

eSTRAD

01-02

RAPPORT FRÅN ESBRISS FÖRELÄSNINGSSERIE

*Estrad - öppna föreläsningar om entreprenörskap
och småföretag LÄSÅRET 2001-2002*

Välkommen till Esbris Estrad!



• Magnus Aronsson - vd, Åse Karlén - redaktör och informatör, Helene Thorgrimsson - projektledare

UNDER LÄSÅRET 2001–2002 genomförde Esbri tio föreläsningar i den öppna föreläsningsserien Estrad. 25 forskare från 18 olika universitet, högskolor och forskningsinstitut presenterade aktuella resultat från sin forskning för drygt 1 350 deltagare.

Som alltid när det handlar om entreprenörskap visar Estrad-föreläsningarna på en stor bredd i ämnesval, discipliner och angreppssätt. Bland föreläsarna fanns företagsekonomer, såväl som historiker och sociologer. Tillväxt, företagsamma miljöer och kvinnors entreprenörskap var bara några av de teman som behandlades.

Gemensamt för föreläsningarna är att de alla presenterade det senaste inom entreprenörskaps- och småföretagsforskningen för en publik bestående av främst icke-akademiker. För att ännu fler ska kunna ta del av färsk forskning i framkant har vi sammanställt denna rapport. Här hittar du referat från samtliga tio föreläsningar. På webbplatsen www.esbri.se finns längre versioner av referaten, samt kontaktuppgifter till föreläsarna, så att du kan ta reda på mer om de ämnen som intresserar dig extra mycket.

Vi önskar dig god läsning, och varmt välkommen att delta i Estrad läsåret 2002–2003!

Innehåll

- 02 Inledning
- 03 Ett läsår med Estrad
- 04 Interaktiva medieföretag långt ifrån döda
- 05 Faktor X – en faktor att räkna med
- 06 Tillväxtpöjligheterna finns men viljan saknas
- 07 Pengar är inte allt
- 08 Ungt ämne med djupa rötter
- 10 Effektiv omsättning av företag ger bättre tillväxt
- 11 Leken lockar fram entreprenörskapet
- 12 Flexibilitet föder fler företagare
- 13 Kollektivt entreprenörskap stärker regioner
- 14 Diana avlivar myter om kvinnors företagande
- 16 Estrads finansiärer
- 18 Esbri – en ung organisation med många järn i elden



eSTRAD 01–02

Estrad 01–02 är en rapport från Esbris föreläsningsserie. Esbri – Institutet för entreprenörskaps- och småföretagsforskning – är ett fristående forskningsinstitut som arbetar med forskning, utbildning och kunskapsspridning inom entreprenörskaps- och småföretagsområdet.

Kontakta Esbri! Post och besök:
Esbri, Frescati Hagväg 16B
104 05 Stockholm. Tel: 08-458 78 00.
Fax: 08-15 28 10. E-post: info@esbri.se
Ansvarig utgivare: Magnus Aronsson
Redaktör: Åse Karlén
ISSN: 1403-0195
ISBN: 91-973286-2-6

Rapport 2002:1
Tryck: Sörmlands Grafiska Quebecor
Layout: Sandler Mergel Design

Besök Esbri på nätet:
www.esbri.se

Ett läsår med Estrad



ESBRI STARTADE 1997, och den öppna föreläsningsserien Estrad är en av de aktiviteter som varit igång sedan starten. Läsåret 2001–2002 gick den in på sin femte säsong. Liksom tidigare läsår genomfördes föreläsningarna i centrala Stockholm, kostnadsfritt för deltagarna. På mångas begäran inleddes även försök med distanssändningar, via videolänk och över webben. Halmstad, Skellefteå och finska Ekenäs var några av de orter som fick ta del av det digra programmet.

Fem höst- och fem vår föreläsningar arrangerades under läsåret. Först ut var docent Åke Sandberg och doktorand Fredrik Augustsson som 25 september visade att dotcom-krisen inte lyckats ta kål på de interaktiva medieföretagen. Branschen är under omvandling och de små och nya företagen har alla förutsättningar att växa.

Per Frankelius introducerade 11 oktober en mystisk faktor X som ett komplement till de traditionella, statistiska modellerna. Det gäller att vara beredd på det mesta, för det man minst anar kan visa sig vara det viktigaste.

6 november redogjorde Frédéric Delmar och Johan Wiklund för de senaste rönen kring tillväxt. Alla företag kan växa: branschtillhörigheten är mindre viktig. Däremot spelar faktorer som storlek, fart och riskvillighet in.

Joakim Winborg diskuterade 29 november den – i hans tycke – alltför ensidiga debatten

kring finansiering. Venture capital och andra externa pengar är inte allt: finansieringsbehoven kan stillas på alternativa, mer kreativa, sätt.

Terminsavslutningen 12 december bjöd på ett "smörgåsbord" där fem svenska professorer samlades på samma scen, samtidigt, för första gången. Björn Bjerke, Per Davidsson, Carin Holmquist, Bengt Johannisson och Hans Landström konstaterade att entreprenörskapsforskningen har djup förankring i andra discipliner. Som eget ämne är det dock ungt, och framtiden ser ljus ut.

Våren inleddes 15 januari med frågan "Är affärsmisslag nödvändiga för industriell utveckling?". Professor Gunnar Eliasson och filosofie doktor Dan Johansson hävdade att så var fallet.

6 februari bad filosofie doktor Daniel Hjorth oss vänta med att ta vårt förnuft till fånga. Lekfullhet och passion är nämligen en gynnsammare grogrund för entreprenörskap, än vad ekonomisk rigiditet är.

Kvinnors företagande, och särskilt avknoppningar från offentlig sektor, diskuterades 7 mars av doktorand Jeanette Dareblom-Griffith, professor Carin Holmquist och docent Monica Lindgren. De efterlyste större flexibilitet i till exempel starta eget-utbildningarna.

Kollektivt entreprenörskap, kluster och socialt kapital var några av de begrepp som avhandlades 11 april. Föreläsare var docent

Anna Götlind, professor Bengt Johannisson och professor Anders Malmberg.

15 maj avslutades läsåret med fem långväga föreläsare. De amerikanska professorerna Candida Brush, Nancy Carter, Elizabeth Gatewood, Patricia Greene och Myra Hart från Diana-projektet talade om myter och sanningar kring kvinnliga entreprenörer och riskkapital.

Publiktopparna inträffade 11 april, 12 december och 11 oktober med 210, 173 respektive 141 deltagare. Av dessa befann sig sammanlagt 112 personer på andra orter än Stockholm.

Referat från alla föreläsningar ovan finner du på de följande sidorna.

Vill du läsa längre versioner av dessa referat, eller referat från andra föreläsningar, hittar du dem på www.esbri.se/referat.asp

Interaktiva medieföretag långt ifrån döda

Estrads hösttermin 2001 inleddes 25 september då docent Åke Sandberg och doktorand Fredrik Augustsson från Arbetslivsinstitutet presenterade färsk forskning om interaktiva medieföretag. En viktig slutsats var att ryktet om branschens död är betydligt överdrivet.



• Åke Sandberg

FÖRELÄSNINGEN BYGGDE på resultat från en studie som ingår i Arbetslivsinstitutets stora kartläggning av interaktiva medieföretag i Sverige. Forskningsprojektet påbörjades 1997 med en enkät som skickades till ledningen i dessa företag. Under 2001 följdes den upp med en ny undersökning.

– Vi har frågat om basfakta: omsättning, startår. Vi har frågat i detalj om den produktion de bedriver själva och den de lagt ut. För att få en bild av branschsammanhanget har vi frågat vilken verksamhet de bedriver förutom den som handlar om interaktiva medier. Dessutom

»Viktigt att hitta småföretagen«

har vi frågat vilka utvecklingsmöjligheter de ser, inom branschen och på den aktuella orten, berättade Åke Sandberg.

Avgränsningen är en viktig del av kartläggningen. Internet- och multimediaföretag är ingen egen enhet i den offentliga statistiken, och att vaska fram undersökningsobjekten har därför varit ett hästjobb för främst Fredrik Augustsson. Vilka företag har då fått ingå i kategorin "interaktiva medieföretag"?

– Vi har undersökt företag som producerar hela eller delar av Internet- och multimedialösningar – inte företag som bara använder sig av dem. E-handelsföretag finns alltså inte med, däremot företaget som utvecklat e-handelslösningen, sa Sandberg.

Många små företag

Uppskattningsvis finns det i Sverige i dag mellan 600 och 900 företag som fokuserar på och uppfattar sig som interaktiva medieföretag. För fyra år sedan uppskattades antalet till 600 företag. Då var Åke Sandberg frikostigare med vilka företag som fick vara med, men missade å andra sidan förmodligen en hel del mindre företag.

– Vi har ansett det viktigt att hitta småföretagen. Det här är en entreprenörs- och nyföretagarbransch och många av de företag som är små i dag kommer att växa och bli stora.

Branschen omsatte år 2000 mellan 5 och 7 miljarder kronor, ett snitt på cirka 7,6 miljoner per företag. En jämförelse med läget för fyra år sedan visar att företagen växt.

– Förutom den genomsnittliga omsättningen 7,6 miljoner på interaktiva medier omsatte varje företag i snitt även 5,8 miljoner på annan verksamhet. Att den största delen av omsättningen nu är hänförlig till interaktiva medier är en helt annan bild än vad vi hade för fyra år sedan. Då höll många företag på med interaktiva medier bara som en liten del av sin verksamhet.

I snitt arbetar 16 personer i varje företag, varav åtta med interaktiva medier. Detta medelvärde dras upp av det fåtal stora företag som finns inom branschen. 75 procent av företagen är riktigt små, de har färre än fem anställda.

Internet i topp

Vad som produceras i företagen och i vilken grad har inte ändrats nämnvärt under de senaste fyra åren. 77 procent av produktionen är hänförlig till Internet och intranät, och 19 procent är cd-rom- och dvd-produkter. Resterande procent fördelas mellan bredband och bredbandstransporter, mobil

Internet och wap respektive interaktiv tv. Produktorna används främst till företagspresentationer och reklam och marknadsföring.

– Vi ser att Internetlösningarna för exempelvis e-handel blir mer och mer en del i den vanliga affärsverksamheten, de är inte längre bara en del av företagets marknadsföring på hemsidan.

En titt på företagets etableringsår visar att det till stor del handlar om nyföretagande. Några "gamlingar" som började med grafisk produktion runt 1920-talet finns kvar och har

på senare år satsat på nya medier. Vid mitten av 1990-talet finns en extrem topp då många företag började med cd-romproduktion, intranät och interna kommunikationslösningar.

Koncentration till storstäder

Nära 35 procent av de undersökta företagen ligger i Stockholm med omnejd. Göteborg, Malmö/Lund och övriga gamla universitetsstäder har cirka tio procent vardera. Återstående 40 procent är lokaliserade till andra delar av landet. Med andra ord är det en ganska stark koncentration till de större städerna.

