

Företagsekonomiska Institutionen
Magisterkurs i Management, 30 hp
Magisteruppsats, 15 hp
VT 2011



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Företagare på (o)känd mark

Liljana Van Destru

En studie om en svensk kvinnlig företagare med verksamhet i Afrika och en svensk manlig företagare med verksamhet i Sverige – Hur lyckas man som egen företagare?



Författare: Liljana Van Destru

Handledare: Torbjörn Stjernberg

VT 2011



FÖRORD

Härmed vill jag framföra ett stort tack till några personer som hjälpt mig att genomföra detta arbete. Först tack till de personer som gjort det möjligt och genererat i den empiri som jag har presenterat i denna studie. Utan deras generöshet för både tid och detaljrik information vid mina intervjuer och besök hade denna uppsats inte blivit till. Så tack Annika och Martin att jag fick reflektera över era verksamheter. Min handledare Torbjörn Stjernberg har på ett omdömesgillt och konstruktivt sätt kommenterat min text under arbetets gång. Tack även till min familj – min make och mina barn Sandra och Erika för att ni har varit ett tålmodigt stöd och för er uthållighet samt att ni påmint mig om livet bortom akademien.

Liljana Van Destru

Göteborg 9 juni 2011



SAMMANFATTNING

Datum	Juni 2011
Nivå	Magisteruppsats, 15hp, Management
Titel	Företagare på (o) känd mark
Författare	Liljana Van Destru

Bakgrund: I och med globaliseringen har ekonomin blivit gränslös och interaktionen med andra är och blir allt viktigare. Enligt forskningen är begrepp som nätverks betydelse, gränslöst arbete, affärer över kulturgränser och ”Prime Mover” förknippade med dagens framgångsrika företag. Vad är enligt teorierna viktigt för att lyckas som entreprenör? Stämmer teorierna överens med verkligheten?

Syfte: Uppsatsens syfte är att skapa ökad förståelse för den entreprenöriella processen samt att ta reda på drivkrafterna för entreprenörskap.

Frågeställningar:

1. Hur lyckas man som företagare?
2. Vad är det som avgör om man har lyckats?
3. Vem avgör om man har lyckats?

Metod: Insamling av både primär- och sekundärdata. Mitt tillvägagångssätt för att samla in material har gjorts via litteraturstudier, tidigare forskning, sökmotorer på internet, personliga intervjuer, telefonintervju och sociala medier för att få en förförståelsen och sedan utveckla en fördjupad förståelse. Totalt har fyra personliga intervjuer gjorts, varav två var djupintervjuer.

Resultat: Resultatet visade att både yttre och inre faktorer påverkar entreprenörer. Erfarenhet, kontaktnät, stöd från omgivningen och egenskaper kan anses vara viktiga om de lyckas eller inte. Vilja, motiv, mål och idé är avgörande faktorer för hur det utvecklas.

Slutsats: Det är svårt att dra generaliserbara slutsatser på grund av studiens omfattning och metod. Min slutsats är att det är mycket som påverkar om vem som blir entreprenör och hur denne är. Likheter i denna studie är att båda intervjupersonerna finner det vara en livsstil att vara entreprenör och att inte vem som helst kan bli det samt att entreprenörskap även kan gå i arv. Skillnaderna finns i drivkrafterna.

Nyckelord: entreprenör, företagare, Prime Mover, nätverk, gränslöst arbete, framgång, drivkrafter, globalisering



ABSTRACT

Date	June 2011
Level	Master Thesis, 15hp, Management
Title	Entrepreneurs on the (un) known ground
Author	Liljana Van Destru

Background: With globalization, the economy has become borderless and interaction with others has become increasingly important. According to research, concepts such as network importance, boundless work, business across cultural boundaries and "Prime Mover" associated with today's successful companies. What is in the theory important for success as an entrepreneur? Do the theories correspond to reality?

Aim of the study: This essay aims to create greater understanding of the entrepreneurial process and to find out the drivers of entrepreneurship.

Research issues:

1. How to succeed as an entrepreneur?
2. What is it that determines whether you have succeeded?
3. Who determines whether you have succeeded?

Method: Collection of both primary and secondary data has been done. My approach to collect material has been made through literature studies, earlier research, and search engines on the Internet, personal interviews, telephone and social media to gain an understanding and then develop a deeper understanding. A total of four personal interviews were made, two of which were detailed interviews.

Result: The results showed that both external and internal factors affecting entrepreneurs. Experience, contacts, support from the environment and characteristics can be of value if they succeed or not. Will, motives, goals and ideas are crucial factors in how it develops.

Conclusion: It is difficult to draw generalized conclusions on the basis of the study scope and methodology. The conclusion is that it is very affecting about who becomes an entrepreneur and how he or she is. Similarities in this study are that both of the respondents consider it to be a lifestyle to be an entrepreneur and that not everyone can be an entrepreneur and that entrepreneurship also can be inherited. The differences are in the drivers.

Key words: entrepreneurial, self-employed, Prime Mover, networking, boundless work, success, motivation, globalization



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING	8-10
BAKGRUND	8
SYFTE	8
<i>Frågeställningar</i>	8
BEGREPPSFÖRKLARINGAR	9
FIGURFÖRTECKNING	9
DISPOSITION	10
METOD	11-12
TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	11
TROVÄRDIGHET.....	11-12
URVAL	12
TEORETISK REFERENSRAM	13-22
NUVARANDE OCH TIDIGARE FORSKNING	13-15
ENTREPRENÖR/ENTREPRENÖRSKAP	15-16
PRIME MOVER	16
MOTIVATIONSMODELLEN	16-17
AVGÖRANDE FAKTORER FÖR ATT LYCKAS	17-20
<i>Drivkrafter</i>	18-19
<i>Finansiering</i>	19-20
<i>Hinder</i>	20
<i>Nätverk och gränslöst arbete</i>	20-21
<i>Karaktäristiska egenskaper</i>	21
KORT SAMMANFATTNING AV TEORIN.....	21-22
EMPIRI	23-30
PRESENTATION AV FÖRETAGARE 1	23-26
<i>Bakgrund</i>	23
<i>Drivkrafter</i>	23
<i>Finansiering</i>	24
<i>Hinder och möjligheter</i>	24
<i>Nätverk och gränslöst arbete</i>	24-25
<i>Karaktäristiska egenskaper</i>	25
<i>Framgång</i>	25-26
PRESENTATION AV FÖRETAGARE 2	27-30
<i>Bakgrund</i>	27
<i>Drivkrafter</i>	27-28
<i>Finansiering</i>	28
<i>Hinder och möjligheter</i>	28
<i>Nätverk och gränslöst arbete</i>	28-29
<i>Karaktäristiska egenskaper</i>	29-30
<i>Framgång</i>	30



ANALYS	31-35
FÖDS MAN TILL ENTREPRENÖR?	31-32
DRIVKRAFTERNA	32-33
ARBETE ÖVER GRÄNSERNA	33
VILLKOR FÖR ATT LYCKAS	34-35
AVSLUTANDE DISKUSSION.....	36-37
SLUTDISKUSSION	36
<i>Personliga reflektioner</i>	36
SVAR PÅ FRÅGESTÄLLNINGARNA	36-37
<i>Hur lyckas man som företagare?</i>	36-37
<i>Vad är det som avgör om man har lyckats?</i>	37
<i>Vem avgör om man lyckats?</i>	37
SLUTSATSER	37
FÖRSLAG PÅ YTTERLIGARE FORSKNING	37
REFERENSER.....	38-40
APPENDIX	41-44
BILAGA 1: Intervjufrågor – underlag	41-42
BILAGA 2: Kompletterande intervjufrågor.....	43
BILAGA 3: Karta över Afrika	44



INLEDNING

I inledningen beskrivs studiens bakgrund och syftet med uppsatsen. Här finns även begreppsförklaringar och disposition över studien.

BAKGRUND

I dagens moderna tid suddas gränser ut och livet ses som en ständig föränderlig miljö, där var och en måste skapa sin egen verklighet. Allvin et al (2006) talar om det nya arbetslivet och hur individer måste anpassa sig och vara flexibla för att klara sig på arbetsmarknaden och livet i övrigt och de nämner att individen måste klara sig själv samt att det ställs olika kunskapskrav på individerna. Den som har ett fritt arbete kan organisera relationen mellan arbete och livet i övrigt – det blir individens angelägenhet att pussla ihop allt till en balans i tillvaron.¹ Dagens arbetsliv kännetecknas av en ökad differentiering samtidigt som en ökad polarisering kan urskiljas i och med den nya ojämlikheten.²

Att starta eget företag kan vara ett alternativ till att skapa balans i livet. Då jag har över tio års erfarenhet av att driva eget företag vet jag att det kan vara komplicerat om man vill lyckas med alla dess risker och osäkerheter. Att skapa kontakter för nya affärsmöjligheter är både tidskrävande och kostsamt. Som egen företagare måste man tänka på att utvecklas och hänga med i företagsvärlden för att kunna fortsätta. För att lyckas måste man satsa, för att satsa måste man våga, för att våga måste man vara orädd, för att vara orädd måste man vara modig, för att vara modig måste man ha tro, för att ha tro måste man ha tillit, tillit till både sig själv och till sin omgivning. För att bestå måste man lyckas och för att lyckas... Man måste söka nya vägar och ideligen se framåt för att utvecklas och överleva som företagare. Att sälja sig själv och skapa sin egen framtid samtidigt som man måste motivera sig själv för att orka driva företaget vidare. I och med globaliseringen har ekonomin blivit gränslös och interaktionen med andra är och blir allt viktigare. Man bör vara en nytänkare och komma på nya idéer och se möjligheterna snarare än hindren. Enligt forskningen är begrepp som nätverks betydelse, gränslöst arbete, affärer över kulturgränser och ”Prime Mover” förknippade med dagens framgångsrika företag.³ Dessa tankar väckte min nyfikenhet och satte igång processen. Efter att ha funderat ville jag undersöka saken närmare för att få en bättre förståelse och svar på frågorna som väckte mitt intresse samt att förstå vad som driver andra entreprenörer oavsett bransch de verkar i. Vad är enligt teorierna viktigt för att lyckas som entreprenör? Stämmer teorierna överens med verkligheten?

SYFTE

Uppsatsens syfte är också att skapa ökad förståelse för den entreprenöriella processen samt att ta reda på drivkrafterna för entreprenörskap. För att uppnå syftet utgår jag från följande frågor.

Frågeställningar

1. Hur lyckas man som företagare?
2. Vad är det som avgör om man har lyckats?
3. Vem avgör om man har lyckats?

¹ Allvin et al, 2006

² Allvin et al, 2006

³ Normann, 2001; Lithander & Vinberg, 2007; Allvin et al, 2006; <http://www.tillvaxtverket.se>



BEGREPPSFÖRKLARINGAR

E-iftering – är en parallell till e-handel och e-företag. På en hemsida kan man t ex kombinera sin egen resa eller designa sin egen bil eller dylikt. Du köper inte bara en produkt/tjänst utan även tillbehör.

Entreprenör – en person som har en vision och aktivt strävar att utveckla sin idé. Ett stort risktagande är också associerat med ordet entreprenör.

Entreprenöriella individer – uppmärksammade personer som präglas av idéer som nödvändigtvis inte har startat ett eget företag, men innehar egenskaper som är typiska för en entreprenör.

Esbri – Institutet för entreprenörskaps- och småföretagsforskning – sprider kunskap om entreprenörskap, innovation och småföretag.

Företagare – en person som driver ett företag.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor (Forskningsprojekt). Undersöker sedan 1998 entreprenöriella aktiviteter i flera länder och mäter skillnader i nivån på företagande i olika länder.

Innovatör – en person som kommer med nya idéer, innovationer och uppfinningar.

ITPS – Institutet för tillväxtpolitiska studier, är den myndighet som för statistik över nyföretagandet. Statistiken produceras årligen i samarbete med SCB.

Opportunist – en person som är anpassningsbar, tar chanser när de kommer samt vänder kappan efter vinden.

Prime Mover – företag som har kompetensen att utforma en ny affärsmiljö utöver sina egna gränser och förmåga att tillsammans med kunden som medproducent skapa värde.

Respondent – Intervjuperson.

Tjänstefiering – innebär att man lägger tonvikt på inflödet till kundens värdeskapande process.

Upplevelsefiering – är utformat för att passa in i kundens mentala och symboliska process och strävan efter mening och ändamål.

FIGURFÖRTECKNING

Figur 1: Entreprenörskap som social konstruktion. Grundläggande antaganden och konsekvenser.

Figur 2: Motivationsmodell från Delmar.

Figur 3: Modifierad motivationsmodell. Adapterad och redigerad från Delmar.

Figur 4: Skillnader i motiv.

Figur 5: Entreprenören. Egen modell



DISPOSITION

- Inledning* I inledningen beskrivs kontextens bakgrund och syftet med studien. Dessutom finns även begreppsförklaringar och disposition under denna rubrik.
- Metod* Här beskriver och motiverar jag mina val av vetenskapliga metoder samt mitt tillvägagångssätt. Mitt tillvägagångssätt för att samla in material görs via litteraturstudier, tidigare forskning, sökmotorer på internet, personliga intervjuer, telefonintervju och sociala medier för att få en förståelse och sedan utveckla en fördjupad förståelse. Totalt har fyra personliga intervjuer gjorts.
- Teori* Detta avsnitt förklarar begrepp och den referensram som använts och som är väsentlig för denna studie. Här kommer jag att återge tidigare och nuvarande forskning, vem som är entreprenör och dennes egenskaper samt avgörande faktorer. I teorin kommer jag att beskriva den modell jag utgår ifrån som ett verktyg för analysen.
- Empiri* I detta kapitel behandlar och sammanfattar jag det empiriska materialet från intervjuerna.
- Analys* Under denna rubrik analyserar och tolkar jag entreprenörernas svar och jämför om dessa stämmer med de den teoretiska referensramen.
- Slutsatser* Här presenteras slutsatser med utgångspunkt i inledningsfrågan; Vad är enligt teorierna viktigt för att lyckas som entreprenör? Stämmer teorierna överens med verkligheten? Slutsatserna grundas på analysen av det empiriska och teoretiska materialet som har inhämtats. Jag ger här även förslag till vidare forskning inom ämnet.



