



**EKONOMI
HÖGSKOLAN**
Lunds universitet

Kandidatuppsats
FEK 582
Vårterminen 2007

Ideon Innovation – kuvös för nystartade småföretag

- En kvantitativ studie kring företagsklimatet på Ideon Innovation

Handledare:
Gårdängen, Maria

Författare:
Liljegren, Marie
Menjivar, Luisa
Pettersson, Mikael
Tallberg, Tobias

Sammanfattning

- Uppsatsens titel:** Ideon Innovation – kuvös för nystartade småföretag
- Seminariedatum:** 7 juni 2007
- Ämne/Kurs:** FEK 582 Kandidatuppsats, Företagsekonomi 10p
- Författare:** Liljegren Marie, Menjivar Luisa, Pettersson Mikael, Tallberg Tobias
- Handledare:** Gårdängen Maria
- Fem nyckelord:** Forskningsparker, inkubator, tillväxt, riskkapital, Ideon Sciencepark
- Syfte:** Att utreda huruvida inkubatorn på Ideon Innovation ger incitament för tillväxt för nystartade innovationsföretag.
- Metod:** För att uppfylla uppsatsens syfte har en kvantitativ metod samt en abduktiv strategi valts. Primärdata har sitt ursprung i en enkätundersökning av företagen som befinner sig/har befunnit sig på Ideon Innovation. Sekundärdata består främst av övriga institutionella avhandlingar om tillväxt samt forskningsparker.
- Teoretisk referensram:** Den teoretiska referensramen syftar till att ge läsaren en grund om ämnet forskningsparker, inkubatorer samt hur dessa bidrar till fler tillväxtföretag än verksamheter etablerade på mer traditionellt vis. Författarna har främst valt institutionell data, som avhandlar det aktuella ämnet med inriktning mot tillväxt inom forskningsparker.
- Empiri:** Uppsatsens empiriska underlag bygger på en undersökning av Inkubatorföretagen på Ideon Innovation. Ett urval har inte varit nödvändigt, då det är en sluten population med begränsat underlag.
- Slutsats:** Ideon Innovation bildar tillväxtföretag på kort sikt. Lokaler, nätverk och motivation är tre viktiga incitament för företagen. Det finns dock tecken som visar att företagen bör få husera en längre tid i inkubatorn för att skapa livskraftiga tillväxtföretag även på lång sikt.

Abstract

Title:	Ideon Innovation – kuvös för nystartade småföretag
Seminar date:	7 June 2007
Course:	FEK 582, Bachelor thesis in Business Administration, 10p
Authors:	Liljegren Marie, Menjivar Luisa, Pettersson Mikael, Tallberg Tobias
Advisor:	Gårdängen Maria
Key words:	Scienceparks, incubators, growth, venture capital, Ideon
Purpose:	To examine if Ideon Innovation stimulate companies to growth.
Methodology:	To fulfil our purpose a quantative methodology and a cross between inductive and deductive strategy has been chosen. The primary data is exclusively based on a questionnaire survey of the companies on Ideon Innovation. The secondary data mostly consist of other published research about growth and scienceparks.
Theoretical perspective:	The theoretical perspective should give the reader a foundation about scienceparks, incubators and how they contribute to growth in the real world.
Empirical foundation:	The empirical foundation is based on a questionnaire survey of the companies on Ideon Innovation. A selection of the survey objects was not a necessary, because the population is small and finite.
Conclusions:	Companies occupied on Ideon Innovation have fast growth on a short term basis. Stimuli to growth within the incubator are network, motivation and premises. There are some signs that the companies should be allowed to stay longer in the incubator to keep the growth high on long term basis also.

Förord

Vi vill tacka samtliga personer som på ett eller annat sätt hjälpt oss under denna uppsatsperiod.

Ett stort tack riktar vi till de företagare som medverkat i vår undersökning, representanter från nuvarande inkubatorföretag och företag som lämnat Ideon Innovation.

Vi vill i synnerhet tacka de personer som tagit sig tid och träffat oss.

Hans Möller vill vi tacka för att han av egenskap som VD för Ideon Science park samt projektledare för Ideon Innovation ställde upp på en intervju i startskedet av denna uppsats. Hans gav oss en god inblick hur Ideon Innovation och Ideon Sciencepark fungerar.

Pierre Carbonnier vill vi tacka då han tog sig tid med oss under ett kritiskt skede under uppsatsens slutskede.

Slutligen vill vi tacka vår handledare Maria Gårdängen, som under arbetets gång kommit med goda råd och konstruktiv kritik vilket hjälpt oss mycket under uppsatsskrivandet.

Lund 070529

Marie Liljegren

Luisa Menjivar

Mikael Pettersson

Tobias Tallberg

Innehållsförteckning

Sammanfattning	2
Abstract	3
Innehållsförteckning	5
1 Introduktion	7
1.1 Inledning	7
1.2 Bakgrund	8
1.3 Så fungerar Ideon Innovation	9
1.4 Begreppsdefinition	11
1.4.1 Forskningsparker	11
1.4.2 Inkubator	11
1.4.3 Riskkapital/Riskkapitalist	11
1.4.4 Affärs änglar	11
1.4.5 Tillväxt/Tillväxtföretag	11
1.5 Val av ämne	12
1.6 Problemdiskussion	12
1.7 Problemformulering	13
1.8 Syfte	13
1.9 Avgränsningar	13
1.10 Disposition	14
Kapitel 1, Introduktion	14
Kapitel 2, Metod	14
Kapitel 3, Litteratur	14
Kapitel 4, Empiri och analys	14
Kapitel 5, Slutsats	14
2 Metod	15
2.1 Inledning	15
2.2 Ansats	15
2.3 Deskriptivt eller normativt syfte	16
2.4 Val av undersökningsmetod	16
2.4.1 Kvantitativ metod	16
2.5 Insamling av data	17
2.5.1 Primärdata	17
2.5.2 Sekundärdata	18
2.6 Statistisk metodik	18
2.6.1 Hypotesprövning	19
2.6.2 χ^2 - Tji2- metoden	19
2.7 Metodkritik	20
2.7.1 Reliabilitet och validitet	20
2.7.2 Källgranskning	21
3 Litteratur	22
3.1 Inledning	22
3.2 Forskningsparker	22
3.2.1 Resurser	23
3.2.2 Nätverk	23
3.2.3 Image	24

3.3 Snabbväxande tillväxtföretag	24
3.3.1 Fyra perspektiv på tillväxt i ett litet företag	26
3.3.2 Företagsegenskaper hos tillväxtföretag	28
3.4 Kapitalanskaffning	28
3.4.1 Agent- och principal teorin leder till informationsasymmetri.....	28
3.4.2 Det ekonomiska gapet	28
3.4.3 Riskkapital.....	29
4. Empiri och analys.....	31
4.1 Inledning.....	31
4.2 Företagspresentation.....	31
4.3 Tillväxt	33
4.4 Kapitalanskaffning	35
4.4.1 Samband mellan tillväxt och kapitalanskaffning	36
4.5 Attityd till Ideon Innovation.....	38
4.6 Resurser	43
5. Slutsats	46
5.1 Framtida forskning	47
6. Källförteckning.....	48
6.1 Tryckta källor	48
6.2 Elektroniska källor	49
6.3 Övriga källor	49
Bilagor.....	50
Bilaga 1 Enkät till nuvarande inkubatorföretag	51
Bilaga 2 Enkät till tidigare inkubatorföretag.....	55
Bilaga 3	59

1 Introduktion

I detta kapitel ges en presentation om vad uppsatsen är inriktad på. Vi kommer att förmedla en bakgrundsbild så att ni som läsare kan få en inblick i ämnesområdet. Bakgrunden kommer sedermera att mynna ut i vår problemdiskussion och definition av uppsatsens syfte.

1.1 Inledning

1951 öppnade Stanford Science Park i Stanford, USA och är idag den absolut mest kända forskningsparken.¹ Den har lett till ett välkänt kluster idag känt som Silicon Valley. Få andra forskningsparker har råd att finansiera sin forskning som Stanford idag har, då de får en viss promille av framtida forskning av de företag som bedrivit verksamhet där. Företag som Hewlett-Packard och Google har under sina tidigare faser varit etablerade på denna forskningspark. Meningen med dessa forskningsparker är att de precis som en kuvös skall skapa trygghet så att det ges möjligheter för tillväxt. Satsningen i USA blev en succé och när ryktet om dessa forskningsparker nådde Europa förankrades även fenomenet här.²

Det första spadtaget för en svensk forskningspark skedde 1983 i Lund. Utformandet av parken skulle bidra till en tillväxt i den lokala regionen.³ Att lokaliseringen av forskningsparken blev Lund är ingen tillfällighet, var annars än i Idéernas stad är det optimalt för en sådan satsning? Ideon har idag utvecklats till ett kännetecken för Lund och något som lundaborna håller lika kärt som universitetet, handbollen och lundaknaken.

Sedan starten har det mediala intresset för Ideon Science Park varit stort och något som gjort att Lund har hamnat på kartan över högteknologisk forskning. Ideonområdet har expanderats markant sedan starten och har nu utvecklats till en forskningspark med hundratals företag. En del av forskningsparken går under benämningen Ideon Innovation och är inriktad på nystartade företag. Här får företagen hjälp för att de skall minimera risken att göra de misstag som liknande företag utanför forskningsparken annars gör⁴. Ideon Innovation konkurrerar

¹ <http://www.sisp.se/Templates/Article0.aspx?PageID=8aa874e1-bcbc-4f44-85ff-b25022723490> 070523

² <http://www.strategy-business.com/press/16635507/13494> 070523

³ <http://www.ideoninnovation.se/?page=om#historia> 070523

⁴ ibid

idag med ett stort antal andra inkubatorer om vilken som är den bästa tillväxtplatsen i Sverige. Målsättningen för Ideon Innovation är:

*”att bli Europas bästa inkubator och därigenom fungera som en förebild för andra att årligen generera livskraftiga tillväxtföretag”*⁵

Denna studie ämnar att undersöka om detta verkligen upplevs av de etablerade inkubatorföretagen, eller om det i själva verket är fina ord för ett kontorshotell.

1.2 Bakgrund

Under sommaren 2004 skapades Ideon Innovation, en inkubator för nystartade företag. Inkubatorer på Ideon var inget nytt utan har varit en viktig del av forskningsparken ända sedan början. Vid starten fick en av de första byggnaderna namnet kuvösen, som bestod av tillfälliga baracker. Dessa byggnader skulle tillsammans med närheten till universitetet vara en idealisk miljö för företag att ”gro” i. Kuvösen utvecklades vilket ledde till projektet Växthuset startade i samma lokaler år 2000.⁶

Ideon Innovation är till skillnad från Växthuset mer välorganiserad och strukturerad samt en permanent verksamhet inom Ideon Sciencepark. Fördelen med att förnya ett redan existerande projekt är möjligheterna att kunna dra nytta av tidigare samarbeten, erfarenheter och varumärket Ideon. Ideon Innovation är främst inriktad på en högteknologisk marknad och då främst bioteknik och IT.⁷

Genom att erbjuda företagen hjälp med kapitalanskaffning, rådgivning, fysiska miljöer och nätverk så vill man främja möjligheterna till att fler företag kan etablera sig i öresundsregionen och stärka den, samt främja tillväxten i dessa nystartade företag.⁸ För att på bästa vis kunna stödja företagen till tillväxt har Ideon Innovation ett samarbete med Teknopol, ett företag som riktat in sig på att erbjuda innovationsföretag hjälp med

⁵ <http://www.ideoninnovation.se/?page=om> 070523

⁶ <http://www.ideoninnovation.se/?page=om#historia> 070523

⁷ ibid

⁸ <http://www.ideoninnovation.se/?page=om#historia> 070523

affärsplansutformning. Teknopol är likt inkubatorföretagen belägna vid Ideon Innovation, detta för att på ett så enkelt sätt som möjligt kunna erbjuda företagen den hjälp de vill ha. Teknopol har utvecklat en 18 stegs modell som är uppdelad i 6 kategorier, förundersökning, förstudie, utveckling, introduktion, tillväxt och mognad. Denna modell är utformad så att företagen ska kunna följa den ämnade utvecklingen.⁹

Ideon Innovation är en del av det nationella inkubatorprogrammet Innovationsbron, vilka bidrar med 4 miljoner kr årligen. Detta kapital går exempelvis till lokaler men ungefär hälften går oavkortat till företagens affärsutveckling. Inkubatorn får ytterligare 2 miljoner årligen från olika bidragsgivare som exempelvis Lunds Kommun.¹⁰

1.3 Så fungerar Ideon Innovation

Företagen vid Ideon Innovation väljs ut med omsorg och detta görs genom en fyra stegs process.