– Många experter, exempelvis Nicholas Negroponte vid Massachusetts Institute of Technology, hävdar att distansen numera är död. Men våra siffror visar att det inte stämmer, i alla fall inte för den här branschen. Det är fullt möjligt att ha de anställda i olika delar av världen, men de här företagen är inte organiserade så.

I och med att branschen är så pass ung kan den komma att omformas på olika sätt framöver. Spridning inom och utom landet, klusterbildningar och uppköp är några möjliga utfall. En viktig slutsats av studien är att ryktet

om de interaktiva medieföretagens död är betydligt överdrivet. Trots att dotcom-krisen drabbar dem

indirekt lever branschen vidare.

– När man talar om dotcom-döden handlar det ju väsentligen om e-handelsföretag som säljer direkt till konsumenter, men begreppet har används slarvigt och ibland kommit att innefatta även den interaktiva mediebranschen, konstaterade Åke Sandberg och Fredrik Augustsson.

»Ryktet om branschens död är betydligt överdrivet«

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Faktor X – en faktor att räkna med

Det man minst anar är ofta det viktigaste. En mystisk faktor X kan vara avgörande för företagets framgång eller fall. Per Frankelius använde sig av yviga gester, bildspel till technomusik och citat från managementgurus som Ulf Lundell för att fånga Estradpubliken. Och han lyckades.



• Per Frankelius

– DET INDIREKTA TEMAT för dagens föreläsning är någonting vi alla håller på med från det att vi föds: att försöka förstå vår omvärld. Som barn är vi helt öppna i vårt synsätt, men med lång utbildning följer även lång inbillning, inledde ekonomie doktor Per Frankelius, Örebro universitet.

Som vuxna påverkar våra synsätt vilken omvärldsinformation vi väljer att ta in, och det kan bli ödesdigert. Viktig information kan passera obemärkt om vi inte "knådar om" våra synsätt hela tiden. I sin avhandling kritiserade Frankelius de traditionella ekonomiska modellerna och utvecklade i stället en ny teoretisk

»Med lång utbildning följer även lång inbillning«

modell där nyckelordet är processer. Resultaten från sin forskning redovisade han 11 oktober under föreläsningrubriken "Ny värld – nya framgångsfaktorer".

– Det är – tyvärr – det man minst anar som kan vara det viktigaste. Och ännu mer problematiskt är att vad som är det viktigaste varierar från fall till fall.

Omvärldsanalys i praktiken

Vad är då omvärldsanalys? Per Frankelius menar att det handlar om att ställa sig tre frågor:

1. Vilken information är viktig för just mitt företag?
2. Hur ska vi stimulera inflödet av sådan information?
3. Hur ska vi omsätta våra insikter i handlingar som leder någon vart i positivt bemärkelse?

– Den första frågan är väldigt svår att svara på, men det fiffiga är att när man väl tänkt igenom varför man behöver information, så blir det lättare att agera när den väl kommer in i företaget. Man slänger sig helt enkelt på tele-

fonen och tar kontakt med aktören X där ute.

Ett exempel på ett företag som framgångsrikt använder sig av omvärldsanalys för att identifiera möjligheter är värmländska Kamewa, som tillverkar vattenjet-aggregat.

– Kamewa bevakar fackpress, typ Svensk Damtidning i Dubai, och får då reda på att en sheikhustru behöver en ny yacht. Den lilla säljkar man har allokteras på denna familj i Dubai och deras smak för inredning och båtar, och på det sättet lyckas man sälja in affär efter affär.

Knepet är att för det första hitta de kunder som ska bearbetas i det myller av potentiella kunder som finns i världen. För det andra handlar det om att hitta kunderna i rätt tid, i Kamewas fall innan familjen hunnit köpa en båt. För det tredje, med hjälp av kunskap om kunden kan budskapet och produkt erbjudandet anpassas så att det passar perfekt. Detta, menar Frankelius, visar betydelsen av aktiv informationssökning när det gäller att skapa nytta i företaget.

Klassiska, ekonomiska modeller som box-och-pil-modellen, nätverksmodellen och "bokstavsmodeller" som till exempel PEST fick sig en och annan käng under föreläsningens gång.

– Bra, men inte tillräckliga, löd Per Frankelius sammanfattande betyg. Vi behöver modeller och teorier som bejakar den riktiga världen!

Och som tur är finns det sådana alternativ, menar Frankelius. Drar man ut företagandet över tid finner man att det hela tiden inträffar saker. En del kan kullkasta det största och stabilaste företag, andra kan innebära fantastiska möjligheter. Chiquita gick nästan i konkurs på grund av ett EU-beslut. Kolmårdens djurpark fick ett uppsving efter det massiva mediauppbådet kring Nelson-tragedin. Concorde drabbades av oljekris och haverier.

För att ytterligare understryka vikten av faktor X bjöds deltagarna på ett bildspel om Pharmacia, en verksamhet som började med att några personer "fipplade med öljäst i ett bryggeri på Kungsholmen" och som växt till en mul-

tionell jätte. En gren av verksamheten är tillväxthormon, och vägen att framställa detta genom DNA-teknik är kantad av betydelsefulla faktor X. Bayerskt öl, torkning av nypon, svenska och internationella forskningsgenombrott och opinionen mot DNA-teknik är bara några faktorer som inverkat på den nästan hundraåriga processen.

Inget är statistiskt

För att fånga in alla yttre faktorer, samt tidsaspekten, har Per Frankelius utvecklat en egen modell där företaget fått formen av en tub.

– Företaget är ett knippe processer, i form av tankar och handlingar, människor, projekt och aktiviteter som rusar fram över tiden. Runt omkring företaget kretsar andra tuber.

Den nya teoribildningen handlar om att ingenting är statistiskt. Det gäller att identifiera, för-

»Vi behöver modeller och teorier som bejakar den riktiga världen«

stå och påverka olika faktorer. Vad kan då företaget göra för att på sikt säkra inflödet av korrekta kunskaper? Frankelius har svaren.

– Varför inte starta en nyhetsredaktion i företaget? Men man håller inte bara på med snabba förändringar, utan behöver även reflektion. Därför brukar jag föreslå företag att bygga ett litet "vision center" dit de anställda kan gå och fundera över frågor som: Vad håller vi på med egentligen? Vad händer i vår värld? Alltså ett ställe dit de kan gå för att i lugn och ro knåda sina tankar.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Tillväxtmöjligheterna finns men viljan saknas

6 november intog ekonomie doktor Frédéric Delmar och docent Johan Wiklund Esbris Estrad. Under föreläsningen sammanfattade de den svenska forskarelitens senaste rön kring tillväxt. Utgångspunkten var boken "Tillväxtföretagen i Sverige" som Delmar och Wiklund, tillsammans med professor Per Davidsson, är redaktörer för.



• Frédéric Delmar



• Johan Wiklund

DET FINNS TVÅ principiella sätt att se på tillväxt, konstaterade Frédéric Delmar, Esbri och Handelshögskolan i Stockholm, och Johan Wiklund, Internationella Handelshögskolan i Jönköping, inledningsvis. Antingen ställer man sig frågan "Vad leder till tillväxt?" eller så ändrar man ordföljden och studerar istället "Vad tillväxt leder till".

– Den första frågeställningen innebär att forskningen kretsar kring hinder och förutsättningar för tillväxt. I den andra frågeställ-

»Vissa företag växer även i lågkonjunktur«

ningen utgår forskaren från tillväxten och studerar vad som händer när företag växer, förklarade Johan Wiklund.

Alla kan växa

Arbetet med boken har gett Delmar och Wiklund en god inblick i vad som händer på tillväxtforskningsfronten. De delgav föreläsningssdeltagarna några korsvisa insikter från de olika kapitlen. En är att det finns tillväxtföretag inom alla branscher, men de är inte jämnt fördelade.

– Det finns stark överrepresentation i vad jag kallar "nya" branscher, till exempel bioteknik och mobilt Internet, och i "nygamla" – avreglerade – branscher som finansmarknaden, vårdsektorn och vissa delar av utbildningssektorn. Men tillväxtföretag finns även inom till exempel jordbrukssektorn, sa Frédéric Delmar.

Även i de växande branscherna finns det enskilda företag som växer mer än genomsnittet. De flesta tillväxtföretagen återfinns bland nya, unga företag i unga branscher. Och vissa företag växer även i lågkonjunktur. Det kan handla om att göra tvärtom, att innovera och ta risker. Det kan även handla om storlek och fart.

Frédéric Delmar liknade högkonjunktur vid en sexfilig motorväg där bilarna – företagen – rusar fram. När konjunkturen sedan går ner och övergår i en gropig grusväg kan de tunga bilarna med stark motor – snabbväxarna – fortsätta färden utan att tappa särskilt mycket fart. Värre är det med de klenare bilarna: de tappar fart och får kanske motorstopp.

– De snabbväxande företagen fortsätter rakt igenom lågkonjunkturen. När nästa asfalterade sträcka kommer har de fått ordentligt förspång.

– Men om de kommer in på en smal kurvig grusväg i för hög hastighet kan de ju köra i diket, invände Johan Wiklund.

– Jajamensan, det gäller att ta risker. Många företagare avstår från tillväxt för att de tror att det leder till mindre risker, men det är precis tvärtom. Företag som växer har större chans att överleva, replikerade Delmar.

Klumpiga regler

En annan av redaktörernas insikter handlar om hur institutionella förändringar inverkar på småföretagandet. En internationell jämförelse med Kanada, USA, Holland, Italien och Frankrike visar att det är dåligt ställt med det svenska entreprenörskapet. Vi har få snabbväxande företag, vilket hänger samman med att vi har få unga, små företag. Detta beror i sin tur på att lagar och regler har missgynnat de små och växande företagen.

– Utifrån ett tillväxtperspektiv har vi haft en klumpig skatte- och arbetsmarknadslagstiftning. Fler småföretag hade antagligen kunnat växa, och de som växt skulle ha kunnat växa mer med andra regler, konstaterade Delmar.

Även om långt ifrån alla företag bör växa dras vissa entreprenörer med en obefogad oro inför tillväxtens konsekvenser. En del har mentala bilder av tillväxt som något mycket drastiskt, som att gå från fem till femhundra anställda på ett år. Andra känner ovilja inför att mista kontrollen.

– Många företag startades för att entreprenören ville göra något eget. Stora insatser i tid och kraft har satsats på att etablera företaget och få det att överleva. Det kan då kännas surt att en extern ägare ska få en del av kakan. Samtidigt kan man ju tycka att det är bättre att ha 40 procent av en väldigt stor kaka än 100 procent av en liten.