METOD

Metodavsnittet förklarar tillvägagångssättet och vilka metoder jag har använt samt varför jag har använt dessa metoder. Sedan beskriver jag vad som avgör om något är trovärdigt och hur data samlats in samt hur jag ska analysera.

TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

För att min studie ska vara relevant kommer jag använda den metod som är mest lämplig för syftet när jag samlar in material. Undersökningsmetoder brukar delas in i kvalitativa och kvantitativa metoder. För att söka och få en förståelse för det som jag studerar är kvalitativ data vital i denna studie. Mitt tillvägagångssätt för att samla in material görs via litteraturstudier, tidigare forskning, sökmotorer på internet⁴, personliga intervjuer (inspelning och anteckningar), telefonintervju och sociala medier för att få en förståelse och sedan utveckla en fördjupad förståelse. Eftersom jag vill göra djupare intervjuer kommer jag att begränsa mitt arbete till två företagare. Då det är viss skillnad mellan begreppen entreprenör och företagare har jag valt att inte göra någon åtskillnad mellan dessa utan kommer att använda mig av båda begreppen som synonymer.⁵ Jag har valt att inrikta mig på individen, för att ta reda på hur just de upplever sin specifika situation, men kommer att ta hänsyn till vissa externa omständigheter för att få en tydligare, djupare och en mer förtroendegivande bild. Jag valde att intervju två personer och hade totalt fyra personliga intervjuer varav två varade mellan 1.5 – 2 timmar och de andra två var ungefär 20 – 30 minuter samt kompletterande frågor via telefon och sociala medier. Underlag till intervjufrågorna finns som bilaga i slutet. Jag har använt både öppna och slutna frågor till intervjun. Följdfrågor är viktigt enligt Stukát (2007) för att få mer utvecklade och fördjupade svar. Han menar att genom en semistrukturerad (halvstrukturerad) intervju kan man få en mer öppen och djupare intervju och är den särskilt lång, öppen och inträngande kan man kalla den för djupintervju. Enligt Holme & Solvang (1997) finns det olika metodansatserna, dessa är deduktiv (utgår från teorin), induktiv (utgår från empirin) och abduktiv där slutsatser framställs utifrån ett varvande mellan teori och praktik. Eftersom frågeformuleringen styr inriktningen har jag valt det tolkande perspektivet där induktiv ansats är betydande. Jag kommer att använda mig av ett konstruktivistiskt synsätt och utgå från att verkligheten är socialt konstruerad och subjektiv. Jag använder mig av deskriptiv forskning som beskriver hur något sker i verkligheten. Intervjuer analyserades med hjälp av det empiriska materialet och teorin för att komma fram till slutsatser utifrån de resultat som framkom. Motivationsmodellen är det verktyg som kommer att användas vid analysarbetet.

TROVÄRDIGHET

Det finns tre metodbegrepp och dessa är validitet, reliabilitet och generaliserbarhet, validitet innebär att man studerar rätt saker, reliabilitet att man studerar på metodologiskt korrekt sätt och generaliserbarhet att man studerar saker som kan återanvändas.⁶ I min studie är validiteten viktig då det är avgörande att jag studerar rätt saker för att kunna besvara de frågeställningar jag har samt att uppnå mitt syfte. Skälet med ett kvalitativt synsätt är inte att pröva den generella giltigheten i informationen, utan istället skapa en ökad förståelse.⁷

⁴ Sökmotorer Googles Scholar <http://scholar.google.se/> och <http://books.google.se>

⁵ Entreprenörskap är intimt förknippat med företag och företagande enligt Henreksen & Stenkula, 2007.

⁶ Nationalencyklopedin.

⁷ Holme & Solvang, 1997



Enligt Booth et al. (2008) är det viktigt att påståenden är tydliga, resoneringen stödjer påståendet och argumenten stödjer resoneringen. Jag utgår från att respondenterna är ärliga i sina svar och trovärdiga då deras kroppsspråk och avslappnade tonläge förmedlade detta. Jag har vid frågornas uppbyggnad strävat efter att ha tydliga och lätta frågor att svara på. Vissa frågor har varit ledande då jag skulle få ut så mycket relevant information som möjligt från respondenterna och andra frågor har varit mer öppna. Nackdelar med öppna frågor är att man vid intervjun kan sväva iväg och komma in på irrelevanta fakta. En fördel med intervjufrågornas validitet är att de testades innan själva intervjuerna och med lite omarbetsning blev det ett bra underlag. Diskussion med handledaren gjorde att jag efterhand upptäckte att jag behövde komplettera med ytterligare frågor. Att förtydliga och spegla empiri kan vara svårt då det är en individuell tolkning eller perception av hur något faktiskt är. Inspelningen var viktig och en säkerhetsåtgärd för min egen del för att jag inte skulle missa att anteckna under intervjuernas gång eller inte komma ihåg exakt vad som sagts.

URVAL

De källor som använts är råmaterial (primärdata från mina intervjuer), tidigare empiriska studier, forskningsrapporter samt böcker. Jag utgår från vissa nyckelbegrepp som är betydelsefulla för mitt syfte och för att underlätta vid sökningen av tidigare forskning och relevant litteratur. Dessa begrepp är: entreprenör, företagare, drivkrafter nätverk, gränslöst arbete, framgång och Prime Mover. Då jag skulle söka litteratur om entreprenörskap kunde jag hitta väldigt mycket och fick då göra ett urval bland denna stora mängd. Vid val av litteratur har jag använt mig av tidigare forskning och sekundärdata som är relevant för denna studie. Insamling av primärdata har skett via personliga intervjuer och jag har i mitt urval av respondenter inte utgått från någon specifik bransch eller kön eftersom det inte har någon betydelse för min analys då jag intresserar mig för individerna och deras situation. Utgångspunkten var att hitta någon som arbetade över de globala gränserna och någon som arbetade nationellt då jag vill ha reda på om det finns några likheter och/eller skillnader i tankesätt mellan de olika entreprenörerna. Avsikten är att ta reda på hur respondenterna upplever sin specifika situation. Jag har gjort ett medvetet urval på respondenter då jag fick höra talas om dessa olika verksamheter, vilka uppfyllde mitt krav jag hade som utgångspunkt, det vill säga någon som arbetade över gränserna och inhemskt. Att det råkade vara en av varje kön är inte väsentligt för själva studien. Det viktiga är att jag får den förståelse för hur andra företagare tänker oavsett kön eller bransch.

”När konstruktionens upphovsman är individen, och inte en objektiv verklighet, kan vi i princip aldrig veta om det vi tror att vi förstår är riktigt eller inte. Det blir meningslöst att tala om sanning. Sanning, som vi använder begreppet, definierar ju något sant eller objektivt utanför oss själva. Men sanningar i konstruktioner kommer alltid att vara subjektiva. Det kommer att vara något som är sant inne i oss själva.”

Källa: Lundby, G. 2002. s. 88



TEORETISK REFERENSRAM

Detta avsnitt förklarar begrepp och den referensram som använts och som är väsentlig för denna studie. Här kommer jag att återge tidigare och nuvarande forskning, vem som är entreprenör och dennes egenskaper samt avgörande faktorer. I teorin kommer jag att beskriva den modell jag utgår ifrån som ett verktyg för analysen.

NUVARANDE OCH TIDIGARE FORSKNING

Vad säger forskningen om entreprenören? Forskarna har sökt efter förklaringar när det gäller egenföretagandet, man har studerat bland annat kön, ålder, tidigare erfarenhet, inställning till risk, prestationsvilja och om en familjemedlem varit egen företagare. Förklaringar som familjebakgrund, kön och andra demografiska förklaringar har ingen inverkan⁸. Enligt Lars Kolvereid (professor i entreprenörskap) är egna företagare en utdöende ras på grund av att i de skandinaviska länderna är det relativt få som vill starta och ha en karriär som egenföretagare. Kolvereid hävdar att orsaken till detta är att det är attraktivare att vara anställd. Anledningar som uppgavs till att föredra en anställning var till exempel för att få större säkerhet, en mer social arbetsmiljö och mindre att göra. Några vanliga förklaringar till att vilja bli egen var: för att kunna utnyttja ekonomiska möjligheter och för att nå auktoritet, frihet och självförverkligande.⁹ Lusten att starta eget är störst bland de yngre och sedan faller den med åldern och Kolvereid menar att erfarenhet är viktigt. Tidigare forskning visar på att det inte finns något samband mellan hög utbildning och vilka som faktiskt lyckas starta företag. (Kolvereid, 2005) Med stöd av tidigare studier visade sig det att egenföretagare med låg utbildning som tjänar lite skulle föredra att vara anställda.¹⁰ Intentioner består av attityder, subjektiva normer och upplevd kontroll av beteendet och är det psykologiska begrepp som ligger närmast människans faktiska beteende. Det faktiska utfallet, om en person verkligen startar företag, påverkas av intentionen men också av benägenheten att handla. (Kolvereid, 2005) Den inomvetenskapliga debatten om entreprenörskapsforskning har handlat om olika teoretiska, praktiska och metodologiska problem (hur och vad vi kan observera, analysera och mäta) men utan att ifrågasätta antagandena bakom dessa problem trots att det finns perspektiv som pekat i nya riktningar.¹¹ Socialkonstruktionismen kan spåras tillbaka till 1800-talet och handlar om pluralism inom entreprenörskapsforskningen, att erkänna olika meningar om vad entreprenörskap handlar om, att nå kunskap kring processer av mänskliga interaktioner samt att lyfta fram komplexitet.¹² Individuella och sociala fenomen studeras genom det subjektiva medvetandet hos individer. Istället för att bara betrakta vad människor gör undersöks även vad människorna säger att de gör och varför.¹³ Människan och verkligheten ses som oskiljaktiga, och idéer, tankar och handlingar är resultatet av interaktioner och tolkningar mellan människor. Entreprenörskap och/eller entreprenörer existerar genom tolkningar gjorda av individer, grupper av individer och olika kulturer i samhället. (Lindgren & Packendorff, 2007). Vad man i Sverige anser vara entreprenörskap behöver nödvändigtvis inte stämma överens med t ex USA eller Afrika. Så den som betraktas som entreprenör kan skilja sig från land till land.

⁸ Kolvereid, L. Professor i entreprenörskap. (Estradföreläsning från 2005-10-03.) <http://www.esbri.se>

⁹ Kolvereid, 2005

¹⁰ Kolvereid, 2005

¹¹ Lindgren & Packendorff, 2007

¹² Lindgren & Packendorff, 2007

¹³ Lindgren & Packendorff, 2007



Socialkonstruktivistisk syn på entreprenörskap kan sammanfattas i denna figur:

	Entreprenörskap som social konstruktion
Syn på verkligheten	Tolkad och konstruerad i sociala interaktioner.
Syn på hur kunskap skapas	Förstå hur och varför aktörer tolkar och konstruerar.
Ideologi (syn på vad som legitimerar forskning)	Forskare deltar i konstruktionen av teorier och praktik. Medvetenhet och ansvar fordras av forskare.
Baserad i	Kollektiv förmedling i intersubjektiva tolkade institutionaliserade förhållanden.
Skapat av	Människor i sociala interaktioner.
Manifesteras som	Mönsterbrytande organiseringsprocesser.

Figur 1: Entreprenörskap som social konstruktion. Grundläggande antaganden och konsekvenser.
Källa: Lindgren & Packendorff, 2007, s. 39

Det finns olika definitioner på vad entreprenörskap är och det har mångdisciplinär karaktär.¹⁴ Så tidigt som på 1100-talet fanns ordet entreprenör i det franska språket med betydelsen "den som får någonting gjort". Denna inskränkta definition används inte längre inom forskningen.¹⁵ Utvecklingen tog successivt olika riktningar och så småningom kom intresset för entreprenörskap även inom företagsekonomin. Individen och dennes personliga egenskaper ställdes i fokus. I dag bedrivs entreprenörskap inom flera olika kunskapsområden, t ex företagsekonomi, psykologi, sociologi och nationalekonomi. Fokus på individen har förflyttats till fokus på den entreprenöriella processen. Vad man i nuläget forskar om är; nätverks betydelse, affärer över kulturgränser, processen när ett företag startas och entreprenöriella miljöer.¹⁶ Forskning visar att det sker förändringar för aktören (individen/företagen) både vad gäller den kontextuella miljön och den transaktionella miljön. Enligt Normann (2001) kan de kontextuella förändringarna vara; makroekonomiska utvecklingen, internationell finans, globalisering, ny teknologi, förändrad demografi, sociala värden och regleringar och de transaktionella faktorerna kan vara konkurrenter, klienter, leverantörer och investerare. Normann (2001) menar att den kontextuella miljön är drivande krafter medan den transaktionella miljön influerar.¹⁷ Global Entrepreneurship Monitor (GEM)¹⁸ undersöker sedan 1998 entreprenöriella aktiviteter i flera länder och mäter skillnader i nivån på företagande i olika länder. Syftet är att beskriva förhållandet mellan entreprenörskap och ekonomisk utveckling och skissa början till ett globalt entreprenörskapsindex för att mäta detta samband. Det deltog 43 länder och GEM gjorde en åtskillnad mellan faktordrivna, effektivitetsdrivna och innovationsdrivna länder i linje med Porters beskrivning av begreppen¹⁹ där andelen etablerade affärsverksamheter och graden av avvecklade affärsverksamheter studerades. GEM forskning har visat att förhållandet mellan entreprenörskap och ekonomisk utveckling skiljer sig längs skedena av ekonomisk utveckling.²⁰

¹⁴Henrekson & Stenkula, 2007; Lithander, 2005; Lindgren & Packendorff, 2007

¹⁵ Esbri – Institutionen för entreprenörskaps- och småföretagsforskning, www.esbri.se

¹⁶ Esbri – Institutionen för entreprenörskaps- och småföretagsforskning, www.esbri.se

¹⁷ Normann, 2001

¹⁸ GEM - Global Entrepreneurship Monitor (Forskningsprojekt)

¹⁹ För mer information om denna klassificering se GEM 2008 Global report.

