



Findes der en formel for entreprenørskab?

Af Jesper Nørskov & Lisa Krag Nygaard, Erhvervsakademi Aarhus

En ny undersøgelse fra Erhvervsakademi Aarhus viser, at de studerende, der arbejder målrettet med innovation og entreprenørskab i undervisningen, i højere grad arbejder med egne idéer og projekter efter endt studie. Derfor er der en større sandsynlighed for, at de bliver iværksættere.

Uddannelse med speciale i iværksætteri

Kompetencer inden for innovation og entreprenørskab er helt essentielle for at sikre Danmarks fremtidige konkurrenceevne. Derfor ønsker regeringen, at flere uddannelser understøtter de studerende i at omsætte idéer til værdi. Undersøgelser fra Fonden for Entrepreneurskab viser, at der er flere fordele ved at inddrage innovation og entreprenørskab i uddannelserne. De peger blandt andet på, at de studerende får større lyst til at blive iværksættere, at der er flere, der starter egen virksomhed, og at det giver dem evnerne til at handle entrepreneurielt².

Siden 2003 har Erhvervsakademi Aarhus tilbudt studerende på markedsføringsøkonomuddannelsen at specialisere sig i iværksætteri – den såkaldte iværksætterlinje. Det særlige ved iværksætterlinjen er, at de studerende både selv skal ud og aktivt opsøge erhvervslivet og samtidig arbejde med egne iværksætter-idéer. Erhvervsakademi Aarhus har nu indhentet informationer fra tidligere studerende for at finde svar på, om studerende fra iværksætteruddannelsen i højere grad anvender de innovative og entreprenante kompetencer i deres nuværende job eller som iværksættere.

Om undersøgelsen

Konklusionerne kommer fra en spørgeskemaundersøgelse blandt studerende fra den almindelige markedsføringsøkonomuddannelse og iværksætterlinjen. 159 tidligere studerende har besvaret spørgeskemaet, hvoraf 41 % er dimittender fra den almindelige markedsføringsøkonomuddannelse og 59 % fra iværksætterlinjen. Alle studerende er dimitteret fra erhvervsakademiet mellem 2007 og 2014.

Udvalgte resultater fra undersøgelsen

Blandt tidligere studerende fra iværksætterlinjen viser undersøgelsen, at 12 % af respondenterne, inden for det første år efter endt uddannelse, har arbejdet med egen virksomhed eller projekt. Ingen af de adspurgte personer fra den almindelige markedsføringsøkonomuddannelse har arbejdet med egen virksomhed eller egne projekter inden for det første år efter endt uddannelse.

I forlængelse af dette viser undersøgelsen også, at 38 % af respondenterne fra iværksætterlinjen har været stifter af eller partner i en virksomhed efter afsluttet uddannelse mod 15 % fra den almindelige markedsføringsøkonomuddannelse.

¹ www.ufm.dk

² www.ffe-ye.dk

Undersøgelsen peger også på, at studerende fra iværksætterlinjen bedre kan se sig selv som iværksættere. Til spørgsmålet om 'hvor ser du dig selv om 5 år?', vælger 8 % af respondenterne fra den almindelige markedsføringsøkonomuddannelse 'Selvstændig eller med i en start-up-virksomhed', mens tallet for respondenterne fra iværksætterlinjen er 35 %. For at illustrere forskellene mellem de iværksætterlinjen og den almindelige markedsføringsøkonomuddannelse, er resultaterne resumeret i tabellen:

	Iværksætterlinjen	Almindelig markedsføringsøkonom
Arbejder med egen virksomhed eller projekt første år efter endt uddannelse	12 %	0 %
Været stifter af eller partner i en virksomhed efter endt uddannelse	38 %	15 %
Ser sig selv som selvstændig eller med i en start-up inden for de næste 5 år	35 %	8 %

Der er udsendt 426 spørgeskemaer, hvoraf de 159 er besvaret. Det giver en svarprocent på 37,3 %.

Opsummerende viser resultaterne en tendens til, at studerende fra iværksætterlinjen på flere områder anvender deres entreprenurielle kompetencer efter endt studie. Resultaterne peger også på, at relativt flere studerende fra iværksætterlinjen rent faktisk ender som iværksættere og bedre kan se sig selv som iværksættere. Det betyder, at studerende, der i højere grad får kompetencer inden for innovation og entreprenørskab, oftere ender som iværksættere.

