rum/ *prendre*, ta, använda) med betydelsen att använda eller skapa något. (Henrekson, M. 2007) Enligt nationalencyklopedin innebär entreprenörskap "att genom konkret handling skapa nya affärer". (www.ne.se) Detta menas att en entreprenör är en målmedveten person som drar igång en rörelse med sina aktiva handlingar. Kreativitet och nytänkande är något som symboliserar entreprenörskap. Det kan exempelvis vara att ta en ny idé och tillämpa något som inte har skådats innan, ta något gammalt och implementera något nytt till den som skapar ett nytt värde osv.

Ordet entreprenörskap är svårdefinierat och det är ytterst svårt att sätta ner fingret på den exakta betydelsen. Däremot förknippar man ofta entreprenörskap med ord som gränsbrytare, brobyggare, företagsamhet, nytänkande och kreativitet. Genom historien går det att hitta minst 13 olika definitioner på entreprenörskap. (Henrekson, M. 2007)

3.2 Definition Entreprenörskap

Entreprenörskap definieras olika beroende från person till person, som tidigare sagts förknippar man det med oändligt många ord. Det skrivs om att det finns tre principer på hur man definierar entreprenörskap eller entreprenörer enligt Davidson, P (2003).

1. Av de färdigheter som karakteriserar entreprenörer.
2. Av de processer och förlopp som ingår i entreprenörskap.
3. Av de resultat som entreprenörskap leder till.

De flesta definitionerna som författarna definierar entreprenörskap med brukar innehålla en blandning av dessa tre definitioner.

Exempel på detta är:

"En entreprenör är en person som skapar en ny affär trots de risker och osäkerhet i avsikt att göra vinster och skapa tillväxt genom att identifiera tillfällen och möjligheter och samla ihop de nödvändiga resurserna för att dra fördel av dem. Trots att många människor kommer upp med bra idéer, agerar de flesta inte därefter. Det gör entreprenörer." (Zimmerer och Scarborough, 2002)

Bjerkers uppfattning angående entreprenörer är att entreprenörskap förekommer i många sammanhang och därmed omöjligt att avgränsa de till en specifik karaktär eller område. Entreprenörskap bör därmed specificeras med sitt resultat, med andra ord:

Entreprenörskap = att skapa nytt användarvärde. (Bjerker, 2005)

Bjerker (2005) ser samband mellan orden kreativitet, innovation och entreprenörskap som beskrivs på följande sätt:

1. Kreativitet = att komma fram med nya idéer.
2. Innovation = att tillämpa dessa nya idéer.
3. Entreprenörskap = att komma upp med nya tillämpningar som andra kan använda för att fylla ett behov och/eller motsvara en efterfrågan, befintlig eller skapad.

De flesta entreprenörernas tillämpningar, enligt Bjerker, som tas fram är modifieringar av redan skapade idéer som redan finns tillgängliga. Därmed borde entreprenörerna som modifierar redan funna idéer till sin egen mix kallas för "användarvärde-makare" än en "användarvärde-skapare".

Allt som har med företagsstart att göra som har lyckats etablerats innehåller något slag av entreprenöriellt inslag.

Joseph Schumpeter (1883-1950) är en central gestalt och banerförare inom ämnet entreprenörskap och hans ekonomiska teorier har gett stora bidrag till ekonomisk teori. Schumpeter påstår att entreprenören var faktorn bakom utvecklingen till industriella revolutionen. Han menar att entreprenören genomför nya innovationer samt kombinationer av en redan existerande produkt. (wikipedia.org) Han påstod även att entreprenören i framtiden inte skulle vara betydelsefull för den ekonomiska utvecklingen, utan hävdade att till och med själva förnyelsefunktionen håller på att reduceras till rutin. (Henrekson, M. 2007)

3.3 Entreprenören

I den här delen fokuserar jag på själva entreprenören och dennes egenskaper.

Enligt Niklas Lundblad och Kristina Vejbrink är det viktigt att inte se begreppen entreprenörskap och entreprenör som en och samma. Skillnaden är att handlingarna som realiserar är det som skapar entreprenörskap oavsett om de som är delaktiga är s.k. entreprenörer. (Lundblad & Vejbrink 1998). Med det menas att både de som är entreprenörer och de som inte är kan skapa entreprenörskap.

Däremot finns det ett mönster av karaktärsdrag som finns hos de flesta entreprenörerna och det är t.ex. kreativitet, optimism, envishet, nyfikenhet, nytänkande och hängivenhet. (www.wikipedia.se)

Det har gjorts en koppling mellan barn och entreprenören och om hur deras syn på tillvaron och omgivningen är. I teorin visar det sig vara att en entreprenör ser på tillvaron på samma sätt som ett barn gör menar författaren Bengt Johannisson. Han menar även att en entreprenör såsom ett barn inte har blivit "hjärntvättad" av omgivningen när det gäller hur verkligheten ser ut. När ett barn växer upp lär den sig av allt runt omkring utan att särskilja på fantasi, fiktion och verklighet. På så sätt försvinner fantasiförmågan i utbyte mot absoluta sanningar. (Johannisson, 2005)

Johannisson menar även att denna lärningsprocess är hämmande för egenskapen att kunna se möjligheter i den verkliga världen. Det bästa vore om alla skulle kunna försöka balansera

verklighet kontra fantasi vilket skulle leda till att nya möjligheter uppstår genom nytänkande. När Da Vinci målade helikoptern och menade att det var en flygande maskin ansågs det av många vara en fantasi, senare när sedan bröderna Wright, 1903 för första gången i historiens genomförde en kontrollerad motordriven flygning blev denna fantasi helt plötslig verklighet.

En entreprenör är enligt Johannisson någon som ser möjligheter i en verklighet, alltså någon som lyckats behålla barnet inom sig.

Johannisson beskriver även hur en företagsam människa går över till att bli en entreprenör. Här beskriver han vilka faktorer som är viktiga i sökandet över att bli en entreprenör.

Steg 1: Personen måste ha en brinnande motivation.

Steg 2: Engagemang och ansvar över det personen vill göra.

Steg 3: Innehav av kompetens berörande bransch.

