

Kandidatuppsats FEK 582
2006-12-28



EKONOMIHÖGSKOLAN
Lunds universitet

Entreprenörens förhållande till riskkapital och möjligheter till att skapa tillväxt

Handledare:
Diamanto Politis

Författare:
Johan Ericson
Marie Jansdotter
Ola Jutner

Sammanfattning:

Uppsatsens titel:	Entreprenörens förhållande till riskkapital och möjligheter till att skapa tillväxt
Seminariedatum:	2007-01-03
Ämne/kurs:	FEK 582 Kandidatuppsats, Företagsekonomi, Entreprenörskap, 10 poäng
Författare:	Johan Ericson, Marie Jansdotter, Ola Jutner
Handledare:	Diamanto Politis
Fem nyckelord:	Entreprenörskap, Riskkapital, Tillväxt, Små nyföretagande, Tidsperspektiv
Syfte:	Uppsatsens syfte är att genom en jämförande studie av två entreprenörer undersöka vad som utmärker entreprenören i ett litet tillväxtföretag och hur denne påverkas av företagets riskkapital samt vilken effekt detta har på företagets tillväxt.
Metod:	Uppsatsen bygger på en abduktiv ansats. Författarna har valt att samla in primärdata utifrån en semistrukturerad kvalitativ intervju och behandlat data likt en fallstudie.
Teoretiskt perspektiv:	För att ha möjlighet att svara på syftet har författarna huvudsakligen valt att använda sig av riskkapital-, tillväxt- och beteendevetenskaplig teori.
Empiri:	Entreprenörerna som deltagit i studien är Johnny Ragazzo, VD på företaget One Café AB, samt Anders Vestin, VD på företaget Zemission AB. Vestin är ensam grundare av sitt företag medan Ragazzo är en av fyra personer i vad som skulle kallas ett entreprenörsteam, som gemensamt startat rörelsen.
Resultat:	Den mest intressanta och helt oföväntade aspekten som framkommit under uppsatsens framskridande var att tidsåtgången till att hantera riskkapitalet klart ansågs som det största problemet och negativa faktorn förknippat med riskkapitalet enligt entreprenörerna. Det positiva som framhölls var den kompetens som de externa ägarna bidragit med samt att externa krav på redovisning ökade strukturen i bolagen.

Abstract

- Title:** The entrepreneur and his Venture Capital and possibility for growth
- Seminar date:** 2007-01-03
- Course:** FEK 582 Bachelor thesis in Business Administration, Entrepreneurship, 10 Swedish credits (15 ECTS)
- Authors:** Johan Ericson, Marie Jansdotter, Ola Jutner
- Advisor:** Diamanto Politis
- Key words** Entrepreneurship, Venture Capital, Growth, Small Nascent Business ventures, Time Prospect
- Purpose:** The purpose is to examine the traits of the entrepreneurs in two small nascent business ventures and what effect Venture Capital will have on their business growth.
- Methodology:** An abducted approach has been used through the essay. The primary data has been collected through qualitative semistructured interviews similar to a case study
- Theoretical perspectives:** To be able to answer to the purpose the authors have been using the following thesis: Venture Capital, growth, behavioural science
- Empirical foundation:** The entrepreneurs that have been participating in this study are Johnny Ragazzo, CEO at One Café AB, and Anders Vestin, CEO at Zemission AB. Ragazzo is cofounder with three other people. Vestin is sole founder of his company.
- Conclusion:** One of the most unexpected aspects that where exposed during the working process was that the entrepreneurs felt that they had to divert a lot of energy due to the time perspective elements regarding the Venture Capital management. In addition, they thought that the external knowledge and competent had improved the structure in the company.

Innehållsförteckning

<i>1 Inledning</i>	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Positionering.....	7
1.3 Problemformulering	8
1.4 Syfte	9
1.5 Begreppsdefinitioner	10
1.5.1 Entreprenörskap	10
1.5.2 Tillväxt	10
1.5.3 Riskkapital.....	11
<i>2 Metod</i>	12
2.1 Metodologiska ansatser	12
2.2 Metodologiskt tillvägagångssätt.....	13
2.2.1 Utformning av intervjuer.....	13
2.2.2 Insamling av ytterligare data	15
2.2.3 Val av respondenter.....	15
2.3 Bedömning av insamlad data	16
2.3.1 Trovärdighet	17
2.4 Teorival	18
<i>3 Teoretisk referensram</i>	19
3.1 Riskkapital.....	19
3.1.1 Venture capital	20
3.1.2 Affärsänglar.....	20
3.1.3 Entreprenörens förhållande till riskkapitalet	21
3.2 Entreprenörskapsteori.....	22
3.2.1 Multidimensionellt perspektiv.....	23
3.2.2 Beteendevetenskaplig teori	24
3.2.3 Entreprenörens egenskaper	25
3.2.3.1 Prestationsbehov.....	25
3.2.3.2 Kontrollbehov.....	25
3.2.3.3 Riskbenägenhet	26
3.2.3.4 Autonomi.....	26
3.2.3.5 Kreativitet/Innovativitet	27
3.3 Tillväxt	27
3.3.2 Tillväxtstrategier	28
3.3.3 Hinder och förutsättningar för tillväxt	28
3.3.4 Tillväxtmodeller	29
3.3.5 Omgivningen	30
3.3.5.1 Populationsekologi	30
3.3.5.2 Strategiska val	30
3.3.6 Entreprenörens strategiska förhållningssätt.....	31
3.4 Analysmodell	31
<i>4 Empiri</i>	33
4.1 Fallstudieobjekten	33
4.1.2 One Café AB	33
4.1.3 Zemission AB.....	35
4.2 Tidsperspektiv	37
<i>5 Analys</i>	39

5.1 Riskkapital.....	39
5.2 Entreprenören	42
5.3 Tillväxt	44
6. <i>Diskussion/Slutsats</i>	46
6.1 Diskussion	46
6.2 Slutsats	48
7. <i>Referenser</i>	50
8. <i>Appendix</i>	53

Figurförteckning

Figur 1: – Beskrivande modell för problemområdet.....	9
Figur 2: –Definition av Riskkapital (SVCA, 2006)	20
Figur 3: –Olika faser – olika investerare (SVCA, 2006).....	21
Figur 4: - Analysmodell	32
Figur 5: – Graf beskrivande den tid entreprenörerna lägger på riskkapital	38

1 Inledning

”The study of business without an understanding of entrepreneurship is like the study of Shakespeare in which the Prince of Denmark has been expunged from the discussion of Hamlet” (Bauman, i Shane & Venkatamaran, 2000)

1.1 Bakgrund

Begreppet ”entrepreneur” kommer från franskan och återfinns i Dictionnaire de la langue française första gången år 1437. Entreprenörskap som begrepp inom den ekonomiska litteraturen dök sedan upp runt 1700-talets början. Äran tillskrivs ofta herrar såsom Richard Cantillon samt Jean Baptiste Say (Landström, 2005). Ett betydande namn för dagens entreprenörsvetenskap är även Joseph Schumpeter (1951) som betonade vikten av innovativitet och dess betydelse för ekonomin.

Entreprenörsbegreppet i sig är som synes ingen nymodighet. Enighet kring betydelse och användningsområde saknas dock fram till denna dag. Du kan fråga människor i din omgivning och svaret på frågan vad är och vad utmärker en entreprenör kommer att variera. Detta är även fallet inom forskningsområdet för entreprenörskap vilket resulterat i att det idag finns ett antal definitioner som försöker beskriva begreppet. Målet har dock ofta varit att finna skillnader mellan entreprenören och icke-entreprenören (Gartner, 1985). Vad utmärker en entreprenör och ett entreprenörsföretag mot dess motsats?

Arbetslöshet och låg ekonomisk tillväxt har under senare år alltmer kommit att känneteckna stora delar av västvärlden. En lösning på problemet kan vara en ökning av entreprenörskap och små expansiva företag (Wiklund, 1998). Detta faktum är även något som politiker och beslutsfattare tagit fasta på vilket föranlett en påtaglig ökning av utbildning och forskning inom entreprenörsområdet (Landström, 2005). Entreprenören Johan Staël von Holstein (2006) går så långt när han säger ”Entreprenören kommer att rädda världen”.

En idé är gratis, fast vägen från idé till verklighet kostar i regel pengar. Hur kan då en entreprenör med tillväxtdrömmar gå till väga? En vanlig väg är att ta in finansiellt kapital i form av riskkapital. För en entreprenör innebär det ofta att kapital byts mot aktier i företaget eller inflytande på annat sätt.

En intressant aspekt på relationen mellan riskkapital och dess investeringsobjekt är att det inte finns något vedertaget begrepp för den eller det som mottar riskkapital. Riskkapitalföretag är ett av flera sammanfattande begrepp som beskriver aktören som satsar kapital, vilket begrepp beskriver då mottagaren? Resonemanget leder till frågan i fallet med entreprenören och riskkapitalet, vilken som är den viktigaste aktören av entreprenören eller riskkapitalisten i processen med att generera nya vinstgivande rörelser? Svaret torde vara att båda är lika viktiga.

Intresset för entreprenörskap ligger till grund för denna uppsats. Avstamp har tagits utifrån detta intresse med förhoppningen av att dels kunna bidra till ämnet i stort men även till att skapa bättre förutsättningar för entreprenörens idéer och företagande.

1.2 Positionering

Forskningen inom området för entreprenörskap är omfattande. Entreprenörskap studeras utifrån olika perspektiv och olika syften. Fokus på denna uppsats ligger på entreprenörskapet i små nystartade företag. Detta område är populärt bland forskare och ett speciellt forskningsområde har under senare år utvecklats, vilket enbart behandlar små nystartade företag (Wiklund, 1998).

Positionering mot övrig forskning inom detta område görs genom att riskkapitalet tas in i beräkningarna i form av en extern faktor. Studier av just påverkan från externa faktorer är någon som enligt Davidsson (1989) är bristfälliga. Vidare positionering görs eftersom tillväxten även räknas in som en resultatfaktor.

Författarna är av åsikten att det här finns utrymme och ett behov av kompletterande studier inom området med empirisk förankring, som i sin tur kan komma att stödja entreprenörskap

och nyföretagande, genom att stärka dess ställning och medvetenhet i förhållande till kapitalet.

1.3 Problemformulering

Att nystartade företag skall gå från små rörelser med en god affärsidé till att på lång sikt kunna generera vinst är ingen självklarhet. Faktum är att en majoritet av alla nystartade företag misslyckas (Cooper, Gimeno & Woo i Samuelsson, 2004). Entreprenörer och deras företag behöver kapital för att överleva och utvecklas. Inte sällan följer dock kravet på en motprestation då tillförsel av riskkapital sker. Typen av motprestation liksom sorten av riskkapital varierar från fall till fall, därmed skapas en till synes unik situation med olika förhållanden varje gång en entreprenör möter riskkapital.

Det som är ett tydligt problem är att i dagsläget finns få källor som gått på djupet i hur självständiga individer påverkas och anser sig påverkade av externa ägare. Externa ägare har höga krav och litteraturen har visat att entreprenörer hanterar auktoriteter dåligt (Lindholm Dahlstrand, 2004). Men inledningen har pekat på att för att kunna expandera snabbt är i regel någon typ av externt kapital nödvändigt.

Frågan är hur interagerar entreprenören med kapitalets ägare? Det är rimligt att det uppstår slitningar när entreprenören som stark individ måste kompromissa. Vilka komponenter i externt ägande stärker bolaget? Vilka riskerar att kväva det? Människors personligheter genomsyrar alla beslut (Schultz & Schultz, 2002). Utifrån klassiska antaganden om personlighetsaspekter hos entreprenörer, finns det anledning att undersöka om dessa aspekter är relevanta utifrån hur entreprenören tänker runt redan befintligt riskkapital i sitt bolag. När entreprenören startar ett bolag finns i regel en vision om hur saker och ting skall drivas. Är det ett problem när nya aktörer i bolaget ställer krav, uppstår det förslitningar?

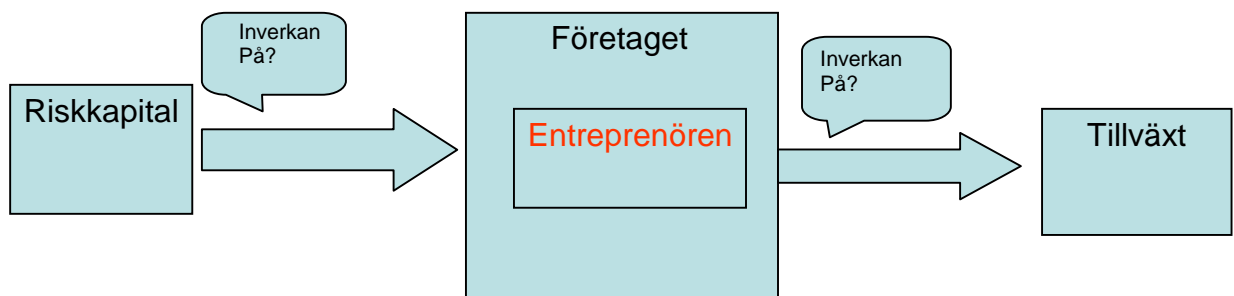
Resonemanget ovan belyser ett problemområde som författarna finner intressant. De mest betydande faktorerna inom problemområdet tycks vara riskkapitalet, entreprenören och tillväxten. Hur frivilligt är beslutet att ta in externt kapital? Och vilken typ av kapital skall man välja? Entreprenören och kapitalet är två pjäser i ett spel. Vad utmärker dessa och vilken är vägen till framgång?

Problemformuleringen mynnar nu ut i uppsatsens syfte, där problemområdet även förtydligas i form av en modell.