Kan vi uddanne iværksættere?

Undersøgelsen viser, at blandt de studerende, der arbejder med innovation og entreprenørskab i undervisningen, udklækkes et større antal iværksættere. Et væsentligt spørgsmål er, om dette skyldes medfødte karaktertræk hos de studerende eller tillærte færdigheder og kompetencer. Måske har studerede fra iværksætterlinjen inden studiestart allerede gjort sig tanker om iværksætteri som levevej. Derfor er idéen om at blive iværksætter ikke nødvendigvis opstået på Erhvervsakademi Aarhus.

Resultaterne peger imidlertid på, at det er lykkedes for Erhvervsakademi Aarhus at give de studerende det rette entreprenurielle mind-set til at blive iværksætter. Samtidig får de den nødvendige og konkrete mulighed for at starte egen virksomhed under studiet. Erhvervsakademi Aarhus vil i forlængelse af denne undersøgelse undersøge nærmere, hvad der gør, at nogle studerende bliver iværksættere, og andre ikke gør. Nærmere bestemt, kan der findes en formel for entreprenørskab?

Kilder

Moberg, Kåre et al. (2014): *Effektmåling af entreprenørskabs-undervisning i Danmark 2014*. Fonden for Entreprenørskab. Kan findes online på: <http://www.ffe-ye.dk/videncenter/kortlaegning-effektmaaling/effektmaaling>. Besøgt sidst 16.09.2016.

ffe-ye.dk - <http://www.ffe-ye.dk/fonden/nyheder/nyheder/entreprenoerskab-og-ivaerksaetteri-er-ikke-praeciseret-i-finanslovsforslag>. Besøgt sidst 16.09.2016.

ffe-ye.dk - <http://www.ffe-ye.dk/videncenter/entreprenoerskabs-undervisning/om-entreprenoerskab-i-undervisningen>. Besøgt sidst 16.09.2016.

Ufm.dk - <http://ufm.dk/forskning-og-innovation/samspil-mellem-viden-og-innovation/uddannelse-i-ivaerksaetteri-og-entreprenorskab>. Senest opdateret 2 juni 2014. Besøgt sidst 16.09.2016.

Om Erhvervsakademi Aarhus

Erhvervsakademi Aarhus (EAAA) tilbyder praksisnære videregående uddannelser. EAAA er et af Danmarks største erhvervsakademier med mere end 4.200 fuldtidsstuderende, 3.400 deltidsstuderende og 400 ansatte. Uddannelserne er inden for finans, innovation, it, jordbrug, laboratorieteknik, ledelse, HR, markedsføring, miljø, salg, service og web. Alle uddannelser kombinerer teori og praksis og prioriterer undervisning på små hold, virkelighedsnære cases og praktik i samarbejde med erhvervslivet.

Markedsføringsøkonomuddannelsen

Den 2-årige markedsføringsøkonomuddannelse er praksisnær og internationalt orienteret. Den giver den studerende en bred viden om de økonomiske, juridiske, kulturelle, organisatoriske og globale forhold, som spiller ind på en virksomheds eller organisations markedsføring. Den studerende får kompetencer til at planlægge og realisere markedsførings-, salgs- og kommunikationsopgaver. Uddannelsen er tæt på praksis, og den studerende får under uddannelsen erfaringer fra erhvervslivet – blandt andet via et praktikophold i en relevant virksomhed. Markedsføringsøkonomuddannelsen giver adgang til en bred vifte af jobmuligheder i Danmark eller udlandet, blandt andet som marketingkoordinator, salgsassistent eller informationsmedarbejder.

Markedsføringsøkonomuddannelsen med speciale i iværksætteri (iværksætterlinjen)

På iværksætterlinjen bliver den studerende rustet til at udvikle ideer, koncepter og forretningsmodeller. Den studerende lærer at sælge sine idéer, lede sig selv i et projekt og realisere dette. Samtidig skal den studerende lære at spotte muligheder i eksisterende virksomheder eller organisationer og omdanne dem til innovative løsninger, ideer, koncepter og nye forretningsområder. Den studerende skal arbejde med alle faser i opstart af virksomhed og kan udvikle sin egen forretningsidé under studiet.

Aarhus, den 23. september 2016