Själv tilliten central

Själv tilliten, tron på den egna förmågan att samla de resurser som krävs för att starta och driva ett företag, är central för framgångsrik tillväxt. Bakom varje framgångsrikt tillväxtföretag står en entreprenör som tror på sig själv. Ofta är det egna erfarenheter av tillväxtföretag som motiverar och ligger till grund för själv tilliten.

– Om det nu är så att företag vill använda egna medel för att växa finns egentligen två

»Lagar och regler har missgynnat de små och växande företagen«

möjligheter. Antingen försöker man ändra deras attityder och få dem att tycka att riskkapital är att föredra. Eller så accepterar man deras vilja och försöker istället anpassa regelsystemet så att de tjänar mer egna pengar som de kan investera i företagets tillväxt. Jag tycker det är lite naivt att tro att man ska kunna "omvända" företagen på olika sätt. Om man däremot låter dem bli mer lönsamma kommer tillväxten som en direkt följd, sammanfattade Johan Wiklund.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Pengar är inte allt

Joakim Winborg, Högskolan i Halmstad, är trött på fixeringen kring venture capital. Tillskott av externt kapital framställs oftast som den enda möjliga finansieringslösningen, menar han. Under föreläsningen "Pengar är inte alltid lösningen – alternativa finansieringslösningar för nya företag" 29 november presenterade han andra metoder.



• Joakim Winborg

SÄVÄL INOM FORSKNINGEN som i den allmänna debatten har de problem som ett företag möter, under sin utveckling från affärsidé till etablering, varit i fokus under flera år. Det har konstaterats att det existerar ett finansiellt gap: de små och nya företagen har svårt att få långsiktig extern finansiering. Dessutom har de högre finansiella kostnader jämfört med större, mer etablerade företag.

– Diskussionen kring det finansiella gapet har mest handlat om utbudssidan i form av finansierarna. Vi vet hur banker, riskkapitalbolag och affärsänglar bedömer nya företag. Men i väldigt lite forskning studeras problemen ur företagets perspektiv: hur ledningen uppfattar möjligheterna och hur de löser finansieringsbehov, sa Joakim Winborg.

Winborg tycker inte att det är speciellt kon-

»Den finansiella belastningen blir låg eller obefintlig«

stigt att utbudssidan hamnat i forskningens fokus. Antagandet har ju varit att problemet beror på bristande utbud av kapital till små och nya företag. Men det antagandet är felaktigt, anser han.

Den traditionella synen på finansiering är att företaget är ett flöde av aktiviteter som kräver resurser: lokal, utrustning och kompetens. Behoven tillfredsställs, enligt det dominerande synsättet, med hjälp av interna och externa finansiella medel. Men i sin avhandling pekar Winborg på en rad alternativa lösningar, så kallade finansiella bootstrappingmetoder.

Balansräkning utan belastning

Finansiell bootstrapping handlar exempelvis om att kompetensutveckla eller marknadsföra sig till låg eller ingen kostnad, eller att låna andras utrustning. Företaget utnyttjar då andra styrkor än det finansiella kapitalet, och den

finansiella belastningen blir låg eller obefintlig. Winborg har inhämtat empiri genom en enkät till 260 svenska småföretag och genom fallstudier, främst på företag i teknikparken vid Högskolan i Halmstad.

– Ett exempel på finansiell bootstrapping fann jag i ett tio år gammalt avknopningsföretag. Genom sin teknologiska och sociala kompetens och med kundens goda vilja fick detta företag lyfta in sitt varumärke och sin nyutvecklade produkt i kundens tidning utan kostnad. Tidningen trycktes i 100 000 exemplar och översattes till tolv språk.

– Ett annat exempel är ett företag som löser två typer av resursbehov på samma gång. Det vände sig till en av sina kunder, ett storföretag, och erbjöd sig att göra reklam för det i sin monter mot att storföretaget betalade konferens- och mässkostnaderna. I och med detta vann det lilla företaget storföretagets legitimitet – något som aldrig kunnat köpas för pengar – samtidigt som det slapp betala för det egna deltagandet i konferensen.

En fråga om etik

Att använda andras utrustning är ytterligare ett exempel på finansiell bootstrapping. Att få göra en testkörning i grannföretagets produktionsanläggning i Anderstorp låter som en småföretagaridyll men Winborg hade även exempel på gränsen till det oetiska. Konsultföretaget som anlitas för att utvärdera mjukvara och sedan använde denna resurs utan att betala för den i ett annat kundprojekt var kanske i tveksammaste laget.

Vilka företag lyckas med finansiell bootstrapping? Ett utmärkande drag är att de är lokaliserade till mindre orter. En förklaring till detta kan vara att nätverken är djupare där än i storstaden; företagarna träffas naturligt i skolan, i kyrkan, på fotbollsträningen. De flesta framgångsrika bootstrappingföretagen är aktiva inom tillverkningssektorn. De upplever säl-

lan något finansiellt gap, de har tillgång till långfristig extern finansiering och använder finansiell bootstrapping som ett komplement. Ett fjärde utmärkande drag är att de relativt sett uppvisar en högre lönsamhet än företag som inte löser sina resursbehov på ett kreativt sätt.

För företag som tillämpar bootstrappingmetoder ser de finansiella villkoren lite annor-

»Finansiell bootstrapping flyttar tyngdpunkten från finansiellt till socialt och humant kapital«

lunda ut. Winborg sammanfattade de viktigaste skillnaderna jämfört med traditionell finansiering.

– Den uppenbara skillnaden är vilka medel som används för att komma över resurser. Finansiell bootstrapping flyttar tyngdpunkten från finansiellt till socialt och humant kapital. En annan intressant skillnad handlar om vilken kontroll företaget har över resurserna. Genom sina relationer kan det sägas ha en faktisk kontroll, men företaget har ingen ägar-mässig kontroll.

– En annan aspekt är osäkerheten. Med finansiell bootstrapping är det osäkert när, om och hur företaget kommer att kompensera för de resurser det fått tillgång till.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Ungt ämne med djupa rötter

Aldrig har väl så mycket forskningskompetens inom entreprenörskapsområdet samlats på samma scen, samtidigt. Estrads säsongsavslutning 12 december bjöd på ett "smörgåsbord" av fem svenska professorer som drog stor publik, både i Stockholm och på de sex orter runt om i landet som den webbsändes till.

PROFESSORERNA TALADE, utifrån sina egna perspektiv och erfarenheter, om hur entreprenörskapsfältet utvecklats, var vi står i dag och vart forskningen är på väg. Bengt Johannisson, Växjö universitet, har innehaft landets första entreprenörskapsprofessur sedan den inrättades 1989. I egenskap av "älderman" fick han inleda

»Länka samman forskning, utbildning och samhällsdialog«

– Som forskare behöver man nya bilder, metaforer, för att förnya sin uppfattning av vad entreprenörskap är. För mig blir entreprenörskap mer och mer "vardaglig företagsamhet". Den företagsamhet som våra barn odlar oförstört och som skolan sedan lägger rabarber på, sa Bengt Johannisson.

– En annan spännande bild är synen på entreprenören. För mig har den skiftat från entreprenören som särpräglad hjälte till entreprenörskap som kollektiv handling.

Entreprenörskap skapas i spänningen mellan visioner och vardagsgnet. Och det är otroligt mycket mer vardagsgnet i entreprenörskap än vad man som forskare vill tro, menar Johannisson.

Tredelad kunskap

Bengt Johannisson delar in kunskapen om entreprenörskap i tre delar. För det första består kunskapen av vad forskare tror sig veta. För det andra av vad praktiker vet om entreprenörskap – men inte vågar använda. För det tredje, det han kallar den "genuina kunskapen": vad entreprenörer vet om sin praktik. Johannisson efterlyste nya grepp inom entreprenörskapsforskningen, som han menar kan bli lite för intellektuell ibland.

– Om vi forskare nu pratar så mycket om entreprenörskap är det ju inte precis fel att försöka vara lite entreprenöriella själva. Länka

samma forskning, utbildning och samhällsdialog, verka i nätverk och värna för frihet i metodvalen, uppmanade Johannisson.

Nästa professor på Estraden blev Per Davidsson, Internationella Handelshögskolan i Jönköping. Han föreläste om vad han ansåg att entreprenörskap är – eller borde vara.

– Detta populära buzzword måste användas lite mer avgränsat och konkret. Entreprenörskap är ekonomisk verksamhet som är ny för marknaden. Det gör att kunderna får något nytt att välja på, och det ger de existerande aktörerna på marknaden en anledning att skärpa till sig.

Imitation kan vara innovation

Per Davidsson presenterade ett par olika fyrfältsmodeller. En av dem visade olika aktiviteter som var nya eller gamla för företaget respektive för marknaden.

– Enligt min syn på entreprenörskap är marknadsexpansion en typ av entreprenörskap. Även om verksamheten inte är ny för företaget är den ny för marknaden. Det är egentligen omöjligt att skilja på innovation och imitation: det som är en innovation på en marknad kan vara en imitation av vad någon annan gjort någon annanstans.

En annan fyrfältare visade entreprenörskap och utfall på olika nivåer. Utfallet på aktivitetsnivå, det vill säga från idé till affärsverksamhet, kan vara positivt eller negativt. Detsamma gäller för utfallet på samhällsnivå.

– Ofta tittar vi bara på vinnare och förlorare. Vinnare är de projekt som lyckas på aktivitetsnivå och som också bidrar till något positivt för samhället. Förlorare är de som misslyckas på såväl aktivitets- som samhällsnivå. Men det är också intressant att titta på katalysatorer: de fall där de första som lanserar ny verksamhet inte lyckas men där utfallet för ekonomin ändå är positivt.

Björn Bjerke, innehavare av Leif Lundblads professur i entreprenörskap och småföretagande vid Stockholms universitet och gästprofessor vid Malmö högskola, tog över stafett-pinnen. Han inledde med en historisk återblick.

– Det här med entreprenörskap har intresserat mig i tjugo år. Akademiskt sett kan ämnet relateras 300 år tillbaka i tiden, men det har inte funnits på den företagsekonomiska kartan mer än ett halvt århundrade.

Fyra huvudsakliga frågor

Björn Bjerke urskiljer i huvudsak fyra forskningsfrågor som studeras i dag. Den första handlar om entreprenöriella konsekvenser. Är entreprenörskap bra eller dåligt, leder det till nya jobb och var äger det rum? Den andra frågan behandlar entreprenörens tankar. Hur tänker dessa personer, har de någon speciell personlighet eller kognitiv förmåga? Den tredje behandlar entreprenöriella miljöer. Vilka miljöer gynnar entreprenörskap: nätverk, eget företag, befintliga företag? Slutligen är den fjärde frågan: Hur går den entreprenöriella processen till? Vilket är förloppet?

»Att starta ett företag är alltid en entreprenöriell handling«

Bjerke betonade vikten av att skilja på entreprenörskap och småföretagande.

