



Kandidatuppsats  
Framlagd 2003-01-22

**Företagsekonomiska institutionen  
Ekonomihögskolan  
Lunds universitet**

# Entreprenörens påverkan på tillväxten i små IT-företag

**Författare:**

*Maria Andersson  
Mattias Sperlingsson  
Gustaf Särner  
Linda Österling*

**Handledare:**

*Claes Svensson*



# Förord

En intensiv period under andra halvan av höstterminen 2002 samt under 2003 års första veckor har ägnats åt att besöka Skånska Ingenjörsgården, diskutera entreprenörskap med professorer, göra litteraturstudier samt arbeta med en omfattande enkätundersökning. Slutligen mynnade arbetet ut i denna kandidatuppsats.

Vi vill speciellt tacka de personer vars tid vi tagit i anspråk samt vars hjälp och inspiration vi inte velat vara utan. Dessa personer är framför allt professor Hans Landström, professor Björn Bjerke och professor Jan-Inge Lind. Vidare vill vi tacka vår handledare, professor Claes Svensson för hans vägledning och inspiration.

Sist men inte minst vill vi tacka alla företag, vars bidrag i form av enkätsvar varit essentiellt för denna uppsats tillkomst och utfall. Ett stort TACK!

Lund, den 22 januari 2003

Maria Andersson

Mattias Sperlingsson

Gustaf Särner

Linda Österling

# Sammanfattning

- Titel:** Entreprenörens påverkan på tillväxten i små IT-företag
- Författare:** Maria Andersson, Mattias Sperlingsson, Gustaf Särner, Linda Österling
- Handledare:** Claes Svensson
- Nivå:** Kandidatuppsats, 10 poäng
- Seminariedatum:** 2003-01-14
- Nyckelord:** Entreprenörskap, IT-företag, entreprenöriella team, tillväxt, småföretagande, kvantitativ metod
- Problemformulering:** Hur påverkar entreprenörens egenskaper tillväxtmöjligheterna i ett nystartat IT-företag? Frågeställningen specificeras till att behandla egenskaperna utbildning, ålder och tidigare erfarenheter samt utökas till att studera vikten av att grundandet sker i team.
- Syfte:** Syftet med denna uppsats är att undersöka och analysera huruvida ett antal utvalda egenskaper hos entreprenören eller entreprenörerna påverkar ett nystartat IT-företags tillväxt, samt om företags-etableringar inom denna bransch, för bästa utfall bör ske i team. Vi ämnar om möjligt kunna dra generella slutsatser beträffande IT-företag inom den valda målgruppen.
- Metod:** En hypotetisk-deduktiv ansats har tillämpats, där vi utifrån litteraturstudier och eget resonemang har utvecklat ett antal hypoteser avseende entreprenörsegenskapers påverkan på tillväxten i små IT-företag. Genom en kvantitativ metod testades sedan hypoteserna med stöd från en enkätundersökning.
- Slutsatser:** Ett företag i introduktionsfasen har bättre tillväxt ju fler grundare som ingår i grundarteamet. Ingen påvisbar skillnad fanns dock mellan företag som grundats av en grundare och de som grundats av flera. Vi fann att företag, där någon av grundarna har arbetat i samma bransch tidigare, samt företag där någon av grundarna har erfarenhet av att starta ett företag, har bättre tillväxt än övriga företag. De båda nämnda erfarenheterna korrelerar även med företagets grundarår, vilket innebär att det inte går att säkerställa ett orsakssamband. Vi fann också att företag som bildats senare har bättre tillväxt. Övriga faktorer som undersökts, har inte påvisat något samband med företagets tillväxt. Sammantaget visar undersökningen att entreprenörens egenskaper påverkar ett IT-företags tillväxt i introduktionsfasen.

# Innehållsförteckning

<b>FÖRORD</b> .....	<b>2</b>
<b>INNEHÅLLSFÖRTECKNING</b> .....	<b>4</b>
<b>1 INLEDNING</b> .....	<b>6</b>
1.1 BAKGRUND .....	6
1.1.1 Små tillväxtföretag .....	6
1.1.2 IT-branschen .....	7
1.2 PROBLEMFÖRMULERING .....	8
1.3 SYFTE .....	10
1.4 AVGRÄNSNINGAR .....	10
1.5 DISPOSITION .....	11
<b>2 METOD</b> .....	<b>13</b>
2.1 ÖVERGRIPANDE ANGREPPSSÄTT .....	13
2.1.1 Val av perspektiv .....	13
2.1.2 Val av teori .....	14
2.1.3 Val av undersökningsmetod.....	15
2.1.4 Hypotetisk-deduktivt förfarande .....	16
2.2 KÄLLKRITIK.....	17
2.2.1 Insamling av data .....	17
2.2.2 Validitet och reliabilitet.....	17
2.2.3 Teorikritik.....	18
<b>3 TILLVÄXT</b> .....	<b>19</b>
3.1 INTRODUKTIONSFASE OCH TILLVÄXT .....	19
3.2 HUR ETT FÖRETAG VÄXER .....	19
3.3 TILLVÄXT OCH SMÅFÖRETAGANDE.....	20
3.4 REFLEKTIONER ÖVER TILLVÄXT .....	22
<b>4 ENTREPRENÖREN</b> .....	<b>23</b>
4.1 ENTREPRENÖRSBEGREPPETS UTVECKLING.....	23
4.2 ENTREPRENÖRSKAP IDAG .....	24
4.3 MANAGERN, LEDAREN OCH ENTREPRENÖREN .....	25
4.4 ENTREPRENÖREN INOM BETEENDEVETENSKAPEN.....	26
4.5 ENTREPRENÖRSKAP UR ETT RESURSBASERAT PERSPEKTIV .....	26
4.6 REFLEKTIONER ÖVER ENTREPRENÖRSKAP .....	27
<b>5 TEAM</b> .....	<b>28</b>
5.1 DET ENTREPRENÖRIELLA GRUNDARTEAMET.....	28
5.2 HETEROGENITET .....	29
5.3 FORMANDET .....	29
5.4 REFLEKTIONER ÖVER TEAM.....	30
<b>6 HYPOTESFORMULERING</b> .....	<b>32</b>
6.1 HUR MÄTS TILLVÄXT? .....	32
6.1.1 Operationalisering av tillväxt.....	33
6.2 TILLVÄXT OCH ANTALET GRUNDARE .....	34
6.3 TILLVÄXT OCH GRUNDARNAS ÅLDER.....	35
6.3.1 Ålder.....	36
6.3.2 Åldersvariation.....	36
6.4 TILLVÄXT OCH UTBILDNING .....	37
6.4.1 Utbildningens längd.....	38
6.4.2 Utbildningens heterogenitet .....	38
6.5 TILLVÄXT OCH TIDIGARE ERFARENHETER.....	39
6.5.1 Arbetslivserfarenhet .....	39
6.5.2 Branscherfarenhet.....	40

6.5.3 Företagsgrundarerfarenhet.....	41
6.5.4 Chefs erfarenhet.....	41
6.6 SAMMANFATTNING AV HYPOTESER .....	43
<b>7 STATISTISK METOD OCH TILLVÄGAGÅNGSSÄTT.....</b>	<b>44</b>
7.1 VAL AV UNDERSÖKNINGSOBJEKT .....	44
7.2 MÅLPOPULATION.....	44
7.3 RAMPOPULATION.....	44
7.4 URVAL.....	45
7.5 VAL AV DISTRIBUTIONSSÄTT .....	46
7.6 ENKÄTEN .....	47
7.7 UTSKICK AV ENKÄT OCH INSAMLING AV DATA .....	49
7.7.1 Partiellt bortfall.....	51
7.8 STATISTISKA FELKÄLLOR.....	51
7.8.1 Ramfel .....	52
7.8.2 Bortfallsfel.....	54
7.9 GENERALISERBARHET.....	56
7.10 TILLÄMPAT STATISTISKT FÖRFARANDE .....	56
<b>8 RESULTAT &amp; ANALYS.....</b>	<b>58</b>
8.1 KONTROLL AV DATAMÄNGDEN.....	58
8.1.1 Analys av övertäckning .....	58
8.1.2 Kontroll av extremvärden.....	59
8.1.3 Kontroll av om konjunkturen påverkar våra resultat .....	60
8.1.4 Skillnad mellan svenska och danska företag .....	62
8.2 GRUNDARNAS ANTAL OCH TILLVÄXT .....	62
8.3 PÅVERKAN AV GRUNDARNAS ÅLDER PÅ TILLVÄXTEN.....	65
8.4 UTBILDNINGENS PÅVERKAN PÅ TILLVÄXTEN.....	68
8.5 PÅVERKAN AV GRUNDARNAS ERFARENHET PÅ TILLVÄXTEN.....	71
8.6 SAMMANFATTNING AV RESULTAT .....	76
<b>9 SLUTSATSER &amp; DISKUSSION.....</b>	<b>78</b>
9.1 EMPIRISKA SLUTSATSER .....	78
9.2 TEORETISKA IMPLIKATIONER.....	80
9.3 DISKUSSION KRING DET TEORETISKA ANGREPPSSÄTTET .....	82
<b>KÄLLFÖRTECKNING .....</b>	<b>84</b>
<b>BILAGA 1 - INTRODUKTIONS BREV OCH ENKÄT.....</b>	<b>88</b>
<b>BILAGA 2 - STATISTISKA TEST UTFÖRDA I SAMBAND MED HYPOTESPRÖVNINGAR.....</b>	<b>91</b>
<b>BILAGA 3 - BESKRIVNING AV RÅDATA .....</b>	<b>106</b>

# 1 Inledning

---

*I detta första kapitel beskriver vi bakgrunden till det valda ämnet. Vi redogör här för betydelsen av små tillväxtföretag och intresset för IT-branschen, vilket mynnar ut i arbetets problemformulering. Kapitlet avslutas med syfte och avgränsningar.*

---

## 1.1 Bakgrund

I Bibeln står det skrivet att ingenting nytt kan träda fram under världens sol. Sett ur ett religiöst perspektiv må detta vara sant men inte om man ser till de många förändringar som har präglat världens ekonomi under de senaste årtionden. Privatiseringen av företag i samspel med den ökade globaliseringen har öppnat upp för nya förutsättningar men också gett upphov till tuffare konkurrenssituationer. Humankapitalet betraktas numera som den viktigaste strategiska resursen framför de finansiella och individernas kunskap och kompetens är numera generellt sett oundgängliga i konkurrenssammanhang. Ytterligare ett fenomen, vilket av många anses vara det mest utpräglade, är den snabbt föränderliga teknologin som blir mer och mer avancerad och komplex, vilket således gör att den spelar en större strategisk roll än tidigare. ”Den nya ekonomiska eran” har därmed växt fram som ett centralt begrepp världen över<sup>1</sup>. Detta till trots, råder det många tveksamheter kring om utvecklingen verkligen kan uttryckas och benämnas som en radikal förändring av världsekonomin. Likväl är det möjligt att konstatera att många av de fenomen som existerar på den ekonomiska världsscenen idag, varav några redan har nämnts ovan, inte har förekommit tidigare<sup>2</sup>. Dessa fenomen har tillsammans bidragit till att framgångsrika företag oftast drivs på annorlunda sätt idag än för 20-30 år sedan, vilket därmed i viss mån rättfärdigar begreppet ”den nya ekonomiska eran”.

### 1.1.1 Små tillväxtföretag

I samband med debatten kring de nya ekonomiska förutsättningarna har små tillväxtföretag och deras bidrag till samhället uppmärksammas alltmer av såväl forskare och politiker som allmänheten. De flesta forskare är rörande överens om att det är just de små, växande företagen i samhället som står för den största delen av nettotillskotten av arbetstillfällen<sup>3</sup>. Det är huvudsakligen också de som skapar välfärd och trygghet, under såväl hög- som lågkonjunkturer<sup>4</sup>. Den ekonomiska utvecklingen påverkas i hög grad av småföretagens utveckling och tillväxten av dessa spelar således en viktig roll för hela samhället.

Begreppet ”små företag” kan definieras på många olika sätt. En allmänt använd definition är framställd av EU-kommissionen 1996, där småföretag definieras som företag med maximalt 49 anställda<sup>5</sup>. Småföretag har många gemensamma drag, som har starka kopplingar till företagets tillväxtmöjligheter och som klart skiljer sig från storföretagen.

---

<sup>1</sup> Bjerke, B & Hultman, C, *Entrepreneurial Marketing*, 2002

<sup>2</sup> Ibid

<sup>3</sup> Brynell, K & Davidsson, P, *Det nya småföretagandet*, 1989

<sup>4</sup> Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

<sup>5</sup> Burns, P, *Entrepreneurship and Small Business*, 2001

” The differences in the administrative structure of the very small and the very large firm are so great that in many ways it is hard to see that the two species are of the same genus.... We cannot define a caterpillar and then use the same definition for a butterfly.”

**Edith Penrose**<sup>6</sup>

Små företag är oberoende i den bemärkelsen att de inte är en del av ett större företag, eller ingår i någon koncern, vilket gör att de därmed är fria att fatta sina egna beslut. Besluten påverkas därför i stor utsträckning av personliga referensramar och personerna som har startat upp företaget är vanligen involverade i samtliga ledarpositioner samt i alla betydande beslut. I större utsträckning än stora företag, betraktas små företag som sociala enheter som kretsar kring personliga relationer. Majoriteten småföretag är privatägda, vilket innebär att de oftast har begränsade kontanta resurser, vilket i sin tur begränsar de strategiska valen. Goda relationer till finansiella institut och investmentbolag blir därmed en viktig förutsättning för att kunna överleva. Mindre företag agerar vanligen på en nischad marknad och ställs inför större risker än vad stora företag gör. Dock bör de inte betraktas som en homogen grupp, då många egenskaper skiljer företagen, framför allt beroende på branschtillhörighet.<sup>7</sup>

Den kategori småföretag, vilken också är den som har blivit mest uppmärksam, är de så kallade tillväxtföretagen<sup>8</sup>. Dessa startas vanligen upp av entreprenörer med intentionerna att snabbt få ökade intäkter, växa och så småningom bli ett stort företag. Inom denna kategori finner vi vanligen företag inom den högteknologiska tillverknings- och serviceindustrin, samt kunskapsintensiva företag<sup>9</sup>. I processen industriell förnyelse och teknisk utveckling är det välkänt att just unga teknikbaserade företag spelar en central roll. Davidsson, Delmar och Wiklund<sup>10</sup> identifierade dessa, i en omfattande undersökning om tillväxtmönster bland svenska högteknologiska företag, som de verkliga tillväxtföretagen. Det visar på att företag som ingår i den högteknologiska sektorn har växt fram som en utvecklingsinriktad och viktig företagskategori i samhället.

Trots småföretagens stora inverkan på skapandet av nya arbetstillfällen är det endast en liten andel av alla småföretag som har viljan att växa<sup>11</sup>. I en uppmärksam studie av Davidsson<sup>12</sup> framgick det exempelvis att små företag många gånger inte utmärks av den kontinuerliga innovationsgrad och förmåga att exploatera nya affärsmöjligheter, som förväntas av företag som har som mål att växa. Motivationen är således en av de faktorer beträffande entreprenören, som har starkast påverkan på tillväxt.

### 1.1.2 IT-branschen

En snabbt växande bransch, som innehåller flera små tillväxtföretag och som förutspås vara ett viktigt område för tillväxt, är informationsteknologibranschen (IT-branschen). IT-branschen är en bransch, som idag kännetecknas av modern avancerad teknik. IT-branschen, i den moderna definitionen, är en relativt ung bransch och den första svenska definitionen

<sup>6</sup>Bridge, S, O’Neil, K & Cromie, S, *Understanding Enterprise, Entrepreneurship & Small Business*, 1998

<sup>7</sup>Beaver, G, *Small Business, Entrepreneurship and Enterprise Development*, 2002

<sup>8</sup>Burns, P, *Entrepreneurship and Small Business*, 2001

<sup>9</sup>Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

<sup>10</sup>Ibid

<sup>11</sup>Davidsson, P, Delmar, F & Wiklund, J, *Tillväxtföretagen i Sverige*, 2001

<sup>12</sup>Davidsson, P, *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*, 1989

gjordes först i början av 1990-talet.<sup>13</sup> Branschen kan delas in i IT-företag inom tjänstenäringarna, samt företag inom elektroniktillverkningsindustrin. Tjänstenäringarna kan vidare delas in i tre delar, IT-handel, telekommunikation samt datakonsulter och dataservice. Ericsson är ett exempel på ett äldre tillverkande företag, som tidigare ingått i verkstadsindustrin och som i dag räknas till IT-branschen<sup>14</sup>.

Den moderna IT-branschens utveckling tog fart i och med mjukvaruindustrins framväxt under 1970- och 1980-talen. Därefter följde Internets genombrott på världsmarknaden under 1990-talet tillsammans med andra tekniska innovationer, som exempelvis mobiltelefoni och fiberoptiska bredbandsnät. Flertalet delar av det vi idag kallar IT-branschen har med andra ord funnits under många årtionden, men det är den nya integrerade formen, där den gemensamma nämnaren är nätverksskapande, som främst vuxit fram under de senaste två decennierna. I dag återfinns IT inom otaliga områden och tekniska produkter. Branschens framväxt kan anses vara ett resultat av industrisamhällets övergång i det vi idag kallar ett globaliserat kunskaps- och nätverkssamhälle<sup>15</sup>.

Ericssons tillväxt under 1980- och 1990-talen utgjorde ett av fundamenten för den svenska IT-branschens expansion genom behovet av underleverantörer och konsulttjänster. Sverige har länge dominerats av stora företag, som just Ericsson, medan exempelvis Danmark har präglats av ett småföretagandeklimat<sup>16</sup>. Under 1990-talet utvecklades IT-branschen i Sverige till att bli en av de ledande i världen. I såväl Danmark som Sverige ligger användandet av IT-produkter i världstoppen<sup>17</sup>.

Branschen karakteriseras av att vara kunskapsintensiv, med en hög utbildningsnivå jämfört med tillverknings- och servicesektorer inom andra branscher. Konsulttjänster, vilka är vanliga inom servicesektorn, kräver överlag en hög utbildning i båda länderna. Särskilt tydligt är vikten av universitetsutbildning inom IT-branschens servicesektor i Danmark och tillverkningssektorn i Sverige<sup>18</sup>.

I en undersökning beträffande IT-företag i Sverige 2002, beskrivs det typiska IT-företaget<sup>19</sup>. Undersökningen har i huvudsak fokuserat på Internet-företag, som fått stå som exempel på det typiska IT-företaget. I snitt har dessa företag fem anställda, startades 1996 och har endast cirka 20 procent kvinnliga anställda. Majoriteten är IT-företagets anställda är under 30 år och kompetensutvecklingen försummas ofta, trots att branschen är kunskapsintensiv. Undersökningen visar att det är vanligt att en del av produktionen läggs ut hos andra företag, vilket i sin tur påverkar företagets omsättning. En av slutsatserna från undersökningen är att det fortfarande är en ung bransch, som söker sin form.

## 1.2 Problemformulering

Som en följd av samhällets utveckling och småföretagandets allt större framträdande och betydelse för tillväxt, har ett stort intresse växt fram kring entreprenörskapet och dess

<sup>13</sup> Nationalencyklopedin, "IT-Branschen", 2003

<sup>14</sup> NUTEK:s definition, 2003

<sup>15</sup> Nationalencyklopedin, "IT-Branschen", 2003

<sup>16</sup> Jerneck, M, *Integration och utveckling i Öresundsregionen – möjligheter och utmaningar*, 1999

<sup>17</sup> NUTEK, *Undersökning av svenskt näringsliv och näringspolitik* 2000

<sup>18</sup> *The Information and Communication Technology Sector in the Nordic Countries*, 1998

<sup>19</sup> Nationalencyklopedin, "IT-Branschen", 2003



inverkan på företagande och tillväxt<sup>20</sup>. Som en konsekvens av att etableringen av nya företag ofta sker genom småskaliga projekt, har forskningen kring entreprenörskap och små företag dessutom kommit att kopplas samman. Ämnet har därför i många tidigare undersökningar definierats som "entreprenörskaps- och småföretagsforskning"<sup>21</sup> och växt fram till ett högtintressant område att studera.

Kunskapen kring entreprenörskap och dess inverkan på tillväxt sträcker sig dock över åtskilliga områden och kan beskrivas på många sätt utifrån olika perspektiv. Sett exempelvis utifrån ett resursbaserat perspektiv, är företagets resurser, med betoning på de humana, de mest väsentliga i strävan mot framgång och tillväxt<sup>22</sup>. Entreprenören skapar värde genom att utnyttja förändringar som sker inom exempelvis teknologin eller i den externa miljön. Hur entreprenörer hanterar och går i spetsen för förändringar är väsentligt för om företaget kommer att nå framgång och tillväxt<sup>23</sup>. Entreprenören växer därmed fram som den viktigaste resursen att studera, vilket gör att dess individuella egenskaper sätts i fokus. Hur de psykologiska egenskaperna, liksom de demografiska, påverkar tillväxten väcker då ett stort intresse.

Hur entreprenören, genom sina egenskaper, har en förmåga att påverka ett företags prestationer och därmed också tillväxten är ett fenomen som har uppmärksammats genom en rad studier inom entreprenörskaps- och småföretagsforskningen. Problematiken har framförallt uppfattats och blivit analyserat av forskare i USA och Storbritannien, medan forskningen kring ämnet i Sverige huvudsakligen har varit kopplat till motivationsperspektivet, det vill säga vilken betydelse entreprenörens tillväxtvilja har för den faktiska tillväxten. Vad framför allt amerikanerna Cooper & Gimono<sup>24</sup> och britten Storey<sup>25</sup> har kunnat konstatera genom sina studier, är att det blir allt vanligare att företag startas upp av flera individer, som i olika avseenden kompletterar och stödjer varandra genom sina olika egenskaper, beträffande exempelvis kunskap och erfarenheter.

Samma forskare antyder även att företag som grundas i team i allmänhet utvecklas mer positivt i tillväxtavseende, än företag som startats upp av enskilda entreprenörer. Det har även visat sig att entreprenöriella team framför allt är ett vanligt förekommande fenomen inom högteknologiska branscher<sup>26</sup>. Den främsta anledningen till detta är att högteknologiska företag oftast kräver mer kunskap, tid och pengar, vilket troligtvis gör team med tillgång till många olika egenskaper, till en lämplig etableringsform. Detta tyder på att teamet har en stark inverkan på företags framgång och vidare att det är av stor betydelse hur teamet är uppbyggt.

De ovan nämnda studierna har genomförts på en rad olika branscher, med en viss fokus på olika typer av högteknologiska företag. Dock kan IT-branschen, som definierades som en del av den tillväxtbenägna högteknologiska sektorn, betraktas som förhållandevis utforskad inom detta område. Anledningar till detta kan exempelvis vara att IT under en lång tid betraktas som en relativt ny och svårdefinierbar bransch. Att koncentrera vår undersökning till att behandla just IT-företag finner vi därför vara väldigt intressant och bidragsgivande i sammanhanget.

---

<sup>20</sup> Bjerke, B & Hultman, C, *Entrepreneurial Marketing*, 2002

<sup>21</sup> Ibid

<sup>22</sup> Grant, R, *Contemporary Strategy Analysis*, 1998

<sup>23</sup> Burns, P, *Entrepreneurship and Small Business*,

<sup>24</sup> Cooper, A & Gimono G, *Entrepreneurs, Processes of Founding and New-Firm Performance*, 1992

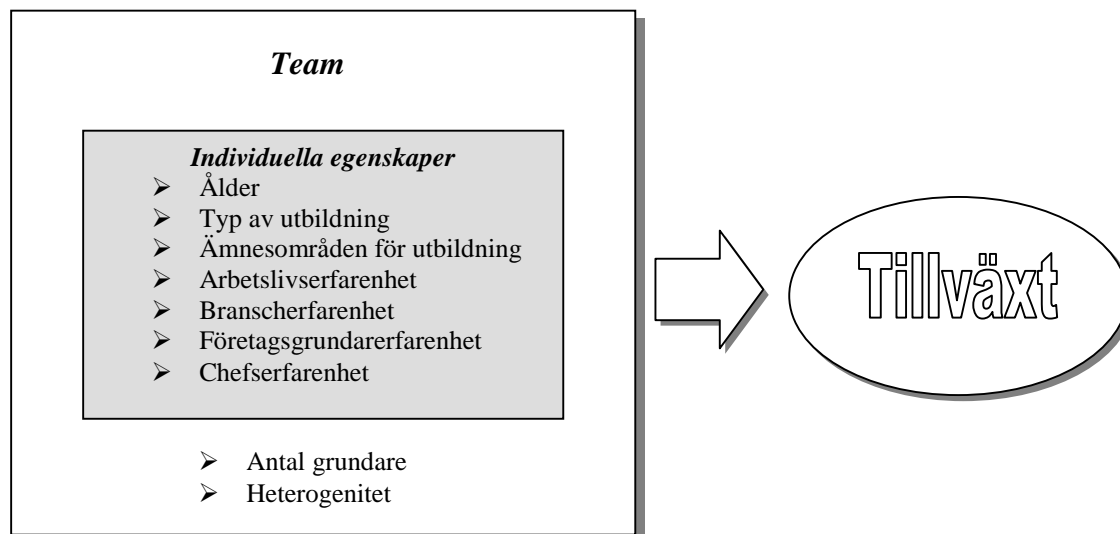
<sup>25</sup> Storey, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

<sup>26</sup> Lechler, T, *Social Interaction: A Determinant of Entrepreneurial Team Venture Success*, 2001

Entreprenörens egenskaper, individuella eller kombinerade i team, förefaller enligt tidigare resonemang vara viktiga för företagets utveckling, vilket leder oss fram till följande frågeställning:

**Hur påverkar entreprenörens egenskaper tillväxtmöjligheterna i ett nystartat IT-företag?**

Frågeställningen specificeras till att behandla egenskaperna utbildning, ålder och tidigare erfarenheter samt utökas till att studera vikten av att grundandet sker i team, vilket illustreras i *figur 1.1*. Motiven till varför vi valde att studera just dessa egenskaper kommer att presenteras senare i vår framställning.



