Handelshögskolan i Stockholm
Examensarbete i Management
Kandidatprogram i Business and Economics, Maj 2019

Martin Danckler
Olivia Hjelmstedt

Störst går inte alltid först

En kvalitativ undersökning om vad som attraherar nyutexaminerade studenter från topputbildningar inom ekonomi att arbeta på en start-up

Abstract

Through a qualitative study, this thesis aims to describe what attracts graduating business students from top universities to start-up companies. The thesis has been conducted with a total of 14 newly graduated students who are currently pursuing their career at start-ups. The theory of the psychological contract is used together with Self Determination Theory to understand and analyze the students' perception of the work, culture and career opportunity at start-ups. The findings from the cross-sectional study demonstrate that there are several factors that attract business students from top educations. These terms include: transparent communication terms during the recruitment process; intrinsic motivation caused by autonomous work; stimulated competence, relatedness and development opportunities; as well as the ability to influence and make a difference for both the company and on society as a whole. This thesis helps to inform prospective employees about the advantages and disadvantages of joining a start-up. It also contributes to an increased understanding of what terms start-ups need to emphasize in order to attract top business students.

Keywords: Start-up, Motivation, Psychological Contract, Employer Branding, Career Prospect

Handledare:

Pernilla Bolander, Assistant Professor, *Department of Management and Organization*

Examinator:

Laurence Romani, Assistant Professor, *Department of Management and Organization*

Inskrivningsnummer hos författarna:
Martin Danckler, 23623
Olivia Hjelmstedt, 23624

Tack till Er.

Författarna vill tacka följande personer för all hjälp de fått med denna uppsats:

- *Pernilla Bolander,* för att du lyssnat till våra ideér, väglett och utmanat oss med kloka råd, insikter och tankar.
- *Laurence Romani,* för den kunskap, vägledning och engagemang du givit oss.
- *Fanny Almersson, Elin Lindström, Vendela Palmquist, Maja Jansson, William Bodelind och Martin Tidesten*, för era inputs, diskussion och värdefull feedback ni givit oss under formandet av denna uppsats.
- *Oscar Hjelmstedt, Thomas Karlsson, Maria Danckler och Andreas Reuterstrand,* för era inputs och feedback av uppsatsen.

Vi vill även rikta ett stort tack till alla intervjuade som tagit sig tid under sina upptagna arbetsveckor och generöst delat med sig av sin historia och engagerat sig i denna studie. Vi är oerhört tacksamma för all er hjälp.

Tack!
Martin och Olivia

Tabell 1: Definitionslista över vanligt förekommande begrepp

Ord	Definition
Start-up	"En start-up är en tillfällig organisation som används för att söka efter en repeterbar och skalbar affärsmodell." *Definition grundad på Steve Blanks förklaring:* (Ready, 2012). *Plural: Start-ups.*
SME-företag	Små och medelstora företag. Företag som har 10 - 249 anställda (European Commission, 2019).
Stora företag	Företag som har över 249 anställda (Eurostat, 2019).
Etablerade företag	Stora företag och SME-företag som inte går under definitionen som en start-up. *Se bilaga 8.1 för vidare förklaring.*
Studentarbete	En anställning under studietiden på universitet eller högskola. Antingen under terminer eller sommarlov.
Utbildning inom ekonomi	Innefattar utbildningar inom ekonomi och industriell ekonomi.

Innehållsförteckning

1 INLEDNING 7

1.1 BAKGRUND 7
1.2 TIDIGARE FORSKNING OCH FORSKNINGSGAP 8
1.3 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING 8
1.4 AVGRÄNSNING 9

2 TEORETISKT RAMVERK 10

2.1 ANVÄNDNING AV TEORI 10
2.2 FÖRVÄNTNINGAR 11
2.2.1 Det psykologiska kontraktet 11
2.3 MOTIVATION 13
2.3.1 Tidigare forskning om motivation 13
2.3.2 Self Determination Theory 14
2.4 TEORIDISKUSSION 15

3 METOD 17

3.1 VAL AV METOD 17
3.1.1 En studie utifrån konstruktivism och interpretivism 17
3.1.2 En abduktiv kvalitativ studie 17
3.1.3 Tvärsnittsstudie 18
3.2 URVAL 18
3.2.1 Utbildning 18
3.2.2 Intervjupersoner 19
3.3 INTERVJUPROCESS 20
3.3.1 Insamling av empiri 20
3.3.2 Bearbetning och analys av empirin 22
3.4 ETISKA TILLVÄGAGÅNGSSÄTT OCH IMPLIKATIONER 22
3.5 METODKRITIK 23

4 EMPIRI 25

4.1 INTRODUKTION AV START-UP 25
4.1.1 Jobbansökan 25
4.1.2 Uppfattning av arbetsgivare 26
4.2 UTBYTE MED START-UP 27
4.2.1 Arbetssätt 27
4.2.2 Kultur 28
4.2.3 Utvecklingsmöjligheter 30
4.2.4 Samhällspåverkan 30
4.2.5 Riskmedvetenhet 31
4.2.6 Finansiella incitament 32

5 ANALYS 34

5.1 TVÅ OLIKA PSYKOLOGISKA KONTRAKT 34
5.2 INTRODUKTION AV PSYKOLOGISKA KONTRAKT 35
5.3 UTBYTE AV VILLKOR 35
5.3.1 Autonomi och kompetens 36
5.3.2 Tillhörighet 36
5.3.3 Utvecklingsmöjligheter 37
5.3.4 En inre strävan 37

6 DISKUSSION OCH SLUTSATS 39
6.1 SVAR PÅ FRÅGESTÄLLNING 39
6.2 UPPLEVT PSYKOLOGISKT KONTRAKT MELLAN ARBETSTAGARE OCH START-UPS SAMT STORA FÖRETAG I STUDIEN 40
6.3 DISKUSSION 41
6.3.1 Studiens bidrag och praktiska implikationer 41
6.3.2 Förslag till vidare forskning 42
6.3.3 Begränsningar med studien 42
7. REFERENSER 43
8. BILAGOR 48
8.1 SKILLNADER MELLAN START-UPS OCH ETABLERADE FÖRETAG 48
8.2 KANTAR SIFO 48
8.3 ANTAGNINGSSTATISTIK 2018 49
8.4 MAIL SKICKAT TILL FÖRETAGEN 49
8.5 REDOVISNING AV FÖRETAGEN I STUDIEN 50
8.6 INTERVJUGUIDEN 50
8.7 REDOVISNING AV INTERVJUER 52

1 Inledning

1.1 Bakgrund

På skolor runt om i Sverige marknadsför sig etablerade företag, såväl stora- som SME-företag, för den kommande generationen av arbetskraft via bland annat mässor, seminarier och företagsevent (Arbetsmarkandsdagar LU, 2019; Arbetsmarknadsdagar KTH, 2019; Charm, 2019; Handelsdagarna, 2019; Karriärmässor UU, 2019). Därutöver dominerar stora företag listan på de mest attraktiva arbetsgivarna efter examen (Universum, 2019). Konkurrensen är hård och aktörerna kämpar för att locka kompetens till just sitt företag. Samtidigt växer en ny trend fram där allt fler unga väljer att starta egna företag (Selin, 2016). EU arbetar för att främja utvecklingen och bredda färdigheterna inom entreprenörskapsområdet på högre utbildningar runt om i Europa (European Union, 2015). Likaså uppmuntrar många skolor i Sverige sina studenter att bli entreprenörer och främjar denna process genom att starta inkubatorer där studenter kan få hjälp med att starta företag (Chalmers Innovation, 2019; Innovation och samverkan Lund, 2019; KTH Innovation, 2019; SSE Business Lab, 2019; UU Innovation, 2019) i syfte att öka intresse för entreprenörskap och i åtanke om att studenter och forskning i framtiden kan stärka det svenska ekosystemet (European Union, 2015).

I samma veva som intresset för entreprenörskap har ökat har Stockholm blivit utnämnd till en så kallad 'Unicorn Factory' (Invest Stockholm, 2019). Dessutom har Sverige blivit utsett till ett av de mest innovativa länderna i världen (Global Innovation Index 2018, 2018). Kända framgångshistorier med företag som Klarna, Spotify och iZettle har stått för en del av uppmärksamheten och fungerar som ett bevis för att den svenska kompetensen och företagsamheten kan nå framgång både nationellt och internationellt (Törnwall, 2018). För att citera Wybo Wijnbergen, WeWorks generalsekreterare, är Stockholm ett "*hem till en av världens ledande tekniska scener och har en otrolig innovationskraft och banbrytande anda*" (Invest Stockholm, 2015).

Inom den akademiska sfären uppmärksammas huvudsakligen två erkända vägar in på arbetsmarknaden för den kommande yrkesgenerationen: Antingen att söka sig till något av de etablerade företagen som marknadsför sig på utbildningarna, eller att starta eget företag. Detta leder till frågan vad som får studenter att välja en tredje väg som inte uppmärksammats i samma utsträckning, nämligen att söka anställning på en start-up. Denna uppsats är sprungen ur tankar som till exempel: Finns det något attraktivt med att vara delaktig i att bygga upp någon annans företag? Kan start-ups erbjuda studenter något som etablerade företag inte nödvändigtvis kan eller

anser studenterna att *störst går först*? För att reda ut detta kommer uppsatsen att undersöka vad som attraherar studenter i det nutida entreprenöriella samhället att arbeta på en start-up.

1.2 Tidigare forskning och forskningsgap

Beskrivningen i föregående avsnitt speglar den problematik och det gap som finns i forskningen kring anledning att söka arbete på start-ups. Det finns tidigare forskning som rör stora företag, vilken har lyft fram att det är lönen och karriärmöjligheterna som attraherar arbetskraft dit (Austin, 2018; Binks, 1996). Det finns även forskning som hävdar att SME-företag generellt inte är lika attraktiva som stora företag då de inte kan erbjuda samma säkerhet, materiella belöningar, startlön och utbildning (Roffe, 1996; Scott & Twomey, 1988). De som ändå väljer att söka sig till ett SME-företag attraheras av: nära arbete med högsta chefen, homogena arbetsgrupper och en stödjande kultur (Szamosi, 2006). Det finns också en mängd forskning inom entreprenörskap som visar att människor som drivs av prestation, risktagande och innovativt arbete attraheras av att starta egna företag (Stewart, Watson, Carland, & Carland, 1999). Däremot finns det begränsad forskning kring vad som attraherar studenter att arbeta på en start-up (Harvard Business Review, 2015). Start-ups skiljer sig från etablerade företag gällande säkerhet, varumärkeskännedom och variationen i arbetet (Austin, 2018) *(För vidare förklaring, se bilaga 8.1)*. Givet dessa skillnader kan det inte antas att samma attribut attraherar individer att söka sig till etablerade företag som till start-ups.

Den existerande forskningen som undersöker hur attraktivt det är att arbeta på en start-up har primärt fokuserat på personer med teknisk bakgrund (Hamilton & Sauer, 2015). Enligt denna forskning attraheras programmerare av ansvar, utvecklingsmöjligheter gällande yrkesroll och möjlighet till delägarskap, utmanande arbetsuppgifter samt en känsla av ett gemensamt intresse för programmering. Därmed skulle det vara av intresse att undersöka hur attraktionen till start-ups ser ut för studenter från ett annat utbildningsområde. I denna forskning argumenterar författarna för att personer från olika utbildningar inte nödvändigtvis attraheras av samma eller liknande egenskaper hos start-ups eftersom arbetsuppgifterna och kompetensområdena tenderar att skilja åt sig mellan olika utbildningsområden.

1.3 Syfte och frågeställning

Då den tredje största orsaken till att start-ups misslyckas beror på felrekrytering (CBinsights, 2018) anser författarna att all form av forskning kring start-ups arbetskraft är värdefullt inte minst för start-ups. Då forskningsområdet är begränsat anser författarna att det vore intressant att undersöka vad det är som gör start-ups attraktivt för ekonomistudenter. Detta är av värde för att se om det

finns något speciellt och unikt som denna företagstyp kan erbjuda som etablerade företag inte kan, alternativt om det är studenternas personliga preferenser som gör att de attraheras av start-ups, eller både och. Uppsatsens frågeställning är således:

Vad är det som attraherar nyutexaminerade studenter från topputbildningar inom ekonomi att arbeta på en start-up?

1.4 Avgränsning

Denna studie kommer att fokusera på nyutexaminerade studenter inom ekonomi som under tiden denna uppsats skrevs arbetade i Stockholmsområdet. Detta då Stockholm är en stad där arbetskraft från hela Sverige samlas och för att Stockholm beskrivs som en global start-up hub (Invest Stockholm, 2015). Som frågan lyder har författarna valt att avgränsa sig till topputbildningar. Enligt Per Söderpalm, affärsområdeschef på Kantar Sifo, leder en kvalificerad akademisk bakgrund till fler jobbmöjligheter i dagens samhälle (Dagens Nyheter, 2019). I enlighet med påståendet har dessa studenter en stor valmöjlighet på arbetsmarknaden vilket skapar frihet i att välja den arbetsgivare som den nyutexaminerade studenten anser är bäst. Mot denna bakgrund är det särskilt intressant att undersöka vad som anses attraktivt med start-ups. Utöver detta har författarna avgränsat till utbildningar inom ekonomi. Utbildningsområdet är brett, passar många yrkesroller och branscher samt har under senare år fått ett allt större fokus på entreprenörskap (Stanford Social Innovation Review, 2018). Detta leder till att studenterna utvecklar kunskap om eget företagande vilket är en fördel vid anställning på en start-up. Ekonomistudenter utgör därför en grupp arbetskraft som efterfrågas hos denna företagstyp och blir därmed intressant att studera oavsett hur många som söker sig till en start-up i samband med sin examen. Avgränsningen stärks av gapet som identifierats i avsnittet om tidigare forskning.