– Att starta ett företag är alltid en entreprenöriell handling, men sedan upphör de flesta företag att vara entreprenöriella och övergår i stället i småföretagsekonomi. Entreprenörskap och småföretagande handlar om två olika typer av lärande. Först gäller det att lära sig nya saker, och sedan att lära sig att bli bättre på det man redan kan och därmed exploatera affärsidén.

Sveriges enda kvinnliga professor i entreprenörskap heter Carin Holmquist. Hon innehar Familjen Stefan Perssons donationspro-



• Björn Bjerke, Bengt Johannisson, Hans Landström, Per Davidsson, Carin Holmquist

fessor i entreprenörskap och affärsskapande vid Handelshögskolan i Stockholm.

– Entreprenörskap är ett ungt ämne med lång bakgrundshistoria. I Sverige kom forskningen igång på 1970-talet, men våra rötter går tillbaka till nationalekonomin och 1930-talet. Schumpeter är en tidig referens som alla fortfarande använder. Husgudarna kommer främst från andra discipliner.

Ett fält växer fram

Entreprenörskap är ett så kallat "emerging field", det vill säga under framväxt. Detta vällar huvudbry för några av Carin Holmquists studenter.

– De håller på att bli tokiga på mig för att jag vägrar ge några fasta definitioner, och vägrar berätta exakt hur forskningsfältet ser ut. Men jag tycker att det är de svarta hälen i teoribildningen som är intressanta. Man ska inte ge ett nytt ämne en struktur det inte förtjänar.

Dagens svenska entreprenörskapsforskning har hög status och står sig väl internationellt, menar Holmquist.

– Vi har en europeisk och en amerikansk tradition – samtidigt. Perspektiven förskjuts från individen till organisationen och kvalitativa studier samsas med kvantitativa.

– I framtiden tror jag att vi får se fler studier kring entreprenöriella processer: mitt i organisationens liv. Ofta stoppar man forskningen när företaget börjat växa, och återupptar den inte förrän det är dags för sonen att ta över. Men däremellan finns mycket intressant.

Siste man ut på årets sista Estrad var professor Hans Landström, Lunds universitet. Ett av hans forskningsintressen är just entreprenörskapets doktrinhistoria, alltså hur fältet utvecklats, och han koncentrerade därför sitt inlägg kring detta. Liksom föregående talare betonade han forskningsfältets djupa rötter och det faktum att de mest citerade verken hör hemma inom andra, ekonomiska och beteendevetenskapliga, discipliner.

– Kännetecknande är att forskningen utgått från respektive disciplins egna förutsättningar. Entreprenören står därför inte alltid i forskningens fokus, men kan användas som en del-förklaring till något annat fenomen, sa Hans Landström.

Under 1970- och 80-talen växte forskningen fram på allvar. Landström menar att framväxten kan relateras till den samhällsekonomiska och politiska utvecklingen. De stora systemen föll och frågorna fick ett växande politiskt intresse.

– Pionjärer som David Birch såg att de var de små företagen som stod för en stor andel av sysselsättningen i den amerikanska ekonomin. Zoltan Acs fann att det inte nödvändigtvis var de stora företagen som stod för innovationerna.

Därefter expanderade fältet kraftigt, men det har varit väldigt individualistiskt. Enskilda forskare har satt sin prägel på fältet, och det har förmodligen gjort det fragmenterat. Viktiga frågeställningar har kommit och gått. Inledningsvis präglades alltså fältet i hög grad av förnyelse, och det har det också kritiserats för. Men de senaste åren har detta förändrats, menar Landström.

Tvärvetenskaplighet skapar problem

Efter att alla professorerna presenterat sina tankar diskuterades det friskt. Frågorna kom både från Stockholmspubliken och från distansdeltagarna ute i landet. I sina anföranden betonade de flesta av professorerna tvärvetenskaplighet och de fick därför frågan: Vilka problem kan det medföra?

– Det är en viktig fråga. Entreprenörskap är till sin karaktär tvärvetenskaplig – det vore dumt att återupptäcka sociologi och psykologi. Men samtidigt behöver vi även personer som är experter på just entreprenörskapsområdet, sa Per Davidsson.

– Entreprenörskap har ekonomiska effekter, men det bör förstås även ur andra vinklar. Mina kära kollegor får ursäkta, men jag tror jag lärt

mig mer om entreprenörskap av konstnärer och kulturgeografer än av er, sa Björn Bjerke.

En föreläsningsslagare berättade om det motstånd han mött när han kommit med nya idéer, både som entreprenör och som anställd, och efterlyste forskning på detta område.

– En del av min iscensättande forskning innebar att försöka vara entreprenöriell inom min egen organisation, det vill säga universitetet. Det var något av det jobbigaste jag varit med om i hela mitt liv, erkände Bengt Johannisson.

»Entreprenörskap är ekonomisk verksamhet som är ny för marknaden«

Avslutningsvis fick professorerna frågan: Vilka är de fem största hoten för entreprenörskapet i det svenska samhället? De valde snabbt ut var sitt.

– Lärare på grundskolan, svarade Landström.
– Storskalighet, svarade Bjerke.
– Tron att alla kan bli entreprenörer, svarade Holmquist.

– Det som slår mig är ett statligt företag som hamrar ut budskapet att den största lyckan är att bli rik. Rik blir man genom att vinna på någon sorts spel, och pengarna används till att ligga överksam på en strand, svarade Davidsson.

– Det största hindret är den barriär som finns mellan praktiskt och formellt kunnande. Företagare och akademiker måste ha större ömsidig respekt för varandra, svarade Johannisson.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Effektiv omsättning av företag ger bättre tillväxt

Är affärsmisslag nödvändiga för industriell utveckling? Frågan ställdes av professor Gunnar Eliasson och filosofie doktor Dan Johansson, båda från KTH, under deras föreläsning 15 januari 2002. Och de besvarade den själva med ett rungande JA. Förklaringen till det positiva svaret hittas i teorin om den experimentellt organiserade ekonomin.



• Gunnar Eliasson



• Dan Johansson

– TEORI ÄR INTE ETT nödvändigt ont, utan något vi behöver för att kunna prata sammanhängande. Den behöver inte vara matematisk och komplicerad, alla har vi en teori i bakhuvudet som hjälper oss att samla tankar och fakta, sa Gunnar Eliasson.

I den teoribildning han förespråkar ingår fyra komponenter. Teorin förklarar hur tillväxt äger rum på makroplanet, i termer av företagens beteende: exempelvis nyetableringar, entreprenörskap och affärsmisslag.

Den första komponenten är den kunskapsintensiva informationsekonomin, där det svår-mätta kunskapskapitalet dominerar. Utgångspunkten är att affärsmöjligheterna är ofantligt stora. I och med att möjligheterna är så många kan aktörerna i denna ekonomi sägas vara gravt okunniga.

När man fattar ett beslut gör man i realiteten ett affärsexperiment som testas på marknaden, menar Eliasson. Därmed kommer han in på nästa komponent, som är den experimentellt organiserade ekonomin. Här äger tillväxt rum genom selektion.

Minimera misslagen

Två typer av affärsmisslag måste minimeras: misslyckade projekt får inte tillåtas pågå för länge, och vinnare får inte gå förlorade.

– Men ju effektivare man är på att stänga projekt, desto effektivare är man även på att missa vinnarna. Det är svårt att veta vad som hänt, för man får inte bok över förlorade vinster. Däremot för man bra bok över kostnaderna.

Den tredje komponenten i Eliassons övergripande teori är kompetensblocket. Det kan förklaras som en organisation av kompetenta aktörer som minimerar kostnaderna för misslagen. Den viktigaste kompetensbäraren är kunden.

– Det existerar aldrig marknader för bättre produkter än det finns kunder som begriper vad det handlar om, uppskattar produkterna och är villiga att betala för dem.

Innovatörens roll i kompetensblocket är att vara en teknisk brobyggare som förenar olika teknologier på ett innovativt sätt. Därefter kommer entreprenören in i bilden och ser det affärs-mässiga i innovationen. Venture capital-företagens roll är att förstå entreprenörens affärsidé.

– Förstår de inte idén, ser de inga möjligheter att tjäna pengar, och då blir det inget av. Inkompetenta finansiärer är det värsta som kan drabba innovatörer och entreprenörer, näst efter inkompetenta kunder.

Den fjärde och sista komponenten handlar om det moderna men luddiga begreppet "socialt kapital".

– Människor trivs inte riktigt med att slås ut när företagen slås ut, och gör politiskt och socialt motstånd. Det är viktigt att bygga upp något som gör att människor kan acceptera det strul – de affärsmisslag – som är nödvändiga för den industriella utvecklingen.

Ekonomins oändliga antal affärsmöjligheter gör alternativen oöverskådliga, sammanfattade Gunnar Eliasson. Det går helt enkelt inte att bestämma sig för vilken affärsidé som är den "rätta", utan företagen måste experimentera.

Efter att Eliasson presenterat teoriinramningen redogjorde Dan Johansson för praktiken. Han ställde sig frågan: "Vilka företag är lämpade för den experimentellt organiserade ekonomin?" och formulerade fyra hypoteser som sa att det förmodligen rörde sig om nya, små, privata och självständiga företag.

IT-industrin i fokus

Hypoteserna har testats av Johansson, dels i hans avhandling och dels i en bok han skrivit tillsammans med Gunnar Eliasson. Samtliga svenska IT-företag som existerade mellan 1993 och 1998 ingår i undersökningen.

Totalt sett minskade antalet sysselsatta inom IT-industrin med fem tusen personer under femårsperioden. På företagsnivå blir bilden mer

nyanserad. Analysen visar att minskningen har skett i de stora företagen, medan de små företagen ökat sin sysselsättning. I storleksklassen 500 eller fler anställda minskade sysselsättningen exempelvis med över 20 000 personer. I de företag som 1993 anställde noll personer hade siffran däremot växt till närmare 14 000 personer 1998.

Varje år sysselsatte de nyetablerade IT-företagen mellan 2 000 och 5 000 personer, vilket motsvarar ett par procent av den totala sysselsättningen i industrin. 1–2 år efter etableringen växte de väldigt snabbt, för att sedan slå av på tillväxttakten.

– Ett resultat som förvånade mig var att så mycket som en fjärdedel av sysselsättningen i

»Innovatörens roll i kompetensblocket är att vara en teknisk brobyggare«

IT-industrin är hänförlig till de företag som etablerats 1993–1998.

– Slutsatsen är att kontinuerlig nyetablering är viktig för sysselsättningen. Vi behöver nya företag varje år.

Ytterligare analyser visar att även de senare hypoteserna stämmer: nya, små, privata och självständiga företag växer verkligen snabbare. Dessutom visar undersökningen att en hög omsättning av företag ökar tillväxten.