**Figur 1.1 – De studerade individuella egenskaper som tillsammans skapar teamets förutsättningar för att påverka företagets tillväxt.**

### 1.3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att analysera och undersöka huruvida ett antal utvalda egenskaper hos entreprenören eller entreprenörerna påverkar nystartade IT-företags tillväxt samt om företagsetableringar inom denna bransch, för bästa utfall, bör ske i team. Vi ämnar om möjligt kunna dra generella slutsatser beträffande IT-företag inom den valda målgruppen.

### 1.4 Avgränsningar

I denna uppsats har vi valt att begränsa oss till att studera IT-företag, etablerade under de sista 20 åren, för att få den senaste bilden av branschen samt för att på ett enkelt sätt kunna erhålla reliabel information. Vi har också gjort en avgränsning till företag som har startats upp på egen hand och som alltså inte har uppstått genom avknoppning eller fusion, eftersom vårt syfte främst är att studera organisk tillväxt. Vi har även valt att dra vår fokus utanför Sveriges gränser för att studera även Danmark.

Vid val av individuella egenskaper har vi gjort en avgränsning till att studera endast ålder, utbildning och tidigare erfarenheter, av den anledning att flertalet tidigare undersökningar,

som sammanfattas av Storey<sup>27</sup> och Cooper & Gimono<sup>28</sup>, är koncentrerade till att behandla just dessa. Vi har också utgått ifrån egna resonemang och vad vi ansåg vara mest relevant att studera utifrån den valda branschens förutsättningar. Vi vill också poängtera att syftet med vår studie inte innefattar att utreda hur de individuella egenskaperna påverkar samverkan mellan teamets medlemmar, utan endast hur kombinationen av egenskaperna leder till en bredare resursbas som i sin tur påverkar tillväxten.

## 1.5 Disposition

Nedan följer en kort presentation av innehållet i föreliggande uppsats. Sammantaget innehåller uppsatsen 9 kapitel och uppdelningen har gjorts i tre huvuddelar.

### Inledande avsnitt:

#### Kapitel 1 Inledning

I detta första kapitel beskriver vi bakgrunden till det valda ämnet. Vi redogör här för betydelsen av små tillväxtföretag och intresset för IT-branschen, vilket mynnar ut i arbetets problemformulering. Kapitlet avslutas med syfte och avgränsningar.

#### Kapitel 2 Metod

I detta kapitel behandlas och motiveras valet av metodiska tillvägagångssätt, perspektiv och teori. Kapitlet avslutas med ett kritiskt ställningstagande till metoden och våra använda källor.

### Teoriavsnitt:

#### Kapitel 3 Tillväxt

I detta kapitel diskuteras begreppet tillväxt i småföretag. Inledningsvis presenteras introduktionsfasen i ett företags livscykel, då det är förutsättningarna i denna fas som studeras. Sist i kapitlet presenteras en modell, över vad som driver småföretag till tillväxt, vilken utgör en grund för vår undersökning.

#### Kapitel 4 Entreprenören

I det här kapitlet presenteras teori om entreprenören och dennes egenskaper. Kapitlet gör inledningsvis en historisk tillbakablick för att skapa en grundförståelse för vad begreppet innebär. En presentation av entreprenörens karaktäristiska egenskaper följer sedan för att lägga en grund för diskussionen om hur dessa kan tänkas påverka ett företags tillväxtmöjligheter. Resonemanget kring detta kommer att användas i senare kapitel för att bygga upp hypoteser.

#### Kapitel 5 Team

I detta kapitel kommer det entreprenöriella teamet att definieras och studeras. Begreppet heterogenitet kommer att behandlas som en grund för några av de uppställda hypoteser som kommer att testas. Slutligen kommer formandet av ett entreprenöriellt team att diskuteras för att, utifrån våra empiriska resultat, kunna dra en slutsats om hur ett framgångsrikt entreprenöriellt team bör bildas.

#### Kapitel 6 Hypotesformulering

I detta kapitel används den teori som presenterats i tidigare avsnitt, för att tillsammans med slutsatser från tidigare undersökningar, bygga upp hypoteser som sedan kommer att testas med hjälp av en statistisk undersökning.

<sup>27</sup> Storey, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

<sup>28</sup> Cooper, A & Gimono G, *Entrepreneurs, Processes of Founding and New-Firm Performance*, 1992

## Empiri- och analysavsnitt:

### Kapitel 7 Statistisk metod & tillvägagångssätt

Det här avsnittet kommer att behandla det praktiska tillvägagångssättet för hur data har samlats in för att testa de uppställda teserna och hypoteserna. Kapitel 7 behandlar vidare vilka problem och svårigheter som uppkommer vid en statistisk undersökning.

### Kapitel 8 Statistiska resultat & analys

I detta kapitel presenteras resultaten från den statistiska undersökningen och vilka utsagor vi därmed kan göra gällande för våra hypoteser

### Kapitel 9 Slutsatser & diskussion

Vi kommer här att presentera våra empiriska slutsatser och föra en diskussion kring slutsatsernas giltighet i förhållande till teorin. Vi kommer också att presentera några tankegångar kring vad som hade kunnat göras annorlunda.

## 2 Metod

---

*I detta kapitel behandlas och motiveras valet av metodiska tillvägagångssätt, perspektiv och teori. Kapitlet avslutas med ett kritiskt ställningstagande till de valda metoderna och våra använda källor.*

---

### 2.1 Övergripande angreppssätt

Det finns två olika ansatser beträffande metodiska angreppssätt, den deduktiva respektive den induktiva. Den induktiva ansatsen kan beskrivas som upptäckarens väg, vilket innebär att någon form av generella utsagor skapas utifrån ett betraktande av skeenden som kan ge upphov till teori. Den deduktiva ansatsen tar, till skillnad från den induktiva, sin början i befintlig teori, vilket därmed gör den till bevisarnas väg<sup>29</sup>. Vid utvecklandet av teorier talas det även om ett tredje angreppssätt, som har sin grund i den deduktiva ansatsen. Detta angreppssätt är *hypotetisk-deduktivt*, vilket innebär att det ur tidigare teorier logiskt härleds nya hypoteser, som sedan testas genom empiriska undersökningar<sup>30</sup>. Den hypotetisk-deduktiva ansatsen finner vi lämplig då vårt syfte med uppsatsen är att utifrån tidigare undersökningars resultat utveckla egna teorier beträffande en bransch som inte studerats ingående tidigare.

#### 2.1.1 Val av perspektiv

För att få ett komplett övergripande synsätt är det också viktigt att definiera ur vilket eller vilka perspektiv undersökningsområdet kommer att studeras. Perspektiv innebär på vilket sätt man väljer att betrakta det fenomen som undersöks. Det medför en koncentration av uppmärksamheten och en strukturering av undersökningsområdet<sup>31</sup>. Perspektivets roll i en rapport är således att avgränsa, fokusera samt skapa medvetenhet och stöd kring studien<sup>32</sup>.

Den forskning som tidigare har gjorts kring små tillväxtföretag har haft olika bidragande roller beroende på ur vilket perspektiv problematiken kring ämnet har bemötts. Att utgå från ett samhällsperspektiv är ett alternativ, där omgivningen sätts i fokus och dess påverkan på företagets tillväxt studeras. Här tas exempelvis institutionella förutsättningar upp, som beskattning och lagar. Ett annat alternativ är att utgå från ett företagsspecifikt perspektiv och se vilka möjligheter det finns för tillväxt genom att fokusera på branschtillhörighet, strategiska val, ägarförhållanden och så vidare.

Ett tredje huvudperspektiv, vilket också är det som har valts för denna uppsats, är att studera fenomenet på *individnivå*. Bakom ett företags prestationer står en individ eller en grupp av individer som många gånger är avgörande för om företaget kommer till att växa. Då vi även studerar hur kombinationen av individer med olika egenskaper påverkar tillväxten, ser vi även på situationen utifrån ett *teamperspektiv*. Individerna ses här som en väsentlig resurs där de personliga egenskaperna och kunskaperna har stor inverkan, vilket därmed medför att vi ser på situationen utifrån ett *resursbaserat perspektiv*. Detta perspektiv fokuserar på företaget och

---

<sup>29</sup> Holme, I.M. & Solvang, B.K., *Forskningsmetodik- om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997

<sup>30</sup> Ibid

<sup>31</sup> Wiederheim-Paul, F & Eriksson L.T., *Att utreda forska och rapportera*, 1997

<sup>32</sup> Holversen, K., *Samhällsvetenskaplig metod*, 1992

dess resurser samt de aktiviteter som kan presteras med hjälp av dessa givna resurser. Tillväxt sett utifrån det resursbaserade perspektivet refererar främst till den expansion av aktiviteter som möjliggörs genom den unika kombinationen och utnyttjandet av resurser. Synsättet utvecklades av bland annat Penrose<sup>33</sup> redan år 1959 och har sedan dess utvecklats till att bli ett populärt och användbart verktyg vid analyserandet av ett företags konkurrenskraftighet och tillväxtmöjligheter<sup>34</sup>.

### 2.1.2 Val av teori

En teori kan beskrivas som en mer eller mindre komplex uppfattning, som finns utvecklad rörande sammanhang och förhållande mellan företeelser och som ständigt önskas prövas mot den konkreta samhällssituationen<sup>35</sup>. En teori bör vidare utgöra en sammanhängande helhet, med vilken det är möjligt att förklara en så stor mängd av existerande data som möjligt<sup>36</sup>. Med detta i åtanke har vi valt ut ett antal teorier som ska tjäna som verktyg för att uppfylla uppsatsens syfte.

Inledningsvis valde vi att söka efter teorier inom forskningsområdet *entreprenörskap* och *småföretagande*. Den mest betydelsefulla forskning som har gjorts inom dessa ämnen är huvudsakligen utförd i Storbritannien och USA<sup>37</sup>, vilket är anledningen till att vi valt att använda oss av denna forskning i vår uppsats. Forskningstraditionerna skiljer sig åt dessa länder emellan, vilket har gjort att ämnet i sig har utvidgat sina domäner och lett till en bredare insikt. I USA är det möjligt att identifiera ett mönster där forskningen fokuserar på rent entreprenörskap och etablering av företag, medan den brittiska forskningen mer är koncentrerad kring småföretagandet som begrepp.

I slutet av 1980-talet initierades ett stort forskningsprogram i Storbritannien (ESRC Small Business Initiative) som började fokusera just på småföretagens ekonomiska roll i samhället och deras möjligheter till överlevnad och tillväxt. I vår uppsats kommer vi i stora drag att använda oss av Storeys<sup>38</sup> sammanfattning av den kunskap som utvecklats inom ramen av ovan nämnda forskningsprogram. Sammanfattningen betraktas numera som ett av få standardverk inom småföretagsområdet, vilket är den främsta anledningen till att vi har använt den som underlag för den empiriska undersökningen<sup>39</sup>. Storey identifierar tre huvudfaktorer som förväntas påverka ett företags tillväxtmöjligheter, där en av dem är just entreprenören och dess egenskaper. Med detta som grund har vi valt att inrikta uppsatsen mot att behandla entreprenörens påverkan på tillväxt. Vi använder oss därmed av teorier beträffande entreprenören som individ, bland annat utifrån den beteendevetenskapliga forskningen. Entreprenören studeras också speciellt utifrån den roll denne har under den fas i livscykeln som företagen studeras.

För att ta del av den senaste forskningen genomförd i Sverige beträffande entreprenörskap, kontaktade vi två kända professorer inom området, Björn Bjerke och Hans Landström. De hjälpte oss med att få en klarare bild av ämnena entreprenörskap och småföretagande, vilket

<sup>33</sup> Penrose, E, *The Theory of the Growth of the Firm*, 1995

<sup>34</sup> Grant, R, *Contemporary Strategy Analysis*, 1998

<sup>35</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik- om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997

<sup>36</sup> Patel, R & Davidsson, B, *Forskningsmetodikens grunder – Att planera genomföra och rapportera en undersökning*, 1994

<sup>37</sup> Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

<sup>38</sup> Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

<sup>39</sup> Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

visade sig vara av betydelse under studiens gång. Det är också framför allt deras teorier om entreprenörskap som har använts i vår studie.

Då vårt intresse inte bara ligger i att studera hur den enskilda entreprenören kan tänkas påverka tillväxten i ett företag, utan också hur detta sker utifrån ett teamperspektiv, har vi dessutom valt att tillämpa teorier beträffande *entreprenöriella team*. Vi lägger här fokus på den heterogena dimensionen av team, vilket innebär att vi utgår ifrån teorin att team presterar bättre än enskilda individer på grund av den heterogena kombinationen av egenskaper. Även här utgår vi främst från tidigare undersökningar inom området, men även från teorier berörande team i generella termer.

### 2.1.3 Val av undersökningsmetod

Inom samhällsvetenskaperna skiljer man på två huvudformer av metoder, nämligen den kvalitativa och kvantitativa metoden<sup>40</sup>. De grundläggande likheterna mellan dessa två metodesystem är att de har gemensamma syften. Båda angreppssätten är inriktade på att ge en bättre förståelse av det samhälle vi lever i och hur enskilda individer, grupper och institutioner handlar och påverkar varandra. Utöver detta kan dock många skillnader urskiljas.

Den kvalitativa metoden domineras av utförandet av fallstudier, där intresset är riktat mot detaljerade och oftast djupgående beskrivningar av enskilda fall sett ur många olika aspekter<sup>41</sup>. Denna undersökningsmetod är främst lämpad för explorativa undersökningar, som har ett förståelsebaserat syfte, och där ett förtydligande av frågeställningen växer fram under undersökningens gång. Då kvalitativ forskning i de flesta fall går ut på att endast undersöka en situation eller ett fenomen, har denna metod blivit utsatt för kritik. Möjligheten till representativitet och generaliserbarhet för resultaten blir många gånger starkt ifrågasatt<sup>42</sup>. Dock bör det hållas i åtanke att det är syftet med undersökningen som är avgörandet för metodvalet, vilket därmed inte gör den ena metoden bättre eller sämre än den andre.

*Kvantitativa metoder* påminner mycket om de metoder som används inom naturvetenskapen. Det primära kunskapssyftet är att orsaksförklara de fenomen som är föremål för undersökningen. Detta är nödvändigt för att kunna pröva om de uppnådda resultaten är en generalisering av de enheter som man ämnar uttala sig om<sup>43</sup>.

Kvantitativ forskning förknippas oftast med den hypotetisk-deduktiva ansatsen och framför allt med survey-undersökningar. Forskaren har då på förhand bestämt sig för att undersöka speciella förhållanden, vilket vanligen görs genom enkätutskick. Survey-undersökningar kännetecknas vidare av intresset av att undersöka ett bestämt urval för att dra slutsatser om den bakomliggande målpopulationen. Då detta är i enlighet med vårt syfte har vi valt att använda oss av en kvantitativ undersökning i form av en survey-undersökning.

För att vidare kunna dra giltiga slutsatser av en kvantitativ undersökning krävs att urvalets storlek är så stort att man kan få en viss statistisk säkerhet i det statistiskt bearbetade resultatet<sup>44</sup>. Detta innebär att det behövs en större mängd svar, vilket av praktiska skäl

<sup>40</sup> Andersen, I, *Den uppenbara verkligheten: val av samhällsvetenskaplig metod*, 1998

<sup>41</sup> Wiederheim-Paul, F & Eriksson L.T, *Att utreda forska och rapportera*, 1997

<sup>42</sup> Bryman, A, *Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning*, 1997

<sup>43</sup> Andersen, I, *Den uppenbara verkligheten: val av samhällsvetenskaplig metod*, 1998

<sup>44</sup> Körner, S & Wahlgren, L, *Praktisk statistik*, 2002

utesluter intervjuer och direkta observationer. Det naturliga i vårt fall är således att genomföra en survey-undersökning i form av ett enkätutskick.

### 2.1.4 Hypotetisk-deduktivt förfarande

I föreliggande uppsats har vi valt att använda oss av den hypotetisk-deduktiva ansatsen, då vi utifrån tidigare undersökningars slutsatser ämnar identifiera ett antal problemområden, som kommer att ligga till grund för utvecklandet av hypoteser. Nya hypoteser kommer alltså att deduceras utifrån redan befintlig teori för att härleda nya följsatser som sedan kommer att prövas empiriskt. Därför är det relevant att inledningsvis göra ett ställningstagande till hur hypoteserna bör formars. Enligt Befring bör hypoteser<sup>45</sup>:

- entydigt säga vad problemet rör sig om. Vilka olikheter/likheter vi förväntar oss finna eller vilka samband mellan två eller flera fenomen vi postulerar
- uttryckas så kort, entydigt som möjligt
- grunda sig på tidigare forskning och teoribildning eller vara logiskt-empiriskt relevanta utifrån tillgängliga kunskaper
- vara möjliga att forska kring med tanke på tillgängliga data, metoder och tidsramar.

Vi har följt dessa riktlinjer genom att, utgående från redan befintlig teori och slutsatser från tidigare genomförda undersökningar inom ämnet, föra egna resonemang, vilka har mynnat ut i hypoteser. I enlighet med vårt syfte har vi sedan valt ut de variabler vi anser vara mest relevanta. Kring dessa har hypoteser formulerats på ett så kort och entydigt sätt som möjligt, för att det tydligt ska framgå vilka samband eller olikheter som studeras.

För att kunna testa de teoretiskt uppställda hypoteserna, behöver de först omsättas i mätbara variabler. Det senare kallas operationalisering och är en kritisk och viktig del av en statistisk undersökning<sup>46</sup>. Då vi går från teori till empiri och måste konkretisera variablerna, finns det inte alltid entydiga sätt att göra detta på. Av denna anledning presenteras hur operationaliseringen gått tillväga tillsammans med hypoteserna i *Kapitel 6 - Hypotesformulering*.

Då en survey-undersökning, i form av ett enkätutskick, valts som undersökningsmetod, användes operationaliseringarna av hypoteserna för att konstruera denna enkät. Sedan skickades enkäten ut till ett urval av företag från vår rampopulation, vilket är den mängd företag som vi valt ut för att representera den målpopulation, små nystartade IT-företag, som vi ämnar dra empiriska slutsatser om.

Svaren från företagen i undersökningen har sedan bearbetats med statistiska metoder och analyserats för att kunna generalisera resultaten från urvalet till hela målpopulationen. Möjligheterna att dra slutsatser som är generaliserbara för hela målpopulationen beror dock på urvalets storlek, det urvalsförfarande som använts samt det bortfall som uppkom. Urvalet har därför gjorts så stort som möjligt med hjälp av vedertagna statistiska förfaranden. Dessutom har bortfallet analyserats för att se om det har påverkat de resultat som erhållits. Survey-undersökningens och den statistiska dataanalysens utförande beskrivs mer utförligt i *kapitel 7 – Statistiska metoder och tillvägagångsätt*.

<sup>45</sup> Befring, E, *Forskningsmetodik och statistik*, 1994

<sup>46</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997



## 2.2. Källkritik

### 2.2.1 Insamling av data

För att kunna undersöka och besvara de frågor som hypoteserna är uppbyggda kring har relevant data för ämnet studerats. En klar fokusering har lagts på insamlande av data som direkt berör vårt valda ämne samt IT-branschen.

**Primärdata** Avgörandet för benämningen av primärdata är källans närhet till informationslämnaren<sup>47</sup>. Det primära syftet med denna typ av data är att bilda analysunderlag för undersökningen, vilket därmed gör valet av insamlingsstrategi viktig<sup>48</sup>. Vår bearbetningsbara primärdata består av de svar som erhållits genom enkätutskicken till de olika företagen.

**Sekundärdata** De sekundärdata som har samlats in har främst bestått av tidigare statistiska undersökningar beträffande entreprenörens och det entreprenöriella teamets påverkan på företags tillväxt. De statistiska slutsatserna från dessa undersökningar har hittats i litteratur som behandlar entreprenörskap och småföretagande. Våra sekundärdata utgörs också av information hämtad från Internet. Denna typ av data har varit speciellt värdefull på grund av den valda målpopulation, samt för att skapa en förståelse för den bransch där företagen agerar.

### 2.2.2 Validitet och reliabilitet

Vid operationalisering bör man som forskare vara intresserade av att uppnå så stor överensstämmelse som möjligt mellan de teoretiska begreppen och de empiriska variablerna. Det är också viktigt att det som avses mätas verkligen blir mätt, vilket sammankopplar begreppen metod och data. För att granska vår insamlade datamängds kvalitet har vi använt oss av de två kriterier som i forskningssammanhang benämns validitet och reliabilitet<sup>49</sup>.

**Validitet** Validitetsbegreppet kan förklaras närmare genom att delas upp i två ytterligare begrepp, nämligen yttre och inre validitet<sup>50</sup>.

Den *inre validiteten* innebär att det som mätmetoden avser att mäta verkligen också behandlas. Den inre validiteten säger alltså något om hur relevant det empiriska variabelurvalet är för frågeställningen<sup>51</sup>. Då vi har valt att göra vår undersökning utifrån ett hypotetisk-deduktivt angreppssätt, har variabelurvalet anpassats för att kunna ge svar på uppställda hypoteser, vilka är knutna till frågeställningen. Urvalet består således av variabler beträffande individers egenskaper, som teoretiskt och empiriskt har bevisats ha påverkan på ett företags tillväxt. Det finns därför anledning att betrakta den inre validiteten i detta avseende som förhållandevis hög. Vi är dock medvetna om att vi genom vårt urval av egenskaper går miste om att mäta andra faktorer som också har bevisats vara relevanta i sammanhanget. Vårt val av en kvantitativ metod gör att vi går miste om att mäta variabler som syftar till den djupa informationen, beträffande exempelvis individens motivation. Sådan

<sup>47</sup> Patel, R & Davidsson, B, *Forskningsmetodikens grunder – Att planera genomföra och rapportera en undersökning*, 1994

<sup>48</sup> Befring, E, *Forskningsmetodik och statistik*, 1994

<sup>49</sup> Andersen, I, *Den uppenbara verkligheten: val av samhällsvetenskaplig metod*, 1998

<sup>50</sup> Wiedersheim-Paul, F & Eriksson L.T, *Att utreda forska och rapportera*, 1997

<sup>51</sup> Andersen, I, *Den uppenbara verkligheten: val av samhällsvetenskaplig metod*, 1998

information kan bäst erhållas genom en kvalitativ undersökningsmetod, men på grund av tids- och resursbrist har vi valt att åsidosätta denna kompletterande metod.

Den *yttre validiteten* mäter giltigheten, det vill säga den generella överensstämmelsen mellan det teoretiska och empiriska begreppsplanet<sup>52</sup>. I vårt fall kan den yttre validiteten ha påverkats genom att respondenterna uppfattat frågor och begrepp annorlunda än vad som var syftet med dessa. Detta har vi försökt att ta i beaktande genom att formulera frågorna på ett så klart sätt som möjligt utan att ge en alltför ingående förklaring av använda begrepp (se vidare *kapitel 7 - Statistisk metod och tillvägagångssätt*). Den yttre validiteten är också beroende av att det verkligen är den respondent vi efterfrågar som svarar på enkäten. Risken är annars att frågorna uppfattas fel och inte besvaras efter bästa möjliga förmåga, vilket är otillräckligt i denna typ av undersökning.

Även vårt val av bransch kan påverka den yttre validiteten då de teorier vi har valt att utgå ifrån till största delen är generella för samtliga branscher. Det finns därmed en risk att det generella teoretiska begreppsplanet inte stämmer överens med de empiriska resultaten, då de till viss del speglar branschen som företagen verkar inom.

**Reliabilitet** Med reliabilitet menas mätmetodens förmåga att motstå slumpinflytande så att det som avses att mäta verkligen blir mätt<sup>53</sup>. Det betyder att vi har hög reliabilitet om olika oberoende mätningar av samma fenomen ger liknande resultat. Ju mer man lyckas standardisera mätförfarandet med klara och entydiga frågor, desto större är sannolikheten för att få en godtagbar reliabilitet. Detta faktum har vi tagit i beaktande vid utformandet av enkätens frågor. Vår enkät omfattar därmed högst standardiserade frågor som ställs till alla respondenter, vilket är ett krav för att kunna jämföra, hitta samband mellan och generalisera utifrån resultaten.

### 2.2.3 Teorikritik

Den teori som vi har utgått ifrån, grundar sig till stor del på sammanfattningar av tidigare gjorda kvantitativa undersökningar. Sammanfattningarna består av slutsatser och ny teoribildning, gjorda av forskare som inte själva genomfört undersökningarna. Därmed är vår validitet beroende av såväl de tidigare undersökningarnas validitet, som författarens förmåga att sammanställa undersökningarnas resultat på ett korrekt sätt. Att ingående studera varje undersökning hade därför varit att föredra för att kunna bedöma varje undersöknings relevans enskilt. Dålig tillgänglighet till de ursprungliga undersökningarna samt tidsbegränsningar har dock gjort att vi dessvärre varit tvungen att åsidosätta detta.