1.4 Syfte

Uppsatsens syfte är att genom en jämförande studie av två entreprenörer undersöka vad som utmärker entreprenören i ett litet tillväxtföretag och hur personen påverkas av företagets riskkapital samt vilken effekt det har på företagets tillväxt. För att tydliggöra syftet ställs det även upp i form av tre frågor.

- ❖ Vad utmärker entreprenören i ett litet tillväxtföretag?
- ❖ Hur påverkas entreprenören av riskkapital?
- ❖ Vad har svaren på frågorna ovan för inverkan på företagets tillväxt?



Figur 1: – Beskrivande modell för problemområdet.

1.5 Begreppsdefinitioner

1.5.1 Entreprenörskap

För att förklara begreppet entreprenörskap går det att välja från fler olika definitioner. Detta kan enligt Shane och Venkataraman (2000) även vara det största hindret mot att skapa en gemensam referensram för ämnet. Landström (2000) menar å andra sidan att detta kan ge ämnet flexibilitet och dynamik. Diskussionen med ämnets definition och referensram är ständigt återkommande inom entreprenörskapsteorin (Aldrich, 1999; Davidsson, 1989; Shane, 2003; Wiklund, 1998)

För att inte förvirra begreppen i onödan görs följande definition av entreprenörskap, inspirerat utifrån Shane och Venkataramans (2000) syn på entreprenörskap.

Entreprenörskap - utövas när en eller fler individer upptäcker ett behov på marknaden, för att sedan exploatera behovet för ekonomisk vinning.

1.5.2 Tillväxt

Tillväxt handlar i första hand om något som ökar i omfattning. På makronivå studeras tillväxt ofta i form av bruttonationalprodukten, medan det på företagsnivå finns ett flertal mått som används beroende på vad som ska mätas, och vilken intressent som ska ta del av dem (Lindholm Dahlstrand, 2004). De vanligaste måtten på företagstillväxt är omsättningen, antal anställda och totala tillgångar och kan ske såväl organiskt som genom uppköp (Davidsson, Delmar & Wiklund, 2001; Lindholm Dahlstrand, 2004).

Tillväxt – En årlig effektiviseringsprocess som leder till en positiv utveckling av antingen omsättning, totala tillgångar och/eller antal anställda (Davidsson, Dalmar & Wiklund, 2001).

1.5.3 Riskkapital

Riskkapital är en finansiering i ett företags egna kapital som kan ta form i antingen kapital och/eller kompetens. Anledningen till att det benämns riskkapital är att det ofta ligger en betydande risk bakom projektet. Vid en eventuell konkurs är nämligen riskfinansiärerna de sista som får tillbaks sitt investerande kapital (Lindholm Dahlstrand, 2004).

Riskkapital – Extern finansiering i form av kapital eller kompetens som kräver avkastning och/eller delägarskap (Lindholm Dahlstrand, 2004).

2 Metod

Kapitlet redogör för uppsatsens metodteoretiska prägel, samt tillvägagångssätt och de överväganden och val som gjorts.

2.1 Metodologiska ansatser

Arbetet med en uppsats kan styras av befintlig teori inom ett befintligt teoriområde. Denna art av relation mellan teori och forskning, där teorin styr forskningen, kan sägas känneteckna det deduktiva synsättet. Hade föresatsen med uppsatsen varit att studera något objektivt för att därefter bilda teori kring ämnet så hade detta talat för ett induktivt synsätt. Förhållningssättet mellan teori och empiri är dock i regel mer komplicerat än vad resonemanget ovan antyder (Bryman & Bell, 2005).

Författarnas mening är att denna uppsats uppvisar inslag av båda ansatserna, eftersom olika etapper i uppsatsprocessen kan kopplas mer eller mindre till den induktiva respektive den deduktiva ansatsen. Exempel på detta är att förhållningssättet till teorin inledningsvis varit mer deduktiv, medan sett till metoden är ansatsen mer induktiv. Förfarandet med att växla mellan en induktiv- och deduktiv ansats benämns abduktiv ansats och beskriver därmed uppsatsens metodologiska ansats mest korrekt (Alvesson & Sköldberg, 1994).

Kunskapen om vad en entreprenör är och vad som innefattas inom forskningsområdet för entreprenörsvetenskap var vid inledandet av uppsatsarbetet begränsat. Den struktur och förkunskap som krävts för en kvantitativ metod vid insamlingen av data var därmed inte, enligt författarna, tillräcklig (Jacobsen, 2002). Den huvudsakliga datainsamlingen har skett utifrån en kvalitativ metod i form av intervjuer.

2.2 Metodologiskt tillvägagångssätt

2.2.1 Utformning av intervjuer

Intervjuerna som genomfördes var av individuell öppen karaktär (Jacobsen, 2002). Förfarandet i sin helhet kan liknas vid en fallstudie av två enheter på individnivå (Jacobsen, 2002). Fallstudien som forskningsdesign lämpar sig för denna uppsats då målet är att beskriva vad som är specifikt för de enskilda platserna, individerna och dess kontext (Yin, 1994). Från de enskilda fallen går det sedan att dra slutsatser som stöder hypoteser vilka senare går att testa genom vidare fallstudier eller andra studieupplägg (Jacobsen, 2002).

Inför sammansättningen av intervjuerna gjordes antagandet att riskkapitalet påverkar entreprenören. Hur och om denna inverkan är negativ eller positiv eller bådadera var en av huvudanledningarna till att utföra intervjun. Vidare är antagandet att om entreprenören påverkas positivt eller negativt, så bör möjligheten vara stor att även tillväxten i sin tur påverkas. Inledningsvis sattes dessa antaganden även in i ett före och efter perspektiv, det vill säga före och efter tillförsel av riskkapital i företaget. Det visade sig problematiskt när respondenterna i princip ansåg tillförseln av riskkapital som den faktiska startpunkten för företaget. Innan riskkapitalet tillfördes bedrevs med andra ord ingen egentlig verksamhet att tala om. Före- och efterperspektivet togs senare bort men nämns här kort för att förklara grunden till några av de frågor som finns med i intervjumallen.

Ingen i författargruppen hade på förhand några speciella kunskaper inom intervjukonstruktion eller intervjuteknik. Den grundläggande tanke som inledningsvis styrde arbetet var viljan att genomföra en eller flera intervjuer med en eller flera entreprenörer. Författarna ställde sig dock en del metodologiska och praktiska frågor inför projektet med att genomföra intervjuerna. Rent praktiskt gällde det frågor som vilken eller vilka som skulle genomföra intervjuerna, med exakt vilken eller vilka respondenter, vilka frågor var väsentligast, hur intervjuerna skulle dokumenteras, hur de sedan skulle presenteras, var skulle intervjuerna genomföras. Vidare diskuterades det hur värdet på svaren kunde säkras genom att ta hänsyn till bland annat risken med ledande frågor och en subjektiv analys (Kvale, 1997).

Svaren och lösningarna på dessa frågor och problem utgör sedan den faktiska metod som använts till denna uppsats. Först kan det dock kort nämnas att de intervjuer som genomfördes tog ca en timma vardera. Vid de två tillfällena närvarade två av gruppmedlemmarna som tog anteckningar samt spelade in intervjuerna på diktafon.

Exakt vilka frågor som skulle ställas var inte helt okomplicerat att komma fram till. I stora drag delades frågorna in i tre olika grupper som tillsammans skulle ge ett gott analysunderlag. Uppdelningen gjordes för att införskaffa väsentlig data till samtliga delar av syftet vilket utgörs av entreprenören, riskkapitalet och företagets tillväxt.

Frågorna som rörde respondentens roll som entreprenör utvecklades med stöd i befintlig teori inom beteendevetenskapen, som genomförts för att fastställa de egenskaper som kännetecknar en entreprenör. Det finns ett otal studier där olika egenskaper tagits fram för vad som kännetecknar en entreprenör (Landström, 2000). De egenskaper som Lindholm Dahlström (2004) tar upp i sin bok om teknikbaserat nyföretagande fanns lämpade för den typ av kvalitativ studie som ämnades utföras. Faktorerna är som följer; entreprenörens prestationsbehov, kontrollbehov, riskbenägenhet, autonomi och kreativitet-innovativitet. Med hjälp av dessa utformades en semi-strukturerad intervjumall (Bryman & Bell, 2005).

Kritik mot att utgå från denna typ av egenskaper är dock att det inte endast är entreprenörer som uppvisar just dessa personlighetsegenskaper (Lindholm Dahlstrand, 2004). Vidare har hänsyn tagits till *the Halo Effect* (Schultz & Schultz, 2002) vilket i korthet innebär risken att utifrån en enda positiv (eller negativ) personlighetsaspekt generalisera genom att detta intryck överglänsar andra aspekter och ger en fantasibild av människan. I synnerhet då många entreprenörsteorier har valt att fokusera på ett par aspekter i personligheten och inte alls omfattar hela individen på samma sätt som renodlad psykologisk testning strävar att göra. Det kan därmed lätt leda till att vissa delar av personligheten får för stort utrymme och att andra förbises (Schultz & Schultz, 2002).

Det som avgjorde att författarna valde att utgå från den beteendevetenskapliga forskningen var att trots att egenskaperna är många och ibland talar mot varandra, så är det tacksamt att resonera kring dem, göra antaganden och dra slutsatser. Det finns alternativa teorier som beskriver entreprenörskapet, till exempel att se entreprenörskapet som en process (Samuelsson, 2004) eller som något evolutionärt som växer fram (Aldrich, 1999). Författarna

lägger ingen åsikt i vilken som bäst beskriver entreprenörskapet som fenomen, dock är det författarnas mening att begreppen inom beteendevetenskapen i större utsträckning kan användas som stöd i ett resonemang tillsammans med respondenten.

Frågor som skulle ge insyn i förhållandet mellan riskkapitalet och entreprenören, samt frågor gällande företagets tillväxtambitioner ställdes dels genom direkta frågor och dels i förhållande till frågorna som utgick från de personliga egenskaper som presenterats ovan.

2.2.2 Insamling av ytterligare data

Redan innan genomförandet av de första intervjuerna var författarna medvetna om att det kunde bli aktuellt med ytterligare datainsamling. Det blev också fallet, inte för att det rådde brist på data från de inledande intervjuerna, utan för att bekräfta eller förkasta några av de uppfattningar och antaganden som gjorts utifrån det befintliga materialet. Vid det andra intervjutillfället togs även hänsyn till ett klart problem med oerfarna intervjuare vilket är den s.k. intervju-effekten (Schultz & Schultz, 2002) som har visat tidigare att intervjuaren påverkar hur respondenten svarar. För att i viss mån undvika problemet lades en telefonintervju in där respondenten skulle rangordna fasta svarsalternativ. Att lägga in en andra intervju, så kallad test-retestmetod baserad på samma teorier, borgar för att stärka reliabiliteten i undersökningen (Schultz & Schultz, 2002).

Trots planering är det alltid svårt om inte omöjligt att förutse vad som faktiskt kommer att ske vid intervjutillfället och vilket resultatet blir (Kvale, 1997). För att öka möjligheterna till ett gott resultat är det dock viktigt att välja relevanta respondenter (Bryman & Bell, 2005).

2.2.3 Val av respondenter

För att samla in relevant information diskuterades det tidigt i uppsatsprocessen vilken eller vilka respondenter som skulle tillfrågas och om de var intresserade av att delta i studien. Trots att det är en huvudsakligen kvalitativ studie som genomförts, där många aspekter som tas fram kan tänkas vara unika för företaget, såg författarna ett värde i att arbeta med två skilda

respondenter för att om så blir fallet kunna dra paralleller och se likheter mellan respondenterna. De två som valdes, valdes utifrån följande resonemang och kriterier

- Entreprenören/grundaren skall fortfarande vara aktiv i företaget
- Tydlig uttalad tillväxtstrategi
- Aktivt externt kapital i bolaget

Vikten av att entreprenören skulle vara aktiv i företaget talar i princip för sig själv. Ett alternativ hade kunnat vara att se mer allmänt på hur företagsledningen påverkas av riskkapital. Avgörande i valet av respondent är dock som tidigare nämnts intresset för entreprenören som individ och fenomen och den anknytningen ville författarna behålla.

Intresset av att företaget där entreprenören agerar skulle ha en uttalad tillväxtvilja grundar sig dels i det faktum många små företag inte vill eller behöver utvecklas, samt att det enligt teorin sägs att tillväxtviljan är något av en garanti för att entreprenören ifråga verkligen representerar vad som förväntas av entreprenören som fenomen (Davidsson, 1986).

Kriteriet med att det skall finnas ett aktivt externt kapital i företaget är sett utifrån frågeställningen en nödvändighet. Riskkapitalet ses i uppsatsen som en påverkande yttre faktor. Vilken exakt typ av riskkapital som skulle finnas i företaget var inte uttalat, dock skulle det vara aktivt på så sätt att det krävde något i gengäld.

Utifrån dessa kriterier valdes slutligen två entreprenörer i små tillväxtföretag ut. Johnny Ragazzo, som tillsammans med tre andra nyligen startat sitt andra företag, One Café som tillverkar kaffe i portionspåsar. Samt Anders Vestin som efter en forskarkarriär precis startat sitt första bolag, Zemission, ett teknikbolag som arbetar på att göra miljövänligare lösningar för förbränningsmotorer.

2.3 Bedömning av insamlad data

För att göra en bedömning av insamlad data har författarna valt att arbeta utifrån begreppen trovärdighet och äkthet som Guba och Lincoln tagit fram (Bryman & Bell, 2005). Begreppen är ett alternativ till att arbeta utifrån kriterierna validitet och reliabilitet. Valet av

bedömningskriterier grundar sig i att det finns en diskussion om huruvida de mer klassiska och för kvantitativa undersökningar anpassade begreppen, validitet och reliabilitet, lämpar sig för bedömning av kvalitativa undersökningar. Guba och Lincoln menar att den huvudsakliga anledningen till att reliabilitet och validitet inte passar till en direkt tillämpning på en kvalitativ undersökning är att dessa kriterier förutsätter att det endast går att komma fram till en absolut sanning om verkligheten (Bryman & Bell, 2005). Guba och Lincoln menar istället att det kan tänkas finnas fler förklaringar till denna verklighet (Bryman & Bell, 2005). Författarna ställer sig neutrala i diskussionen om vilka kriterier som är bättre eller sämre och konstaterar bara att det finns flera alternativ.