²⁰ Bosma et al. *GEM 2008 Global Report*, 2009



Faktordrivna länder: Angola, Bolivia, Bosnien och Hercegovina *, Colombia *, Ecuador *, Egypten, Indien, Iran. ^{*21} (Många småskalsekonomier och lokala företagsaktiviteter, makroekonomisk stabilitet, utveckling av institutioner samt infrastruktur.)

Effektivitetsdrivna länder: Argentina, Brasilien, Chile, Kroatien ^{**22}, Dominikanska, Jamaica republiken, Ungern ^{**}, Lettland, Makedonien, Mexiko, Peru, Rumänien, Ryssland, Serbien, Sydafrika, Turkiet, Uruguay. (Stordriftsfördelar, väl fungerande marknad, högre utbildning.)

Innovationsdrivna länder: Belgien, Danmark, Finland, Frankrike, Tyskland, Grekland, Island, Irland, Israel, Italien, Japan, Sydkorea, Nederländerna, Norge, Slovenien, Spanien, USA Storbritannien. (Entreprenörskap finansieras, entreprenörskapsutbildning, Forskning och utveckling, kommersiell rättslig infrastruktur och statliga entreprenörskapsprogram.)

GEM fokuserar på den roll som individer har i den entreprenöriella processen och man undersöker entreprenörens strävanden, attityder och aktivitet. För t ex Angola är andelen etablerade affärsverksamheter mycket små jämfört med de andra faktordrivna ekonomier, samtidigt som graden av avvecklad verksamhet är mycket hög. Dessa resultat kan återspegla Angolas framväxt från långvarigt inbördeskrig och oroligheter.²³

ENTREPRENÖR/ENTREPRENÖRSKAP

Entreprenörer finns inom alla sociala grupper och de är unika individer. De fyra klassiska författarna inom entreprenörskap är Schumpeter, Kirzner, Knight och Say.²⁴ Schumpeter introducerade 1934 entreprenörskapsteorin och ansåg att entreprenören är en specifik typ av företagare med förmåga att bryta inrotade mönster och rutiner genom att tänka i nya banor, en som rubbar jämvikter på marknaden och drar nytta av detta.²⁵ Enligt Schumpeter är entreprenören en innovatör jämfört med en företagare vars uppgift är att driva ett företag.²⁶ Hans teori ligger till grund för den moderna forskningen kring vem som blir entreprenör och dennes drivkrafter.²⁷ Kirzner påpekar att kunna tolka marknadssignaler är betydelsefullt och distinktionen mellan Schumpeters och Kirzners syn på entreprenörskap är att den förra menar att entreprenören skapar möjligheterna och den senare att entreprenören upptäcker outnyttjade möjligheter.²⁸ Riskhantering är det man främst förknippar Knight med och han menar att "riskbärandet" är en karakteristisk egenskap för entreprenörer.²⁹ Enligt Say är entreprenörens roll att organisera och kombinera olika produktionsmedel för att kunna producera varor, dvs. koordinera. För att koordinera är kontaktnätet viktigt och en tillgång för entreprenören.³⁰ Utan någon som koordinerar, övervakar och fattar beslut kan ingen företagsaktivitet uppstå.³¹ Skapande entreprenörskap innebär att potentialen är oändlig och endast människans kreativitet sätter gränser medan upptäckande entreprenörskap bygger på att uppmärksamma befintliga möjligheter som ännu inte exploaterats och dessa möjligheter är begränsade.³²

²¹ * Övergång: från faktordriven till effektivitetsdriven.

²² ** Övergång: från effektivitetsdriven till innovationsdriven.

²³ Bosma et al. *GEM 2008 Global Report*, 2009

²⁴ Henreksen & Stenkula, 2007

²⁵ Lithander, 2005

²⁶ Lithander, 2005; Henreksen & Stenkula, 2007

²⁷ Landström, 2005.

²⁸ Henreksen & Stenkula, 2007

²⁹ Lithander, 2005

³⁰ Lithander, 2005

³¹ Henreksen & Stenkula, 2007

³² Lithander, 2005



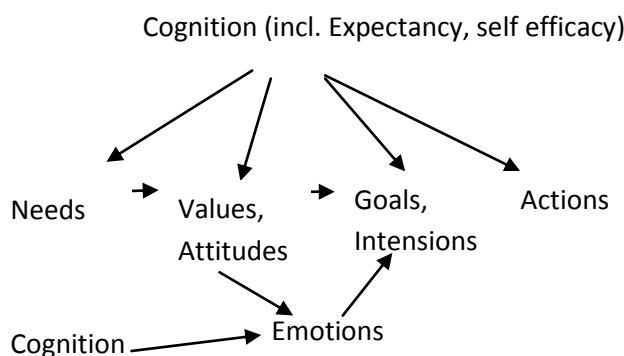
Man kan se entreprenörskap som att erfarenheter har legat vilande för att frigöras när rätt tillfälle visar sig, när omständigheter sammanfaller.³³

PRIME MOVER

Vad är en Prime Mover och vem är det? Enligt Normann (2001) har det varit en övergång till en ny epok där drivkraften är ny teknik, nämligen informationsteknik och i den nya ekonomin handlar det om värdeskapande och de företag som har den förmågan är de som kommer att lyckas bäst. Detta nya paradigm är enligt Normann (2001) ett nytt sätt att se på kunden. Kunden är inte längre en mottagare utan en medproducent och är med och utformar värdeskapande. Han anser att de företag som har den här kompetensen att utforma en ny affärsmiljö utöver sina egna gränser är Prime Movers. Även om värdeskapandets nya modeller främjar skalekonomin har också möjligheterna att hitta nya marknader och nischer ökat. De som drar nytta av dessa möjligheter är Prime Mover, det innovativa företaget. Denna nya värld gynnar entreprenörer att hitta tomma utrymmen att utnyttja, att se bortom lokala geografiska gränser och dra nytta av det globala.³⁴

MOTIVATIONSMODELLEN

Den generella entreprenörmodellen är en överskådlig variant av vad som driver och motiverar entreprenören till handlande. Delmar (1996) har utvecklat en motivationsmodell som är simplificerad.³⁵



Figur 2: Motivationsmodell från Delmar, 1996, s. 24

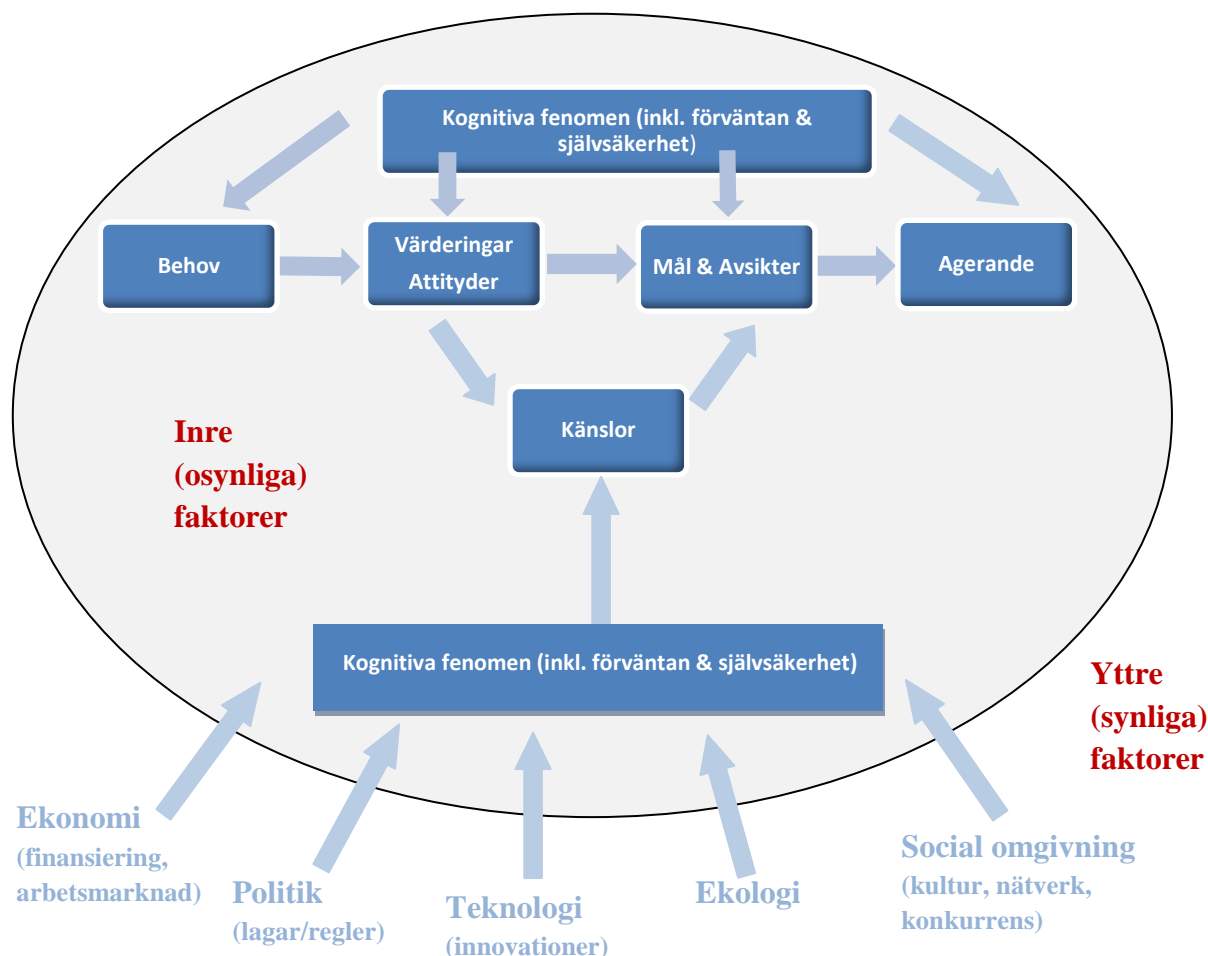
Jag har adopterat Delmars motivationsmodell och kompletterat med både externa och interna faktorer som kan vara drivande faktorer enligt Normann (2001). Modellen har sin utgångspunkt i de fyra motivationsfaktorerna: behov, värderingar, mål och känslor samtidigt som kognitiva fenomen är en faktor vilken genomsyrar alla delar av modellen. Eftersom individer handla fritt men är begränsade av yttre faktorer går det inte att fördjupa sig i entreprenören utan att ta hänsyn till omgivningen och dess struktur. Samtliga motivationsfaktorer påverkar entreprenören eftersom denne är en mänsklig individ.

³³ Normann, 2001

³⁴ Normann, 2001; Ahrne & Papakostas, 2002

³⁵ Delmar, 1996





Figur 3: Modifierad motivationsmodell. Adapterad och redigerad från Delmar, 1996, s. 24

AVGÖRANDE FAKTORER FÖR ATT LYCKAS

Både externa och interna omständigheter påverkar och är avgörande. Externa faktorer som arbetsmarknad, konkurrens och teknologiska utvecklingar. Det som avgör om företaget lyckas eller inte kan bero på målsättning och affärsidén, planering, marknadsföring och förmåga att förändras.³⁶ Vad som menas med att lyckas varierar från fall till fall enligt Stensson (2009). Hon menar att vissa företag startar för att bli försörjnings- eller levebrödsföretag – i detta fall innebär det att företagaren lyckats om denne kan försörja sig på sin inkomst. Andra startar företag med ambitionsnivån att växa snabbt, bli lönsamt och framgångsrikt. I sådana fall menar Stensson (2009) att det kan uppfattas som ett misslyckande då det gäller försörjningen. Enligt Ross & Lashley (2009) lyckas man om företaget är etablerat. I en undersökning gjord av Foley (2003) framkom att vissa entreprenörer lyckades på grund av att de förflyttade sig bort från traditionella kulturella värderingar och normer. Studien visade också att entreprenörer kände skuld om de investerade i företaget och inte delade framgången med familjen eller samhället.³⁷ I intervjuer som gjordes i studien framkom att familjemedlemmar förväntar sig ”fria varor/tjänster” om entreprenören hade lyckats.³⁸ Hård konkurrens, dålig lönsamhet och brist på tid är de vanligaste hinder för tillväxt och utveckling.³⁹

³⁶ Stensson, 2009

³⁷ Foley, 2003

³⁸ Foley, 2003

³⁹ Levin & Westström, 2003



De sociala omgivningsfaktorer som dominerar är stöd från familj och vänner, de inre faktorer som är mer utmärkande är att få utnyttja sin förmåga, bestämma sin egen arbetssituation och förverkliga en idé.⁴⁰ Föreställningar och attityder över vilka potentiella möjligheter en individ har framstår inte alltid positivt. Tanken eller möjligheten att bli egenföretagare eller entreprenör uppmärksammas inte hos alla familjer. De negativa attityder som finns angående entreprenörskap är att det inte är tillräckligt attraktivt att vara entreprenör med de risker och osäkerheter som finns. Företagare som blivit uppmärksammade och positivt inställda har vanligen (inte alltid) en familjemedlem eller nära vän som är egenföretagare.⁴¹ Tidigare forskning visar att attityder som ”samhället bemöter soloföretagare bra” är inte speciellt positiv, det är endast 4 % som instämmer i detta påstående.⁴²

Drivkrafter

Drivkrafter kan vara inre och yttre aspekter. Det finns flera motivationsteorier – Maslows behovspyramid, Herzbergs tvåfaktormodell, Vrooms förväntningsteori och McClelland teori om behov, vilka innefattar inre faktorer som drivkrafter, behov och psykisk energi hos individen. Vissa motiv kan vara mer drivande än andra (Robbins, 2001; Herzberg et al. 1993; Vroom, 1995). Herzbergs teori bygger på hygienfaktorer (lön, arbetsvillkor) och motivationsfaktorer (erkännande, framgångsrik, utvecklingsmöjligheter) vilka ska tas hänsyn till.⁴³ Maslows behovspyramid består av fem olika nivåer vilka måste genomföras steg för steg och det går inte att hoppa mellan de olika nivåerna. Först måste de fysiologiska behoven vara uppnådda för att gå vidare till nästa nivå och till sist uppfylla behov av självförverkligande.⁴⁴

Maslows fem olika nivåer⁴⁵:

1. Fysiologiska behov (mat, kläder, vila, hälsa)
2. Behov av trygghet och säkerhet
3. Behov av tillhörighet (kärlek och social anknytning)
4. Behov av uppskattning
5. Behov av självförverkligande

Enligt Vroom (1995) avgör individens förväntan angående handling och ansträngning och dess konsekvenser om individen kommer att lyckas eller inte. McClelland definierar motivation som resultatet av interaktion mellan en individ och situation och att det finns tre huvudsakliga element som påverkar; intensitet (hur hårt personen försöker), riktning och uthållighet.⁴⁶ Företagarens motivation är i allra högsta grad betydelsefull för företagets utveckling.⁴⁷ Vad är det då som driver entreprenören och vilka är drivkrafterna för entreprenörskap? De entreprenöriella drivkrafterna kan delas in i tre grupper; självrealiseringsmotiven (pull), arbetssökningsmotiven (push) samt omgivningsfaktorer.⁴⁸ Forskning visar att den ekonomiska vinsten är en bland flera drivkrafter men vanligtvis inte

⁴⁰ Lithander & Vinberg, Arbetsrapport R2007:008

⁴¹ Henreksen & Stenkula, 2007

⁴² Lithander & Vinberg, Arbetsrapport R2007:008, ITPS – Institutet för tillväxtpolitiska studier, är den myndighet som för statistik över nyföretagandet. Statistiken produceras årligen i samarbete med SCB.