- 1. Ansökan** Innovationsföretagen skickar in sin affärsidé till Ideon som tar ett beslut ifall företaget skall få komma och presentera sin idé. Krav ställs på att företagen skall ha en innovationshöjd, marknadspotential och en tydlig entreprenör. Det är även väldigt viktigt att företaget skall vara ”coachable” som innebär att inkubatorn skall kunna hjälpa dem till framgång.
- 2. Screening** En framtagen screeninggrupp från Ideon träffar företagen för att gå igenom affärsplanen samt utföra ett marknadstest.
- 3. Beslut** Företagen meddelas ifall de blivit uttagna eller inte.
- 4. Inflyttning** Företagen etableras vid Ideon Innovation och flyttar in i färdigställda lokaler där de praktiska tingen som Internet och telefon redan fungerar.¹¹

⁹ <http://www.teknopol.se/Default.asp> 070523

¹⁰ Intervju med Hans Möller, VD Ideon Sciencepark, 070424

¹¹ <http://www.ideoninnovation.se/?page=ansokan> 070523

Företagen som efter denna urvalsprocess etablerat sig vid Ideon Innovation skall nu tas från utvecklingsfasen till den kommersiella fasen under sin tid hos inkubatorn. För att detta skall gå att genomföra är det viktigt att företaget låter sig ”coachas” av affärsutvecklarna, vilket lättast görs genom att företaget följer det sex stegs program som Innovation bygger på.

- 1. Affärsutveckling** Varje företag får tilldelat en coach som skall stötta företaget till utveckling under tiden hos inkubatorn.
- 2 Affärsrådgivning** För ett nystartat företag är det mycket som måste organiseras i initialskedet, vilket gör att inkubatorföretagen får ta del av det nätverk som är upprättat. Detta nätverk erbjuder dem hjälp med juridik, revision, patent och finansiering.
- 3 Innovation Academy** Ett utbildningspaket som erbjuds alla företagen vid Innovation. Leder till en förståelse för hur affärsprocessen fungerar.
- 4 Strategiska relationer** Företagen får på ett avslappnat vis träffa finansiärer och andra viktiga nätverkskontakter som sedan tidigare är knutna till Ideon. Finansiärerna är väl insatta i företagets situation vilket gör att de snabbare kan bygga nya nätverk.
- 5 Infrastruktur** De praktiska tingen är ordnande när företagen flyttar in och företagen presenteras för de övriga inkubatorföretagen och samlade aktiviteter anordnas.
- 6 Finansiering** De företag som behöver hjälp med finansiering skall få det. Ett inkubatorföretag har lättare att knyta till sig finansiärer än företag som inte är etablerade vid en forskningspark.¹²

Detta inkubatorprogram skall hjälpa företagen att etablera sig på en kommersiell marknad, men det finns självfallet inga garantier för att detta kommer inträffa. Programmet är utformat för att kunna appliceras på inkubatorföretag, alla företag inte passar in i profilen.

¹² <http://www.ideoninnovation.se/?page=inkubatorprogram> 070523

1.4 Begreppsdefinition

1.4.1 Forskningsparker

En forskningspark är en plats för innovatörer vars affärsplan är inriktad mot forskning och högteknologi. Inom parken erbjuds, förutom tjänster och service, en homogen och motiverande miljö som förenklar för företagen och även ökar möjligheterna för utveckling.¹³

1.4.2 Inkubator

En inkubator är en miljö för entreprenörer och innovatörer vars nystartade företag får hjälp med affärsutveckling, rådgivning och utbildning. De får även tillgång till finansiella, tekniska och kommersiella nätverk. Benämningen kommer från ordet kuvös.¹⁴

1.4.3 Riskkapital/Riskkapitalist.

Riskkapital är kapital som investeras i ett nystartat företag där det finns en förväntan om avkastning då företaget växer. Investeringen i dessa fall är dock osäker och det finns en risk att riskkapitalisten förlorar sin insats. Tillgängligheten av riskkapital är mycket viktig på en utvecklingsmarknad, då nystartade företag vill utveckla och lansera en ny produkt.¹⁵

1.4.4 Affärs änglar

Privata investerare som går in och strukturerar upp ett bolag med sin kompetens samt kapital. Fungerar på ett liknande sätt som riskkapitalister.¹⁶

1.4.5 Tillväxt/Tillväxtföretag

Tillväxt beräknas som en ökning av ett företags storlek, exempelvis inom antalet anställda eller företagets försäljning.¹⁷ Denna studie mäter tillväxt genom ökningen av antalet anställda

¹³ Lindelöf (2002)

¹⁴ <http://www.ideoninnovation.se/?page=om> 070523

¹⁵ Landström (2003)

¹⁶ Davidsson et al (2001)

¹⁷ Davidsson et al (2001)

av det skälet att många företag idag inte har någon omsättning. När vi använder oss av begreppet tillväxt under fortsättningen av uppsatsen är det ökningen i antal anställda vi åsyftar. Med tillväxt menar vi organisk tillväxt, alltså inte tillväxt som beror på uppköp eller dylikt.

Definitionen av snabbväxande företag är när antalet anställda växer med mer än 25 % per år, eller när omsättningen ökar med 30 % per år. Anledningen till att man väljer olika siffror i försäljning och antal anställda är att man justerar för inflation.¹⁸

1.5 Val av ämne

Det har nu gått tre år sedan Ideon Innovation öppnade sina lokaler för nystartade företag och sedan starten har ett antal företag använt sig av inkubatorns hjälp. Tidigare forskning har varit inriktad på en analys av hur Ideon Science Park har fungerat som en enhet. Det existerar ett forskningstomrum i form av inkubatorns del av sammanhanget, vilket gör det intressant att ta reda på hur det har gått för dessa inkubatorföretag.

1.6 Problemdiskussion

Det sker en noggrann urvalsprocess över vilka företag som får flytta in i inkubatorn med all den hjälp som det innebär. Intressant att analysera är ifall denna urvalsprocess och uppstartningshjälp verkligen uppfyller inkubatorns syfte. En grundläggande fråga är om inkubatorföretagen fortsätter att utvecklas efter tiden i kuvösen när de inte längre kan dra nytta av dess fördelar.

För att kunna finansiera sig de första åren innan företagen blir lönsamma är riskkapital ett alternativ för att få igång verksamheten. Enligt Hans Möller, VD Ideon Sciencepark, är ett av kriterierna för urvalsprocessen till inkubatorn att företag som är i behov av riskkapital ska ha förutsättningar för det.¹⁹ Riskkapitalisterna har under senare år blivit mer riskaverta och har

¹⁸ Wiklund (1998)

¹⁹ Intervju med Hans Möller, VD Ideon Sciencepark, 070424

föredragit att investera i företag med en etablerad produkt på en etablerad marknad.²⁰ Det leder till nästa aspekt att undersöka huruvida företagen gynnas av det varumärke som Ideon står för gällande kapitalanskaffning genom riskkapital.

Enligt en artikel i Sydsvenskan har inte företag som etablerat sig på Ideon vuxit sig tillräckligt stora för att generera möjligheter för tillväxt och det kan även ifrågasättas om företagen har en långsiktig livslängd²¹. Företagen startas med en affärsidé som enligt Ideon Innovation är något att bygga på, men frågan är om de personer som håller i utvecklingsprocessen även är personer som kan bygga ett företag. Verksamheter som startas utan inkubatorns hjälp kanske lär sig möta de svårigheter som finns vid en nyetablering tidigare och på så vis även ha möjligheten att använda sina erfarenheter vid framtida problem.

1.7 Problemformulering

Vilka incitament för tillväxt skapar Ideon Innovation?

1.8 Syfte

Syftet med vår undersökning är att med hjälp av en kvantitativ studie analysera tillväxten hos företagen vid Ideon Innovation. Med en enkätundersökning avser vi att analysera huruvida verksamheten leder till fler tillväxtföretag.

1.9 Avgränsningar

Denna uppsats är av finansiell karaktär, men vi kommer även att beröra de sociala och organisatoriska fördelarna som det innebär att vara en del av en inkubator. Vi begränsar vår uppsats till företag som är eller har varit en del av inkubatorn Ideon Innovation, vilket rör sig om ett 40-tal företag. Det krävs inget urval av de företag som ska ingå i analysen, då vi kommer att analysera samtliga med undantag för det bortfall som sker i enkätundersökningen.

²⁰ Engman et al (2003)

²¹ Företagen på Ideon växer för långsamt, sydsvenskan 061201

1.10 Disposition

Kapitel 1, Introduktion

Detta är ett inledande kapitel som behandlar problemets bakgrund, vi presenterar en problemformulering och ett syfte. Vi definierar viktiga begrepp för att ge läsaren insikt i vårt problemområde.

Kapitel 2, Metod

Här beskriver vi hur vår undersökning genomförts samt förklarar för- och nackdelar med de metoder vi valt att använda oss av.

Kapitel 3, Litteratur

I detta kapitel presenteras den teoretiska referensram som vi har som motpol i vår analys. Litteraturen behandlar ämnen som tillväxtparker, tillväxtföretag, entreprenörskap och riskkapital.

Kapitel 4, Empiri och analys

Här presenteras det empiriska materialet och en analys av detta. Det inskaffade materialet korstabuleras och till sist analyseras resultaten utifrån de teorier som vi använt.

Kapitel 5, Slutsats

Vår studie avslutas med slutsatser utifrån de resultaten som vi fått fram genom vår analys. Här kommer vi besvara vår problemformulering och presentera vägledning inför framtida forskning.

2 Metod

Metodkapitlet är inriktat att påvisa hur vi skall nå fram till vårt uppsatta syfte med uppsatsen. Vi kommer att motivera våra metodval, samt även granska dem kritiskt för att på bästa vis kunna säkerhetsställa att våra resultat är av forskningskaraktär.

2.1 Inledning

Vilken undersökningsmetod som används beror till stor del på insamlingen av data. På grund av uppsatsens tidsbegränsning genomförs en enkätundersökning bland företag som idag befinner sig vid Ideon Innovation, samt de som lämnat den.

2.2 Ansats

För att på bästa sätt uppfylla syftet med vår uppsats väljer vi att använda oss av abduktion. Vi ämnar skapa generaliserbara slutsatser utifrån den empiri och teori som vi använder oss av i uppsatsen. Tidigare forskning och etablerade teorier ställer vi mot det resultat vi får in vid vår empiriinsamling och vi motiverar vårt val av ansatsmetod genom att försöka undvika den kritik som finns vid induktion och deduktion.²² Problematiken med att använda sig enbart av induktion är att om vi endast utgår från empiri är det nödvändigt för oss att ge oss ut i verkligheten helt utan förväntningar eller förutfattade meningar angående resultatet, vilket är nästintill en omöjlighet. Vi avser även att undvika det deduktiva problem som kan uppkomma då vi som forskare har en tendens att endast samla in den information som passar till vårt syfte och förbiser annan information.²³ Vår abduktiva ansats anser vi minimerar de risker som finns för de respektive metoderna.

Uppsatssammanställningen startas inledningsvis med en inläsning av avhandlingar samt generella teorier om Ideon Innovation och inkubatorer i sig. För att utforma den enkätmall som riktas till de berörda företagen vid Ideon Innovation är det viktigt att ha en tillräckligt fast teoretisk grund att stå på. Empiriinsamlingen är sedermera den grund som vår analys bygger

²² Alvesson & Sköldberg (1994)

²³ Jacobsen (2005)

på, vilket gör att det är väsentligt att lägga tyngdvikten vid att vara så pålästa som möjligt för att veta vad som är centralt i undersökningen. Sammantaget visar detta på en blandning mellan deduktion och induktion och förstärker intrycket av abduktion.