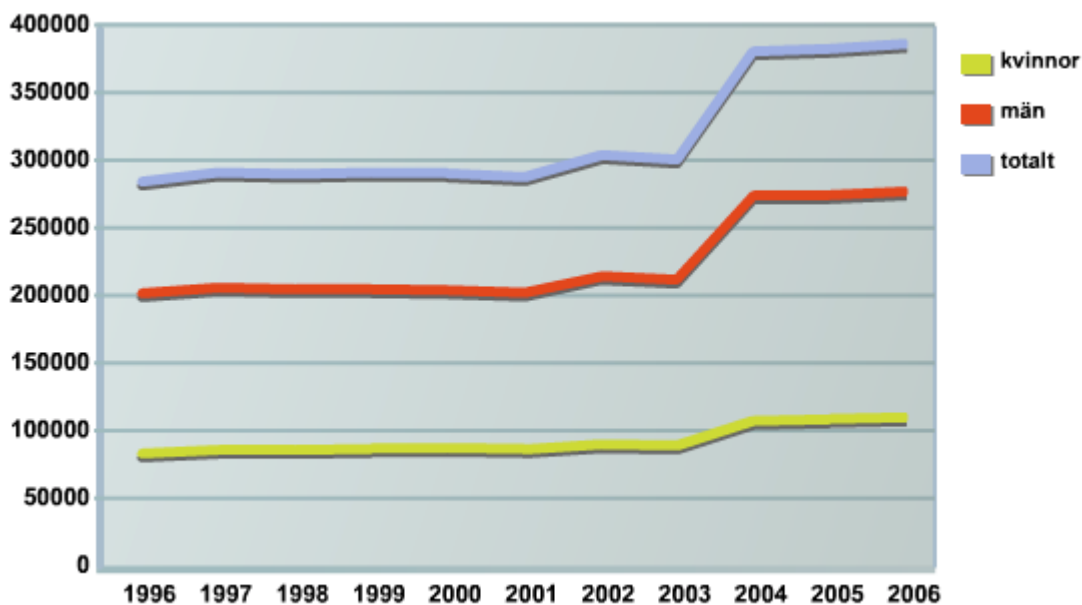
Steg 4: För att sedan avsluta själva entreprenörskapet måste personen utföra en handling av sin vision.

3.4 Det nya samhället

Dagens samhälle är i ständig förändring, det märks inom alla affärsområden samt inom offentliga sektorn. Dagens företagare tänker inte endast på att sälja sin produkt, utan att sälja den med mervärde i varumärkesbyggande syfte vilket i längden bidrar till ökad försäljning. Ett exempel på detta är företag som donerar pengar till olika hjälporganisationer för att skapa sig en positiv image om att företaget tar ett socialt ansvar och därmed stärker sitt varumärke ytterligare gentemot sina konkurrenter. (Halleryd, 2005)

Samhället har utvecklats väldigt mycket det senaste århundradet, speciellt när det gäller svenska entreprenörsframgångar, såsom Erling Persson (Hennes & Mauritz), Ingvar Kamprad (IKEA) och många fler som SKF, ABB, ERICSSON. Det svenska industrisamhället byggdes upp i början på 1900-talet med inhemska innovationer som bidragit till Sverige idag är känt för massor med kända varunamn över hela världen.

Enligt Landström har entreprenörskapet vidareutvecklats i andra områden där avancerad tjänstesektorn har vuxit fram inom IT samt kommunikation. I svenska samhället tycks entreprenörskap fått allt större betydelse där antalet företag har ökat.(Landström, 2005)

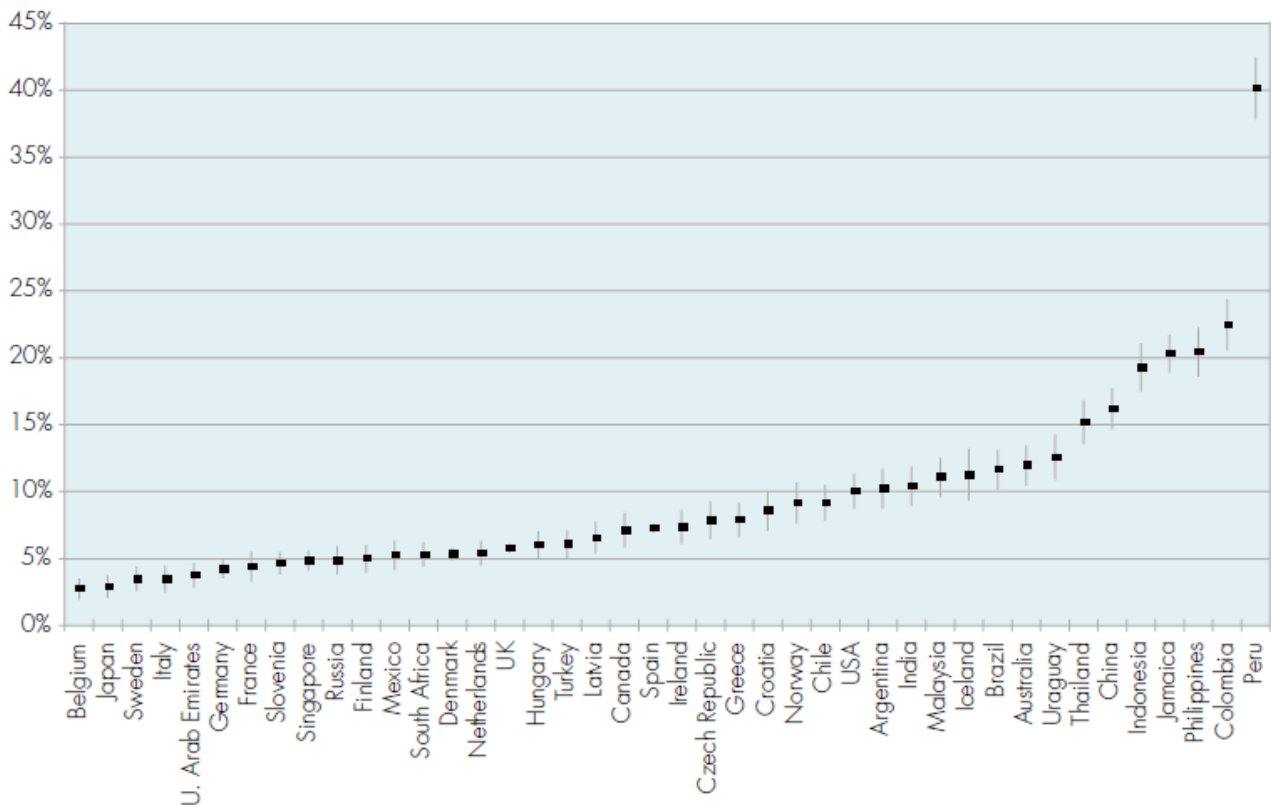


Källa: SCB (RAMS)

Inom IT samt kommunikationsteknologin växer det fram nya industrier där förändringar sker dagligen, exempel på detta är Internetbaserade försäkringsbolag. Produkternas livscykel blir allt kortare och tillgången till ny information ökar genom nya medier såsom Internet fått en allt större betydelse i våra liv. Slutsatsen är enligt Landström att förändringstakten av nya produkter/tjänster i samhället ständigt ökar och att entreprenörskapet sägs få allt större roll i samhällsutvecklingen genom nya produkter och tjänster som vi efterfrågar.

Global Entrepreneurship Monitor (hädanefter GEM) mäter årligen de entreprenöriella aktiviteterna i ett urval av länder. Mätningarna genomfördes första gången 1999 men Sverige var med först år 2000. De "entreprenöriella aktiviteter" som studien är fokuserad kring relaterar till den fraktion av befolkningen som är involverad i ett av två alternativ. Antingen är man i full fart med att starta företag eller så driver man ett företag som är yngre än 42 månader. Sverige har fått en uppseendeväckande dålig placering och varit märkbart sämre än våra nordiska grannar. I 2006 års studie kom Sverige på 40:e plats av 42 möjliga.