2.3.1 Trovärdighet

Inom begreppet trovärdighet innefattas fyra delkriterier som är; tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet samt styrka och bekräfta (Bryman & Bell, 2005).

Tillförlitligheten i det som uppsatsen presenterar avgör hur pass acceptabel den sedan uppfattas i ögonen hos läsaren (Bryman & Bell, 2005). Författarna är medvetna om att faktorer som intervju effekt och kontexteffekt har haft inverkan på data som insamlats (Jacobsen, 2002). Det som sagts har dock sagts och behandlingen av data har gjorts med hänsyn tagen till att en del svar kan vara påverkade av yttre faktorer. För att styrka tillförlitligheten är det möjligt att dels med hjälp av respondentvalidering, där resultatet av intervjun återges för respondenten så denne får chansen att validera resultatet. Det är även möjligt att utföra en så kallad triangulering, där fler metoder och datakällor används, som ämnar till att styrka det totala resultatet (Bryman & Bell, 2005). Det har tidigare i metoden nämnts att det genomförts en uppföljningsintervju, som till en viss mån utgör en trianguleringsprocess. För att ytterligare stärka trovärdigheten kunde även någon form av respondentvalidering ha varit positiv. Någon sådan har inte genomförts dels på grund av tidsbrist men även på grund av att respondentvalideringen kan föranleda negativa effekter i form av att respondenten vill censurera och efterkonstruera vissa svar (Bryman, 2005). Med resonemangen ovan i åtanke är det trots allt författarnas åsikt att den data som ligger till grund för uppsatsen har en god tillförlitlighet.

Då en kvalitativ studie till stora delar grundar sig i unika företeelser är det befogat att ifrågasätta resultatets överförbarhet (Bryman & Bell, 2005). Överförbarhet är för den skull ingen omöjlighet så länge hänsyn tas till att jämförelsen görs mot ett annat område med ungefär samma förutsättningar (Yin, 1994). Generaliseringar och slutsatser på analytisk nivå är därmed gångbara trots unika förhållanden, så länge hänsyn tas till kontexten (Yin, 1994).

Pålitlighet är ett begrepp som Guba och Lincoln (Bryman & Bell, 2005) förklarar genom att det bygger på att externa observatörer bedömer arbetet utifrån hur och med vilka medel arbetet utformats. Författarna har vänt sig till sin omgivning för att finna personer som kritiskt granskat arbetet. Vidare kommer arbetet granskas vid den obligatoriska opponeringen.

Möjlighet att styrka och konfirmera innebär att författarna är medvetna om att det i princip är omöjligt att förehålla sig totalt objektiv i en kvalitativ undersökning (Bryman & Bell, 2005). En aktiv medvetenhet om detta fenomen styrker dock det slutgiltiga resultatet, fast det är i slutänden läsaren som slår fast om det går att styrka resultatet (Bryman & Bell, 2005).

2.4 Teorival

Arbetet med insamling och bearbetning av data samt bedömningen av det är en viktig del av arbetet. Typen av frågor som ställts, samt granskning av data görs dock med hänsyn till befintlig teori. Teorikapitlet är uppbyggt i tre huvudkapitel, utifrån den syftesförklarande modellen i inledningen. Kapitlen entreprenören, riskkapitalet och tillväxt behandlas separat och vävs sedan samman i en utvecklad version av samma modell. Främst på grund av att det finns mycket väsentlig forskning inom alla områdena men de presenteras mer sällan gemensamt. Det är utformat så för att underlätta för läsaren och för att inte skapa förvirring i begreppen. Vidare beskrivning av teoriarbetet följer i nästkommande kapitel, då den teoretiska referensramen presenteras.

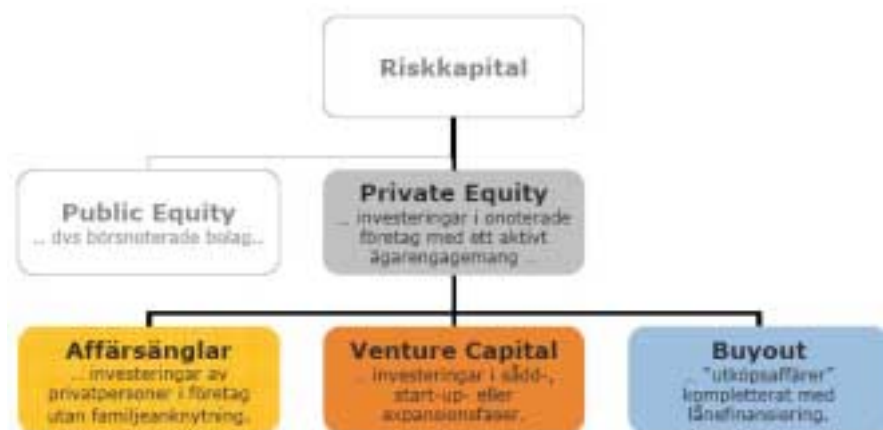
3 Teoretisk referensram

Referensramen för denna uppsats rör i huvudsak teorier gällande entreprenörskap, riskkapital och tillväxt. Teoriområdena behandlas först separat för att sedan sammanföras inför vidare analys.

3.1 Riskkapital

En stor del av Sveriges småföretag har en alldeles för svag kapitalbas för att kunna växa och utvecklas. En lånefinansiering med räntor och amorteringar försvagar företagets självfinansiering ytterligare vilket kommer att resultera i en hämmad tillväxt. Lånefinansiering är dessutom en riskfylld investering som kan leda till stora konsekvenser för entreprenörens privatekonomi om projektet misslyckas. Den idealiska finansieringsformen för en entreprenör kan anses vara när ett venture capital bolag går in som minoritetsägare. På detta sätt får entreprenören in ytterligare kompetens i företaget samtidigt som entreprenören får behålla bestämmanderätten (Herzog, 1990).

Riskkapital används ofta synonymt med private equity och venture capital vilket inte är helt riktigt. Riskkapital är ett samlingsbegrepp som används för all typ av kapital som investeras i ett bolag. Det kan vara alltifrån ett vanligt aktieköp som inte medför några som helst åtaganden, till ett delägarskap med fulla rättigheter. En riskkapitalinvestering kan innefatta antingen noterade eller onoterade företag. De företag som uppsatsen behandlar är onoterade företag i uppstartsfasen, där investeringar sker till följd av ett aktivt ägarengagemang under en begränsad tid, så kallat private equity (Lindholm Dahlstrand, 2004). Private equity kan även delas in i venture capital eller buyout företag. En buyout sker vanligtvis i mogna företag med starka kassaflöden. Ett riskkapitalbolag går då in och köper upp majoriteten av aktierna i företaget med målsättningen att förvalta företaget på ett lönsamt sätt (SVCA, 2006).



Figur 2: –Definition av Riskkapital (SVCA, 2006)

3.1.1 Venture capital

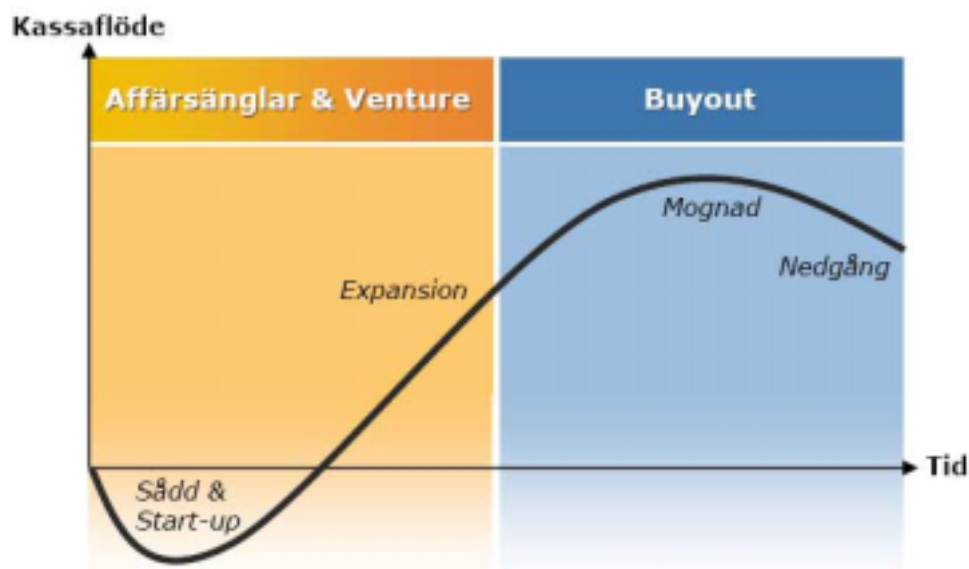
Venture capital investeringar indelas i formellt- och informellt venture capital. Formellt venture capital kommer från riskkapitalbolag och är i princip alltid tidsbegränsade och har oftast en så kallad exit knutet till avtalet. Detta innebär att venture capital bolaget drar sig ur när vissa mål uppnåtts, eller när de tydligt ser att de inte kan få någon mer behållning av företaget. Venture capital bolagen investerar oftast i tillväxtpotentiella företag för att få en så hög avkastning som möjligt (Lindholm Dahlstrand, 2004). Deras höga avkastningskrav nås dock sällan i praktiken. Det har visat sig att tre av tio går med förlust medan övriga uppnår en svag vinst eller ingen alls. Endast ett fåtal kan vänta sig kraftig avkastning på sitt kapital (Herzog, 1990). Vanligtvis går även venture capital bolagen in med egen personal som har hög kompetens och stor erfarenhet i branschen. Detta brukar benämnas ”intelligent” kapital (Lindholm Dahlstrand, 2004).

3.1.2 Affärsänglar

Affärsänglar är exempel på informellt venture capital. De kännetecknas genom att de i allmänhet är privatpersoner som har stor kunskap och erfarenhet i de branscher som de ger sig in på. De gör mindre investeringar i jämförelse med venture capital bolag, men har däremot ofta ovärderlig kunskap att tillföra företagen., detta på grund av att de själva ofta har varit verksamma i samma typer av branscher (Lindholm Dahlstrand, 2004). Trots affärsänglarnas begränsade portfölj har undersökningar visat att det informella kapitalet har mycket större omfattning än det formella venture kapitalet i onoterade företag (Lindström & Olofsson,

2002). Affärsänglar inriktar sig ofta på bolag i såddfasen vilket skiljer sig ifrån venture capital bolagen. Det som är positivt med affärsänglar är att de i regel har lägre avkastningskrav och att de inte har lika snabb exit. Det kan dock vara svårt att hitta en affärsängel, de är i princip anonyma, eftersom de inte tillhör en stor kontaktbar organisation, jämfört med en bank, och i regel får man vänta på att affärsängel kontaktar företaget inte tvärtom. Följaktligen, har affärsänglar i regel mindre kontaktnät än venture capital bolagen, vilket ofta ses som en stor nackdel för entreprenören. Denna nackdel reducerar dock något om affärsängeln väljer att investera i en bransch där de tidigare varit aktiva i, vilket ofta är fallet (Lindholm Dahlstrand, 2004).

Modellen nedan beskriver förenklat och sammanfattande hur utvecklingen kan se ut för företag som tagit del av ovanstående typer av riskkapital. De två företag som uppsatsen behandlar är båda i uppstart fasen och har riskkapital i form av affärsänglar och venture capital. Det är därmed den vänstra delen av figuren nedan som är aktuell för dessa.



Figur 3: –Olika faser – olika investerare (SVCA, 2006)

3.1.3 Entreprenörens förhållande till riskkapitalet

Landström (1988) talar om tre relationsproblem mellan små företag och de externa ägarna som uppmärksammats i tidigare undersökningar. Det första är att det kan uppstå en ekonomisk obalans när ytterligare kapital behöver tillskjutas för en eventuell expansion. Ofta

har entreprenören begränsat med kapital att investera i bolaget medan t.ex. venture capital bolagen i stort sett har obegränsade resurser. Det kan utgöra ett stort hinder för företaget och dess utveckling. Sedermera, har båda parterna ofta olika målsättningar vilket kan leda till att de ekonomiska kraven på företaget kan bli väldigt höga. Det tredje relationsproblemet är att de externa ägarna oftast inte har tillräcklig ledarkompetens att tillföra bolaget. Enligt Landströms (1988) undersökning framgår tydligt att entreprenören många gånger sätter kompetens framför kapital.

Lindström och Olofsson (2002) tar upp agentteorin som ett redskap vid analysering av samspelet mellan entreprenören och riskfinansiärerna. De menar på att det finns ett informationsgap mellan entreprenören och riskfinansiären. Entreprenören som i detta fall kan betraktas som agenten, har full information om huruvida projekt och företaget fortlöper. Detta medför att riskfinansiären (principalen) försöker kompensera informationsgapet med kontrollmekanismer som exempelvis höga krav på rapportering. Van Osnabrugge (Lindström & Olofsson, 2002) menar dock att informationsgapet mellan entreprenören och affärsängeln är nästintill obefintligt, då denne är så pass insatt i företaget. Aldrich (1999) beskriver begreppet Moral hazard som är ett dilemma som riskkapitalister kan utsättas för då de bestämmer sig för att investera i nya företag. Entreprenören kan ha för avsikt att hålla inne med information och framhäva företagets styrkor, vilket gör att det blir svårare för riskkapitalisten att välja investeringsobjekt. Det är författarnas mening att begreppen med Moral hazard och agentteorin även är användbara i ett omvänt förhållande, där riskkapitalisten tar agentrollen, samt visar tecken på Moral hazard.