– Relaterat till den politik som förts i Sverige de senaste 20–30 åren blir resultatet slående: många inslag har missgynnats de svenska företagen, konstaterade Dan Johansson.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Leken lockar fram entreprenörskapet

Passion ställs mot förnuft, homo oeconomicus möter homo ludens och det rationella får tampus med det lekfulla. Motsatsförhållandena är viktiga i Daniel Hjorths omskrivning av entreprenörskap. Med utgångspunkt i sin färska doktorsavhandling föreläste han 6 februari under rubriken "Don Quijote – den ultimata entreprenören".



• Daniel Hjorth

HUR SKA MAN BEGRIPA entreprenörskap? Det är en fråga som intresserar filosofie doktor Daniel Hjorth, Esbri.

– Frågan om hur entreprenörskap kan förstås verkar akademisk, men den får långtgående konsekvenser. I varje försök att stimulera entreprenörskap är utgångspunkten våra föreställningar om vad entreprenörskap är. Det är

»För att öka entreprenörskapet måste vi skapa rum för rörelse«

en ganska rimlig ansats att ta reda på vad något är, innan man försöker skapa förutsättningar för att detta något ska öka eller minska, menade Hjorth.

I sin avhandling studerade Daniel Hjorth en före statlig myndighet som bolagiserades och som ville bli bra på management och entreprenörskap. Han tyckte att det var svårt att förstå vad som hände inom organisationen utifrån de dominerande föreställningarna om entreprenörskap. Hjorth valde därför att gå tillbaka i tiden och se hur vi landade i dagens uppfattning av vad entreprenörskap är. I en historisk exposé med start hos de gamla grekerna beskrev han hur dagens synsätt växt fram.

– Hos Platon finner sig den viktiga distinktionen mellan förnuft och passion. Han menar att förnuftet är det som styr det rationella tänkandet, medan passionen driver människan som "inte vet bättre", sa Daniel Hjorth.

– Den stora skjutsen kom sedan med Galileo Galilei som separerade människan från objekten. Matematiken ansågs vara det mest exakta språket för att beskriva exempelvis en himlakropp.

Även hos 1500- och 1600-talsfilosofer som David Hume, Thomas Hobbes och John Locke är distinktionen mellan passion och förnuft central.

Passionen trängs undan

När förnuftet fick en mer framträdande roll, tvingades passionen tillbaka. Homo oeconomicus – den rationella människan – blev därmed den dominerande modell som används för att beskriva människors handlande. Hur står det då till med entreprenörskapet i den här historieskrivningen? Enligt Daniel Hjorth är Machiavellis furste en tidig manager som förvaltar och kontrollerar. Management kan sägas vara effektiv förvaltning av existerande resurser. Entreprenörskap handlar däremot om att skapa nya resurser, eller nya mönster av existerande resurser. För att öka entreprenörskapet måste vi skapa rum för rörelse, menar Hjorth.

– Vi måste etablera mellanrum, lekplatser, vita kanvasdukar. Entreprenören frågar "Vad skulle det kunna bli?" istället för att, som managen, utgå från det som är.

Managens ledord "kontroll" är uppbyggt av begreppen "contra", det vill säga "mot", och "rotulus", det vill säga "rörelse". Entreprenörskap är däremot för rörelse, det är historien om rotulus – det som rullar.

Daniel Hjorth konstaterade att entreprenörskap länge förde en marginaliserad tillvaro på svenska lärosäten. Att problematisera hur företaget blir till ansågs inte relevant. Däremot var kunskapen om hur företaget förvaltades på bästa sätt i högsta grad central. Efter 1995 hände dock mycket. Antalet kurser och program i entreprenörskap ökade, och år 2000 fanns sjuttio entreprenörskapsprofessorer i Sverige.

Manager + entreprenör = manoprenör

Men vad är det för form av entreprenörskap som populariserats de senaste åren? Enligt Hjorth är det en form av "managerial entrepreneurship", ett eko av den politik som förts av Reagan och Thatcher. Företagaren anses viktig som sysselsättningsskapare i samhället.

– Vid 1990-talets slut ville alla vara entreprenörer. Man lånade därför entreprenörskapsbegreppen, men förfälskade dem på

vägen. Jag tycker ordet "manoprenör" bättre beskriver verksamheten i den organisation jag studerade.

För att betona vikten av att bevara barnet inom oss visade han den berömda bilden ur HC Andersens saga "Kejsarens nya kläder". Barnet är den enda som är öppen nog att påpeka att kejsaren inte är klädd. En annan litterär gestalt med öppet sinne är Don Quijote, som kommit att bli Daniel Hjorths entreprenörsförebild. För vissa ter sig Don Quijotes ständiga kamp mot väderkvarnarna både patetisk och meningslös, men för Hjorth är det precis tvärtom.

– Om man inte är en Don Quijote kommer man ägna sig åt den HC Andersenska processionen!

Lek i marginalen

Som alternativ till homo oeconomicus föreslår Daniel Hjorth homo ludens, den lekande människan. Homo ludens kan användas för att förklara fenomenet entreprenörskap, och för att förstå utvecklingen i Hjorths fallföretag.

»Vid 1990-talets slut ville alla vara entreprenörer«

– Det hände väldigt mycket under omorganiseringen, men inte i företagets centrum. Utanför alla möten, konsultinsatser, projektrapporter och officiella dokument skapades däremot en ny verklighet.

Daniel Hjorths slutsats är att om vi ska framställa entreprenörskapet måste vi lära oss att vänta med ett ekonomiskt tänkande. Vi måste se människan som en lekande och passionerad varelse, i alla fall i lika hög grad som hon är en ekonomisk varelse.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Flexibilitet föder fler företagare

Alla kvinnliga entreprenörer inte är lika. De har olika behov, kompetenser och visioner. Därför är det nödvändigt med flexibilitet i till exempel starta eget-utbildningar och företagsstöd. Det menade forskartrion som föreläste på temat "Offentlig sektor – en plats för kvinnliga entreprenörer?"



• Jeanette Dareblom-Griffith



• Carin Holmquist



• Monica Lindgren

DEN STÖRSTA ENSKILDA arbetsgivaren för kvinnor i Sverige i dag är den offentliga sektorn, men där finns inte alltid utrymme för entreprenöriellt tänkande. Kvinnors företagande, och särskilt avknoppningar från offentlig sektor, diskuterades 7 mars av doktorand Jeanette Dareblom-Griffith, professor Carin Holmquist och docent Monica Lindgren. De är alla tre verksamma vid Handelshögskolan i Stockholm, samt inom FEM-programmet vid Forum för Småföretagsforskning (FSF).

Holmquist inledde föreläsningen med att prata om den offentliga sektorn och kvinnligheten. Hon beskrev framväxten av den offentliga sektorn, entreprenörskapets roll i det förindustriella, industriella, respektive postindustriella skedet, samt allokeringen av kvinnlig och manlig arbetskraft.

»Kvinnorna fungerar som ett smörjmedel för den offentliga sektorn«

Genus, separeringen i manligt och kvinnligt, och det faktum att manliga egenskaper är överordnade kvinnliga är en viktig utgångspunkt. Kvinnors arbete har tenderat att vara privat – i betydelsen "i hemmet", socialt och obetalt – medan män arbetar utanför hemmet, med teknik och till högre lön.

– Kvinnorna fungerar som ett smörjmedel för den offentliga sektorn. När industrin behövde folk vidtog åtgärder för att flytta kvinnors arbete från hemmen till den offentliga sektorn. När behovet inte längre fanns ville man driva ut kvinnorna från den offentliga sektorn. Nu finns både push-krafter i form av nedskärningar, och pull-krafter i form av förslag om privatiseringar. Problemet är alltså att kvinnorna är på fel plats, konstaterade Carin Holmquist.

Jeanette Dareblom-Griffith fokuserar i sin kommande doktorsavhandling på kvinnor med ett yrkesförflutet inom vård och omsorg, och

de problem och möjligheter de förknippar med egenföretagandet. Av Sveriges företagare är 25 procent kvinnor, och av dessa kommer 9 procent från den offentliga sektorn. Men av de 9 procenten är det en mycket liten del som kommer från vård- och omsorgssektorn. För att ta reda på vad detta beror på har Dareblom-Griffith intervjuat och observerat kvinnliga deltagare i två starta eget-kurser.

Olika drivkrafter

Hon fann många olika drivkrafter till företagandet, och att kvinnorna föredrog olika företagsformer. Några ville starta vård- och omsorgsrelaterade verksamheter för att förbättra villkoren för såväl vårdtagare som vårdgivare. En del hade länge övervägt att bli egna företagare, och fick i och med kursen kraft att ta steget. Andra såg företagandet som en halvtidssyssla för att komplettera familjens inkomst. Vissa var mer desperata i sin jakt efter ett nytt sysselsättningsalternativ.

Sinnebilden av en företagare är oftast inte en sjuksköterska, konstaterade Dareblom-Griffith. Det är olyckligt, för omvärldens förväntningar och de egna mentala bilderna har stor betydelse. Vägen till företagande är olika lång för olika individer, och ett av studiens resultat är att identifikationsprocessen kan utgöra ett hinder.

– För många kvinnor sitter det långt inne att identifiera sig som företagare. En kvinna jag intervjuat sa: "Jag har ett företag, lite kunder och det rullar på – men företagare är det väl karlar som är."

Jeanette Dareblom-Griffith menar att det egna företagandet måste få se olika ut för olika företagare. Hon efterlyser större flexibilitet i starta eget-utbildningar och stödssystem, men även i synen på företagandet. Ett problem är att kooperativa lösningar inte ges samma värde som "vanliga" företag, trots att det är det naturliga sättet att driva företag för många som tidigare arbetat inom den offentliga sektorn.

Andra föredrar att låta företaget växa fram sakta, i kombination med studier eller halvtidsjobb. Men när de söker mindre lån för sin verksamhet kan det hända att banken dömer ut dem som oseriösa.

»Vägen till företagande är olika lång för olika individer«

Monica Lindgren redogjorde för sin forskning om kvinnor som startat friskolor. Hennes studier av sju företagare visar på både likheter och skillnader.

– För dessa kvinnor är utbildning, utveckling och kunskap centralt. Däremot är friskoleformen i sig inte viktig – om de hittat likasinnade i kommunen hade de lika gärna kunnat arbeta där.

Professionella rollen viktigast

För de undersökta kvinnorna handlar företagandet mer om att stärka den professionella identiteten, det vill säga att bedriva en god pedagogik, än att stärka den entreprenöriella identiteten. En del identifierar sig starkt som kvinna, medan andra snarare identifierar sig med manliga egenskaper. Några har överhuvudtaget inte funderat över manligt och kvinnligt.

Många av de egenskaper Lindgren tillskriver kvinnorna är de vi traditionellt tillskriver entreprenörer. De brinner för sina idéer, de arbetar hårt och ser sig själva som spindeln i nätet. De är drivande och uppfattar fler möjligheter än hinder i tillvaron.