⁴³ Herzberg et al., 1993

⁴⁴ Robbins, 2001; Maslow, 1987

⁴⁵ Maslow, 1987

⁴⁶ Robbins, 2001

⁴⁷ Levin & Weström, 2003

⁴⁸ Lithander & Vinberg, 2007; Lithander, 2005



den starkaste.⁴⁹ Vinsten är naturligtvis en viktig komponent när det gäller att förstå entreprenörens drivkraft, men det är inte hela bilden. Det kan även gälla vilka chanser det finns att förverkliga en idé eller vision, få erkännande, finansiell framgång, innovation eller självständighet.⁵⁰

Statistik från ITPS visar att skillnaderna i motiv skiljer sig åt mellan män och kvinnor:

Motiv (drivkrafter för entreprenörskap)	1997		2006	
	Kvinna	Man	Kvinna	Man
Arbeta självständigt	29	24	29	30
Förverkliga mina idéer	32	24	35	25
Arbetslöshet eller risk för arbetslöshet	16	18	11	10
Annat skäl	23	34	25	34

Figur 4: Skillnader i motiv. Källa: Nuteks bearbetning av data från ITPS⁵¹. Procent.

Enligt Schumpeter finns tre kategorier av motiv för entreprenörens agerande:

1. Den första är önskan att bygga upp en dynasti, vilket idag kan jämföras med ekonomisk framgång.
2. Den andra är viljan att erövra, strida och bevisa att man lyckas utföra saker som andra människor inte kan. Det primära är att vinna för sakens egen skull och det pekuniära utfallet är sekundärt.
3. Den tredje är själva skaparglädjen, tillfredsställelsen att få saker utförda samt att få utlopp för sin egen energi.

Endast det första motivet kan kopplas samman med egen förmögenhet. I de två andra är det en funktion av lyckosamma gärningar snarare än något verkligt egenvärde.⁵²

Anpassningen av människans behov till omvärlden är ett viktigt inslag i motivationsteorin. Motivationsfaktorer som ansvarstagande, karriärmöjligheter, utvecklingsmöjligheter och erkännande är beroende av vilka önskemål vi som individer har och hur vår vilja/önskan påverkar oss. Enligt Normann (2001) kan drivkrafter hämtas från yttervärlden, uppstå mellan individer, hos en individ eller i konflikter. Oavsett drivkraftens upphov måste den omvandlas hävdar han. Attityden positiv framtidstro⁵³ kan vara en drivande kraft.

Finansiering

Finansieringen är en viktig del innan företagsstarten. Hur man finansierar sin verksamhet kan ha betydelse för fortsatt utveckling. Om entreprenören saknar resurser så menar Schumpeter att entreprenören själv får vända sig till en bank och ta lån, denna möjlighet till extern finansiering är betydelsefull.⁵⁴ Att ta ett banklån kan påverka hela planeringsprocessen och företagsstarten för företagaren. Lithander (2005) menar att om det finns

⁴⁹ <http://www.tillvaxtanalys.se>

⁵⁰ Henrekson, 1999; Carter et al., 2003

⁵¹ <http://www.tillvaxtverket.se>

⁵² Schumpeter, 1996

⁵³ Lithander & Vinberg, Arbetsrapport R2007:008

⁵⁴ Lithander, 2005



finansieringssvårigheter så kan finansieringen lösas genom eget kapital. För ytterligare information om finansiering se Tillväxtverkets och Almis hemsida.⁵⁵

Hinder

Ett stort hinder för entreprenöriella individer kan vara byråkrati vilket till och med kan stoppa planeringen och starten av företaget. Tidigare forskning då det gäller hinder har visat att hård konkurrens, dålig lönsamhet, svag efterfrågan och myndighetsregler är exempel på hinder för tillväxt (Levin, H & Weström, 2003). Andra hinder kan vara att inte få stöd från familj och omgivning, finansiella risker, behov av ekonomisk trygghet, institutionella motståndskrafter (kan vara lagar, kultur, religion, vad som är acceptabelt inom kontexten etc.) samt för liten tro på sin förmåga (Burns, 2001; Fogel et al., 2006; Sørensen, 2007). Negativa attityder kan generera ett avgörande hinder för nyskapande.

Nätverk och gränslöst arbete

Det nya arbetslivet håller på att förändras och de sociala kunskapskraven ökar vilket innebär större krav på social kompetens, sociala nätverk och socialt kapital. I stället för en kollektiv nytthet och en gemenskap blir arbetet mer ett personligt utvecklings- eller överlevnadsprojekt och detta ställer högre krav på företaget och individen.⁵⁶ Normann (2001) hävdar att värdeskapandets styrmekanismer idag är horisontella, gränslösa och uppbyggt kring nätverk. De som kan omtolka och har en vision om ett nätverk samt en förmåga att sammanföra aktörer är Prime Movers som skapar ett nytt och verksamt värdeskapande system.⁵⁷ Han hävdar att små aktörer också kan angripa och erövra delar och att man inte behöver vara först som exempelvis Microsoft, Coca Cola, Disney eller något annat större företag. Ingen går säker, vem som helst kan bli en Prime Mover menar han och dessa kan komma att påverka andra aktörers handlingar och samspel inom systemet. En Prime Mover skapar en social verklighet genom sociala relationer och frambringar *en värld* för samexistens och samproduktion.⁵⁸ Samproduktion innebär att man väcker och frigör vilande och underutnyttjade resurser och effektivare sammanför kompetens i tid och rum genom att koppla ihop aktörer i nya konstellationer. Samproduktionens dimensioner är kunddeltagande, kundens medverkan i produktionen och värdekonstellationer. Normann (2001) ser företag som organismer som anpassar sig till omgivningen, bidrar till den och bildar ett värdeskapande ekosystem. För att överleva är det nödvändigt att ”passa in”. Förändringar i världen kräver förändringar i affärlivet. Företag använder ”erbjudandet” som en metod för samproduktion och detta blir mer och mer framträdande i dagens erbjudanden. Vi kan se tre trender hur erbjudanden kan utvecklas, ”tjänstefiering”, ”e-ifiering” och ”upplevelsefiering”.⁵⁹ Språk i sociala system utvecklas ur samspelet mellan individer och deras försök att handskas med omgivningen. Begrepp och tankesystem integreras i symboler, religioner eller marknadsekonomin. Dessa fenomen är socialt konstruerade enligt Normann (2001).

Språket uppfanns inte av någon för att införliva en yttre värld. Därför kan det heller inte användas som redskap för att uppenbara denna värld. I stället är det genom språkning som handlingen att veta, i språkets samordnade beteenden, frambringar en värld.

Maturana & Varela, 1987, s. 234

⁵⁵ Se <http://www.tillvaxtverket.se>; <http://www.almi.se> för mer information.

⁵⁶ Allvin et al., 2006

⁵⁷ Normann, 2001

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Tjänstefiering innebär att man lägger tonvikt på inflödet till kundens värdeskapande process. E-ifiering är en parallell till e-handel och e-företag. Upplevelsefiering är utformat för att passa in i kundens mentala och symboliska process och strävan efter mening och ändamål. Normann, 2001.



Det är den process som kallas kognitionsprocessen och gör det möjligt att utveckla sin egen struktur, relation till yttervärlden samt strukturen hos yttervärlden, med andra ord ”autopoiesis”, självskapande.⁶⁰ Enligt tidigare forskning är det formella nätverk som dominerar medan samverkan med andra företag och informella nätverk är inte så rådande.⁶¹ Det gränslösa arbetet innebär ett friare arbete – arbetet kan utföras vid alla möjliga tidpunkter och på alla möjliga platser, gränserna suddas ut.⁶²

Karaktäristiska egenskaper

Vilka är entreprenörens utmärkande egenskaper? Nationalencyklopedins definition på begreppet ”entreprenör” är en företagsam person som skapar nytt användarvärde. En entreprenör kan agera inom affärsvärlden med att skapa nya varor och/eller tjänster”.⁶³

En sådan person skapar nya ideella verksamheter som inte primärt styrs av marknadsregler eller offentliga krav.⁶⁴ Enligt Landström (2005) har de flesta företagare föräldrar som är eller har varit entreprenörer. Dessutom säger han att det är fler män än kvinnor som startar företag och att utbildning samt erfarenhet från tidigare företagande främjar villigheten att starta företag.⁶⁵ Att beskriva entreprenörens kännetecken är intressant för forskare och ekonomer, men också även för politiker och företagsledare. Johannisson (1992) menar att ”Entreprenören är den problemlösare som alla söker”. Innebörderna är delade hos forskarna om vad en entreprenör egentligen är. En definition är att se entreprenören som ”någon som företar sig någonting – den drivande kraften bakom varje ny affär”, entreprenören är den som förverkligar en idé så att den frambringar intäkter. (Henriksen, 2007. Lithander, 2005.) Entreprenören är en risktagare, innovatör och opportunist som behöver frihet och det är drivkraften och visionen som är det viktigaste hos entreprenören för att företaget ska utvecklas.⁶⁶ Ett kännetecken av entreprenörskap är att det associeras med en nivå av osäkerhet; risken för misslyckande är högre om kunskapen i den aktuella branschen är mindre.⁶⁷ Casson (1982) betraktar entreprenörens handlande genom metaforen ”vadslagning”. Han menar entreprenören på grund av vissa ovanliga egenskaper har en förmåga att bättre bedöma marknaden än andra. Entreprenörens skicklighet att tolka och kombinera information blir avgörande och därigenom kan möjligheter identifieras för en bättre koordinering av befintliga resurser.⁶⁸ I praktiken kan entreprenörskap ta sig i uttryck bortom den etablerade teorin, entreprenörskap är kollektiva handlingar, utförda av aktörer i nätverk.⁶⁹ Varje entreprenöriell handling blir inte framgångsrikt, men det kan vara en inlärningsprocess och i denna mening kan ett misslyckande bli lika viktigt som ett lyckande. Utfallet av processen kan vara ett nytt företagskoncept, vilket leder till ökad variation och mångfald.⁷⁰

KORT SAMMANFATTNING AV TEORIN

Vad utmärker en entreprenör? Det finns många definitioner på vad och vem en entreprenör är. Individens egenskaper, fria val, skaparglädje samt förmåga att upptäcka nya affärsmöjligheter kan vara utmärkande drag för entreprenören. Andra begrepp som Prime Mover, innovatör,

⁶⁰ Normann, 2001

⁶¹ Lithander & Vinberg, Arbetsrapport R2007:008

⁶² Allvin et al., 2006

⁶³ <http://www.ne.se>

⁶⁴ Stensson, 2009

⁶⁵ Landström, 2005

⁶⁶ Johannisson, 1992

⁶⁷ Spilling, 2006

⁶⁸ Casson, 1982

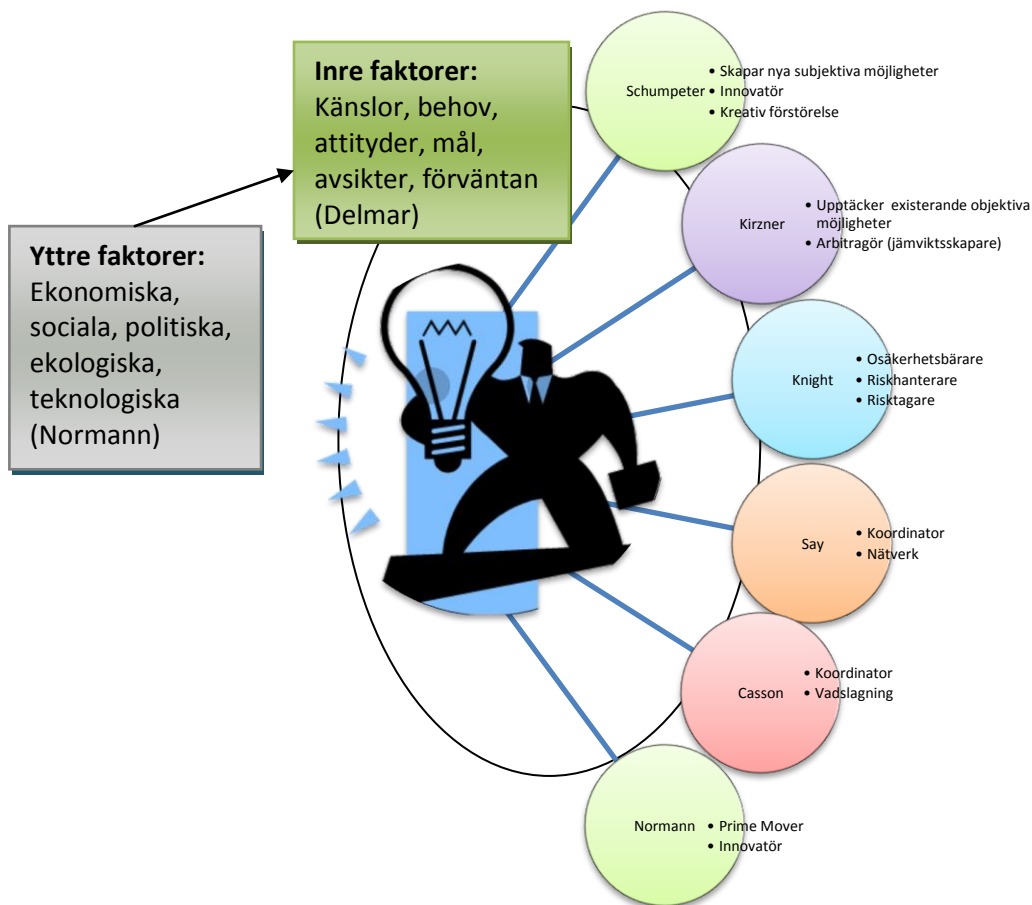
⁶⁹ Lindgren & Packendorff, 2007

⁷⁰ Spilling, 2006



risktagare och opportunist förekommer också. Individens är en mix av alla dessa kännetecken och påverkas och influeras av både yttre och inre faktorer, varav vissa kan var mer eller mindre drivande. Motivationen – resultatet av interaktion mellan en individ och situation och de inre och yttre faktorer som påverkar och influerar⁷¹ eller att man kan se entreprenörskap som att erfarenheter har legat vilande för att frigöras när rätt tillfälle visar sig, när omständigheter sammanfaller.⁷² Som Normann (2001) åsyftade att människan är ”autopoiises”, det vill säga självskapande.