(www.gemconsortium.org)



Några egenskaper som Bjerker (2005) tar upp angående vårt nya samhälle är:

- *Kunskap är central:* Vårt nya samhälle har blivit ett kunskapssamhälle där kompetens värdesätts mer och är en nyckelresurs.
- *Affärer har fått nytt innehåll:* Vårt nya samhälle innehåller mer immateriella ting som information, relationer och säkerhet för att implementera nytt värde i affären. Vi har fått ett samhälle där tjänster och service har stora betydelser för dagens ekonomi.
- *IT och andra teknologier spelar avgörande roller:* Informationsteknologin förknippas med nya samhället. Den kunskap samt infrastruktur som ger oss möjligheten att få tag på snabb och nödvändig information och framför allt göra den tillgänglig.
- *Nya former för organisering och arbete:* I nya samhället uppträder nya organisationsformer där hierarkiska och centraliserade strukturer sakta försvinner och allt mer flexibla organisationsstrukturer blir vanligare. Detta menas med att hierarkierna minskas och företagsledarna smälter mer in bland de anställda.
- *Relationer och nätverk:* Får allt större betydelse.. Med hjälp av informationstekniken kan man lättare hålla kontakten samt skapa nya, även nätverksträffar som exempelvis BNI² är åtgärder som entreprenören använder sig för att utöka sitt nätverk. (Peterson, 2005)

² BNI = En gång i veckan träffas företagare världen över för att ge varandra referenser till nya kunder och uppdrag. Deltagarna tillhör olika branscher och utnyttjar nätverket för fler affärer.

3.5 Vad hämmar entreprenörskapet?

Sverige ligger inte som tidigare nämnt enligt GEM högt uppe på företagsetableringar per invånare. Vilka faktorer är det som orsakar detta negativa fenomen?

Enligt Bengt Johannisson (professor inom ekonomi, växjö universitet) menar att endast akademisk kunskap inte räcker till att utveckla entreprenören. Det krävs att man blandar akademiska kunskaper med förväntningar som samhället har, såsom erfarenhet vilket leder till entreprenöriell vetande.

Johannisson menar även att, skall man utbilda framtida entreprenörer som är kreativa och villiga att handla efter sina visioner krävs det att den akademiska utbildningen är uppbyggd på ett kreativt sätt. Ett förslag är att införa flera praktiska moment i utbildningen, något som skulle bryta mot de rutiner som finns i dagens skolning.

Det är viktigt att alla forskare och lärare verkligen ser till att bryta barriärerna som idag finns mellan skolorna och samhället eftersom entreprenörskap är en lång process som fortsätter utanför högskolornas och universitetens väggar. Entreprenörskap sprider sitt värde till samhället genom fler jobb och därmed är det viktigt med en viktig grund i utbildningen av ämnet. (www.esbri.se)

Samhället är också en faktor som kan hämma entreprenörskap och dess utvecklande. Dale Meyer som är professor vid Colorado University och är insatt i entreprenörskapsfrågor menar att utveckla entreprenörskap i ett byråkratiskt samhälle är ytterst svårt. Tyvärr är det så att byråkrati inte går hand i hand med entreprenörskap, menar han.

Dale Meyer är en av dem som försöker utveckla entreprenörskap inte bara genom ord utan också genom handling. Eleverna i hans klass har rätt att tycka till om hur kursen är framtagen och han lyssnar gärna på bättre förbättringar. Bara det enligt honom får eleverna att börja tänka i andra banor och får dem att se möjligheter istället för att gå en kurs där inlärningsprocessen är densamma som de flesta andra kurser.

Däremot finns det ett problem med detta inlärningsätt och det är enligt Meyer att studenter inte vet vad de ska göra med denna nyfunna frihet. Många av hans elever återgår hellre till det traditionella sättet att undervisa då de känner sig trygga med det sättet. (www.esbri.se)

Detta beror på att under hela vuxenlivet har vi fått lära oss om hur verkligheten är och därmed har rutiner präglat vårt levnadssätt. Det tar lång tid att ändra på rutiner som man har haft hela livet, men det är viktigt att det börjar någonstans. Fler människor som Meyer behövs, någon försöker nå sin vision genom handling.

Liksom Johannisson anser Meyer att något måste ske gällande typen av undervisning som föregår i majoriteten av alla skolor.

Lars O Molin menar att förändringar medför rädsla och att den är ett hinder. Mestadels när det gäller stora förändringar som innebär omvälvningar för individen, det skapas en otrygghet vilket resulterar till rädsla. Förändringarna sker ständigt i vårt samhälle och Molin menar att konsekvenserna av de styrande politikernas brist på kunskap om tillväxt inom näringslivet får oss och entreprenörskapet med en föråldrande samhällsstruktur som

skrämmar samhället till passivitet. Kontentan av detta blir att vi fortsätter i ett samhälle som bygger på höga skatter, byråkrati och ineffektivitet. (Molin, 2006)

3.5 Entreprenörens egenskaper & Entreprenörskapets framtid

Enligt boken *Entrepreneurship* kommer några egenskaper fortfarande att vara en viktig plattform för framgång i framtiden; några av dessa är kreativitet, nytänkande, risktagande och självständighet. (Hisrich, R 2006). Författaren beskriver att vi lever i en tid där entreprenörskap finns överallt, skolan, företagen, samhället och statliga institutioner.

Innan dagens lågkonjunktur har vi under en längre period varit i en högkonjunktur som har satt störst avtryck i storstäderna. Stockholm har haft den största tillväxten gällande nystartade företag, en ökning med 3.65% under 2006.(www.foretagarna.se)

Stödet kan t.ex. vara minskade skatter och tillhandahållande av lokaler. Allt för att förenkla för entreprenören. (Hisrich, R 2006)

Exempel på medel som staten har hjälpt till med är svenska arbetsgivarförbundet Svenskt Näringsliv som genom projektet "Steget till Eget" har under vårterminen inspirerat 25 000 gymnasieelever om entreprenörskap. (www.ekuriren.se)

Media spelar även en stor roll i entreprenörskapets framtid, beroende på hur media framhäver entreprenörskapet genomsyrar det generellt vår syn på ämnet. Informeras ämnet om att samhället är i behov av entreprenörskap skulle det enligt Hisrich leda till att fler svenskar skulle stifta bekantskap med ämnet. Även redan i tidig ålder. (Hisrich, R 2006)

Hirsch påpekar att entreprenörskap och nya affärsidéer är något som många stora investerare kommer att efterfråga. Detta behov finns idag och efterfrågan kommer öka i framtiden, vilket är en av orsakerna till att författaren menar framtiden ser ljus ut för entreprenörerna.

3.6 Den Framtida marknaden

Att förutspå framtiden är rent teoretiskt omöjligt. Något som däremot går att göra är att analysera ett sorts mönster genom intervjuer, spekulationer och trender om entreprenörskapets framtid i Sverige.

För att förutse vilka specifika marknader som spås ha en lysande framtid kan det till en början vara klokt att analysera de uppåtgående marknaderna som har bevisats sig vara lönsamma.

3.7 Upplevelseekonomi

Upplevelse definieras på olika sätt, men generellt handlar om att erbjuda sina kunder ett värde i form av upplevelse tillsammans med den tjänst eller produkt.