– I mina ögon är de organiserande "fantom-människor". Jag blev helt slut när de beskrev sitt vardagsliv, sa Monica Lindgren.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Kollektivt entreprenörskap stärker regioner

– Socialt kapital, det vill säga förmågan att utveckla och underhålla förtroenderelationer, är viktigare än finansiellt kapital. Det gäller både för nystartade företag och samhällsutvecklingen i stort, sa Bengt Johannisson, professor vid Växjö universitet, under en föreläsning om "företagsamma" miljöer och regional utveckling.



• Anders Malmberg, Anna Götlind, Bengt Johannisson

ANNA GÖTLIND, DOCENT I HISTORIA, och Anders Malmberg, professor i ekonomisk geografi, var de båda andra föreläsarna som 11 april diskuterade klusters betydelse för utvecklingen i olika regioner. Bengt Johannisson inledde med att tala om det "kollektiva entreprenörskapet" och behovet av människor som kan konsten att göra affärer genom att utveckla nya koncept.

Ofta gör man misstaget att lägga för stor vikt vid finansiellt kapital. I själva verket är det

»Egenföretagande är en livsstil i både Silicon Valley och Gnosjö«

humankapitalet och det sociala kapitalet som är avgörande, menar Johannisson.

– Ekonomisk verksamhet är djupt inbäddad i sociala sammanhang, affärer görs inte utan förtroende. Verksamheten måste vara både individuell och kollektiv. Vad gäller strävan att stimulera företagsamma miljöer är det viktigt att inte styra upp för mycket, så att spontaniteten försvinner. Det behövs en lyhördhet för det som är lokalt specifikt, sa Johannisson.

Jämförelser mellan regioner

Vid en jämförelse mellan klustren i Silicon Valley och Gnosjöregionen framträder skillnader i prioriteringar och levnadssätt, men också likheter. Egenföretagande är en livsstil i både Silicon Valley och Gnosjö. Nätverken byggs upp individuellt, det finns en mångfald av arenor där man kan utbyta erfarenheter och utvecklingen har tagit tid. Gemensamt är också att utbildning knutits till regionernas utveckling.

En studie av Möbelriket i Lamhult visar att vision och handlingskraft konstruerar nya företag och framgångsbygder. Hos Lamhultsföretagarna finns en föresats att genom nätverkande göra sig synliga nationellt och internationellt. Strategin är "glokal", å ena sidan

använder man sig av lokala underleverantörer, å andra sidan för man dialog med arkitekter utomlands.

Frikyrklighet och företagande

Anna Götlind har tillsammans med forskarkollegor undersökt fyra framgångsrika företagarbygder i Mellansverige; Mora, Leksand, Edsbyn och Östervåla. De informella företagsnätverken har studerats både ur historiskt perspektiv och som de ser ut i dag. Det finns två drag som är gemensamma för alla orterna, nämligen att de är starka frikyrkobygder och har bra idrottsföreningar. Vilken roll spelar detta föreningsliv för företagar-klimatet?

– "Kallelsetanken", som Calvin formulerade den och som senare studerats av Weber, präglar de aktuella frikyrkorna i hög grad. Synen på arbete och att tjäna pengar är positiv. Frikyrkorna är, tillsammans med nykterhetsrörelsen och arbetarrörelsen en del av folkrörelseutvecklingen. Flit och renlevnad har varit dygder som också främjat småföretagandet, sa Götlind.

Frikyrkorna har varit viktiga arenor där man kunnat odla socialt kapital. Många av de tidiga företagarna var frikyrkligt aktiva och träffade sina företagarkollegor vid gudstjänsten varje söndag.

– I dag ser det något annorlunda ut. I till exempel Mora finns inte längre några nätverk som kan kopplas till frikyrkan. I Edsbyn finns fortfarande en koppling mellan företagande och medlemskap i frikyrkan, men de frikyrkliga håller låg profil och skyltar inte med sin församlingstillhörighet.

En typ av rörelse man hellre vill koppla ihop sig med är idrottsrörelsen, som uppfattas som modernare och "häftigare" än frikyrkan. Hela bygdens liv kan kretsa kring ett hockeylag, och även frikyrkorna följer med i trenden och marknadsför sig genom idrotten.

Innovationer i samspel

Anders Malmberg fortsatte med att tala om rumsligheten i ekonomins och näringslivets utveckling. Många ekonomer använder sig av en tankemodell där innovationsförmåga är viktigare än kostnadseffektivitet, i ett långsiktigt perspektiv. Dessa innovationer uppstår i samspel inom industriella system som kluster eller nätverk. I detta samspel är den geografiska närheten viktig, och de lokala kunskaperna har större betydelse än råvaror och lönenivåer.

Vad är det då som gör företagen i en viss region innovativa? Enligt Malmberg har forskningen levererat olika svar på frågan. En faktor bland många är det som kallas klusterdynamik. Kluster har blivit svaret på en mängd frågor om småföretagande, men själva begreppet har

»Frikyrkorna har varit viktiga arenor där man kunnat odla socialt kapital«

kommit att bli suddigt och oklart. Definitionen av ett kluster är "en geografiskt koncentrerad ansamling av likartade och relaterade företag som bildar ett system". Men detta kan vara funktionellt definierade system, produktions-system, eller rumsligt definierade system, agglomerationer.

– Ska man utveckla näringslivet i en region måste man utgå från redan existerande näringsliv och kompetenser. Man blir inte bäst i världen på något som det inte finns någon erfarenhet av i regionen. Att skapa arenor för samverkan är säkert viktigt, men minst lika viktigt är att maximera öppenhet för inflöden av idéer och kunskaper, företag och människor, sa Anders Malmberg.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Text: Elisabeth Hjorth

Diana avlivar myter om kvinnors företagande

Kring kvinnliga företagare och riskkapital florerar en rad myter. De fem amerikanska forskarna i Diana-projektet vill istället ta reda på sanningen. 15 maj presenterade de sina färskaste forskningsresultat och satte därmed punkt för Estrad läsåret 2001–2002.

FEM KVNNLIGA PROFESSORER, med varierande forskarbakgrunder och från olika amerikanska universitet, utgör Diana-projektets forskartrupp. Estrad hade turen att gästas av dem alla, på samma gång: Candida Brush från Boston University, Nancy Carter från University of St. Thomas, Elizabeth Gatewood från Indiana University, Patricia Greene från University of Missouri-Kansas City och Myra Hart från Harvard Business School.

Alla intresserar de sig för kvinnliga företagare och riskkapital, där en gemensam huvudfråga är varför kvinnliga företagare får en oproportionerligt liten del av riskkapital-kakan. Diana-projektet är ett flerårigt forskningsprojekt som varit igång i ungefär två och ett halvt år. Att hitta ett lämpligt projektnamn var en första utmaning för forskarna.

– Först lekte vi med olika bokstavskombinationer med anknytning till våra lärosäten. Till slut enades vi istället om att ta namnet Diana, efter jaktgudinnan. Detta för att poängtera att riskkapital inte är något man bara går ut och samlar in. Man måste anstränga sig för att jaga rätt på det, berättade Candida Brush.

Riskkapitalet på spåren

Och det verkar som om kvinnors jakt på riskkapital är extra mödosam. Sytt med Diana-projektet är dels att undersöka tillgång och efterfrågan på riskkapital, dels att jämföra manliga och kvinnliga företagares tillväxtambitioner.

Forskarnas första steg var att spåra allt amerikanskt riskkapital som investerats under de senaste trettio åren. På så vis fick de reda på hur mycket kapital som gått till kvinno- respektive mansledda företag. De har även undersökt processen kring att söka medel, och påbörjat en kartläggning av riskkapitalindustrin. Den sistnämnda studien kommer bland annat visa hur många kvinnliga riskkapitalister det finns och hur deras karriärmönster ser ut.

I USA finns 6,2 miljoner kvinnoledda företag. Det är en ganska tillfredsställande siffra, menar

Diana-forskarna, och ett tecken på att de statliga programmen för att stödja kvinnors entreprenörskap fungerar.

– Den goda nyheten är alltså att det är ganska lätt för kvinnor att starta företag i USA. Vad som däremot är mindre glädjande är att av de 33 miljarder dollar som investerades 1991–1996 gick bara två procent till kvinnoledda företag, sa Candida Brush.

Rik mytbildning

Efter att ha konstaterat att det investeras oproportionerligt lite i kvinnors företag märkte Diana-forskarna även att det florerar en rad myter kring kvinnliga entreprenörer. Frågan är om de innehåller något korn av sanning?

– Vi har identifierat åtta myter. De sju första utgår från de kvinnliga entreprenörerna och

»Kvinnliga företagare får en oproportionerligt liten del av riskkapital-kakan«

deras eventuella inkompetens. Den åttonde utgår från investerarna, förklarade Myra Hart.

– Dessa myter är fast förankrade i oss alla. På nästa cocktailparty tycker jag att ni ska testa att fråga: "Varför får inte fler kvinnliga entreprenörer riskkapital?". I svaren kommer ni hitta minst tre av de myter vi identifierat.

På olika platser i USA genomförs så kallade Springboard Forums. De syftar till att identifiera kvinnoledda företag med tillväxtpotential, och presentera dem för investerare.

– I USA finns många riskkapitalister med välfyllda fickor, främst i Silicon Valley. Vi vet också att de gillar att investera lokalt, oavsett om det är män eller kvinnor som söker kapital. Därför förlades forumen till de platser där det finns flest riskkapitalister, sa Hart.

– Kvinnliga entreprenörer på jakt efter risk-

kapital ombads skicka in sina affärsplaner. Det första året fick man in över 900 ansökningar. Dessa bedömdes av entreprenörer och investerare, och sammanlagt fick 75 entreprenörer presentera sina idéer för investerare i San Francisco, Boston och Washington DC. Det resulterade i att de flesta erbjöds riskkapital, i snitt 4,5 miljoner dollar per företag.

Kvinnor vill växa

De 900 kvinnliga entreprenörer som skickat in sina affärsplaner intervjuades av Diana-forskarna, som ville ta reda på sanningshalten i de åtta myterna. Den första myten handlar om att kvinnor inte vill driva tillväxtföretag, utan att de föredrar små mysiga, hobby-baserade företag. Den punkterades effektivt av Patricia Greene.

– De kvinnor vi studerat sökte totalt riskkapital om 1,02 miljarder dollar, i genomsnitt 2,5 miljoner per företag. 80 procent av dessa entreprenörer sa uttryckligen att de strävade efter att växa. Att säga att kvinnliga företagare saknar tillväxtambitioner håller alltså inte, sa Greene.