<sup>52</sup> Andersen, I, *Den uppenbara verkligheten: val av samhällsvetenskaplig metod*, 1998

<sup>53</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik- om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997

## 3 Tillväxt

---

*I detta kapitel diskuteras begreppet tillväxt i småföretag. Inledningsvis presenteras introduktionsfasen i ett företags livscykel, då det är förutsättningarna i denna fas som studeras. Sist i kapitlet presenteras en modell, över vad som driver småföretag till tillväxt, vilken utgör en grund för vår undersökning.*

---

### 3.1 Introduktionsfas och tillväxt

Varje människa, produkt, bransch och företag har individuella livscyklar som består av flera stadier, där övergångarna dem emellan karaktäriseras av olika förändringar. Vid övergången till ett nytt stadium ändras mönstren av beteenden och en ny stil uppstår, vilket karaktäriserar det nya stadiet<sup>54</sup>. Ett företags livscykel inleds med introduktionsstadiet för att sedan övergå till tillväxtstadiet. I mognadsstadiet befinner sig sedan företaget under den längsta tiden av sitt liv för att till sist gå in i det nedgående stadiet, som så småningom leder till att företaget upphör att existera.<sup>55</sup>

Introduktionsstadiet är den fas, där grunden för tillväxt och utveckling skapas. Churchill och Lewis<sup>56</sup> delar upp introduktionsstadiet i tre olika faser, där den första fasen handlar om att skapa en bas för att kunna existera. Här handlar det om att kunna utveckla en klar och genomförbar företagsidé. Beteendemönstret hos grundarna karaktäriseras av en stor hängivelse till idéskapandet, vilket är en nödvändighet för att kunna bygga upp ett företag från grunden. Stor fokus läggs därmed på grundarnas entreprenöriella egenskaper och deras förmåga att anpassa sina idéer efter den föränderliga omvärlden. En viktig förutsättning är också att det finns ett starkt engagemang och motivation hos grundarna, som kan bemöta interna och externa svårigheter. Annars får det nya företaget svårigheter att överleva och växa på lång sikt. Det är följaktligen hur idéerna utvecklas, det vill säga det som egentligen åstadkoms i introduktionsfasen, som ligger till grund för om och hur företaget kommer att växa och fortsätta sin vandring genom livscykeln alla faser<sup>57</sup>. Det ska dock hållas i åtanke att varje företags tillväxtprocess är individuell och har speciella överlevnads- och framgångsfaktorer<sup>58</sup>.

### 3.2 Hur ett företag växer

Ett företag kan växa på två olika sätt, antingen organiskt eller genom uppköp. Enligt Davidsson, Delmar och Wiklund<sup>59</sup> kan en organisk tillväxt ses som en intern expansion. Denna expansion görs genom att producera mer och sysselsätta fler i sin existerande verksamhet eller genom att etablera nya verksamheter. Samma författare menar vidare att tillväxt genom uppköp istället avser situationer då existerande arbetstillfällen, inklusive produktion och sysselsättning, överförs från ett företag till ett annat. Normalt sett kan den

---

<sup>54</sup> Adizes, I, *Ledarskapets fallgropar* 1994

<sup>55</sup> Grant, R, *Contemporary Strategy Analysis*, 1998

<sup>56</sup> Bridge, S, O'Neil, K & Cromie, S, *Understanding Enterprise, Entrepreneurship & Small Business*, 1998

<sup>57</sup> Adizes, I, *Ledarskapets fallgropar*, 1994

<sup>58</sup> Beaver, G, *Small Business, Entrepreneurship and Enterprise Development*, 2002

<sup>59</sup> Davidsson, P, Delmar, F & Wiklund, J, *Tillväxtföretagen i Sverige*, 2001

ökade sysselsättningen, som en organisk tillväxt innebär, betraktas som ett genuint tillskott till företagets ekonomi. Tillväxten i ett uppköpande företag representerar emellertid ingen ny generering av sysselsättning, utan är endast en överföring av redan befintlig produktions- och arbetskraft.

### 3.3 Tillväxt och småföretagande

Trots den stora betydelse som små tillväxtföretag har på samhällsekonomin, är den teoretiska och empiriska förståelsen kring vilka faktorer som driver denna tillväxt skiftande och något oklar. Detta beror främst på den förändring i karaktär som ett företag går igenom då det växer. Många gånger är det då i efterhand svårt att urskilja vad som har legat bakom själva tillväxten<sup>60</sup>. Vad är det egentligen som gör att vissa företag växer medan andra inte gör det? Frågan är högaktuell men också svår att finna något entydigt svar på. Många forskningsundersökningar har gjorts utifrån olika tillväxtperspektiv men de är oftast svåra att jämföra. Storey<sup>61</sup> har emellertid genom en sammanfattning av diverse undersökningar, utvecklat teorier berörande småföretags tillväxt, vilka han diskuterar utifrån tre huvudkomponenter (se figur 3.1):

- **Entreprenören**
- **Företagets karaktär**
- **Företagets strategi**

**Entreprenören** Tidigare undersökningar som har gjorts utifrån ett resursbaserat tillväxtperspektiv har visat att företagets möjligheter till tillväxt är starkt beroende av grundarentreprenörernas karaktäristiska egenskaper. I Storeys sammanfattning, omfattande 18 olika studier, identifieras 15 egenskaper hos entreprenörerna som de egenskaper som har störst påverkan på företagets tillväxt (se tabell 3.1). Resultaten indikerade också att det huvudsakligen är fem faktorer som har den största inverkan, nämligen motiveringen till företagsetablering och tillväxt, hög utbildning, ålder, tidigare ledarerfarenheter samt antalet grundare.

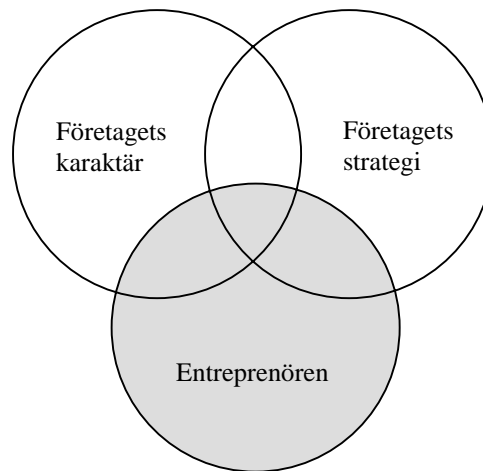
**Företagets karaktär** Här framhävs vilken inverkan företagsspecifika faktorer har på företagets tillväxtmöjligheter. Dessa faktorer kan delas upp i två grupper, där den första är uppbyggd kring de beslut som fattades av grundarna vid företagsetableringen. Här ingår exempelvis branschtillhörigheten, bolagsformen samt ägarstrukturen. Vilken bransch företaget agerar inom kan ha stor inverkan på dess tillväxtmöjligheter beroende på exempelvis konkurrenstryck. Bolagsformen har också betydelse, eftersom bolag med begränsat ägaransvar tenderar att växa snabbare än andra företag. Den andra gruppen representeras av företagets ålder och storlek. Här har det bland annat bevisats att unga och små företag växer snabbare än etablerade och större företag. De företagsspecifika dragen betraktas vanligen som mer konsistenta än företagets resurser.

**Företagets strategi** Även det strategiska perspektivet är förekommande vid studier beträffande företagets tillväxt. Strategi avser här de handlingar som småföretagen väljer att genomföra efter etablering. De strategiska valen kan delas upp i 14 olika kategorier, vilka genom undersökningar har visat sig vara väsentliga för småföretagens tillväxtmöjligheter. Av dessa kategorier är det framför allt fyra som har framstått som mest betydelsefulla. Om

<sup>60</sup> Penrose, E, *The Theory of the Growth of the Firm*, 1995

<sup>61</sup> Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

företaget har externa ägare, som delar med sig av kapital och kompetens, är exempelvis en betydande faktor, liksom förmågan att introducera nya produkter på marknaden. Vidare spelar det en stor roll om företaget har stark fokusering på marknadspositionering och att det är villigt att rekrytera ledare och styrelseledamöter externt.



Figur 3.1 – Storeys modell över komponenter som påverkar tillväxten i ett företag.

Samtidigt som de tre huvudkomponenterna kan uppfattas som en stor blandning och variation av många olika influerande faktorer är de inte oberoende av varandra, vilket figuren ovan visar. Komponenterna bör istället ses som tre integrerande fenomen som överlappar och är beroende av en specifik kombination för att företaget ska kunna uppnå optimal tillväxt. Att undersöka varje komponents påverkan separat är dock fullt möjligt. Dock måste den studerade komponentens beroende av de två övriga hållas i åtanke<sup>62</sup>.

Medan Storey<sup>63</sup> poängterar den samverkande betydelsen framhäver Wiklund<sup>64</sup> företagets strategiska val som den viktigaste komponenten att studera, med argumentet att det endast är dessa val, som har en direkt inverkan på hur mycket ett företag kan expandera. Övriga komponenter har, enligt Wiklund, endast en indirekt påverkan på tillväxt. De måste alltså på något sätt omsättas i handling för att kunna påverka företagets utveckling.

<sup>62</sup> Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

<sup>63</sup> Ibid

<sup>64</sup> Davidsson, P, Delmar, F & Wiklund, J, *Tillväxtföretagen i Sverige*, 2001

<b>Faktorer som påverkar tillväxt i små företag</b>		
<i>Entreprenören / resurser</i>	<i>Företaget</i>	<i>Strategi</i>
1 Motivation	1 Ålder	1 Fortbildning av anställda
2 Arbetslöshet	2 Bransch	2 Ledarskapsutbildning
<b>3 Utbildning</b>	3 Företagsform	3 Extern finansiering
<b>4 Chefserfarenheter</b>	4 Lokaliseringsplats	4 Teknologisk grad
<b>5 Antal grundare</b>	5 Storlek	5 Marknadsposition
<b>6 Tidigare egenföretagare</b>	6 Ägarskap	6 Marknadsförändringar
7 Familjehistoria		7 Planering
8 Social tillhörighet		8 Nya produkter
9 Företagsspecifik kunskap		9 Ledarrekrytering
10 Starta-eget-utbildning		10 Staligt stöd
<b>11 Ålder</b>		11 Kundkoncentration
12 Tidigare företagsmisslyckanden		12 Konkurrens
<b>13 Tidigare branscherfarenhet</b>		13 Information och råd
14 Erfarenhet av stora företag		14 Export
15 Kön		

Tabell 3.1 – Storeys tabell över faktorer som påverkar tillväxten i små företag. De fetstilta faktorerna är de som studeras i uppsatsen.

### 3.4 Reflektioner över tillväxt

Inledningsvis i detta kapitel definierades tillväxt som ett fenomen som uppstår genom de förutsättningar som skapas i introduktionsfasen. Det är därmed konstaterat att tillväxt uppstår som en följd av entreprenöriella aktiviteter och anpassningar i denna fas samt vid ingången till tillväxtfasen. Vi förutsätter därmed att entreprenörens roll, som den definieras i introduktionsfasen inte är bestående utan förändras då företaget övergår i en ny fas.

Storey presenterar en modell, vilken förklarar vilka komponenter som påverkar ett företags tillväxt. För att skapa en fokus kring vår undersökning har vi valt att endast studera entreprenörens påverkan, trots att komponenterna bör ses som tre integrerande fenomen. Femton olika egenskaper hos entreprenören identifieras som de egenskaper som har störst påverkan på företagets tillväxt. Av dessa 15 har vi valt att studera endast 6 då dessa är mest förekommande i tidigare studier samt förefaller vara relevanta att studera utifrån den valda branschens förutsättningar. Av de fem faktorer som Storey själv utnämner som mest väsentliga studeras utbildning, ålder, antalet grundare och tidigare chefserfarenheter. Den femte faktorn, motivation, har valts bort eftersom den inte uppfyller kriteriet om realistiska möjligheter att få fram reliabla data med tanke på den använda metoden och de tidsramar som råder.

## 4 Entreprenören

*I det här kapitlet presenteras teori om entreprenören och dennes egenskaper. Kapitlet gör inledningsvis en historisk tillbakablick. Vidare följer en presentation av entreprenörens karaktäristiska egenskaper, för att lägga en grund för diskussionen om hur dessa kan tänkas påverka ett företags tillväxtmöjligheter. Resonemanget kommer att användas i senare kapitel för att bygga upp hypoteser.*

1917 föddes en entreprenör vid namn Erling Persson. Som ung flyttade han till Stockholm för att handla med ostar. Ostarna byttes snart ut mot adventsstjärnor och under 40-talet ändrade han affärsområde än en gång och han började sälja pennor och pennställ. Det var ursprunget till kedjan Ur & Penn. Under några resor till USA, fann Erling Persson ett intresse i damkläder. 1947 öppnades således den första Hennes-butiken i Västerås, med affärsidén att sälja moderiktiga damkläder till ett lågt pris och att hålla hög omsättningshastighet. Under 60-talet kompletterades verksamheten med herrkläder, vilket sedermera skulle bli den välkända, globala koncernen Hennes & Mauritz.<sup>65</sup>

### 4.1 Entreprenörsbegreppets utveckling

Omfattande forskning bedrivs kring entreprenörskap, men det finns ännu inga entydiga och klara definitioner på centrala begrepp inom området. Svårigheten att enas kring gemensamma definitioner försvåras av att området är av multidisciplinär form och innefattar såväl den enskilda individen som samhället i stort.

Redan under medeltiden hade franska författare använt sig av ordet ”entrepreneur”, utan att lägga någon större vikt vid den ekonomiska betydelsen av ordet. Då förknippades entreprenören ofta med våldsamma krigshandlingar. Ordet kom sedan allt mer att användas om personer med det tekniska och ledningsmässiga ansvaret för storskaliga statliga åtaganden, ofta uppförandet av offentliga byggnader och kyrkor. En kvarleva från den tiden är det idag väl använda ordet byggnadsentreprenör.<sup>66</sup>

Begreppet entreprenör introducerades i den ekonomiska litteraturen under 1700-talet av Richard Cantillon och Jean Babtiste Say. Det franska ordet ”*entrepreneur*” definierades då på tre olika sätt. Den vanligaste och mest allmänna betydelsen var ”*en person som får något gjort*”. Det närbesläktade verbet ”*entreprendre*” betyder just ”*att göra (företa sig) något*”. Cantillon menade även att begreppet entreprenör innefattar ett risktänkande. Entreprenören kan köpa till ett säkert pris, men efterfrågan och försäljningspriset är mycket osäkert. Detta understryker att entreprenören gärna utsätter sig för risken att verksamheten går i konkurs. En entreprenör är alltså en individ som är handlingskraftig och är beredd att befinna sig i en riskfylld verksamhet. Entreprenören ser möjligheterna i en riskfylld verksamhet, det vill säga att han är möjlighetsfokuserad snarare än riskfokuserad<sup>67</sup>.

<sup>65</sup> Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

<sup>66</sup> Ibid

<sup>67</sup> Intervju med Jan-Inge Lind, 17 dec, 2002

I början av 1900-talet kopplade ekonomen Joseph Schumpeter samman egenskapen att vara innovativ med begreppet entreprenör och betonade starkt hur betydelsefull den entreprenöriella funktionen var för ekonomins utveckling<sup>68</sup>. Schumpeters ekonomiska modell, vilken förutsätter jämvikt på marknaden ända till dess att entreprenören överraskar med nya idéer som ger upphov till att jämvikten rubbas, anses vara den mest användbara inom ramarna för entreprenörskapsteorier. Han menade att entreprenören är en innovator som ser möjligheterna i obeprövad teknologi, omorganiserar gammal verksamhet och ser nya vägar, med användandet av nytt material och produktionsformer, vilket ger upphov till att jämvikten förändras. Det är när entreprenören för första gången använder sig av den nya resurssammansättningen som det handlar om entreprenörskap. Schumpeter menar också att när en arbetsuppgift har blivit rutin och entreprenören slagit sig till ro med det etablerade företaget, så upphör entreprenörens roll.

## 4.2 Entreprenörskap idag

*“You have to have the nerves of steel and be prepared to take risks. You have to be able to put it all on the line knowing you could lose everything”*  
**Anne Notley, en av grundarna av The Iron Bed Company<sup>69</sup>**

En modern version av begreppet entreprenörskap återfinns i Nationalencyklopedin. Där förklaras begreppet som ”...en person som i konkret handling skapar nya affärsverksamheter. Detta kan till exempel ske genom kommersialisering av en teknisk innovation eller genom att man organiserar marknaden på ett nydanande sätt<sup>70</sup>. En liknande definition görs också av Bjerke<sup>71</sup>, som menar att entreprenörskap är ”att driva en idé, en föreställning, ett koncept, även en uppfinning, närmare mot att bli en ny affär, eventuellt hela vägen”. Det spelar ingen roll hur briljant en idé än är, någon måste ta på sig att lotsa den igenom företagandets besvärligheter, förbi konventioner och traditioner, för att den ska kunna realiseras.

Generaliserande drag hos entreprenören är, förmågan att finna möjligheter, otålighet och att ha en förmåga till ”learning-by-doing”. För att kunna hantera osäkerheten och den risk som innovationskraften medför, krävs en väl motiverad entreprenör, som genom en stark vilja att lyckas och nå ett visst mål, driver verksamheten vidare. Det behövs sedan ett gott omdöme från entreprenörens sida samt tur för att företaget ska lyckas. Dessa egenskaper är en blandning av medfödda talanger och inlärd beteendemönster, som är ett resultat av såväl kulturell bakgrund och familjebakgrund, som erfarenhet via arbete och utbildning.<sup>72</sup>

Entreprenörskap idag förknippas ofta med enbart småföretagande och den ensamme entreprenören som startar egen verksamhet. En allmän uppfattning är dock att entreprenörskap är ett fenomen som återfinns både i stora och små företag. Innebörden av entreprenörskap i detta avseende är således förknippat med nytänkande och innovation, oavsett om det sker i stora eller små verksamheter. Entreprenörskap i etablerade verksamheter benämns oftast för intraprenörskap, där intraprenören verkar som en förnyare inom det redan väletablerade storföretaget.<sup>73</sup> Det innebär att det finns en entreprenörsanda inom organisationen, med en positiv syn på experimenterande och risktagande. Intraprenörskapet

<sup>68</sup> Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

<sup>69</sup> Burns, P, *Entrepreneurship and Small Business*, 2001

<sup>70</sup> Nationalencyklopedin “Entreprenör”, 2003

<sup>71</sup> Intervju med Björn Bjerke, 25 nov, 2002

<sup>72</sup> Burns, P, *Entrepreneurship and Small Business*, 2001

<sup>73</sup> Bjerke, B & Hultman, C, *Entrepreneurial Marketing*, 2002



för utvecklingen framåt i organisationen och intraprenören blir ofta ledare i dessa sammanhang<sup>74</sup>.

### 4.3 Managern, ledaren och entreprenören

I mitten av 1900-talet definierade Czarniawska-Joerges och Wolff entreprenörskapet som en av tre ledarskapstyper<sup>75</sup>. Samtliga tre är närvarande under alla stadier i företagets livscykel. Dock har de olika betydelse under de olika stadierna. Entreprenören har exempelvis sin viktigaste roll under introduktionsfasen medan managern är mer betydelsefull i senare stadier<sup>76</sup>.

Bjerke skiljer mellan de olika definitionerna enligt följande<sup>77</sup>:

*Ledarskap* är en roll, som bygger på förväntningar från omgivningen. Som ledare behövs personliga egenskaper och färdigheter för att kunna leda andra människor samt tydliga visioner, självsäkerhet och förändringsvilja.

*Entreprenörskap* handlar om att driva förändring. För att kunna göra det, krävs speciella mentala färdigheter, långsiktigt tänkande och problemfokusering. Den administrativa utbildningen är vanligtvis begränsad och istället mer teknisk och vetenskapligt inriktad.

Att vara *manager* är huvudsakligen ett yrke, där tekniska färdigheter krävs för att driva ett företag eller en del av företaget. Managers främsta uppgift är att skapa ordning och motverka att företagets utveckling och effektivitet avtar. Deras mål tenderar att vara kortsiktiga och de har en låg tolerans mot osäkerhet och risktagande. Managern har med största sannolikhet haft en formell administrativ utbildning och har erfarenhet i att hantera och styra människor och resurser.

Är det då möjligt att managers kan bli effektiva entreprenörer, eller tvärtom, och vem har egentligen de bästa förutsättningarna för att bli en bra ledare? Enligt Bjerke<sup>78</sup>, är det fullt möjligt för en individ att besitta egenskaper av samtliga tre ledarskapstyper (se figur 4.1). Ett vanligt förekommande mönster är exempelvis att en manager avviker från ett etablerat företag, för att starta sin egen konkurrerande verksamhet. En sådan bakgrund som manager, har goda förutsättningar att fostra nya framgångsrika företag. Det omvända förhållandet tycks dock vara mindre vanligt. Entreprenörer härleder många av sina typiska entreprenöriella förmågor från processen att skapa och bygga en verksamhet och många av dessa kan utgöra allvarliga hinder för att hantera ett större företag. Den typiskt entreprenöriella psykologiska karaktäristiken passar också mindre bra in i ledarroller<sup>79</sup>.

<sup>74</sup> Nationalencyklopedin, "Entreprenör", 2003

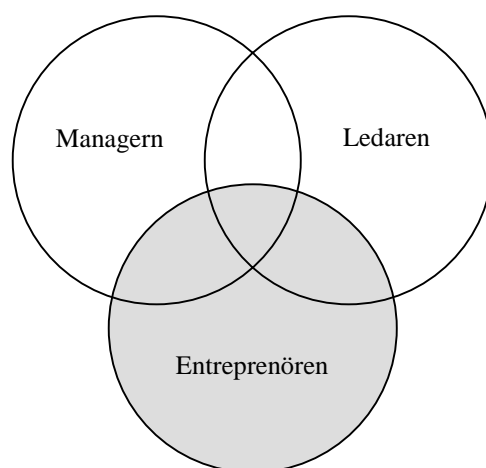
<sup>75</sup> Bjerke, B, *Att skapa nya affärer*, 1989

<sup>76</sup> Adizes, I, *Ledarskapets fallgropar*, 1994

<sup>77</sup> Bjerke, Hultman, *Entrepreneurial Marketing* (2002)

<sup>78</sup> Föredrag av Björn Bjerke, vid Skånska Ingenjörsdagen, 20 nov, 2002

<sup>79</sup> Bjerke, B, *Att skapa nya affärer*, 1989



Figur 4.1 – De tre ledarskapstyperna

## 4.4 Entreprenören inom beteendevetenskapen

Beteendevetaren David McClelland menade att det är samhällets normer och värderingar som skapar förutsättningarna för samhällets utveckling. Entreprenören styrs av ett prestationsmotiv, som formats av samhället, och det är i huvudsak kopplat till den utmaning och tillfredställelse som arbetet ger. McClelland lade stor vikt vid de personliga och demografiska egenskaperna hos entreprenören och sammanförde mer eller mindre alla entreprenörer i en och samma grupp<sup>80</sup>.

Idag intresserar sig vanligen forskare inom beteendevetenskapen för ämnet med fokus på individen. Analysnivån ligger därmed på individnivån, där samhället och organisationen behandlas som bakgrundsvariabler<sup>81</sup>. Idag finns det undersökningar gjorda som stödjer resonemanget kring entreprenörens individuella egenskaper ytterligare, genom att koppla dem specifikt till varje enskild individ. En utvecklingstrend som går att identifiera kring entreprenören som individ är att många entreprenörer idag inte bara startar ett företag utan flera. Många tidigare analyser kring entreprenörskap har föreställt sig etableringen av företag som en engångsföreteelse, med det enskilda företaget som analysobjekt. Dagens trend att entreprenörer startar upp och äger flera olika företag, har dock gjort att fokuset idag ligger på individen vid analys av företagsetableringar.

## 4.5 Entreprenörskap ur ett resursbaserat perspektiv

Enligt Penrose<sup>82</sup> kan ett företag utifrån det resursbaserade perspektivet ses som en sammansättning av fysiska och humana resurser som hänger samman med dess administrativa organisation. Företaget har en roll som en autonom planeringsenhet över de aktiviteter som ska stämma överens och koordineras med företagets regler och policys. Samtliga sådana planeringsenheter har någon form av centralt styrningsansvar över de regler som företaget arbetar efter och företaget kan därmed uppfattas som en administrativ organisation. De aktiviteter som utförs av individerna inom företaget kännetecknas genom deras relationer till de resurser som används för att kunna utföra aktiviteterna. Därför kan företaget även uppfattas som en sammansättning av produktiva resurser som över tiden kontrolleras av den

<sup>80</sup> Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

<sup>81</sup> Ibid

<sup>82</sup> Penrose, E, *The Theory of the Growth of the Firm*, 1995

administrativa organisationen. De produktiva resurserna kan delas upp i två grupper, fysiska och humana. Den fysiska gruppen består av påtagliga resurser så som råmaterial, anläggningar och maskiner. Humana resurser är istället abstrakta, vilket innebär att de framför allt inkluderar mänsklig kompetens, erfarenhet och motivation<sup>83</sup>.

Den resursbaserade teorin är konsistent med Schumpeters entreprenöriella koppling till ekonomins utveckling i samhället. Entreprenören framstår i båda fallen som den mest väsentliga resursen för ett nyetablerat företag, då denne har en förmåga att upptäcka nya affärsmöjligheter som skapar förutsättningar för innovationer och framgångsrika prestationer. I resonemanget kring prestation och tillväxt, framstår vidare skapandet av konkurrensfördelar som ett centralt begrepp. Den resursbaserade skolan menar att då de entreprenöriella resurserna är heterogena och orörliga har de goda möjligheter att skapa konkurrensfördelar. Just det heterogena konceptet betraktas som den mest förekommande länken mellan resursbaserad teori och entreprenörskap<sup>84</sup> (se *kapitel 5.2 Heterogenitet*).

Om de entreprenöriella resurserna kan betraktas som heterogena grundar sig i individens egenskaper. Det är exempelvis individens bakgrund, kunskap och förmåga till vidare inläring som leder till entreprenöriell insikt, innovation, framgång och tillväxt. Genom det faktum att entreprenöriella resurser kan definieras som heterogena, kan de också betraktas som orörliga, vilket gör att de är svåra att kopiera. Om dessa resurser och förmågor hade varit kända, hade de å andra sidan inte längre kunnat klassas som entreprenöriella. Vad som gör de entreprenöriella förmågorna så unika i deras respektive sammanhang, är exempelvis att de är snabba och anpassningsbara, kreativa och geniala samt att de ger upphov till ett flexibelt beslutsfattande<sup>85</sup>. Många gånger är dessa egenskaper tvetydliga, inte bara för omgivningen utan också för företaget själva, vilket kan göra dem svårhanterliga.