2.3 Deskriptivt eller normativt syfte

Vi undersöker i vår uppsats de resultat hos de företag som passerat inkubatorn och huruvida det är en fördel för de nystartade företag som etableras i kuvösen innan intåg i tillväxtfasen. En uppsats tar ett normativt syfte om meningen är att söka förslag på hur man bör göra. Ett deskriptivt syfte antas när det redan finns befintlig information och syftet är att förklara och beskriva.²⁴ Vår uppsats är en beskrivande uppsats då vi presenterar om företagen har etablerat någon tillväxt samt deras egna tankar om samarbetet med Ideon Innovation, därmed har uppsatsen ett deskriptivt syfte.

2.4 Val av undersökningsmetod

2.4.1 Kvantitativ metod

Vi använder oss av en kvantitativ undersökningsmetod. En kvantitativ undersökningsmetod är en mer strukturerad och formaliserad form av undersökning än kvalitativ. Undersökningen är redan färdigstrukturerad i teori- och problemformuleringsfasen. Den kvantitativa analysen är enbart intresserad av innehållet och syftar inte att spegla ett djupare fenomen. Information tas fram på ett sätt som möjliggör generaliseringar.²⁵ Detta passar vår undersökning då vi ämnar utreda de olika företagen inom Ideon Innovation, både de som befinner sig i inkubatorn samt de som idag lämnat den. För att kunna besvara vår frågeställning krävs en generalisering som enbart är möjlig med kvantitativ analys. Fördelen är även att vi kan hålla ett kritiskt avstånd till de företagen som ska undersökas. Vi påverkas inte, som kan ske vid en kvalitativ ansats, av personliga kontakter. Detta tillsammans med den begränsade tidsåtgången gör att val av en kvantitativ ansats motiveras.

²⁴ Artsberg (2005)

²⁵ Holme & Solvang (1997)

2.5 Insamling av data

Det är av stor vikt att vara kritisk till den information som insamlas för att få ett så tillförlitligt resultat som möjligt.

2.5.1 Primärdata

Primärdata är det undersökningen bygger på. Det är den relevanta informationskällan, där man besvarar problemställningen.²⁶ Som tidigare nämnts genomförs en enkätundersökning på samtliga företag som har eller har haft kontakt med Ideon Innovation. Vi väljer en enkätundersökning framför en strukturerad intervju, då det är snabbare att administrera samt att det inte medför någon intervjuareffekt där undersökningens person kan påverkas av intervjuaren. Enkäter är lättare att anpassa efter de anställda på företagen ur den aspekten att de kan genomföra den när de känner att de har tid.²⁷

Vi är dock medvetna om att det finns vissa nackdelar med en enkätundersökning. Ett problem är att det inte är möjligt att hjälpa respondenterna att tolka och förtydliga frågorna.²⁸ Detta problem försöker vi undvika genom att ställa frågorna i enkäterna så att de inte bör missförstås. Den undersökning vi ämnar göra är väldigt konkret och frågorna bör därför inte missuppfattas av företagen.

Den största nackdelen med enkätundersökningar är att det kan bli ett stort bortfall. Det är därför viktigt att vi motiverar syftet med undersökningen för respondenterna. Vi anser det vara viktigt att ha en personlig kontakt med företagen innan själva undersökningen framförs för att presentera syftet. Tillsammans med själva undersökningen finns det även ett introduktionsbrev där alla detaljer ska vara förklarade. Vi är medvetna om att det kan vara känsligt för de nystartade företagen att svara på vilken omsättning och vilken kapitalstruktur de har, vilket kan leda till ytterligare bortfall. Denna form av problematik löser vi genom att enkätundersökningen besvaras anonymt och vi skriver även på ett sekretessdokument i vilket vi försäkrar att dokumenten ska förstöras efter uppsatsens färdigställande. I detta dokument

²⁶ Jacobsen (2005)

²⁷ Bryman & Bell (2005)

²⁸ Ibid

står det även att resultaten ska sammanställas på ett sätt så att det inte går att förknippa respondenten med respektive svar.

För att bygga på den ursprungliga kontakten lämnar vi personligen över enkätfrågorna, samt hämtar dem några dagar senare. För att garantera företagets anonymitet medföljer ett förseglingsbart kuvert i vilket enkätundersökningen kan lämnas i.

2.5.2 Sekundärdata

Sekundärdata är den information som uttolkar primärdata. Det är befintlig information och teorier som redan är framtagen av andra. Informationen används sedan till att bearbeta och understödja vår argumentation av det ställda problemet.²⁹ Det är av stor vikt att vara kritisk även till de sekundära källorna, då de kan vara framtagna till ett annat syfte än vad som avses i denna uppsats.³⁰ Vi är medvetna om detta och har gjort ett noga urval av den sekundärdata som används.

Sekundärdaten som används har en institutionell förankring och kan anses vara tillförlitlig. Största delen av sekundärdata i denna uppsats består av tidigare forskning och avhandlingar om tillväxtföretag och forskningsparker. Det finns en uppsjö av befintlig information ur vilken vi ha gjort en utsällning av. Vi har främst riktat in oss på data av mer finansiell karaktär angående tillväxt. Detta för att hålla oss inom ramarna för uppsatsens avgränsningar.

2.6 Statistisk metodik

För att vi skall kunna nyttja vårt material i forskningssammanhang är det viktigt att använda generella matematiska redskap. Tillväxtuträkningarna har beräknats med hjälp nedanstående formel:

²⁹ Rienecker & Jacobsen (2004)

³⁰ Jacobsen (2005)

$$A_n = A_0(1+g)^n \Leftrightarrow g = (A_n / A_0)^{1/n} - 1$$

g = tillväxtökning

A₀ = antalet anställda år 0

A_n = antalet anställda idag

2.6.1 Hypotesprövning

Hypotesprövning innebär att vi med hjälp av slumpmässiga urval bedömer trovärdigheten i hypotesen. Vid användandet av hypoteser och hypotesprövning formulerar vi en nollhypotes och en mothypotes. Prövningen skall leda till att nollhypotesen antingen förkastas eller accepteras. När hypotesprövning används som utredningssätt uppkommer en risk att nollhypotesen förkastas fast den är sann. Denna risk benämns som signifikansnivå och betecknas med bokstaven α och vanliga värden på denna risk brukar ligga på 5%, 1% och 0,1%.³¹

2.6.2 χ^2 - Tji2- metoden

Denna metod används vid analys av frekvenstabeller och innebär att forskaren jämför de faktiska värdena i en frekvenstabell med dem som förväntas enligt nollhypotesen.³² Alltså bygger denna metod på skillnaden mellan observerade värden och förväntade värden. Ifall skillnaderna skulle bli stora blir även tji2 stort och tvärtom. Vi kommer utifrån denna metod och med hjälp av korstabeller analysera vårt empiriska material och därigenom fastsälla eventuella samband mellan inkubatorföretag och tillväxtföretag. Vi motiverar valet av korstabeller då de är lämpliga för alla datanivåer på variabler. Våra variabler antar endast ett få värden eller indelats i få klasser, vilket gör tji2-metoden lämplig.

$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

O = Observerat värde

E = Förväntat värde

³¹ Körner & Wahlgren (2006)

³² ibid

För att ett tji2-test ska vara möjlig finns ett krav att 20 % av de förväntade värdena inte får understiga 5, samt att inga värden får understiga 1. När dessa krav inte uppfylls finns Fisher exakta test att tillgå. Tji2-test är approximativt och ställer alltså vissa krav på de förväntade frekvensernas storlek.³³ Då vår undersökning har visat sig ha låga frekvenser är Fischers exakta test ett bättre alternativ än Tji2-testet.

2.7 Metodkritik

En undersökning kan mer eller mindre väl fånga verkligheten. Det är många faktorer som är viktiga att tänka på och det är därför av stor vikt att ställa sig kritisk till sin metod av undersökning, samt att med hjälp av den kritiska synen kunna eliminera de fel och misstag som kan uppstå.

2.7.1 Reliabilitet och validitet

Vid empirisk forskning är ett uppdykande problem hur man ska kunna översätta frågeställningar och teori till konkreta mätinstrument. När vi talar om undersökningens validitet menar vi dess förmåga att mäta det vi avser att mäta. Det är ett begrepp som är relevant att lägga stor uppmärksamhet och vikt vid.³⁴ Trots att undersökningsmetoderna är noga genomtänkta går det inte att eliminera risken av missuppfattningar av frågor. För att vår enkätundersökning i största mån inte skall missuppfattas lägger vi stor vikt vid att utforma frågor som är lättförståliga och relevanta för uppsatsens karaktär. För att på bästa vis kunna påvisa så god validitet som möjligt är även undersökningen presenterad för en testgrupp på tre personer som ger oss sitt utlåtande över fördelar och nackdelar med den. Sammantaget gör detta att vi kan använda oss av resultatet på ett forskningsmässigt vis.

En viktig aspekt vid genomförandet av studien är att kontrollera att den är tillförlitlig och trovärdig, det vill säga att reliabiliteten är hög.³⁵ För att vi även skall kunna uppfylla detta krav så väljer vi noga ut och använder oss endast av tillförlitliga källor. Vi vill även hålla en

³³ Körner & Wahlgren (2006)

³⁴ Svenning (2003)

³⁵ Bryman & Bell (2005)

hög reliabilitetsnivå genom att eliminera svarsbortfallet och på detta sätt få en empirisk trovärdig undersökning.

En kritisk punkt i vår undersökning är dock att antalet undersökningsobjekt är begränsat. Eftersom vi valt att analysera en specifik del av forskningsparken som är relativt nyskapad, är varje företag väldigt viktigt för oss. En negativ aspekt är att företag som funnits vid Ideon Innovation i vissa fall är svåridentifierade, vilket beror på att det kontinuerligt sker avknoppningar, namnbyten samt i vissa fall även konkurser. Därför ställs vi inför risken att sammanställa ett resultat som är baserat på relativt få observationer.

2.7.2 Källgranskning

Det finns redan mycket etablerad forskning och studier om innovationsföretag och forskningsparker. I början av uppsatsskrivandet sker en utsällning, det innebär att viss litteratur behandlas, medan annan negligeras. Detta urval av litteratur sker ofta i form av tillfälligheter.³⁶ För att undvika en snedvridning av den valda teoretisk referensram gör vi i början av studien djup inläsning av olika sorters litteratur och på så vis etablerar vi en god insyn i ämnet.

Det mediala intresset för Ideon Innovation har varit stort. Det finns en uppsjö av publicerade artiklar om denna del av forskningsparken. Denna information försöker vi undvika då den till stor del är kommersiell. Vi har istället försökt rikta in oss på institutionella källor, då de i regel är mer tillförlitliga. Den teoretiska referensramen består av sekundärdata av institutionell karaktär, medan den undersökande delen bygger på primärdata genom en enkätundersökning. Det insamlade materialet resulterar sedan i det avslutande kapitlet i mer konkreta slutsatser.

³⁶ Holme & Solvang (1997)

3 Litteratur

Litteraturkapitlet syftar till att presentera redan etablerade teorier och forskningsmaterial, som vi sedan kommer att ställa mot våra resultat. Vi visar vad vi anser är centralt för vår uppsats och definierar för er läsare teorier så att ni kan följa våra tankegångar i den påföljande analysen.

3.1 Inledning

Denna studie kommer framförallt att beröra områden kring forskningsparker, inkubatorer och nystartade innovationsföretag. Vi kommer att utreda begreppet tillväxt inom dessa områden. Alltså tillväxt kring företag som befinner sig i en inkubator och företag som lämnat den.

Vi måste i detta kapitel reda ut hur tillväxt uppstår, alltså vilka faktorer som påverkar ett företags tillväxt, både positivt och negativt.