Här nedan är en sammanfattande modell av teorin med de centralaste författarna och begrepp som kan förknippas med företagande eller entreprenörskap.



Figur 5: Entreprenören. Egen modell

⁷¹ Denna definition är en mix av Vroom, Delmar, McClelland, Schumpeter och Normann.

⁷² Normann, 2001



EMPIRI

Här i empirin finns en kort presentation av företagarna och sedan vilka faktorer som påverkar och avgör om man lyckas som företagare. Vilka drivkrafter/motiv som ligger bakom. Hur de har finansierat verksamheten samt tillgången till nätverk och gränslöst arbete. Jag kommer att avsluta med vilka personliga egenskaper som är viktiga.

PRESENTATION AV FÖRETAGARE 1

Annika 42 år startade en verksamhet inom turism och transport i Gambia⁷³ februari 2011. Företaget erbjuder safariupplevelser (med guide) till turister under högsäsong och hyr ut bilarna till forskare under lågsäsong. Företaget innehåller tillsammans med en man i Gambia och man har 3-4 anställda. Annika har fler sysselsättningar vid sidan om denna verksamhet.

... Nedan presenteras vad respondenten sade om...

Bakgrund

(Erfarenhet/Utbildning? Familj?)

Annikas föräldrar har varit företagare så hon är uppvuxen med det och själv har inte velat något annat än att vara egen. Hon har haft eget sedan hon var 22 år och 16 års erfarenhet från transportbranschen i Sverige. Annika är utbildad elektriker och hade ekonomikunskaper sedan tidigare. När jag frågade om hon tycker det är viktigt att ha erfarenhet innan man vill starta eget svarade hon:

"... Det beror på vad man ska starta, vilken bransch man väljer. Handlar om att våga, att satsa..."

Drivkrafter

(Varför startar man företag? Motivation? Drivkrafter? Mål/Vision? Intresse/behov? Pengar/Annat?)

"... Det var slumpen som avgjorde inget annat... Var på semester med min sambo och vi satt över en middag och det bara kom. Spontant. Ingen dröm eller så. Det bara hände..."

"... Motivation är positiv drivkraft... vid svåra prestationer är motivationen en förutsättning för ett lyckat resultat."

"... Drivkraften att starta eget var friheten för mig... Kan vara så för andra också. Inga rutiner – jag vill inte ha en chef som bestämmer över mig. Pengar är också drivkraften naturligtvis."

"... Mål är viktigast för motivationen, mål för mig är en strävan efter att fullfölja en idé... hur jag når mina mål? ... jobbar och sliter, haha..."

Hon anser att det är viktigare att utveckla idéer än att leda människor.

⁷³ Se appendix 3 – karta var Gambia ligger samt kort information om landet.



Finansiering

(Banklån/sparat kapital/bidrag? Kostnader? Regler/krav?)

”... Jag hade sparat kapital och dagen efter att idé bara dök upp spontant gick vi till banken. Ingen byråkrati där... det är bara att starta en verksamhet, det går på en dag, finns inga speciella regler eller krav som måste följas... Inte lika krångligt som i Sverige.”

”... Jag har lagt ut totalt 55 000 kr, på bilar – Land Rover och byggt om dem så de passar för landet (vägarna är dåliga här)... det var absolut inte så dyrt som jag hade förväntat mig. Kostnader idag är löner för de anställda (350 kr/månad). Vi har även en hemsida och annonser på olika reseforum...”

Hinder och möjligheter

(Osäkerhet och hinder? Möjligheter? Kulturskillnader? Fördelar resp. nackdelar med verksamheten?)

Det förekom inga direkta hinder. Dock anser Annika att banken var knepig. De ville inte prata med henne som kvinna utan gick via hennes manliga kollega. I Gambia är det inte vanligt att kvinnor startar företag. Först ville de att hon skulle ingå i äktenskap med den manliga kompanjonen och ha hennes pappas underskrift, men med lite övertalning var det inga problem. Det finns fördomar om kvinnliga entreprenörer i Afrika.

”... Man måste stå på sig och våga säga ifrån... som kvinna kan det vara svårt att bli hörd, de tar mig inte på allvar. Jag blir kallad för boss lady. Du går inte ut själv, man får hyra vakt om man är ensam kvinna annars funkar det inte.”

”... Det som kan hota min verksamhet är inbördeskrig, färre turister – jag ser inte konkurrens som ett hot, nu finns det för lite transportmedel mot vad efterfrågan är...”

”... Hinder kan vara kulturskillnader... men det är fördel då nästan alla pratar engelska.”

”Fördelar – inte så byråkratiskt styrt, skatt betalas vid årets slut, inte krånglig, inte reglerat med lagar som i Sverige, det är lättare här. Nackdelar är oroligheter, inte som trygga Sverige.”

Nätverk och gränslöst arbete

(Kontaktnät? Omgivning? Förtroende? Arbete över gränserna? Kommunikation?)

Den sociala omgivningen kan påverka individens motivation på olika sätt beroende på vilken typ av respons som omgivningen ger. Själva anser Annika att hon fått positiv respons på sina planer att starta eget företag. Hon säger att omgivningens roll för motivationen kan dämpa entusiasmen om den är negativt inställd, men har man bara viljan så spelar stödet mindre roll. Innan företagsstarten hade hon inte så stort kontaktnät, men idag är det större och hon skapar nya kontakter inför framtiden genom att prata mycket och chatta på sociala forum. Hon finner att kontaktnätet är viktigt.

”... utan min kollega i Gambia skulle jag aldrig ha startat verksamheten...”



Att arbeta i en annan kultur kan skilja sig från Sverige.

”... Nja... utmaningar är spännande, man vet aldrig vad som väntar en...”

”Att arbeta över de globala gränserna är lättare... inte som hemma i Sverige... Min kompanjons pappa är polischef i Gambia vilket underlättade en hel del... det är lättare där än i Sverige, här hemma är det mer reglerat och det krävs speciellt yrkesgodkännande.”

”... allt är tvärtom i Gambia – det gäller att ha tålmod... de har inte ström så ofta och mail funktionen bryts hela tiden, det är svårt att skicka filer, inte modernt, man får faxa istället...”

”... svårt att utveckla förtroende... svårt att lita på dem, man får dubbelkolla, ”vi gör det imorgon säger de”... man är med och kollar.”

”... Fördomar mot kvinnor förekommer, men det har ännu inte inträffat några konflikter ännu, mina anställda är lojala... jag har hyrt bostad till dem... och är det något räcker det att jag ställer mig upp så lyssnar dem – jag är ju ganska lång för att vara kvinna...”

Karaktäristiska egenskaper

(Styrkor? Värderingar och attityder, förväntningar? Livsstil? Känslor? Styrning av företaget?)

När Annika startade hade hon inga egentliga förväntningar, det fick bli vad det blir tänkte hon. Vid frågan vilka hennes styrkor och egenskaper är och vad som gör henne till en bra företagare blev svaret:

”... Vet inte mina starka sidor. Jag är orädd. Ger mig in även om jag inte vet så mycket. Jag vet inte vad som är en bra egenskap... Inte tveka bara köra, vara beredd att satsa, man måste vara en gambler.”

Hon värdesätter familjen, friheten och att få arbeta när hon vill. Annika vill personligen inte vara anställd utan själv bestämma hur mycket hon vill arbeta. Hon har inte ångrat att hon startade företaget då hon anser att det sköter sig självt och kräver inte så mycket tid, för hennes del handlar det om ett par timmar i veckan, att leta nya bilar och kolla mail och dessutom har hon mycket annat på gång. Hon anser att vem som helst inte kan vara en företagare utan menar att det är en livsstil och förunnat ett få antal samt att det är något som absolut kan gå i arv.

Framgång

(Lyckas/misslyckas? Avgörande faktorer? Vem avgör?)

Vilka faktorer som är viktiga för att lyckas är enligt Annika en mix av egenskaper, pengar och vilja, framförallt viljan och pengar. Hon tror att hon i framtiden kommer att starta fler verksamheter, men har ingen aning om inom vad – hon är öppen för roliga idéer om tillfället dyker upp. Hon ser ljust på framtiden och förhoppningen är att jobba mer med denna verksamhet. För tillfället ska hon utöka med en vägrestaurang (skapa nya jobb) och fortsätta med detta så länge det inte kostar något extra och investera de pengar som kommer in. Frågan vad som avgör om man lyckas och vem som avgör besvarades så här:

”... Jobbar man 70 timmar i veckan har man inte lyckats – om det går runt har man lyckats. Det är du själv som avgör, du styr din egen arbetsinsats och vad man är beredd att göra.”



Företagare på (o)känd mark

”Misslyckanden är en förutsättning för att lyckas att ta sig igenom – samtidigt som man inte uppnår sina mål.”

Har du lyckats? Varför?

”Ja, jag är etablerad och pengar som kommer in återinvesteras.”



PRESENTATION AV FÖRETAGARE 2

Martin 37 år startade företag tillsammans med en kollega 2001. Den verksamhet de bedriver sysslar med informationsfilm. Man har inga anställda utan projektanställer vid större produktioner eller köper in tjänster vid behov.

... Nedan presenteras vad respondenten sade om...

Bakgrund

(Erfarenhet/Utbildning? Familj?)

Martins mamma bedrev en ”halvskum verksamhet” som hon inte hade en inblick i och detta har inte givit honom någon som helst insyn i företagsvärlden. Han är utbildad TV fotograf och redigerare. Han har stort filmiskt intresse och kunskap. Tidigare erfarenheter är jobb inom videobranschen och egna independent produktioner. När jag frågade om han tycker det är viktigt att ha erfarenhet innan man vill starta eget svarade han:

”Ja, jag hade starta-egget-utbildning sedan tidigare och utbildningen har format mig så jag vet vad som gäller inom branschen. Det är A och O, har du inte någon form av erfarenhet eller stöd från familj så kan det fallera ... som företagare är det meningen att man ska veta regler och avtal...”

Han menar att stöd från familjen är avgörande, men inte omöjligt.

”Jag lever för min familj och har jag inte deras stöd, så ser jag ingen anledning som gör att jag ska riskera familjens trygghet.”

Drivkrafter

(Varför startar man företag? Motivation? Drivkrafter? Mål/Vision? Intresse/behov? Pengar/Annat?)

”Mycket var att jag ville utvecklas och starta mina egna projekt inom filmbranschen... Jag var förkovrad inom manusförfattande och ville starta egen verksamhet med mina egna villkor.”

”Motivation för mig är att kunna orka mer oavsett om man ger eller tar emot för att få starkare psyke att klara av hinder som man ställs inför. Motivationen är viktig hela tiden. Du lever ständigt i en motivering gentemot hur du vill leva.”

Då jag ställde frågan vad som är viktigast för motivationen; behov, värderingar eller mål blev svaret:

” ... de tre begreppen ligger ganska lika, men i slutändan är det målet, men alla tre behövs.”

Martin anser att mål är en bekräftelse på resultat och att inre vilja och personliga mål är metoder för att uppnå mål. Han anser även att det är viktigare att utveckla idéer än att leda människor.

” ... drivkraften är att få jobba med det jag är bra på... det var det som var mina erfarenheter. Likväl som att jag sysslade med det åt andra så kunde jag försörja mig på det.”



Företagare på (o)känd mark

”Jag och min goda vän pratade ihop oss och bollade idéer fram och tillbaka, sedan försökte vi kombinera våra erfarenheter till en vettig affärsidé. För mig var det viktigt att det var seriöst. Företagsnamn och logotyp fanns sedan många år tillbaka – om jag någon gång i livet skulle starta ett företag så skulle detta användas med eventuella finslipningar.”

Finansiering

(Banklån/sparat kapital/bidrag? Kostnader? Regler/krav?)

”Tog inga lån... jag hade sparat kapital och även starta eget bidrag det första året.”

”... det tog cirka ett halvår att starta upp... bankkontakt, leta lokal osv.”

”Kostnader... ja, det var lokalkostnader i ett företagscenter i Mölndal, sedan utgifter för inredning av kontor, marknadsföring och diverse inköp... men vi höll oss ganska bra inom budgeten.”

” ... rent fackmässigt är det en massa regler som ska följas för att fullfölja en produktion... filmning i sig har mycket regler för att det ska se bra ut. Det handlar om kunskap i bildseende.”

Hinder och möjligheter

(Osäkerhet och hinder? Möjligheter? Kulturskillnader? Fördelar resp. nackdelar med verksamheten?)

”Osäkerhet som kan hota min verksamhet är i framtiden är konkurrens, stöld och oss själva.”