3.2 Entreprenörskapsteori

Det finns mycket litteratur med mer eller mindre välutvecklade teorier inom entreprenörskapsämnet. Att behandla ämnet som helhet kräver ett multidimensionellt angreppsperspektiv där pusselbitar från bland andra psykologin, sociologin och ekonomin bidrar till helhetsbilden (Davidsson, 1989). Ett allt vanligare angreppssätt på ämnet har dock även blivit att forskaren i fråga utgår från en enskild vetenskapsdisciplin (Shane, 2003).

Nedan följer ett urval av teorier som bidrar till det multidimensionella perspektivet. Sedan läggs extra tonvikt på det beteendevetenskapliga bidraget till entreprenörskapsteorin.

3.2.1 Multidimensionellt perspektiv

Då entreprenörskapsforskningen är ung och har hämtat inspiration från många vetenskaper skiljer sig forskningssyftena åt och det finns många intressanta upptäckter runt entreprenören. Tidigare forskning har exempelvis studerat skillnaden mellan förstagångsentreprenörer och habitualentreprenörer (dvs. en person som startat flera bolag), som visar på att habitualentreprenörer välkomnar osäkerhet mer än förstagångsentreprenörer (Politis, 2006).

Vidare finns det empiri som visar på att hur fort ett företag växer först och främst beror på entreprenörens personlighet generellt och på hans motivation i synnerhet (Barkham, 1994). Ytterligare stöd för tesen att entreprenörer har utmärkande personlighetsdrag jämfört med den övriga populationen stöds av forskning som visar att entreprenörer är mer individualistiska och självständiga än anställda och populationen i stort, samt att entreprenörer anser att det är fint och viktigt att arbeta hårt och mycket (Beugelsdijk & Noorderhaven, 2005). Även Brandstätter (1997) visade att entreprenörer som själva valt att starta ett bolag var mer självständiga än övriga ägare som exempelvis ärvt ett bolag. De självvalda entreprenörerna var också mer nöjda med sin roll och intresserade av att expandera än de övriga ägarna.

Ytterligare bevis som stärker att entreprenörens personlighet är av mycket stor betydelse för att skapa framgång är att personlighetstester, inom praktiskt taget alla typer av arbeten har visat på att vissa personlighetsdrag dels avgör hur lämplig personen är för arbetet dels hur bra personen trivs med sitt arbete (Schultz & Schultz, 2002).

Det bör tydliggöras att inte alla entreprenörer har tillväxtambitioner, så trots att ett företag inte expanderar är det inte ett misslyckande. En svensk studie visade att femtio procent av alla företag som ansåg att det fanns möjlighet att expandera avsåg inte att följa upp denna möjlighet (Davidsson, 1989), vilket kan ge en tydlig indikation om att det är olika karaktärsdrag som finns dolda bakom entreprenörers personlighet.

I det här sammanhanget bör det tilläggas att det finns teorier om att ett företag behöver olika typer av ledare genom de olika faserna av uppstart, tillväxt etc. för att ha en fortsatt god tillväxt. I den första kreativa fasen anses entreprenören vara lämpad men att en genuin

entreprenör har problem att leda ett större företag och att det kan bli en ledarskapskris (Greiner, 1998).

Avseende entreprenörens personlighet är litteraturen relativt konsekvent på att visa på samma viktiga egenskaper för att framgångsrikt driva ett företag. Davidsson (1989) hävdar att det viktiga är möjlighet, behov, och förmåga och då främst individens upplevda möjlighet, behov och förmåga. Shane (2003) pekar på att de individuella faktorerna består av psykologiska förutsättningar samt demografiska förutsättningar, d.v.s. de medfödda förutsättningarna och att upptäcka förutsättningarna i omgivningen. Shane utgår ifrån väldigt klassisk beteendevetenskap med BIG FIVE variabler som extraversion och Agreeableness. Här anses det att ha hög extraversion (utåtriktad, energisk, etc.) bidrar till att vara en god ledare och har en individ låg Agreeableness (anpassar sig, medgörlig, etc.) är det inte sannolikt att denna utnyttjar möjligheter som uppstår (Shane, 2003).

3.2.2 Beteendevetenskaplig teori

En betydande del av teorin om entreprenörskap bygger på empiriska studier med grund i beteendevetenskaplig teori. Entreprenörens personliga egenskaper var ett särskilt populärt forskningsområde och studierna kan efter forskningstradition delas in i en analytiskt orienterad, samt en psykoanalytisk orienterad forskning. Den psykoanalytiskt orienterade forskningen ser främst till entreprenörens bakgrund med erfarenheter från tidig ungdom samt psykosociala problem (Landström, 2005). Författarna till denna uppsats väljer att begränsa sig från denna typ av teori och bedömer istället entreprenören utifrån den analytiskt orienterade forskningen. Avgränsningen görs eftersom beskrivningen av entreprenören utifrån det psykoanalytiskt orienterade synsättet enbart avser en liten del av vad som annars anses vara den totala entreprenörspopulationen (Landström, 2005).

Inom analytiskt orienterad forskning har det gjorts en stor mängd studier som har till mål att identifiera de egenskaper som kännetecknar en entreprenör. Ett problem med att förhålla sig till denna typ av forskning är att utbudet på egenskaper som kännetecknar en entreprenör är väldigt stort. Detta ligger även till grund för mycket av den kritik, som säger att litteraturen blivit för omfattande och otymplig, och som riktats mot forskningstraditionen under senare år (Landström, 2005). För att undvika problemet med att ta hänsyn till alldeles för många egenskaper har författarna valt att begränsa sig till den teori som presenteras nedan.

3.2.3 Entreprenörens egenskaper

Lindholm Dahlstrand (2004) har gjort en sammanställning av några av de vanligast förekommande egenskaper som kännetecknar en entreprenör. Dessa är; prestationsbehov, kontrollbehov, riskbenägenhet, autonomi och kreativitet/innovativitet. Begreppen behandlas nedan olika mycket beroende på varje begrepps komplexitet

3.2.3.1 Prestationsbehov

McClelland (1961) pekar på att prestationsbehov är ett av de mest grundläggande personlighetsdragen hos en entreprenör. Med prestationsbehov menas den drivkraft och självtillfredsställelse som entreprenören får av utmaningar och utsatta mål (McClelland, 1961). Med detta sagt är det därmed inte olika typer av belöning som är den främsta drivkraften. Även om pengar inte är den främsta drivkraften så är de ett bra mått på framgång som ger entreprenören positiv feedback (Lindholm Dahlstrand, 2004). McClelland (1961) menar även att det finns ett samband mellan prestationsmotiv hos entreprenörerna i samhället och ekonomisk tillväxt. Detta samband syns dock tydligast på nationell nivå och har när det tas ned på individnivå kritiserats av andra forskare (Davidsson, 1989).

3.2.3.2 Kontrollbehov

I begreppet kontrollbehov brukar locus of control vara betonat. Intern locus of control betyder att en individ anser att han/hon kan påverka sin omgivning, extern locus of control är motsatsen då individer anser att samhället styr dem. Entreprenörer, men även generellt personer med goda ledaregenskaper anses ha hög inre locus of control (Rotter, 1966). Att anse att man har möjlighet att påverka sin omgivning är en stor bidragande faktor till att våga starta entreprenöriella projekt (Shane, 2003).

En för hög grad av intern locus-of-control och självförtroende kan enligt Cooper, Dunkelberg och Woo (Davidsson, 1989) vara en negativ egenskap hos en entreprenör. Cooper et al menar att entreprenören kan vara måttligt imponerade av företag liknande deras eget. När det

däremot kommer till frågan om deras eget företag visar entreprenören gärna upp överoptimistisk tilltro till rörelsen, vilket kan leda till beslut som inte gynnar företaget, då besluten tas utifrån en överoptimistisk tilltro till företaget. Åsikterna om locus of control och dess värde för entreprenören är därmed något tvetydiga sett till tidigare forskning.

3.2.3.3 Riskbenägenhet

Trots att det ofta har antagits att entreprenörer skall vara mer riskbenägna än genomsnittet av befolkningen, har de dock ansetts endast ta beräknade risker (Drucker, 1985). Shane (2003) argumenterar att entreprenörskap innebär att se möjligheter, människor som väljer att starta entreprenöriella projekt ser utforskad mark som möjligheter inte risker. McClelland (1961) har dessutom hävdats att entreprenörerna är mindre riskbenägna än genomsnittet på slumpspel. De olika åsikterna om entreprenörens riskbenägenhet kan enligt Ray (Davidsson, 1989) förklaras genom att riskbenägenheten påverkas av dels områdesspecifika förhållanden såsom en speciell bransch och dels genom situationsspecifika förhållanden såsom olika utvecklingsstadier företaget kan befinna sig i. Davidsson (1989) väljer att förtydliga riskbegreppet utifrån att det som för en observatör förefaller vara ett riskprojekt inte nödvändigtvis anses vara det av individen som besitter fakta angående projektet. Det innebär att människor har olika definition av vad som är riskfyllt. Det finns människor som aldrig kommer att starta egna bolag för att de anser det för riskfyllt, utan vill ha tryggheten som anställd. Medan andra anser att det är betungande att behöva göra rutinarbeten och aldrig få skapa något. I korthet innebär det helt enkelt att varje individ har en unik uppfattning om vad risk är. För en del människor är risk lika med möjligheter, för andra är risk lika med farligheter. Generellt anses entreprenörer tolka omvärlden som möjligheter och inte risker (Shane, 2003).

3.2.3.4 Autonomi

Autonomi anses vara nära kopplat till variabeln kontrollbehov, autonomi förtydligas som viljan att klara sig själv. Människor med hög autonomi anses ha en önskan om att få själva påverka sin arbetssituation och att ha kontrollen över vad som skall göra och när det skall göras. Det har även påvisats att individer med hög grad av autonomi har svårt att hantera auktoriteter (Lindholm Dahlstrand, 2004). Att ha svårt att hantera auktoriteter och att ha en

önskan om att få bestämma över sig själv sägs ofta vara en stor bidragande faktor till att individer väljer att starta eget.

3.2.3.5 Kreativitet/Innovativitet

Kreativitet och innovativitet anses ofta mycket grundläggande hos entreprenören, att kunna tänka i nya banor och ha nya bättre lösningar på befintliga problem (Greiner, 1998). Entreprenören är ofta den som har en unik teknisk innovation, ett nytt sätt att bemöta marknaden, helt enkelt våghalsigheten att prova något nytt (Lindholm Dahlstrand, 2004)

3.3 Tillväxt

Entreprenörskap och företagstillväxt är nära knutet till varandra. Entreprenöriella aktiviteter bidrar till affärsmöjligheter och etablering av nya företag. Samtidigt gynnas samhället med ökad sysselsättning då företagen utvecklas och genererar tillväxt (Lindholm Dahlstrand, 2004). Davidsson (1986) har via undersökningar visat att småföretag står för över 50 procent av den arbetande populationen i Sverige. Följaktligen, frambringar små tillväxtföretag fler arbetstillfällen än stora företag, vilket påvisar vikten av ett ökat antal små tillväxtföretag i samhället idag (Wiklund, 1998). Enligt Storey (1994) är det inte alls så att alla småföretag växer eller ens vill växa. En del småföretag växer svagt, medan andra har en extrem tillväxutsutveckling. Intressant är att majoriteten av småföretagen inte har någon tillväxt alls (Wiklund, 1998).

Tillväxten i småföretag har under de senaste decennierna varit förhållandevis låg, och har därmed inte gjort några större intryck på samhällsnivån. Studier gjorda mellan 1987-96 har visat att snabbväxande tillväxtföretag inte påverkats av den kraftiga lågkonjunkturen mellan 1991-93, medan övriga företag fick uppleva en stor nedgång. Det kan tyckas märkligt att de snabbväxande företagen inte påverkades av de yttre faktorerna, men det ska också framföras att andelen uppköp ökade under perioden, vilket för oss vidare till frågan, hur definieras tillväxt i småföretag? (Davidsson, Delmar & Wiklund, 2001)

3.3.2 Tillväxtstrategier

Först och främst är det viktigt att poängtera att alla företag inte har en tillväxtvilja. De företag som uppsatsen behandlar har dock en klar tillväxtvilja, vilket är väsentligt för frågeställningen. Det talas ofta om två olika sätt att växa, antingen organiskt eller genom uppköp. Ett företag som växer organiskt återinvesterar sina vinster i bolaget och på så sätt utökar sin verksamhet. Uppköpsstrategin går istället ut på att expandera sin verksamhet genom att köpa upp andra företag som ofta då är i ekonomisk obalans. Tillväxten i företag beräknas i allmänhet som en förändring av omsättning, antal anställda, tillgångar, och skrivs då antingen i procent- eller absoluta termer (Davidsson, Delmar & Wiklund, 2001).

3.3.3 Hinder och förutsättningar för tillväxt

Tillväxten i småföretag har varit ett aktuellt och omdiskuterat ämne i Sverige under de senaste åren. Djupgående forskningar har bedrivits med målsättning till att kunna förklara frågor rörande varför vissa företag växer men inte andra, hindren för tillväxt, och vilka kvaliteter och egenskaper, i och utanför företaget, som skapar tillväxt (Davidsson, Delmar & Wiklund, 2001). Hur det kommer sig att vissa företag växer mer än andra är en fråga som fortfarande är tvetydig (Landström, 2005). De tre huvudkomponenterna enligt Storey (1994) är entreprenören i företaget, företagets karaktär och företagets strategi.