3.2 Forskningsparker

Forskningsparker är ett fenomen som vuxit sig starkt i västvärlden. Parkerna är främst inriktade mot högteknologisk forskning och utvecklig och samlar företag med liknande verksamhet på ett område. Den geografiska närheten mellan dem skall medföra att utvecklingen går snabbare då innovatörerna kan dra nytta av varandra. Företag som har mindre än 100 anställda räknas som småföretag och utgör idag 99,8% av alla företag i Sverige. För företag som är aktiva inom forskningsparker ligger medeltalet för antal anställda på 6-7 personer. Genom att samla småföretagen inom högteknologisk forskning på ett gemensamt område så vill forskningsparken upprätthålla skalfördelar för de enskilda företagen. Anledningen till att det är just dessa företag som idag ofta är placerade i forskningsparker runt om i landet kan härröras till främst tre faktorer; resurser, nätverk och image.³⁷

³⁷ Lindelöf (2002)

3.2.1 Resurser

Företag inom högteknologisk forskning riskerar att uppleva större svårigheter att knyta till sig resurser som är nödvändiga för utvecklingen. De har svårare att visa upp en produkt jämfört med andra företag inom mer kommersiell verksamhet vilket innebär att det blir svårare för investerare eller leverantörer att bedöma företagets tillförlitlighet. Forskningsparken skall då försöka kompensera denna resursbrist genom att erbjuda företaget möjligheter som underlättar innovatörens arbete. Genom att utnyttja det redan etablerade kontaktnätet behöver inte det högteknologiska företaget lägga ner all sin kraft på att knyta till sig nya resurser. Det ska nämnas att begreppet resurser främst åsyftar lokaler, personal och kapital.³⁸

3.2.2 Nätverk

För att forskningsparken skall kunna hjälpa företagen att minska resursproblemen är en viktig del av arbetet att upprätta ett nätverk mellan företagen inom forskningsparken. Genom att det högteknologiska företaget sammanstrålar med andra i en liknande situation, med liknande problem, kan de dra nytta av andras erfarenheter och kontaktnät. Forskningsparken strävar efter att kunna skapa synergieffekter, resurser och kompetensöverföring mellan företagen.³⁹

Forskningsparker arbetar med nätverksuppbyggnad både internt och externt. Internt inom forskningsparken utvecklas nätverk mellan företagen i sig för att synergieffekter skall kunna skapas och på så vis stärka forskningsparken som helhet. Externt profilerar sig forskningsparken som ett incitament för stark tillväxt och är lokaliserade i närheten av högre läroverk. Nätverksskapandet mellan den akademiska miljön och arbetslivet syftar till att locka till sig nytexaminerade studenter som genom nytänkande kan medföra innovation till forskningsparken. Den geografiska närheten till lärosätena skapar en mer informell kontakt mellan studenterna och företagen vilket medför att studenterna tidigare ingår i forskningsparkens nätverk. Att kontakten upprättas vid ett tidigt stadium är positivt för både företagen och studenterna då möjligheterna för framtida samarbeten skapas.⁴⁰ I Peter Lindelöfs avhandling presenteras forskning som påvisar att företag inom en forskningspark

³⁸ Lindelöf (2002)

³⁹ ibid

⁴⁰ Lindelöf (2002)

som samarbetar med universitet och högskolor kan uppvisa en större förmåga att överleva, har en snabbare innovationshastighet, snabbare försäljningstillväxt och högre grad av export.

3.2.3 Image

Genom att ingå i en forskningspark kommer företaget att erhålla den image som forskningsparken står för. De svårigheter som finns hos nystartade företag vid resursanskaffning minskar om företaget kan visa upp att de blivit utvalda att få ingå i en forskningspark. Forskningsparken framstår utåt som en stor framgångsrik organisation med väletablerade företag som tillsammans skapar en legitimitet för alla företagen inom forskningsparken. Legitimiteten medför att företaget kan knyta till sig nya leverantörer och kunder som tidigare inte var insatta i företagets verksamhet, men som hyser tillförlit till forskningsparken.⁴¹

3.3 Snabbväxande tillväxtföretag

Förklaringarna till att vissa företag har en snabbare tillväxt än andra kan vara många. Vissa söker svaren på företagsnivå gällande organisationens finansiella resurser, tillgångar och lönsamhet. Andra söker förklaringar externt såsom branschens tillväxt i sig samt i regler och regleringar som försvårar eller underlättar tillväxten.⁴²

Det finns olika sätt för företag att växa. Det är möjligt att bredda kundbasen och/eller uppdatera produkterna samt inta nya geografiska marknader. För att vara ett lyckat företag är man tvungen att vara flexibel och innovativ i en dynamisk miljö för att kunna ta till sig nya teknologier och att kunna möta den nya efterfrågan från kunder.⁴³

⁴¹ ibid

⁴² Wiklund (1998)

⁴³ Davidsson et al (2001)

Henrik Barth har i sin avhandling *Tillväxthinder i mindre företag* utformat en modell som gör en distinktion mellan de olika hinder för tillväxt som kan uppstå för ett innovationsföretag. Han delar upp hindren i materiella/immateriella samt i interna/externa.

Tillväxthindrets karaktär		
	Materiella hinder - Immateriella hinder	
Interna hinder	Brist på rutiner och metoder, t.ex.. kontrollsystem för lager och kostnader	Ovilja hos företagaren att expandera, brist på kompetenta medarbetare, bristande ledningsförmåga etc.
Externa hinder	Brist på externt riskkapital, bristande infrastruktur, ogynnsam regelsystem etc.	Negativ uppfattning om företagande, tendens att söka "trygga" jobb etc

Modell 1.

44

En viktig aspekt för snabbväxande företag är att det har en positiv attityd till tillväxt. Har de som mål att växa kommer det vara lättare för företaget att växa. Detta för att tillväxten i sig gör det möjligt för företag att möjliggöra andra mål.⁴⁵ Psykologiska faktorer har visat sig spela en stor roll då det visat sig att individuella skillnader har en stor betydelse gällande huruvida ett företag uppnår en snabbare tillväxt än andra.⁴⁶

Småföretag har en större spridning i ägarstrukturen, de är mer beroende av mindre privata investerare, så kallade "business angels" än av stora riskkapitalbolag. Studier visar att de företagen med snabbast tillväxt någon gång under de första tre åren bytt ägarstruktur. Att de ofta tar in privata investerare istället för stora riskkapitalbolag beror på att de inte kan motivera att företaget är i behov av en så stor summa som de stora bolagen ofta bidrar med. Riskkapitalister investerar ofta i redan etablerade företag och går då in med stora summor. En vanlig aspekt för mindre företag är svårigheten att anskaffa kapital i uppstartningskedet. De

⁴⁴ ibid

⁴⁵ Wiklund (1998)

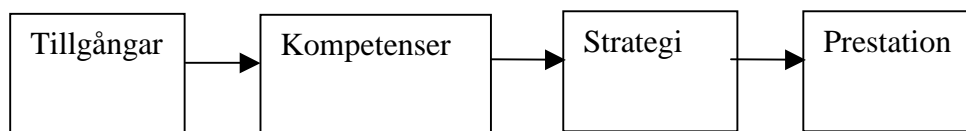
⁴⁶ Davidson et al (2001)

har begränsad tillgång till lån samt att många ovilligt tar in nya aktieägare eller ägare då de mister kontrollen av företaget ⁴⁷

3.3.1 Fyra perspektiv på tillväxt i ett litet företag

Tidigare forskning visar fyra teoretiska perspektiv. Dessa olika perspektiv sätts i förhållande till prestation som i sin tur leder till tillväxt.

- Det resursbaserade perspektivet



48

Modell 2.

I detta perspektiv väljer ledningen en strategi som är bäst anpassad efter företagets tillgångar och kompetenser. Hofer & Schendel delar upp företagets resurser i sex olika huvudkategorier: Finansiella, teknologiska, fysiska, organisatoriska samt humankapital och rykte. Vi kommer främst att behandla de finansiella samt de organisatoriska resurserna.

- Livscykelperspektivet

I ett företags livscykel finns olika stadier. En övergång från ett stadium till ett annat leder ofta till en kris i företaget. Dessa kriser i övergångarna leder till att tillväxten får ett trappliknande utseende. Detta perspektiv är annorlunda än de resterande perspektiven, ty det inriktar sig mer på vad tillväxt bidrar med till ett företag. ⁴⁹

- Det strategianpassade perspektivet

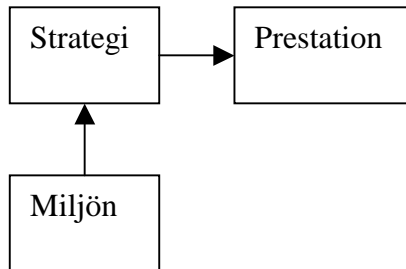
Det är ett måste för företaget att anpassa sin strategi efter sin omgivning. Man kan dra paralleller till biologin, såsom en organism reagerar på stimuli reagerar även organisationen

⁴⁷ Wiklund (1998)

⁴⁸ ibid sid 25

⁴⁹ Davidson et al (2001)

på stimulus i miljön och anpassar sin strategi efter denna. Strategianpassningsperspektivet visar hur prestation förhåller sig till företagets miljö.

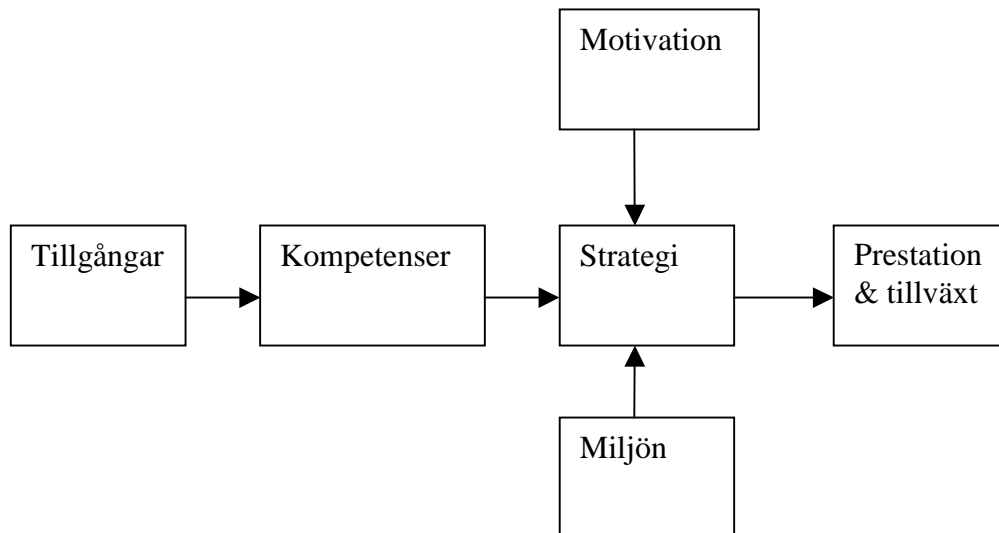


50

Modell 3

- Motivationsperspektivet

I psykologiteorier nämns motivation som en av huvudfaktorerna till att ett företag presterar. Motivation kan inte visas som en ensam faktor till prestation, utan ska tillsammans med andra faktorer bidra till att tillväxtföretag skapas. Detta perspektiv vänder sig mer till individen. Tre av dessa perspektiv går att integrera i en modell. Livscykelperspektivet är som tidigare nämnts mer för att visa vad tillväxt betyder för ett företag.



51

Modell 4.

⁵⁰ Wiklund (1998) sid 36

⁵¹ ibid sid 51

3.3.2 Företagsegenskaper hos tillväxtföretag

Davidsson och Delmar visar i sin avhandling *Tillväxtföretag i Sverige: förekomst och utvecklings mönster* vilka karaktäristiska kännetecken majoriteten av tillväxtföretag besitter. Tillväxtföretagen i Sverige är överrepresenterade av unga företag. En klar majoritet av de snabbväxande företagen är under en ålder av 10 år. Fallet är dock inte att små företag växer snabbare än stora. Det gäller här att ha i åtanke att stora företag har större möjligheter att växa genom förvärv på ett sätt som mindre företag inte har möjlighet till. De mindre företagen bidrar dock till en förnyelse av utbudet och skapar på detta sätt genuint ny sysselsättning, medan större företag har möjlighet att köpa upp en redan existerande verksamhet och skapar på detta sätt inte någon ny sysselsättning.⁵²

3.4 Kapitalanskaffning

Det finns olika typer av finansiärer som bistår med olika typer av kapital. Banker erbjuder endast krediter medan statliga inrättningar bistår med bidrag. En ytterligare finansiär är riskkapitalbolag som nästan uteslutande investerar med eget kapital.⁵³

3.4.1 Agent- och principal teorin leder till informationsasymmetri

Utifrån agentteorin karaktäriseras relationen mellan företag och riskkapitalbolag av informationsasymmetrin vilket kan leda till att den positiva utvecklingen inom ett företag begränsas. Detta genom att bra projekt kan bli utan finansiering och sämre projekt kan få finansiering vilket kan inträffa då informationsflödet kring projektet och insikten i projektets potential är begränsad till den ena sidan.⁵⁴

3.4.2 Det ekonomiska gapet

Det ekonomiska gapet som kan uppstå mellan finansiär och företag kan antingen vara utbudsbetingat eller efterfrågebetingat.