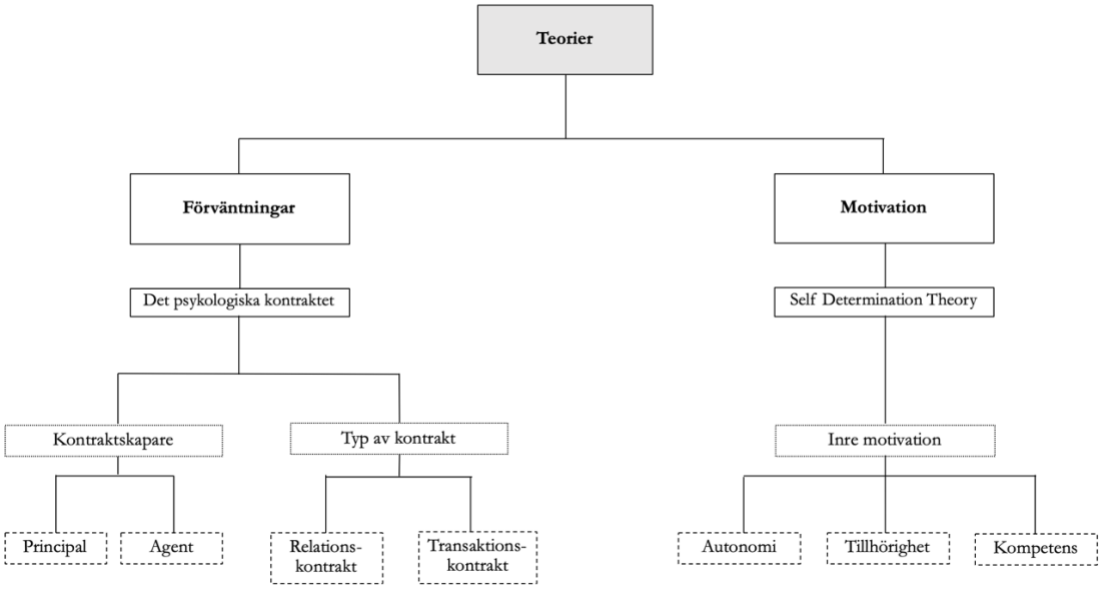
2 Teoretiskt ramverk

2.1 Användning av teori

Den uppfattning studenter får av företag genom bland annat marknadsföring och mässor ligger som grund för de förväntningar studenten har vid jobbansökan (Rousseau, 1995, kap 3). Således kan olika företag erbjuda olika villkor för studenter vilket gör att ekonomistudenter från en topputbildning måste hitta en arbetsgivare som kan matcha de krav studenten har, och vice versa. Detta utbyte blir därmed intressant att undersöka då start-ups tenderar att erbjuda andra villkor än etablerade företag (Austin, 2018). I denna uppsats kommer endast arbetstagarens uppfattningar och förväntningar att tas hänsyn till gällande utbytet, då en analys av arbetsgivarens del inte genererar något svar på uppsatsens frågeställning. Författarna kommer därmed att fokusera på teorier inom arbetspsykologi för att förklara förväntningar hos arbetstagaren som första teoretiska huvudområde.

Motivation anses vara en av de grundläggande faktorerna som eftersträvas för att trivas på ett arbete (Skolverket, 2016; Universum, 2019). Författarna har vidare under intervjuerna fått bekräftat att samtliga personer, innan påbörjat heltidsarbete, varit medvetna om vilket arbetssätt och vilka förutsättningar som motiverade dem samt att de har identifierat start-ups som en företagstyp vilket speglade detta arbetssätt. Likaså sökte respondenterna aktivt ett arbete där de skulle vara motiverade. Författarna har därför valt att fokusera på forskning och teorier om motivation som andra teoretiska huvudområde.

Det teoretiska ramverket har delats upp i dessa två huvudområden då författarna anser att de kompletterar varandra samt fångar in de mest relevanta aspekterna för att förstå attraktionen till start-ups. Följande områden och begrepp kommer att uppmärksammas och förklaras under avsnittets gång.



2.2 Förväntningar

2.2.1 Det psykologiska kontraktet

Begreppet *det psykologiska kontraktet* introducerades 1960 av Argyris. Han använde termen för att analysera och konceptualisera förhållandet mellan arbetare och arbetsgivare på två fabriker genom att intervjua anställda och arbetsledare (Argyris, 1960). Termen populariserades sedan bland annat av Levinson som gjorde en utförlig fallstudie av ett försäkringsföretag och definierade begreppet som *det oskrivna kontraktet* (Levinson, 1962 refererad via Rousseau, 1989). Termen vidareutvecklades senare av Schein som enligt sin forskning kom fram till att det finns två olika dimensioner av det psykologiska kontraktet: Organisations- och individnivå (1980 refererad via Rousseau, 1989).

Baserat på sin artikel från 1989 har Rousseau sedan vidareutvecklat teorin om ett psykologiskt kontrakt där hon menar att det alltid finns ett formellt kontrakt, men även ett informellt och tyst utbyte mellan en arbetsgivare och en arbetstagare (Rousseau, 1995). Teorin uppmuntrar till att se bortom det formella skriftliga kontraktet och istället beakta de "mjuka" aspekterna av utbytesförhållandet, som beskriver de implicita villkoren i ett kontrakt. Kontraktet utvecklas gradvis och grundar sig på tidigare erfarenheter, uppfattningar och tolkningar hos båda parter. Vidare påverkar dessa hur ny information bearbetas (Horowitz, 1988). Författarna anser därmed att teorin om det psykologiska kontraktet kan föreslås som en lämplig konceptuell ram för att fånga och förstå de mycket informella och komplexa karaktärsdragen i ett anställningsförhållande på en start-up.

"An individual's belief regarding the terms and conditions of a reciprocal exchange agreement between the focal person and another party. [...] When an individual perceives that contributions he or she makes obligate the organization to reciprocity (or vice versa), a psychological contract emerges." (Rousseau, 1989 s. 123-124)

Ovanstående definition innehåller samma fundament som i Rousseaus arbete från 1995, och kommer att ligga till grund för uppsatsens förklaring av ett psykologiskt kontrakt. Anderson och Schalk menar att det inte finns en enskild definition av komponenterna i ett psykologiskt kontrakt utan att de forskare som använder termen måste vara tydliga med hur de definierar de tolkningsbara delarna av teorin samt vem kontraktet berör för att ge ett givande resultat (Anderson & Schalk, 1998). Nedan redovisas därför ytterligare förklaring av de olika tolkningsbara komponenterna inom teorin.

2.2.1.1 Skapandet av ett psykologiskt kontrakt

Skapandet av ett psykologiskt kontrakt syftar enligt Rousseau till den initiala kontakten mellan arbetsgivare och arbetstagare (Rousseau, 1995, kap 3). Hon definierar en arbetsgivare som en person som för talan för företaget och kan därmed skapa ett psykologiskt kontrakt för företagets räkning. Detta kan till exempel vara en chef, mentor, rekryterare eller medarbetare. Det centrala är att personen som representerar företaget uppfattas som en person med makt, auktoritet eller förmåga att göra åtaganden för företaget (Rousseau, 1995, kap 3). I samband med detta skiljer Rousseau på begreppen *principal* och *agent*. En principal definieras som en individ eller organisation som för talan för sin egen räkning och en agent definieras som en individ som för talan åt någon annan (Rousseau, 1995, kap 3). Hon menar även att ett kontrakt tenderar att bli bättre om en principal ingår kontraktet än om en agent gör det eftersom agenten kan ge felaktig information om kontraktets villkor och förutsättningar. Rousseau hävdar även att kontraktet är subjektivt och skiljer sig mellan olika individer.

2.2.1.2 Utvecklandet av ett psykologiskt kontrakt

Utvecklandet av ett psykologiskt kontrakt sker kontinuerligt och dynamiskt mellan parterna, både individuellt och gemensamt (Rousseau, 1995, kap 3). Då det tenderar att råda informationsasymmetri mellan arbetsgivare och arbetstagare blir det viktigt att ta hänsyn till villkoren som utgör ett psykologiskt kontrakt vid analys av utbytet (Rousseau, 1995, kap 3). Forskning hävdar att förväntningarna på det outtalade som utvecklar det psykologiska kontraktet ofta baseras på medarbetare och chefer (Thomas & Anderson, 1998, s.750-751), men även andra

källor såsom annonser, människors syn på arbetet och annan tillgänglig företagsinformation (Rousseau, 1995, kap 3).

2.2.1.3 Brytning av ett psykologiskt kontrakt

Om en arbetstagares förväntningar på utbytet inte möts på arbetet bryts det psykologiska kontraktet. Teorin hävdar å ena sidan att om ett psykologiskt kontrakt *bryts* så skapas ett stort missnöje hos båda parter (Rousseau, 1995, kap 5). Å andra sidan menar Guest och Conway att om ett psykologiskt kontrakt *uppfylls* kommer det att leda till en ökad tillfredsställelse hos arbetstagaren (1997). Utöver det finns det forskningsresultat som påstår att effekterna av vad som händer vid ett kontrakts brytning skiljer sig åt och beror helt på individen och dennes förväntningar på arbetsgivaren (Herriot, Manning, & Kidd, 1997; Robinson & Rousseau, 1994; Turnley & Feldman, 2000).

2.2.1.4 Olika typer av psykologiska kontrakt

Med avstamp i Miles och Snows definition har Rousseau utvecklat två typer av psykologiska kontrakt, *relations- och transaktionskontrakt* (Miles & Snow, 1984 refererad via Rousseau, 1990). Villkoren i ett transaktionskontrakt kännetecknas bland annat av liten flexibilitet, hög personalomsättning och låg kompetensutveckling (Rousseau, 1995, kap 4). För att ge ett praktiskt exempel hänvisar Rousseau (1990) till företag inom bank- eller revisionsväsendet vilka tenderar att använda transaktionskontrakt. Villkoren i ett relationskontrakt kännetecknas däremot av personlig utveckling, incitament utöver lön och en dynamisk samt snabbföränderlig karriär inom företaget (Rousseau, 1995, kap 4). För att ge ett praktiskt exempel hänvisar Rousseau (1990) till företag som arbetar med innovativa affärslösningar vilka tenderar att använda relationskontrakt. Även om senare forskning har adderat fler kontraktstyper, anser författarna att de två redovisade kontrakten fångar dynamiken mellan olika företagstyper väl.

2.3 Motivation

2.3.1 Tidigare forskning om motivation

Motivation härleds från ordet *motiv* som betyder en anledning att göra något (Cambridge Dictionary, 2019). Motivationsteori är ett ämne som har studerats utförligt under de senaste decennierna och har utvecklats till flera olika inriktningar, ramar och teorier. Forskningen tog fart under mitten av 1940-talet då den så kallade *driv-teorin* utvecklades av Hull (1943) som likställde motivation med ett exceptionellt driv som utlöses av en persons fysiologiska eller biologiska behov. Forskningen byggdes på teorier som *Maslows behovstrappa* som hävdar att de grundläggande

behoven måste tillfredsställas innan högre självförverkligande mål kan nås (Maslow, 1943). I takt med den industriella utvecklingen kompletterades forskningen med motivationsteorier såsom *Herzbergs tvåfaktorteori för motivation* (Herzberg, 1959) och *Teori X och Y* (McGregor, 1960). Herzberg menar att olika typer av motivation uppnås beroende på vilka hygien- och motivationsfaktorer som uppfylls. Samtidigt påstår McGregor att alla människor kan motiveras genom belöning eller bestraffning. Under samma tid började forskare inom organisations- och ledarskapsforskning såsom Hebb (1955), White (1959) och DeCharms (1968) att särskilja på *yttre* och *inre* motivation, varav det sistnämnda innebär att individen motiveras utan kompensation om den känner en starkare koppling till aktiviteten den utför. Trots att dessa teorier ger en bra förståelse för de motivationsfaktorer som driver arbetskraft, finns idag ny forskning inom samma ämne. Därav har fokus lagts på nutida motivationsforskning vilken utgår från en utvecklingspsykologisk syn på individen och dess grundläggande psykologiska behov. Denna forskning förklarar motivationsfaktorer på arbetet på ett djupare plan än tidigare (Blomberg, 2017).

2.3.2 Self Determination Theory

Deci och Ryan publicerade år 2000 sin forskning om *Self determination theory (Teorin om självbestämmande)* hädanefter kallad SDT. Medarbetare kan motiveras genom yttre- och inre motivation, varpå det talas om personers grundläggande psykologiska behov: kompetens, tillhörighet och autonomi (Deci & Ryan, 2000a; Deci & Ryan, 2000b). Den inre motivationen kan både främjas (av till exempel utmanande arbetsuppgifter) och störas (av till exempel materiella belöningar) av olika yttre omständigheter (Blomberg, 2017). Då de tre psykologiska behoven har stimulerats tillräckligt och en individ har integrerat samt internaliserat de yttre omständigheterna med personens egna inre värderingar kan inre motivation uppnås. Fortsättningsvis hävdar Kasser och Ryan att en människa kan ha en inre strävan som grundar sig i att exempelvis bidra till något större för samhället. Denna inre strävan påverkar i sin tur motivationen (1996).

2.3.2.1 Autonomi

Albert Einstein sa en gång att '*Det är ett mycket stort misstag att tro att njutningen av att se och söka kan främjas genom tvång och plikt.*' (Kac, Rota, & Schwartz, 1992). Ett uttryck som anspelar på att regler, direktiv och krav missgynnar motivation. När en individ är autonom är dennes handlingar självorganiserade med hänsyn till personens inre värderingar och externa faktorer på arbetsplatsen (Deci & Ryan, 2000a). Värt att uppmärksamma är att autonomi inte är samma sak som att vara oberoende av andra (Vansteenkiste, Lens, & Deci, 2006). Däremot innebär det att personen upplever god självkännedom, får påverka och agerar av egen vilja på arbetet (Deci & Ryan, 2000a). Valet att frivilligt påbörja en arbetsuppgift och ha kontroll över den skapar en stark känsla av

autonomi (Deci & Ryan, 2000a). En arbetstagare måste inte agera autonomt för att kunna motiveras, men denne presterar bättre på arbetet (Sheldon, Sommet, Corcoran, & Elliot, 2018).