## 4.6 Reflektioner över entreprenörskap

Inledningsvis presenterades en historisk tillbakablick av entreprenören, för att få en grundförståelse för entreprenören som begrepp. Pionjären inom ämnet, Schumpeter, ser på entreprenörskapet utifrån ett ekonomiskt perspektiv och betonar vikten av entreprenören som en samhällsinnovatör, vilket leder oss in på det resursbaserade perspektivet. Enligt det resursbaserade synsättet är det företagets resurser, i vårt fall de humana, som ger upphov till olika förutsättningar att lyckas. Det är således individen, som för övrigt är en inriktning inom den beteendevetenskapliga forskningen, som genom sina unika egenskaper, framstår som företagets viktigaste resurs i strävan mot framgång och tillväxt.

I vår diskussion kring entreprenörskap finner vi det även relevant att beskriva de övriga två ledarskapsrollerna, ledaren och managern, som tas upp i sammanhanget etablering, framgång och tillväxt. Dessa tre ledarskapsroller förknippas ofta med varandra och i många sammanhang sker också en förväxling av deras betydelse, trots att det är möjligt att identifiera en karaktäristisk skillnad dem emellan. Då vi studerar företag i introduktionsfasen ligger vår fokus kring entreprenörsrollen.

<sup>83</sup> Grant, R, *Contemporary Strategy Analysis*, 1998

<sup>84</sup> Dale Meyer, G & Heppard, K, *Entrepreneurship as Strategy – Competing on the Entrepreneurial Edge*, 2000

<sup>85</sup> Ibid

## 5 Team

---

*I detta kapitel kommer det entreprenöriella teamet att definieras och studeras. Begreppet heterogenitet kommer här att behandlas som en grund för några av de uppställda hypoteser som kommer att testas. Slutligen kommer formandet av ett entreprenöriellt team att diskuteras för att, utifrån våra empiriska resultat, kunna dra en slutsats om hur ett framgångsrikt entreprenöriellt team bör bildas.*

---

Då individen och dess egenskaper förefaller ha stor påverkan på företagets möjligheter att nå framgång och tillväxt, är det vidare av intresse att studera hur dessa möjligheter kan tänkas utvidgas då individerna kopplas samman i team. Idag är det allt vanligare att företag startas upp av team, vilket gör att entreprenören som individ oftast sätts in i, och analyseras utifrån, ett teamperspektiv.

### 5.1 Det entreprenöriella grundarteamet

Det entreprenöriella grundarteamets inverkan på tillväxt är en central fråga inom ämnet entreprenörskap<sup>86</sup>. Vad entreprenörsteamet har för inverkan på tillväxt är dock inte entydigt, vilket kräver en definition av vad begreppet entreprenöriellt team verkligen innebär. Vilken definition som bör efterföljas varierar beroende på situation och syfte. I vissa fall kan många eller rent av samtliga förklaringar vara aktuella, då de förefaller vara väldigt likartade. Watson et al.<sup>87</sup> föreslår att entreprenöriella team bör definieras som ”två eller flera individer som tillsammans startat upp ett företag och som fortfarande är involverade i att driva det”.

Kamm<sup>88</sup> gör en liknande definition då han menar att ”ett entreprenöriellt team kan definieras som två eller fler individer som tillsammans etablerar ett företag i vilket de som delägare har ett ekonomiskt intresse”. Dessa individer är närvarande i företagets introduktionsfas. Deras roll förändras således efter hand som företaget växer.

Medlemmarna i ett sådant team definierar de initiala möjligheterna med det nyetablerade företaget, och utvecklar strategier för att bearbeta och utnyttja dem. Det är vidare grundarna med deras kunskaper och erfarenheter som skapar kontakter och nätverk med omvärlden och lockar investorer till företaget. Team har därför visat sig ha bättre möjligheter att skapa starka nätverk än vad en individ på egen hand har, vilket är en väsentlighet för framgång<sup>89</sup>. Detta är bland annat en förklaring till varför team ibland konkurrerar ut individuella entreprenörer i kunskapsintensiva, dynamiska branscher.

Det är även viktigt att fastställa vad som antalsmässigt kan definieras som team. Är exempelvis två medlemmar tillräckligt för att det ska vara möjligt att föra en diskussion kring teamverksamhet? Svaret på frågan måste anpassas efter varje enskild situations förutsättningar, vilket således innebär att något entydigt svar inte går att identifiera. Det är dock fastställt genom tidigare studier, att storleken av det entreprenöriella teamet har en

---

<sup>86</sup> Birley, S & Stockley, S, *Entrepreneurial Teams and Venture Growth*, 2000

<sup>87</sup> Ibid

<sup>88</sup> Kamm, J.B, *Entrepreneurial Teams in New Venture Creation: A Research Agenda*, 1990

<sup>89</sup> Lechler, T, *Social Interaction: A Determinant of Entrepreneurial Team Venture Success*, 2001

betydelsefull effekt, inte minst på teamets generella beteende och därmed också på prestationernas resultat.<sup>90</sup>

## 5.2 Heterogenitet

Många undersökningar har gjorts kring grundarteamets olika dimensioner och hur dessa påverkar tillväxten i ett företag. Det som emellertid har väckt mest intresse enligt Cooper & Daily<sup>91</sup> är påverkandet av teammedlemmarnas olikheter, beträffande demografisk och psykologisk karaktär. Ett återkommande resultat, är att de prestationer som ett teams kompletterande egenskaper förväntas påverka, är bättre än vad som kan åstadkommas med endast en individs egenskaper. Undersökningarna visar generellt att team medför en mångfald av egenskaper, som har betydande effekter på presterat resultat. Mångfalden innebär bland annat bättre förmåga att lösa kognitiva uppgifter, som att generera nya planer och idéer, lösa problem och fatta beslut<sup>92</sup>. Relativt homogena grupper tenderar däremot ha en bristfällig spridning av tillvägagångssätt när det kommer till problemlösande och att snabbt ta konkurrenskraftiga initiativ<sup>93</sup>.

Effekterna av ett teams heterogenitet, och dess variation på teamegenskaper är starkt förknippat med innovation och tillväxt<sup>94</sup>. Hambrick och Mason<sup>95</sup> för resonemanget vidare genom att påstå att heterogena grupper förefaller vara mest lämpliga i turbulenta, snabbt föränderliga miljöer, medan de rent av kan vara dysfunktionella i stabila miljöer.

Individer med olika bakgrunder leder till att många olika idéer har möjlighet att genereras, utgående från olika kunskapsområden. Det finns också en större möjlighet till att kombinera olika idéer och på så sätt skapa originalitet. Team tenderar att vara bättre än den enskilda individen i dessa avseenden, åtminstone då det kommer till en viss typ av idégenererande. Vilken typ av idéer detta berör är däremot svårare att säga<sup>96</sup>. Å andra sidan är det i heterogena team mer vanligt att konflikter och kommunikationssvårigheter uppstår på grund av de många olikheter, som leder till fördröjningar vid beslutsfattande och implementeringsprocesser<sup>97</sup>. Att individer uppfatta världen på olika sätt kan också skapa tvetydlighet och osäkerhet inom företaget<sup>98</sup>.

## 5.3 Formandet

Planeringsprocessen, under vilken företaget formas och etableras, spänner vanligen över en lång, betydande tidsperiod. För det tillväxtorienterade företags del är det just under denna period som medlemmar av det entreprenöriella teamet rekryteras.

---

<sup>90</sup> Cooper, A.C & Daily, C.M, *Entrepreneurial Teams*, 1997

<sup>91</sup> Ibid

<sup>92</sup> Hope Pelled, L, *Demographic Diversity, Conflict, and Work Group Outcomes: An Intervening Process Theory*, 1996

<sup>93</sup> Cooper, A.C & Daily, C.M, *Entrepreneurial Teams*, 1997

<sup>94</sup> Birley, S & Stockley, S, *Entrepreneurial Teams and Venture Growth*, 2000

<sup>95</sup> Cooper, A.C & Daily, C.M, *Entrepreneurial Teams*, 1997

<sup>96</sup> Turner, M, *Groups at Work – theory and research*, 2001

<sup>97</sup> Cooper, A.C & Daily, C.M, *Entrepreneurial Teams*, 1997

<sup>98</sup> Dale Meyer, G & Heppard, K, *Entrepreneurship as Strategy – Competing on the Entrepreneurial Edge*, 2000

Enligt Cooper & Daily<sup>99</sup> sker formandet av team utifrån tre olika sätt. Det första är att det finns en ledarentreprenör som redan från början har en bild av hur teamet bör se ut. Den personen förhandlar sedan med andra entreprenörer för att få dem att bli en del av teamet. Ett annat sätt är att två eller flera kollegor eller vänner ingår ett partnerskap där båda delar lika på ägandet och beslutsfattandet. En sista dimension av teambildandet relaterar till vilket koncept som utvecklas först, teamet eller företagsidén. Många gånger är det ledarentreprenören som först utvecklar konceptet för att sedan finna teammedlemmar som är villiga att implementera idén. Vid andra tillfällen utvecklas teamet först för att sedan utveckla ett företagskoncept gemensamt.

Hur kommer då de olika medlemmarna av grundarteamet i kontakt med varandra? De flesta entreprenöriella team är uppbyggda kring vänskap, släktband eller tidigare arbets- eller studiebekantskap, vilket är en indikation på att teamen vanligen uppstår genom tidigare relationer. Även den upplevda kemin mellan individerna framstår som en viktig aspekt vid sammanförandet. Vänskap inom entreprenöriella team förväntas föra med sig ett ömsesidigt förtroende, en större integrering och samarbete<sup>100</sup>. Den förväntas också skapa en kultur som underlättar och effektiviserar vid fattandet av svåra och motstridande beslut. Det har därmed visat sig att tekniska kunskaper och erfarenheter inom olika områden är mindre prioriterade faktorer. För att sätta det i ett entreprenöriellt sammanhang är det alltså först de sociala aspekterna som sammanför de potentiella teammedlemmarna med varandra, medan innehavet av kapital och den nödvändiga expertisen prioriteras i andra hand<sup>101</sup>.

Vid formandet av team är det enligt Timmons<sup>102</sup> viktigt att medlemmarna sluter upp kring en gemensam uttalad företagsvision. Att gemensamt utveckla mål och inställningar, gynnar kommunikationen mellan individerna, vilket är klart stödjande vid diskussioner kring lösningar av problem samt vid beslutsfattanden<sup>103</sup>. Innan företaget startas är det därför väsentligt att varje individ identifierar sina egna personliga intressen och ser till att de sammanfaller med företagets mål. Detta är en viktig förutsättning för att höja effektiviteten och därmed öka chanserna för en framgångsrik företagsetablering<sup>104</sup>.

Slutligen, för att ett företag ska kunna visa bestående goda resultat och goda prestationer, krävs det att individerna inom organisationen kontinuerligt identifierar och utvecklar nya kunskaper, värderingar och beteenden. För att sådana förändringar ska kunna uppstå är teamet högst väsentligt, då förändringar som sker genom ett gemensamt åtagande är lättare att acceptera och genomföra än individuella. Genom teamets flexibilitet och vilja att anpassa sig, skapas därmed utrymme och goda förutsättningar för tillväxt.<sup>105</sup>

## 5.4 Reflektioner över team

Då team idag är ett förekommande fenomen vid företagsetableringar, har vi även valt att studera individen och dess egenskapers inverkan på prestation och tillväxt utifrån ett

---

<sup>99</sup> Cooper, A.C & Daily, C.M, *Entrepreneurial Teams*, 1997

<sup>100</sup> Francis D.H & Sandberg, W.R, *Friendship within Entrepreneurial Teams and Its Association with Team and Venture Performance*, 2000

Vyakarnam, S, Jacobs, R & Handelberg, J, *Exploring the Formation of the Entrepreneurial Teams: The Key to Rapid Growth Business*, 1999

<sup>102</sup> Cooper, A.C & Daily, C.M, *Entrepreneurial Teams*, 1997

<sup>103</sup> Katzenbach, J & Smith, D, *The Wisdom of Teams*, 1993

<sup>104</sup> Kamm, J.B, *Entrepreneurial Teams in New Venture Creation: A Research Agenda*, 1990

<sup>105</sup> Katzenbach, J & Smith, D, *The Wisdom of Teams*, 1993

teamperspektiv. Vi ser därmed grundarteamets formation som en integrerande del av den entreprenöriella processen. Det förefaller också vara speciellt relevant utifrån vår valda bransch, eftersom just högteknologiska företag oftast startas upp av team.

Det finns många olika definitioner av begreppet grundarteam, men det som vi använder oss av i vår undersökning är i enlighet med Kamms<sup>106</sup> definition, då denna passar bäst in i sammanhanget. Antalsmässigt definierar vi team som en sammansättning av minst två personer. Vi tar dock i beaktande, i våra hypoteser, att antalet teammedlemmar kan variera och att detta förväntas ha en betydande inverkan på teamets generella beteende.

Generellt sett anses team prestera bättre än enskilda individer, vilket har sin främsta förklaring i att individerna i ett team utgör en heterogen samling av olika egenskaper som utgör förutsättningar för bättre prestationer. Då teamet studeras ligger därför fokuset främst på dess heterogenitet.

Processen kring hur grundarteamet formas är relevant att ha i åtanke då möjligheterna till framgång och tillväxt studeras. Då förutsättningar för en effektiv företagsetablering skapas i detta skede är omständigheterna kring forandet, tillsammans med teamets entreprenöriella egenskaper, avgörande faktorer för att företaget ska lyckas.

---

<sup>106</sup> Kamm, J.B, *Entrepreneurial Teams in New Venture Creation: A Research Agenda*, 1990

## 6 Hypotesformulering

---

*I detta kapitel används den teori som presenterats i tidigare avsnitt för att tillsammans med slutsatser från tidigare undersökningar, bygga upp hypoteser som sedan kommer att testas med hjälp av en statistisk undersökning.*

---

Vid formuleringen av hypoteser har vi dels utgått från teorin, som presenterats i föregående teorikapitel, och dels från tidigare statistiska undersökningar inom området. Dessa består av 17 statistiska undersökningar, som har sammanställts av Storey<sup>107</sup>, samt en sammanställning genomförd av Cooper & Gimeno<sup>108</sup>, vilken innefattar 24 undersökningar. Alla i respektive sammanställning har inte behandlat de faktorer som tas upp i hypoteserna, varvid antalet undersökningar som det refereras till vid varje hypotes varierar.

Ovan nämnda undersökningar har genomförts i Storbritannien och USA och karaktäriseras av att de har studerat ett antal olika branscher under olika tidsperioder och med ett varierande antal urvalsföretag. Undersökningarna har mätt tillväxt på olika sätt. Dock har merparten använt antalet individer i absoluta tal som tillväxtmått. På grund av ovanstående skillnader, kan generaliserbarheten av dessa resultat ifrågasättas och därmed inte betraktas som helt självklara för vår målpopulation.

Alla hypoteser operationaliseras för att få en övergång mellan teoretiska utgångspunkter och egna resonemang till empirin. Hur detta genomförts för varje hypotes presenteras i anslutning till dessa. Varje operationaliserad hypotes resulterar i en mätbar orsaksvariabel som sedan jämförs med den beroende variabeln tillväxt<sup>109</sup>. Detta leder in på problematiken kring hur denna beroende variabel mäts eller statistiskt uttryckt operationaliseras, då detta har en klar inverkan på undersökningens validitet.

### 6.1 Hur mäts tillväxt?

Tillväxt är en process som måste studeras över ett längre tidsintervall<sup>110</sup>. Merparten av studierna är survey-baserade, då det vanligen är data berörande många olika faktorer från olika fall som studeras och jämförs. Vad som är viktigt att ta i beaktande i insamlandet av data är att de förklarande orsaksvariablerna måste antas vara oberoende av förändringar under den tid som tillväxten studeras, för att studien ska kunna ge ett giltigt bidrag.

---

<sup>107</sup> Barkham 1992, Woo et. al. 1989, Kinsella et. al. 1993, Johnson 1991, Storey, Watson & Wynczyk 1989, Jones 1991, Macrae 1991, Wynczyk et al. 1993, Storey 1982, Storey 1994, Dunkelberg, Cooper, Woo & Dennis 1987, Dunkelberg & Cooper 1982, Kalleberg & Leicht 1991, Solem & Steiner 1989, Reynolds & Miller 1988, Westhead & Birley 1993, Reynolds 1993

<sup>108</sup> Bailey 1986, Begley & Boyd 1985, Begley & Boyd 1987, Brockhaus 1980, Crag & King 1988, Chambers, Hart & Denison 1988, Cooper & Bruno 1977, Cooper, Dunkelberg & Woo 1988, Denison & Alexander 1986, Doutraux & Simyar 1987, Dubini & Macmillan 1988, Duchesneau & Gartner 1988, Eisenhardt & Schoonhoven 1989, Hay & Ross 1989, Hoad & Rosko 1964, Mayer & Goldstein 1961, Neiswander & Drollinger 1986, Roberts 1972, Sandberg & Hofer 1987, Sexton & Robertson 1989, Smith, Bracker & Miner 1987, Stuart & Abetti 1988, Teach, Tarpley & Schwarz 1986, van de Ven, Hudson & Schroeder 1984

<sup>109</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997

<sup>110</sup> Davidsson, P & Wiklund, J, *Conceptual and Empirical Challenges in the Study of Firm Growth*, 2000



Enligt Hoy et al.<sup>111</sup> är omsättningen det mest förekommande måttet på tillväxt. Omsättningen kan mätas på ett enkelt sätt och reflekterar både över kort- och långsiktiga förändringar inom företaget. Vidare hävdar dessa författare att det är just försäljningstillväxten som är den vanligaste indikatorn på goda prestationer bland entreprenörerna själva.

Även intresset för tillväxt i antalet anställda har under senare tid ökat, främst inom stat och kommun, vilket har lett till att det har blivit ett allt vanligare mått även inom den akademiska forskningen. Mäts tillväxt i form av antalet anställda gynnas dock personalintensiva branscher jämfört med om ett omsättningsbaserat mått används. I en rationaliseringsprocess kan antalet anställda också ersättas med måttet kapitalinvesteringar. Företagets tillgångar kan därmed ses som en annan viktig aspekt av tillväxt. Att mäta tillväxt i form av tillgångar kan dock ses som aningen problematiskt, speciellt inom servicesektorn. Abstrakta tillgångar, som exempelvis kunskap, tenderar att växa i samband med att företaget gör det och det är ju inget som noteras i balansräkningen.

Valet av det mest lämpliga måttet på tillväxt, påverkas inte bara av den empiriska studiens utformning, utan även av vilket teoretiskt perspektiv av tillväxt som studien utgår ifrån. Antalet anställda utgör vanligen inget mål i ett tillväxthänseende, vilket gör att måttet därför oftast ses som ett andrahandsalternativ i sammanhanget. Däremot har studier visat att det råder en stark korrelation mellan omsättning och antalet anställda, vilket är ett argument som har lett till att allt fler studier, använder antalet anställda som tillväxtmått<sup>112</sup>.

Ett annat diskussionsämne är om tillväxt bör mätas i absoluta eller relativa tal. Som ett absolut tillväxtmått används oftast antalet anställda, vilket gör att stora företag tillsynes tycks växa mer. Ett relativt mått, som alltså är baserat på procentuell omsättningsökning ger å andra sidan en skev bild av att små företag växer mer, då det är lättare att uppnå en hög procentuell tillväxt från en liten bas. Det finns således inget perfekt mått som kan hantera tillväxtfrågan på ett neutralt sätt<sup>113</sup>.

### 6.1.1 Operationalisering av tillväxt

I föreliggande uppsats behandlas tillväxt som ett fenomen som har sin början i introduktionsfasen samt vid ingången till tillväxtfasen. Denna tidsperiod har vi valt att definiera som tre år, då vi anser det vara ett rimligt antagande att tillväxtföretag tre år efter grundandet är på god väg att träda in i tillväxtfasen. Tre år har även visat sig vara ett bra tidsperspektiv vid Dagens Industris studier av snabbväxande företag<sup>114</sup>.

I uppsatsen mäts tillväxt i antalet anställda, då valet av bransch medför stora svårigheter vid användandet av omsättningsmättet de tre första åren. Främsta anledningen är att IT-företag de första åren ger en snedviden bild av omsättningens storlek. En ny idé tar tid att etablera, vilket ger en trög omsättningsökning som följd. Den första tiden efter etableringen finansierar de flesta därför sin verksamhet med riskkapital. Antalet anställda såg vi således som ett bättre och mer neutralt alternativ att använda. Argumentet stärks även av att de flesta tidigare undersökningar som vi utgår från och använder som jämförelseobjekt, har använt antalet anställda som tillväxtmått.

<sup>111</sup> Davidsson, P & Wiklund, J, *Conceptual and Empirical challenges in the study of firm Growth*, 2000

<sup>112</sup> Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

<sup>113</sup> Davidsson, P, Delmar, F & Wiklund, J, *Tillväxtföretagen i Sverige*, 2001

<sup>114</sup> Olson, B, *Dagens Industri*, 15 okt, 2002

Vidare använder vi oss av absoluta tillväxtnått, eftersom detta är vanligast när antalet anställda används som mått. Då flera företag endast har en anställd första året skulle en relativ mätning ge oproportionellt stor tillväxt för dessa små företag.

Operationaliseringen av tillväxt innebar således att vi mätte antalet helårsanställda under det första året i företagets historia samt antalet helårsanställda det tredje året. Skillnaden mellan dessa antal har sedan operationellt definierats som företagets tillväxt. Variablerna från de hypoteser som senare i detta kapitel kommer att härledas har sedan alla undersökts statistiskt för att utröna om dessa har betydelse för tillväxten i företag i den valda branschen.

## 6.2 Tillväxt och antalet grundare

Enligt studier utförda av Cooper & Gimeno, presterar företag som grundas av team bättre i tillväxtavseende än de som grundas av en ensam entreprenör. Studiernas slutsatser blev således att ju större och mer varierande humankapital som grundarteamet bidrog med till det nystartade företaget, desto troligare är det att förmoda tillväxt. Dessa slutsatser stöds också av de implikationer som gjordes i föregående kapitel angående varför team bör prioriteras före enskilda individer. Att starta ett företag med flera personer leder vidare till att tilltron till företaget blir större från investerare och kunder samt att motivationen och tilltron till företaget oftast ökar bland grundarna<sup>115</sup>. Det borde därför också vara lättare att starta ett företag tillsammans med en grupp av individer då man på detta sätt sprider riskerna och minskar beroendet av ett fåtal individer. Dessutom kan resultatet förväntas bli bättre då det omfattande etableringsarbetet delas upp på flera personer (se *kapitel 5 - Team*). Vi ställer därför upp följande huvudtes från vilken vi kommer att härleda mer detaljerade hypoteser:

**Tes A:      Antalet grundare påverkar tillväxten**

Många av undersökningarna kring samspelet mellan grundarteamets storlek och företagets prestationer och tillväxt har genomförts på högteknologiska företag då det, vilket omnämns i tidigare kapitel, vanligast är dessa företag som grundas av team<sup>116</sup>. Enligt Cooper and Gimeno<sup>117</sup>, som gjorde en sammanställning av tidigare utförda studier, visade fyra av fem studier att företag som startades upp av team presterade bättre i tillväxtavseenden än de som grundades av en ensam entreprenör.

Cooper & Gimeno omnämner fem studier där fyra visar att företag som grundats av ett team har bättre tillväxt, det vill säga det finns ett positivt samband mellan variablerna, medan den sista studien inte gav något säkert samband. Storey<sup>118</sup> omnämner sju olika studier varav fem visar ett positivt samband, men där resultaten inte var helt konsekventa. Eisenhardt och Schoonhoven<sup>119</sup> hävdar vidare att team är ett måste för stora företagsetableringar, då de oftast bidrar med stora och komplexa förutsättningar. Följaktligen är det troligt att anta att företag som grundas av team har bättre tillväxt än företag som grundas av enskilda individer, vilket leder oss till följande hypotes:

<sup>115</sup> Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

<sup>116</sup> Cooper, A.C & Gimeno, G, *Entrepreneurs, Processes of Founding and New-Firm Performance*, 1992

<sup>117</sup> Ibid

<sup>118</sup> Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

<sup>119</sup> Birley, S & Stockley, S, *Entrepreneurial Teams and Venture Growth*, 2000

**Hypotes 1a: Företag med flera grundare har bättre tillväxt än företag med en grundare**

En del undersökningar har också gjorts kring samspelet mellan grundarteamets storlek och företagets prestationer och tillväxt, där mönstret tycks vara att stora team presterar bättre än små. Eisenhardt och Schoonhoven<sup>120</sup> noterar exempelvis att stora team bidrar med en större specialiseringsbredd vid beslutsfattanden. Dessutom förväntas det bli ett bättre resultat då det omfattande etableringsarbetet delas upp på flera personer. Stora team innebär emellertid också en större variation och komplexitet kring uppbyggandet av relationer, vilket kan leda till konflikter och har därmed en negativ inverkan på prestationer. Vad är då den optimala storleken på ett entreprenöriellt team och vad definieras som stora team? Svaret på frågan är naturligtvis varierande beroende på företagets och entreprenörernas karaktär, vilket således gör frågan svår att undersöka och jämföra<sup>121</sup>. Dock mynnar resonemanget ut i en hypotes som lyder:

**Hypotes 1b: Ju fler grundare ett företag har desto bättre är tillväxten**

De två ovanstående hypoteserna har båda operationaliserats på samma sätt, det vill säga genom att fråga företagen hur många personer som var med och grundade företaget. Mätvariabeln är med andra ord antalet grundare.

I den första hypotesen, 1a, har två eller fler grundare definierats som team vilka sedan, i den statistiska undersökningen, jämförts med gruppen av ensamma grundare. Den andra hypotesen, 1b, har i den statistiska undersökningen istället testat om det finns ett linjärt samband mellan antalet grundare och tillväxt.

De två hypoteserna ovan kan tyckas vara snarlika varandra och det är möjligt att föra ett resonemang kring att det räcker att testa endast en av dem. Dock kan det vara så att ett av dessa samband är starkare än det andra, vilket gör det meningsfullt att testa båda.

## 6.3 Tillväxt och grundarnas ålder

En intressant fråga i sammanhanget är om det finns något samband mellan åldern och tillväxten i ett företag. Finns det någon optimal tidpunkt i livet att starta företag? Att starta ett företag är en krävande insats, vilket ställer krav på rätt inställning och förmågor.