⁵² Davidson et al (2001)

⁵³ Landström (2003)

⁵⁴ ibid

Det utbudsbetingade gapet uppkommer eftersom företagaren har större inblick i sitt eget företagande såväl som potentialen kring sitt företag och sin produkt. Detta kan resultera i att den potentiella finansiären tycker att risken blir för stor.⁵⁵

Efterfrågebetingat finansiellt gap uppstår när företagaren har otillräcklig information om de finansieringsalternativ som erhålls samt när grundaren inom ett mindre företag utesluter externt kapital. Detta kan vara en följd av rädslan att förlora kontrollen om sitt företag.

Det finns en stor generell risk vid investering i småföretag. Då denna risk kan vara över den nivå finansiären är beredd att ta kan detta leda till att många finansiärer skräms bort. Detta är anledningen till att många av dessa små nystartade företag läggs ner eller går i konkurs efter problem med kapitalanskaffning.⁵⁶

3.4.3 Riskkapital

Ju mindre och nyare ett företag är, desto sämre möjligheter har externa finansiärer att bedöma de föreslagna projektens livskraft och lönsamhet. Detta medför att ett stort antal kreditgivare och finansiärer inte vågar satsa kapital i exempelvis ett nystartat innovationsföretag. Därför är det viktigt för en entreprenör att i företagets startskede få god kontakt med en extern finansiär och inleda ett samarbete.⁵⁷

Många företag som är kopplade till forskningsparker har i startskedet mycket stor kompetens kring teknologin bakom sin produkt. För att lyckas med kommersialiseringen av sin idé krävs kompetens även kring ytterligare områden. Det är viktigt att företaget skapar de marknadsmässiga och finansiella relationer som behövs. Om dessa uteblir finns det stor risk att företaget misslyckas med sina tillväxtmål.⁵⁸

Av de olika externa finansieringsalternativ som erbjuds på marknaden är riskkapital mycket intressant för nystartade innovationsföretag. Detta eftersom riskkapitalbolagen mot ett

⁵⁵ Landström (2003)

⁵⁶ ibid

⁵⁷ Davidson et al (2001)

⁵⁸ Landström (2003)

avkastningskrav tillhandahåller inte bara finansiering utan även kompetens och kontaktförmedling. Det finns flera olika anledningar till varför entreprenörer väljer en riskkapitalist som samarbetspartner, både monetära och icke-monetära. Studier indikerar på att de mest väsentliga anledningarna är kapitalanskaffning samt att nyttja riskkapitalisternas kunskaper kring affärs- och produktutveckling.⁵⁹

Enligt H. Landström kan tillförsel av ytterligare värde än monetära vara en konkurrensfördel gentemot andra finansieringsalternativ. Skulle inte detta värde uppfyllas kan detta samarbete dock bli mycket kostsamt, då det är ett tidsbegränsad finansieringsalternativ med avkastningskrav från riskkapitalisten.

Vi får dock inte bortse från att många småföretag i ”startup-fasen” klarar sig med en begränsad bankkredit.⁶⁰

⁵⁹ ibid

⁶⁰ Landström (2003)

4. Empiri och analys

I detta kapitel kommer vi att förmedla de resultat som vi har sammanställt utav de undersökningar som vi har genomfört. Resultatet kommer även att sammankopplas med den teoretiska referensram som vi definierade i det föregående kapitlet. Vi kommer att presentera analysen i form av löpande text, diagram samt tabeller för att det skall bli så lättöverskådligt som möjligt.

4.1 Inledning

Som tidigare nämnts delades det ut en enkät till samtliga företag på Ideon Innovation. Vi fick totalt in 11 stycken svar från aktiva inkubatorföretag och 13 stycken svar från företag som lämnat inkubatorn vilket kommer att vara undersökningens underlag. En enkät har vi inte kunnat använda i vår tillväxtsberäkning då antalet anställda inte uppvisats men den är med i resterande sammanställningar. När vi har sökt samband genom korstabulering har vi endast kunnat använda oss av 5 enkäter från nuvarande inkubatorföretag då den tillväxtformel vi har använt oss av endast fungerar på dessa, övriga företag har angett noll anställda under verksamhetens första år.

Vi börjar med att lägga fram en generell presentation av den urvalsgrupp vi använt oss av, för att sedan analysera det empiriska material vi samlat in. I samtliga tester har en 5 % signifikansnivå använts.

4.2 Företagspresentation

För att ni som läsare lättast skall få en överblick över hur företagsspridningen vid Ideon Innovation ser ut presenteras i början av detta kapitel uppdelningen i olika branscher samt när företagen startades. Anledningen till att vi inte kopplar branscherna närmare till vår analys är för att det då skulle strida mot vårt sekretesslöfte mot företagen. Eftersom vårt analysområde är av en begränsad art så hade det varit lätt för en person som är insatt i ämnet att urskilja vilket företag som svarat på vad.

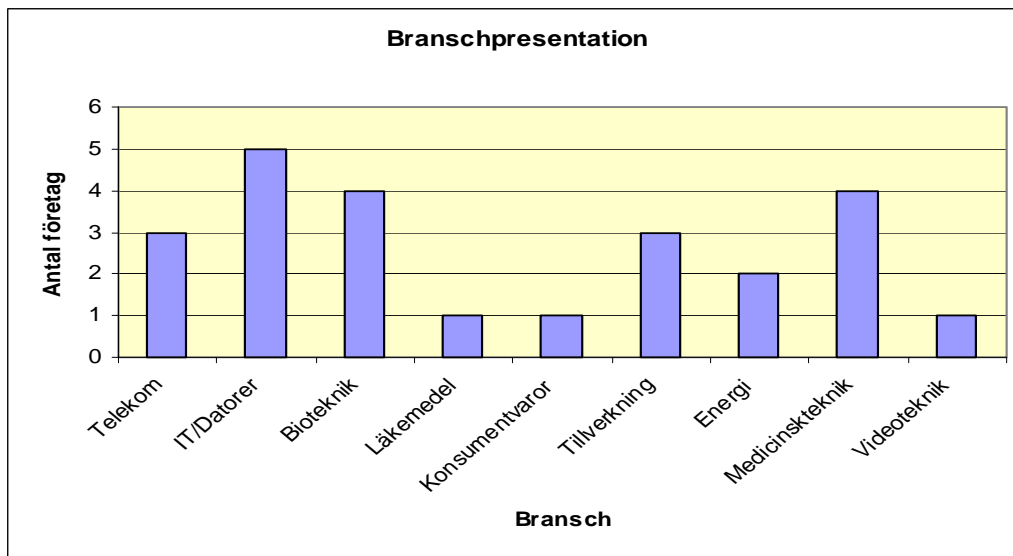


Diagram 1.

Branschuppdelningen ligger i linje med de förväntningar vi hade vid enkätutformningen, det vill säga att alla företagen är inriktade på högteknologisk forskning, vilket är normen för inkubatorer.

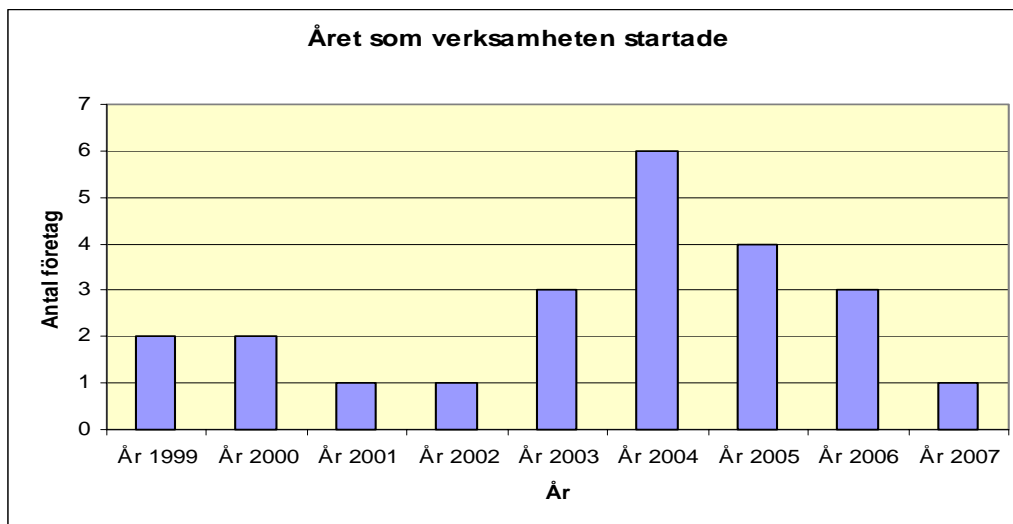


Diagram 2.

Denna sammanställning är endast gjord på 23 av företagen, då ett av företagen valde att inte besvara frågan om vilket år verksamheten startades. Att 2004 var det år då flest företag startades är ingen tillfällighet då det även är det år som själva Ideon Innovation startades. De

företag som startades tidigare än år 2004 hade innan de antogs av inkubatorn antingen en plats vid Innovations föregångare Växthuset, eller blev utvalda eftersom de ansågs vara lovande tillväxtföretag. Generellt kan vi dock konstatera att merparten av företagen ligger i den absoluta initialfasen av livscykeln. Vår undersökning rör sig därmed om unga företag.

4.3 Tillväxt

Samtliga företag i undersökningen		
Anställda år 0:		27
Anställda idag		114,85
Företagens Medelålder		3,26
Medeltillväxt:		0,559097895

Tabell 1.

En total analys av samtliga företag påvisar en kraftig tillväxt på ungefär 56 %. Det är en siffra som ligger långt över den gräns som vi definierar som tillväxtföretag på 25 % och visar att inkubatorn bidrar till ökad sysselsättning. I och med att företagen som lämnat inkubatorn stannar i närheten av Lund bidrar den alltså till ökad sysselsättning inom Öresundsregionen, vilket är ett av Inkubatorns huvudsyfte. Tillväxten för de flesta företagen ligger på cirka 30 %, anledningen till att talet vid sammanslagningen är markant högre är att det finns ett fåtal företag med tillväxt på långt över 100 %.

Utflyttade företag:		
Anställda år 0:		20
Anställda idag:		89
Företagens Medelålder:		4,67
Medeltillväxt:		0,376686711

Tabell 2.

Tillväxten av de företag som idag har lämnat Innovation har en medeltillväxt på ungefär 38 %. Vilket även detta är betydligt högre än gränsen för tillväxtföretag. Vi kan alltså konstatera

att det inom Ideon Innovation finns tillväxtföretag och att detta resulterar i en ökad sysselsättning. Vi kommer senare att analysera till vilken grad detta beror på inkubatorn.

Inga av de undersökta objekten har varit verksamma över 10 år, de kategoriseras alltså som unga företag. Detta bör läsaren ha i åtanke när man studerar det höga antalet tillväxtföretag i undersökningen. Innovation är till för små, nystartade innovationsföretag, vilket kan leda till att siffrorna är lite i överkant.

Medelantalet anställda på samtliga objekt i undersökningen är 5 per företag. Detta är färre än vad det i regel brukar vara i forskningsparker som har en generell siffra på 6- 7 stycken. Detta kan förklaras av att det inom forskningsparker inte endast finns nystartade företag, vilket gäller generellt för inkubatorer. Resultatet hade sett betydligt annorlunda ut om undersökningen hade inkluderat samtliga företag inom Ideon Sciencepark.

Nedan visar vi uppdelningen av de undersökta företagen i tre olika företagstyper.

Företagstyp 1 är de företag som lämnat inkubatorn och startade sin verksamhet innan 2004, företagstyp 2 är de företag som har startat sin verksamhet efter 2004 och sist har vi de företag som befinner sig på Ideon Innovation idag. Att vi valt 2004 som ett avgränsningsår, beror helt enkelt på att det var startåret för vårt undersökningsobjekt, Ideon Innovation.

Tillväxtföretag eller inte uppdelat i typ 1 (innan 2004) och typ 2 (2004 eller senare) och typ 3(företag inom inkubatorn)

	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Totalt
Ej tillväxtföretag	4st (57,2%)	2st (40%)	0st (0%)	6st (35,3%)
Tillväxtföretag	3st (42,8%)	3st (60%)	5st (100%)	11st (64,7%)
Totalt	7st (41,8%)	5st (29,4%)	5st (29,4%)	17st

Tabell 3.