2.3.2.2 Kompetens

Kompetens roll som en bidragande faktor för motivation hänger samman med en *effektiv motivation* som hävdar att människor vill uppleva sig effektiva och kompetenta i sin sociala omgivning (White, 1959). Enligt SDT uppfylls kompetensbehovet av att individen effektivt kan påverka och skapa resultat (Deci & Ryan, 2000b; Deci & Moller, 2005). Deci och Ryan argumenterar för att det är främst i organisationer där individen har ett intellektuellt utmanade arbete som kompetens kan antas vara stimulerad (Deci & Ryan, 1975). Liknande forskningsresultat kan ses i andra teorier, bland annat *Själv-effektivitetsteorin* (Bandura, 1993). Teorin innebär att om en individ förväntar sig att vara kompetent inom en viss aktivitet kommer det att påverka dennes motivation positivt inför den specifika uppgiften.

2.3.2.3 Tillhörighet

Deci & Ryan definierar tillhörighet som ett stadie uppnått när en person upplever att den är nära människor i sin sociala omgivning, till exempel kollegor på arbetsplatsen (1985). Tillhörighet som begrepp härleds från teorin om en *säker bas* (Feeney & Thrush, 2010). Deci och Ryan (1985; 2000a; 2000b) har vidareutvecklat teorin och hävdar att en säker arbetsbas kännetecknas av att en individ upplever stöd, support och uppskattning i sitt arbete (Feeney & Thrush, 2010). Enligt SDT-modellen finns inga givna förhållanden som definierar hur tillhörighet uppnås (Deci & Ryan, 2000b). Däremot kan detta bli mer förståeligt genom att studera tidigare forskning om tillhörighet, till exempel de studier som gjorts om tillhörighet hos atleter och studenter. Dessa studier fann att stöd av mentorer hade en signifikant effekt på känslan av tillhörighet (Hagger & Chatzisarantis, 2007). Ytterligare forskning har gjorts av Grolnick och Ryan (1989) som konstaterade att barn som upplevde att deras lärare inte brydde sig om dem, inte heller kände någon tillhörighet till läraren vilket i sin tur påverkade motivationen negativt. De barn som däremot upplevde att deras lärare brydde sig om dem utvecklade en starkare motivation i skolan (Grolnick & Ryan, 1989).

2.4 Teoridiskussion

Författarna ser begränsningar med att endast beakta arbetstagarens perspektiv i teorin om det psykologiska kontraktet, något som kan ge en missvisande bild. Författarna ville dock utmana teorin då de anser att den fångar och förklarar de mest övergripande aspekterna i det utbyte som finns mellan arbetsgivare och arbetstagare väldigt väl. Då teorin om det psykologiska kontraktet producerar en enkel förklaring till en komplex verklighet kan detta ses som en begränsning i denna

studie. Conway och Briner (2009) kritiserar teorin då de anser att en organisation som helhet inte kan skapa ett psykologiskt kontrakt med endast en anställd. Av den anledningen har författarna noga definierat vem som kan ingå ett kontrakt för organisationens räkning och hur. Vidare har SDT genom tiderna kritiserats för att den endast tar upp tre grundläggande psykologiska behov och därmed utelämnar andra behov som annan forskning hävdar är viktig, exempelvis känsla av säkerhet, självkänsla och trygghet (Pyszczynski, Greenberg, & Soloman, 2000). Till följd av detta är det viktigt att beakta att det finns andra behov som också spelar in på den inre motivationen men som inte tas upp i denna uppsats.

Det är värt att uppmärksamma att andra teorier i den här studien troligen hade genererat andra teman och därmed en annan slutsats. Teorierna ovan täcker mycket, men det finns även andra aspekter som utelämnats vilka kan vara relevanta för forskningen. Då det inte finns någon teori som är skräddarsydd för uppsatsens frågeställning finns det inte heller en given modell att använda. Författarna hävdar dock att de två teorierna lyckats fånga förståelsen för förväntningar och motivationsfaktorer väl vilket anses vara kärnan i studenters attraktion till start-ups.

3 Metod

3.1 Val av metod

3.1.1 En studie utifrån konstruktivism och interpretivism

Denna studie tar avstamp i en konstruktivistisk ontologi där både författarnas och respondenternas upplevelser är sociala konstruktioner som ständigt omarbetas. Dessa sociala företeelser kom i studien att innefatta bland annat respondenternas syn på arbetet, hur den förändrats men även hur de har konstruerats under respektive utbildning. Bryman och Bell hävdar att konstruktivism speglar varje enskild individs sociala verklighet till skillnad från den naturliga verkligheten (2015, s.43-44). Givet detta fångar studien den subjektiva bilden av vad som upplevs attraktivt vilket inte hade varit möjlig med en objektivistisk ansats.

Bryman och Bell talar om hermeneutik som förståelsen av människors beteende vilket "inbegriper en empatisk förståelse av människors handlingar mer än en inriktning på de krafter som påverkar dessa" (2015, s.38). Då både motivation och psykologiska kontrakt är subjektiva företeelser har författarna tagit avstamp i en hermeneutisk kunskapstradition som gett form till det interpretivistiska synsättet. Tolkningsperspektivet har i denna studie präglat författarnas förmåga att tolka respondenternas åsikter om deras erfarenheter, uppfattningar och motivationsfaktorer. Detta är aspekter som är viktiga för förståelsen av respondenternas upplevda attraktion till start-ups.

3.1.2 En abduktiv kvalitativ studie

Studien har gjorts enligt en abduktiv process, då teori och empiri samlats in parallellt under forskningens gång och därmed formats efter varandra. Eftersom teorin som används i uppsatsen fångade flera olika potentiella undersökningsområden, användes empiri för att leda författarna fram till de områden som var relevanta i det teoretiska ramverket. Denna process hade inte varit möjlig att uppnå med en renodlad deduktiv eller induktiv metod.

Då studien innefattar respondenternas uppfattningar om arbetsförhållanden på en start-up och hur dessa uppfattas i relation till andra företagstyper krävdes en kvalitativ undersökning. Bryman och Bell (2015, s.476) föreslår semistrukturerade intervjuer för att låta respondenterna själva prioritera vilka svar de anser mest centrala. Då författarna gjorde bedömningen att det var viktigt att det var respondenten som kartlade vilka förväntningar de hade och vilka villkor som påverkade

deras val av arbetsgivare, valdes denna intervjumetod framför strukturerade intervjuer. Författarna var medvetna om att detta påverkade jämförbarheten mellan respondenterna till en viss del. De ansåg dock att med semistrukturerade intervjuer uppnåddes en tillräckligt hög nivå av jämförbarhet, samtidigt som de fångade det outforskade område som uppsatsen ämnar bidra med.

3.1.3 Tvärsnittsstudie

Författarna har valt att göra en tvärsnittsstudie vilket enligt Bryman och Bell (2015, s.76-80). kännetecknas av att mer än ett fall undersöks, det görs under en viss tidpunkt samt att det lämpar sig för kvalitativ forskning. Då författarna ville generera en holistisk bild och identifiera attraktiva mönster hos start-ups som fenomen, snarare än attraktiva egenskaper hos individuella företag ansåg de att denna forskningsdesign gav bättre resultat än en fallstudie. Författarna gjorde även bedömningen att en enkätundersökning inte hade gett den övergripande förståelse som studiens paradigm kännetecknas av.

3.2 Urval

3.2.1 Utbildning

Författarna har valt att fokusera på nyutexaminerade studenter i Stockholm från en topputbildning inom ekonomi eller industriell ekonomi då de anser att båda utbildningarna genererar samma typ av jobb efter examen. Denna uppfattning grundas på en större genomgång av önskad utbildning i ett flertal jobbannonser (Blocket Jobb; Glassdoor; Indeed; LinkedIn, 2019). Definitionen av en topputbildning har avgränsats till de sex högst ansedda skolorna 2018 enligt Kantar Sifos anseendeindex för svenska lärosäten (Kantar Sifo, 2018) *(bilaga 8.2)*. Samma skolor är även de skolor vars kandidatutbildningar hade högst intagningspoäng (utan meritpoäng, urval 2) inom ekonomi samt industriell ekonomi 2018 *(bilaga 8.3)*. Anledningen till att statistik från 2018 har inhämtats är för att författarna ansåg att den statistiken speglar skolans nutida rykte bäst. Författarna hade inget krav på en masterutbildning hos respondenterna även om de visste att det är en klar majoritet av de som läser industriell ekonomi läser på fem år.

Studien baseras på följande topputbildningar inom *ekonomi:*

- ❑ Handelshögskolan i Stockholm (HHS)
- ❑ Lunds Universitet (LU)
- ❑ Uppsala Universitet (UU)

Studien baseras på följande topputbildningar inom *industriell ekonomi:*

- ❑ Kungliga Tekniska Högskolan (KTH)
- ❑ Chalmers Tekniska Högskola (CTH)
- ❑ Lunds Tekniska Högskola (LTH)

Som tidigare nämnts har författarna valt att fokusera på nyutexaminerade studenter och därmed det första heltidsjobbet som dessa studenter påbörjat i samband med examen. Detta inkluderar både respondenter som påbörjat anställning efter examen samt strax innan examen. Intresset låg i att undersöka vad som attraherar dessa studenter att arbeta på en start-up trots att de är mer exponerade för etablerade företag. I uppsatsen hänvisar författarna till båda utbildningarna som 'ekonomi'.

3.2.2 Intervjupersoner

Författarna gjorde ett urval av start-ups i Stockholm som uppmärksammats i media och olika nätverk för start-ups. Därefter sållade och sorterade författarna bland företagen med utgångspunkt i uppsatsens definition av en start-up för att uppnå en så rik empiri som möjligt. Totalt kontaktades 59 företag varav 28 svarade, vilket resulterade i fjorton intervjuer.

Författarna fick kontakt med intervjupersonerna genom att skicka ett mail till företaget och be om vidarekoppling till de personer som stämde in på kraven *(bilaga 8.4)*. Personerna som intervjuades hade under empiriinsamlingen arbetat på respektive företag mellan en månad och två år. Personer av båda könen och inom olika branscher intervjuades. Författarna har beaktat den oproportionerliga uppdelningen mellan utbildningarna, men givet att samtliga är topputbildningar anser författarna att det inte har en större påverkan på studien.

Nedan återfinns en tabell på intervjupersoner, företag och tjänst där alla namn och företagsnamn är ändrade av anonymitetsskäl. För vidare beskrivning av företagen se bilaga 8.5.

Kodnamn	Kodföretag	Kön	Tjänst	Skola
Alexander	Företag A	MAN	Onboarding Manager	HHS
Anna	Företag A	KVINNA	Market Specialist	HHS
Amanda	Företag A	KVINNA	Business Development Intern	HHS
Benjamin	Företag B	MAN	Account Manager	UU
Boris	Företag B	MAN	Account Manager	UU
Cecilia	Företag C	KVINNA	Marketing Specialist	KTH
David	Företag D	MAN	Finance Manager	UU
Emma	Företag E	KVINNA	Project Manager	LU
Filip	Företag F	MAN	Project Manager	UU
Fiona	Företag F	KVINNA	Client Operations Intern	LU
Gustav	Företag G	MAN	Chief Marketing Officer	CTH
Hanna	Företag H	KVINNA	Marketing Specialist	LU
Ingrid	Företag I	KVINNA	Project Manager	KTH
Julia	Företag J	KVINNA	Marketing Manager	HHS

Tabell 1: Medverkande intervjupersoner i studien

3.3 Intervjuprocess

3.3.1 Insamling av empiri

Innan intervjuguiden skapades kunde två huvudteman identifieras i det teoretiska ramverket *(tabell 2)*. Författarna kunde inom dessa två huvudteman identifiera tre delteman. Givet komplexiteten i teorierna, främst det psykologiska kontraktet, var författarna medvetna om att de först skulle kunna identifiera resterande delteman efter empiriinsamlingen.

Huvudteman	**Introduktion av start-up**	**Utbyte med start-up**
Delteman	Jobbansökan	Arbetssätt Kultur

Tabell 2: Teman innan empirin var insamlad

En intervjuguide grundades på studiens teoretiska ramverk, vilken tog ovanstående delteman i beaktande (*tabell 2*). Frågorna som utformades var breda för att inte antyda för mycket av den teoretiska bakgrunden. Då teorin om det psykologiska kontraktet hävdar att förväntningar grundar

sig på tidigare erfarenheter valde författarna att utforma intervjuguiden i en kronologisk ordning *(bilaga 8.6)*. I enlighet med det konstruktivistiska perspektivet gjordes en mindre granskning av den kontext som intervjupersonerna verkade inom för att förstå hur det kunde påverka deras syn på uttryck och begrepp.

Efter att intervjuguiden hade utformats hölls en pilotintervju med en person som matchade urvalet för att testa intervjufrågor och intervjuteknik. Efter pilotintervjun reviderades intervjuguiden och mindre justeringar av enstaka frågor gjordes för att undvika missförstånd. Då endast mindre justeringar gjordes behölls data till empiriavsnittet. Intervjutekniken som tillämpades var att en av författarna ställde frågor från intervjuguiden för att bilda en trygg kontakt med respondenten samt minska förvirring, medan den andra observerade, antecknade och ställde följdfrågor för en djupare förståelse enligt rekommendationer från Bryman och Bell (2015, s.482). Båda författarna deltog på samtliga intervjuer.