Entreprenörens inställning till expansion och tillväxt har visat sig påverka företagets tillväxt positivt. Entreprenörer som startat ett företag på grund av arbetslöshet har dock mindre chans att uppnå en hög tillväxt. En hög akademisk utbildning och tidigare erfarenheter i tillväxtföretag är också faktorer som ökar sannolikheten till en bättre avkastning. När det gäller företagets karaktär så har små och unga företag en viss tendens att expandera snabbare än redan etablerade stora företag. Det ska dock poängteras att det skiljer sig åt branscher emellan. Landström (2005) skriver även att företag som bildats av ett flertal personer har större chans att utvecklas och växa än företag som startat av en individ. Den tredje och sista komponenten som ofta kännetecknar tillväxtföretag är enligt Storey (1994) att de har någon form av externt och/eller ”intellektuellt” kapital. Kapitalförsörjningen ses ofta som det ett av de främsta hindren för tillväxt. Det krävs kapital för ett företag ska växa, och om detta kommer från företagets vinst eller från externt kapital, är en avvägningsfråga för företagets

ägare (Davidsson, Delmar & Wiklund, 2001). En del prioriterar majoritetsägarskap och ett helt självständigt företag framför externa ägare som har sina krav.

Lindström och Olofsson (2002) har utfört två empiriska studier med småföretag som har haft olika tillväxtviljor. Resultatet visar klart att de företag som har en erkänd tillväxtstrategi är mer positivt inställda till riskkapital än de som inte har något mål att växa mot. Båda företagskategorierna anser dock att de externa ägarna vill ha för mycket inflytande i företaget. Detta kan enligt Berggren et al handla om en obenägenhet att underkasta sig andras viljor (Davidsson, Delmar & Wiklund, 2001) Vidare visar Storeys (1994) forskning att företag som ägnar sig åt marknadspositionering och mindre segment har en större sannolikhet att uppnå hög tillväxt.

3.3.4 Tillväxtmodeller

Det finns en stor önskan i att identifiera och analysera tillväxtföretag. Intresset att kunna se vilka företag som på förhand kommer att lyckas är stor för såväl myndigheter som riskkapitalister. Samtidigt vill entreprenörer självklart veta hur de ska gå tillväga för att bygga ett växande företag. Problematiken i att förutse framtidens marknad och institutionella förhållanden är två faktorer som visats sig svåra att ta hänsyn till då tillväxtföretag studerats.

Det har heller inte fungerat att analysera och hitta kännetecken på företag som redan har vuxit. Trots denna osäkerhet har två olika orienteringar utformas som hjälpmedel för att förklara företagets tillväxt. Stegmodellen är den första av dessa två och är uppbyggd som en steg- eller livscykelmodell av företagets tillväxt. I de flesta fall är denna cykel indelad i fem stadier som påvisar en ofrånkomlig förändring av företagets tillväxt längs en tidslinje. Det rör sig ofta om förändringar i ledarstruktur, organisation och strategi. I dessa fem stadier kan företagets utveckling följas från existens- till mognadsstadie (Lindholm Dahlstrand, 2004).

Förklaringsmodellen som är den andra modellen, är som namnet, en mer förklarande modell till varför vissa företag växer. Medan stegmodellen fokuserar mer på att beskriva vad som händer i de olika stegen, försöker förklaringsmodellerna istället klargöra vad det är för faktorer som gör att vissa företag växer. Vanligtvis tar förklaringsmodellen upp och diskuterar entreprenörens och företagets egenskaper och företagets strategi och hur dessa faktorer kan inverka på företagets tillväxt. Entreprenörens motivation tas även upp här som en av de

viktigare egenskaperna för att uppnå tillväxt. Författarna har i sitt resonerande kring tillväxt arbetat utifrån förklaringsmodeller. Ett företag växer sällan om ägaren inte har för avsikt till att växa (Lindholm Dahlstrand, 2004).

3.3.5 Omgivningen

Davidsson et al (2001) resonerar om huruvida tillväxten kan förklaras av de externa faktorerna såsom miljön och omgivningen, eller av de interna faktorerna som handlar om egenskaper hos entreprenören, företaget och dess anställda. För att klargöra vilka faktorer som har inverkan på företaget kan de två olika teoretiska perspektiven populationsekologi och strategiska val presenteras.

3.3.5.1 Populationsekologi

Vad för påverkan har omgivningen på företagets tillväxt? Vilka hinder utgör omgivningen? Populationsekologin enligt Aldrich (1999) säger att omgivningen är alltför komplex för att företagen ska ha möjlighet att avläsa den korrekt och på så sätt skaffa sig en konkurrensfördel. Företag är dessutom för trögrörliga för att anpassa sig till miljön. De företag som kommer att växa kommer att göra det på grund av tur och att omgivningen värderar just deras produkter eller tjänster (Davidsson et al, 2001).

3.3.5.2 Strategiska val

Det strategiska perspektivet är ett annat sysätt och utgår ifrån att företagen har en förmåga att anpassa sig till omgivningen. De studerar omgivningen och försöker sedan tolka och utnyttja informationen för att få bättre konkurrensfördelar än deras konkurrenter. Företag som önskar växa är inte beroende av omgivningen, utan kan med rätt strategi uppnå tillväxt. (Davidsson et al, 2001)

Det är inte helt lätt att klargöra om det är omgivningen som påverkar företaget eller om företaget positionering är den avgörande faktorn. Till populationsekologins fördel verkar de institutionella förutsättningarna bevisat ha ett tungt argument. Genom åren har Sveriges fått

ett allt gynnsammare företagsklimat med förmånligare lagar och regler. Detta har i sin tur lett till högre företagsamhet bland entreprenörerna. Det har även påträffat på exemplen på företag som inte haft de rätta förutsättningarna men som ändå nått framgång. Likaväl har företag som haft de idealiska egenskaperna gått i konkurs. Här bör sannolikt omgivningen ha påverkat företagen (Davidsson et al, 2001).

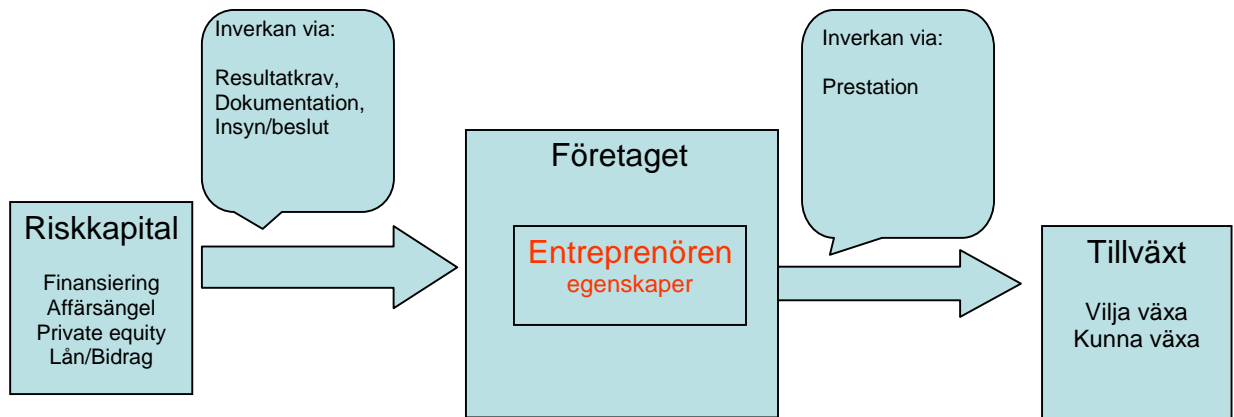
I motsats till det populationsekologiska perspektivet visar en undersökning att en grupp tillväxtföretag helt obehindrat gått igenom den djupa lågkonjunkturen 1991-93 (Davidsson et al, 2001). Det verkar som gruppen av tillväxtföretag har haft kunskap att läsa omgivningen och gjort strategiskt kloka val för att nå sina tillväxtmål. Detta utesluter dock inte helt att de bara haft turen med sig. Med detta sagt, är det fortfarande oklart om, och hur mycket, omgivningen kan påverka företagets tillväxt (Davidsson et al, 2001).

3.3.6 Entreprenörens strategiska förhållningssätt

Wiklund (1998) talar om ett begrepp som på ett grundläggande sätt påvisar problemet med tillväxt i småföretag. Han menar att *entreprenörens strategiska förhållningssätt* vilket behandlar entreprenörens innovativitet, risktagande och proaktivitet, leder till en ökad tillväxt. Det är alltså inte individen, företaget eller omgivningen som huvudsakligen ligger till grund till företagets tillväxt, utan istället entreprenörens strategiska förhållningssätt. Sedermera, är det företagets resurser, attityder och omgivningen karaktär som avgör om ett entreprenöriellt förhållningssätt kan tillämpas.

3.4 Analysmodell

Denna modell presenterades kortfattat redan i det inledande kapitlet. Det är dock värt att presentera den åter en gång, nu dock något utvecklad, då den tydliggör hur författarna ser på relationen mellan kapital, entreprenör och eventuell tillväxt och hur dessa områden är relaterade och kan tänkas påverka varandra. Inledningsvis tydliggjorde modellen problemformuleringen och syftet. Nu sammanfattar den referensramen samt ger grund till analyskapitlet samt beskriver hur det är uppbyggd.



Figur 4: - Analysmodell

Ett exempel på hur modellen kan användas är följande. Antag att en entreprenör och hans företag erhåller kapital i form av pengar genom en nyemission mot att en extern aktör får någon typ av inflytande i entreprenörens företag. I nästa steg, med hänsyn tagen till hur entreprenören kan ha tänkts påverkats av just detta riskkapital kopplat till entreprenören som person, försöker man genom modellen se till vad eventuell påverkan har för inverkan på företagets tillväxt och framgång.

Innan analys följer det dock nedan en presentation av aktuellt empirimaterial.

4 Empiri

I empirin presenteras relevanta utdrag från de intervjuer som genomförts och observationer som gjorts. De intervjumallar som legat till grund för informationsinhämtningen bifogas i form av bilagor.

4.1 Fallstudieobjekten

4.1.2 One Café AB

Johnny Ragazzo var med tre andra kollegor med om när den helhjärtade satsningen med One Café AB startade 2004. Ragazzo hade nyligen sålt sin tidigare verksamhet, när han gick in i projektet.

One Cafés affärsidé är att erbjuda ett kvalitetskaffe som i stort sett fungerar likadant som en tepåse. Hotell, restauranger och catering är initiala målgrupper. Företaget har knutit sin första kund till sig och första produktion och försäljning är planerat till efter årsskiftet. One Café har en stor vision och drivkraft i att arbeta för millennium målen vilka är mål uppsatta av FN för att motverka fattigdom och orättvisor i tredje världen. Genom bland annat pengar och plantor hjälper de kaffebönderna i Uganda till att skapa värdeökning inom det egna landet.

Johnny Ragazzo har tillsammans med de tre andra delägarna investerat cirka tre miljoner kronor i bolaget och gjorde i våras en riktad nyemission och tog in 10 miljoner kronor i riskkapital. De fick släppa cirka 17 procent av ägandet, där AJ (katalogen) stod för drygt 10 procent av ägandeskapet. Exakt hur mycket pengar affärsängeln köpt in sig för framgick inte av intervjun. Detta har gjort att AJs har ett viss inflytande rent aktiebolagsmässigt. De kan till exempel begära utredningar om de tycker att företaget fattar felaktiga beslut. Inom företaget finns idag även en patentingenjör och förpackningsexpert som fått en del av ägandet. Idag

äger de fyra grundarna cirka 75 procent av One Café. Tilläggas bör även att ingen av ägarna har tagit ut lön på drygt två års tid, vilket enligt Ragazzo skulle motsvara cirka 10 miljoner kronor.

Prestationsbehov

Johnny Ragazzos prestationsbehov bygger på viljan att uppfylla två huvudsakliga mål. Det första är ett engagemang i tredje världen. Ragazzo tillsammans med övriga ägare har en stark vilja att hjälpa kaffebönderna i Uganda. Idag betalar de till exempel ett överpris på 35 procent för kaffet så att kaffebönderna ska få chans till högre livskvalitet. De skänker även skuggträd som ska bidra till bättre skördar och har nu planer på att bygga ett daghem precis vid deras fabrik. Den andra drivkraften är att han vill presentera något nytt för världen som han själv varit med om och tagit fram. "Att fylla ett tomrum i branschen." Han framhäver också att den goda responsen från omgivningen har bidragit till en ökad drivkraft. Att det externa ägarintresset kan ha kommit att påverka hans prestationsbehov är inget han känner av idag.

Kontrollbehov

Johnny Ragazzo känner att han som VD har en översiktlig insyn i hela företaget och besitter därmed den kontroll som behövs för att se till att styrelsens vilja implementeras. Det externa intresset har fört med sig att One Café nu alltmer måste förbättra dokumentation och rapportering angående beslut som tas. En följd av detta är dock att ledningsarbetet blivit mer tidkrävande, samtidigt som det enligt Ragazzo bidragit till bättre kontroll i företaget. De externa ägarna i företaget har bidragit till en bättre struktur i företaget. One Café har varit tvungna att bli mer formella och förbättra deras dokumentation. Detta har dock bara varit positivt enligt Ragazzo och lett till bättre kontroll i företaget.

Riskbenägenhet

Riskbenägenheten efter att ha fått riskkapital har inte förändras enligt Ragazzo. De fyra delägarna har investerat mycket pengar i företaget och arbetar fortfarande efter två år utan lön. Han berättar dock att tankegången kanske hade sett annorlunda ut om de hade fått lön.

Kreativitet och innovativitet

Ragazzo tror generellt sett att det externa ägandet skulle kunna påverka kreativiteten men inte i deras bolag. Han menar på att de personer som arbetar i företaget inte påverkas av andra utan tror på sin egen sak.

Tillväxt

One Café står på tröskeln till att få ut sin produkt på marknaden. I dagsläget är dock omsättningen enligt Ragazzo ”mycket blygsam” han påpekar dock att om företaget enbart lyckas erövra en mycket liten marknadsandel så kommer detta ge ett väldigt gott resultat. Företaget har enligt Ragazzo en uttalad tillväxtstrategi, detaljerna kring hur denna ser ut är företaget förtegnat om.