Enligt författarna James Gilmore och Joseph Pine (Gilmore J, Pine J, 2007) är upplevelseekonomin betydelsefull idag och kommer även ha större betydelse i framtiden. De påstår att bra upplevelseleverantör paketerar sin tjänst eller produkt med så mycket

emotionella värden där det skapas en slags wow uppenbarelse. Liknande kommentarer berörande wow upplevelse kan vara:

Wow vilken fin förpackning!
Wow vilken god glass!
Wow vilket häftigt motorljud!

Dessa wow-upplevelser bidrar till en känsla som skapar ett mervärde för kunden som har innehar produkten eller tjänsten. Det intressanta är hur entreprenörerna paketerar sina produkter/tjänster med så pass mycket värde så vi konsumenter prioriterar värdet av upplevelsen mer än själva huvudsyftet, exempel är designkläder som ger användaren ett unikt värde i form av att den känner sig fin/trendig istället för själva huvudsyftet att värma sig.

3.8 Detaljhandel

Detaljhandel innebär handel där varor kan köpas enskilt, till skillnad från partihandel. Framför allt är den inriktad på konsumenter. Detaljhandel bedrivs oftast från en fast placerad butik men även genom postorder och internet. Säljaren inhandlar sina produkter i stora kvantiteter från grossister eller direkt från tillverkaren för att senare sälja varorna i mindre kvantiteter. Detaljhandeln är slutpunkten i leveranskedjan.(www.wikipedia.se)

Detaljhandeln berör oss dagligen i vår inhandlingsprocess. Det kan röra sig om tandkrämer, mat, alkohol och livsmedel som delas in i genren dagligvaruhandeln. Dessa produkter handlar man oftare. Den andra genren är s.k. sällanköpsvaruhandeln som består av exempelvis kläder, tv, radio, möbler med mera som man inte inhandlar så ofta. (HUI etablerings guide, 2006)

Hur mycket samhället konsumerar dagligvara eller sällanköpsprodukter beror på den konjunktur som råder i Sverige. Sällanköpsvarorna är känsligare mot konjunkturen. Är det högkonjunktur ökar omsättningen medan i lågkonjunktur sjunker konsumtionen. Däremot är inte dagligvarorna lika känsliga mot konjunkturen för att det är produkter som vi behöver för att överleva. Enligt undersökningar visas det att under högkonjunkturen tappar dagligvarorna andelar till sällanköpsvarorna. (Bergström, F. 2005)

Enligt SCB har konsumtionen för detaljhandeln sjunkit. Kan det bero på att vi är på väg in i en djupare lågkonjunktur (www.e24.se) eller har vi som individer etablerat nya vanor och prioriterar att lägga våra pengar på annat?

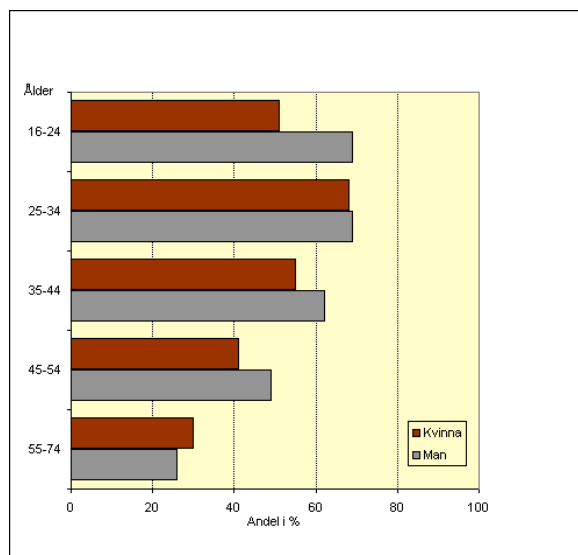
Detaljhandels försäljning

Egentlig detaljhandel. Förändring från föregående år i procent. Fasta priser.



Internetanvändandet har fått en ny innebörd. Internethandeln så kallad E-handel har fått sitt stora genombrott och allt fler företag erbjuder sina produkter över internet. Man kan exempelvis handla mat och få det hemkört (dagligvaruhandel), Hi-Fi produkter, möbler med mera (sällanköpsvaruhandel) eller utföra transaktioner genom banken som befinner sig på internet. Allt detta med få knapptryckningar, en dator, lite ström och IT-kunskap.

E-handeln har ökat enormt och hälften av svenskarna har någon gång använt Internet för att inköpa en vara. Två av tre personer har inhandlat en vara eller tjänst genom internet i åldersgruppen 25-34 år. Det skiljer sig inte så mycket mellan kvinnor och män gällande köpbeteendet på Internet. Det skiljer sig betydligt mer i åldern 16-24 där män inhandlar mer än kvinnor. (www.scb.se)



Källa: SCB 2007

4. Sammanställning av det empiriska materialet

Jag har under uppsatsens resa intervjuat sex personer för att få ett så brett empiriskt material som möjligt. Mina respondenter har valts ut efter bakgrund, kön och ålder. Detta som tidigare nämnts för att se skillnader på respondenternas tankar och funderingar om ämnet entreprenörskap.

Av respondenterna är Paulina den yngsta som studerar första året på gymnasiet. Jag valde att intervju en gymnasieelev för att höra närmare på den nya s.k. "Internetgenerationen" ser på mina frågeställningar. Fördelen med att intervju unga personer är att de ofta skiljer sig med sitt nya sätt att tänka. En nackdel med att intervju yngre personer kan vara att de inte har hittat fokus till hundra procent vad de vill göra senare i livet och därmed kan berätta något som de har intresserat sig av för tillfället.

I jakten att leta efter morgondagens entreprenörer stötte jag på två studievänner vilket passade bra in i kriterierna för att bli intervjuad för denna uppsats. De kriterierna jag efterlyste var att studenter som snart skulle bege sig ut och starta sin egen verksamhet efter avslutade studier. Milion och Daniel studerar på Högskolan i Gävle. Fördelen med att ha intervjuat dessa studenter är den höga trovärdigheten eftersom jag känt de innan och vet vad de vill med livet.

Den sista gruppen av respondenter jag valde att intervju är de fullfjädrade entreprenörerna Carlos och Lennart.

Carlos bedriver idag en dansskola i Uppsala där han lär ut salsa till sina medlemmar. Mitt syfte med denna intervju var att höra hur en entreprenör vars kunder betalar för upplevelser (dans) ser på mina frågeställningar.

Lennart bedriver en vars affärsidé är att erbjuda sina kunder språkkurser. Denna respondent valdes för att verksamheten bedrivs på att skapa ett nytt användarvärde för sina kunder. Genom att lära sig språk.

Jag har även valt att intervju Therese Sundberg från entreprenörskapsorganisationen Drivhuset i Gävleborg. Valet med detta var för att höra hur en person som arbetar med entreprenörskapsfrågor ser på mina frågeställningar. Detta anser jag är en fördel för uppsatsen där svaren är neutrala och trovärdiga eftersom drivhuset arbetar nära med andra institutioner såsom Nutek och näringslivsutskottet.