”Ja, vi hade hinder direkt – hinder som vi inte förutsåg. Banken krånglade, företagscentret krånglade...”

” ... det var motgång från första början... inget stöd från de närmaste..., min kollega och jag var arbetslösa, men vi lyckades få starta eget bidrag vilket underlättade.”

”Fördelar med att jobba som egen med en lyckad verksamhet är att man kan få utlopp för egna värderingar och kunskaper... utvecklas... förmedla... Nackdelar är att branschen är ylig, allt handlar om utseende, glamour och hög status. Jag vill inte arbeta med de tre begreppen som ett motto. Det är det som gör oss unika, men samtidigt vårt största hinder.”

Nätverk och gränslöst arbete

(Kontaktnät? Omgivning? Förtroende? Arbete över gränserna? Kommunikation?)

Omgivningens påverkan på individens motivation kan ha betydelse beroende på vilken respons som omgivningen ger. Negativ respons har ändå en viss betydelse. Hans föräldrars negativa påverkan har spelat en viss roll. Martin hade en del kontakter från där han jobbat innan med olika projekt – han trodde att det skulle hjälpa honom en bit på vägen. Dessutom hade han inte familjens stöd vilket försvårade en del. Han menar att den närmaste omgivningens roll har stor betydelse, delvis vill man agera utifrån egna värderingar, men man tar omedvetet emot yttre respons och speciellt om ens egna föräldrar är emot företaget.



” ... just nu är mitt kontaktnät ganska litet... men ändå tillräckligt för att dra igång en stor produktion om det så krävs, men kontakten i sig genererar inga kunder idag... jag försöker marknadsföra mig med nya människor som jag ser som potentiella kunder vid nya möten.”

” ... har inte haft globala uppdrag ännu, men vid ett tillfälle arbetade jag med en kund som jag bara hade kontakt med via telefon och mail. Ironiskt nog var det en av mina bästa affärer någonsin, då vi båda förstod varandra till hundra procent trots att vi inte hade träffats.”

” ... om man är seriös och gör det man säger... det vinner mitt förtroende om en leverantör gör det de säger... jag försöker göra det gentemot mina kunder.”

” ... får jag en kund är jag angelägen att greppa tag i denne, men jag är inte påflugen, jag låter kunden besluta. Jag vill ha en ömsesidig relation mellan mig och min kund.”

” ... kommunikationen... egentligen finns inga hinder där... det är snarare att man ser möjligheter i kommunikationen.”

Då jag frågade Martin hur det är att jobba inom denna bransch svarade han:

”Svinig. Ytlig. Tuff. Allt handlar om pengar och ökad vinst och det är inte därför jag har startat detta företag. Jag ser inte mitt företag som ett framtida globalt imperium där jag kontrollerar alla. Grundtanken är att jag ska kunna livnära mig på som jag är bra på. Kan jag ta ut en bra lön så räcker det för mig... en normal vinst så är jag tacksam.”

” ... marginella oenigheter har säkert förekommit, men inget jag kan komma på just nu. Samtidigt är det ju viktigt med konflikter för att företaget ska utvecklas. Vi resonerar likadant då det gäller oenigheter... därför finns det inte ens något kompanjonsavtal. Skulle en större tvist inträffa läggs företaget ner och vinst/skuld delas lika, 50/50.”

Karaktäristiska egenskaper

(Styrkor? Värderingar och attityder, förväntningar? Livsstil? Känslor? Styning av företaget?)

Enligt Martin anser han inte att företaget är etablerat på grund av att de inte hade tillräckligt med erfarenhet av att driva eget företag i Göteborg. Han säger att de var för breda i sin verksamhet och skulle ha specialiserat sig från första början. Bitvis har han ångrat sig att han startade företaget eftersom det inte gick som planerat då det fanns motgångar i början och som de fortfarande tampas med, men han menar att detta har gett honom personlig erfarenhet som han inte alls vill ha ogjort. Martin säger att det var mycket sämre än han hade förväntat sig att starta eget.

” ... dock hade jag andra värderingar då jag startade. Ju äldre man blir värderar man tryggheten, när jag startade fanns inte trygghet i min värld. Det har jag alltid tagit som en självklarhet.”

”Jag är egentligen inte en bra företagare då jag inte lyckats. Dock är jag envis och kommer att lyckas någon gång i framtiden.”

”Starka sidor är mitt originella tänk som väger ganska tungt, och så har jag även ett sätt att hantera kameror som är ganska unikt.”



Han tror inte vem som helst kan bli företagare och menar att det är en livsstil som man växer upp i och som man anammar dels att entreprenörskap kan gå i arv. Enligt honom sitter allt i huvudet.

”Teoretiskt kan alla bli företagare och alla kan bli höjdhoppare, men så vet vi att det inte är i verkligheten.”

Framgång

(Lyckas/misslyckas? Avgörande faktorer? Vem avgör?)

Frågan vad som avgör om man lyckas besvarades så här:

”I samhället är det väl ett lyckat företag om du kan försörja dig på det. Många mindre företag är nöjda med det medan andra hela tiden vill ha en ökad verksamhet... det beror på var man sätter ribban.”

” ... jag har inte lyckats med det. Jag har en anställning vid sidan om och drar in min månadslön vilket har gjort att företagandet har blivit en hobby vid sidan om, det är inte så jag vill ha det, men det andra jobbet ger mig trygg ekonomi och jag trivs ganska bra ändå. Att vara egen företagare innebär att söka nya kunder och försöka sälja”

”Ett misslyckande kan vara svårt att ta, men det är utvecklande i ens liv. Jag vill inte vara utan de misslyckanden jag haft hittills.”

”Att misslyckas är en tidsförskjutning framåt eller att jag får börja tänka på ett annat sätt för att lyckas.”

” ... just nu är företaget i princip vilande, för jag har tappat motiveringen till att driva det och vill inte göra något med företaget innan jag kan marknadsföra mig på rätt sätt, jag vill inte misslyckas en gång till.”

De faktorer Martin anser är viktiga och avgörande för att lyckas är kontakter, pengar och stöd från de närmaste, annars är det dödsdömt menar han. Han säger även att det inte är omöjligt att han startar fler verksamheter i framtiden om han har en stabilare grund. Om möjlighet ges skulle han kunna starta ny verksamhet på kort varsel, men då helst inom den bransch han har kunskap inom och det han är bra på.

”Jag måste se det långsiktigt just nu. Jag har min ekonomiska trygghet som anställd och det är upp till mig att få ett fungerande och lyckat företag, men jag ser det som ganska långt borta ännu. När jag väl tar klivet ut i företagsvärlden vill jag göra det med tillräckligt mycket kött på benen för att lyckas å det grövsta... Se mig som en katt på jakt, lurpassande.”



ANALYS

I analysen använder jag den teoretiska referensramen för att analysera det empiriska materialet. Jag jämför empirin med den teori som tidigare har presenterats i uppsatsen samt tydliggör likheter och skillnader mellan de teoretiska beskrivningarna och entreprenörernas verklighet. Tolkningar härifrån kommer sedan att ligga till grund för slutsatserna.

Socialkonstruktionism handlar om pluralism inom entreprenörskapsforskningen, att erkänna olika meningar om vad entreprenörskap handlar om, att nå kunskap kring processer av mänskliga interaktioner samt att lyfta fram komplexitet.⁷⁴ Enligt Normann (2001) kan den kontextuella miljön vara drivande krafter medan den transaktionella miljön influerar. Global Entrepreneurship Monitor fokuserar på den roll som individer har i den entreprenöriella processen och man undersöker entreprenörens strävanden, attityder och aktivitet vilket jag finner intressant då jag baserar min uppsats utifrån individen. Delmars generella entreprenörsmodellen är en överskådlig variant av vad som driver och motiverar entreprenören till handlande. Jag utgår i min analys från Delmars motivationsmodell som jag kompletterat med externa och interna faktorer (figur 3, sid. 20) vilka kan vara drivande faktorer enligt Normann (2001). Modellen har sin utgångspunkt i de fyra motivationsfaktorerna: behov, värderingar, mål och känslor samtidigt som kognitiva fenomen är en faktor vilken genomsyrar alla delar av modellen. Individer handlar fritt men är begränsade och samtliga motivationsfaktorer påverkar entreprenören eftersom denne är en mänsklig individ.

FÖDS MAN TILL ENTREPRENÖR?

Vad utmärker en entreprenör? Det finns många definitioner på vad och vem en entreprenör är. En homogen synpunkt gäller att båda finner det vara en livsstil att vara entreprenör och att inte vem som helst kan bli det. Båda tror även att det kan gå i arv. Föreställningar och attityder över vilka potentiella möjligheter en individ har framstår inte alltid positivt. Tanken eller möjligheten att bli egenföretagare eller entreprenör uppmärksammas inte hos alla familjer. De negativa attityder som finns angående entreprenörskap är att det inte är tillräckligt attraktivt att vara entreprenör med de risker och osäkerheter som finns. Företagare som blivit uppmärksammade och positivt inställda har vanligen (inte alltid) en familjemedlem eller nära vän som är egenföretagare.⁷⁵ Enligt Landström (2005) har de flesta företagare föräldrar som är eller har varit entreprenörer. Dessutom säger han att det är fler män än kvinnor som startar företag och att utbildning samt erfarenhet från tidigare företagande främjar villigheten att starta företag, vilket även överensstämmer med Martins svar då det gäller erfarenhet. Kolvereid (2005) hävdar däremot att förklaringar som familjebakgrund, kön och andra demografiska förklaringar inte har någon inverkan. Annika har haft eget sedan hon var 22 år och Martin har varit egen företagare i över 10 år. Martin menar att den närmaste omgivningens roll har stor betydelse, och att man omedvetet tar emot yttre respons och speciellt om ens egna föräldrar är emot företaget. De sociala omgivningsfaktorer som dominerar är stöd från familj och vänner, (Lithander & Vinberg, 2007) vilket överensstämmer med empirin, Annika fick stöd från familjen. Martins behov av trygghet kan tolkas som Kolvereid (2005) hävdar att det är attraktivare att vara anställd.

⁷⁴ Lindgren & Packendorff 2007.

⁷⁵ Henreksen & Stenkula, 2007.



Tidigare studier visar att egenföretagare med låg utbildning som tjänar lite skulle föredra att vara anställda (Kolvereid, 2005). Men detta stämmer inte överens med min studie då Annika som inte har en högre utbildning föredrar att vara egenföretagare framför att vara anställd. Annika vet inte vad en bra egenskap är och sina starka sidor, hon menar att hon är orädd och ger sig in även om hon inte vet så mycket. Hon menar att man inte ska tveka utan bara köra på och vara beredd att satsa och riskera, vilket även finnes stöd hos Johannisson (1992). Martins menar att hans egenskaper är envishet och tro att han kommer att lyckas i framtiden samt att hans kunskap och originella tänk och hantering av kameror vilka är starka sidor. Ett kännetecken av entreprenörskap är att det associeras med en nivå av osäkerhet; risken för misslyckande är högre om kunskapen i den aktuella branschen är mindre.⁷⁶ Man kan se entreprenörskap som att erfarenheter har legat vilande för att frigöras när rätt tillfälle visar sig, när omständigheter sammanfaller.⁷⁷ I båda fallen tog man chansen då tillfället dök upp, i Annikas fall blev det snabbt medan i Martins fall handlade det om uthållighet att få starta någon dag när möjligheten gavs. Det blir vad man gör det till som Annika sade. Som Normann (2001) åsyftade att människan är ”autopoises”, det vill säga självskapande. Studien visar att båda är nöjda med sin livssituation och att man är beredd att starta nya verksamheter om tillfälle dyker upp.

DRIVKRAFTERNA

Vad är det då som driver entreprenören och vilka är drivkrafterna för entreprenörskap? Både Annikas och Martins föräldrar har varit företagare så de är uppvuxna med det och själv har Annika inte velat något annat än att vara egen. Annika säger att i hennes fall var det slumpen som avgjorde, det var ingen dröm utan bara hände och att drivkraften var friheten och pengar som avgjorde medan Martin säger att ... ”Mycket var att jag ville utvecklas och starta mina egna projekt inom filmbranschen... Jag var förkovrad inom manusförfattande och ville starta egen verksamhet med mina egna villkor... drivkraften är att få jobba med det jag är bra på...” Detta överensstämmer med Herzberg et al. (1993) då det gäller utvecklingsmöjligheter. Några vanliga förklaringar till att vilja bli egen var: för att kunna utnyttja ekonomiska möjligheter, frihet och självförverkligande.⁷⁸ I Annikas fall handlar det om friheten att få bestämma själv över hur mycket hon vill arbeta och att inte ha en chef som bestämmer över henne. Drivkrafter kan vara inre och yttre aspekter. Det finns flera motivationsteorier – Maslows behovspyramid, Herzbergs tvåfaktormodell, Vrooms förväntningsteori och McClelland teori om behov, vilka innefattar inre faktorer som drivkrafter, behov och psykisk energi hos individen. Vissa motiv kan vara mer drivande än andra (Robbins, 2001; Vroom, 1995; Herzberg et al. 1993). Det faktiska utfallet, om en person verkligen startar företag, påverkas av intentionen men också av benägenheten att handla. (Kolvereid, 2005) Martin tycker att det är viktigt att ha erfarenhet innan man startar företag och Annika anser att det beror på vad man ska starta, hon menar att man måste vara en gambler och våga satsa och Casson (1982) betraktar entreprenörens handlande genom metaforen ”vadslagning” medan Johannisson (1992) hävdar att risktagande är associerat med entreprenörskap. Statistik visar att det finns skillnad i motiv mellan män och kvinnor. Jag kan inte enligt denna studie varken bevisa eller motsäga detta. Jag finner stöd hos Schumpeter (1996) som menar att det finns tre kategorier av motiv för entreprenörens agerande; ekonomisk framgång, utföra saker som andra inte kan eller utföra saker samt få utlopp för sin energi. Martin ville förverkliga en dröm/vision, han var arbetssökande vilket stödjer Lithander & Vinberg (2007) och Lithander (2005) påståenden att drivkrafterna är självrealiseringsmotiv, arbetssökningsmotiv och omgivningsfaktorer. Chanser att förverkliga en idé eller vision, få erkännande, finansiell

⁷⁶ Spilling, 2006.