4.1.3 Zemission AB

Grundades år 2005 av entreprenören och verkställande direktören Anders Vestin på Ideon innovation. Bolaget drivs av totalt fem personer varav två är heltidsanställda.

Anders Vestin, som tidigare har arbetat på Volvos forskningsavdelning och även sysslat med forskning kring växthuseffekten på Lunds Universitet, är innovatören till Zemissions nya teknologi. De håller idag på att utveckla en ny typ av katalysator (förbränningsmotor) som skall minska koldioxidutsläppen väsentligt. Deras första färdigställda produkt kommer att lanseras under år 2008-2009 och är då tänkt att säljas som en komponent till tillverkande företag i till exempel bilindustrin.

Under Zemissions första år på Ideon Innovation fick de mycket hjälp av affärsutvecklare som fanns till hands för nystartade företag. Det var väldigt viktigt i uppstartningsfasen enligt Vestin, men det räckte inte riktigt till när de väl kom igång med företaget, då de behövde mer specifik kunskap för sin bransch. Vestin fick kontakt med en affärsängel som visade sig vara rätt person för företaget. Han har idag ett delägarskap i Zemission och bidrar med sin kompetens och erfarenhet och är en viktig nyckelperson.

Vestin är idag majoritetsägare och har under 10 procent externt kapital från affärsänglar i sitt företag, och är samtidigt till hälften finansierad av statliga pengar. Han har en väldigt positiv syn på externt kapital och är inte rädd för att släppa kontrollen av företaget om tiden känns redo. Han vill dock inte ta in kapital i onödan, utan det är antingen eller. Anledning till att de tog in externt kapital var att de var i stort kapitalbehov plus att de behövde produktions- och marknadskompetens in i styrelsen.

Prestationsbehov

Vestins främsta drivkraft sammanfattar han såhär:

”Att tjäna pengar genom att göra något bra för samhället”. Vestin vill bidra till en förbättring av miljön samtidigt som han skapar fler arbetstillfällen. Drivkraften har inte förändras sedan affärsänglarna kom in i företaget förutom att han nu arbetar mer för att få det affärsmässiga stadiet att fungera, det vill säga han har mindre med det tekniska att göra i dagsläget.

Kontrollbehov

Ett sätt att försöka påverka omgivningen är genom lobbyverksamhet mot myndigheterna så att utsläppskraven skärps. Idag fungerar det så att utsläppskraven i stort sätt bestäms efter de stora industriernas möjlighet att klara av kraven. Om då ett litet företag kan visa att de kan minska utsläppen och göra det kommersiellt möjligt, kan kanske högre krav sättas.

Riskbenägenhet

Anders Vestin som ser sig själv som riskälskare, tycker inte att det externa kapitalet har påverkat hans riskbenägenhet på något sätt. Han känner däremot ett tungt ansvar gentemot statens energimyndighet som har finansierat bolaget till knappt 50 procent. Staten kräver nämligen en motfinansiering av Zemission, vilket betyder att de ska visa att de har tagit in och upparbetat resurser för lika stor värde som de har fått statligt anslag till. Han påpekar också att han självklart känner stort ansvar för dem som har investerat externt kapital i företaget.

Den största risken han ser i företaget är att utvecklingsprocessen, med att föra en produkt ut på marknaden, tar för lång tid. Det riskerar dränera bolaget på resurser. Lösningen är att köra flera parallella spår samtidigt.

Eftersom Vestin fortfarande är majoritetsägare i Zemission ser han ingen skillnad på beslutprocessen efter det externa tillskottet av kapital. Han ser styrelsen som rådgivare och de strategiska besluten tas efter diskussioner och konsensusbeslut på styrelsemötena

Kreativitet och innovativitet

Huruvida det externa kapitalet har påverkat kreativiteten och innovativiteten kan Vestin inte svara på. Däremot har den externa kompetensen hjälpt dem att definiera deras marknadscase, samt att sälja deras teknik på rätt sätt. Här har Zemissions affärsänglar varit mycket värdefulla och bidragit med stor kompetens och erfarenhet. Det var även en av affärsänglarna som ordnade de första kunderna.

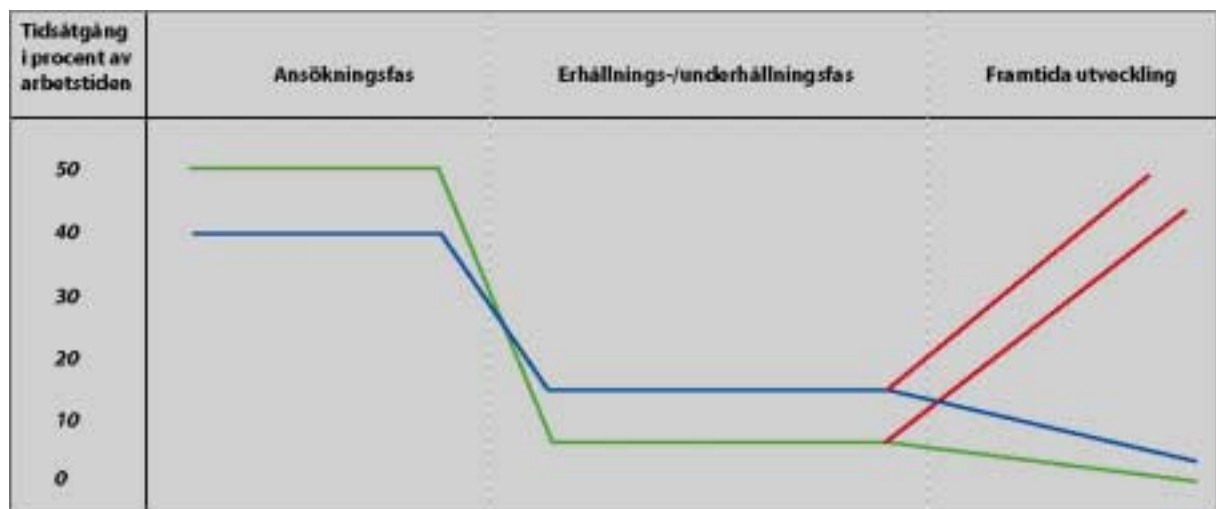
Tillväxt

Zemission omsätter idag ett par miljoner kronor om året och förväntar sig inom tre år att ha en omsättning på cirka 60 miljoner kronor, ett mycket realistiskt tillväxtmål enligt Vestin. I framtiden tror de sig kunna försörja sig på royalty och deras egna produkter.

De arbetar med en väldigt offensiv marknadsföring då de tar kontakt med koncerncheferna i de tänkta målbolagen och driver en "top down" process. Det har uppfattats som väldigt inträngande hos företagen men har även gett ett bra resultat.

4.2 Tidsperspektiv

Utifrån frågor angående hur mycket tid Ragazzo och Vestin anser sig lägga på förhållandet till riskkapitalet har följande graf utarbetats. Den gröna linjen representerar Ragazzos uppskattning av hur mycket tid som avsatts till hantering av extant kapital i de olika faserna och den blåa linjen Vestins uppskattning. Linjerna representerar en genomsnittlig utveckling av tidsåtgången. Då det var klart redan från starten av de två bolagen att de skulle skaffa externt kapital var de inte speciellt förvånade över den initiala tidsåtgången. Det som dock var förvånande för båda entreprenörerna var den tid som efter anskaffandet fortfarande går åt till att arbeta med olika typer av hantering av det externa kapitalet. De tror att om de inte kommer att behöva ytterligare kapital att det fram över efter produktlansering kommer att minska, men bara om de inte kommer att behöva ytterligare kapital. De röda strecken symboliserar den utveckling de båda uppfattar skulle ske vid en eventuell nyemission. Vid behov av ytterligare kapital, det vill säga en nyemission, antar de att tidsåtgången skulle stiga till samma nivå som vid tidigare emissioner, alltså ungefär 50% av arbetstiden.



Figur 5: – Graf beskrivande den tid entreprenörerna lägger på riskkapital

5 Analys

Analyskapitlet är strukturerat efter den tidigare presenterade analysmodellen. För att belysa de delar som förenar samt skiljer de två entreprenörerna och deras företag är analysen även strukturerad utifrån ett jämförande perspektiv mellan de två studieobjekten.

5.1 Riskkapital

Den största grundläggande gemensamma nämnaren avseende inställning till riskkapital var att båda bolagen innan de startades hade kalkylerat med att riskkapital skulle vara nödvändigt för att kunna genomföra affärsidén. Det är därför för vidare analys viktigt att ha i åtanke att dessa individer hade en på förhand positiv syn på externt kapital innan de började arbetet med processen att erhålla externt kapital och upparbeta relationer med externa intressenter. Detta kan relateras tillbaka till det tidigare nämnda personlighetsaspekten *locus of control* (Lindholm Dahlstrand, 2004). Båda individerna anser att de kan styra sin omvärld, och det är troligen en bidragande orsak till varför de valt att släppa in externa ägare. Samtidigt leder det vidare till nästa punkt, att båda entreprenörerna är majoritetsägare av sina bolag. Eller som Vestin uttryckte det, ”Om det blir problem vet vi vem som bestämmer”. Ragazzo yttrade i slutskedet av första intervjun dessa ord ”det är inget positivt alls med riskkapital det är bara ett nödvändigt ont men det ger pengar på kontot och därför måste man”. Detta sade han trots att han ursprungligen sade sig vara positivt inställd till riskkapital.

Vidare pekar en hel del av det ordval som främst Ragazzo använder om en negativ attityd till riskkapital. Ragazzo talar om att för att få in externt kapital var de tvungna att släppa 17 procent. Båda två talar om vikten att inte ”spä ut kapitalet för mycket i onödan”. Dessa uttalanden vittnar en hel del om ett kontrollbehov, trots att båda två hävdar att de inte har ett stort kontrollbehov. Här har följande rimliga slutsatser resonerats fram att ordet kontroll är värdeladdat. På direkta frågor om kontroll kommer objekten att svara undvikande samt att det kan vara mycket svårt för en individ att subjektivt bedöma sitt eget kontrollbehov. Här hade

det kanske varit lättare att få fram ett användbart värde i att fråga personer i entreprenörernas omgivning vad de anser om deras kontrollbehov.

Det bör även förtydligas att båda bolagen har informellt externt kapital (Lindholm Dahlstrand, 2004). De är förbi såddfinansieringen men fortfarande i ett mycket tidigt stadium utan en färdig produkt på marknaden. I det här stadiet är det ovanligt att stora Venture Capital bolag engagerar sig. Dessutom är det i båda företagen en blandning av både extern finansiering och extern hjälp i form av affärsänglar. Vestin är mer engagerad i att påpeka vikten av kunskapen och mentorskapet från affärsängeln än Ragazzo. En enkel anledning till det kan enligt författarna bero på att Vestin är ensam ägare till sitt bolag och har mindre tillgång till ett naturligt bollplank än Ragazzo som delar ägandeskapet med tre andra personer. Återigen kan det också peka lite till skillnaderna mellan att vara förstagsentreprenör än habitual entreprenör som enligt tidigare forskning välkomnar möjligheterna i osäkerhet mer (Politis, 2006). Dessutom kan åldersfaktorn återigen vara en bidragande faktor. Landström (2005) har även pekat på att företag som har flera ägare växer och utvecklas mer, vilket kan visa att flera arbetar mer framgångsrikt än en och därmed varför Vestin som ensam grundare har känt att hans affärsängels närvaro är av stor vikt.

Den största skillnaden mellan de två bolagens kapitalmix är att Zemission (Vestins bolag) till knappt 50 % är finansierat av statliga pengar genom statens energimyndighet. Till den här finansieringen förefaller Vestin ha dubbla känslor. Vid första intervjun berättade han att det vägde tungt på sinnet att handha då det krävs från staten att Vestin skall kunna visa och redovisa vad som upparbetats för pengarna samt att han skall satsa lika mycket pengar själv i motprestation. Ordagrant gav han uttryck för att det var de pengar han var mest orolig för att kunna betala tillbaka. Samtidigt vid vidare förfrågning om de statliga pengarna i andra intervjuomgången ville han släta över det intrycket och pekade på att det var väldigt mycket tryggare att ha statligt kapital än renodlat venture capital. En stor fördel med den statliga finansieringen var att det visar att en stor aktör som staten har förtroende för produkten och att det kan hjälpa vid lansering.

Gemensamt för båda entreprenörerna är att de uppger att trots att om de haft möjlighet till att vara ensam ägare skulle de välja att ha den kapitalmix de har idag. Vilket klart och tydligt pekar på att trots att det finns problem förknippat med riskkapital, problem som de själva pekat på, föredrar de trots att om möjligheten hade funnits att dela bolaget med andra. Det

pekar troligen på två viktiga saker, dels att de är väldigt positiva till den här typen av finansiering och ser att det positiva överväger det negativa, samt att det kan finnas en viss trygghet i att dela ansvaret med andra, ett stöd. Vilket pekar tillbaka på att båda värderar kunskapen som affärsänglarna bidrar med lika mycket som pengar.

Vestin talar även om det ansvar det innebär att ta in någon annans pengar i bolaget. Han känner ett ansvar för att de pengar som hans affärsänglar satsat skall förvaltas bra. Här gör författarna följande antagande att det kan vara speciellt tungt att hantera pengar som någon som man känner och arbetar med investerat, då dessa pengar plötsligt kan kännas personliga.

Det som troligen skiljer Vestin och Ragazzo mest åt är att Ragazzo på grund av den riktade emission som One Café har gjort har fått ta in externa medlemmar i styrelsen för att få tillgång till kapital. Dessa intressenter har troligen ett annat mer direkt egenintresse för avkastningen till deras företag jämfört med att staten rimligtvis är mer engagerad i att få ut en miljövänlig produkt på marknaden.