Genom att fråga de undersökta objekten om antalet heltidsanställda det år när verksamheten startade samt hur många heltidsanställda som finns idag har tillväxten kunnats beräknas. De företag som har 0 anställda det första året har vi helt enkelt räknat från det år när företaget anställde sin första personal. Sammanställningen är gjord med samtliga objekt i studien och anger frekvenser i både absoluta tal samt i procent.

Sammanställningen visar att samtliga företag som idag befinner sig inom inkubatorn är tillväxtföretag. Antalet anställda har haft en utveckling på över 25 % i samtliga typ 3 företagen. Tiden efter inkubator följs av en svårare tid för företagen. Typ 1 företag, vilka har funnits längst tid, har högst andel företag som inte klassificeras som tillväxtföretag. Vår studie pekar alltså att ju längre tid från inkubatorn, desto svårare är det för företagen att hålla uppe den höga tillväxten.

4.4 Kapitalanskaffning

I denna sammanställning har vi behållit samma uppdelning av företag som innan, det vill säga i typ 1, 2 och 3. Undersökningen visar att det är fler företag som idag befinner sig inom inkubatorn som har fått kontakt med finansiären genom Ideon Innovation. Detta skulle kunna bero på en förbättring från Ideons sida.

Kontakten med finansiärer har uppkommit genom Ideon eller på annat sätt.

	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Totalt
Via Ideon	1st (14,3%)	1st (20%)	2st (40%)	4st
Ej via Ideon	6st (85,7%)	4st (80%)	3st (60%)	13st
Totalt	7st (41,8%)	5st (29,4%)	5st (29,4%)	17st

Tabell 4.

Sammantaget har 4 företag av 17 fått direkt hjälp med finansiering genom Ideon Innovation, vilket kan tyckas vara lite med tanke på att detta är en aspekt som inkubatorn åtar sig att hjälpa företagen med. Det är visserligen sant som Ideons VD Hans Möller säger att alla företag inte är i behov av riskkapital, men som vi kan utläsa i diagram 3 så använder sig hela 80 % av företagen av denna finansieringsform. Ytterligare koppling kan senare göras till Ideon Innovations hemsida, där det går att utläsa att inkubatorn aktivt anordnar sammankomster mellan riskkapitalister och nystartade företag. Med facit i hand kan vi konstatera att dessa sammankomster inte fungerar på det sätt som ursprungligen var tänkt. Finansiärerna i sin tur är företag och riskkapitalister som varit aktiva samarbetspartners på

Ideon vid tidigare tillfällen. Meningen är att företagen på ett enklare sätt skall kunna knyta till sig viktiga kontakter i form utav finansiärer.

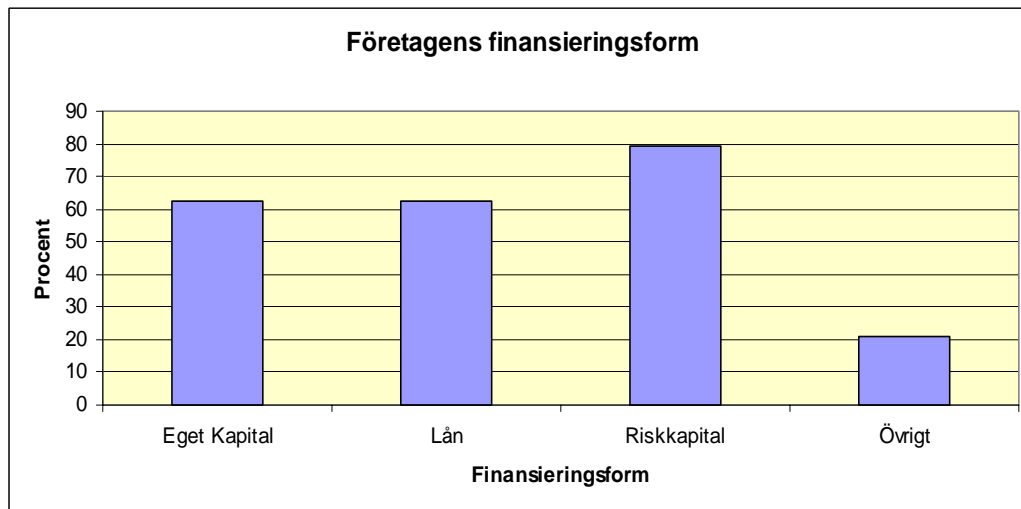


Diagram 3.

Mer än ett val kunde väljas då det är vanligt att företagen använder sig av mer än en finansieringsform.

Även om sammankomsterna mellan företagen och finansiärerna möjligen inte fungerar på ett sådant sätt som vore optimalt så ser ändå företagen kapitalanskaffning som en viktig faktor vid tiden hos inkubatorn. Kapitalanskaffningen är nära kopplad till det varumärke som Ideon står för, vilket i sin tur leder till att företaget applicerar denna image som sitt eget varumärke. Varumärket hjälper företagen att skapa den trovärdighet som finansiärerna söker för att ta ett investeringsbeslut. Indirekt går det därför att dra parallellen att Ideon hjälper företagen med kapitalanskaffning utan att de aktivt gjort det.

4.4.1 Samband mellan tillväxt och kapitalanskaffning

För att kontrollera om det verkligen finns ett samband mellan kapitalanskaffning genom Ideon Innovation och tillväxtföretag ställs nedan en korstabell upp. För att genom korstabeller visa ett samband används ett tji2 - test enligt följande formel:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

Detta värde ställs mot ett kritiskt värde vilket senare antingen förkastar eller accepterar nollhypotesen (H_0).

H_0 : Det finns inget samband mellan kapitalanskaffning via Ideon Innovation och tillväxtföretag.

			Kapitalanskaffning		
			Kontakt med finansiär via Ideon	Kontakt med finansiär har uppkommit på annat sätt	Total
Tillväxt	Tillväxtföretag, har en utveckling av antalet anställda över 25%	Observerat värde	3	8	11
		Förväntat värde	1,9	9,1	11,0
Ej tillväxtföretag, med en utveckling av antalet anställda under 25%	Observerat värde	0	6	6	
	Förväntat värde	1,1	4,9	6,0	
Total	Observerat värde	3	14	17	
	Förväntat värde	3,0	14,0	17,0	

Tabell 5.

Vi har utfört alla våra beräkningar i SPSS och vi kommer fram till ett värde på 2,12 efter beräkningar utifrån tji2-metoden. Frihetsgraderna i ovanstående tabell beräknas enligt följande $(\text{kolumnantalet} - 1) * (\text{radantalet} - 1)$ till 3. Genom att använda dessa frihetsgrader samt signifikansnivån 5 % kan vi presentera följande resultat: Tabellen får värdet 2,12 vilket understiger det kritiska värdet på 7,82. Vi kommer alltså att acceptera H_0 , och kan inte påvisa att det finns ett samband mellan kapitalanskaffning via Ideon Innovation och tillväxtföretag. Detta test kan dock inte läggas alltför stor vikt vid, då tre av sammanlagt fyra förväntade frekvenserna understiger 5, vilket då inte uppfyller 20 % regeln som är ett krav vid ett tji2 - test.

	Värde	Frihetsgrader	Asymp. Sig. (2- sidigt)	Exakt Sig. (2-sidigt)	Exakt Sig. (1-sidigt)
Fishers exakta test				0,515	0,243

Tabell 6.

Vi använder oss därför av Fishers exakta test, ett test utvecklat för att komplettera Tji2-testet då frekvenserna är för små och de förväntade värdena blir för låga. Nollhypotesen förkastas då p-värdet i Fishers test ligger under 0,05. I vår undersökning har vi fått ett p-värde på 0,515 vilket leder till att nollhypotesen (H_0) inte kan förkastas.

Vi kan följaktligen inte påvisa något samband mellan kapitalanskaffning och tillväxt hos företagen.

4.5 Attityd till Ideon Innovation

En positiv attityd till tillväxt underlättar för företag att bli snabbväxande. Majoriteten av företagen har som mål och förhoppning att öka sin omsättning, vilket är ett alternativt mått på tillväxt än vad vi valt att använda oss av. Detta är ett av kriterierna som Teknopol har när de väljer in företag som får vara en del av inkubatorn. Av undersökningens 11 företag som nu befinner sig inom Innovation har 8 stycken förhoppningar att få en omsättningsökning med över 60 %. De resterande är förmodligen inte negativt inställda till tillväxt, men som utvecklingsbolag vet de att det inte är realistisk att få en omsättning de första verksamma åren. Enligt Hans Möller tar det cirka 8 år för nystartade innovationsföretag att bli lönsamma, vilket förstärker tankarna kring en restriktiv omsättningsökning.

Samtliga företag skulle genomföra sin affärsidé, även om de inte blivit antagna av Ideon Innovation. Huruvida detta hade varit möjligt utan hjälp i uppstartningsskedet är omöjligt att säga.

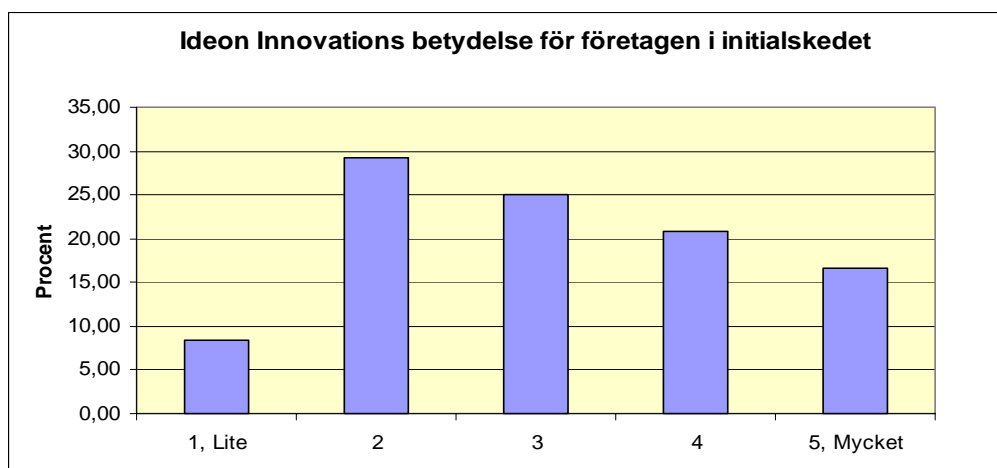


Diagram 4.

En intressant aspekt av denna sammanställning som är gjord på alla Innovationsföretag är att ca 35 % av de tillfrågade företagen anser att Ideon Innovation inte var påtagligt betydelsefulla för dem i initialskedet. För en inkubator som Ideon Innovation som är inriktad på att underlätta uppstartningsfasen hos företagen är detta siffror som är viktiga att ta till sig. Initialskedet hos företagen är den fas som inkubatorn är inriktad mot, och det som själva verksamheten bygger på. Ideon Innovation har som vi tidigare fastställt som målsättning ”att bli Europas bästa inkubator och därigenom fungera som en förebild för andra, att årligen generera livskraftiga tillväxtföretag”⁶¹. För att de skall kunna uppfylla detta mål är det väldigt centralt att lyssna på vad de företag som har beträtt inkubatorn har för feedback. Idag sker det en uppföljning av alla inkubatorföretag när det gäller omsättning, antalet anställda och tillgången till riskkapital. Denna uppföljning borde även syfta till hur samarbetet kan fördjupas och förenkla den viktiga uppstartningsfasen för företagen.