Nästa myt är att kvinnor saknar utbildning, erfarenheter av att fatta beslut och de ledaregenskaper som krävs för att bygga stora företag. Inte heller denna myt stämmer, enligt Diana-forskarna. Av de 900 kvinnor som sökte till forumen var hälften högutbildade inom teknologi eller ekonomi och hela 40 procent hade erfarenheter av att starta företag. Den tredje myten handlar om att kvinnor står utanför de nätverk som erbjuder rådgivning, stöd och värdefulla kontakter.

– Det här är en av de intressantaste myterna tycker jag. Vårt favoritcitrat kommer från en riskkapitalist som helt framt sa: "Jag gör aldrig affärer med personer som varken jag eller någon av mina bekanta känner". Det visar på vikten av nätverk, menade Patricia Greene.

Av studien framgick dock att de kvinnliga entreprenörerna hade kontakt med flera investerare, och de hade även starka band till olika



• Myra Hart, Elizabeth Gatewood, Patricia Greene, Nancy Carter, Candida Brush

rådgivare, advokater och mentorer. I genomsnitt ägnade de elva timmar i veckan åt att hålla kontakten med dessa olika nätverk.

Tät kundkontakt

I myt fyra hävdas att det är mer riskabelt att investera i kvinnoledda företag, eftersom kvinnor inte riktigt kan handskas med pengar. De kan därmed inte heller hantera snabbväxande företag.

– Men vår undersökning visade att kvinnliga företagare är bra på att hitta kreativa finansieringsvägar. De håller sig à jour med vilka möjligheter som finns genom täta kontakter med kunder, investerare och läneinstitutioner. 62 procent av de 900 företagen hade även knutit till sig rådgivare med kunskap om bland annat marknadsföring, forskning och utveckling.

Den femte myten säger att kvinnor inte är tillräckligt engagerade för att driva företaget på lång sikt. Ett argument var att unga kvinnor överger sina företag för att skaffa barn. Inte heller denna myt stöds av Diana-forskarna. De fann att de kvinnor som ingick i undersökningen hade mycket långsiktiga mål, såväl personliga som strategiska.

»I USA finns många riskkapitalister med välfyllda fickor«

– Många kände sig förolämpade när de deltog i seminarier om att driva företag, och en stor del av tiden kom att handla om barnomsorg.

Nästa myt handlar om att kvinnor inte kan sätta ihop en stark managementgrupp, men flera olika siffror i studien motsäger detta. Företagen som deltog hade i genomsnitt 25 anställda. I deras managementgrupper ingick i medeltal fyra personer, som tillsammans hade 39 års erfarenhet av industrin.

Den sjunde myten om de kvinnliga entreprenörerna, hävdar att deras företag hör till

industrier som inte är attraktiva för investerare. Kvinnor antas driva företag inom tjänstesektorn, snarare än inom innovativa och högteknologiska sektorer.

– Men vi fann kvinnliga entreprenörer inom alla sektorer. Dessutom fann vi även riskkapitalister med intresse för olika sektorer. En del har till och med slutat investera i teknologi, sa Patricia Greene.

I den åttonde och sista myten förflyttas fokus från efterfrågesidan till utbudssidan – finansierarna. Myten utgör en alternativ förklaring till varför kvinnor erhåller en så liten del av det totala riskkapitalet, och den lyder: kvinnor är ingen maktfaktor i riskkapitalindustrin.

– Frågan är om kvinnor tillhör rätt sociala nätverk, det vill säga de nätverk där de introduceras för investerare, förklarade Nancy Carter.

Få kvinnliga riskkapitalister

Sociologisk forskning visar att vi tenderar att liera oss med människor som liknar oss själva, vare sig det gäller utbildningsgrad, etnicitet eller kön. Och eftersom kvinnor väljer att nätverka med andra kvinnor borde alltså antalet kvinnliga riskkapitalister vara avgörande för hur stora investeringarna i kvinnoledda företag blir. Jämförelser mellan åren 1995 och 2000 visar att riskkapitalindustrin vuxit med nästan 70 procent. Även om antalet kvinnor i

industrin ökade under perioden, kan denna ökning inte sägas matcha industrins totala tillväxt.

– Detta förvånade oss. I dag är ungefär hälften av alla som läser företagsekonomi kvinnor. En möjlig karriärväg för dem borde vara att träda in på riskkapitalarenan, sa Carter.

Sist i raden av föreläsare var Elizabeth Gatewood som konstaterade att hon och hennes kollegor lärt sig mycket om kvinnor och riskkapital genom Diana-projektet. Men de har även insett att det finns mycket kvar att lära.

– Många frågar oss: "Vad kan kvinnliga – och manliga – entreprenörer göra för överbrygga dessa myter?". Ett generellt råd är "skaffa information". Det gäller att ta reda på vilka möjligheter som finns, hur ansökningsprocessen går till och vara klar över sina mål, sa Gatewood.

»Vi fann kvinnliga entreprenörer inom alla sektorer«

Andra råd handlar om att entreprenören bör tillskansa sig erfarenheter av ledarskap och beslutsfattande, bygga starka nätverk och skaffa en kompetent styrelse.

Föreläsningen markerade starten på ett långsiktigt samarbete mellan Esbri och Diana där ett första steg är en omfattande kartläggning av vetenskapliga artiklar om riskkapital och/eller kvinnors entreprenörskap. Genom sin forskning hoppas Brush, Carter, Gatewood, Greene och Hart kunna inspirera även andra forskare att fördjupa sig i ämnet.

– Entreprenörskap ses numera som något centralt för tillväxt och välfärd. Beslut om investeringar i entreprenörskap borde därför inte grundas på myter, utan på sanningar, sa Elizabeth Gatewood.

Ett längre referat från denna föreläsning finns på www.esbri.se/referat.asp

Estrads huvudfinansiärer



NUTEK bildar tillsammans med ALMI Företagspartner ett kompetenscentrum för entreprenörskap, företagsutveckling, finansiering och regional näringslivsutveckling. Ett samarbete som skapar mervärde och styrka för att driva utvecklingen i viktiga frågor.

Sverige behöver ett starkt entreprenörskap för att säkra tillväxt och välfärd. Det krävs såväl ändrade attityder som förbättrade ramvillkor för att få ett bättre entreprenörskapsklimat. NUTEKs nya initiativ KomTek kommer att bli ett viktigt verktyg som på längre sikt kan bidra till positiva attityder.

Den Kommunala Teknikskolan – KomTek – bygger på glädjen i att skapa med hjälp av teknik och på möjligheten att gå vidare med sina idéer som entreprenör. Modellen för KomTek är hämtad från den svenska kommunala musikskolan, en fritidsverksamhet som blivit en stor framgång för landet och bland annat resulterat i en betydande musikexport. KomTek står för en lustfylld väg till utveckling, där handfast skapande och entreprenöriell anda får unga att upptäcka att de själva utgör framtidens ingenjörer och entreprenörer.

Sex pilotkommuner står nu i begrepp att starta KomTek, i samarbete med EU:s Equalprogram och NUTEK. Pedagogiken är genusneutral och bland de studerande är hälften flickor. Kommunerna knyter allianser med lokala entreprenörer, innovatörer och teknikföretag som bidrar med förebilder och rådgivare.

www.nutek.se



Föreningen Svenskt Näringsliv är företagens företrädare i Sverige. Vårt långsiktiga mål är att Sverige skall återta en tätposition i den internationella välståndsligan.

För att uppnå detta behövs en bred intressegemenskap kring värdet av företagande och företagsamhet. Vårt uppdrag är att öka förståelsen för företagets verklighet och att verka för att alla företag i Sverige skall ha bästa möjliga villkor för att verka och växa.

Svenskt Näringsliv företräder cirka 48 000 små, medelstora och stora företag. Dessa är organiserade i 47 bransch- och arbetsgivarförbund. Förbunden utgör föreningen Svenskt Näringslivs medlemmar.

Vår verksamhet täcker ett brett fält och vänder sig till olika målgrupper. Vi arbetar med opinionsbildning och kunskaps-spridning, utvecklar nya idéer och tar fram konkreta förslag för att skapa ett bättre klimat för företagsamheten. Företagande är ett allmänintresse och inte ett särintresse. Utan framgångsrika företag kan den svenska välfärden inte tryggas eller vidareutvecklas.

www.svensktnaringsliv.se

Estrads övriga finansiärer



Företagarnas Riksorganisation är Sveriges största nätverk för företagare. Vi arbetar för att människor ska ges bästa möjliga förutsättningar att starta, driva, utveckla och äga företag i Sverige. Då får vi också en ekonomi i landet som kan bära en bra vård och skola.

Det gör vi bl a genom att:

- ge tillgång till över 300 lokala företagarföreningar runt om i landet
- ge affärsnytta i form av bl a juridisk rådgivning, rabatter och andra förmåner
- påverka näringspolitiken, lokalt, regionalt och nationellt

Därför stöttar vi också det arbete som Esbri utför. Det är mycket värdefullt att ny kunskap om entreprenörskap och småföretagande tas fram och synliggörs.

www.fr.se



SIF är en organisation för yrkesverksamma anställda och egenföretagare i de tekniska och kunskapsbaserade sektorerna av näringslivet. Vi har totalt mer än 300 000 yrkesverksamma medlemmar, nästan 2 000 av dem är egenföretagare.

Våra EGET-medlemmar erbjuder vi en lång rad tjänster som t ex affärsjuridisk rådgivning, juridiskt biträde vid tvister, mycket förmånliga försäkringar både för företaget och för företagaren, ett nyhetsblad fyra gånger om året, många förmånliga rabatter samt seminarier och företagsträffar i våra 24 avdelningskontor runt om i Sverige. Som medlem når du oss på EGET-jouren varje vardag.

www.sif.se



KUNGL. INGENJÖRSVETENSKAPSAKADEMIEN
Royal Swedish Academy of Engineering Sciences

Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) är en fristående akademi med uppgift att främja tekniska och ekonomiska vetenskaper samt näringslivets utveckling. IVA är en oberoende arena för kunskapsutbyte. Genom att initiera och stimulera kontakter mellan olika kompetensområden och över nationsgränser fungerar akademien som en gränsöverskridande brobyggare mellan näringsliv, forskning, förvaltning och olika intressegrupper.

I mötet mellan människor – genom föreläsningar, konferenser, forskarutbyten och olika projekt – genereras nya idéer och ny kunskap växer fram. Akademien uppmärksammar och belönar också insatser inom naturvetenskap, teknik och ekonomi.

Arbetet bedrivs huvudsakligen inom fyra verksamhetsfält:

- Utbildning och forskning
- Tekniköverföring och entreprenörskap
- Teknik och samhälle
- Teknoekonomisk framsyn

www.iva.se



VINNOVAs uppgift är att främja hållbar tillväxt för näringsliv, samhälle och arbetsliv genom utveckling av effektiva innovationssystem och finansiering av behovsmotiverad forskning och utveckling. Innovationssystem är det nätverk av aktörer som skapar, sprider och utnyttjar nya kunskaper och ny teknik.