4.1 Definiera en entreprenör eller vad entreprenörskap innebär för dig?

Våra respondenter är eniga om att entreprenörskap handlar om att förverkliga, sina idéer samtidigt som det blir ens levebröd. Det kan handla om att identifiera möjligheter men även att kunna våga gå utanför ramarna och våga erbjuda något helt nytt för sina potentiella kunder.

Therese påpekar att det finns en skillnad med att vara företagsam och att vara en entreprenör. Entreprenörskap handlar om att våga ta risker utan att tänka på misslyckande, att våga misslyckas för att lyckas. Richard Branson är ett namn som nämndes mycket under intervjuerna. De menar att han representerar en riktig entreprenör genom att aldrig ha besvärats av alla varningssignaler som har uppstått, utan han har alltid följt sina egna idéer till slutet och lyckats med sina visioner.

Lennart menar att det är ett sätt att förverkliga sig själv genom att man vågar följa sina drömmar. Han påstår även att det handlar om frihet.

Ens egna erfarenheter och personliga egenskaper som man använder för att utföra sin vision menar Milion är själva entreprenörskapet. Det handlar inte om resultat eller att nå en viss nivå utan han att man är en entreprenör för sig själv.

Paulina talar om att en entreprenör är någon som kan läsa av och se uppåtkommande trender med stor framtida efterfrågan och efter det anpassa och skapa en produkt eller tjänst som kommer att bli en storsäljare. Detta genom entreprenörens kreativa agerande. Carlos ser det som en process där kunskap tillkommer konstant, "learning by doing", med målet att vara bäst med det man vill erbjuda. Entreprenörskap är att kunna samarbeta med människor och sköta den finansiella delen samtidigt som man är en konfliktlösare med diverse delmål man har satt upp för sin verksamhet. En idé som inte fungerar betyder att man inte är en riktig entreprenör, menar Daniel; oavsett vad det är för idé man innehar. Man kan titulera sig som en entreprenör oavsett om man har lyckats eller inte; själva tanken är det som räknas påstår han.

4.2 Hur skiljer sig framtida entreprenörerna från dagens?

Svaren från våra respondenter varierar lite gällande denna fråga, men de flesta anser att marknaden förändras ständigt och som konsument ställer man ständigt nya krav, därmed tros det att entreprenörerna måste tänka i nya banor för att hitta sin marknad. De flesta är överens om att det är samma egenskaper som speglar dagens och framtidens entreprenörer. Det påpekas även att miljöfrågor kommer att ha en större betydelse i den framtida entreprenörens tillvaro där vi börjar ta till alla möjliga medel för att rädda vår planet.

Carlos menar att förändringen av en mer nischad och konsumentinriktad marknad samt bättre stöd från staden i form av förmåner som framhäver entreprenörskapet leder till att det i framtiden kommer vara enklare att vara en entreprenör. Han har fått intrycket av att fler statliga institutioner som exempelvis skatteverket erbjuder individerna att lära sig mer om företagande. Ökad tillgänglighet av information och utbildning till företagare tror han mynnar ut i att Sverige får fler entreprenörer.

Att vara mångkulturell eller flerspråkig är en klar fördel för den framtida entreprenören, menar Lennart där vi lever i en allt mer global värld och med IT har världen krympt. Därmed påstår han att man måste förstå andra affärskulturer för att göra affärer på nya marknader

”En entreprenör kommer att ha nytta av sin mångfasetterade kulturella bakgrund i en allt mer globaliserad värld.”

– Lennart Frimodig

Nya lagar och stadgar skapar nya marknader menar Therese. Därmed kommer morgondagens entreprenörer snabbare kunna etablera verksamheter som är passande i den nya marknaden som har uppstått efter en förändring. Ett exempel som hon beskrev var internetbaserade försäkringsbolag har etablerats och ersätter sina kunder som bötfälls efter att ha laddat ner filmer/musik över internet. Dessa företag har snabbt etablerats efter att det klubbats om förbud mot nerladdning.

Daniel tror att de framtida entreprenörerna kommer att vara bättre förberedda eftersom de har bättre kunskap om de hjälpmedel som finns idag. De hjälpmedel han menar är bland annat internet vilket erbjuder all nyttig information vilket den yngre generationen har växt upp med medan de äldre har lärt sig om detta på senare tid.

Paulina har en åsikt om att det kommer att finnas fler kvinnliga samt yngre entreprenörer framöver, för att idag är det mer acceptabelt med att ha arbetande kvinnor till skillnad för hundra år sedan, och därmed tror hon det kommer vara ännu mer acceptabelt i framtiden.

4.3 Hur ser du på marknaden idag gentemot för några år sedan? (skillnader du har upplevt)

Respondenterna är enade om att IT är den största skillnaden. Internet har möjliggjort för konsumenterna att bli mer medvetna om själva produkten eller tjänsten, med dagens sökmotorer på internet, ex Google, Yahoo och Msn bidrar till att informationen är lättillgänglig och bara ett klick bort. Therese menar att marknaden idag är mer tjänstebaserad och att det är svårare att särskilja produkter och tjänster. Ett exempel är mobiltelefonerna där du både kan ringa, vilket är kärnprodukten, och även lyssna på musik som skapar ett visst värde för användaren. Nu går vi in i en ekonomisk era där det är viktigt att erbjuda en upplevelse med produkten eller tjänsten.

De flesta respondenter nämner att utbudet av produkter från olika delar av världen har ökat de senaste åren. Nämdes bland annat om japanska designkläder och exotiska delikatesser. Förmodligen beror det på att internationella entreprenörer vill erbjuda sina produkter på den svenska marknaden.

Paulina tar upp att dagens marknad innehåller mer elektronisk utrustning som sträcker sig över bredare en målgrupp, allt från mp3spelare till unga som gamla. Det har blivit mer vanligt med elektronik och tekniken i full fart där man inte längre har möjlighet att hänga med vad som är det senaste.

Kunskap behövs alltid, oavsett i vilken tidsperiod man befinner sig i. Det är en färskvara som man aldrig kan bli mättad av och detsamma gäller alla olika marknader, menar Lennart.

Daniel tror på att vi går in mot en ny era där tjänstemarknaden kommer prioriteras högre än tidigare.

4.4 Är det lättare eller svårare att vara en entreprenör idag gentemot förr i tiden?

Något de flesta respondenter har gemensamt är att de alla anser att det inte är någon väsentlig skillnad med att vara en entreprenör idag gentemot förr i tiden.

Milion och Lennart menar att en sann entreprenör är någon som ser möjligheter oavsett i vilken tidsepok denne lever i, en entreprenör från tidigt 1900-tal skulle kunna identifiera möjligheterna och utföra sina handlingar lika väl som en från idag, oavsett om det fanns statlig hjälp eller inte.

Therese är noga med att påpeka att entreprenörskap handlar om att vara öppen för möjligheten och att brinna för sin vision. Oavsett var man lever kan alla bli entreprenörer på sitt sätt, det handlar bara om att ha viljan att lära sig.