⁶¹ <http://www.ideoninnovation.se/?page=om> 070523

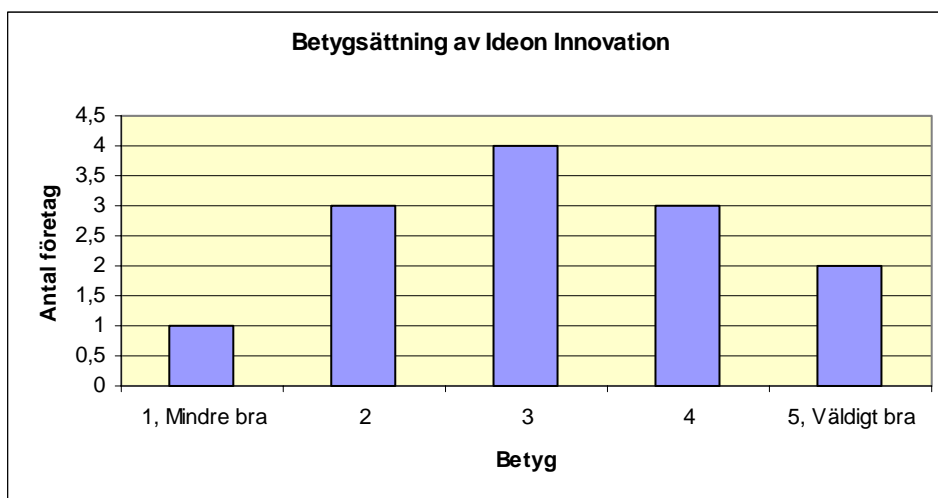


Diagram 5.

Vi bad de företag som passerat inkubatorn, men som idag står på egna ben, utvärdera sitt samarbete med Ideon Innovation. Sammanställningen av resultatet visade på en normalfördelning från betygsintervalllets medelvärde, men det intressanta var de tankar och kommentarer som företagen själva lämnade. Ett företag som gav Ideon Innovation högsta möjliga betyg i undersökningen hade även önsknings på att inkubatorn borde *”öka stödet från stödföretagen i form av aktivt deltagande”*. De mest intressanta synpunkterna är dock att 15 % av företagen ville ha ökad exponering mot riskkapital. Ett av de studerade företagen uttrycker sig; *”Företagen vill ha subventionerad hjälp såsom bokföring, jurister, kapitalanskaffningstjänster, patent. Där hjälper Ideon aldrig till utan alla tjänster måste köpas på egen hand till marknadspris, vilket är kostsamt för ett nystartat företag.”* Frågan som vi här ställer oss, och som vi anser att även Ideon Innovation borde ställa sig är: Hur kan Ideon Innovation på ett bättre sätt använda den årliga kapitaltillförseln, så att den är mer anpassad till de aspekter som företagen söker? Det finns dessvärre inget självklart svar på denna fråga, men genom en öppen dialog med företagen kan incitament skapas för ett starkare samarbete.

Det finns en märkbart positiv arbetsmiljö vid Ideon Innovation, vilket även är något som vi har reflekterat över. Vi har under uppsatsens sammanställning besökt Ideon Innovation många gånger och har alltid mötts av öppna dörrar och en positiv attityd hos de aktiva företagen. Företagen innehar ett gott samarbete sinsemellan och det finns goda möjligheter för företagen att få andra företag i liknande situation att reflektera över de tankar och idéer som de har.

Samtidigt har vi också kommit i kontakt med en annan sida utav Ideon, där företagen har tagit sig an oss med en viss misstänksamhet och en sluten miljö i form av låsta korridorer. De företagen som lämnat Innovation, men som samtidigt etablerat verksamheten inom forskningsparken befinner sig nu bakom lykta dörrar vilket skapar en viss distans mellan företagen. Den fysiska närheten mellan företagen är den samma, men den personliga kontakten och möjligheten till nya nätverk är försvårad.

Nya paralleller går att dra till det vi tidigare presenterade att tillväxten konstant minskar hos företagen efter att de lämnar Ideon Innovation och bedriver sin verksamhet på egen hand. Det vi kan utläsa är att tillväxten följer samma negativa linje som nätverken gör. Kan det vara så att det går att fastställa att det finns ett samband mellan minskad tillväxt och minskad nätverksetablering?

De företagen som vi har analyserat befinner sig i två olika faser, vi har valt att benämna dem som uppstartningsfasen, det vill säga de företag som befinner sig på Ideon Innovation och tillväxtfasen, de som lämnat Ideon Innovation. Genom en återkoppling till livscykelperspektiven som vi förmedlade i litteraturkapitlet kan vi dra parallellen att företagen genomgår en kris vid intåget till nästkommande fas. Hur företagen i sig påverkas beror på hur stort det nätverket som de etablerat vid tiden på Ideon Innovation är, samt hur flexibla och anpassningsbara de är till nya situationer och utmaningar. Merparten av företagen klarar sig igenom krisen men i vissa fall har det dock visat sig att företagen tvingats i konkurs. Det vi kan konstatera är i alla fall att företagen som lämnar inkubatorns trygga miljö möts av ett tuffare klimat i tillväxtfasen.

4.5.1 Samband mellan attityd och tillväxt

Denna sammanställning visar samma uppdelning av tillväxtföretag och icke tillväxtföretag, som tidigare korstabell.

			Ideon innovations betydelse i initialskedet					
			1 Lite	2	3	4	5 Mycket	Totalt
Tillväxt	Tillväxtföretag, har en utveckling av antalet anställda över 25%	Observerat värde	1	2	4	1	3	11
		Förväntat värde	,6	3,9	3,2	,6	2,6	11,0
	Ej tillväxtföretag, med en utveckling av antalet anställda under 25%	Observerat värde	0	4	1	0	1	6
		Förväntat värde	,4	2,1	1,8	,4	1,4	6,0
Totalt		Observerat värde	1	6	5	1	4	17
		Förväntat värde	1,0	6,0	5,0	1,0	4,0	17,0

Tabell 7.

Det är svårt att urskilja ett samband ur denna tabell, på grund av de 5 olika klasserna i betygssättningen. Med anledning av detta samt att även denna tabell inte uppfyller kravet för 20% regeln har vi gjort en uppdelning av betygssättningen, där betyg 1 och 2 blir negativt betyg och resterande blir ett positiv betyg.

			Ideon innovations betydelse i initialskedet		Total
			Negativ	Positiv	Negativ
Tillväxt	Tillväxtföretag, har en utveckling av antalet anställda över 25%	Observerat värde	3	8	11
		Förväntat värde	4,5	6,5	11,0
	Ej tillväxtföretag, med en utveckling av antalet anställda under 25%	Observerat värde	4	2	6
		Förväntat värde	2,5	3,5	6,0
Total		Observerat värde	7	10	17
		Förväntat värde	7,0	10,0	17,0

Tabell 8.

Även denna tabell faller då 20%-gränsen inte uppfylls, därför har vi återigen använt oss av Fishers exakta test.

	Värde	Frihetsgrader	Asymp. Sig. (2-sidigt)	Exakt Sig. (2-sidigt)	Exakt Sig. (1-sidigt)
Fishers exakta test				0,162	0,145

Tabell 9.

Vi kan efter detta Fisher exakta test utläsa ett p-värde på 0,162, vilket är högre än 0,05. Fisher-testet är endast möjligt att genomföra efter att ha minskat antalet celler till 2*2 alternativ. Vi accepterar nollhypotesen och kan inte påvisa något samband mellan Ideon Innovations betydelse i initialskedet och företagens tillväxt.

Det är inte som vi förväntade oss att de företagen med god tillväxt är positiva och de med lägre tillväxt är negativa. Resultatet kan bero på många faktorer. Det kan ifrågasättas om Ideon Innovation gör någon skillnad, eller om det har gått för kort tid för företagen att kunna betygsätta på ett korrekt sätt.

4.6 Resurser

Vi fastslog tidigare att de var fem företag som anskaffat kapital genom Ideons hjälp, något som vi nu kopplar till följande diagram där nio företag statuerat att de ansåg kapitalanskaffning som en viktig faktor. Detta påvisar det faktum som vi nämnde innan att varumärket Ideon underlättar kapitalanskaffningen för företagen.

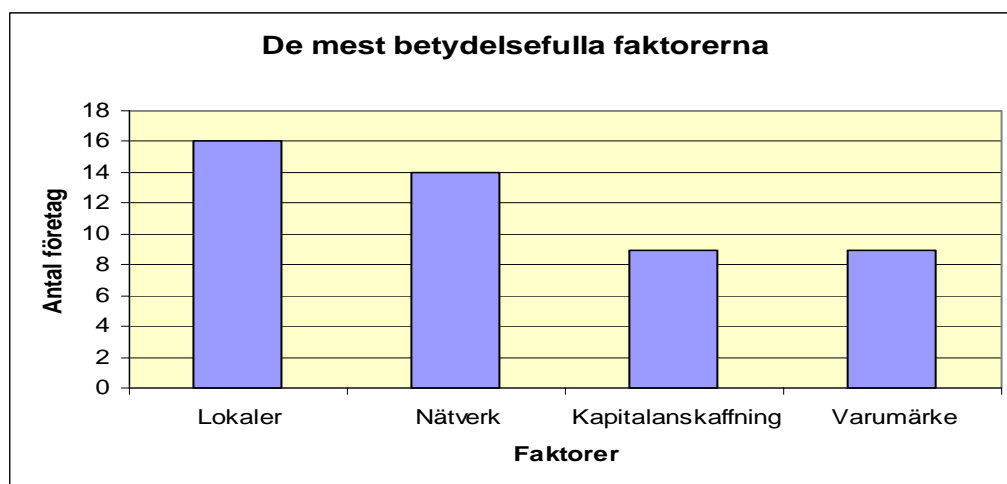


Diagram 6.

Mer än ett val kunde väljas då det flera faktorer kan räknas som viktiga för företagen

Som vi nämnde i vår litteraturframställning så skall forskningsparken hjälpa företagen med deras resursanskaffning, vilket är en av anledningarna till att företagen söker sig till forskningsparken. Vi definierade resurser som lokaler, personal och kapital. Enligt diagram 6 så uppfyller Ideon detta krav och resurserna räknas som de viktigaste faktorerna för företagen inom inkubatorn. Att lokalerna räknas som en viktig faktor kan ses som en självklarhet då företagen erhåller en reducerad hyra samt nyrenoverade arbetsplatser. Detta är intressant, men samtidigt inget som inte ligger i linje med de förväntningar eller tankar vi hade vid uppsatsens början. Nätverket, som Ideon själva anser är en av de viktigaste faktorerna, anses även av företagen som en viktig faktor. Ett utav de tidigare inkubatorföretagen uttryckte sig som *"Det är en härlig och positiv miljö vid Ideon Innovation, som leder till att företagen som finns där stöttar varandra till framgång."* Samma företag fortsatte dock sitt utlägg med att säga att *"den positiva miljön försvinner dock så fort man lämnat Innovation."* Företagsrepresentanten menade att de idag endast hade kontakt med det företaget som var lokaliserade mitt emot dem i den korridor där de var aktiva, men att det fanns en avsaknad av ytterliggare nätverkskontakter.

Avsaknaden av ytterliggare nätverkskontakter leder oss till nästa intressanta punkt som är inriktad mot ifall de tidigare företagen vid Ideon Innovation uppmuntras att stanna kvar på forskningsparken. Enligt Hans Möller så stannar 2/3 av företagen kvar inom området för att kunna fortsätta samarbetet och för att företagen skall kunna få hjälp även i framtiden. Incitamenten till att företagen skall stanna kvar är varumärket Ideon, förmånliga hyreskontrakt och unik arbetsmiljö. Varumärket är som vi konstaterat en positiv aspekt. De

förmånliga hyreskontrakten är inriktade på fler kriterier än rabatterade hyror, de är även flexibla så att företagen på ett enklare sätt kan byta lokaler som är mer anpassade efter företagets nuvarande situation. Exempelvis så kan det vara viktigt för ett företag med snabb tillväxtökning i antalet anställda att flytta ut från sina lokaler till nya som är mer anpassade efter deras behov. Vad som menas med en unik arbetsmiljö får i detta fall ses som en definitionsfråga, det Ideon syftar på är närheten till andra forskningsföretag, att allt är samlat på en och samma plats. Företaget som kommenterade vår enkät tordes dock ha en annan definition utav denna arbetsmiljö, varpå vi väljer att inte analysa detta djupare.

5. Slutsats

Detta avslutande kapitlet syftar till att sammanställa de resultaten vi anser vara viktigast samt förmedla tankar kring framtida forskning inom området. Vi kommer även att besvara den problemformulering som vi initialt fastställde.

Vår undersökning visar att det finns tillväxtföretag i Ideon Innovation. De huvudsakliga incitamenten för tillväxt som Ideon Innovation tillför är:

- Lokaler; i och med den reducerade hyra som erbjuds.
- Nätverk; med andra företagare inom inkubatorn samt i forskningsparken i sig.
- Motivation; företagarna stöttar varandra och skapar tillsammans en dynamisk miljö.