Oftast är unga människor mer öppna för nya idéer, vilket kan tänkas leda till att de har större chans att komma fram till nya produkter och lösningar. Detta är speciellt viktigt i en ung bransch som IT-branschen. Dessutom är det troligare att yngre individer har energin och motivationen att arbeta så mycket som krävs för att lyckas.

Däremot kan äldre personer antas få mer tilltro från marknaden än unga och därmed löpa mindre risk att tillväxten begränsas av tillgången på finansiella medel. Dessutom har äldre

<sup>120</sup> Birley, S & Stockley, S, *Entrepreneurial Teams and Venture Growth*, 2000

<sup>121</sup> Cooper, A.C & Daily, C.M, *Entrepreneurial Teams*, 1997

personer mer erfarenhet, vilket borde ha positiv effekt på tillväxten. De har ofta även ett bra kontaktnätverk som kan utnyttjas.

Resonemangen ovan leder oss till följande grundtes:

**Tes B: Åldern hos grundarna påverkar tillväxten**

Ålderns betydelse för tillväxt och överlevnad har undersökts i flera tidigare undersökningar men resultaten är inte entydiga. I Storeys sammanfattning har 11 undersökningar inkluderat ålder och tre av dessa har visat att äldre entreprenörer har bättre tillväxt medan två har visat på det omvända sambandet. De övriga sex har inte påvisat något samband alls.

Även Cooper & Gimeno nämner nio olika studier på området varav en även omnämns av Storey. Bland de övriga åtta har två hittat ett negativt samband mellan ålder och tillväxt, medan tre undersökningar istället har studerat överlevnad och vinst och kommit fram till att det finns ett positivt samband mellan dessa variabler och åldern. De övriga tre undersökningarna visade inga samband.

### 6.3.1 Ålder

Det kan vara möjligt att det finns en optimal ålder då grundarna fortfarande är energiska och dessutom har fått tillräckligt med erfarenhet och tilltro från marknaden. Matematiskt kan det modelleras med en andragradsterm, som leder till att det uppstår ett maximum vid en viss ålder. I Storeys sammanfattning har nio undersökningar testat ett kvadratisk samband mellan ålder och tillväxt. Tre exempel visar att det finns ett negativt samband mellan kvadrattermen på åldern och tillväxten. De övriga sex undersökningarna har inte funnit något samband. I undersökningarna, som Cooper & Gimeno nämner, har inte någon form av icke-linjära samband studerats. Det finns argument och resultat som visar att någon form av samband existerar mellan ålder och tillväxt, men då undersökningarna inte är entydiga väljer vi att undersöka följande hypoteser:

**Hypotes 2a: Det finns ett samband mellan grundarnas ålder och företagets tillväxt**

Den praktiska operationaliseringen av hypotes 2a har gjorts genom att fråga vilken ålder grundarna hade när de grundade företaget. Därefter har det i den statistiska undersökningen undersökts om det finns några linjära samband mellan mätvariabeln ålder hos grundarna och tillväxt.

### 6.3.2 Åldersvariation

En troligtvis effektiv kombination av energi och nytänkande samt erfarenhet, kontaktnät och trovärdighet, är att grunda företaget med ett team som består av individer från olika åldersgrupper. Detta ger en dimension av heterogenitet, vilket tidigare har beskrivits påverka tillväxten positivt. Detta leder oss till hypotesen:

**Hypotes 2b: Företag där grundarna har stor variation i ålder har bättre tillväxt än övriga företag**

Denna hypotes har, precis som hypotes 2a, operationaliserats genom att fråga vilken ålder grundarna hade vid grundartillfället. Vidare har det i den statistiska undersökningen undersökts om det finns ett samband mellan variansen hos mätvariabeln och tillväxten.

## 6.4 Tillväxt och utbildning

Utbildning är något som vanligtvis till stor grad påverkar hur lyckosam en person är i arbetslivet. Utbildning ger en bas för intellektuell fortbildning som entreprenören behöver för att kunna etablera och lyckas med sitt företag. Utbildning ger främst individen en grundläggande bas av kunskap som kan utnyttjas i olika sammanhang. Utbildning ger därmed individen en möjlighet att verka inom fler och mer specialiserade områden. Utbildningen kan även bidra till större självförtroende vid kontakter med investerare och kunder. Det är därmed sannolikt att det finns ett samband mellan hur bra entreprenörer lyckas med sina nystartade företag och den utbildning de besitter.

Det är också troligt att individer med högre utbildning har högre krav på lönsamhet och framgång än andra, eftersom de har en större alternativkostnad att arbeta för sitt eget företag. De välutbildade individerna anses ha stora möjligheter att få ett välbetalt jobb inom andra företag, vilket sätter deras nystartade företag under press. Detta borde innebära att välutbildade personer endast väljer att starta eget då de har en hög potential till att nå framgång och höga vinster. Då vinster är relaterade till storlek borde det vidare innebära att företagen har större potential att växa, vilket borde ge ett samband mellan tillväxt och grundarnas utbildning.

Samtidigt bör det hållas i åtanke att målmedvetenhet, engagemang och risktagande är egenskaper som vanligtvis inte lärs ut via formell utbildning. Inte många utbildningar inom entreprenörskap bedrivs idag vid universitet och högskolor, vilket gör det relevant att ifrågasätta om det verkligen går att utbilda individer till att bli entreprenörer. De entreprenörsutbildningar som existerar är vidare svåra att bedriva, vilket följaktligen gör att effekterna av dem är svåra att mäta. Erfarenheterna säger dock att uppfattningarna av en sådan utbildning är subjektiva och att det har visat sig vara svårt att genom utbildning stimulera individer att starta eget<sup>122</sup>.

Å andra sidan är det inte nödvändigt att en hög utbildning leder till ett genererande av unika idéer. De mest lyckosamma idéerna är ofta mycket enkla, kräver ingen hög akademisk utbildning för att komma fram till och är förhållandevis standardiserade. Detta resonemang kan dock anses vara mindre säkert då vi relaterar till grundare av högteknologiska företag, då det här behövs en bra ämnesgrund för att kunna åstadkomma unika innovationer (se *kapitel 4 - Entreprenören*). Vår tredje grundtes lyder således i analogi med resonemanget:

**Tes C: Grundarteamets utbildning påverkar tillväxten**

<sup>122</sup> Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

### 6.4.1 Utbildningens längd

Utbildning är en av de variabler som har studerats mest som en påverkande faktor till tillväxt. Storey nämner sju studier om utbildningens påverkan på tillväxten. Bland dessa visar åtta ett positivt samband mellan utbildningsnivå och tillväxt medan de övriga nio inte finner något statistiskt säkert samband. Värt att notera är dock att måttet på utbildningsnivå skiljer sig starkt mellan studierna.

I sju studier undersökta av Cooper & Gimeno finner tio ett positivt samband mellan utbildning och tillväxt medan sex inte visade något signifikant samband alls. Generellt är det därför möjligt att anta att det råder ett relativt tydligt samband mellan utbildning och tillväxt. Utbildningsklassificeringen varierar dock starkt mellan branscher och även mellan länder vilket gör att resultaten därför inte alltid är jämförbara. I vissa studier har endast skillnad mellan de som har högre utbildning och de som inte har det mätts, vilket inte är relevant för IT-företag där det stora flertalet har högre utbildning. För att studera om det finns något samband mellan tillväxt och utbildning, har vi bland annat valt att utveckla följande hypotes:

**Hypotes 3: Ju längre utbildning grundarna har desto bättre tillväxt har företaget**

Hypotesen har operationaliserats genom att vi har frågat vilken utbildning grundarna hade vid grundandet av företaget. För att få jämförbara svar användes en fast klassificering. Då utbildningsnivån är hög inom IT-sektorn konstruerade vi klasserna utifrån olika typer av högskoleutbildning med en kategori för övrig utbildning. De fem olika alternativen var: Doktorsexamen, licentiatexamen, magisterexamen, minst tre års högskolestudier och annan utbildning. Vidare har hypotesens mätvariabel utbildning prövats i den statistiska undersökningen genom att testa om det finns samband mellan grundarnas utbildning och tillväxt.

### 6.4.2 Utbildningens heterogenitet

En viktig dimension av olikheter är inom vilket ämnesområde grundarna har genomgått sin utbildning. Olika utbildningar gör att individerna påverkas subjektivt inom ramarna för ämnesområdet. Naturvetenskapliga och samhällsvetenskapliga ämnen innebär exempelvis olika sätt att tänka, se på situationer och behandla olika problem. Detta kan ge upphov till olika idéer och synsätt om hur olika uppgifter bör lösas. Ett heterogent team i detta avseende borde därför öka chanserna för en framgångsrik etablering och tillväxt. Nästa hypotes lyder således:

**Hypotes 4: Företag där grundarna tillsammans har utbildning från mer än ett ämnesområde har bättre tillväxt än företag där alla grundarna har utbildning från samma ämnesområde.**

För att främst studera de grundläggande skillnaderna i tankesätt som utbildningarna ger upphov till har stora ämnesområden valts vid operationaliseringen av denna hypotes. Då ekonomisk utbildning har speciell anknytning till företagsamhet har det valts som en enskild kategori, medan vi i övriga fall utnyttjat de tre stora generella ämnesområdena samhällsvetenskap, teknik/naturvetenskap och humaniora. Detta ledde fram till

klassindelningen: ekonomi, annan samhällsvetenskap, teknik/naturvetenskap och humaniora. Dessa klasser har sedan använts för att se om det finns något samband mellan dessa och tillväxten hos företaget.

## 6.5 Tillväxt och tidigare erfarenheter

Även tidigare erfarenheter från arbetslivet anses vara en viktig aspekt att ta hänsyn till för att kunna förutspå framgång och tillväxt efter företagsetablerandet. De som har erfarenhet av att starta upp företag borde vara bekant med situationen, och risken att göra misstag blir därför mindre. Cooper et al.<sup>123</sup> konstaterar dock att det inte är mängden erfarenheter som är det viktigaste utan vilken typ av erfarenhet man besitter. Vi ställer därför upp följande grundtes:

**Tes D: Grundarteamets tidigare erfarenhet påverkar tillväxten**

### 6.5.1 Arbetslivserfarenhet

Den mest grundläggande erfarenheten som är relevant för en grundare är om denne har tidigare arbetslivserfarenhet eller inte. Det finns många grundläggande kunskaper om hur ett företag fungerar som är nödvändiga för att kunna starta upp ett företag och som endast kan erhållas genom egna erfarenheter. Det är oftast stor skillnad mellan den kunskap som erhålls genom utbildning och den som erhålls genom att ha arbetat inom ett företag. Därför verkar det rimligt att företag som har grundats av personer som har tidigare arbetslivserfarenhet växer mer än övriga företag. Det kan å andra sidan vara så att de som startar företag direkt efter att ha slutfört sin utbildning är mer motiverade, innovativa och riskbenägna.

Det finns ett antal studier som har kontrollerat hur tidigare arbetslivserfarenhet påverkar nystartade företag<sup>124</sup>. De har dock alla studerat olika samband och inte eventuella skillnader mellan grundare som har arbetslivserfarenhet och de som inte har det. Sammanfattningsvis verkar det dock troligt att arbetslivserfarenhet har positiv inverkan på tillväxten varför vi sätter upp två hypoteser som belyser frågeställningen på två olika sätt:

**Hypotes 5a: Företag där någon av grundarna har arbetslivserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har arbetslivserfarenhet.**

**Hypotes 5b: Företag där en majoritet av grundarna har arbetslivserfarenhet har bättre tillväxt än övriga företag.**

Med den första hypotesen antyder vi att det räcker med att en i grundarteamet har arbetslivserfarenhet för att det ska ge den positiva effekten på företaget medan den senare menar att det är den sammanlagda erfarenheten som är viktig. De flesta personer har någon erfarenhet från sommarjobb eller dylikt, vilket inte borde vara tillräckligt för att få en

<sup>123</sup> Birley, S & Stockley, S, *Entrepreneurial Teams and Venture Growth*, 2000

<sup>124</sup> Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

erfarenhet som är relevant. För att inte få med denna kategori har vi valt att operationalisera arbetslivserfarenhet som minst 2 år, vilket alltså är mätvariabeln till denna hypotes. De båda grupperna med företag där grundarna hade minst en med tidigare arbetserfarenhet, respektive företag där grundarna hade en majoritet av grundare med arbetslivserfarenhet har sedan testats statistiskt för att ta reda på om dessa egenskaper hos grundarteamet påverkar tillväxten.

### 6.5.2 Branscherfarenhet

Det är ofta vanligt att entreprenörer startar företag inom samma område som de arbetat med tidigare<sup>125</sup>. Erfarenheten från samma bransch borde därför vara mer relevant än arbetslivserfarenhet i största allmänhet. Med tidigare erfarenhet inom branschen har man byggt upp den expertis och erfarenhet inom området som behövs. En entreprenör med tidigare erfarenhet inom branschen, vet hur den fungerar och känner till dess normer. Det är även sannolikt att det redan finns ett utbrett etablerat kontaktnätverk och ett väl uppbyggt rykte som hjälper för att knyta till sig kunder, leverantörer och investerare.

Motsatt finns argumentet, att det endast är den som kommer utifrån, som kan bryta de normer som finns inom branschen och komma på något verkligt nytt som inte redan existerar på marknaden. Det kan då vara minst lika viktigt med den kunskapen som man kan överföra från en annan bransch, som den som man besitter från samma bransch.

Cooper & Gimeno nämner sju studier på området varav tre visar på att det finns ett samband mellan tidigare erfarenhet inom branschen och bättre tillväxt, medan de andra fyra inte ger något klart samband. I de nio studier som Storey presenterar, visar fem inget samband medan tre visar ett negativt samband och en studie visar ett positivt samband. I de fyra senare finns det dock ett definitionsproblem då undersökningarna både frågade om grundarna haft någon tidigare erfarenhet från branschen och hur lång erfarenheten var.

Från tidigare studier är det svårt att dra någon tydlig slutsats om hur tidigare branscherfarenhet påverkar tillväxten. Förhållandena kan också vara något annorlunda för högteknologiska företag, då det är mer komplexa produkter som kräver mer erfarenhet inom området.

Resonemanget leder oss slutligen fram till följande hypotes:

**Hypotes 6: Företag där någon av grundarna har erfarenhet från företag i samma bransch har tillväxt som avviker från andra företag.**

Denna hypotes har operationaliserats på liknande sätt som frågan om arbetslivserfarenhet, genom att vi har frågat om grundarna hade minst två års arbetslivserfarenhet inom samma bransch. Mätvariabeln är alltså grundare med arbetslivserfarenhet inom samma bransch. Gruppen av företag där någon grundare hade erfarenhet av branschen har sedan prövats statistiskt mot de företag där ingen grundare har denna erfarenhet för att ta reda på om variabeln påverkar tillväxt hos företag.

<sup>125</sup> Cooper, A.C & Daily, C.M, *Entrepreneurial Teams*, 1997



### 6.5.3 Företagsgrundarerfarenhet

Vi har tidigare nämnt att erfarenheter inom liknande områden borde ha inverkan på företagets tillväxt. Ytterligare en aspekt inom detta område, är om entreprenören har erfarenheter från att ha grundat ett företag tidigare. Detta torde nämligen bidra med erfarenheter, som innebär större möjligheter att lyckas.

Det finns dock argument som kan hävda motsatsen. De som tidigare har startat upp ett företag, och som väljer att göra det igen, är oftast de som redan har misslyckats en gång. Sannolikheten är därmed stor att de misslyckas igen<sup>126</sup>. Ett vanligt exempel är pizzerian, som uppstår på nytt med samma innehavare efter att redan ha gått i konkurs en gång, för att sedan går i konkurs igen ett år senare.

Inom högteknologiska sektorn tillhör det dock ej vanligheterna att företag startas upp på nytt med exakt samma verksamhet, då det är svårt att erhålla trovärdighet och riskkapital en andra gång. Den så kallade *pizzeriaeffekten*, är inom denna bransch därmed inte speciellt vanlig. Istället är den så kallade *superentreprenören*, som har startat upp flera företag utan att de tidigare har gått i konkurs, ett vanligare förekommande fenomen<sup>127</sup>. Dessa har specialiserat sig på att starta företag och borde därmed ha större möjlighet att lyckas. Det finns flera exempel på dylika superentreprenörer, till exempel. den på IDEON verkande Christer Fåhrens.

Tidigare studier visar inte på något klart samband inom detta område. Sex studier som Storey omnämner, visar inte några klara samband. Bland de sex studier som Cooper & Gimeno tar upp, visar två ett positivt samband, två ett negativt samband och två finner ingen relation. Vi finner likväl att resonemanget ovan är värt att testa, framför allt med hänsyn till den bransch som vår valda målgrupp tillhör. Vår nästa hypotes lyder således:

**Hypotes 7: Företag där någon av grundarna har tidigare erfarenhet av att starta upp ett företag har bättre tillväxt än övriga företag.**

Hypotesen har operationaliserats genom att fråga hur många av grundarna som hade tidigare erfarenhet av att starta upp ett företag. Operationaliseringen utmynnade således i mätvariabeln företagsgrundarerfarenhet. Liksom med tidigare hypoteser har denna grupp jämförts med gruppen som inte hade tidigare företagsgrundarerfarenhet för att se om företagsgrundarerfarenhet har betydelse för tillväxten.

### 6.5.4 Chefserfarenhet

Entreprenörens främsta jobb i egenskap av grundare, är att leda sin idé samt medarbetar till en företagsetablering. Därmed borde tidigare chefserfarenheter hos grundarna inverka positivt på företags tillväxt. Dessutom har chefer oftast högre lön, vilket på samma sätt som för högre utbildning betyder att alternativkostnaden för att arbeta för det nystartade företaget är större.

<sup>126</sup> Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, 1994

<sup>127</sup> Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, 2000

Fyra av sju undersökningar genomförda av Cooper & Gimeno visar att tidigare chefserfarenhet hos grundarna inverkar positivt på det nystartade företaget. De övriga tre finner inget tydligt samband.

Storey tar upp tio undersökningar, varav några skiljer sig från Cooper & Gimeno. Av dessa ger fyra belägg för påståendet att tidigare chefserfarenhet hos entreprenören har positiv inverkan på tillväxt, medan de övriga sex inte visar något samband alls.

Sammanfattningsvis torde alltså tidigare chefserfarenhet inverka positivt på tillväxten, vilket vi ämnar undersöka genom följande hypotes:

**Hypotes 8: Företag där någon av grundarna har tidigare chefserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har tidigare chefserfarenheter.**

Denna hypotes har i likhet med tidigare hypoteser operationaliserats genom att ställa frågan hur många av grundarna som hade tidigare erfarenhet av att ha varit chef vid introduktionen av företaget, vilket således använts som mätvariabel. Denna grupp har sedan statistiskt jämförts med de övriga företagen i undersökningen för att hitta ett eventuellt positivt samband mellan variabeln chefserfarenhet och tillväxt.

## 6.6 Sammanfattning av hypoteser

	<b>Hypotes</b>	<b>Variabel</b>
1a	Företag med flera grundare har bättre tillväxt än företag med en grundare	Antal grundare
1b	Ju fler grundare ett företag har desto bättre är tillväxten	Antal grundare
2a	Det finns ett samband mellan grundarnas ålder och företagets tillväxt	Grundarnas ålder
2b	Företag där grundarna har stor variation i ålder har bättre tillväxt än övriga företag	Åldersvarians
3	Ju längre utbildning grundarna har desto bättre tillväxt har företaget	Utbildning
4	Företag där grundarna tillsammans har utbildning från mer än ett ämnesområde har bättre tillväxt än företag där alla grundarna har utbildning från samma ämnesområde.	Ämnesområde för utbildning
5a	Företag där någon av grundarna har arbetslivserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har arbetslivserfarenhet.	Arbetslivserfarenhet
5b	Företag där en majoritet av grundarna har arbetslivserfarenhet har bättre tillväxt än övriga företag.	Arbetslivserfarenhet
6	Företag där någon av grundarna har erfarenhet från företag i samma bransch har tillväxt som avviker från andra företag.	Branscherfarenhet
7	Företag där någon av grundarna har tidigare erfarenhet av att starta upp ett företag har bättre tillväxt än övriga företag.	Grundarerfarenhet
8	Företag där någon av grundarna har tidigare chefserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har tidigare chefserfarenheter.	Chefserfarenhet

Tabell 6.1 – Sammanställning av hypoteser

## 7 Statistisk metod och tillvägagångssätt

---

*Det här avsnittet behandlar det praktiska tillvägagångssättet för hur data har samlats in för att testa de uppställda teserna och hypoteserna. Kapitlet behandlar vidare vilka problem och svårigheter som uppkommer vid en statistisk undersökning.*

---

### 7.1 Val av undersökningsobjekt

Då syftet med denna uppsats är att studera hur entreprenörens egenskaper påverkar företagets tillväxt i introduktionsfasen, innebär det att grundarna betraktas som uppsatsens undersökningsobjekt. Detta medförde en del problem i distributionen av enkäten. Det var exempelvis i en större undersökning som den här, svårt att på ett systematiskt sätt genom användande av sekundärdata, ta reda på vilka de grundande personerna var i varje företag. Att kontakta varje företag i urvalet ansågs vidare som alltför tidskrävande, vilket medförde att enkäten skickades ut till den e-postadress som angavs som kontaktadress på respektive företags hemsida. I introduktionsbrevet som bifogades med enkäten ombads den som tog emot brevet att vidarebefordra enkäten till någon som antingen var med och grundade företaget eller hade tillräcklig kännedom om grundarna för att kunna svara på enkäten.

### 7.2 Målpopulation

Målpopulationen i uppsatsen är företag inom IT-branschen. Genom att koncentrera sin studie kring en specifik bransch är det möjligt att anta att bakgrundsvariablerna, det vill säga variablerna som inte direkt är delaktiga i de uppställda hypoteserna, men som ändå kan påverka det statistiska resultatet, exempelvis marknadsförutsättningar, strategival och ägandeform, är relativt lika mellan företagen. Detta gör att de i ett stort statistiskt underlag med stor sannolikhet kommer att ha en mindre påverkan på resultaten. Det blir därmed också lättare att dra generaliserbara slutsatser. Det kan även nämnas att det i det här fallet är nödvändigt att göra på detta sätt eftersom många av bakgrundsvariablerna är svåra att mäta genom en enkätundersökning.

Målpopulationen är begränsad till att innefatta endast små tillväxtföretag i Sverige och den delen av Danmark som ingår i Öresundsregionen, det vill säga Storköpenhamn. Därmed är små företag som inte har för avsikt att växa uteslutna från undersökningen. Den slutligt utvalda målpopulationen är således små, växtbenägna IT-företag i Sverige och Danmark. Ur denna stora population gjordes sedan ett klusterurval<sup>128</sup>, vilket innebär att vissa grupper valdes ut för att representera målpopulationen.

### 7.3 Rampopulation

Eftersom fokuset i uppsatsen ligger på grundarna är det viktigt att företaget inte grundades för alltför lång tid sedan. Är företaget idag gammalt eller ingår i en stor koncern minskar möjligheten att få tag på någon som har kännedom om etableringen av företaget. Klustren som valdes ut blev organisationerna IT-Öresund, Ideon Science Park i Lund, Mjärdevi Science Park i Linköping, Kista Science Park i Stockholm samt Aurorum Science Park i

---

<sup>128</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997

Luleå. Anledningen till att dessa kluster valdes ut för att representera målgruppen nystartade IT-företag var dels för att de innefattade många yngre företag och dels för att organisationernas hemsidor erbjöd register över sina medlemsföretag, varifrån varje enskilt företags hemsida kunde hittas. Detta gjorde det praktiska arbetet med att hitta e-postadresser till undersökningsobjekten enklare.

De utvalda klustren bildar undersökningens rampopulation<sup>129</sup>, vilken bör överensstämma med målpopulationen (se *kapitel 7.8 - Statistiska felkällor*). Rampopulationen, bestod dock inledningsvis av fler typer av företag än de som önskades studeras. Därför valdes de företag bort som inte ansågs passa in i målpopulationen. Företag som inte ingick IT-branschen samt klassificerades som för stora, valdes därmed bort. Rampopulationen begränsades ytterligare till att endast innefatta företag som startades 1980 och framåt för att undvika risken att inte få svar på den eftersökta informationen om företagets grundande samt för att de undersökta företagens yttre förhållanden vid grundandet av företagen skulle vara relativt lika. Dock har dessa förhållanden troligtvis ändrats något under denna tidsperiod, men eftersom det är av vikt att få ett stort statistiskt underlag kunde tidsperioden inte göras för snäv. Vidare valdes att endast behandla företag som startades upp enskilt, det vill säga koncerners avknoppningsföretag valdes bort. Dessutom uteslöts företag som växt oorganiskt, det vill säga genom uppköp eller fusion, då dessa inte ansågs ha någon koppling till entreprenörskapets påverkan på tillväxten.

Hur många företag som valdes bort hos IT-Öresund respektive Företagsparkerna Ideon, Kista, Linköping och Luleå visas i tabell 7.1 nedan.

	<i>IT-Öresund - svenska</i>	<i>IT-Öresund - danska</i>	<i>Företagsparkerna</i>	<i>Totalt</i>
Totalt	205	221	692	1118
Ej i målgrupp	-66	-71	-505	-642
Rampopulation	139	150	187	476

**Tabell 7.1 – Identifiering av rampopulation enligt uppsatta kriterier.**

Ur tabellen kan noteras att en stor del av företagsparkernas företag inte ingick i målgrupp, framförallt av anledningen att dessa inte klassades som IT-företag. Den ur klustren utvalda rampopulationen blev till slut 476 företag, där alla förmodas ligga i målgruppen. Det troligaste är dock att en del företag som inte ingår i målgruppen trots allt finns med, vilket brukar benämnas som övertäckning (se *kapitel 7.7.1 - Ramfel*).