Carlos hade en delad åsikt om frågan. Han menar att förr följde folket jantelagen³ mer och de flesta skulle inte vara olik den andre, nya produkter accepterades inte på samma sätt som idag. Att implementera utländska produkter på den svenska marknaden för 50 år sedan måste ha varit mycket svårare. Antagligen att vi idag är mer öppna för nya koncept. Ett exempel som Carlos tog upp var maträtten Sushi vars ursprungsland är Japan. Hade en entreprenör för 50 år sedan försökt att öppna en Sushirestaurang i Sverige hade han inte fått lika bra respons som idag.

Milion påstår att idag finns det allt fler institutioner och organisationer som får statlig finansiering gentemot förr i tiden, och detta hjälper allmänheten att starta verksamheter och gynna entreprenörskapet i Sverige, därmed borde det vara enklare att implementera sin idé idag.

Daniel finner att entreprenörer idag har det svårare på grund av globaliseringen, vilket leder till fler konkurrenter, samt att marknaden idag är ganska mättad och det idag är svårare att skapa en lyckosam affärsidé.

Paulina tar upp att den yngre generationen kommer med mer kunskap vilket är ett resultat av företagsekonomiska kurser som erbjuds redan under gymnasietiden. Detta gör det lättare för framtidens entreprenörer att få relevant information, men hon tillägger att även om marknaden är svårare att genomtränga idag där vi har allt fler globala aktörer som slåss om marknadsandelarna men tror det ändå är lättare att bli en framgångsrik entreprenör idag med tanke på all tillgänglig information.

4.5 Vilka kvalitéer anser du att en framgångsrik entreprenör bör inneha?

Therese anser att den nödvändigaste egenskapen är att ha tro, verkligen vara övertygad om att den egna idén är bra. Man måste våga ta risker, men man också måste se en realistisk chans att affärsidén är vinstgivande. Allt detta har med att personen i allmänhet måste i viss omfattning inneha ett affärssinne. Hon säger att det är svårt att inneha alla egenskaper som hon anser en entreprenör borde ha. Det finns inget som säger att alla entreprenörer är likadana utan de kan vara och är oftast olika varandra vilket inte spelar roll så länge de har samma mål med att lyckas.

³ Jantelagen = säger att man inte får sticka upp och tro att man är bättre än andra på något sätt.

Therese nämner positiva begrepp som kreativ, problemlösare och att man inte får vara en trygghetsperson om man vill bli en entreprenör.

Carlos tror att personen i fråga måste vara målinriktad, modig och ödmjuk. När det gäller modig menar han att man måste våga misslyckas för att lyckas, dessutom måste man ha viljan att lyckas. En entreprenör måste vara följsam och lyhörd för att på så sätt kunna vara uppdaterad över marknadernas utveckling.

Milion beskriver egenskaper som målmedveten, beslutsam, nytänkande, tålmodig och kreativ som essentiella grundegenskaper för entreprenörer. Det är alltid viktigt att den som vill lyckas alltid är hungrig och aldrig känner sig mätt av sina prestationer. En mätt entreprenör är längre ingen entreprenör. Man måste våga tro på sig själv och att man kan överkomma alla hinder som finns framför en. Det är även viktigt att ha drivkrafter för att fullfölja sin vision till handling. Man måste helt enkelt våga vara en vinnare.

Lennart pratar om att vissa egenskaper är essentiella för att bli en entreprenör. Först och främst måste man vara ihärdig, ordningssam och arbetsam. Personen måste alltid ha båda fötterna på jorden vilket hjälper en att alltid vara fokuserad över det man arbetar med. Han menar även att motgångar är något som drabbar alla de aktiva inom den ekonomiska världen, men man måste kunna använda sina motgångar till att bli starkare och inte låta sig brytas ner. Sist anser Lennart att en entreprenör måste planera sin ekonomi och kunna skilja på sitt eget kapital och företagets. Om man stöter på motgångar så har företaget tillräckligt med kapital för att kunna tackla motgången och på så sätt överlever företaget och entreprenören.

Daniels åsikt är att en entreprenör måste inneha social kompetens för att på så sätt knyta ekonomiskt givande kontakter. Att vara intelligent, kreativ och viljestark är egenskaper som utgör grunden för att bli en entreprenör.

Paulina tar även upp hur viktigt det är med att kunna interagera med andra människor. Dessutom anser hon att han/hon måste vara uppfinningsrik, flexibel, målinriktad och kreativ.

4.6 Vilka branscher tror du kommer att växa mer i framtiden?

Carlos talar om hur globaliseringen kommer att öppna upp en helt ny värld när det gäller utbyte av tjänster. IT-branschen kommer att fortsätta växa och ha mer betydelse i våra liv än förr.

Therese är även inne på tjänstesektorn och att upplevelseekonomin kommer att vara en större del av marknaden, vi konsumenter kommer att bli mer kräsna och ställa högre krav på produkterna eller tjänsterna och vilja få ut mer av dem.

Daniel är inne på teknik och hur den framtida marknaden ligger i tekniken, till exempel dataprogram eller förbättringar av redan befintliga program såsom sökmotorjätten Google som förbättrade sökmotorn och är marknadsledande i sin bransch.

Det finns en tydlig trend av små IT-företag som blir uppköpta av stora företag.

Paulina delar samma åsikt som Daniel gällande IT-marknaden som den mest växande. Hon menar att framtiden ligger i Internet vilket företag kommer att dra nytta av.

4.7 Värdering av intervjuerna

Paulina var den yngsta respondenten vid 17 års ålder som representerar den kategori som jag har valt att kalla för *framtidens entreprenörer*. Det intressanta med Paulina är att hon är från IT-generationen där datorer och IT har varit en del av vardagen från första början. Denna generation har enligt mig ett nytt synsätt på entreprenörskap och dess globala möjligheter.

Morgondagens entreprenörer som jag har valt att intervjua är Milion och Daniel. De representerar den kategorin som lämnar akademiska världen snart och kliver in i den entreprenöriella. Deras tankar och funderingar har varit intressant att följa gällande hur de ser på entreprenörskapet från en akademisk synvinkel.



För gruppen sk *dagens entreprenörer* valde jag att intervjua Carlos och Lennart som vardera innehar sin egen verksamhet. Intressant och lärorikt att ha lyssnat på dessa respondenter, eftersom de innehar erfarenhet och kompetens inom detta ämne, även vet de hur det är att vara företagare idag.

Personligen har det varit lärorikt att lyssna och analyserat samtligas svar och funderingar. Jag anser att skillnaderna kan i vissa frågeställningar inte varit så olika som jag förväntade mig i början, med tanke på åldersskillnad och livssituation.

5. Analys

I detta kapitel kopplar jag samman det empiriska material med de teorier jag har beskrivit i teoridelen och analyserar utifrån det.