Den längsta intervjun som gjordes var 41 minuter och den kortaste var 29 minuter lång, medellängden på intervjuerna var på 35 minuter. Efter tio utförda intervjuer på en diversifierad grupp respondenter upplevde författarna en empirisk mättnad där de kunde identifiera empiriska mönster, begrepp, likheter och avvikelser. Författarna upplevde även att de kunde applicera teorin på empirin med allt större säkerhet. Därefter gjordes ytterligare fyra intervjuer för att validera resultatet. Författarna drog slutsatsen att ytterligare intervjuer inte hade bidragit till ökad förståelse av ämnet. Av de fjorton intervjupersonerna gjordes elva av intervjuerna fysiskt på respektive kontor, vilket gav författarna en djupare förståelse för respondenternas vardag samt innebar en trygghet och enkelhet för respondenten. Två intervjuer gjordes på ett lugnt cafe under tidig eftermiddag för att undvika trängsel, höga ljudnivåer och andra störningar. En av intervjuerna gjordes över telefon då respondenten befann sig i utlandet (*se bilaga 8.7)*.

Under intervjun gjorde författarna sitt bästa för att ställa öppna och neutrala frågor genom att använda ord och meningar som innehöll så lite värdering som möjligt. Ett inledande samtal om diverse ämnen gjordes innan intervjun började för att skapa en tillit hos respondenten. Författarna följde Bryman och Bells (2015, kap.18) anvisningar om att spara känsligare frågor till slutet av intervjun. I detta fall gällde det frågor som rörde lön och betyg. Detta för att bygga upp ett förtroende och skapa en trygghet hos respondenten.

3.3.2 Bearbetning och analys av empirin

Parallellt med insamling av empiri, transkriberades intervjuerna allt eftersom. En av anledningarna till att transkriberingen genomfördes löpande var för att få klarhet i om någon fråga behövde justeras efter pilotintervjun, vilket inte behövdes. Författarna har gjort mindre justeringar på citat i empiri för att öka förståelsen för läsaren. För att strukturera empirin valde författarna att tillämpa en tematisk analys. Eftersom uppsatsen grundas på en abduktiv metod, har författarna tillämpat en hybrid av den teoretiska och induktiva analysmetoden som föreslås av Braun och Clarke (2006). Som tidigare nämnts, identifierades två huvudteman innan empiriinsamlingen. Genom dessa kunde tre delteman identifieras. Både under empiriinsamlingen och när empirin väl var insamlad gjorde författarna individuellt upprepade genomgångar av det transkriberade innehållet och kartlade *aktivt* olika teman på var sin mindmap. Resultaten diskuterades gemensamt av författarna för att sedan utkristallisera de delteman som, tillsammans med tidigare identifierade delteman, skulle skapa strukturen för empirin (*tabell 3)*. Genom denna process har författarna försökt uppnå en pålitlighet i analysen i största möjliga mån.

Huvudteman	**Introduktion av start-up**	**Utbyte med start-up**
Delteman	Jobbansökan Uppfattning av arbetsgivare	Arbetssätt Kultur Utvecklingsmöjligheter Samhällspåverkan Riskmedvetenhet Finansiella incitament

Tabell 3: Teman efter empirin var insamlad

Under analysens gång studerades primärt den empiri som låg till grund för att förstå respondenternas relation till start-ups. Författarna förvånades över att den empiri som inhämtats även kunde förklara relationen till stora företag, något som togs vidare till analysen.

3.4 Etiska tillvägagångssätt och implikationer

För att uppfylla ett etiskt förhållningssätt ansåg författarna att det var viktigt med transparens, främst vid insamling men även vid bearbetning och publicering av material med respekt för alla inblandade parter. Innan intervjun redogjordes syftet med studien utan att avslöja för mycket av ämnet. Varje intervju inleddes med en redogörelse av respondentens rättigheter och villkor i studien samt att insamlad information endast skulle användas i forskningssyfte. Författarna

betonade både vid första mailet och vid intervjutillfället att det var ett frivilligt deltagande där respondenterna fick möjlighet att avböja frågor samt avsluta intervjun utan motivering. De var även tydliga med att förklara för respondenterna att de deltog anonymt och att författarna i uppsatsen använde fiktiva namn och företagsnamn. Detta eftersom författarna ville presentera en studie som var enkel att läsa samtidigt som den var konfidentiell. Författarna ville också att respondenterna skulle kunna svara ärligt utan att bli för exponerade. Samtliga respondenter gick med på att bli inspelade. Innan publicering fick respondenterna läsa och kommentera sina citat, vilket kännetecknar respondentvalidering (Bryman & Bell, 2015, s.402-403). För att ta hänsyn till respondenternas integritet har författarna valt att redovisa respondenternas tid på företaget i ett sammanslaget intervall. Baserat på ovan, kan författarnas förhållningssätt därmed anses uppfylla Bryman och Bells fyra etiska principer för svensk forskning: samtyckeskravet, informationskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet (2015, s.137).

3.5 Metodkritik

Författarna har eftersträvat en hög tillförlitlighet i uppsatsen, men var även medvetna om att studien kan ha påverkats av flera olika aspekter gällande uppsatsen urval. Författarna kontaktade utvalda företag och lät dessa välja intervjupersoner baserat på de krav som framförts i mail, vilket gav företagen möjlighet att välja medarbetare efter egna preferenser. I uppsatsens urval har även några respondenter arbetat på företaget en längre tid än andra vilket kan ha en betydelse för deras förmåga att minnas sina förväntningar och motivationsfaktorer vid jobbansökan. Enligt Bryman och Bell (2015, s.78) försämras tillförlitligheten även vid en tvärsnittsstudie då den ofta ger kopplingar och samvariationer istället för kausala samband. Därutöver kan kritik riktas mot vilken empirisk säkerhet som faktiskt är uppnådd efter endast fjorton intervjuer. Fler intervjuer hade stärkt denna säkerhet och därmed uppsatsens tillförlighet.

Pålitligheten bedöms vara relativt hög men trots det finns det flera olika aspekter på intervjuerna samt utformningen av intervjuguiden som ska tas i beaktning. Då två intervjuer gjordes på café och en över telefon kan detta ha inverkat på intervjupersonernas svar vilket har tagits hänsyn till (Bryman & Bell, 2015, s.484-486). I enstaka fall, vid förfrågan, redovisades övergripande drag av intervjuguiden vilket kan ha influerat respondentens svar. Eftersom processen ständigt har följts och granskats av en opponeringsgrupp och handledare anser författarna däremot att pålitligheten stärkts.

För att ytterligare stärka pålitligheten har författarna eftersträvat att transparent och tydligt redogöra för forskningsfråga, tillvägagångssätt och utförande i denna uppsats, vilket likväl gynnat uppsatsens överförbarhet. Författarna bedömer dock att överförbarheten är låg på grund av den kvalitativa studiens natur som kännetecknas av svårigheter gällande detta. Då miljöerna på olika företag skiljer sig åt kan detta även försvåra replikerbarheten för studien.

Den metod som använts i analysen till uppsatsen innehåller olika kritiska aspekter. Då den tematiska analysen gjorts på flera olika teman kan ett visst djup och komplexitet gå förlorat (Braun & Clarke, 2006). Likaså kan flexibilitet och avsaknad av riktlinjer i den tematiska analysen ha påverkat hur väl analysen utförts (Braun & Clarke, 2006). Till yttermera visso kan det faktum att författarna själva har erfarenhet från en av utbildningarna som inkluderats, samt att författarna har ett eget intresse till start-ups, ha påverkat både tillförlitligheten och pålitligheten i studien. Av den anledningen har författarna valt att tillämpa reflexivitet (Bryman & Bell, 2015, s.719) i forskningsprocessen vilket betyder att de noggrant diskuterat hur egna åsikter samt val av teori har påverkat uppsatsens slutsatser. Med det sagt är det svårbedömt till vilken utsträckning författarnas uppfattningar har påverkat och färgat resultatet.

4 Empiri

Författarna har valt att utforma ett empiriavsnitt där respondenternas upplevelser står i fokus. Genom att låta empirin till största del tala för sig själv vill författarna sätta empirins teman i ett större sammanhang. Författarna har som mål att empirin ska ge en tydlig bild av respondenternas berättelser och ge läsaren en djupare förståelse. Avsnittet inleds med en redogörelse av hur introduktionen med start-ups upplevdes, och följs därefter av en redogörelse av de villkor som respondenterna upplever utgör utbytet med start-ups.

4.1 Introduktion av start-up

4.1.1 Jobbansökan

Respondenternas upplevelser av jobbansökan till start-ups skiljde sig åt beroende på bland annat intressen, krav och kontaktnätverk. Medan vissa sökte arbete via utlagda annonser, hade andra haft kontakt med företaget tidigare. Gemensamt för alla var emellertid att de fick träffa företagets högsta chef under rekryteringsprocessen. Högsta chefen hade en stor påverkan på företagets attraktionskraft.

> *"Egentligen har jag faktiskt följt [Företag B] sedan det startade. Då var det att - min pappa - har själv startat några egna bolag och pratade mycket om [Företag B] tidigt. Han berättade om ideén och vad det gick ut på och jag tyckte att det lät spännande [...] Så när jag skulle ta examen såg jag att [Företag B] hade den här rollen som account manager ute, så då sökte jag den."* - Benjamin

> *"Head of Design [kollega på Företag A] är en av mina bästa kompisar från gymnasiet. Så när de startade det här företaget förra sommaren så såg jag det på Instagram och eftersom jag känner han som är VD [högsta chef] så tog jag kontakt med dem och började prata."* - Alexander

> *"Jag var konsult här ett tag när jag pluggade vilket gav mig en introduktion och möjlighet att ta in affärsidén. [...] I slutet när [Företag F] visste att jag skulle ta min examen, så frågade VDn [högsta chefen]: Men kan du inte börja här istället? Och det ville jag.*" - Filip

> *"Jag ska vara helt ärlig. När de kontaktade mig så förstod inte jag vad produkten var, men efter första intervjun förstod jag allt mer. Anledningen till att jag gick på intervjun var för att*

jag tyckte att VDn [högsta chefen] var väldigt "thoughtful", han hade en tanke med allting. Så efter våra samtal på telefon kom han tillbaka och var väldigt pricksäker med vad han trodde att jag ville arbeta med - han sa: Vi kan erbjuda det här och det här och det här, är detta intressant för dig vidare så säg till." - Julia

David berättar om sina erfarenheter av jobbansökan till sitt studentarbete där det tog betydligt längre tid innan ett möte med chefen ägde rum:

"Rekryteringsprocessen såg annorlunda ut på [studentarbete]. Det har ni säkert också upplevt och gjort något märkligt IQ test för något annat företag och blir sen skickad till en gruppintervju med 23 andra. Chefen träffar du först ett halvår in på företaget, om du har tur." - David

4.1.2 Uppfattning av arbetsgivare

Samtliga respondenter uttrycker att det fanns en social norm på utbildningarna som handlade om vilka arbeten som gav mest prestige. Denna uppfattning grundades inte nödvändigtvis på att dessa arbeten ansågs roligare, utan snarare på att om fler sökte sig dit så fanns det en större status i att få ett sådant arbete. Citatet nedan representerar de tankar respondenterna hade om framtiden under studietiden:

"...de här tre banorna finns det att jobba inom, det är banking, konsult eller typ start-up. Det är de tre vägarna som man skulle kunna gå genom. Så det blir lätt att under tiden som man är där [refererar till topputbildning], att jag tänkte mer: jag vill inte göra banking så jag borde göra consulting då helt enkelt och bli managementkonsult. Man blir inriktad mot det, men samtidigt kände jag inte riktigt att det var helt rätt, men det är svårt att tänka bort under tiden där." - Alexander

Vad som utmärker respondenterna är att samtliga var osäkra på vad de ville jobba med i framtiden när de påbörjade sin utbildning. Likaså finns ett tydligt mönster av att studentarbetet har varit viktigt för att skapa sig en bättre uppfattning om framtida yrkesval. Alla respondenter hade vid ansökan om arbete erfarenheter av stora företag, varav majoriteten hade arbetat på bank under sin studietid. Vid examen lyfts två olika mål fram av respondenterna: Att gå till ett stort företag eller till en start-up. Emma hade initialt uppfattningen att det var strategiskt rätt att gå till ett stort

företag: *"Jag ville skaffa erfarenheten och sökte till [stort företag], kom till sista steget i [stort företags] rekryteringsprocess men sen insåg jag att det är en start-up jag vill jobba på."*

I kontrast till detta uppger elva av fjorton att de, under sin studietid, ville arbeta på en start-up efter examen. Utöver detta identifierar författarna ett mönster av att respondenterna uttrycker sig negativt om stora företag:

> *"Alla drar till London och jobbar på bank var min känsla. Så då gjorde jag det med. Jag fick ett internship på [Storbank] i London och jag tyckte att det sög av olika anledningar. Det fanns inte mycket inspiration och motivation i det. Dessutom tyckte jag att det var halvtaskigt ledarskap, låg personlig utveckling och därmed i allmänhet inte en organisation som jag vill jobba på.*" - Cecilia
>
> "[...] *mitt intryck var att du ska jobba väldigt långa dagar på [Storbank]. Inte nödvändigtvis att du gör sjukt mycket under dessa dagar. Utan du ska visa din närvaro. [...] Så jag ville vara någonstans där det fanns en platt kultur.*" - Benjamin.
>
> "*Tyvärr så var [stort företag] inte alls som jag trodde. Dels så tar de inte hand om sina anställda på det sättet som man alltid hör att de gör [syftar till extern reglering] och så var det väldigt mycket osäkerhet vilket skapar en väldigt stor konkurrens internt också.*"- Julia

Det finns alltså flera olika faktorer som påverkar uppfattningen av olika aktörer på arbetsmarknaden. Författarna urskiljer därmed ett tydligt mönster av att respondenterna beskriver varför de ville göra en karriär på en start-up genom att referera till varför de *inte* ville arbeta på ett stort företag.