En intressant åsikt på affärsänglar kom från Ragazzo som menade att det är bättre att extern kompetens kommer i form av affärsänglar som köper in sig i bolaget än att man skall köpa eller hyra kompetensen externt, eftersom människor som investerat i bolaget har större motivation att arbeta för idén.

Ett mycket intressant fakta avseende riskkapital är att båda två talar om det problem som ”alla andra” har men som inte uppstår i deras bolag, och bägge hävdar att de har en jättebra kapitalmix. Det finns troligen ett par anledningar till det, först bör det återkopplas till att de har en positiv inställning till riskkapital. Sedan är det ytterst troligt att de inte skulle vilja säga något negativt om de partners de har idag. Dessutom kan det ge illusionen av att ”när alla andra har problem” så är det egna företaget starkt och enat. En del av resonemanget kring både Vestins och Ragazzos inställning till riskkapital känns mer logiskt om man ser till Aldrich (1999) resonemang kring Moral hazard, där en av två parter uppger en skev bild av verkligheten för att vinna fördelar.

Intuitivt känns hela diskussionen om riskkapital som mycket dubbelbottnad. De har många negativa åsikter om riskkapital generellt men är otroligt nöjda med sin egen situation. Det

finns därigenom anledning att tro att det inte är helt genuina åsikter som delgivits. Orsaker till detta kan vara flera.

5.2 Entreprenören

Något som talar för att de utvalda företagen och entreprenörerna var väl lämpade för undersökningen, utifrån det beteendevetenskapliga perspektivet var att trots att bolagen verkar i olika branscher, en var förstagångsentreprenör och en habitual entreprenör och från olika generationer var deras personligheter mycket lika. Båda två presenterar nya innovativa produkter som ger en helt ny möjlighet. Ragazzo har ett helt nytt sätt att se på kaffekokande. Vestin har skapat en teknisk innovation som ger en förbränningsmotor möjlighet att vara miljövänlig. Att vara innovativ är enligt klassisk entreprenörsvetenskap som redan Schumpeter (1951) påpekade mycket betydelsefullt för att vara en framgångsrik entreprenör.

Att starta den här typen av högriskprojekt som det tar flera år att få en produkt till marknaden samt att betona här drivkraften att vilja göra något bra för miljön visar på att intresset i utmaningen ligger i drivkraften att få uppfylla en möjlig dröm (McClelland, 1961). Samtidigt påpekar båda entreprenörer att de vill tjäna stora pengar. Båda två förklarar att deras vision är att göra något verkligen bra för världen och att tjäna mycket pengar på att göra det. I andra intervjuomgången ombads respondenterna att rangordna vad de tyckte var viktigast respektive roligast att arbeta med. Trots att de är i samma lanseringsfas av produkterna menade Vestin att det var viktigast att se till att kapitalfrågorna ombesörjdes jämte att ha produktutveckling, och roligast var det att arbeta med produktutveckling. Medan Ragazzo ansåg det var viktigast och mest inspirerande att arbeta med marknadsföringen. Att behandla kapitalfrågor ansåg Ragazzo som minst inspirerande och mindre viktigt.

Den största skillnaden mellan individerna är att Vestin, påpekar att han är en riskälskare och att han älskar att leva på kanten. Ragazzo är mer moderat i sitt uttalande här och menar att ja det är en risk, men en kalkylerad risk, som inte kan gå fel för att det finns så mycket potential i One Cafés produkt. En reflektion från författarna här kan vara att det antingen beror på en åldersskillnad, där Vestin är runt trettio år och vill framstå som ung och farlig, eller ett personligt antagande från Vestin där hans uppfattning är att entreprenörer är riskvilliga och att han vill identifiera och förstärka sin roll som entreprenör. Det är ett rimligt antagande att yngre människor vill imponera mer och att Ragazzo som närmar sig femtio och startat sitt

andra bolag är mer trygg i sin roll har det motsatta intresset i värderingen kring risk och vill istället framstå som stabil. I den här typen av intervju med öppna frågor finns ett inbyggt element av tolkning från objekten och en önskan om att vilja profilera sin personlighet på ett sätt som individen själv anser är positivt i kontexten. Deras två åsikter om riskvillighet skall tolkas mot tidigare forskning som hävdar att entreprenörer inte är mer riskbenägna än genomsnittet (Drucker, 1985, Shane, 2003).

Avseende de två entreprenörernas grad av autonomi har det inte framkommit specifika fakta. Utifrån tidigare litteratur i ämnet (Lindholm Dahlstrand, 2004) är det rimligt att anta att de har en hög grad av autonomi i sin vardag då de jobbar väldigt självständigt med få antal kolleger och i princip ingen hierarki alls. Möjligen kan det anses att externa ägare som ger krav på större struktur och redovisning ställer krav på rutiner som i viss mån minskar självständigheten. Det är en slutsats som dragits från snarare vad objekten inte svarade på, och hur de yttrade sig om problem som alla andra bolag hade, men hävdade att de själva inte påverkats.

Båda entreprenörerna hävdade att de var mycket kreativa och innovativa, och deras affärsidéer kan anses vara bevis för det. Framst hämtade de inspiration från möjligheter de själva såg i omvärlden. Ragazzo ansåg även att de externa ägarna och intressenterna främjade hans kreativitet medan Vestin tyckte att hans kollegor bidrog till att öka kreativiteten. Vidare ansåg de att externt ägande inte påverkade deras kreativitet. Samtidigt ansåg de att arbeta med kapitalfrågor var mycket tidskrävande och tog tid från andra intressantare arbetsuppgifter. Båda två och framst Ragazzo talade i klartext om att externt kapital är ett nödvändigt ont men det tar otroligt mycket tid och ”det var ju inte därför jag startade företag, för att arbeta med kapitalfrågor”. Så trots att de hävdar att deras kreativitet inte förändrats finns det tendenser i arbetsfördelningen som visar på att det trots allt finns en diskrepans mellan vad de vill ägna sig åt och vad de måste ägna en stor del av sin tid åt. Samtidigt pekar Ragazzo på att det finns fördelar med den omfattande dokumentation som medföljer av att ha externa ägare. För utan dem hade det inte avsatts tid för den typ av redovisning och att den ger struktur och bra information även till dem själva. Generellt föreföll ändå tidsåtgången för att hantera det externa kapitalet som något negativt och framför allt som något som ingen av dem till fullo insett skulle vara en så stor eller tidskrävande process i företagandet.

Då tidsåtgången föreföll vara ett problem frågades ytterligare kring det, vid andra intervjuomgången. Där framkom att i anskaffningsfasen av kapitalet avsattes nästan hälften av arbetstiden till kapitalanskaffning. Här känns det som rimligt, för det krävdes pengar för att starta projekten. Det som dock skiljer sig åt är att då Ragazzo idag uppger att han bara arbetar ett par få timmar i veckan med kapitalfrågorna, uppger Vestin att det i dagsläget upptar 20% av hans tid. Omräknat i timmar blir det tio timmar av en i snitt 50 timmars arbetsvecka. När de ombads rangordna prioritetsordningen på arbetsuppgifter angav Vestin att behandla kapitalfrågor högre än Ragazzo men båda angav att arbeta med kapitalfrågor som det minst inspirerande av allt.

Avseende framtiden efter lanseringen av produkten tror båda att arbetet med kapitalfrågor skall minska radikalt, men parallellt med det påpekar båda att det är en antingen eller situation. Det kommer att minska radikalt om pengarna inte tar slut och de måste göra en nyemission då tidsåtgången kommer att återvända och stiga till runt 40-50 % av arbetstiden igen.

5.3 Tillväxt

Avseende tillväxtpotentialen är Ragazzo mest offensiv och ser tillväxtmöjligheterna som utan ände. Vestin tror på en stark tillväxt men pratar om den i något mildare ordalag. Det kan återigen vara en personlighetsskillnad då Ragazzo är mer marknadsförare och Vestin har en renodlad teknisk bakgrund. En anledning till att anta att tillväxtmöjligheterna är stora för dessa företag är kanske just för att de fått externa intressenter. Att ha externt intresse visar på att fler människor anser att det finns bärighet bakom idén det ger större kontaktnät och fler möjligheter. Vidare har även båda bolagen en strategi ifall det skulle krävas mer externt kapital och är beredda att sälja ut sin egen majoritetsställning enligt utsago för att kunna förverkliga affärsidéerna.

Författarna har dragit följande slutsats angående tillväxt generellt. Att växa handlar om att vilja växa först och främst (Barkham, 1994; Davidsson, 1989) och att ha verktygen (Davidsson, Delmar & Wiklund, 2001), vilka vi som huvuddrag definierat som kunskap och pengar. Utifrån den mallen fyller bolagen de inre förutsättningarna för att kunna skapa tillväxt. Det som det här arbetet helt dock bortser ifrån är att bedöma hur bärkraftiga

affärsidéerna är eller hur mottaglig marknaden är för innovationerna. Vidare stöd får resonemanget från tidigare empiri som pekat på att hög akademisk utbildning och tidigare erfarenhet från tillväxtföretag ökar sannolikheten för tillväxt (Storey, 1994). Vestin är civilingenjör och har genomgått en forskarutbildning, Ragazzo har också eftergymnasial utbildning och tidigare erfarenheter från framgångsrika företag.

För att särskilja bolagens möjligheter till tillväxt utifrån tidigare kunskap bör Ragazzos One Café ha en fördel utifrån tidigare omtalade teorier om att bolag startade av en grupp har bättre tillväxt (Landström, 2005). Att det är så är sannolikt för att när flera individer skall samarbeta blir många beslut omprövade och hårdare testade. Vad som talar emot Zemission här är att trots att han hävdade att konsensusbeslut alltid var bäst var han som tidigare påtalats snabb med att kontra med ”att om det blir problem vet vi vem som bestämmer”, vilket kraftigt indikerar att det är troligt att konsensus innebär att när alla håller med mig, ja då har vi konsensus här i bolaget. Vad som dock talar mycket för Vestin är produkten, en produkt som minskar och i princip får det utsläppet av växthusgaser i bilar att upphöra. Det är en högteknologisk innovation, vilket enligt Lindholm Dahlstrand (2004) är en bidragande faktor till framgång.

Ytterligare en faktor som talar för att de båda bolagens möjliga tillväxt är att de båda är sprungna ur Ideon och har haft en god starthjälp men också en stor prövning och granskning av affärsidén i ett mycket tidigt stadium. Att båda bolagen befinner sig i lanseringsstadium av produkterna innebär rimligen att förutsatt att produkten kommer ut på marknaden som planerat att de står inför en snabb tillväxtökning här. Om den tillväxten sedan fortsätter går inte att sia om i dagsläget. Det som talar för en vidare tillväxt är att det finns uttalade framtidsplaner för hur och när expansion skall ske.

6. Diskussion/Slutsats

Först presenteras en diskussion som på ett fritt sätt knyter ihop resonemanget. Detta följs av en slutsats som förtydligar de resultat som enligt författarna är av större vikt

6.1 Diskussion

Tillväxt är en intressant och eftersträvd faktor hos de flesta företag. Det finns många sätt att definiera tillväxt och många sätt att uppnå det. Men för att skapa tillväxt måste det finnas ett företag. För att ett företag skall finnas behöver man sälja något. För att sälja något krävs en idé om vad som skapar ett behov. Den idén kommer alltid från en människa, en grundare och entreprenör. Vidare för att entreprenören skall kunna förverkliga sin idé krävs ofta pengar.

På det grundades undersökningen. Naturligtvis finns det andra orsaker, eller snarare kanske tillfälligheter som skapar framgång och tillväxt. Det finns alltid ett visst element av slumpen i framgång. Men utan skapare och utan pengar finns ingenting, inte ens en gång ett gott försök kan åstadkommas utan det. Den mänskliga faktorn är ofta ett skällsord, att studera den mänskliga faktorn ger så stor varians att varje individ enligt en del blir en egen art. För att underlätta studiet av människans förutsättningar och personlighet har det skapats schabloner och stereotyper. Stereotyper har aldrig och kommer troligen inte ge en helt uttömmande bild av objektet men det ger en möjlighet att jämföra och kategorisera och en tillräckligt god bild av verkligheten. Stereotypen är lätt att förstå och lätt att kommunicera. Entreprenören är precis som alla andra en individ, vilket är otroligt komplext att studera. Därför behövs schabloner och stereotyper som förklaringsmodell. Naturligtvis finns det mer bakom en entreprenörs personlighet än prestationsbehov, kontrollbehov, autonomi, riskbenägenhet, kreativitet och innovativitet men utifrån en individs möjligheter till framgång är det troligen de mest avgörande faktorerna.

Informationen som framkom om tillväxtplaner och tillväxtmöjligheter följde väldigt väl tidigare litteratur och empiri. Det ger stöd åt att det finns orsak att tro att det som framkommit om entreprenörernas personligheter och deras inställning till externt kapital borde kunna tjänstgöra som en förklaringsmodell till tillväxt, då bolagen redan utifrån vissa aspekter har skapat tillväxt i form av nyanställningar. Det vill säga det finns pågående tillväxt under de rådande förhållandena i bolagen och det genererar att de variabler som finns i dessa mycket små bolag skapar tillväxt. Men dessa variabler, grundare och pengar, finns i större eller mindre utsträckning i alla bolag, utan att det skapar tillväxt. De granskade bolagen har tillväxt, och indikationer på att radikal tillväxt är förestående. Resultatet av hur entreprenörerna i fallstudien valt att gå tillväga är de facto en tillväxtmodell. Det finns redan flera tillväxtmodeller idag, och mönstret passar in i flera redan existerande modeller. Det som inte framkommer i modeller är attityder och känslor. Det har det här arbetet specifikt bidragit med, det har fyllt på tomrummet i existerande modeller för att försöka förklara vad en individ kanske inte just grundar sina beslut på, men hur tankarna kretsar kring redan fattade beslut. Beslut som är svåra att riva upp eller ändra.