Det är företagen som bidrar med kompetens och nytänkande, Ideon Innovation skapar en dynamisk och motiverande miljö. Deltagarna i inkubatorn känner att det finns en stimulerade miljö så länge de är en del av Innovation, dock finns åsikter om att denna positiva känsla försvinner när de lämnar inkubatorn. Enligt Hans Möller tar det generellt 8 år innan företagen blir lönsamma, dock är detta mycket branschbetonat. För att inkubatorn ska bidra till livskraftiga tillväxtföretag är de två år som innovatörerna får husera i inkubatorn inte tillräckligt. Det kan vara så att den kris som företagen ställs inför när det går från uppstartningsfasen till tillväxtfasen minskar ifall företagen får stanna kvar inom samma miljö, där de har inrutade och säkerställda nätverk.

Om vi skall utvärdera de tankar och synpunkter som företagen har förmedlat till oss under arbetets gång så skall det nämnas att företagen ser sin tid på Ideon Innovation positivt då det hjälpt dem att komma igång med sin etablering. Dock så anser företagen att samarbetet borde kunna utvecklas mer så att den framtida tillväxten stärks. En aspekt som bör förbättras är kontakten med finansiärer i initialskedet, då de flesta företagen menar att de anskaffat kapital via företagets egna kontaktnät.

5.1 Framtida forskning

Vi har under uppsatsens färdigställande stött på intressanta aspekter, som vi gärna ser att ni som läsare utvecklar ifall ni funnit denna uppsats intressant. Något vi dock rekommenderar är att vänta några år innan nästa sammanställning eftersom Ideon Innovation fortfarande ligger i initialskedet av sin utveckling och då även företagen som passerat igenom inkubatorn. Detta har som vi statuerat innan medfört vissa svårigheter för oss i vår analys då vi inte alltid kunnat bevisa innehållet enligt forskningsnormer. Vi rekommenderar en totalanalys av företagen efter åtta år, då de har haft möjlighet att etablera lönsamhet.

En annan intressant analys är att jämföra inkubatorföretagen med företag som aldrig beträtt en inkubator. Skapas det verkligen fler tillväxtföretag inom forskningsparken? Vissa svårigheter kan uppkomma då de flesta nystartade företagen inom de här kategorierna etableras vid forskningsparker och undersökningens motpol kan bli begränsad. Det är kanske en nödvändighet att vända sig mot helt andra geografiska marknader om detta ska vara möjligt.

6. Källförteckning

6.1 Tryckta källor

Alvesson M & Sköldbäck K (1994) *Tolkning och reflektion; vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*, Studentlitteratur, Lund

Artsberg K, (2005) *Redovisningsteori-policy och praxis*, Liber ekonomi, Malmö

Bryman A. & Bell E, (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Oxford University Press, Slovenien

Davidsson P, Delmar F, Wiklund J, (2001) *Tillväxtföretagen i Sverige*, SNS Förlag, Stockholm

Engman A, Jalvemyr P & Larsson A, (2003) ”*En studie kring venture capital i forskningsparker*” ,Ekonomihögskolan Lunds universitet

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

Jacobsen D, (2005) *Vad, hur och varför? –Om metodval inom företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Liber, Malmö

Körner S, Wahlgren L, (2000) *Statistisk dataanalys*, Studentlitteratur, Lund

Landström H, (2003) *Småföretaget och kapitalet*, SNS Förlag, Stockholm

Lindelöf P, (2002) *Teknik- och forskningsparker som entreprenöriell miljö*, AB Multitryck, Borås

Rieneckner L & Stray Jacobsen P, (2004) *Att skriva en bra uppsats*, Wallin och Dalholm tryckeri AB, Lund

Svenning C, (2003) *Metodboken -En bok om samhällsvetenskaplig metod och metodutveckling*, 5.:e upplagan, Studentlitteratur, Lund

Wiklund J, (1998) *Small firm growth and performance*, Ark Tryckaren, Jönköping

6.2 Elektroniska källor

www.sisp.se

www.strategy-business.com

www.ideoninnovation.se

www.teknopol.se

6.3 Övriga källor

Intervju med Hans Möller VD Ideon Sciencepark 070424

Bilagor

Bilaga 1: Enkät till nuvarande inkubatorföretag

Bilaga 2: Enkät till tidigare inkubatorföretag

Bilaga 3: Intervjufrågor till Hans Möller

Bilaga 1 Enkät till nuvarande inkubatorföretag



**EKONOMI
HÖGSKOLAN**
Lunds universitet

Hej.

Vi skriver en kandidatuppsats inom finansiering på Ekonomihögskolan i Lund och har valt att undersöka Ideon Innovation.

Denna studie avser att analysera inkubatorns roll för framtida tillväxtföretag.

Ni som är ett verksamt inkubator företag är en mycket viktig byggsten i vår utredning, varpå vi nu ber om er hjälp.

Vi har utformat en enkät, som vi är väldigt tacksamma om ni tar er tid att svara på.

Enkäten kommer att innehålla frågor kring allmän företagsinformation, antalet anställda, kapitalanskaffning, omsättning samt egna reflektioner kring ert pågående samarbete med Ideon innovation.

Enkäten kommer att besvaras anonymt och allt material kommer att förstöras efter att vår handledare granskat vår utredning.

- Avsatt tid för att genomföra enkäten kommer att uppgå till ca 5 minuter.
- Vid frågor angående enkäten kan vi kontaktas via e-post adressen uppsatsvt07@hotmail.com

Då denna enkät skall vara anonym och era svar ej skall kunna kopplas till ert företag, garanterar vi härmed att detta förverkligas.

Mvh

Marie Liljegen

Luisa Menjivar

Mikael Pettersson

Tobias Tallberg

1. Vilket år startades företaget? _____

2. Inom vilken bransch är ert företag huvudsakligen aktivt?

- Telekom
- IT/datorer
- Bioteknik
- Läkemedel
- Konsumentvaror/ detaljhandel
- Tillverkning
- Energi
- Medicinteknik
- Övrigt _____

3. Hur många heltidsanställda hade företaget när det grundades? _____ st

4. Hur många heltidsanställda har ni på företaget idag? _____ st

5. Hur länge har ni funnits på Ideon Innovation? _____ månader

6. Vad har företaget för omsättning idag? _____ tsek

7. Hur betydelsefull var Ideon Innovation för er utveckling i initialskedet?

- Lite Mycket

8. Hur har företagets finansiering sett ut?

- Eget kapital
- Lån
- Riskkapital
- Övrigt _____

9. Hur uppkom er kontakt med finansiären?

- Genom företagets egna nätverk
- Via Ideon
- Via privata kontakter vänner och familj
- Via Bank
- Övrigt _____

10. Kan er anslutning till Ideon ha ökat möjligheterna till kapitalanskaffning?

- Ja
- Nej

Om ja, beskriv varför? _____

11. Vilka faktorer var mest betydelsefulla för er?

- Lokaler
- Nätverk
- Kapitalanskaffning
- Varumärket Ideon
- Övrigt _____

12. Vad har ni för målsättning med tiden på Ideon Innovation?

13. Vad har ni för förhoppningar angående er omsättningsökning under tiden vid Ideon Innovation?

- 0 - 20%
- 20 - 40%
- 40 - 60%
- 60 - 80%
- 80 - 100%

14. Om ni inte hade blivit accepterade av Ideon Innovation, hade ni ändå fullföljt utvecklandet av er idé?

- Ja
- Nej

Om Ja, hur hade ni då tänkt finansiera er verksamhet? _____

Tack för er medverkan!

Bilaga 2 Enkät till tidigare inkubatorföretag



**EKONOMI
HÖGSKOLAN**
Lunds universitet

Hej.

Vi skriver en kandidatuppsats inom finansiering på Ekonomihögskolan i Lund och har valt att undersöka Ideon innovation.

Denna studie avser att analysera inkubatorns roll för framtida tillväxtföretag.

Ni som är ett tidigare inkubator företag är en mycket viktig byggsten i vår utredning, varpå vi nu ber om er hjälp.

Vi har utformat en enkät, som vi är väldigt tacksamma om ni tar er tid att svara på.

Enkäten kommer att innehålla frågor kring allmän företagsinformation, antalet anställda, kapitalanskaffning, omsättning samt egna reflektioner kring ert samarbete med Ideon innovation.

Enkäten kommer att besvaras anonymt och allt material kommer att förstöras efter att vår handledare granskat vår utredning.

- Avsatt tid för att genomföra enkäten kommer att uppgå till ca 5 minuter.
- Vid frågor angående enkäten kan vi kontaktas via e-post adressen uppsatsvt07@hotmail.com

Då denna enkät skall vara anonym och era svar ej skall kunna kopplas till ert företag, garanterar vi härmed att detta förverkligas.

Mvh

Marie Liljegren,

Luisa Menjivar,

Mikael Pettersson

Tobias Tallberg

1. Vilket år startades företaget? _____

2. Inom vilken bransch är ert företag huvudsakligen aktivt?

- Telekom
- IT/datorer
- Bioteknik
- Läkemedel
- Konsumentvaror/ detaljhandel
- Tillverkning
- Energi
- Övrigt _____

3. Hur många heltidsanställda hade företaget?

År 0 _____ st
 År 1 _____ st
 År 2 _____ st
 Idag _____ st

4. Vad hade företaget för omsättning

År 0 _____ tsek
 År 1 _____ tsek
 År 2 _____ tsek
 Idag _____ tsek

5. Hur betydelsefull var Ideon innovation för er utveckling i initialskedet?

Lite Mycket

6. Hur har företagets finansiering sett ut?

- Eget kapital
- Lån
- Riskkapital
- Övrigt _____

7. Hur uppkom er kontakt med finansiären?

- Genom företagets egna nätverk
 - Via Ideon
 - Via privata kontakter vänner och familj
 - Via Bank
 - Övrigt _____
-
-
-

8. Kan er anslutning till Ideon ha ökat möjligheterna till kapitalanskaffning?

- Ja
- Nej

Om ja, beskriv varför? _____

9. Vilka faktorer var mest betydelsefulla för er?

- Lokaler
- Nätverk
- Kapitalanskaffning
- Varumärket Ideon
- Övrigt _____

10. Om ni idag skulle utvärdera er tid på Ideon innovation, hur skulle ni då vilja betygsätta samarbetet?

Mindre bra Väldigt bra

Synpunkter på vad som var bra respektive mindre bra:

11. Vad hade ni för målsättning med tiden vid Ideon Innovation? (flera alternativ får väljas)

- Produktutveckling
- Marknadsetablering
- Kontaktknytande
- Övrig _____

12. Vad har ni för förhoppningar angående er omsättningsökning under tiden vid Ideon Innovation?

- 0 - 20%
- 20- 40%
- 40- 60%
- 60- 80%
- 80- 100%

13. Om ni inte hade blivit accepterade av Ideon innovation, hade ni då ändå fullföljt utvecklandet av er idé?

- Ja
- Nej

Om Ja, hur hade ni då tänkt finansiera er verksamhet? _____

14. Tror ni som tidigare inkubatorföretag att det skapats större förutsättning för tillväxt för er jämfört med företag som ej beträtt en inkubator?

- Ja
- Nej

Om ja, på vilket sätt? _____

Tack för er medverkan!

Bilaga 3

Intervjufrågor till Hans Möller

- Vad är de stora skillnaderna mellan Växthuset och Ideon Innovation?
- Vilka är de viktigaste kriterierna i den uppföljning som sker var 6e månad?
- Finns det någon möjlighet för oss att titta över de uppföljningsrapporterna?
- Finns det någon uppföljning på de företag som lämnat Ideon Innovation?
- Hur ser ni på de resultat som företagen har presenterat hittills?
- Vad har ni för mål med Ideon Innovation och känner ni att det uppfylls?
- Finns det något samarbete mellan Ideon Innovation och andra Inkubatorer i öresundsregionen och hur fungerar det i så fall?
- Hur vanligt är det att företagen stannar kvar på Ideon efter att tiden vid Ideon Innovation är över?
- Uppmuntrar ni företagen att stanna kvar på Ideon? Erbjuder ni några fördelar för företagen ifall de stannar kvar?
- Alumniföretagen som finns hos er, är det företagen som har använt sig utav Ideon Innovations hjälp och nu lämnat det?
- Hur ser den generella tillväxten hos företagen ut, med tanke på antalet anställda och dess omsättning?