⁷⁷ Normann, 2001.

⁷⁸ Kolvereid, 2005



framgång, innovation eller självständighet.⁷⁹ Forskning visar att den ekonomiska vinsten är en bland flera drivkrafter men vanligtvis inte den starkaste.⁸⁰ Detta stämmer till viss del överens med respondenternas svar, även om det inte är allt så är det väsentligt. Precis som Annika sade att så länge pengar kan återinvesteras ska hon fortsätta med verksamheten. Martin menar att en normal vinst och ta ut en bra lön så är han tacksam. Martin känner sig nöjd med sin anställning då den ger trygghet, men samtidigt är det inte så han vill ha det, men som Maslows behovspyramid visar så måste först de fysiologiska behoven vara uppnådda för att gå vidare till nästa nivå och till sist uppfylla behov av självförverkligande. (Robbins, 2001; Maslow, 1987). Annika anser att motivationen är en positiv drivkraft och är viktig för att lyckas. Annika säger att omgivningens roll för motivationen kan dämpa entusiasmen om den är negativt inställd, men har man bara viljan så spelar stödet mindre roll. Enligt Martin är motivation viktig för att orka mer oavsett om man ger eller tar emot för att få starkare psyke att klara av hinder som man ställs inför. Han menar att motivationen är viktig hela tiden. McClelland definierar motivation som resultatet av interaktion mellan en individ och situation och att det finns tre huvudsakliga element som påverkar; intensitet (hur hårt personen försöker), riktning och uthållighet.⁸¹ I detta fall kan man jämföra med Annikas svar då hon jobbar och sliter för att uppnå sina mål.

ARBETE ÖVER GRÄNSERNA

Större krav på social kompetens och sociala nätverk ställer högre krav på företaget och individen.⁸² Normann (2001) hävdar att värdeskapandets styrmekanismer idag är horisontella, gränslösa och uppbyggt kring nätverk. Han anser att de företag som har kompetensen att utforma en ny affärsmiljö utöver sina egna gränser är Prime Movers. I den bemärkelsen skulle man kunna säga att Annika har utformat en ny affärsmiljö, då hennes verksamhet är safariupplevelse, men hon nyttjar lågsäsongen till att hyra ut bilarna till forskare. Hon har hittat de tomma utrymmena att utnyttja, att se bortom lokala geografiska gränser och dra nytta av det globala som Normann (2001) och Ahrne & Papakostas (2002) påpekar. Normann hävdar att små aktörer också kan angripa och erövra delar och att man inte behöver vara först som exempelvis Microsoft, Coca Cola, Disney eller något annat större företag. Ingen går säker, vem som helst kan bli en Prime Mover menar han och dessa kan komma att påverka andra aktörers handlingar och samspel inom systemet. En Prime Mover skapar en social verklighet genom sociala relationer och frambringar *en värld* för samexistens och samproduktion.⁸³ Det gränslösa arbetet innebär ett friare arbete – arbetet kan utföras vid alla möjliga tidpunkter och på alla möjliga platser, gränserna suddas ut (Allvin, 2006) och jag tolkar att båda respondenterna i någon form arbetar i det gränslösa arbetslivet, Annika globalt och Martin via internet och telefon. Annika säger att det är lättare att arbeta över de globala gränserna om inte strömmen bryts för då är det svårt att skicka filer men annars är det inte så svårt och reglerat som i Sverige. Samtidigt tycker hon att det ibland kan vara svårt att utveckla förtroende och hinder kan vara kulturskillnader och att fördomar mot kvinnor förekommer. I Gambia är det inte vanligt att kvinnor startar företag, men hon känner ändå att det är en utmaning och spännande, man vet aldrig vad som väntar. Hinder kan enligt Burns (2001), Fogel et al. (2006) och Sørensen (2007) vara kultur, religion och vad som är acceptabelt.

⁷⁹ Henrekson, 1999; Carter et al., 2003.

⁸⁰ <http://www.tillvaxtanalys.se>

⁸¹ Robbins, 2001

⁸² Allvin et al., 2006

⁸³ Normann, 2001



VILLKOR FÖR ATT LYCKAS

Vilka faktorer som är viktiga för att lyckas är enligt Annika en mix av egenskaper, pengar och vilja, framförallt viljan och pengar. De faktorer Martin anser är viktiga och avgörande för att lyckas är kontakter, pengar och stöd från de närmaste. Finansieringen skedde med sparad kapital i båda fallen och Martin hade dessutom starta-eget-bidrag. Båda respondenterna ansåg att mål var viktigt även om de såg det på olika sätt. För Annika var mål viktigast för motivationen och för Martin var det en bekräftelse på resultat. Jag finner stöd hos Stensson (2009) att det som avgör om man lyckas eller inte kan bero på målsättning och affärsidén, planering, marknadsföring och förmåga att förändras, men också att vad som menas med att lyckas varierar från fall till fall (Stensson, 2009). Enligt Annika är misslyckanden en förutsättning för att lyckas att ta sig igenom – samtidigt som man inte uppnår sina mål.”

Martin menar att misslyckas är en tidsförskjutning framåt eller att han får börja tänka på ett annat sätt för att lyckas, detta kan överensstämma med Normann (2001) som anser att Martin ville förverkliga en idé han hade och Annika vill personligen inte vara anställd vilket överensstämmer med Henrekson (1999) och Carter et al. (2003).

Den sociala omgivningen kan påverka individens motivation på olika sätt beroende på vilken typ av respons som omgivningen ger. Annika anser dock att hon i stort sett fått positiv respons på sina planer att starta eget företag, medan Martin inte fick något stöd från sina föräldrar. Jag finner stöd hos Henrekson & Stenkula (2007) att företagare som blivit uppmärksammade och positivt inställda vanligen har en familjemedlem eller nära vän som är egenföretagare och enligt Landström (2005) har de flesta företagare föräldrar som är eller har varit entreprenörer. Tidigare forskning visar att attityder som ”samhället bemöter soloföretagare bra” är inte speciellt positiv. (Lithander & Vinberg, 2007) Båda ser ljus på framtiden och i överensstämmelse med Lithander & Vinberg (2007) kan attityden positiv framtidstro vara en drivande kraft. Annika anser sig ha lyckats då hon är etablerad och återinvesterar pengar som kommer in vilket jag finner stöd hos Ross & Lashley (2009) som menar att man lyckas om företaget är etablerat. I Martins fall handlar det om att försörja sig och enligt honom själv har han inte lyckats med det och är inte etablerad vilket även Stensson (2009) hävdar att företagaren har lyckats om denne kan försörja sig på sin inkomst.

Annika säger att jobbar man 70 timmar har man inte lyckats och om det går runt har man lyckats samt att det är du själv som avgör om du lyckats eller inte. Hon menar att du styr din egen arbetsinsats och vad du är beredd att göra vilket Vroom (1995) hävdar att individens förväntan angående handling och ansträngning avgör om individen kommer att lyckas eller inte. Varje entreprenöriell handling blir inte framgångsrikt, men det kan vara en inlärningsprocess och i denna mening kan ett misslyckande bli lika viktigt som ett lyckande⁸⁴ och enligt Martin är det utvecklande i ens liv och han vill inte vara utan de misslyckanden han haft hittills samtidigt som han säger att det var mycket sämre än han hade förväntat sig att starta eget. När Annika startade hade hon inga egentliga förväntningar, det fick bli vad det blir tänkte hon. Båda tycker att kontaktnätet är viktigt och en avgörande faktor för att lyckas, både att starta upp och fortsätta utvecklas. ”... utan min kollega i Gambia skulle jag aldrig ha startat verksamheten...” Innan företagsstarten hade Annika inte så stort kontaktnät, men idag är det större och hon skapar nya kontakter inför framtiden genom att prata mycket och chatta på sociala forum. Martin försöker marknadsföra sitt företag vid möten med nya kontakter.

⁸⁴ Spilling, 2006



Företagare på (o)känd mark

Ett stort hinder för entreprenöriella individer kan vara byråkrati vilket till och med kan stoppa planeringen och starten av företaget. Annika säger att det inte är så byråkratiskt i Gambia och att det är lättare att starta företag där, det kan gå på en dag. Andra hinder kan vara att inte få stöd från familj och omgivning, finansiella risker, behov av ekonomisk trygghet, institutionella motståndskrafter (kan vara lagar, kultur, religion, vad som är acceptabelt inom kontexten etc.) samt för liten tro på sin förmåga. (Burns, 2001; Fogel et al., 2006; Sørensen, 2007). Martin fick inte stöd av sin familj och detta kan vara orsaken till att han misslyckats, som han uttryckte sig: *... har du inte någon form av erfarenhet eller stöd från familj så kan det fallera ...*



AVSLUTANDE DISKUSSION

I detta slutgiltiga kapitel ska jag sammanföra trådarna från de föregående kapitlen till en avslutande diskussion och slutsatser samt förslag för vidare forskning. I detta avsnitt försöker jag så kort och koncist som möjligt att besvara frågeställningarna.

SLUTDISKUSSION

Personliga reflektioner

Dagens ekonomiskt krav gör att samhället och levnadsstilen ställer allt högre krav på individerna samtidigt som var och en är sin egen smed, att var och en skapar sin egen framtid. Individen utlämnas till sig själv att ta ansvar för sitt liv och att konkurrera med andra. Omgivningens attityder påverkar individens val, Å ena sidan vill man locka fler entreprenörer att träda fram samtidigt som det avskräcker med lagar, regler och byråkrati. Jag håller med om att egna företagare är en utdöende ras på grund av att det är relativt få som vill starta och ha en karriär som egenföretagare och att orsaken till detta är att det är attraktivare att vara anställd. Vi måste ifrågasätta mer det som tas för givet inom olika sammanhang och utveckla en större medvetenhet och inte alltid lita på medias framställning av den lyckade entreprenören. För de avgör inte om någon har lyckats eller inte utan det är själva entreprenören som avgör utifrån egna mål och visioner. Tre trender utvecklas, ”tjänstefiering”, ”e-ifiering” och ”upplevelsefiering” och jag tror att den sista blir alltmer viktig för företagaren och individen. Upplevelsefiering är utformat för att passa in i kundens mentala och symboliska process och strävan efter mening och ändamål. I båda intervjufallen kan man se en eller flera av de tre trender som utvecklats. Annikas hemsida kan ses som både e-ifiering och upplevelsefiering, att sälja resor till Gambia med safariupplevelser via nätet. Om man ska klassificera Sverige och Gambia enligt GEM så hamnar Gambia under faktordrivna länder och Sverige bland innovationsdrivna länder. Begrepp och tanke-system integreras i symboler, religioner eller marknadsekonomin. Dessa fenomen är socialt konstruerade. Det är den process som kallas kognitionsprocessen och som gör det möjligt att utveckla sin egen struktur, relation till yttervärlden samt strukturen hos yttervärlden, med andra ord ”autopoiesis”, självskapande.

SVAR PÅ FRÅGESTÄLLNINGARNA

Vad är enligt teorierna viktigt för att lyckas som entreprenör? Stämmer teorierna överens med verkligheten? Enligt tidigare forskning är bland annat finansiering, erfarenhet, stöd av omgivningen, kontaktnät, att se och utnyttja möjligheterna, ta tillfället i akt och ha viljan avgörande faktorer för att lyckas. Jag anser att många av de väsentliga faktorerna stämmer överens med teorin, men det finns vissa skillnader i vad som är avgörande och drivande. Skillnaderna finns i viljeinriktningen och vad som driver entreprenören samt deras behov, värderingar, intentioner, attityder och känslor som påverkar deras agerande. Människor har olika motiv varför de agerar som de gör. Jag anser att jag uppfyllt syftet och har svarat på de frågeställningar jag utgått från.

Hur lyckas man som företagare?

Historiska drivkrafter från det förflutna har skapat nuet och vilka vi är idag, både som individer och företagare. Framtidsdrömmar och visioner om vilka vi är, kan vara eller bör vara. Individen reproducerar genom handlandet – det vi gör. Det praktiska, rationella och förnuftiga ifrågasätts. Men det vi gör är format av en ideologi eller sätt att tänka. Å ena sidan



är vi individualiserade och å andra sidan kollektivrelaterade. Att arbeta horisontellt, gränslöst och bygga upp nätverk och genom att tänka i nya banor och tankesätt samt agera som en Prime Mover och skapa en social verklighet genom sociala relationer och frambringa en värld för samexistens och samproduktion som skapar ett nytt och verksamt värdeskapande systemvärde.

Vad är det som avgör om man har lyckats?

Jag kom fram till att många faktorer avgör om man lyckas eller inte och att det skiljer sig från fall till fall. Faktorer som kontaktnät, finansieringssätt, drivkrafter, hinder, möjligheter och egenskaper är betydelsefullt för att lyckas. Det är viktigt att ha viljan och intresset för att lyckas samt vara kunnig i det man håller på med. Det gäller även att vara en risktagare, innovatör och opportunist.

Vem avgör om man lyckats?

Beror på vem som ställer frågan. Jag anser att det är upp till betraktaren att avgöra om någon lyckats eller inte. Avgörandet kan finnas i den kontextuella miljön, transaktionella och/eller hos individen. Sett ur ett samhällsekonomiskt perspektiv beror framgången på om företagaren kan försörja sig och vara till nytta för samhället. Ur ett samhällsperspektiv har man lyckats som företagare om man är etablerad och det genererar inkomst. Den sociala omgivningens attityder kan avgöra om entreprenören lyckas, men behöver inte vara så. Sett ur individens perspektiv är det upp till individen att avgöra om denne lyckats eller misslyckats. Min önskan inför framtiden är att låta entreprenören utvecklas i ett mer långsiktigt perspektiv och låta denne avgöra hur, vad och varför de lyckas eller inte. Underlätta för entreprenörer för de behövs!