4.2 Utbyte med start-up

4.2.1 Arbetssätt

Samtliga intervjupersoner berättar att de före anställning ville vara på ett företag där de aktivt kunde bidra till företagets framgång. De berättade också att denna förväntan stämmer väl överens med hur de upplever sitt arbete efter anställning på respektive start-up:

"*[...] här får jag äga mina processer, jag får ta ansvar och jag får driva någonting och skapa en utveckling åt ett håll som jag tycker fungerar [...] Det var nog den största anledningen till att jag valde det här jobbet.* " - Filip

"*Det har varit lärorikt, det har varit mycket frihet under ansvar. Man får hitta egna vägar hela tiden. Man märker att - för vi har ju inte expertis på alla områden - så man får hugga tag i saker och ta reda på mycket själv.*" - Boris

Cecilia delar samma uppfattning och drar en koppling till stora företag:

"För jag tänker för min egen del också, jag har ju mycket större påverkan i ett litet företag. Just det här med kugghjulet. Är man på McKinsey eller var man nu är, så kommer ingen märka om du försvinner. Här, om jag är borta en dag, då stannar ju en del av maskineriet." - Cecilia

Vidare beskriver Cecilia sitt arbete som att det är styrt av tid men inte av plats vilket var något hon aktivt sökte sig till då hon ville kunna kombinera jobb med resor: *"[...] det är ingen som bryr sig om när eller var eller hur jag jobbar bara jag får mitt jobb gjort."*. David uppger att start-ups har blivit mer populärt på senare tid eftersom människor inte längre vill arbeta efter en formell arbetsbeskrivning utan snarare vill lösa uppgifter på eget sätt:

"*Jag tror att det beror på att folk vill få ett större utlopp för det som de är bra på och jobba med det. Många får en arbetsbeskrivning [på stort företag] som de ska läsa av och sen bocka av varje dag att 'nu har jag gjort det här."*

4.2.2 Kultur

"[...] *de som jobbar här är väldigt visionära. Att man gör det här tillsammans på något sätt. Det blir lite mer kännbart när man är ett litet team som jobbar så intimt. Att det man gör påverkar storheten av något slag. Vilket gör att känslan är - att det är entreprenöriellt även om de flesta är anställda. Men att man har en påverkan vilket gör att det kommer folk med mycket input och sen utvecklar vi det ihop."* - Boris

"Nu har jag inte jobbat på någon start-up innan men man hör ju väldigt mycket om att det är stöttande miljö, pingisbord, folk i ens egen ålder, innovativt och inte så mycket hierarki

och strukturer. Så det kändes väldigt lockande för mig. Det är också något som har visat sig vara väldigt sant." - Anna

Citaten ovan visar både hur respondenterna upplever kulturen på respektive start-up då uppsatsen tog form och att kulturen var väsentlig vid val av arbete. Den upplevda miljön på företagen grundas inte endast på hur respondenterna uppfattar sina kollegor utan även sin chef:

"Chefen skulle jag säga är viktig för mig och förklarar väl till stor del varför jag valde ett jobb på [Företag I] [...] Jag tror kulturen har format sig efter min chef och hans tankar en hel del. Han hjälper till mycket när jag sitter fast. Och fastän jag är helt ny har jag fått väldigt mycket tillit i arbetet. Vilket jag tror är ganska unikt." - Ingrid

Trots höga förväntningar på kulturen så möts start-ups av utmaningar gällande kulturen under de expansioner och tillväxtfaser som denna företagstyp tenderar att gå igenom. Ett gemensamt drag för respondenterna var inte endast att trycka på sina förväntningar på kulturen och hur väl dessa hade mötts utan även på att hänvisa till de utmaningar kulturen ställts inför under expansionsfaser och tillväxtstadier:

"[...] lite pressad i och med att vi har ganska hårda krav. Och det är rätt tydligt [...] de målsättningar som vi har när det handlar om budgetar och sånt. Så då kan såklart folk bli stressade ibland." - Benjamin

Något som också uppmärksammas av respondenterna är att det ofta finns en väldigt diversifierad arbetsstyrka på en start-up för att klara av att skala affärsmodellen globalt. Respondenterna menar dock att trots denna skillnad i nationalitet, bakgrund och intressen så leder den gemensamma målbilden, som genomsyras i hela organisationen, till att alla arbetar nära varandra:

"Det är liksom 25 olika nationaliteter på kontoret. Det är helt stört. Så alla pratar engelska, för ingen vet vilket språk den andra pratar." - Amanda

"Jag ville hit för att det är en så internationell arbetskraft här. Men det är väl lite på gott och ont att alla kommer från olika länder. Det häftiga är dock att trots våra olikheter så har alla samma företagsanda och jobbar stenhårt för företagets framgång. Det är så coolt." – Fiona

4.2.3 Utvecklingsmöjligheter

Vad avser utvecklingsmöjligheter vittnar respondenterna om att de redan före anställningen attraherades av tanken på att deras roll kunde växa i takt med företaget, något de inte upplevde var lika lätt i ett företag som inte har den tillväxtresan som start-up tenderar att ha. För merparten respondenter var det attraktivt med möjligheten till en personlig utveckling, tydligt personalansvar och en ledande chefsposition inom en kort tid:

> *"Jag tycker att det är kul med mycket ansvar. Men också att det är en bra stämning på företaget och att det inte är så byråkratiskt. Att man kan känna att det man gör faktiskt påverkar på något sätt. Det tycker jag är viktigt. Det är nog många som väljer start-ups för att man får en väldigt mycket högre utvecklingskurva"* - Emma

> "*Jag förväntade mig att jag skulle få jobba med jättemycket olika saker. Jag förväntade mig att jag skulle få lära mig mycket om AI. Jag förväntade mig att få vara med på en tillväxtresa eftersom jag var anställd nummer elva och de anställer hela tiden. Få se när man tar in lite kapital och bygger bolag samt i framtiden ha en ledande position i ett tillväxtbolag.*" - Julia

Andra respondenter strävade efter att få flytta utomlands för att arbeta på ett utländskt kontor och introducera produkten eller servicen på nya marknader:

> *"De erbjöd mig en roll att jobba med tillväxt och partnerskap och jag tänkte att det skulle bli väldigt kul. Tanken av att åka runt, öppna upp på nya utländska marknader och skaffa nya kunder verkar superkul - för jag drivs verkligen av tillväxt. Alltså gud vad spännande! Att öppna upp nya kontor är mitt mål med [Företag C]."* - Cecilia

4.2.4 Samhällspåverkan

> *"Nä men det är väl många start-ups som finns i Stockholm som är väldigt hållbara. Karma, Voi, Matsmart, Norrsken till exempel. Folk har blivit mer medvetna generellt om vad världen står inför, både socialt och miljömässigt. Många i vår generation vill ta ansvar och göra något som faktiskt betyder någonting istället för att kanske bara räkna pengar på en bank. Så därför tror jag att många dras till start-ups."* - Amanda

Ovanstående citat utgör ett exempel på hur respondenterna uttrycker ett stort intresse för specifika samhällsproblem vilket har påverkat valet av arbetsgivare. Hälften av respondenterna uttrycker ett

intresse eller en passion för en specifik bransch, nisch eller problem som de visste att de ville arbeta med.

> *"Jag tycker att deras [Företag H] mission är väldigt bra. Framförallt hela det här med att sakta ner modet och så."* - Hanna

> "*Det finns tre områden som man säger påverkar klimatförändringarna mest, det är matproduktion, transport eller energi. Så jag ville jobba inom någon av dem bitarna. Då började jag inse att det är transport jag vill jobba med. [...] Och vår vision är att förändra hur man transporterar sig.*" - Alexander

När det kommer till samhällspåverkan är det inte endast hållbarhet som lyfts fram av respondenterna. Bland annat Gustav uttrycker ett stort intresse för digital säkerhet och den innovativa affärsidén hos Företag G: *"Jag tycker det är viktigt att jobba på bolag som har ett tydligt syfte och för oss är det att vi ska rädda internet. Vi ska hjälpa folk, det är fantastiskt och vi är många bolag som har starka syften."*

4.2.5 Riskmedvetenhet

Under empiriinsamlingen så upplevde respondenterna två typer av risker vid anställning på en start-up: Den första risken är att företaget kan gå i konkurs givet de begränsade finansiella resurser som företaget förfogar över.

> "*Många är rädda för att arbeta på en start-up då dessa företag oftast har ett ganska litet kapital. Därmed finns det ju en stor osäkerhet och oro hela tiden eftersom om företaget går i konkurs så förlorar jag ju mitt jobb och allt jag jobbat för.* " - Ingrid

Den andra risken som urskiljs är att en start-up inte når alla fördelar som ett etablerat företag kan uppnå:

> "*[...] det är inget stort brand så att om det skiter sig då är det ingen som vet var man jobbat. Denna risken finns generellt för alla start-ups.*"- Cecilia

> "*Visst, lite lägre lön och lite mindre pension, men det kan jag leva med. Det är ungefär det man riskerar i min värld.*" - Gustav

Nämnvärt är att samtliga av de intervjuade anser att minst en av dessa två risker finns vid ett arbete på en start-up. Samtidigt uppfattar ingen sig som risktagande. Följdfrågor ställs därför om varför de intervjuade, givet sin riskmedvetenhet, valt ett arbete som innefattar risk. Gemensamt för respondenterna är att denna risk anses vara så pass liten att den endast hade en *påverkand*e och inte en *avgörande* roll för respondenternas val av arbetsgivare. Detta förklaras med tre olika fenomen. För det första hänvisar respondenterna till den högkonjunktur som rådde när empirin samlades in:

> "[...] *det är stabilare samhällsekonomiskt idag och det finns gott om jobb därmed kan man ta högre risk. Blir jag av med det här, alltså, funkar inte denna start-upen så kan jag börja jobba någon annanstans. Jag kommer få jobb ändå liksom.*" - Alexander

För det andra hänvisar respondenterna till att de varken har stora utgifter eller en familj att försörja. Bland annat David refererar till sin enkla livsstil: *"Det är nu jag ska ta mest risk liksom för nu har jag minst att förlora."* För det tredje så uppmärksammar respondenterna att det finns investerare som kan tillföra kapital och därmed säkra start-ups framtid: "*Vi är backade av superbra investerare [...] då känns det som att med de investerarna kommer vi inte faila."* - Cecilia.

4.2.6 Finansiella incitament

På frågan om finansiella incitament var det viktigaste vid påbörjat arbete, stämmer majoriteten in i Cecilias svar: *"Absolut inte [...] Det beror ju på om man ser det lång- eller kortsiktigt. Men det är absolut inte det viktigaste, nej."*. Trots detta påstår Emma att *"[...] det finns en grundnivå som måste uppfyllas. Men sen är det nog inte pengarna i sig som är motivationsfaktorn utan mer vad man jobbar med."*. David menar att om lönen hade varit det främsta incitamentet vid val av arbete hade han sökt sig till ett företag med större resurser och som hade mer krävande arbete:

"*Det är lite av en konflikt däremellan. När jag sökte jobb så ville jag få in foten på arbetsmarknaden samtidigt som jag värdesätter att man trivs på jobbet. Mer än att man jobbar 60 timmar för en hög lön och kan säga att man gjort två år på McKinsey, det är typ så länge folk orkar stanna. Det beror nog på vilken inställning man har, men jag tycker att det är mer viktigt att trivas på jobbet än att ha en hög lön [...] Lön har blivit allt mindre viktigt för varje dag sedan jag började jobba.*" - David

Det blir extra tydligt vilken vikt de ekonomiska incitamenten har när frågan ställs till Fiona som under intervjun arbetar oavlönat:

"Ja det är något som man verkligen funderar på nu när man jobbar som intern. Att det är viktigt. Men det är inte det viktigaste. Alltså det är klart att jag inte kommer att jobba gratis resten av mitt liv. Men det är så mycket annat som man kanske prioriterar mer än att välja ett jobb där jag har en hög lön." - Fiona

Under intervjuernas gång poängterar respondenterna att det inte är lönen som är det främsta incitamentet. De refererar istället till att det viktigaste är att bli kompenserad på andra sätt än via finansiella medel.

5 Analys

5.1 Två olika psykologiska kontrakt

Det psykologiska kontraktet som Rousseau (1995) talar om kan förklara relationen mellan en ekonomistudent från en topputbildning och en start-up. Detta kontrakt grundas på att start-ups erbjuder ett arbete som kännetecknas av en dynamisk och snabbföränderlig karriär inom företaget, utvecklingsmöjligheter samt som erbjuder andra incitament än lön vilket Rousseau (1995) definierar som ett relationskontrakt. Då teorin är äldre än den myntade termen "start-up" finns det ingen nämnd koppling mellan denna företagstyp och relationskontrakt. Däremot, givet de karaktärsdrag som författarna framfört, anses denna koppling tillämpbar.

Det är även viktigt att beakta att samtliga respondenter tidigare har haft studentarbete på ett stort företag och under den tiden utvecklat ett psykologiskt kontrakt med denna företagstyp. Respondenterna upplevde att kontrakten innehöll villkor som kännetecknades av liten flexibilitet, hög personalomsättning och låg personlig utveckling vilket av Rousseau (1995) kännetecknas som ett transaktionskontrakt.

Då respondenterna vittnar om att tidigare studentarbete på ett stort företag inte mött deras förväntningar och därmed genererat ett missnöje kan en koppling dras till Rousseaus teori om ett brutet psykologiskt kontrakt (1995). Det missnöje som respondenterna beskriver kan förklara varför dessa personer valt att söka sig till en annan företagstyp med förhoppning om att hitta ett kontrakt som kan hållas, vilket i sin tur genererar ökad tillfredsställelse på arbetet enligt Guest och Conway (1997). Steget från ett stort företag till en start-up kan därmed förklaras av att intervjupersonerna anser att start-ups kan erbjuda andra villkor med ett relationskontrakt, än vad stora företag med ett transaktionskontrakt kan göra. Eftersom psykologiska kontrakt grundar sig på tidigare erfarenheter, i detta fall studentarbete, kan respondenternas negativa erfarenheter från stora företag ge en djupare förståelse för vad som attraherade respondenterna till start-ups trots att de aldrig arbetat på en start-up tidigare. Värt att uppmärksamma är att eftersom ett brutet kontrakt har olika effekter för olika människor enligt Herriot, Manning, och Kidd (1997), Robinson och Rousseau (1994) samt Turnley och Feldman (2000), så kan det förklara varför andra som också haft studentarbete på stora företag och fått sina kontrakt brutna, väljer att stanna kvar på denna företagstyp.