## 7.4 Urval

En viktig fråga att ta ställning till när det handlar om en statistisk undersökning är hur många företag som måste undersökas för att resultaten ska bli statistiskt säkerställda. Givetvis bör så många objekt som möjligt vara med i undersökning, helst hela populationen. Då det dock ansågs vara en svår uppgift att undersöka alla IT-företags etableringar i den givna målgruppen gjordes som tidigare nämnts ett klusterurval. Den totala målpopulationens storlek är således okänd.

Vid de statistiska undersökningarna valdes signifikansnivån 0,05, det vill säga enstjärnig signifikans. Denna signifikansnivå är den mest förekommande vid den här typen av

<sup>129</sup> Dahmström, H, *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, 2000

undersökningar och motsvarar alltså ett konfidensintervall på 95 %, det vill säga det är med 95 % sannolikhet möjligt att säga att erhållna resultat är statistiskt riktiga.<sup>130</sup>

Urvalets storlek har betydelse för vilka slutsatser som kan dras från det statistiska materialet. I en undersökning som denna, där mätvariabeln tillväxt är kontinuerlig går det inte att räkna ut en minsta urvalsstorlek, eftersom en sådan uträkning bygger på att man kan uppskatta skillnaden i medeltillväxt mellan de grupper som testas statistiskt. Detta är mer eller mindre omöjligt att seriöst uppskatta på förhand eftersom det bygger på vilken noggrannhet resultaten ska få. I en undersökning som denna försöker man således att få en så stor urvalsgrupp som möjligt för att på så sätt kunna studera minsta möjliga skillnader mellan olika grupper.

För att tydliggöra urvalsstorlekens betydelse, kan antalet företag i urvalet, jämföras med graderingsstrecken på en måttstock. Om måttstocken har 5 centimeters gradering, går det endast att konstatera om två statyers höjd skiljer sig med mer än 5 centimeter. Det blir således svårt att konstatera om dessa statyer är olika höga om måttstocken har en grov gradering. På samma sätt blir det svårt att konstatera små skillnader mellan två grupper av företag om urvalet är litet.

Det är rimligt att anta att den målgrupp vi studerar är normalfördelad med avseende på de variabler som studeras i denna undersökning. För att kunna använda oss av statistiska metoder och genom att undersöka ett urval generalisera om hela målpopulationen, krävs det således att även urvalet är normalfördelat. En bra approximation är att ett urval över 30 stycken ger normalfördelade variabler<sup>131</sup>. I flera av våra uppställda hypoteser mäts skillnader mellan två grupper och då bör båda variablerna i dessa grupper vara normalfördelade. Om mätobjekten är jämnt fördelade mellan grupperna betyder det att vi bör ha minst 60 företag i vårt urval. Då vi även vill kunna mäta på skillnader mellan grupper där fördelningen är skev, minst förhållande 1:2, bör vi ha minst 90 företag i vårt urval för att det fortfarande ska vara 30 i den minsta gruppen.

För att få en så stor urvalsgrupp som möjligt och därmed bästa möjliga noggrannhet i resultaten, skickades enkäten ut till hela rampopulationen, vilket är statistiskt riktigt att göra<sup>132</sup>. Efter alla justeringar bestod rampopulationen av 476 företag, vilka alltså blev vårt urval. Detta ligger väl över det ovan uppskattade minimumurvalet. Dock kan man inte förvänta sig att alla respondenter svarar i en enkätundersökning, vilket gör att man får räkna med att det slutligen bearbetningsbara antalet svar kommer att bli mindre. Dessutom kan man förvänta sig en viss övertäckning vid utskicket, vilket gör att vissa svar kommer att behöva sällas bort (se kapitel 7.8.1 - Ramfel).

## 7.5 Val av distributionssätt

Det finns ett antal olika sätt att distribuera sin enkät för att nå den önskade målgruppen, exempelvis genom postenkäter, Internetenkäter, gruppenkäter eller besöksenkäter<sup>133</sup>. Besöksenkäter fylls i av människor som besöker en viss plats och kallas vanligen valurneundersökningar. Denna metod är praktiskt omöjlig i det här fallet på grund av den valda målgruppen. Gruppenkäter distribueras till en grupp av målgruppsrepresentanter när

<sup>130</sup> Körner, S, Wahlgren, L, *Statistisk dataanalys*, 2002

<sup>131</sup> Ballmann, K, *Elementary Statistics*, 1997

<sup>132</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997

<sup>133</sup> Dahmström, H, *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, 2000

dessa strålar samman i möte. Det är också möjligt att exempelvis besöka en konferens dit endast företag inom målgruppen går, men det ger ett för litet underlag för att ge statistiskt hållbara resultat. Internetenkäten innebär att en hemsida tillverkas för att samla in data. Detta hade kunnat vara ett utmärkt sätt med tanke på att Internet är ett dagligt verktyg för alla nya IT-företag. Dock innebär Internetenkäten ett merarbete för mottagaren, vilket ansågs vara för riskabelt för att kunna uppnå en tillräcklig svarsfrekvens.

Valet faller då på en postenkät, och mer specifikt på en e-postenkät. Anledningen är att en e-postenkät innebär så lite arbete som möjligt för mottagaren, vilket höjer svarsfrekvensen. Genom att dessutom utforma enkäten på ett, för mottagaren, så enkelt sätt som möjligt är det möjligt att höja svarsfrekvensen ytterligare. Det finns dock både för och nackdelar med en e-postenkätundersökning. Dahmström<sup>134</sup> presenterar en lista över för- och nackdelar med postundersökningar, vilka är synnerligen relevanta för vår undersökning.

**Nackdelar:**

- Risk för stort bortfall
- Kan ej göras alltför omfattande
- Tar lång tid
- Ingen kan förklara otydliga frågor
- Svårt att få svar på öppna frågor
- Vet inte vem som faktiskt svarar
- Tekniska problem med e-post

**Fördelar:**

- Billigt
- Lätt att skicka till många
- Många slags frågor går att ställa
- Handlingar/anteckningar kan konsulteras
- Kan besvaras när respondenten har tid
- Ingen påverkan av intervjuare

Den stora nackdelen, som vi ser det, är risken att uppnå en alltför låg svarsfrekvens, vilket vi kommer att försöka tillmötesgå genom att följa upp det första enkätutskicket med ytterligare ett par utskick (se *kapitel 7.7 - Utskick av enkät och insamling av data*). Ytterligare en nackdel är att enkätundersökningar är en process som normalt sätt tar lång tid, vilket vi tagit med i vår tidsplan för uppsatsen. Dock försvinner delvis postundersökningens nackdel att vara långsam i och med att E-post används. Trots många nackdelar anser vi dock med stöd från tidigare resonemang att fördelarna överträffar nackdelarna.

## 7.6 Enkäten

Hur frågeenkäten utformas är av stor vikt vid en kvantitativ undersökning. Formulärets utformning är avgörande för om resultaten av undersökningen kan ge svar på frågeställningar och för hur pålitligt resultatet blir. Respondenten måste både vara villig att svara på de ställda frågorna och tolka dem på det sätt som är tanken för undersökningen. Detta ställer höga krav på formuleringar och nyanser i frågorna samt på formulärets praktiska utformning.<sup>135</sup>

För att detta ska lyckas krävs att enkäten har ett bra introduktionsbrev som väcker intresse för undersökningen. Brevet ska beskriva syftet med statistiska undersökningar samt påvisa vikten av det enskilda svaret för den aktuella undersökningen. Det ska klargöra att det är frivilligt att delta, att svaren kommer att behandlas konfidentiell och eventuellt att respondenten kan få ta del av resultaten av undersökningen.<sup>136</sup> Introduktionsbrevet finns tillsammans med enkäten som bilaga 1, där ovanstående tydligt implementerats. Brevet är skrivet kort för att ta så lite av respondentens tid i anspråk som möjligt, vilket bedömdes öka svarsfrekvensen.

<sup>134</sup> Dahmström, H, *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, 2000

<sup>135</sup> Ibid

<sup>136</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997

Vid formulering av frågorna är det viktigt att dessa inte är ledande eller kan misstolkas. För att åstadkomma bra frågor är det viktigt att göra dem enkla, tydliga och neutrala. Det är också viktigt att begränsa antalet frågor till de absolut nödvändiga för att det ska ta så lite tid som möjligt att fylla i enkäten<sup>137</sup>. Därför begränsades antalet enkätfrågor till 10 stycken (se *bilaga 1*).

Det är möjligt att använda sig av fasta, slutna eller öppna frågor för att samla in svaren<sup>138</sup>. Öppna frågor innebär att respondenten kan svara fritt, slutna att det finns alternativ samt rader att tillägga ytterligare nyanseringar på och fasta frågor innebär att respondenten enbart kan välja mellan ett antal olika alternativ. Vår enkät utformades nästan enbart med fasta frågor samt frågor där svaret bestod av en siffra. Detta gjordes för att svarsmaterialet skulle gå att bearbeta statistiskt på ett så enkelt sätt som möjligt samt för att göra ifyllningsarbetet enkelt för respondenten.

Enkäten började med att undersöka den beroende variabeln tillväxt, samt en del relevanta bakgrundsvariabler för att kunna avgränsa rampopulationen ytterligare. Denna del av enkäten benämndes ”Allmänt om företaget” och innehöll följande frågor:

**-- Allmänt om företaget --**

1. När grundades företaget?
2. Hur många heltidsanställda hade ni i genomsnitt:  
Grundaråret?  
Tre år efter grundandet?
3. Hade ni för avsikt att expandera när företaget grundades (Ja/Nej)?
4. Ingick företaget någon fusion eller uppköp under de 3 första åren? Om ja, vad för slag?

**Informationsruta 7.1 – Allmänna enkätfrågor**

Frågorna om antalet anställda användes för att mäta tillväxten under de tre första åren och övriga frågor testade olika bakgrundsvariabler. Årtal för grundandet inkluderades för att undersöka om det var en påverkande variabel. Det finns exempelvis en möjlighet att konjunkturer påverkar tillväxten, vilket i så fall bör synas med hjälp av denna variabel. Årtalet var också viktigt för att kontrollera att företaget tillhörde målpopulationen, det vill säga inte var för ungt eller för gammalt. Fråga tre och fyra gav även möjligheten att ta bort företag från undersökningen som inte ingick i målpopulationen.

Frågeformuläret fortsatte därefter med frågor som direkt berörde hypoteserna och avslutades med frågan om respondenten ville ha ett exemplar av den färdigställda undersökningen (se *Informationsruta 7.2*). Värt att notera är att antalet grundare som det frågas efter i den andra delen av enkäten inte nödvändigtvis behöver vara samma som antalet anställda under företagets första år. Detta innebär att anställda första året inkluderar både grundare och eventuella övriga anställda. Den sista frågan i enkäten ställdes med förhoppningar om att öka svarsfrekvensen, eftersom respondenten då kunde anse sig få ut något av att svara.

Innan enkäten slutligen skickades ut till det bestämda urvalet utfördes en test av enkäten genom att låta åtta bekanta samt Hans Landström<sup>139</sup> titta igenom och fylla i enkäten. Detta genomfördes för att erhålla feedback på innehåll och formuleringar, vilka som tidigare nämnts är synnerligen viktiga. Efter denna feedback korrigerades en del frågor för att bli tydligare så att de inte skulle kunna missuppfattas av respondenten. Den slutgiltiga enkäten är presenterad i bilaga 1 samt i informationsrutorna i detta underkapitel.

<sup>137</sup> Dahmström, H, *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, 2000

<sup>138</sup> Ibid

<sup>139</sup> Intervju med Hans Landström, 27 nov, 2002



Enkäten skickades som tidigare nämnts som e-post till företagen i målpopulationen. Mycket arbete lades ner på att göra enkäten så enkel som möjligt för respondenten att fylla i för att minimera den totala ifyllningstiden. Två varianter utformades. Den ena bestod av ett prydligt Pdf-formulär som gick att fylla i direkt och som skickade sig själv genom en knapptryckning direkt i formuläret. Den andra byggde på ett rent textformulär direkt i e-postmeddelandet. Pdf-dokumentet visade sig dock kräva att viss programvara var installerad på datorn för att formuläret skulle kunna skicka sig självt. Visserligen bedömdes de flesta företag ha sådan programvara, men osäkerheten gjorde ändå att Pdf-varianten fick förkastas. Utan självskickningsfunktionen ansågs Pdf-blanketten för omständlig, då den i sådant fall krävde att respondenten sparade den ifyllda enkäten på sin lokala hårddisk och sedan bifogade den i ett svarsmeddelande.

Valet föll därför på att skriva enkäten direkt i e-postmeddelandet, vilket innebär att respondenten endast behöver trycka på "Reply/Svara" och sedan fylla i formuläret. Enkäten blev till slut väldigt enkel och tydlig och tog endast ett par minuter att fylla i, vilket vi ansåg vara ett krav för att ha en rimlig sannolikhet att få tillbaka tillräckligt med svar.

Enkäten översattes också till danska för att minska risken för missuppfattning av frågor hos de danska företagen (se *bilaga 1:2*).

<b>-- Frågor kring grundarteamet --</b>	
6. Hur många personer grundade företaget? _____st (endast de som aktivt tog del i grundandet, ej alla anställda)	
7. Vad var den ungefärliga åldern på resp. grundare vid grundartillfället? ____år, ____år, ____år, ____år, ____år	
8. Vilken utbildning hade grundarna? Antal vars högsta utbildning var:	
Doktorsexamen	_____st
Licentiatexamen	_____st
Magisterexamen (inkl civ.ing o dyl.)	_____st
Minst 3 års högskolestudier	_____st
Annan utbildning	_____st
9. Antal grundare med utbildningen:	
Teknisk/Naturvetenskaplig utbildning	_____st
Annan samhällsvetenskaplig utbildning	_____st
Ekonomexamen	_____st
Humanistisk utbildning	_____st
10. Antal i grundarteamet som har:	
minst 2 års arbetslivserfarenhet	_____st
- varav i samma bransch	_____st
innehaft chefsposition i ett företag	_____st
erfarenhet av att grunda ett företag	_____st
Jag vill gärna ha ett exemplar av uppsatsen via e-post: ____	
Tack för att Ni har tagit Er tid och svarat på vår enkät!	

#### Informationsruta 7.2 – Hypotesspecifika enkätfrågor

## 7.7 Utskick av enkät och insamling av data

Adresserna till företagen i urvalet erhöles på olika sätt. IT-Öresund tillhandahåller en online-databas med bland annat e-postadresser där adresserna till dessa företag kunde kopieras direkt via Internet. Adresserna till företagen i företagsparkerna i Sverige erhöles via deras respektive

hemsidor. Företagsparkernas hemsidor användes i det senare fallet för att hitta de olika företagens respektive hemsidor.

Enkäten skickades ut natten mellan den fjärde och den femte december, vilket var natten till en onsdag. Vilken veckodag som skulle väljas diskuterades och slutsatsen blev att måndag och tisdag borde undvikas, då dessa rimligen borde vara de mest hektiska dagarna under veckan. Anledningen till att meddelandet skickades på natten var, dels att e-postmeddelandet skickades till ett så stort antal företag, vilket ställer höga krav på e-post-servrarna på universitetet och dels för att respondenterna skulle kunna ha enkäten på morgonen, då denna tid ansågs vara den vanligaste att läsa e-post. Det senare visade sig stämma när svaren började anlända.

I introduktionsbrevet gavs företagen en vecka att svara, vilket bedömdes som rimligt eftersom e-post sällan läses om den är äldre än så<sup>140</sup>. Ett större antal av de utskickade e-postmeddelandena kom dock i retur med hänvisning till att adresserna i dessa var felaktiga. Av de 150 danska respektive 139 svenska meddelandena, som skickades ut till företag inom IT-Öresund, returnerades 23 respektive 14 stycken. Hos företagsparkerna returnerades 8 av de 187 utskickade meddelandena. Sammantaget minskade alltså urvalsstorleken till 431 stycken (se *Tabell 7.2*).

	IT-Öresund svenska	– IT-Öresund danska	– Företagsparkerna	Totalt
Utskickade	139	150	187	476
Returnerade	-14	-23	-8	-45
Nytt urval	125	127	179	431

**Tabell 7.2 – Uträkning av urvalsstorlek efter korrigering för returnerade svar.**

Efter en vecka hade 79 svar erhållits från svenska företag och 55 från danska, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 31 %. Då detta inte bedömdes som tillräckligt beslutades att enkäten skulle skickas ut igen till dem som inte besvarade den första gången. Denna gång gavs företagen endast en svarsperiod på 3 dagar, vilket resulterade i ytterligare 20 svenska och 16 danska svar. Svarsfrekvensen var nu uppe i 39 %. Dock beslutades ändå att skicka ut ytterligare en påminnelse, också den med 3 dagars svarsperiod. Det sista utskicket resulterade i ytterligare 5 svar och svarsfrekvensen var nu uppe i fullt acceptabla 41 %, med totalt 175 svar. Vilka svar som erhöles beträffande respektive enkätfråga presenteras i en sammanställning i *bilaga 3*.

Svarsfrekvensen ligger vanligen mellan 25 och 30 procent i amerikanska samhällsvetenskapliga undersökningar och något högre i europeiska.<sup>141</sup> Vår goda svarsfrekvens berodde förmodligen på att stor möda lades ner på att göra enkäten så enkel som möjligt att hantera och fylla i för respondenterna. Att enkäten ansågs vara kortare och enklare än genomsnittsenkäten framgick också av en del av de kommentarer som gavs i svaren. Ett företags grundare kommenterade exempelvis så här: ”TACK! En bra och kort enkät. Har normalt ingen tid att fylla i dylika. Det tog 2 minuter!!”

<sup>140</sup> I efterhand kan det konstateras att en vecka dock var en onödigt lång svarsperiod, då de flesta svaren kom in de första tre dagarna.

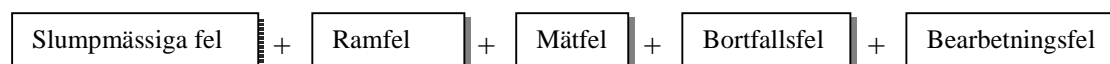
<sup>141</sup> Svensson, Claes, Handledarmöte, 18 dec, 2002

### 7.7.1 Partiellt bortfall

En del respondenter hade av olika anledningar låtit bli att svara på en eller några av frågorna. Om de uteblivna svaren berörde frågan på tillväxt blev resten av svaren meningslösa och svaret fick därmed kasseras. Fattades något svar på andra frågor och det inte var fler än max två vakanser i hela enkäten, används svaret till statistiken i de frågor där svaren fanns. En bedömning gjordes alltså i varje enskilt svar om enkäten ansågs vara tillräckligt ifyllt. Dock bör det tilläggas att det endast var två enkäter som inte kunde användas på grund av att de ej var komplett ifyllda.

## 7.8 Statistiska felkällor

I en statistisk undersökning förekommer vanligen statistiska fel. Konfidensintervallen och dess bredd antyder exempelvis att undersökningen inte är helt tillförlitlig utan bara säker till en viss grad. Detta är en av svagheterna med kvantitativa undersökningar. Det finns också ett antal fel som uppkommer i det material som bearbetas och som inte kan skattas bort med konfidensintervall. Sådana fel är systematiska fel som kan uppkomma i datamängden som bearbetas statistiskt. Det finns fem sådana systematiska fel: slumpmässiga fel, ramfel, mätfel, bortfallsfel samt bearbetningsfel<sup>142</sup>. Dessa fel adderas till varandra, vilket illustreras i figur 7.1 nedan.



Figur 7.2 – Det totala systematiska felet i en statistisk undersökning.

*Slumpmässiga fel* är omöjliga att undvika om det inte görs en undersökning på samtliga objekt i målpopulationen, vilket inte är realistiskt. *Ramfel* och *bortfallsfel* förekommer ofta, vilket behandlas senare i uppsatsen under egna respektive rubriker.

*Mätfel* uppstår vanligen på grund av slarv i undersökningen, exempelvis genom ogenomtänkta enkäter. Mätfel kan också uppkomma på grund av så kallade prestigebias, det vill säga att undersökarna, i sin vilja att ta fram bra resultat, omedvetet tar beslut som inte är objektiva och som påverkar undersökningen. Detta undviks företrädesvis genom att undersökaren är medveten om dessa risker<sup>143</sup>. I den här undersökningen har ambitionen från början varit att minimera mätfelen. Detta har vi gjort genom att konstruera en så strukturerad och enkel enkät som möjligt (se *kapitel 7.6 - Enkäten*). Dessutom har vi genom hela undersökningen varit medveten om risken för prestigebias och försökt vara objektiva i alla val- och beslutssituationer.

Mätfel kan även uppstå på grund av felaktiga data från respondenten. Det finns alltid en viss risk för att ”fel person”, som inte har kunskap om frågorna, har fyllt i frågorna eller har gett en något förskönande bild av företaget, även om respondenterna lovats anonymitet. Dessa problem är inte unika för denna undersökning, utan är en osäkerhet som tynger alla statistiska undersökningar.

För att undvika missförstånd och tolkningsproblem av begrepp använda i enkätundersökningen, vilka skulle kunna öka det statistiska mätfelet, hade det varit önskvärt

<sup>142</sup> Körner, S, Wahlgren, L, *Praktisk statistik*, 2002

<sup>143</sup> Dahmström, H, *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, 2000

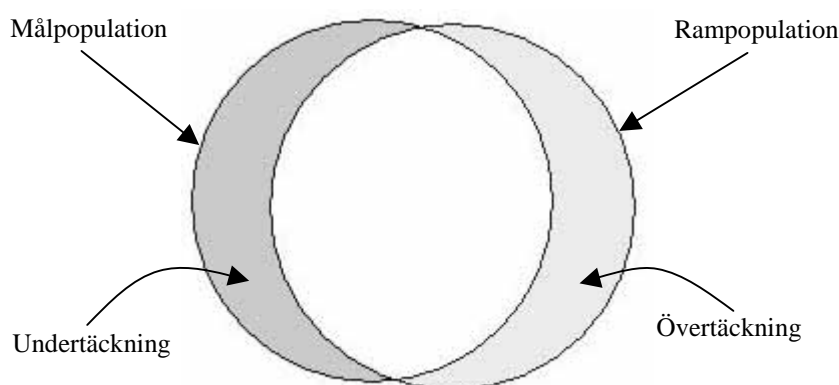
att göra en utförlig beskrivning av definitioner på vissa begrepp som används. Aktuella begrepp som kan ge upphov till misstolkningar är heltidsanställda, arbetserfarenhet och chefsposition. Om dessa förtydligande definitioner skulle bifogas enkäten skulle den visserligen ha blivit klarare och tydligare, men samtidigt också mer omständlig och inte lika lättläst, vilket troligtvis skulle minska svarsfrekvensen. Detta gjorde att dessa definitioner valdes att inte tas med. Att dessa begrepp kan ha tolkats på något olika sätt av våra respondenter, anser vi ändå inte minska undersökningens validitet nämnvärt.

*Bearbetningsfel* kan uppkomma om statistikbearbetningen utförs med tveksamma metoder eller om man matar in data utan att vara noggrann<sup>144</sup>. Det är exempelvis viktigt att analysera sin datamängd noggrant innan statistiska beräkningar utförs på den insamlade datamängden. Till exempel måste extremvärden i datamängden tas bort innan några beräkningar görs. Alltför extrema värden, så kallade *outliers*<sup>145</sup>, påverkar annars de beräknade resultaten för mycket och resultaten blir istället till stor del en analys av enbart dessa outliers. Bearbetningsfel undviks således till stor del genom att utföra bearbetningen enligt den statistiska teorin. Den föreliggande undersökningen har därför utnyttjat sina gruppmedlemmars fulla kapacitet i form av statistiska grundkunskaper och mycket möda har lagts ner på att göra den statistiska bearbetningen noggrann.

Vid analysen av det statistiska materialet, kan något resultat övertolkas och därmed ge upphov till bearbetningsfel. Detta skulle till exempel kunna uppkomma på grund av undersökarnas personliga referensramar av vad som är viktigt eller intressant.

### 7.8.1 Ramfel

Vid en urvalsundersökning är önskemålet att det gjorda urvalet ska finnas inom målpopulationen. Denna idealsituation är sällan helt uppfylld, utan den valda rampopulationen omfattar ofta objekt som inte ingår i den valda målpopulationen. Ibland missar även rampopulationen att inkludera delar av den samma. Detta kallas för täckningsfel eller ramfel. Det finns två typer av ramfel, övertäckning och undertäckning, vilket visas i figuren nedan<sup>146</sup>.



Figur 7.3 – Mål- och rampopulation respektive under- och övertäckning

<sup>144</sup> Körner, S, Wahlgren, L, *Praktisk statistik*, 2002

<sup>145</sup> Ballmann, K, *Elementary Statistics*, 1997

<sup>146</sup> Eriksson, S, *Statistisk undersökningsmetodik*, 1978

Undertäckning betraktas som det allvarligaste ramfelet och innebär att ramen inte får med alla typer av studieobjekt i målpopulationen. I vårt fall skulle detta exempelvis kunna vara att alla IT-företag med just dålig tillväxt av någon anledning inte finns med i de valda klustren eller organisationerna. Undertäckning undviks genom att planera sina urval noga för att undvika att missa vissa grupper inom målpopulationen<sup>147</sup>. Arbetet med att välja ut de kluster som använts i denna statistiska undersökning har därför noga tänkts igenom för att på så sätt inte missa någon del av målpopulationen. Bedömningen gjordes slutligen att företagen inom de valda organisationerna är så många och har sådan variation att undertäckning inte borde förekomma.

Övertäckning förekommer också ofta vid statistiska undersökningar och innebär att företag som definitionsmässigt inte ingår i målpopulationen ändå finns med i urvalet. Detta är emellertid inte lika allvarligt som undertäckning, eftersom det vanligtvis i efterhand är förhållandevis enkelt att utröna vilka objekt som inte ingår i målpopulationen, och därefter avlägsna dem från undersökningen.