SLUTSATSER

Det är svårt att dra generaliserbara slutsatser på grund av studiens omfattning och metod. Tidigare forskning har visat att det finns åtskilda meningar och definitioner på vad entreprenörskap är och vem som kan klassas som entreprenör. Min slutsats är att det är mycket som påverkar om vem som blir entreprenör och hur denne är. Likheter i denna studie är att båda intervjupersonerna finner det vara en livsstil att vara entreprenör och att inte vem som helst kan bli det samt att entreprenörskap även kan gå i arv. Andra slutsats är att skillnaderna finns i drivkrafterna och att det skiljer sig från fall till fall.

FÖRSLAG PÅ YTTERLIGARE FORSKNING

Så oavsett vad tidigare forskning visar så kanske det inte stämmer överens med dagens entreprenörer. Detta kan vara en anledning till att forska vidare och speciellt ur ett större och mer holistiskt perspektiv. Förslag på ytterligare forskning kan vara att ta reda på mer om de egna företagarnas möjligheter till kompetensutveckling och utbildning. Ett annat förslag kan vara att undersöka mer om hur entreprenörer motiverar sig själva att fortsätta med verksamheten. Dessutom skulle man kunna undersöka sambandet mellan företagandet, stressen och ohälsan. Forskning inom detta ämne kommer alltid att behövas i framtiden för att exemplifiera entreprenörens betydelse för den ekonomiska utvecklingen och källan till skapandet av nya arbeten.



REFERENSER

Ahrne, G. & Papakostas, A. (2002) *Organisationer, samhälle och globalisering*. Lund: Studentlitteratur

Allvin, M. et al. (2006) *Gränslöst arbete – socialpsykologiska perspektiv på det nya arbetslivet*. Malmö: Liber.

ALMI Företagspartner. (2011) <http://www.almi.se/Finansiering> (Tillgänglig 2011-05-08)

Bosma, N. et al. (2009) *GEM 2008 Global Report*. Babson College – US, London Business School – UK & Universidad del Desarrollo – Chile.

http://www.esbri.se/pdf/gemglobalreport_2008.pdf (Tillgänglig 2011-04-26)

Booth, W. C. et al. (2008) 3: e uppl. *The Craft of Research*. Chicago & London: University of Chicago Press.

Burns, P. (2001) *Entrepreneurship and Small Business*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Carter, N. M. et al. (2003) The career reasons of nascent entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 18 (1): 13-39.

Casson, M. (1982) *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson & Company Ltd.

CIA – Central intelligence agency (2011)

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ga.html>

(Tillgänglig 2011-05-01)

Delmar, F. (1996) *Entrepreneurial Behaviour & Business Performance*. Diss. Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm. Stockholm.

Esbri – Institutet för entreprenörskaps- och företagsforskning,

<http://www.esbri.se/kunskapsbank.asp?link=entreprenorskap> (Tillgänglig 2011-04-25)

Fogel, K. et al. (2006) *Institutional Obstacles to Entrepreneurship*, i Casson, M., Yeung, B., Basu, A., Wadeson, N (eds), *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. New York: Oxford University Press, s. 540-579.

Foley, D. (2003) An examination of indigenous Australian entrepreneurs. *Journal of developmental entrepreneurship*, 8: 133-152.

Henrekson, M. (1999) *Drivkrafter för entreprenörskap, nyföretagande och företagstillväxt, i Calmfors L & Persson M (red.) Tillväxt och ekonomisk politik*. Lund: Studentlitteratur.

Henrekson, M. & Stenkula, M. (2007) *Entreprenörskap*. Stockholm: SNS Förlag.

Herzberg, F., Mausner, B. & Snyderman, B. (1993) *The motivation to work*. New Brunswick: Transaction cop



Företagare på (o)känd mark

Holme, I. & Krohn Solvang, B. (1997) *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur

Johannisson, B. (1992) *Entreprenörskap på svenska*. Malmö: Almqvist & Wiksell.

Karta över Afrika <http://1.bp.blogspot.com/-r2hgS4qtemo/TaRPjqGwWoI/AAAAAAAAAio/JP-gAEIo4L4/s1600/Karta-%25C3%25B6ver-Afrika%25282%2529.gif> Tillgänglig 2011-04-26

Kolvereid, L. (Estradföreläsning 2005-10-03) *Få vill starta företag i Norden*. http://www.esbri.se/referat_visa.asp?id=53 Tillgänglig 2011-05-01

Landström, H. (2005) *Entreprenörskapets rötter*. Lund: Studentlitteratur.

Levin, H. & Weström, A. (2003) *Tillväxt i småföretag*. Stockholm: Nutek förlag.

Lindgren, M. & Packendorff, J. (2007) *Konstruktion av entreprenörskap – teori, praktik och interaktion*. Örebro: Forum för småföretagsforskning.

Lithander, J. (2005) *Gränslandets ekonomi och entreprenörskap*. Stockholm: Arbetslivsinstitutet.

Lithander, J. & Vinberg, S. (2007) *Solo- och mikroföretag i Fokuz*. Arbetsrapport R2007:008, ITPS. Tillväxtanalys, myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser. <http://www.tillvaxtanalys.se/tua/export/sv/filer/publikationer-arkiv/itps/arbetsrapporter/2007/solo-och-mikroforetag-i-fokuz-07.pdf> (Tillgänglig 2011-04-26)

Lundby, G (2002) *Livsberättelser och terapi. Om nyskrivning av historier och ett narrativt arbetssätt*. Natur och Kultur.

Maslow, A. H (1987) *Motivation and personality*. New York: Harper & Row, Publishers Inc.

Maturana, H.R. & Varela, F.J. (1987) *The tree of Knowledge*. Boston & London: Shambhala.

NE – Nationalencyklopedin (2011) <http://www.ne.se> (Tillgänglig 2011-04-15)

NE – Nationalencyklopedin (2011) <http://www.ne.se/validitet> (Tillgänglig 2011-05-08)

NE – Nationalencyklopedin (2011) <http://www.ne.se/reliabilitet/1585127> (Tillgänglig 2011-05-08)

Normann, R. (2001) *Reframing Business, When the Map Changes the Landscape*. New York: John Wiley & sons, Ltd.

Robbins, S.P. (2001) *Organizational behaviour*. New Jersey: Prentice Hall. <http://www.google.com/books> (Tillgänglig 2011-05-01)

Ross, D. L. & Lashley, C. (2009) *Entrepreneurship & Small Business Management*. USA: BH, Elsevier Ltd.



Schumpeter, J. A. (1996) *The Theory of Economic Development*. New Brunswick (USA): London (UK): Transaction Publishers. (Original version publ.1934).

Spilling, O.R. (2006) *Entrepreneurship in an Evolutionary Perspective – on Entrepreneurship as a Diversity Increasing and Reducing Mechanism*, NIFU STEP Studies of innovation, research and education, Paper submitted for the 14th Nordic Conference on Small Business Research, Stockholm.

<http://www.ncsb2006.se/pdf/Entrepreneurship%20Evolutionary%20Perspective.pdf>

Tillgänglig 2011-05-03

Sørensen, J. B. (2007) Bureaucracy and Entrepreneurship: Workplace Effects on Entrepreneurial Entry, *Administrative Science Quarterly*, 52 (1): 387-412.

Stensson, S. (2009) *Småföretagarens handbok*. Malmö: Liber.

Stukát, S. (2007) *Att skriva examensarbete inom utbildningsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Tillväxtverket (2011) myndigheten hör till Näringsdepartementet och arbetar för fler och växande företag samt ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv.

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/faktaochstatistik/omforetagande/motivforforetagsstart/motivforattstartaforetaguppdelatpakon.4.21099e4211fd8c87b800017474.html>

(Tillgänglig 2011-04-30)

Tillväxtverket (2011) Finansiering och stöd.

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/allainsatserao/finansieringochstod.4.21099e4211fd8c87b800016976.html> (Tillgänglig 2011-05-08)

Vroom, V.H (1995) *Work and motivation*. San Francisco: Jossey-Bass In.

Muntliga källor

Annika, G. Entreprenör 1 arbetar med transport och turism i Gambia, 2011-04-25 personlig intervju samt kompletterande intervju 2011-05-03, 2011-05-05.

Martin, S. Entreprenör 2 arbetar med informationsfilm, 2011-04-26 personlig intervju samt kompletterande intervju 2011-05-05, 2011-05-06.



APPENDIX

BILAGA 1 – Intervjufrågor – underlag

Företagaren & Allmänt om verksamheten

1. Vem är du? Namn och ålder?
2. Företagsform? AB/HB/Enskild firma?
3. Vilken typ av verksamhet driver du?
4. När startade du din verksamhet?
5. Har du några anställda? Hur många?
6. Vad har du för bakgrund? (utbildning, erfarenhet)
7. Hade du några kunskaper om att starta eget?
 - a. Starta-eget-utbildning?
 - b. Ekonomikunskaper?
 - c. Tidigare erfarenhet från egen verksamhet?
 - d. Har du haft i så fall haft någon nytta av utbildningen/erfarenheten?
8. Hur viktigt är det att ha erfarenhet innan man vill starta eget?
9. Är någon i din familj egen företagare? Om ja, har det i så fall påverkat dig att starta eget?
10. Vad var motivet till att starta?
 - a. Affärsidé?
 - b. Vara min egen?
 - c. Arbetslöshet?
 - d. Dröm?
 - e. Tjäna pengar?
 - f. Annat?

Företagsstarten

1. Vad fick dig att starta denna verksamhet?
2. Hade du funderat på det länge innan du startade?
3. Hur lång tid tog det att starta upp verksamheten, från idé till verklighet?
4. Varför just denna verksamhet/Afrika (vilket land)?
5. Hur var det att starta verksamhet i ett annat land?
6. Hade du kontakter där eller tog du hjälp av en stödorganisation eller någon annan?
7. Hur finansierade du verksamheten vid starten?
 - a. Banklån?
 - b. Annat lån?
 - c. Sparat kapital?
 - d. Bidrag?
 - e. Annat? Vad?
8. Vilka kostnader hade du?
 - a. Var de högre än vad du hade förväntat dig?
9. Såg du några hinder/möjligheter vid själv starten? Vilka?
10. Hur satte du priset?
 - a. Vad grundade du din prissättning på?
11. Anser du dig vara etablerad nu?



Företaget idag

1. Hur många timmar arbetar du i veckan med verksamheten?
2. Hur styr du din verksamhet?
 - a. Vilka kommunikationsmedel används? Internet, mail, telefon?
 - b. Privata visiter? Hur ofta åker du dit?
3. Hur är det att arbeta i en annan kultur?
4. Är det som du förväntade dig – bättre eller sämre?
5. Finns det några för- och nackdelar med att ha verksamhet i en annan kultur? Vilka?
6. Hur är det möjligt att utveckla förtroende mellan olika kulturer?
7. Hur är det att arbeta över de globala gränserna?
8. Finns det några speciella regler, krav eller annat som måste följas i detta land?
9. Hur fungerar kommunikationen? Hinder? Kulturskillnader?
10. Hur blir du som kvinna hörd i denna kultur?
11. Har det förekommit några konflikter? Hur hanterades dessa?
12. Vad gör dig till en bra företagare?
 - Dina egenskaper?
 - Vilka är de?
 - Starka sidor?
13. Marknadsför du verksamheten? Hur?

Allmänna synpunkter & Framtiden

1. Har du någonsin ångrat att du startade eget företag?
2. Tror du vem som helst kan bli företagare? Är det en livsstil?
3. Vad tror du är drivkraften till att starta eget?
4. Vad är det som avgör om man lyckas? Vem avgör?
5. Har du lyckats? Varför?
6. Vilka faktorer anser du är de viktigaste för att lyckas?
 - a. Egenskaper?
 - b. Pengar?
 - c. Vilja?
 - d. Annat?
7. Är kontaktnätet viktigt?
 - a. Hade du stort kontaktnät innan du startade?
 - b. Var ditt kontaktnät viktigt? Om ja, varför i så fall?
 - c. Hur ser ditt kontaktnät ut?
 - d. Hur skapar du nya kontakter för framtiden?
8. Kommer du att starta fler verksamheter och i så fall vad?
9. Nämn tre faktorer av osäkerhet som kan hota din verksamhet i framtiden.
10. Hur ser du på framtiden - vad gör du om fem/tio år?



BILAGA 2 – Kompletterande intervjufrågor

Mål

1. Vad är mål för dig? Berätta.
2. Hur når du dina mål? Berätta

Attityder och värdering

1. Vad värdesätter du i livet? (arbete, familj, självförverkligande etc.)
2. Vad är viktigast att leda människor eller utveckla nya idéer?
3. Vad är din syn på anställning respektive egenföretagare?

Motivation

1. Vad innebär motivation i allmänhet för dig?
2. När är motivation viktigt?
3. Vad är viktigast för motivationen: behov, värderingar eller mål?
4. Vilken roll spelar omgivningen för din motivation?

Misslyckanden

1. Hur ser du på misslyckanden? Berätta.

Övrigt

1. Hur viktigt tror du det är att ha tidigare erfarenhet från den bransch man vill gå in i?
2. Hur viktigt är det att få stöd från familj/vänner?
 - a. Om det är viktigt, varför i så fall?
3. Tror du att entreprenörskap kan gå i arv?
 - a. Har dina föräldrars påverkan haft någon betydelse? Hur i så fall?



BILAGA 3 – Karta över Afrika



Tillgänglig 2011-04-26 på <http://1.bp.blogspot.com/-r2hgS4qtemo/TaRPiqGwWoi/AAAAAAAAAio/JP-gAEIo4L4/s1600/Karta-%25C3%25B6ver-Afrika%25282%2529.gif>

Gambia ligger i Västafrika och är det minsta landet på den afrikanska kontinenten med sina 1 797 860 invånare. Den största arbetskraften finns inom jordbruk (75 %) och endast 6 % arbetar med service. Gambias naturliga skönhet och närhet till Europa har gjort det till en av de större marknaderna för turism i Västafrika. När det gäller kommunikationen så finns 49 000 telefoner i bruk, 1 433 mobiltelefoner och 1453 internetvärdar med 130 100 användare. Rättsystemet baseras på en blandning av ”English common law”, islamisk lag och sedvanerätt, accepterar obligatorisk ICJ (dvs. den Internationella domstolen) jurisdiktion med reservationer. (Se CIA – Central intelligence agency (the world factbook) för mer information).