Delslutsats (1)

De nyutexaminerade studenterna i studien attraheras av att arbeta på en start-up då de upplever att tidigare studentarbete på stora företag inte mött deras förväntningar på arbetet.

5.2 Introduktion av psykologiska kontrakt

Rousseau härleder skapandet av ett psykologiskt kontrakt till det initiala mötet mellan arbetstagare och arbetsgivare (Rousseau, 1995). Med teorin som utgångspunkt innebär det att medan vissa respondenter skapade sitt psykologiska kontrakt under rekryteringsprocessen, skapade andra det redan tidigare. Då samtliga respondenter uttryckte att de i ett tidigt skede haft en interaktion med högsta chefen på respektive start-up kan den denne klassificeras som en principal enligt Rousseaus definition från 1995. Genom att möta företagets högsta chef under rekryteringsprocessen reducerades risken för missförstånd och ofullständig information (Rousseau, 1995). Respondenternas introduktion till start-ups ska ses i relation till den de haft i tidigare studentarbeten med stora företag, där den arbetssökande inte interagerat med den högsta chefen och därmed klassificeras kontaktskaparen som en agent enligt Rousseau (1995). Detta kan i sin tur svara på varför respondenterna upplevde att de psykologiska kontrakten har hållits på start-ups men brutits på stora företag. Möjligheten att få träffa högsta chefen kan även förklara varför ett flertal av respondenterna under rekryteringsprocessen blev övertalade att börja arbeta på en start-up.

Delslutsats (2)

De nyutexaminerade studenterna i studien attraheras av att arbeta på en start-up eftersom de upplever att de villkor som förväntas på denna företagstyp även möts på arbetet.

5.3 Utbyte av villkor

De ömsesidiga förpliktelser mellan arbetsgivare och arbetstagare som Rousseau (1990) uppmärksammar är svåra att förutspå innan påbörjat arbete men är något som kan förtydligas från det ögonblick som ett kontrakt skapas och under tiden som det utvecklas. Arbetstagaren måste hela tiden bedöma huruvida förväntade positiva villkor på en start-up förhåller sig till de negativa komponenterna. Trots att respondenterna vittnade om att riskerna var *påverkande* men inte *avgörande* så var det fortfarande riskfaktorer att ha med i bedömningen som inte nödvändigtvis skulle finnas vid anställning på ett etablerat företag. Därutöver vittnade de nyutexaminerade studenterna i studien om begränsad lön på respektive start-up. Samtliga respondenter ansåg att ekonomiska incitament hade en relativt liten betydelse för det arbete som ansågs attraktivt. Det

har därför utretts vilka villkor som väger upp för de negativa komponenter som anses mindre attraktiva hos start-ups. Dessa villkor är sedan det som påverkar hur attraktivt ett psykologiskt kontrakt upplevs.

5.3.1 Autonomi och kompetens

Enligt Deci och Ryan (2000) kommer de individer med en inre motivation att finna sitt arbete givande och prestera bättre. De intervjuade attraheras av ett arbete där de får ”*frihet under ansvar*” och får äga sina processer själva, vilket i enlighet med Deci och Ryan (2000) kännetecknar ett autonomt arbetssätt. Likaså vittnar de om en flexibilitet i sitt schema där de kan jobba hur, när och var de vill vilket även detta tyder på autonomt arbete. Detta kan ses i relation till de stora företag som respondenterna haft studentarbete på tidigare. På dessa företag fanns det begränsad möjlighet att påverka och medarbetarna var mer bundna till en viss typ av arbetssätt.

Det autonoma ansvaret resulterar i att respondenterna upplever att de arbetar med många olika saker och att de därmed utmanas intellektuellt. Utöver det så tenderar både resultat och känslan av effektivitet att bli tydligare på en start-up på grund av till exempel fler anställda, fler kunder, samt flytt till större lokaler. Det tydliga ansvaret, den intellektuella utmaningen och möjligheten att se resultat snabbt, kännetecknar därmed en stimulerad kompetens (Deci & Ryan, 2000b; Deci & Moller, 2005). Stimulerad kompetens ökar individens självförtroende och tro på sin kompetens samt prestation inför nästa uppgift (Bandura, 1993). Med denna tro och självkänsla ökar även den inre motivationen hos individen, något som i sin tur kan förklara respondenternas attityd till arbetet.

Delslutsats (3)

De nyutexaminerade studenterna i studien attraheras av att arbeta på en start-up då de upplever att arbetet kännetecknas av autonoma arbetsförhållanden och stimulerad kompetens vilket främjar inre motivation.

5.3.2 Tillhörighet

Då Deci och Ryan (1985) endast definierar när tillhörighet är uppnådd och inte hur den uppnås har författarna valt att grunda denna definition på den tidigare forskning som gjorts om tillhörighet hos studenter och atleter (Hagger & Chatzisarantis, 2007) samt teorin om en säker arbetsbas (Feeney & Thrush, 2010). Givet detta kan den starka gemensamma mentalitet som råder på respondenternas arbete klassificeras som en säker arbetsbas då respondenterna upplever stöd, support och uppskattning. Vidare fanns det ett gemensamt intresse för företagets framtida

framgång då samtliga företagsmedlemmar väljer att samarbeta och uppmuntrar förslag om nya tillvägagångssätt för företaget. Denna gemensamma ambition gör att de anställda på företaget, trots sina olikheter gällande nationalitet, bakgrund och intressen känner en stark koppling till varandra. Samma stöttning upplevde respondenterna att de fick av sin chef vilket enligt Deci och Ryan (2000b) kan främja känslan av tillhörighet. Den stöttande kulturen kan även ses i det nära arbete som finns hos start-ups under de branta tillväxtfaserna som görs. Med stöd i tidigare forskning som gjorts om studenter och atleter kan detta kännetecknа en upplevd tillhörighet (Grolnick & Ryan, 1989; Hagger & Chatzisarantis, 2007). Därmed kan det antas att respondenterna i studien känner en tillhörighet i sina arbeten på start-ups.

Delslutsats (4)

De nyutexaminerade studenterna i studien attraheras av att arbeta på en start-up då de upplever att arbetet kännetecknas av upplevd tillhörighet vilket främjar inre motivation.

5.3.3 Utvecklingsmöjligheter

Uttrycket "att bygga bolag" symboliserar tydligt att en stark tillväxt kan resultera i stora möjligheter i framtiden. Till skillnad från etablerade företag har start-ups en skalbar affärsmodell som förväntas generera en snabb tillväxt. Därmed blir framtida möjligheter för anställda på företaget svåra att beräkna och utgör därmed ett implicit villkor. De utvecklingsmöjligheter som respondenterna upplevde fanns på respektive företag beskrivs i empirin som personlig utveckling, chefsposition och internationella möjligheter. Då ett psykologiskt kontrakt enligt Rousseau (1995) är i ständig utveckling mellan båda parter är det inte endast kontraktet vid anställning som är attraktivt för respondenterna, utan även förväntningarna på utvecklingen av kontraktet. De nyutexaminerade studenterna i studien hade således inte bara förväntningar på det arbete som fanns på företaget vid anställning utan även vad arbetet kunde innebära i framtiden.

Delslutsats (5)

De nyutexaminerade studenterna i studien attraheras av att arbeta på en start-up då de upplever att denna företagstyp erbjuder stora utvecklingsmöjligheter.

5.3.4 En inre strävan

Många start-ups konkurrerar på marknaden med en produkt eller service som löser ett problem på ett mer innovativt och tillgängligt sätt än tidigare. Enligt flertalet respondenter är det just start-ups samhällspåverkan, antingen genom att göra samhället mer effektivt eller hållbart, som påverkade deras val av arbetsgivare. Detta då de visste att de skulle bli motiverade av att arbeta för ett bättre

samhälle vilket enligt Kasser och Ryan (1996) kännetecknas som en inre strävan. Denna strävan utgör därmed ett villkor i respondenternas respektive kontrakt med start-ups.

Delslutsats (6)

De nyutexaminerade studenterna i studien attraheras av att arbeta på en start-up då de upplever att dessa företag är innovativa vilket ger dem en möjlighet att påverka samhället till det bättre.

6 Diskussion och slutsats

6.1 Svar på frågeställning

Genom en kvalitativ undersökning har författarna studerat nyutexaminerade ekonomistudenters val att arbeta på en start-up i samband med examen och förklaringen till detta val. Teorin om det psykologiska kontraktet och motivationsteorier har analyserats tillsammans med empirin för att få en djupare förståelse. Denna process har beskrivits och förklarats i syfte att besvara frågeställningen:

Vad är det som attraherar nyutexaminerade studenter från topputbildningar inom ekonomi att arbeta på en start-up?

Med studien som grund kan författarna konstatera följande: De sex presenterade delslutsatserna i analysen svarar på uppsatsens frågeställning. Slutsatserna är alla var för sig en enskild byggsten som tillsammans utgör ett attraktivt arbete. Delslutsatserna skildrar två övergripande teman, som nämns nedan.

Introduktion av start-up

De nyutexaminerade studenterna i studien har vittnat om en nära och transparent kommunikation i tidigt skede med den högsta chefen på respektive start-up. Studien visar att den direkta kommunikationen underlättade respondentens möjlighet att förstå och även påverka de implicita villkoren för arbetet innan anställningen. Detta gjorde att de förväntningar som respondenterna byggde upp inför arbetet på respektive start-up stämde väl överens med hur arbetet var. Under studiens gång framkom det att samtliga respondenter tidigare haft studentarbete på ett stort företag. Respondenterna har i samtliga fall uttryckt missnöje med dessa anställningar då förväntningarna som fanns på de implicita villkoren vid anställning inte kom att uppfyllas. Denna erfarenhet har påverkat respondenternas senare val och medfört att de sökt sig till en start-up trots att dessa inte återfinns i marknadsföringen på topputbildningar.

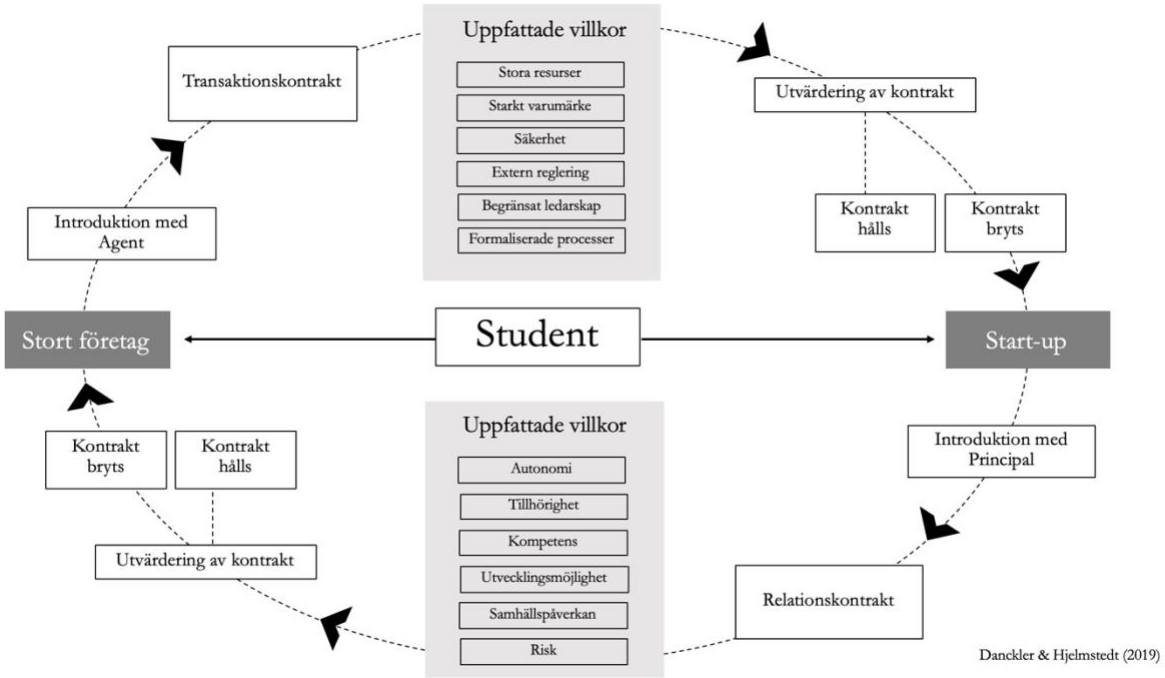
Utbyte med start-up

Studien kan konstatera att det finns unika karaktärsdrag hos start-ups som respondenterna upplevde speglade deras personliga preferenser. De nyutexaminerade studenterna i studien förväntade sig att respektive start-up skulle erbjuda ett arbete där inre motivation ökade genom autonoma arbetsuppgifter, en tillhörighet till sin omgivning och en stimulerad kompetens.

Förutom detta var utvecklingsmöjligheter på företaget attraktivt då respondenterna förväntade sig att företagstypen skulle vara en språngbräda till personlig utveckling, högre positioner och en internationell karriär. Respondenterna attraherades även av respektive start-ups innovativa affärsidé och möjligheten att arbeta för en positiv samhällspåverkan. Det fanns däremot komponenter som inte ansågs attraktiva vid arbete på en start-up, såsom risk och relativt låg lön. Studien visar dock att risken ansågs vara tillräckligt låg och lönen tillräckligt hög för att fördelarna med ett arbete på en start-up skulle överväga nackdelarna.

6.2 Upplevt psykologiskt kontrakt mellan arbetstagare och start-ups samt stora företag i studien

Författarna har skapat en modell för att tydliggöra de skillnader som existerar i de psykologiska kontrakt som görs mellan de nyutexaminerade studenterna i studien och start-ups samt stora företag.