5.1 Synen på entreprenörskap

Zimmerer och Scarborough beskriver entreprenörskap som en blandning av färdigheter, processer och resultat. Den slutgiltiga definitionen är:

”En entreprenör är en person som skapar en ny affär trots de risker och osäkerhet i avsikt att tjäna vinster och skapa tillväxt genom att identifiera tillfällen och möjligheter och samla ihop de nödvändiga resurserna för att dra fördel av dem. Trots att många människor kommer upp med bra idéer, agerar de flesta inte därefter. Det gör entreprenörer.” (Zimmerer & Scarborough, 2002)

När det gäller synen på entreprenörskap kan jag se att våra respondenters svar visar att den allmänna definitionen av entreprenörskap mestadels stämmer överens med den teoretiska referensram jag har beskrivit. Det är en självklarhet att entreprenörskap handlar om att identifiera möjligheter och sedan handla efter sin vision, däremot måste det slutgiltiga resultatet vara positivt för att det ska vara sann entreprenörskap. Det finns många personer med drömmar, men få som förverkligar dem.

Det är både fascinerande och intressant hur alla respondenter delade liknande tankar gällande entreprenörskap, detta eftersom jag ändå intervjuade personer som var i olika faser av sitt liv. Om man kan vara det är något som visar att entreprenörskap saknar ålder. Att våga misslyckas för att lyckas är intrycket jag har fått från den yngre generationen redan har börjat tillämpa vilket förutsäger gott för entreprenörskapet i framtiden.

Entreprenörskap definieras på olika sätt av olika personer stämmer, vilket styrks av vår empiri där de intervjuade har svarat olika men sammantaget har de tillsammans beskrivit entreprenörskap på samma sätt som författarna Zimmerer & Scarborough har definierat i teorin.

Att svaren från vår empiriska undersökning angående entreprenörskapets betydelse stämmer överens med teorin tror jag beror på vissa faktorer. Dessa faktorer är undervisningsmetoderna som används inom den akademiska världen samt medias roll i samhället.

Gällande undervisningen anser jag den är en aning enformig för att eleverna får lära sig samma begrepp om och om igen. På så sätt får de samma syn på entreprenörskap. Jag anser det är viktigt att ha förkunskaper om entreprenörskap men samtidigt viktigt att hålla sig uppdaterad om hur marknaden är för dagsläget. En lösning kan vara att skolan innehar föreläsningar, seminarier med utomstående konsulter som till vardags arbetar ute på marknaden. En person som dagligen utsätts för entreprenörskapets utmaningar anser jag vara mer påläst och uppdaterad än en föreläsare. Dock har föreläsaren kunskap och teori

som är viktig att och nyttig att förstå. En kombination av akademiska föreläsningar och externa konsulter från näringslivet tror jag skulle vara det ultimata från akademien oavsett vilken utbildning eller ämne det berör.

Är det inte meningen att entreprenörer ska tänka olika för att på så sätt se möjligheter där andra inte gör det? För att besvara frågan anser jag fler "kreativa miljöer" borde skapas där alla får chansen att utvecklas själva och på så sätt finna sin inre entreprenör, något jag skulle vilja ser mer av. Exempel på detta är att skolan bör anpassa sin miljö med hjälp av stora ytor i form av kafeterior, samlingsplatser, öppna ytor där folk kan samlas och diskutera med varandra, detta tror jag skapar en plats där rutiner bryts och nya broar byggs.

Media är också en orsak till att fler blir medvetna om vad entreprenörskap är, mycket tack vare svenska entreprenörer som bl.a. Ingvar Kamprad, Jan Stenbeck, Erling Persson som genom deras lyckade prestationer fått mycket publicitet, vilket resulterar i att media beskriver entreprenörskap och använder de tidigare nämnda personer som symboler för entreprenörskap, och därmed skapas det förebilder. Vilket jag tror är en viktig faktor för att bli motiverad och våga ta det avgörande steget in till den entreprenöriella världen.

I teorin beskrivs att det ser ljusst ut för de framtida entreprenörerna i Sverige mycket på grund av att staten har insett värdet av entreprenörskap och erbjuder hjälp bl.a. i form av bidrag och utbildningar för att kunna etablera sina idéer till verklighet. Däremot anser jag att hjälpen bara er en liten knuff på vägen till att kunna realisera sin vision. Huvudsaken är den entreprenöriella själen personen innehar och drivs av.

Entreprenörskapet finns enligt teorin överallt bland oss människor i samhället. Analysen visar att den framtida entreprenören skiljer sig väsentligt från dagens på grund av vissa faktorer, dessa visas nedan.

Faktor 1: Enklare att vara och bli även på ett psykologiskt plan en entreprenör i framtiden. De framtida entreprenörerna kommer lättare att söka efter information med hjälp av teknikens utveckling. Det blir mer fokus på entreprenörskap i utbildningen.

Faktor 2: Det kommer att vara en fördel att ha en mångkulturell bakgrund för att globaliseringen ökar ständigt och hela världen blir en alltmer gemensam marknad.

Faktor 3: Kvinnliga entreprenörer kommer etablera fler verksamheter än förr.

Faktor 4: Nya och ändringar av lagar/regler kommer skapa nya marknader för den framtida entreprenören att agera och implementera sina visioner i.

Faktor 5: De framtida entreprenörerna kommer att ha mer kunskap om den modernaste tekniken vilket resulterar i att fler kan hantera de nya teknikerna på bättre sätt. Kunskap om moderna hjälpmedlen kommer att underlätta för entreprenören ytterligare i sitt letande att etablera fler idéer.

Några av de skillnader som jag och respondenterna har lagt märke till är vårt samhälle som har blivit mer mångkulturellt. Folk verkar röra på sig globalt mer än tidigare för nya affärsmöjligheter. Detta tror jag kommer att vara till stor fördel för de framtida

entreprenörerna som har en mångkulturell bakgrund och som bor i Sverige. Även att fler företag kommer prioritera mångfald bland sina anställda eftersom många svenska företag etableras i nya länder och det underlättar för dem med kommunikationen om de har personal som förstår värderingarna och språket. Den svenska befolkningen kommer i min uppfattning att bli ännu mer öppensinnad för nya språk samt kulturer, därmed tror jag det kommer underlätta och öka chansen för att implementera sina affärsidéer i marknader utanför Sveriges gränser.

Angående entreprenörens egenskaper går det inte hitta några direkta skillnader i teorin eller empirin. Det som beskrivs och sägs är att inneha glöden, drivet samt tro på sin idé. Min analys av detta är att man aldrig kan sätta fingret på och säga entreprenören skall inneha en viss egenskap, däremot kan man hitta ett generellt mönster bland morgondagens entreprenörer och dagens där alla innehar en vision och vilja om att etablera eller förändra något.

Som jag tidigare nämnt i teorin så lever vi i ett förändringsamhälle där våra gamla mönster ändras ständigt och vi tar till oss nya saker dagligen. Bland annat har tekniken haft en större inverkan i våra liv som underlättar och effektiviserar vårt sätt att leva idag på många olika sätt. Respondenterna är eniga om att framtidens entreprenörer ska ha god kunskap om teknik. Detta för att snabbt kunna ta till dig information till sin fördel. Tekniken kommer med stor sannolikhet ha större betydelse i våra liv.

Men hur ser den framtida marknaden ut och vilka branscher kommer att växa?