VINNOVA riktar sin verksamhet mot flera olika innovationssystem:

- Nationella innovationssystem
- Sektoriella innovationssystem
- Innovationssystem i regioner

Inom vart och ett av dessa system finns det olika aktörer, från näringsliv, forskning och politik, som tillsammans och i dialog, kan skapa mervärden av nya kunskaper.

www.vinnova.se

Esbri – en ung organisation med m



• Leif Lundblad

FORSKNING, UTBILDNING och kunskapsspridning är de tre grenar som utgör Esbris verksamhet. Alla är lika viktiga för den övergripande målsättningen: att stimulera entreprenörskap i Sverige. I juni 2002 fyllde Esbri fem år, och arbetet går vidare.

Esbri verksamhet smög igång hösten 1996 efter en donation från den svenske uppfinnaren och entreprenören Leif Lundblad. Den formella invigningen skedde dock först 5 juni 1997, i samband med symposiet "Att skapa tillväxt och nya jobb". Ett band från Akademin – representerad av Stockholms universitets rektor Gustaf Lindencrona – och ett band från Näringslivet – representerat av Leif Lundblad – knöts samman av kung Carl XVI Gustaf. Denna symboliska handling har varit vägledande för Esbri ända sedan dess. Esbri arbetar för att knyta samman forskare och praktiker och därigenom bidra till ett mer entreprenöriellt Sverige.

Esbri verksamhet består av tre delar: forskning, utbildning och kunskapsspridning. Den sistnämnda delen är den som ger flest ringar på vattnet. Spridningen av kunskap innefattar inte bara Esbri-forskning, Esbri arbetar för att

synliggöra all forskning kring entreprenörskap och småföretag från olika lärosäten. Den öppna föreläsningsserien Estrad är en del i detta arbete. Estrad inleddes i oktober 1997 då professor William Gartner talade om hinder för nystartade företag. Sedan dess har ytterligare ett femtiotal föreläsningar genomförts, med totalt mer än 5 300 deltagare.

Papperstidningen Entré är en annan del i kunskapsspridningen. Entré kommer ut fyra gånger per år, det första numret kom hösten 1997. Tidningen har växt från blygsamma 12 sidor och 7 000 exemplar, till dagens 16 sidor och en upplaga på 80 000. Entré kompletterades under hösten 2001 med två elektroniska nyhetsbrev. Det ena – e-Entré – riktar sig till alla Entréläsare, medan det andra – e-Research Update – riktar sig specifikt till forskare inom fältet.

En viktig del av utbildningssidan är den nationella lärarworkshop som Esbri anordnat sedan 1998. Workshopen är en årlig mötesplats för alla som bedriver eller vill starta entreprenörskapsutbildningar vid landets universitet och högskolor. Möjligheterna att utbyta erfä-

renheter och knyta värdefulla kontakter är stora, år 2001 samlades 44 lärare från 18 olika lärosäten.

Under läsåren 1997–2000 gav Esbri regelbundet en 5-poängskurs om entreprenörskap vid Stockholms universitet. Esbri är även en av initiativtagarna till, och utvecklarna av, kursen Entreprenörskap 40p som startade höstterminen 2000 vid samma universitet. I samarbete med Nutek, Ernst & Young och Företagarnas Riksorganisation arrangerar Esbri uppsatstävlingen "Entreprenörskap och småföretagande i Sverige".

Nya forskningsprojekt

På forskningssidan är också många projekt igång. Sedan ett par år tillbaka är Esbri ansvarigt för den svenska delen av Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Det är ett internationellt projekt som mäter och jämför de entreprenöriella aktiviteterna i en rad olika länder. Två nya forskningsprogram håller på att ta form på Esbri. Det ena studerar entreprenörskap som samhällsfenomen, socialt entreprenörskap och mycket mer. Det andra handlar

Röster om Esbri



Då jag var med på den storstilade starten av Esbri funderade jag lite över vad Esbri skulle kunna bidra med. Nu fem år senare vet jag att Esbri erbjudit mig en rad möten med intressanta personligheter inom entreprenörskapsfältet.

Ragnar Ahlström Söderling, Högskolan Dalarna

Esbri has quickly established itself as a prominent institution for entrepreneurship research, training, and the dissemination of knowledge. Entrepreneurship researchers around the world want to be associated with Esbri.

Professor Elizabeth Gatewood, Indiana University

Esbri is a catalyst. Esbri's lectures and workshops bring together people with different views, from different backgrounds. I think that improves the thought process, and it improves my work.

*Professor Howard Aldrich,
University of North Carolina*

Esbri har haft en avgörande betydelse i arbetet med att etablera forskning och utbildning kring entreprenörskap, från de grundläggande nivåerna och upp till forskarnivån.

*Ekonomie doktor Svante Brunåker,
Högskolan i Gävle*

ånga järn i elden



• Esbris humankapital

om konst, estetik och entreprenörskap. Ett internationellt vetenskapligt råd har funnits sedan starten, det består av ledande svenska och internationella forskare. I samband med donationen till Esbri utfäste sig Leif Lundblad även att finansiera en professur vid Stockholms universitets företagsekonomiska institution.

Under våren 2001 anordnade Esbri den första publikationsworkshopen *Movements of Entrepreneurship*. Workshopens mest banbrytande bidrag om fältets rörelse och riktning har samlats i en bok. Ytterligare en Esbri-publication är reprintserien som hittills utkommit med tio nummer. Serien omfattar svåråtkomliga artiklar från tidskrifter och bokkapitel, skrivna av forskare med Esbri-anknytning. Texterna nytrycks och kan rekvireras till självkostnadspris.

1997 genomförde Esbri kartläggningen "Vem gör vad inom svensk entreprenörskaps- och småföretagsforskning". Rapporten med samma namn gav en fingervisning om vilken explosionsartad utveckling det svenska fältet skulle genomgå. 190 doktorander och forskare som identifierar sig som entreprenörskaps- och/eller

småföretagsforskare presenteras i boken med bland annat personalia, sina senaste publikationer och nyckelord. I uppföljaren ryms ännu fler aktiva forskare. Den kommer att vara tillgänglig på nätet, vilket möjliggör sökningar av vilka forskare som är verksamma inom vilka områden.

Öppenhet och samarbeten

De senaste åren har "tillväxt" blivit många mantra, men Esbri har inga storslagna tillväxtplaner. Det är en liten organisation, och småskaligheten är en styrka. Tack vare den öppna, tvärvetenskapliga forskningsmiljön, finns stora möjligheter för personer med intressanta tankar att medverka under korta eller långa perioder. Under våren 2002 initierades samarbeten med bland annat tidningen *Entreprenör*, Studieförbundet Näringsliv och Samhälle (SNS) samt det amerikanska forskningsprojektet Diana.

Öppenheten gör det svårt att exakt ange hur många som arbetar på Esbri – långt ifrån alla som rör sig i lokalerna är knutna till institutet på heltid. Kärntruppen består av tio personer,

till dessa tillkommer projektanställda, gästforskare och research fellows. Professorerna Howard Aldrich och Ellen O'Connor samt PhD Torkild Thanem är några av dem som gästade Esbri under läsåret 2001–2002.

Rent fysiskt håller Esbri till i Frescati hage, på kungliga Djurgården i Stockholm. Till Esbris "andra hem" är adressen www.esbri.se. På webbplatsen finns artiklar, konferenskalendrium, forskarporträtt, boktips, avhandlingssammanfattningar och mycket mycket mer. Här kan man läsa mer om Esbri och även anmäla sitt intresse för Entré, e-Entré eller Estrad.

Tidningen, nyhetsbrevet och föreläsningarna är kostnadsfria för alla med intresse för entreprenörskaps- och småföretagsfrågor. Detta är möjligt tack vare projektfinansiering och generell ekonomiskt stöd från Leif Lundblad och nedanstående organisationer.

Esbri supports entrepreneurship throughout Sweden in very creative ways.

Professor Myra Hart, Harvard Business School

Esbri har inom entreprenörskaps- och småföretagsforskningen varit den viktiga 'neutrala mark' på vilken dialogen och kreativiteten flödat.

Ekonomie doktor Per Frankelius, Örebro universitet

Esbri is one of the few places in the world where leading edge scholarship on entrepreneurship is occurring.

Professor William Gartner, University of Southern California

Det är mycket bra att Esbri kan erbjuda en forskningsmiljö utanför de traditionella institutionerna.

Ekonomie doktor Mats Westerberg, Luleå tekniska universitet

If entrepreneurship centers are measured by their impact on their home society, then Esbri is truly one of the world's most successful.

Professor Jerome Katz, Saint Louis University

Esbri has developed an extremely effective model of connecting the dots between research and dissemination.

Professor Patricia Greene, University of Missouri-Kansas City



Allt ljus på forskningen

Tio gånger om året anordnar Esbri *Estrad – öppna föreläsningar om entreprenörskap och småföretag*. På Esbris Estrad står forskningen i centrum. Strålkastarljuset riktas mot svenska och utländska forskare som vill presentera aktuella resultat för en bred publik. Förhoppningen är att denna spridning av forskningsresultat i förelängningen ska leda till ett mer entreprenöriellt Sverige.

Referat från Estrads samtliga föreläsningar läsåret 2001–2002 finns samlade i denna rapport. Referaten visar på den stora spännvidd som finns inom dagens entreprenörskaps- och småföretagsforskning. De 25 forskare som medverkade i Estrad under läsåret presenterade de senaste rönerna inom forskningsområden som tillväxt, industriell dynamik, kvinnors företagande, omvärldsbevakning, kollektivt entreprenörskap och mycket mer.

Rapporten visar på viktiga områden för den samlade forskarkompetensen i dag, men uppmärksammar även frågor som ännu inte besvarats. Den erbjuder värdefull läsning för studenter, politiker, entreprenörer, forskare, småföretagare och alla andra med intresse för entreprenörskap och småföretagande.

»Företaget är ett knippe processer, i form av tankar och handlingar, människor, projekt och aktiviteter som rusar fram över tiden.«

Ekonomie doktor Per Frankelius, 11 oktober 2001

»I framtiden tror jag att vi får se fler studier kring entreprenöriella processer: mitt i organisationens liv.«

Professor Carin Holmquist, 12 december 2001

»Vi måste etablera mellanrum, lekplatser, vita kanvasdukar. Entreprenören frågar »Vad skulle det kunna bli?« istället för att, som managern, utgå från det som är.«

Filosofie doktor Daniel Hjorth, 6 februari 2002

»I USA finns många riskkapitalister med välfyllda fickor, främst i Silicon Valley. Vi vet också att de gillar att investera lokalt, oavsett om det är män eller kvinnor som söker kapital.«

Professor Myra Hart, 15 maj 2002



www.esbri.se

Frescati Hagväg 16B, 104 05 Stockholm

Fax: 08-15 28 10. E-post: info@esbri.se