Författarna vill understryka att de, med modellen, inte har som avsikt att uppnå en generalisering. De vill istället presentera en övergripande sammanfattning av de nyutexaminerade ekonomistudenternas uppfattning av de psykologiska kontrakten i denna studie. De ”uppfattade villkor” som presenteras i modellen har placerats i den vertikala ordningen för layoutmässiga skäl och ordningen saknar därmed innebörd.

6.3 Diskussion

6.3.1 Studiens bidrag och praktiska implikationer

Med studien och tidigare forskning som grund, kan det konstateras att det finns likheter i vad som anses attraktivt med start-ups för ekonomistudenterna i studien och studenter med en teknisk bakgrund. Båda studierna visar att respektive studentgrupp attraheras av ansvar, utvecklingsmöjligheter och utmanande arbetsuppgifter. Det finns även skiljaktigheter mellan forskningsresultaten i områden som gemenskap, då ekonomistudenterna i studien attraheras av det gemensamma intresset för företagets framgång, medan IT-studenter attraheras av det gemensamma tekniska intresset. Därutöver är ekonomistudenterna i studien måna om en samhällspåverkan och har negativa erfarenheter av stora företag. Därmed kan det konstateras att studien har tillfört forskning som delvis stärker den tidigare slutsatsen som gjorts om IT-studenters attraktion till start-ups samt genererat en förståelse hur respektives akademiska bakgrund har påvisat skillnader i attraktionen till start-ups.

Följaktligen utgör studien ovan ett komplement till den tidigare forskning som gjorts om attraktion till etablerade företag och kan ge en djupare förståelse för vilka karaktärsdrag som attraherar studenter till de olika företagstyperna. Det är främst SME-företag som speglar de attribut som anses attraktiva hos start-ups. Till exempel det nära arbetet med den högsta chefen och den stödjande kulturen. Däremot finns det skillnader gällande preferenser för homogeniteten i arbetsstyrkan. Det finns även likheter mellan de studenter som attraheras av arbete på en start-up och de som attraheras av entreprenörskap då båda lockas av det innovativa arbetet. Givet forskningsresultatet kan det konstateras att de attribut som för arbete på start-ups anses attraktiva, befinner sig i ett område som överlappas av attraktiva egenskaper hos ett SME-företag och entreprenörskap.

Genom att förstå likheter och skillnader mellan olika företagstyper kan arbetsgivare på start-ups tidigare identifiera vad som attraherar arbetskraft. De kan sedan använda dessa egenskaper strategiskt vid rekrytering vilket kan gynna deras möjligheter att skapa ett bra team. Då studien konstaterade att samtliga respondenter tidigare haft ett studentarbete på ett stort företag där deras förväntningar inte mötts, kan studien även bli relevant för denna företagstyp för att motverka felrekrytering. Avslutningsvis kan det dessutom vara intressant för etablerade företag att få en större förståelse för egenskaper att eventuellt efterlikna i dagens hårda konkurrens om arbetskraft.

6.3.2 Förslag till vidare forskning

Författarna har i denna studie inte haft som mål att uppnå en generaliserbarhet i ämnet. Däremot, om detta målet skulle finnas kan ytterligare undersökningar göras på fler nyutexaminerade ekonomistudenter från topputbildningar för att få ett större stickprov av den totala populationen. Således skulle även en mer omfattande studie, rent geografiskt, öka generaliserbarheten. Samma undersökning kan även göras på studenter som tagit examen ett annat år för att se om tid och samhällstrender påverkar resultatet. Det skulle dessutom vara intressant att studera ekonomistudenter från topputbildningars identitetsbild samt hur de uppfattar sina förpliktelser till arbetsgivaren som komplement till denna studie för att uppnå en djupare förståelse för uppsatsens frågeställning. Då uppsatsen riktade in sig på studentens perspektiv av attraktion till arbete på en start-up, skulle en studie som tillgodoser arbetsgivarens perspektiv utgöra ett intressant komplement. Därutöver, eftersom studenterna i uppsatsen vittnade om låg risk givet bland annat högkonjunkturen som rådde när uppsatsen tog form hade det varit intressant att göra liknande undersökningar under en lågkonjunktur. Detta hade genererat en förståelse för vilka villkor som fortfarande är attraktiva när studenten tar en större risk.

6.3.3 Begränsningar med studien

Då studien ovan tar avstamp i ett tolkande synsätt har detta påverkat författarnas förmåga att framställa empirin på ett rättvist sätt. De villkor och egenskaper som mest frekvent tas upp under intervjuerna behöver inte nödvändigtvis vara de mest avgörande faktorerna. Eftersom respondenterna arbetade på en start-up under intervjutillfället kan även detta ha gjort de utelämnat information eller svarat partiskt. I denna studie har *endast* nyutexaminerade ekonomistudenter från topputbildningar som arbetar på en start-up intervjuats vilket kan ha påverkat den slutsats som uppstått men även den som uteblivit.

Vidare kan studien även begränsas av författarnas förenkling av det teoretiska ramverket. Det finns även andra aspekter att beakta i samband med den teoretiska tillämpningen som författarna utelämnat. Slutligen begränsas studien av författarnas antagande om att alla stora företag är lika och erbjuder liknande villkor. I praktiken finns det däremot skillnader på vad stora företag kan erbjuda. Det är även sannolikt att det finns stora företag som kan erbjuda liknande villkor vilka anses attraktiva hos start-ups.

7. Referenser

Anderson, N., & Schalk, R. (1998). The psychological contract in retrospect and prospect. In Suzanne S. Masterson (Ed.), *Journal of organizational behavior* (pp. 637-647) Wiley.

Arbetsmarkandsdagar LU. (2019). *Arbetsmarknadsdagar.* Hämtad 04/05, 2019, från https://www.lu.se/studera/examen-och-karriar/karriarstod-jobb-och-praktik/arbetsmarknadsdagar

Arbetsmarknadsdagar KTH. (2019). *Arbetsmarknadsdagar.* Hämtad 04/05, 2019, från https://www.kth.se/student/framtid/karriar/arbetsmarknadsdagar-1.25412?fbclid=IwAR3rzAKVlDjlwLo5T59pu2YGArlxKynvYxg27CXu7cVwUHzb3tv5UBSMnUw

Argyris, C. (1960). *Understanding organizational behavior.* Homewood: Dorsey Press.

Austin, J. (2018). *Startup or established company? which is best for you?* Hämtad 03/02, 2019, från https://hbswk.hbs.edu/item/startup-or-established-company-which-is-best-for-you?cid=wk-rss&fbclid=IwAR3rzAKVlDjlwLo5T59pu2YGArlxKynvYxg27CXu7cVwUHzb3tv5UBSMnUw

Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist, 28*(2), 117-148. doi:10.1207/s15326985ep2802_3

Binks, M. (1996). Enterprise in higher education and the graduate labour market. *Education + Training, 38*(2), 26-29. doi:10.1108/00400919610112033

Blocket Jobb. (2019). Hämtad 03/18, 2019, från https://jobb.blocket.se

Blomberg, J. (2017). *Management organisations- och ledarskapsanalys* (1:1 ed., pp. Chapter 5). Lund: Studentlitteratur AB.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101. doi:10.1191/1478088706qp063oa

Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods* (pp. 3-624). Oxford: Oxford University Press.

Cambridge Dictionary. (2019). Hämtad 04/11, 2019, från https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/motive?fbclid=IwAR2MeAG6FI5RrXDI3TKKTNIywcUg7yDsfSaWy5wk3Kj72k8J6lgBUr8drPY

CBinsights. (2018). *The top 20 reasons startups fail.* Hämtad 04/18, 2019, från https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/?fbclid=IwAR2y44QAKOns_j1GfJNoGOD2ZaCS3m-aaaJDjz5p2vXBskm1NMk3bSGgzTE

Chalmers Innovation. (2019). *Innovation och entreprenörskap.* Hämtad 05/02, 2019, från https://www.chalmers.se/sv/samverkan/Innovation-och-entreprenorskap/Sidor/default.aspx

Charm. (2019). *Charm 2019.* Hämtad 04/05, 2019, från http://charm.chalmers.se/student/massan-student?fbclid=IwAR29Km5kxg5IoBKRycnq8IcSrBJg68ZULucUnfMI-ad1IA5qgs5dDDuU7Js

Conway, N., & Briner, R. B. (2009). Fifty years of psychological contract research: what do we know and what are the main challenges. In G. P. Hodgkinson, & J. K. Ford (Eds.), *International*

Review of Industrial and Organizational Psychology (Vol. 24, pp. 71-130). Chichester, U. K.: Wiley-Blackwell.

Dagens Nyheter. (2019). *Så stor betydelse har lärosätet när du söker jobb*. Hämtad 04/02, 2019, från https://www.dn.se/ekonomi/jobb-karriar/sa-stor-betydelse-har-larosatet-nar-du-soker-jobb/?fbclid=IwAR29pT5FfOkOBUGexPDPyHKuVe-G-U6DQLZyhO2UxfI4AI0dNrfIlgRd3Fc

DeCharms, R. (1968). Personal causation.(New York: Academic Press)

Deci, E. L., & Moller, A. C. (2005). The concept of competence: A starting place for understanding intrinsic motivation and self-determined extrinsic motivation. (pp. 579-597). New York, NY, US: Guilford Publications. Hämtad från RIS Format UTF-8

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1975). *Intrinsic motivatio*n. New York: Plenum Press.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000a). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry, 1*1(4), 227-268. doi:10.1207/S15327965PLI1104_01

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000b). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist, 5*5(1), 68-78. doi:10.1037/0003-066X.55.1.68

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavio*r. New York: Plenum.

European Commission. (2019). *What is an SME*. Hämtad 02/25, 2019, från https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en

European Union. (2015). *Upplysningar från europeiska unionens institutioner, byråer och organ*. Hämtad 03/18, 2019, från https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XG0120(01)&from=SL

Eurostat. (2019). *Enterprise size*. Hämtad 02/25, 2019, från https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Enterprise_size

Feeney, B. C., & Thrush, R. L. (2010). Relationship influences on exploration in adulthood: The characteristics and function of a secure base. *Journal of Personality and Social Psychology, 9*8(1), 57-76. doi:10.1037/a0016961

Glassdoor. (2019). Hämtad 03/18, 2019, från https://www.glassdoor.com/index.htm

Global Innovation Index 2018. (2018). *Global innovation index 2018*. Hämtad 02/15, 2018, från https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report#

Grolnick, W. S., & Ryan, R. M. (1989). Parent styles associated with children's self-regulation and competence in school. *Journal of Educational Psychology, 8*1(2), 143-154. doi:10.1037/0022-0663.81.2.143

Guest, D., & Conway, N. (1997). *Employee motivation and the psychological contrac*t. Wiltshire: Institute of Personnel and Development.

Hagger, M. S., & Chatzisarantis, N. L. D. (2007). Advances in self-determination theory research in sport and exercise. *Psychology of Sport and Exercise,* 8(5), 597-599. doi:10.1016/j.psychsport.2007.06.003

Hamilton, C., & Sauer, O. (2015). Vad motiverar personer att ta anställning på ett nystartat och nyskapande företag? (Bachelor, Stockholm School of Economics).

Handelsdagarna. (2019). *Mässor, föreläsningar och intervjuer*. Hämtad 04/05, 2019, från http://www.handelsdagarna.se

Harvard Business Review. (2015). *What makes a start-up an employer of choice*. Hämtad 04/24, 2019, från https://hbr.org/2015/12/what-makes-a-start-up-an-employer-of-choice?fbclid=IwAR0xtoE-Td3v4dPq23VVXIUDPRdYA1IdQtYtL2CjYA9hs2wXk0htWznBdPk

Hebb, D. O. (1955). Drives and the C. N. S. (conceptual nervous system). *Psychological Review, 6*2(4), 243-254. doi:10.1037/h0041823

Herriot, P., Manning, W. E. G., & Kidd, J. M. (1997). The content of the psychological contract. *British Journal of Management,* 8(2 SPEC. ISS.), 151-162. Hämtad från SCOPUS database.

Herzberg, F. (1959). *The motivation to wor*k (2nd ed.). New York: New York: Wiley.

Horowitz, M. J. (1988). *Introduction to psychodynamics: A new synthesi*s. New York, NY, US: Basic Books. Hämtad från RIS Format UTF-8

Hull, C. L. (1943). *Principles of behavior: An introduction to behavior theor*y. Oxford, England: Appleton-Century. Hämtad från RIS Format UTF-8

Indeed. (2019). Hämtad 03/18, 2019, från https://se.indeed.com

Innovation och samverkan Lund. (2019). Hämtad 03/18, 2019, från https://www.lu.se/innovation-samverkan/innovation-och-entreprenorskap/inkubatorer?fbclid=IwAR3fQXJQWoeZ7QED2XcFLD2iY1WbQJhmZNeLTUIILQDgA8dP03hPZSpjPlI

Invest Stockholm. (2015). *Stockholm a startup giant*. Hämtad 04/20, 2019, från https://www.investstockholm.com/news/stockholm-a-startup-giant/

Invest Stockholm. (2019). *Welcome to stockholm: The unicorn factory*. Hämtad 02/15, 2019, från https://www.investstockholm.com/

Kac, M., Rota, G., & Schwartz, J. T. (1992). Discrete thoughts. *Essays on mathematics, science and philosoph*y (pp. 11). Boston: Birkhäuser.

Kantar Sifo. (2018). *Kantar sifos anseendeindex för svenska lärosäten 201*8. Sweden: Kantar Sifo.