De framtida marknaderna är rent utav omöjliga att förutspå. Det enda jag kan göra är att ha vissa antaganden och analyser om hur framtiden möjligen kan se ut och vilka som är på uppgång. Jag har tidigare i teorin beskrivit om tydliga mönster om bl.a. upplevelseekonomin är ett område som blir allt vanligare för oss konsumenter, flesta av våra respondenter tror att den framtida marknaden kommer att erbjuda mer specialanpassade tjänster samt produkter med ett unikt värde som blir till en upplevelse. Med detta menas att vi konsumenter lättare kan hitta en produkt/tjänst som passar våra behov väl.

I stort sätt har alla våra respondenter enats om att IT och tjänstebanschen är framtidens marknader som kommer att fortsätta växa. Det anser jag stämmer väl överens med vad som beskrivs i teorin.

Genom användarvänlig teknik som får en allt större del av våra liv använder vi oss mer av IT-baserade tjänster för att tillfredställa våra behov.

IT-handeln, även kallad E-handel, ökar ständigt där enligt teorin har detaljhandeln haft en nedgång pga vi handlar mindre direkt från butik. Min analys av detta är att allt fler konsumenter blir mer benägna om att inhandla sina produkter från virtuella butiker på Internet. Därför tror jag starkt på E-handeln, som kommer att konkurrera ut de fysiska aktörerna när det gäller sällanköpsvaruhandeln. Detta för att slutpriset blir billigare där virtuella butikerna undgår större personalkostnader och butikshyror och därmed kan erbjuda ett lägre pris. Som konsument tror jag vi endast kommer besöka fysiska butiker när det gäller produkter vi använder dagligen eller vid akuta fall av sällanköpsprodukter.

6. Slutsats

Entreprenörskap innebär att identifiera ett problem, ha en dröm, ett mål som man strävar efter att realisera. Många kan drömma men få som förverkligar dessa.

Definitionen av entreprenörskap anser jag i denna studie ha beskrivits som den samma oberoende ålder, kön eller situation i livet. Detta har fascinerat mig väldigt mycket, eftersom ämnet entreprenörskap generellt är svårdefinierat.

Studierutinen vi använder oss av i Sverige anses enligt mina respondenter och mig själv vara hämmande för de blivande entreprenörernas utveckling. Fler öppna och kreativa miljöer där människor kan socialisera och lättare utbyta information med varandra kan vara en alternativ lösning till att få allt mer kreativitet i skolor. För att få en bättre kunskap om entreprenörskap borde skolor och lärare som berör ämnet inneha verklighetsbaserade seminarier eller utomstående föreläsare som berättar och lär om hur det fungerar ute i "verkligheten". Med detta anser vi studenterna kan få en mer realiserad bild av hur det ser ut på marknaden och lättare kan agera när det är dags för de blivande entreprenörerna att implementera sina visioner.

Angående entreprenörskapets framtid spås den ha en ljus framtid. Faktorer som teknikens utveckling samt fler lärosäten som väljer entreprenörskap i sina kurspaket tror jag kommer att bidra till att man lättare kan identifiera möjligheter och därmed implementera sitt entreprenöriella tankesätt. Det tros därmed lättare att vara en entreprenör i framtiden än idag. Däremot måste personen inneha vissa entreprenöriella egenskaper. Vårt samhälle är under ständig förändring vilket Sverige kommer att få en allt mer mångkulturellt affärsklimat med fler entreprenöriella kvinnor.

Nya marknader uppstår genom många olika faktorer som exempelvis lagförändringar inom IT, där nya bolag uppstår, nya köpbeteenden vilket öppnar upp för många entreprenörer att implementera nya visioner. Nischade verksamheter är på uppgång vilket förser sin målgrupp allt mer anpassade produkter/tjänster vilket resulterar till en upplevelse. Detaljhandeln kommer att få en ny skepnad, mycket pga vårt ändrade beteende samt tekniken som skapar nya möjligheter inom detaljhandeln. Den övergripliga skillnaden är som tidigare nämnt Internets påverkan i våra liv vilket jag tror kommer få allt större roll både i privata samt arbetsrelaterade situationer.

Källförteckning

Litteratur

- Bergström, F. (2005) *Kampen om köpkraften, handeln i framtiden*. sid.21
Handelns utredningsinstitution och Supermarket Forma Publishing Group, Västerås
- Bjerker, B. (2005) *Förklara eller förstå entreprenörskap*, sid. 30. Studentlitteratur
- Delmar, F. (1997) *Entreprenörskapets psykologi*, Furulund Alhambra. sid 7-9
- Henrekson, M. (2007) *Entreprenörskap*, sid 22. SNS Förlag
- Hirsh, R. (2006) *Entrepreneurship*. sid 19. McGraw-Hill Higher Education.
- HUI. (2006) *Handeln i Sverige, etableringsguide..* sid. 7-8. Handelns utredningsinstitution och Supermarket Forma Publishing Group, Västerås
- Gilmore J, Pine J. (2007) *Authenticity: What Consumers Really Want*, Harvard Business School Press. Sid 130-132
- Johannisson, B. (2005). *Entreprenörskapets väsen*, sid 88-90. Studentlitteratur.
- Landström, H. (2005) *Entreprenörskapets Rötter*, sid 11. Studentlitteratur.
- Lundblad, N & Vejbrink K. (1998) *I huvudet på en skapare*, Rapport. Sid 17 IPF-rapport nr 39.
- Molin, L. (2006) *Idéer om tillväxt: så skapas morgondagens välfärd*. Sid 108. Förlag: Sellin & partner bok och idé
- Peterson, M. (2005) *Framtidsbygget: om entreprenörskapets växtkraft*. sid 69. Nerthus förlag.
- Zimmerer, T och Scarborough, N. (2002) *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. sid 4. Prentice Hall
- Wibeck, V. (2002) *Fokusgrupper: om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod* s. 39 - 121. Studentlitteratur.

Internet

Entrepreneurship and Small Business Research Institute:

http://www.esbri.se/referat_jagsa_b.asp?id=52

Eskilstuna Kuriren:

http://www.ekuriren.se/hermes/article/EK_19980605_26_1_6.html

E24:

http://www.e24.se/samhallsekonomi/sverige/artikel_563241.e24

Företagarna:

http://www.foretagarna.se/sverige/newspage____96841.aspx

Global Entrepreneurship Monitor

http://www.gemconsortium.org/download/1221077289134/GEM_2006_Global_Results_Summary_V2.pdf

Nationalencyklopedin:

http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=163135&i_history=1

Statistiska centralbyrån:

http://www.scb.se/templates/pressinfo____112584.asp

Wikipedia:

http://sv.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter

<http://sv.wikipedia.org/wiki/Detaljhandel>

Föreläsning

Halleryd, Ulf (20050309) *Marknadsföring A*, Högskolan i Gävle.

Bilaga 1. Frågor

- ✓ Definiera en entreprenör eller vad entreprenörskap innebär för dig?
- ✓ Hur skiljer sig framtida entreprenörerna från dagens?
- ✓ Hur ser du på marknaden idag gentemot för några år sedan? (skillnader du har upplevt)
- ✓ Är det lättare eller svårare att vara en entreprenör idag gentemot förr i tiden?
- ✓ Vilka kvalitéer anser du att en framgångsrik entreprenör bör inneha?
- ✓ Vilka branscher tror du kommer att växa mer i framtiden?