I den utförda undersökningen förekom en ganska omfattande övertäckning. Eftersom det var omöjligt att genom sekundära källor ta reda på om företagen, när de grundades, hade för avsikt att växa eller inte, var det en nödvändig fråga att ställa i enkäten. De företag som inte hade för avsikt att växa avlägsnades från svaren. Det visade sig dock att många företag inte haft för avsikt att växa när de grundades och även att många visat sig växa ändå. Dessa företag sparades i en särskild kategori för att kunna jämföras med de företag som haft för avsikt att växa. På så sätt kunde en kontroll utföras om det var rätt att avlägsna dem från målpopulationen.

En annan typ av övertäckning som förekom, vilken också den var svår att ta reda på i förväg, var att vissa företag hade växt via uppköp eller fusion, det vill säga oorganiskt. Detta gjorde att inte heller de passade in i målpopulationen, varför även de fick avlägsnas från de bearbetningsbara svaren.

---

<sup>147</sup> Eriksson, S, *Statistisk undersökningsmetodik*, 1978

Erhållna svar	184
Ej avsikt att växa	-56
Fusion / uppköp	-7
Partiellt bortfall	-2
Bearbetningsbara svar	119

Tabell 7.3 – Beräkning av bearbetningsbara svar genom korrigering för övertäckning och partiellt bortfall. Partiellt bortfall förklaras under *Bortfallsanalys*.

## 7.8.2 Bortfallsfel

Eftersom svarsfrekvensen låg omkring 40 procent har 60 procent av respondenterna inte svarat på enkäten. Detta innebar en stor osäkerhetsfaktor, vilket gör att en bortfallsanalys är nödvändig att genomföra för att jämföra om de företag som svarat kan anses vara representativa för hela urvalet. Om det till exempel är så att företag som grundades tidigare under mätperioden och som sedan dess vuxit mycket inte svarar på enkäten i samma utsträckning som företag som växt mindre, kommer de erhållna svaren inte att ge en rättvisande bild av hela målpopulationen. En metod för att kontrollera bortfallet, det vill säga gruppen av företag som inte svarat på enkäten, är att jämföra bakgrundsvariabler mellan de två grupperna i en så kallad strukturjämförelse<sup>148</sup>.

En strukturjämförelse innebär att bakgrundsvariabler och strukturer hos svarsgruppen respektive bortfallsgruppen jämförs. Denna typ av jämförelse kan dock i värsta fall visa på likheter mellan grupperna utan att detta betyder att de för hypoteserna relevanta variablerna har denna likhet. Därför är det bättre att undersöka direkta undersökningsvariabler hos bortfallsgruppen genom att göra ytterligare ett stickprov som jämförs med svarsgruppen. Den senare metoden för bortfallsanalys är egentligen vad som kan anses vara önskvärdt då bortfallet är så stort som 60 procent<sup>149</sup>. Tidsbrist och begränsade resurser gjorde dessvärre detta svårt att genomföra, vilket gjorde att en bortfallsanalys grundad på bakgrundsvariabler trots allt fick användas.

Två tester av bakgrundsvariabler genomfördes. Dels jämfördes fördelningen av företagens etableringsår mellan grupperna och dels jämfördes genomsnittligt antal anställda idag uppdelat på etableringsår. Informationen till dessa test erhöles från IT-Öresunds databas. Ett urval på cirka 50 företag från bortfallsgruppen jämfördes med företagen som svarat på enkäten, vilket presenteras i diagram 7.1 och 7.2.

<sup>148</sup> Dahmström, H, *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, 2000

<sup>149</sup> Eriksson, S, *Statistisk undersökningsmetodik*, 1978

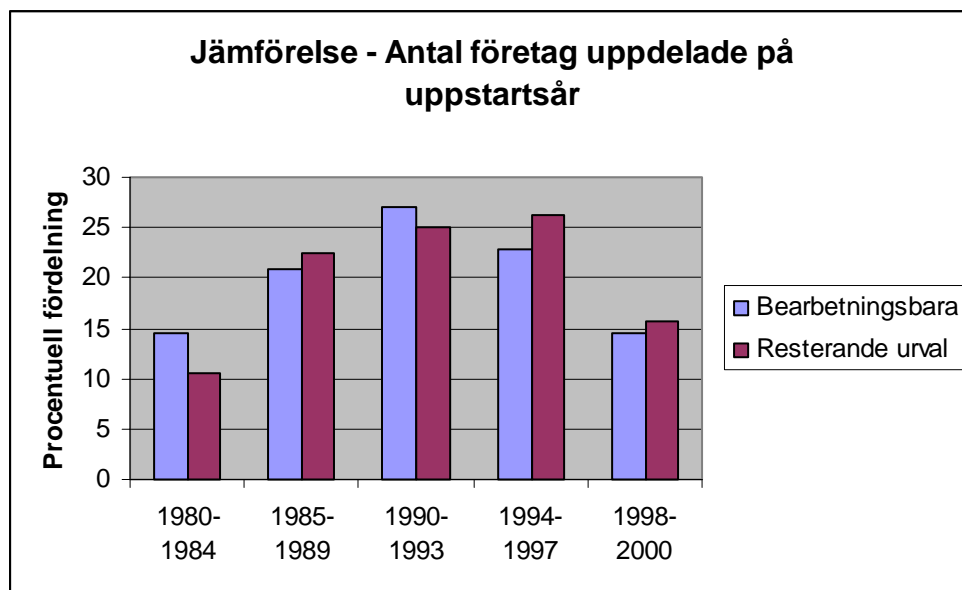


Diagram 7.1 – Bortfallsanalys – Jämförelse av andel företag per grundarår.

Figur 7.1 presenterar en likartad fördelning mellan de två olika grupperna. Eventuellt finns det anledning till att misstänka att bortfallsgruppen, har en dragning åt att ha fler yngre företag relativt sett.

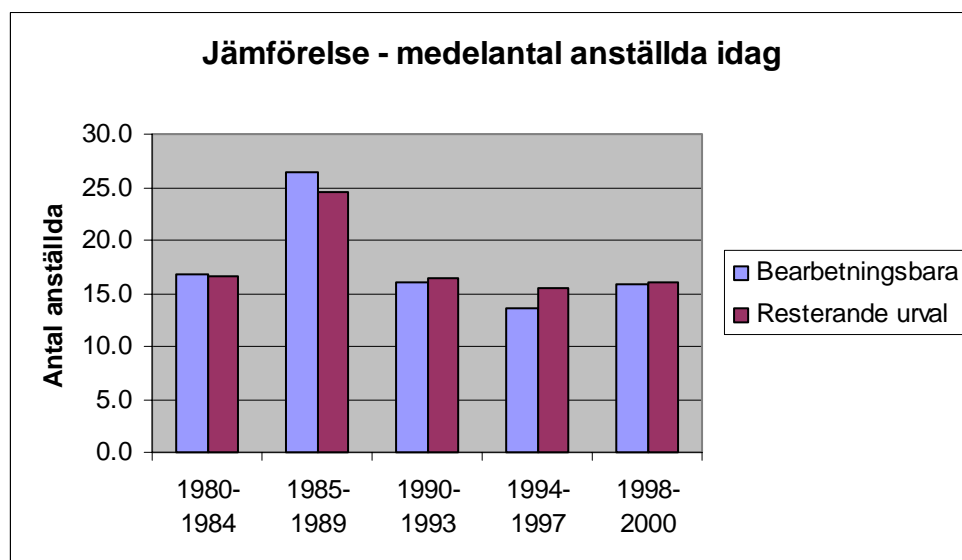


Diagram 7.2 – Bortfallsanalys – Jämförelse mellan genomsnittligt antal anställda 2002-12-20 uppdelat på grundarår.

Jämförelsen mellan genomsnittligt antal anställda inom respektive etableringsårsgrupp visar en mycket lik fördelning mellan grupperna (se figur 7.2).

Bortfallsanalysen indikerar således att det inte förekommer några direkta olikheter i de två testade bakgrundsvariablerna. Detta innebär att det inte finns något som talar mot att vårt urval är representativt för hela populationen. Det ska dock tilläggas att metoden att använda strukturjämförelser egentligen bara bör användas för att fälla undersökningar, inte för att fria

dem<sup>150</sup>. Därför nöjer vi oss sig med att konstatera att inga olikheter upptäcktes i bortfallet men att bristen på en mer omfattande bortfallsanalys kan anses vara en den största svagheten i vår undersökning.

Bristen på en omfattande bortfallsanalys är en svaghet i undersökningen. Svagheten består i att vi, oberoende av vad den utförda strukturjämförelsen säger, ändå inte kan påstå med säkerhet att de företag som svarat på enkäten representerar urvalet. Denna osäkerhet är vi dock tvungna att acceptera i brist på resurser att kunna utföra en omfattande bortfallsanalys.

## 7.9 Generaliserbarhet

De statistiska metoderna används för att från resultaten från ett urval generalisera till resultat som gäller för hela målpopulationen, vilket är styrkan med den kvantitativa metoden<sup>151</sup>. Då urvalet är ett sannolikhetsurval går det emellertid att med statistiska metoder härleda vilka samband som kan tänkas härröra från slumpmässiga faktorer kopplade till urvalet och vilka samband som härrör från verkliga samband i målpopulationen.

De slumpmässiga variationerna i urvalet gör att det finns risk att två olika sorters fel görs vid generaliseringen. Det första är att en hypotes accepteras om ett samband i målpopulationen som inte finns. Det andra är att en hypotes förkastas om ett samband i målpopulationen som verkligen existerar<sup>152</sup>. De statistiska metoderna är optimerade för att det ska vara en liten sannolikhet att man bekräftar felaktiga samband. Därför accepteras endast de hypoteser där sambanden med största sannolikhet härrör från målpopulationen och inte från slumpmässiga faktorer. Dessa samband benämns signifikanta samband eller resultat.

På grund av att statistiska analyser är uppbyggda för att det ska finnas en så liten risk som möjligt att resultat generaliseras som endast beror på slumpmässiga faktorer, är det inte möjligt att bevisa att ett samband inte existerar. Det går endast att göra antydningar om att det är mindre troligt att det finns ett samband. Det beror på att det begränsade urvalet som måste användas leder till att det endast är möjligt att bekräfta samband eller skillnader som är tillräckligt starka.

## 7.10 Tillämpat statistiskt förfarande

Data från enkäten har manuellt matats in i Excel, i vilket vissa grundläggande beräkningar har gjorts för att göra materialet användbart till att testa våra hypoteser. Därefter har data exporterats till SPSS i vilket statistiska test och diagram har gjorts.

Då de flesta hypoteser har varit av karaktären jämförelse mellan två grupper, har främst t-test använts för att testa våra hypoteser. I detta fall testas om nollhypotesen: ”Det finns ingen skillnad mellan de två grupperna”, kan förkastas på grund av att sannolikheten för ett utfall så extremt som vårt är lägre än signifikansnivån 0,05. Om nollhypotesen förkastas, accepteras vår hypotes och det finns ett statistiskt samband.

Vi använder oss både av ensidiga och dubbelsidiga hypoteser och därför använder vi även

---

<sup>150</sup> Dahmström, H, *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, 2000

<sup>151</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997

<sup>152</sup> Körner, S, Wahlgren, L, *Statistisk dataanalys*, 2002



ensidiga och dubbelsidiga test om möjligt. Vid ensidigt test accepteras endast resultat som avviker från nollhypotesen på ett håll. Då de extremvärden, där nollhypotesen förkastas, alla befinner sig på samma sida om nollhypotesen, blir det lättare att få ett signifikant resultat i ett ensidigt test. Det betyder att om ett resultat är signifikant med ett dubbelsidigt test är det även automatiskt signifikant med ett ensidigt test, under förutsättning att avvikelser från nollhypotesen är i linje med den ensidiga hypotesen. I vissa fall har därför av programtekniska skäl, dubbelsidiga test används för att testa ensidiga hypoteser. Dessa test har däremot även med hjälp av tabell över t-värden tolkats som ensidiga test varvid denna metod inte har påverkat resultaten.

De hypoteser som inte bygger på jämförelser mellan två grupper utan där den oberoende variabeln kan anta flera värden, har istället ett bivariat korrelationstest utförts. Nollhypotesen har i dessa fall varit: ”Det finns ingen korrelation mellan de två variablerna”. Testen har gjorts ensidiga eller dubbelsidiga beroende på hypotesens utseende.

För sambandet mellan ålder och tillväxt samt företagets grundår och tillväxt, har även regression med hjälp av polynom använts. Här används minsta kvadratmetoden för att anpassa en kurva som stämmer bäst överens med de data som samlats in. Samtidigt beräknas även signifikansnivån för de olika termerna som ingår i polynomet. Därmed kan vi se om det finns något linjärt samband, kvadratisk samband eller samband av högre ordning.

## 8 Resultat & analys

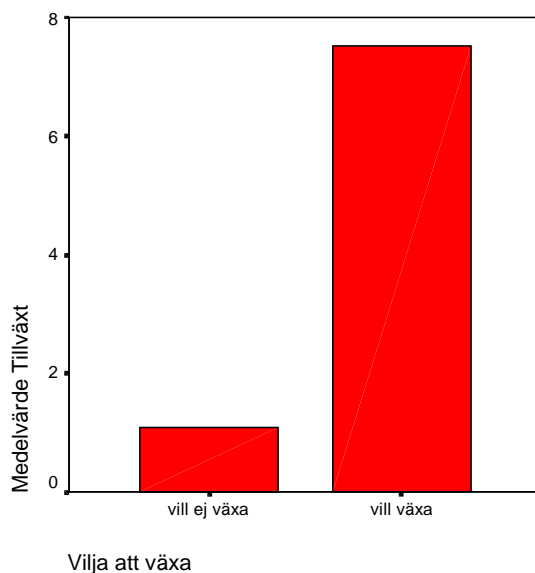
*I detta kapitel presenteras resultaten från den statistiska undersökningen och vilka utsagor vi därmed kan göra gällande våra hypoteser*

Statistiska resultat i detta kapitel motiveras i de flesta fall med utförda statistiska test. De flesta av dessa är placerade bland bilagorna för att resultaten och analysen av dessa ska bli mer överskådlig och lättläst. Den intresserade läsaren kan således för presenterat resultat, hitta utförliga tabeller och komplementär diagram i Bilaga 2.

### 8.1 Kontroll av datamängden

#### 8.1.1 Analys av övertäckning

Då många företag inte vill växa, som exempelvis fristående datorprogrammerare eller andra enmansföretag, finner vi det bara intressant att studera de företag som haft för avsikt att växa då de grundades. Därför ingår inte dessa företag i målpopulationen enligt uppsatsgruppens definition av målpopulation (se *kapitel 7.2 - Målpopulation*). Möjligheten finns dock att en del företag likväl har växt, vilket kan bero på att de ändrat inställning sedan grundandet. För att studera att det verkligen var rätt att utesluta företag som inte från början haft för avsikt att växa, jämför vi tillväxten hos den uteslutna gruppen med företag som redan från början haft tillväxtvilja.



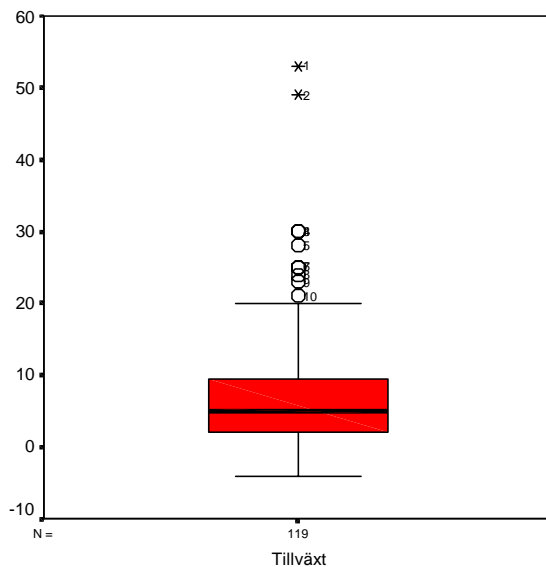
**Diagram 8.1 – Medeltillväxt för företag som inte haft för avsikt att växa jämfört med företag som haft för avsikt att växa**

Som diagram 8.1 tydligt visar växer företag som redan från etableringen haft för avsikt att växa betydligt mer under de tre första åren, än företag utan denna tillväxtvilja. Ett statistiskt så kallat t-test visar att skillnaden är signifikant. Intressant är dock att även företag som inte ville växa, i snitt växer med en person de tre första åren och att det finns exempel på företag utan tillväxtvilja som ändå växt med upp till 7 anställda.

Den stora skillnaden i tillväxt mellan de företagen med och utan tillväxtvilja, betyder att det verkligen finns ett tydligt samband mellan dessa variabler. Det är därför helt riktigt att utesluta dessa företag ur målgruppen och istället låta dem ingå under benämningen övertäckning. Om företagen behållits i den bearbetade datamängden hade alla andra samband blivit omöjliga att styrka eftersom man då inte hade kunnat säga om andra samband verkligen är riktiga eller om de bara beror på att det finns en vilja att växa.

### 8.1.2 Kontroll av extremvärden

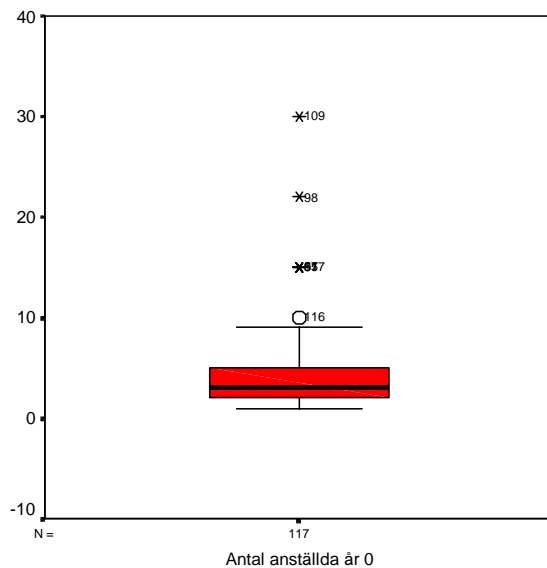
För att de valda statistiska metoderna ska fungera, får det inte förekomma några alltför extrema värden, så kallade outliers, i datamängden eftersom de bidrar oproportionerligt mycket till de statistiska resultaten (se *kapitel 7.8 – Statistiska felkällor*).



**Diagram 8.2 – Kvartilplot över tillväxt de tre första åren för samtliga företag.**

Vi gör därför en kontroll på tillväxten så att det inte finns några extrema värden som skulle påverka våra analyser för starkt. Detta är synnerligen viktigt eftersom alla hypoteser behandlar just variabeln tillväxt. Två värden avviker markant i kvartilplotten och är därmed extremvärden som måste tas bort.

Då tillväxt i antalet anställda är ett mått på tillväxt, som gynnar stora företag gentemot mindre, måste vi också kontrollera om det inte är något företag som avviker markant i antalet anställda under året det grundades, eftersom detta är basen för uträknandet av tillväxt.



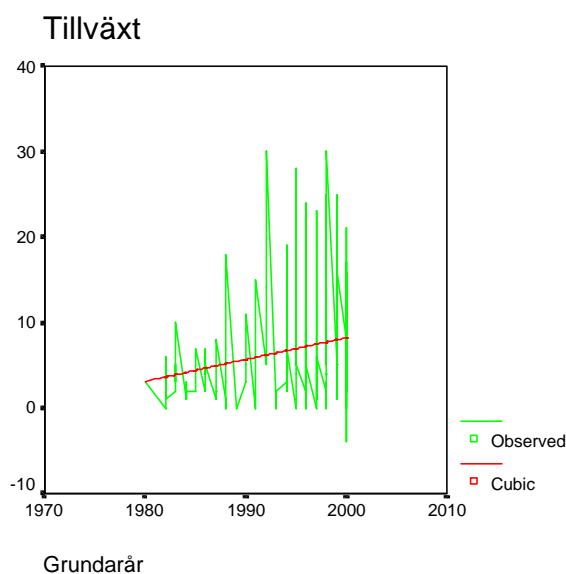
**Diagram 8.3 – Kvartilplot över anställda år 0.**

Även här observeras två värden, som avviker kraftigt från de övriga och som måste tas bort för att säkerställa de statistiska beräkningarnas tillförlitlighet.

Resultatet av kontrollen av outliers resulterade alltså i att totalt fyra företag fick tas bort ur datamängden, vilket ger en resterande datamängd på 115 företag.

### 8.1.3 Kontroll av om konjunkturen påverkar våra resultat

En möjlighet är att tillväxten är beroende av konjunkturer, vilket gör att vi måste kontrollera om detta är en variabel som påverkar tillväxten. Om så är fallet måste vi kompensera för konjunkturen innan vi gör vidare beräkningar för att kunna göra rättvisande jämförelser mellan företag som är grundade vid olika tidpunkter.



**Diagram 8.4 Tillväxt i förhållande till grundarår**

I diagram 8.4 visas hur tillväxten beror på det år som företagen grundades. Här går det inte att utläsa något cykliskt mönster eller några tydliga samband mellan tillväxt och konjunkturer. Tillväxten är vare sig lägre eller högre i samband med lågkonjunkturerna 1980-82 och 1990-93.<sup>153</sup> Vi kan därmed dra slutsatsen att en eventuell konjunktur vid grundandet inte har någon avgörande effekt på tillväxten hos nystartade IT-företag. Vi kan därför fortsätta våra statistiska beräkningar utan att kompensera för konjunkturen.

Däremot finner vi ett samband som visar att tillväxten är större för de företag som grundats senare. Ett korrelationstest visar att detta samband är signifikant (se *bilaga 2:1.2*). Detta samband kan bero på flera faktorer. En anledning skulle kunna vara att det är ett mätfel, där exempelvis de svarande företag, som är gamla idag, är de som har växt minst i början. Detta skulle också kunna förklaras av att företag som idag är stora inte svarar på den utskickade enkäten eftersom grundarna inte är lika lättåtkomliga i dessa företag. Vår bortfallsanalys visade inte någon stark skillnad mellan de företag som ingick i urvalet och de som föll bort. Det fanns en tendens att fler äldre företag svarade än yngre vilket gör vår förklaring ovan mindre trolig.

En annan förklaring skulle kunna vara att det tycks vara lättare för IT-företag att växa i dagsläget. En anledning kan vara att marknaden är mer mogen för IT-produker idag. Då man vet företagets potential är det också lättare att expandera. Tidigare tog det kanske längre tid att övertyga kunder och dessutom var marknaden mindre. Det är också enklare att få stödtjänster kring företagen nu då IT-sektorn är större än tidigare. Det kan också vara så att företagsklimatet för högteknologiska företag är bättre idag, med stöd från universitet och kommuner i form av stiftelser och företagsbyar.

Att företagsklimatet i största allmänhet har förbättrats, är en annan möjlig förklaring. Efter att under en lång tid präglats av storföretag har klimatet i Sverige för småföretag förbättrats de senaste åren, vilket nämns i delkapitlet om IT-branschens karaktäristik. Det kan därför vara möjligt att det är detta som ger upphov till skillnaden i resultat på grund av företagets grundår. I Danmark däremot är företagsklimatet känt för att vara anpassat efter småföretagande, varför det linjära förhållandet mellan etableringsår och tillväxt endast borde finnas bland de svenska företagen, om detta samband stämmer. Ett korrelationstest visar dock att korrelationen mellan grundår och tillväxt även finns hos de danska företagen. Korrelationen är något mindre än för de svenska företagen, men skillnaden är långt ifrån signifikant. Denna skillnad kan därför lika väl endast bero på det slumpmässiga urvalet. Resultaten visar således att vi inte kan förklara skillnaden i grundår med att företagsklimatet har förändrats. Det kan dock fortfarande vara en viktig orsak men det kan inte ensamt förklara variationen i tillväxt.

Den troligaste förklaringen är dock att grundåret samverkar med någon annan variabel som i sin tur har påverkan på tillväxten. Då IT-branschen har förändrats och utvecklats kraftigt under de 20 år som innefattas av vår studie, är det mycket troligt att egenskaperna hos grundarna gradvis har ändrats. Det kan därför vara denna skillnad som ger upphov till sambandet mellan tillväxt och grundår, vilket skulle innebära att grundårets påverkan på tillväxten endast är indirekt genom att den samvarierar med en annan variabel. Vi kommer därför kontinuerligt att undersöka sambandet mellan grundår och de variabler som inverkar signifikant på tillväxten, för att se om det finns någon koppling som kan ge förklaring till varför företag som grundats senare har bättre tillväxt.

---

<sup>153</sup> Konjunkturinstitutet, [www.konj.se](http://www.konj.se)

### 8.1.4 Skillnad mellan svenska och danska företag

Då vi har studerat både svenska och danska företag bör vi även kontrollera att det inte finns någon avgörande skillnad i tillväxt mellan dessa grupper av företag som skulle kunna påverka våra resultat.

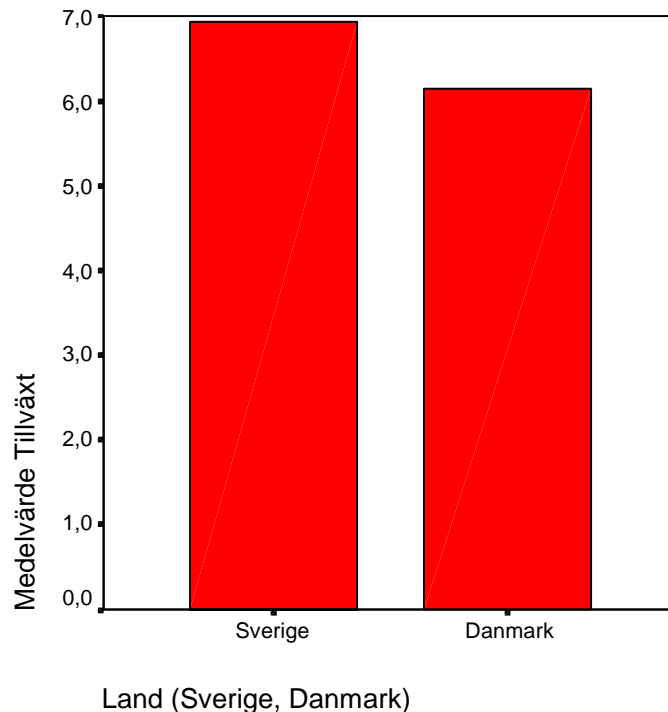


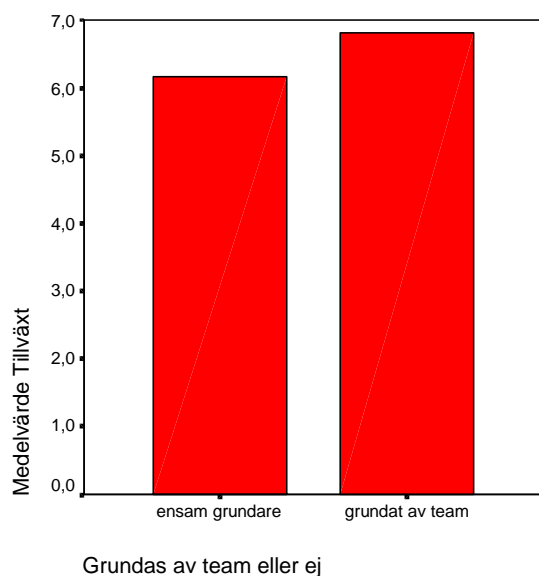
Diagram 8.5 Medelvärde tillväxt för svenska respektive danska företag.