Karriärmässor UU. (2019). *Karriärmässor*. Hämtad 04/05, 2019, från https://www.uu.se/student/karriar/karriarmassor/?fbclid=IwAR29Km5kxg5IoBKRycnq8IcSrBJg68ZULucUnfMI-ad1IA5qgs5dDDuU7Js

Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further examining the american dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin, 22*(3), 280-287. doi:10.1177/0146167296223006

KTH Innovation. (2019). Hämtad 03/28, 2019, från https://www.kth.se/innovation?fbclid=IwAR2IxrES6iFCHM4x6P2JTuwvm7IPm-mxWnDr4aZ_J7Lf7qHJUwWhlhzsuN8

Levinson, H. (1962). *Men, management, and mental healt*h. Cambridge, MA: Harvard University Press.

LinkedIn. (2019). *LinkedIn jobs*. Hämtad 03/18, 2019, från https://www.linkedin.com/jobs/

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review, 5*0(4), 370-396. doi:10.1037/h0054346

McGregor, D. (1960). *The human side of enterpris*e. New York: McGraw-Hill.

Miles, R. E., & Snow, C. C. (1984). Designing strategic human resources systems. *Organizational Dynamics, 1*3(1), 36-52. doi:10.1016/0090-2616(84)90030-5

Pyszczynski, T., Greenberg, J., & Soloman, S. (2000). Toward a dialectical analysis of growth and defensive motives.*11(4*)(Psychological inquiry), 301-305.

Ready, K. (2012). *A startup conversation with steve blank*. Hämtad 02/01, 2019, från https://www.forbes.com/sites/kevinready/2012/08/28/a-startup-conversation-with-steve-blank/#3a5a5a31f0db

Robinson, S. L., & Rousseau, D. (1994). Violating the psychological contract: Not the exception but the norm. *Journal of Organizational Behavior, 1*5(3), 245-259. doi:10.1002/job.4030150306

Roffe, I. (1996). *Transforming graduates, transforming small firms* (Vol. 20 Issue: 8 ed.). University of Wales, Lampeter, Dyfed, UK: Journal of European Industrial Training, Vol. 20 Issue: 8.

Rousseau, D. (1989). Psychological and implied contracts in organizations. *Employee Responsibilities and Rights Journal,* 2(2), 121-139. doi:10.1007/BF01384942

Rousseau, D. (1990). New hire perceptions of their own and their employer's obligations: A study of psychological contracts. *Journal of Organizational Behavior, 1*1(5), 389-400. doi:10.1002/job.4030110506

Rousseau, D. (1995). *Psychological contracts in organizations: Understanding written and unwritten agreement*s. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Schein, E. (1980). *Organizational psychology*. Engelwood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: Students' career aspirations in relation to entrepreneurship.*26(4*)(Journal of Small Business Management)

Selin, A. (2016). *Allt fler unga startar företag*. Hämtad 03/11, 2019, från https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=6409063

Sheldon, K. M., Sommet, N., Corcoran, M., & Elliot, A. J. (2018). Feeling interpersonally controlled while pursuing materialistic goals: A problematic combination for moral behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin, 4*4(9), 1330-1349. doi:10.1177/0146167218766863

Skolverket. (2016). *Arbetslivet efter skolan*

SSE Business Lab. (2019). Hämtad 03/18, 2019, från https://www.hhs.se/en/outreach/sse-initiatives/sse-business-lab/

Stanford Social Innovation Review. (2018). *The future of social impact education in business schools and beyond*. Hämtad 04/18, 2019, från https://ssir.org/the_future_of_social_impact_education_in_business_schools_and_beyond

Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., & Carland, J. W. (1999). *A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers* doi:https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00070-0

Szamosi, L. T. (2006). Just what are tomorrow's SME employees looking for? *Education + Training, 48*(8), 654-665. doi:10.1108/00400910610710074

Thomas, H. D. C., & Anderson, N. (1998). Changes in newcomers' psychological contracts during organizational socialization: A study of recruits entering the british army. *Journal of Organizational Behavior, 19*(SUPPL.), 745-767. Hämtad från SCOPUS database.

Törnwall, M. (2018). *Noteringsfesten fortsätter för hajpade techbolag*. Hämtad 03/19, 2019, från https://www.svd.se/noteringsfesten-fortsatter-for-hajpade-techbolag?fbclid=IwAR2MpVTWvxdEbnkK9VBI6F8Dd4c2jBEX0_iTVkBiZHHNhiAgjco2vaypUHM

Turnley, W. H., & Feldman, D. C. (2000). Re-examining the effects of psychological contract violations: Unmet expectations and job dissatisfaction as mediators. *Journal of Organizational Behavior, 21*(1), 25-42. doi:10.1002/(SICI)1099-1379(200002)21:1<25::AID-JOB2>3.0.CO;2-Z

Universum. (2019). *The most attractive employers in sweden,* Universum.

UU Innovation. (2019). Hämtad 03/18, 2019, från https://www.uuinnovation.uu.se/utveckladinide/?fbclid=IwAR1v66yFIvzWM0T6M6zJKA813yLe6W6YqFf1XecELZkeIxNWZ55NlT-6_gM

Vansteenkiste, M., Lens, W., & Deci, E. L. (2006). Intrinsic versus extrinsic goal contents in self-determination theory: Another look at the quality of academic motivation. *Educational Psychologist, 41*(1), 19-31. doi:10.1207/s15326985ep4101_4

White, R. W. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological Review, 66*(5), 297-333. doi:10.1037/h0040934

8. Bilagor

8.1 Skillnader mellan start-ups och etablerade företag

Start-ups	Mature companies
Broad scope/variety of work	Best practice/mentorship/role models
Scrappiness with little cash	Clear direction/roadmap
Smalle team/solo work	Exposure to sucess at scale
Limited mentorship	Narrow scope of the role
Limited structure/best practices	May move slower
Ambiguity and frequent course correction	Less contemporary processes/tools
Mixed bag of investors/board	Multi-functional teams
Limited benefits & salary	Mature investors/board
More equity, but value unknown	Great benefits & salary
Unstable	Limited equity, but may have real value
Unknown brand	Sales traction and product market fit
	Brand name

8.2 Kantar Sifo

Ett anseendeindex över 75 är ett högt anseende för lärosäten 2018 stämmer det på följande:

- Chalmers tekniska högskola
- Kungliga Tekniska högskola
- Lunds universitet
- Uppsala universitet
- Lunds Tekniska högskola
- Handelshögskolan i Stockholm

8.3 Antagningsstatistik 2018

	Termin	Utbildningens namn	Universitet/Högskola	Antagningspoäng med merit	Antagningspoäng utan merit
1	HT2018	Civilingenjör i industriell ekonomi	Lunds Universitet	19,32	21,82
2	HT2018	Business & Economics	Handelshögskolan	19,27	21,77
3	HT2018	Civilingenjör i industriell ekonomi	Kungliga Tekniska Högskolan	18,91	21,41
4	HT2018	Civilingenjör i industriell ekonomi	Chalmers Tekniska Högskola	18,75	21,25
5	HT2018	Civilingenjör i industriell ekonomi	Linköping Universitet	18,18	20,68
6	HT2018	Ekonomie kandidatprogram	Uppsala Universitet	17,97	20,47
7	HT2018	Ekonomie kandidatprogram	Lunds Universitet	17,81	20,31
8	HT2018	Handelshögskolans ekonomprogram (ENG)	Göteborgs Universitet	17,6	20,1
9	HT2018	Civilekonom (4 år)	Linköping universitet	16,81	19,31
10	HT2018	Kandidatprogram i företagsekonomi	Stockholms Universitet	16,81	19,31
11	HT2018	Ekonomiprogrammet	Örebro Universitet	16,16	18,66

8.4 Mail skickat till företagen

Alla mail skickades från författarnas mailadresser som de fått av Handelshögskolan i Stockholm för att legitimera uppsatsen.

Hej anställda på [Företag].

Vi är två studenter från Handelshögskolan i Stockholm som under våren skriver vår kandidatuppsats inom management, med fokus på vad som motiverar studenter att arbeta på en start-up. Vi har en uppfattning om att allt fler ekonomistudenter från topputbildningar i Sverige väljer att arbeta på start-up som sitt första heltidsjobb istället för de stora företag som ständigt syns och marknadsför sig för dessa studenter. Då vi har ett stort intresse för start-ups, tycker vi att det hade varit superspännande att få en klarare bild av vad som motiverar dem att arbeta på ett företag, som ert, och skulle därför gärna komma i kontakt med samt intervjua några av era anställda som möjligtvis gått på någon av de skolor som nämns nedan.

Utbildning inom Ekonomi:
1 Handelshögskolan i Stockholm
2 Lunds Universitet
3 Uppsala Universitet

Utbildning inom Industriell Ekonomi:
1 Lunds Tekniska Högskla
2 Kungliga Tekniska Högskolan
3 Chalmers Tekniska Högskola

För att få en uppfattning om detta hoppas vi att någon gång under de kommande veckorna (helst

v. 8,9,11) få träffa er. Vi har full förståelse för ert fullspäckade tidsschema, och kan därför vara väldigt flexibla med tid och plats för intervjuerna. Om det inte tid finns att träffas under kontorstid kan vi förslagsvis ses över en kaffe nära er arbetsplats.

Vår förhoppning är att studien kan bidra med insikter och ge er möjlighet för reflektion. Självfallet är studien anonym, både för respektive intervjuperson och företaget som sådant. Vi hade varit otroligt tacksamma om vi fick träffa någon av era anställda som uppfyller "kraven" ovan. Meddela oss gärna om ni är intresserade eller inte, genom att svara på detta e-mail eller kontakta oss via telefon.

Ha en fin dag!

Med vänliga hälsningar,

Olivia Hjelmstedt (0704-862521)
Martin Danckler (0760-063369)

8.5 Redovisning av företagen i studien

Kodföretag	Branch	Grundat	Medarbetare
Företag A	Transport	2018	130
Företag B	Finans	2014	36
Företag C	Utbildning	2014	15
Företag D	Finans	2016	12
Företag E	IT	2015	20
Företag F	Digitala Lösningar	2014	40
Företag G	AI	2014	54
Företag H	Mode	2015	12
Företag I	Livsmedel	2017	6
Företag J	AI	2016	11

8.6 Intervjuguiden

Etiska aspekter
1. Ditt deltagande i den akademiska studien är frivilligt.
2. I det arbete vi skriver, en kandidatuppsats, kommer du som deltagare och din/a arbetsgivare att anonymiseras.
3. Vi kommer inte heller att berätta vilka personer som deltar, vare sig för arbetsgivare eller för andra deltagare.
4. Du som deltagare kan när som helst avbryta intervjun, och du behöver inte förklara varför.
5. Får vi ditt tillstånd att spela in intervjun, så att vi sedan kan transkribera den?
6. Har du några frågor till oss innan vi börjar?

Inledning personlig
- Vill du berätta lite om dig själv –

Om vi inte får svar under inledningen, så ställ följande frågor:
  - Vad heter din position/Vad är din titel?
  - Hur länge har du jobbat här nu?

    - Vad har du pluggat innan du började på arbetet du har idag?
    - Har du haft något jobb vid sidan av studierna eller t.ex. under somrarna? Vilket/vilka typer av företag? Hur var det?
- Vad skulle du säga är dina tre största styrkor? Svagheter?
- Vad motiverade dig i skolan?

Inledning företag

- Vill du berätta lite om [Företag X].

Om vi inte får svar under inledningen, så ställ följande frågor:

    - Hur många anställda har ni?
    - Hur ser könsfördelningen ut?

Syn på arbete innan anställning

- Hade du något tydligt mål under din studietid på vad du ville jobba med? Hur gick dina tankar?
- Har du samma uppfattning om dina mål idag eller har de förändrats?
- Hur kommer det sig att du hamnade just på [Företag X]?
    - Var det något speciellt som lockade? I sådana fall vad?
- Vad var viktigt för dig när du söker ditt första jobb?
- Visste du vad som motiverade dig i arbetet före du sökte din första heltidstjänst?
- Fanns det något som gjorde att du tvekade innan du tog denna positionen?
- Hade du möjlighet att jobba med ett annat företag? Var det med ett liknande arbete?
- Upplever du att start-ups har blivit trendigare under senare år eller att det alltid har varit lika populärt?
    - Varför tror du att det är så?
    - Hur har det påverkat ditt val av arbete?

Syn på arbete efter anställning

- Hur tycker du att din tid på [Företag X] har varit?
- Kan du beskriva hur en vanlig dag på jobbet ser ut för dig?
    - Hur skulle du beskriva känslan och stämningen på kontoret?
- Nämn något positivt och negativt med att jobba här.
- Vart ser du dig själv du om 5 år?
- Om du skulle byta företag, vad skulle det vara för företag då?

Arbetsgivaren

- Vad förväntar du dig från din arbetsgivare?
- När mötte du din chef första gången?
- Hur upplever du att din chef?
- Hur viktigt är ekonomiska incitament för dig?
    - Finns det något som är viktigare?

Avslutning

- Hur upplevde du att dina möjligheter till jobb var efter examen? Kände du att dina erfarenheter eller betyg ökade eller begränsade dina möjligheter?

Finns det något ytterligare du skulle vilja lägga till som du inte fått möjlighet att säga under intervjun? Finns det något svar du skulle vilja ändra? Stort tack återigen för att du vill medverka, arbetet kommer att skickas ut för genomläsning innan slutgiltig publicering.

8.7 Redovisning av intervjuer

Kodnamn	Tid	Datum	Plats
Alexander	41:44	14-02-2019	FYSISK
Anna	30:38	28-02-2019	TELEFON
Amanda	30:23	28-02-2019	FYSISK
Benjamin	30:39	20-02-2019	FYSISK
Boris	29:28	20-02-2019	FYSISK
Cecilia	37:00	18-02-2019	FYSISK
David	38:20	22-02-2019	FYSISK
Emma	39:09	01-03-2019	FYSISK
Filip	34:15	01-03-2019	FYSISK
Fiona	36:35	28-02-2019	FYSISK
Gustav	35:46	20-03-2019	FYSISK
Hanna	38:32	29-03-2019	FYSISK
Ingrid	39:10	29-03-2019	FYSISK
Julia	37:02	30-03-2019	FYSISK