Väldigt klart är att de vill göra gällande att de själva är styrande med hög autonomi. De har otvetydigt stark *intern locus of control* (Lindholm Dahlstrand, 2004). Troligen handlar inte deras förnekande av att de är styrda om att förleda oss som intervjuare, snarare om att förleda sig själva eller att övertyga sig själv om att de har den bästa tänkbara situationen möjligt. Att ha ett företag är ett stort åtagande och för att trivas med sig själv, och kunna prestera på topp är det av vikt att man intalar sig själv att den ideala självbilden är den samma som verkligheten.

Mest överraskande upptäckten som vi inte hittat i tidigare litteratur är hur mycket tid som läggs på kapitalfrågor. Det var frekvent återkommande i alla aspekter av intervjun. Vi har inte hittat tidigare källor som talat om hur negativt belastande det är att kapitalfrågor upptar en så stor del i vardagen att det uppstår diskrepans mellan vad individen vill göra på arbetet och anser viktigast att göra kontra vad entreprenören känner sig tvungen att ägna sig åt. Här finns möjlighet för ytterligare studier av aspekten, det finns ett flertal vinklar av tidsaspekten som det här arbetet inte täcker in. Exempelvis kan det vara intressant att studera om det tar längre tid att få ut en produkt på marknaden på grund av att mycket tid inte kan ägnas åt produktutveckling eller lansering. Tidsåtgången innan en färdig produkt kan presenteras på

marknaden var det största problemet enligt Vestin. Det är mycket troligt och rimligt att anta att all tid kapitalhanteringen konsumerar försinkar övrigt arbete.

Avseende entreprenörernas personligheter är resultaten helt i linje med tidigare forskning. Här finns dock ett automatiskt inbyggt problem befintlig i all självrapportering att som man frågar får man svar (Schultz & Schultz, 2002). Utifrån tidigare litteratur har intervjun baserats på de personlighetsaspekter som generellt anses vara utmärkande för entreprenörer. Då entreprenörerna i den aktuella undersökningen, direkt eller indirekt, bekräftade dessa variabler stödjer det tidigare forskning samt visar på att den här undersökningen har relevanta undersökningsobjekt. Men den är bristfällig i det att den inte vidare undersöker om det finns andra personlighetsaspekter som är underliggande till individernas handling.

Den största kritiken som bör åläggas ekonomisk beteendevetenskap är att det finns mycket som är hämtat från det psykologiska fältet som inte är bevisat. Exempelvis talar Landström (2005) om den psykodynamiska utgångspunkten i entreprenörskap. Det bör här påtalas att sedan födelsen av psykodynamisk teori i början av 1900-talet finns det inte fram till idag något som helst empiriskt stöd för dessa teorier (Kim, 2006), vilket visar på att när det lånas tvärvetenskapligt skall försiktighet och noggrannhet iakttas.

6.2 Slutsats

Processen har varit lång och händelserik. För att avslutningsvis sammanfatta arbetet är det dags att belysa frågorna i syftet och koncist besvara och berika dessa med resultatet av undersökningen.

Vad utmärker entreprenören i ett litet tillväxtföretag?

Entreprenörerna i de studerade företagen uppvisade i princip rakt igenom den typ av personlighetsdrag som tidigare undersökningar kommit fram till är typiska för entreprenörer. I självrapporteringen angav de att de tog kalkylerade risker, har hög motivation i arbetet och drivs av målet att åstadkomma något i lika stor utsträckning som att tjäna pengar. Vad som specifikt utmärker dem är en väldigt positiv inställning till att ta in externt kapital för att kunna åstadkomma den önskade framgången.

Hur påverkas entreprenören av riskkapital?

Det har varit svårt att finna aspekter av riskkapital som har en tydlig inverkan på entreprenören som person. Genom att bedöma entreprenören utifrån ett antal fastslagna egenskaper, försökte vi komma fram till hur entreprenören påverkas. Antaganden har också gjorts i att riskkapitalet har en delvis negativ inverkan på entreprenören. Dessa antaganden finner vi intressanta men är medvetna om att de är begränsade till att enbart gälla denna undersökning. En aspekt som dock framkommit och som kan fastställas gälla för både de aktuella företagen i denna uppsats samt vara av vikt i stort sett alla liknande företag är tidsaspekten. Att riskkapitalet tar mycket tid i anspråk torde ha en negativ inverkan på entreprenören och dennes prestation inom företaget. Denna slutsats stärks om man sätter tidsaspekten i relation till de egenskaper som kännetecknar en entreprenör, eftersom det ter sig uppenbart att prestationsbehov, kontrollbehov, riskbenägenhet, autonomi och kreativitet/innovativitet alla är egenskaper som, om inte negativt, så i alla fall inte påverkas positivt av tidsbrist.

Vad har svaren på frågorna ovan för inverkan på företagets tillväxt?

Tidigare forskning har visat att viktiga egenskaper för att kunna skapa tillväxt är aspekter som uttalad önskan om att växa, hög utbildning, innovativ produkt och förmågan att se möjligheterna i omvärlden. Utifrån att dessa påstående stämmer väl in på båda entreprenörerna kombinerat med vad som tidigare konstaterats vara en vinnande personlighet hos entreprenörer är en framtid med mer eller mindre stark tillväxt mycket trolig bedömd utifrån de undersökta variablerna externt kapital och entreprenörens personlighet.

Det är rimligt att avslutningsvis anta att dessa förutsättningar inte är unika för dessa två bolag utan resonemanget som förts är applicerbart och generaliserbart till andra liknande små bolag. Det finns stöd i det antagandet utifrån att mycket av det som framkom i den här undersökningen stämde överens med tidigare forskning samt att bolagen som studerades inte kännetecknades av unika förutsättningar, de existerar på en vanlig konkurrensutsatt marknad, och rörs av samma möjligheter och hinder som påverkar de flesta bolag.

7. Referenser

- Aldrich, H. (1999) *Organizations Evolving*, London: SAGE Publications
- Alvesson, M. & Sköldbörg, K. (1994) *Tolkning och reflektion*, Lund: Studentlitteratur
- Barkham, J.D. (1994) Entrepreneurial Characteristics and the size of the firm: A model and an econometric test, *Small Business Economics* **6**:117-125.
- Beugelsdijk, S. & Noorderhaven, N. (2005) Personality Characteristics of Self-Employed; An Empirical Study, *Small Business Economics* **24**: 159–167.
- Brandstätter, H (1997) Becoming an entrepreneur – A question of personal structure? *Journal of Economic Psychology* **18**:157-177.
- Bryman, A. & Bell, E. (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Malmö: Liber Ekonomi
- Davidsson, P. (1989) *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*, Stockholm: EFI
- Davidsson, P. (1986) *Tillväxt i små företag – En pilotstudie om tillväxtviljan och tillväxtförutsättningar i små företag*, Stockholm: EFI
- Davidsson, P. Delmar, F. & Wiklund, J. (2001) *Tillväxt i små företag: Vad säger forskningen?* Stockholm: Studieförbundet näringsliv och samhälle
- Drucker, P. F. (1985) *Innovation and Entrepreneurship*, London: William Heinemann Ltd
- Gartner, W. B. (1985) A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation, *Academy of Management Review*, **10**: 696-706
- Greiner, L. E. (1998) Evolution and revolution as organisations grow, *Harvard business review*, **5**: 55-67
- Herzog, H. (1990) *Risikkapitalet och de mindre företagen (om venture capital marknadens utveckling)*, Stockholm: Statens industriverk
- Jacobsen, D.I. (2002) *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Lund: Studentlitteratur
- Kim, Hi-Young, Leg. Psykolog, föreläsning 20060620, Östersund, Mithögskolan, Klinisk Psykologi
- Kvale, S. (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun* Lund: Studentlitteratur
- Landström, H. (2005) *Entreprenörskapets rötter, Upplaga 3*, Lund: Studentlitteratur

- Landström, H. (1988) *Småföretagens försörjning med riskkapital, - vägar i Europa för att förstärka småföretagens egna kapital*, Stockholm: förlag saknas
- Lindholm Dahlstrand, Å. (2004) *Teknikbaserat nyföretagande – Tillväxt och affärsutveckling*, Lund: Studentlitteratur
- Lindström, G. & Olofsson, C. (2002) *Affärsänglar och teknikbaserade tillväxtföretag*, Kristianstad: SNS Förlag
- McClelland, D. (1961) *The Achieving Society*, Princeton, NJ: Van Nostrand
- Nielsen, T. (1994) *Riskkapitalboken*, Alingsås: Mill Hill Förlag
- Politis, D. (2006) Prior Start up Experience as a Source of Learning: A Comparison between Novice and Habitual Entrepreneurs, RENT konferensen 23-24 november, Bryssel, Belgien
- Regeringskansliet, 2006-12-07, (Finansdepartementet)
<http://www.regeringen.se/sb/d/3909/a/23803;jsessionid=aUUW4KBn1Ed6>
- Rotter, (1966) Generalized Expectancies for internal versus external control of Reinforcement, *Psychological Monographs*, **80**: 1-28
- Samuelsson, M. (2004) *Creating New Ventures – A longitudinal investigation of the nascent venturing process*, Jönköping: ARKT Tryckaren AB
- Schultz, D. & Schultz S.E.(2002) *Psychology and work today 8th ed.* New Jersey, Saddle River: Prentice Hall
- Schumpeter, J. (1951) *The Theory of Economic Development – An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Volume XLVI, Cambridge: Harvard University Press
- Shane, S. (2003) *A General Theory Of Entrepreneurship – The Individual – Opportunity Nexus*, Cornwall: Edward Elgar Publishing Limited
- Shane S. & Venkataraman, S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, **25**: 217-226
- Stael von Holstein, Johan, Entreprenör, civilekonom, föreläsning 20061115, AF-borgen, Lund
- Storey, D. (1994) *Understanding the small business sector*, London: Routledge
- SVCA (Svenska riskkapitalföreningen) 2006-12-14
<http://www.svca.se/home/index.asp?sid=337&mid=1>
- Wiklund, J. (1998) *Small Firm Growth and Performance – Entrepreneurship and Beyond*, Jönköping: Ark Tryckaren

Yin, R. K. (1994) *Case Study Research, Design and Methods 2nd ed.* Thousand Oaks: Sage Publications

8.Appendix

I

Intervjumall

Inledande frågor:

Bakgrund, entreprenörens och företagets. Ålder, utbildning, tidigare erfarenheter

Företagets riskkapitalförhållande:

- Hur stor andel riskkapital har ni tagit in?
- Vilken typ av riskkapital har ni?
- Varför beslutade ni er för att ta in riskkapital?
- Hur mycket inflytande/krav har riskkapitalet och dess representanter i bolaget?
- Vad ser ni som de största fördelarna respektive nackdelarna med riskkapital?

1. Prestationsbehov

Vilken är din främsta drivkraft personligen? Har drivkraften förändrats efter att företaget tagit emot riskkapital? Vilka tillväxtmål arbetar ni utifrån?

2. Kontrollbehov

I hur stor utsträckning känner du att omvärlden påverkar dig i förhållande till hur du påverkar/kontrollerar den? Vad kan du göra för företagets tillväxt?

3. Riskbenägenhet

Har ditt beslutsfattande förändrats i avseende till risktagande efter att företaget fått riskkapital? Ser beslutsprocessen annorlunda ut nu mot då?

4. Autonomi

Har det externa ägandet inflytande över din självständighet som företagsledare? Har din egen roll påverkats/förändrats av det externa ägandet?

5. Kreativitet och innovativitet

Kreativitet och innovativitet är viktiga faktorer inom ett nystartat företag. Ser du någon förändring inom dessa områden före och efter ni mottagit riskkapital?

6. Andra faktorer

Ser du utöver de vi talat om, några ytterligare faktorer, som har varit av betydelse före, efter och i samband med tillförseln av externt kapital, för dig som entreprenör samt för företaget i stort?

7. Tillväxt

- Hur arbetar ni med tillväxtfrågor idag? Skiljer sig detta arbete ifrån innan ni tog hjälp av riskkapital.
- Har ni uppgifter angående er tillväxt mätt i omsättning samt antal anställda i år samt tidigare år.
- Hur ser tillväxten ut idag jämfört med innan ni tog del av riskkapital? Är den kraftigare?

II

Intervjumall

Tidsperspektiv

Hur många timmar arbetar du i genomsnitt under en vecka?

Hur många timmar lägger du i genomsnitt på att allt arbete som berör riskkapitalet?
Erhålla, Underhålla, Pappersarbete, etc.

Hur ser denna tidsåtgång ut sett över tiden?

Ansökningsfas Erhållning Underhållning Framtida utveckling

Entreprenörsegenskaper

Prestationsbehov

Rangordna vad du tycker är mest inspirerande att jobba med?

Produktutveckling
Marknadsföring
Kapitalfrågor

Rangordna efter prioritetsordning vad tycker du är viktigast att jobba med?

Produktutveckling
Marknadsföring
Kapitalfrågor

Kontrollbehov/Autonomi

I ett teoretiskt antagande där du får göra om din fördelning av ägandeskap där pengar är ”obegränsat” skulle du då...

Ha kvar det ägarförhållande du har idag
Vara ensam ägare
Välja bort en specifik typ av finansiering du har idag

Riskbenägenhet

Vad tycker du är mest inspirerande av dessa alternativ?

Starta nya projekt
Lansera befintlig produkt
Finansiera den dagliga driften

Vad har högst prioritet av dessa alternativ

Starta nya projekt
Lansera befintlig produkt
Finansiera den dagliga driften

Kreativitet/Innovativitet

Vem eller vad i din omgivning påverkar din kreativitet mest positivt? Vänligen rangordna.

Kollegor
Familj och vänner
Externa ägare
Miljön och möjligheter