I diagram 8.5 ser vi att tillväxten är något högre för svenska företag än för danska. Skillnaden är dock mycket liten och ett t-test visar att skillnaden inte är signifikant (se bilaga 2:1.3). Det finns därmed inget som säger att skillnaderna mellan länderna inte bara beror på slumpmässiga faktorer vid vårt urval. Vi kan därmed dra slutsatsen att det inte finns några avgörande skillnader i yttre förhållande, såsom företagsklimat för små IT-företag mellan Sverige och Danmark, som påverkar vår undersökning.

## 8.2 Grundarnas antal och tillväxt

Våra inledande hypoteser behandlade grundarteamet och hur teambildande genom dess heterogena dimension ger bättre förutsättningar för tillväxt.

**Hypotes 1a: Företag med flera grundare har bättre tillväxt än företag med en grundare**



**Diagram 8.6 Medeltillväxt för företag som grundats av ensam grundare respektive grundats av team**

I diagram 8.6 ser vi att företag som grundats av team har bättre tillväxt, men skillnaden är liten. Ett t-test visar att skillnaden inte är signifikant, vilket gör att det inte är möjligt att fastställa att det finns ett samband. Eftersom nollhypotesen inte kan förkastas råder det därför inget statistiskt stöd för hypotesen.

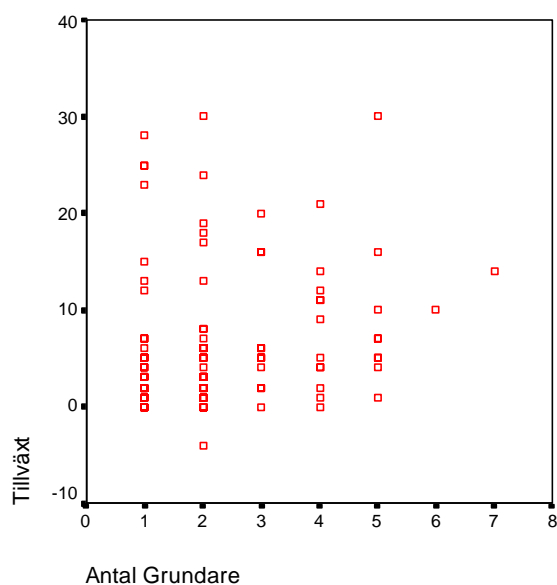
Ytterligare en hypotes formulerades, som behandlade hur den förväntade ökade heterogeniteten i teamet påverkar tillväxten då antalet grundare ökar. Vad som skiljer denna hypotes från föregående är att tillväxten förväntas påverkas av ett ökat antal grundare. Resonemanget som ligger till grund för hypotes 1a sträcker sig dock endast till att ifrågasätta om team, oberoende antalet, skapar bättre tillväxtmöjligheter än om grundandet sker av en ensam individ.

**Hypotes 1b: Ju fler grundare ett företag har desto bättre är tillväxten**

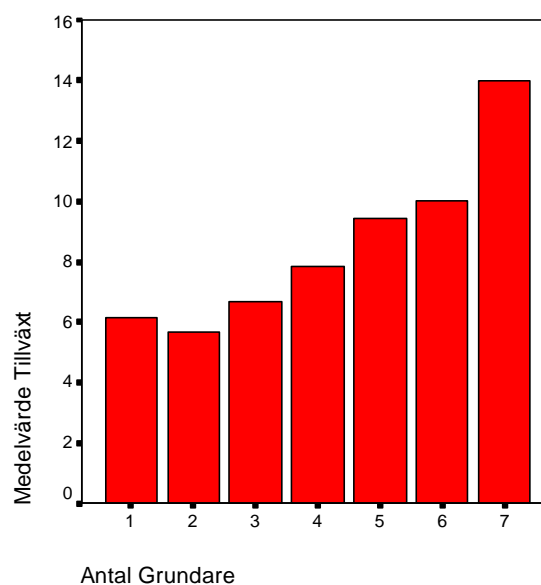
Ur punktdiagrammet 8.7, som visar alla mätdata är det svårt att urskilja om det finns något samband mellan antal grundare och tillväxt. Ett svagt positivt samband kan dock urskiljas. Medelvärdena presenteras i diagram 8.8 och här är det möjligt att tydligt urskilja hur tillväxten ökar med antalet grundare. Den enda avvikelser i den stigande trenden är att företag med två grundare har något mindre tillväxt än de som endast grundades av en individ.

Ett ensidigt korrelationstest gjordes och visade att sambandet, mellan antalet grundare och tillväxten i form av antalet anställda, är signifikant (se *bilaga 2:2.1*). Det finns alltså ett samband som säger att ett ökat antal grundare ger bättre tillväxtmöjligheter för företagen. Enligt utvärderingen av hypotes 1a, finns det dock ingen bevisad skillnad i tillväxt mellan de företag som grundats av en person och de som grundats av team. Genom att studera diagram 8.7 och 8.8 kan vi se hur dessa skilda resultat har uppstått rent matematiskt sett. En stor grupp av urvalsmängden visades sig ha två grundare, vilken hade något lägre tillväxt än de med ensam grundare. En annan stor grupp var företagen med tre grundare, vilka endast har marginellt högre tillväxt än företagen med en grundare. Då företagen endast delas in i en eller

flera grundare, kommer därmed dessa två stora grupper att påverka starkt och skillnaden att grunda ensam eller i team blir inte signifikant.



**Diagram 8.7 – Tillväxt i förhållande till antalet grundare**



**Diagram 8.8 – Medeltillväxt i förhållande till antalet grundare**

Orsaken bakom de skilda resultaten mellan hypoteserna kan möjligen hittas om vi studerar våra insamlade data mer noggrant. Det är vanligt att de individer som grundat ett företag själva, har mer erfarenheter, exempelvis tidigare erfarenhet av branschen eller av att ha grundat företag. Detta är bevisat genom våra resultat, då en ensam grundare i genomsnitt har mer erfarenhet än de som har grundat ett företag tillsammans med andra (se *bilaga 2 2.4*). Detta är faktorer som inverkar positivt på tillväxten (se *kapitel 8.5*) och tillväxten för de företag som endast har en grundare kan därmed vara högre av den anledningen. Det kan alltså även finnas en verklig skillnad mellan tillväxten för företag som grundats av en person och de som grundats av ett team, men på grund av samvariationen mellan ensamgrundare och hög erfarenhet är det inte möjligt att utläsa detta ur våra data.

De till synes ologiska slutsatserna att fler grundare leder till bättre tillväxt men att team inte gör det, beror till stor sannolikhet på de statistiska metoderna som använts. I det senare fallet görs en jämförelse mellan två grupper. Vid denna gruppering förloras en del information, vilket har en påverkan på noggrannheten och gör det svårare att hitta signifikanta samband vid denna sortens test.

Som tidigare nämnts finns det inte en entydig definition av hur många individer som utgör ett team. Vi har definierat ett team som två eller flera individer, men det finns även definitioner med ett högre antal personer som minsta antal. Det medför att vi kan uttala oss om att de positiva effekterna av team ökar med antalet personer. Därmed finns det partiellt stöd för teorin, att företag som bildas av team, har bättre tillväxt då sambandet mellan antalet grundare och tillväxt har styrkts av vår undersökning.

Kontroll av sambandet mellan grundarår och antalet grundare (se *bilaga 2:2.3*), visar att det inte finns något starkt samband. Företagets grundarår beror således inte på antalet grundare. Det betyder att sambandet mellan antalet grundare och tillväxt inte har influerats av något samband med grundaråret och därmed kan dessa resultat anses reliabla.



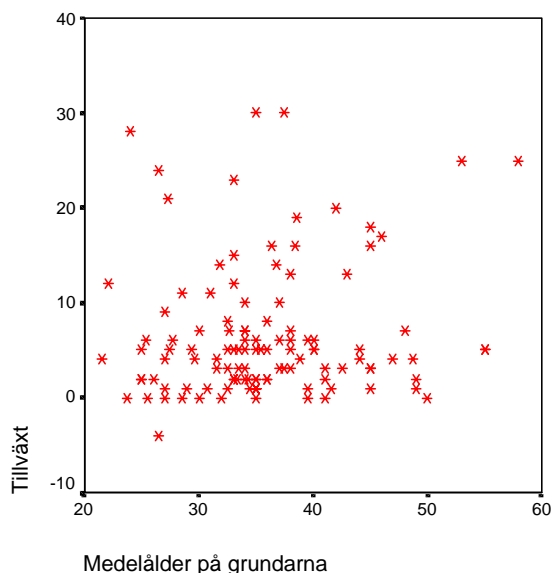
**Sammantaget är slutsatsen av de två hypoteserna, att ju fler grundare ett företag har, desto bättre tillväxt har det generellt sett. Partiellt stöd finns därmed även för att företag grundade av team har bättre tillväxt. Dock går det senare inte att statistiskt säkerställa med en definition av team som två eller fler grundare.**

### 8.3 Påverkan av grundarnas ålder på tillväxten

En av teserna uppställda i kapitel 6 bygger på att åldern hos grundarna kan ha en inverkan på tillväxten. Den första hypotesen som tesen ledde fram till var:

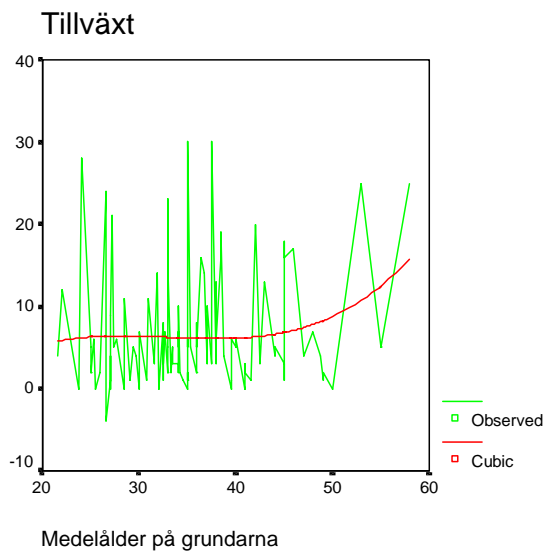
**Hypotes 2a: Det finns ett samband mellan grundarnas ålder och företagets tillväxt**

Det samband som vi undersöker med hypotesen är antingen ett linjärt samband eller ett kvadratiskt samband med optimum vid medelåldern då dessa är de samband som är teoretiskt underbyggda.



**Diagram 8.9 Tillväxt och medelålder på grundarna**

I diagram 8.9 ritas tillväxten upp gentemot medelåldern på grundarna. I diagrammet kan inget tydligt samband mellan ålder och tillväxt urskiljas, då punkterna inte är samlade kring någon linje eller kurva. Det är emellertid möjligt att antyda en svag tendens att tillväxten ökar något med medelåldern på grundarna. Det finns dock flertalet unga grundare som har startat företag som växt mycket. Ett korrelationstest (se *bilaga 2:3.1*), ger svaret att våra data visar ett svagt positivt samband, men att sambandet inte är signifikant. Det svaga positiva sambandet kan förklaras med att korrelationen mellan ålder och specifika erfarenheter av bransch, företagsgrundande och chefskap är signifikant (se *bilaga 2:3.1*). Dessa erfarenheter har en positiv påverkan på tillväxten (se *kapitel 8.5 – Påverkan av grundarnas erfarenhet på tillväxten*) och det är troligtvis dessa erfarenheter och inte åldern i sig som ger upphov till den svaga positiva korrelationen. Då sambandet inte är signifikant och det dessutom finns naturliga förklaringar till det svaga samband som uppträder, kan hypotesen om ett linjärt positivt samband inte accepteras.



**Diagram 8.8 Tillväxt mot medelålder på grundarna med inritad regressionskurva av andra graden (rött i diagrammet).**

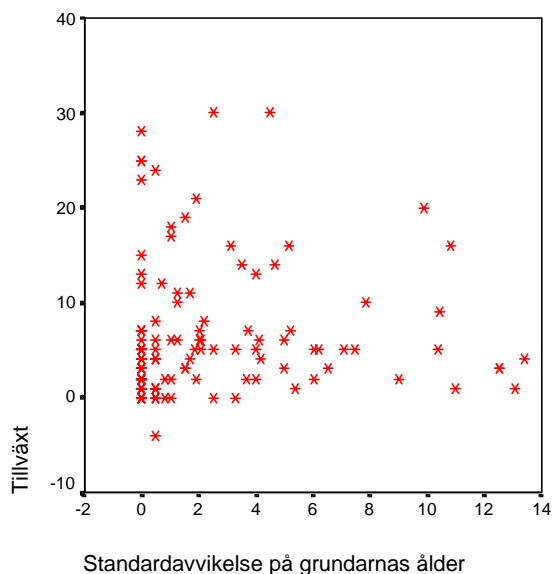
För att undersöka om det finns ett kvadratisk samband med högsta tillväxten för grundare i medelåldern, görs en regression med en andragradsterm. Denna regression, som presenteras i diagram 8.8, ger inte något signifikant samband. Kvadrattermen som erhålls med hjälp av regressionen beror nästan endast på de två företag som grundas av äldre personer och som växt mycket. Kvadrattermen har motsatt tecken mot vad vår teori förutsäger och vi kan därmed förkasta resonemanget att grundare i medelåldern har bäst tillväxt. Då vi inte kunnat förkasta nollhypotesen att det inte finns något samband mellan tillväxt och grundarålder, har vi heller inte hittat något signifikant samband mellan grundarnas ålder och tillväxt.

Att vi inte får fram något samband mellan grundarnas ålder och tillväxt är inte förvånande, då tidigare undersökningar har visat på inkonsekventa resultat. Undersökningar som har visat på ett negativt samband går att finna, liksom de som visat ett positivt samband. Som tidigare nämnts i *kapitel 6 - Hypotesformulering*, finns det både argument för och emot att unga, respektive äldre grundare skulle lyckas bäst. Ur våra resultat kan vi dock dra slutsatsen att ingen av de åldersrelaterade faktorerna är tillräckligt starka för att väga upp de faktorer som ger ett motsatt samband. Inte heller är de tillräckligt starka för att ge upphov till ett signifikant samband.

Även spridningen i ålder hos grundarna har studerats genom följande hypotes.

**Hypotes 2b: Företag där grundarna har stor variation i ålder har bättre tillväxt än övriga företag**

I detta fall har vi studerat hur standardavvikelsen i ålder för varje företag påverkar tillväxten. Standardavvikelsen är det mest använda måttet för variation inom en datamängd och är dessutom ett mått på medelvariationen hos variablerna.



**Diagram 8.11 – Tillväxt i förhållande till standardavvikelse i grundarnas ålder**

Diagram 8.11 visar hur tillväxt och varians i ålder är korrelerade. I diagrammet syns ingen tydlig korrelation, utan tillväxtvärdena är relativt jämnt spridda oberoende av standardavvikelsen på grundarnas ålder. Detta indikerar att det inte borde finnas något samband mellan variation i ålder hos grundarna och tillväxt. Ett korrelationstest bekräftar resonemanget genom att det inte visar någon signifikant korrelation. Det betyder att vi inte kan förkasta nollhypotesen. Därmed har vi inget stöd till hypotesen, att företag där grundarna har stor variation i ålder har bättre tillväxt än övriga företag.

Avsaknaden av en signifikant korrelation är inte heller uppseendeväckande, då vi inte fann något samband mellan medelåldern hos grundarna och tillväxt. Resonemanget som ledde till hypotesen, byggde på att en bra blandning mellan egenskaper som unga, respektive äldre grundare besitter, skulle ge upphov till bättre tillväxt. Delar av teoriansknytningen byggde även på att medelåldersgrundare skulle ha denna kombination och därmed lyckas bättre. Då vi inte fann ett sådant samband, är det logiskt att vi inte heller kunde bevisa något samband för ovanstående hypotes. Den andra bakgrunden till hypotesen var att heterogena team fungerar bättre och skillnad i ålder är en viktig aspekt som ger upphov till olika sätt att tänka och därmed en heterogenitet. Då vi inte ser ett klart samband i detta avseende och inte heller i analysen av den tidigare hypotesen, tyder det på att ålder inte är en avgörande variabel som ger upphov till stora skillnader mellan individer i egenskap av entreprenörer. I detta avseende faller således vår teoretiska utgångspunkt beträffande heterogena team.

***Sammanfattningsvis kan vi fastställa att inga påvisbara samband finns mellan grundarnas ålder och företagets tillväxt. Vi finner inte heller något samband för variationen av ålder i grundarteamet och företagets tillväxt. Detta tyder på att åldern hos grundarna inte är en viktig faktor för hur IT-företag växer i introduktionsfasen.***

## 8.4 Utbildningens påverkan på tillväxten

De ovanstående hypoteserna som vi studerat har främst varit indirekta indikatorer på de kunskaper som grundarna besitter. Vi går nu över till mer konkreta variabler och behandlar den kunskap och de färdigheter som entreprenörerna har. En av de tydligaste indikatorerna på kunskap är längden på utbildning och den behandlas i vår nästa hypotes.

**Hypotes 3:      Ju längre utbildning grundarna har desto bättre tillväxt har företaget**

Det finns inget entydigt sätt att mäta utbildningens längd, då det som studeras är en sammansättning av ett antal individuella utbildningar inom ett grundarteam. Hypotesen har därför operationaliserats på tre olika sätt: grundarnas högsta utbildning, medelutbildning samt medianutbildning som mått på utbildningsnivån. Då utbildningsexamina inte är en intervallskala<sup>154</sup> finns det inget entydigt sätt att beräkna medelutbildningen varför ett utbildningsindex har använts:

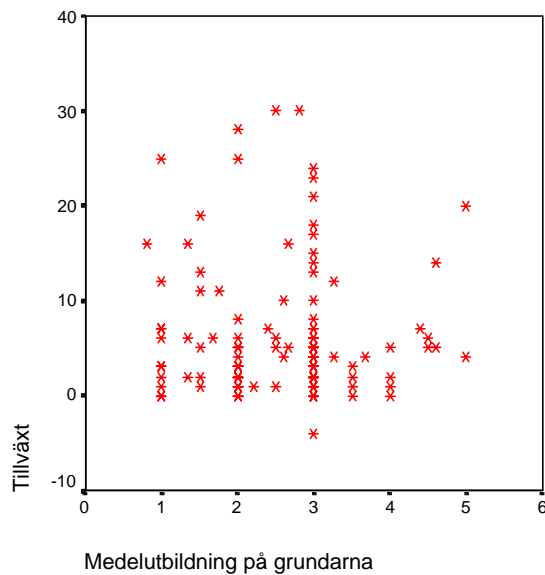
Utbildning	Index
Doktorsexamen	= 5
Licentiatexamen	= 4
Magisterexamen	= 3
Minst 3 år, högsk/univ	= 2
Annan	= 1

**Tabell 8.4 – Utbildningsindex**

De olika operationaliseringarna är alla ett mått på utbildning. Eftersom de ska mäta samma företeelse bör de ha hög korrelation. Utbildningsindex är den operationalisering som har bäst korrelation med de övriga operationaliseringarna (se *bilaga 2:4.1*) och kan därmed anses som det bästa måttet på utbildningens längd hos grundarna. Därför kommer denna variabel att användas i första hand för att testa hypotesen eftersom det är den operationalisering som bör ge bäst validitet.

I diagram 8.12 visas sambandet mellan tillväxt och medelutbildningen hos grundarna. Här kan vi inte utläsa något tydligt samband då datapunkterna inte samlar sig kring någon linje. Ett korrelationstest visar även att det inte finns något tydligt samband, eftersom korrelationen är mycket liten och inte signifikant. Det visar sig dessutom att sambandet är svagt negativt. Då det inte finns några teoretiska stöd för detta samband, är det med största sannolikhet endast ett resultat av de slumpmässiga korrelationer som alltid uppträder vid urval.

<sup>154</sup> Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 1997



**Diagram 8.12 – Tillväxt i förhållande till medelutbildningen hos grundarna**

Korrelationstest för de övriga operationaliseringarna ger, som kan anas i förväg, liknande resultat, det vill säga inget signifikant samband. Det beror på att de tre operationaliseringarna, som nämndes tidigare, är starkt korrelerade till varandra.

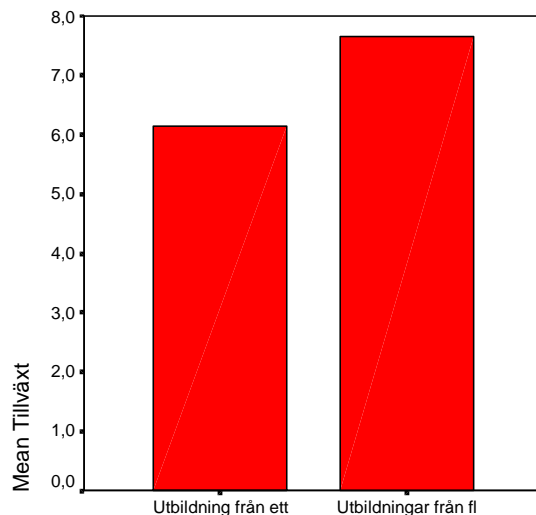
Våra resultat stämmer därmed inte överens med de studier som refererats till tidigare, utan skiljer sig istället markant jämfört med dessa. Detta kan ha sin förklaring i att de flesta studier har studerat flera branscher, och skillnaden i utbildning är då främst mellan de som har någon form av högskoleutbildning och de som saknar den. I studien av IT-företag har vi istället studerat skillnader mellan olika typer av högre utbildning, och har därmed studerat utbildning på ett annorlunda sätt. Det är därmed inte oväntat att resultaten avviker från tidigare studier.

Det kan mycket väl vara så att utbildning är mycket viktigt, men främst upp till en viss nivå. Då de flesta IT-entreprenörer har en hög utbildning har de alla minst denna minimiutbildning som ger dem den grundläggande basen av kunskap, tankeförmåga och självförtroende. Mer utbildning utöver denna nivå ger främst specialiserad kunskap, som eventuellt inte är lika viktig för en entreprenörs framgång. Således ger en högre grad av utbildning inte bättre potential för tillväxt. Däremot är det troligt att en viss utbildning är en förutsättning för att lyckas inom IT-branschen, då en övervägande majoritet har någon högskoleutbildning och de flesta en högskoleexamen inom naturvetenskap eller teknik.

Förutom utbildningens längd har vi även studerat hur grundarnas typ av utbildning påverkar tillväxten. Här har vi fokuserat på hur heterogeniteten hos grundarteamets utbildning påverkar tillväxten vilket formuleras i vår kommande hypotes.

**Hypotes 4:** Företag där grundarna tillsammans har utbildning från mer än ett ämnesområde har bättre tillväxt än företag där alla grundarna har utbildning från samma ämnesområde.

De ämnesområden som använts i undersökningen är teknisk/naturvetenskaplig, ekonomisk, övrig samhällsvetenskaplig och humanistisk utbildning.



Har grundarna utbildning från flera ämnesområden

Diagra

**m 8.13 Medeltillväxt för företag där grundarna har utbildning från endast ett respektive flera ämnesområde.**

I diagram 8.13 ser vi medeltillväxten för företag där grundarna har utbildning från en, respektive flera utbildningsområden. Enligt stapeldiagrammet har företag, som grundas av individer som har utbildning från flera ämnesområden, något högre tillväxt än övriga företag. Dock visas inga markanta skillnader mellan grupperna. Ett t-test av de olika kategorierna visar att skillnaden inte är signifikant. Det går därför inte att hävda att det finns något samband mellan grundarnas ämnesområden och tillväxten. Dock finns det antydningar till att det skulle kunna finnas ett samband, som kunde ha upptäckts om urvalet varit större. En anledning som gör att det är svårt att få ett signifikant resultat för detta samband är att det är en klart större andel företag som har utbildning från endast ett ämnesområde, nämligen naturvetenskaplig/teknisk. Även för de som har mer än en utbildning är det en överrepresentation av ett ämnesområde. De flesta team som har utbildning från mer än ett utbildningsområde har kombinationen teknik/naturvetenskap och ekonomi, vilket visas i diagram 8.14. Detta betyder att det finns en klar korrelation mellan företag med flera utbildningsområden och företag med en grundare med ekonomiutbildning. Denna korrelation är stark och signifikant (se *bilaga 2:4.2*), vilket betyder att när vi studerat samband mellan flera ämnesområden och tillväxt, har vi till stor del mätt på sambandet mellan ekonomiutbildning och tillväxt. Det finns alltså en tydlig koppling mellan ekonomutbildning och antalet ämnesområde. Båda dessa faktorer visar tendens till att påverka tillväxten positivt i vårt urval, men ingen av dem visar något signifikant resultat, så att vi kan bekräfta sambandet.

Då det inte finns något signifikant samband, men råder antydningar till ett, vore det intressant att göra fortsatta studier på området. Då bör man försöka eliminera kopplingen mellan ekonom bland grundarna och flera ämnesområden bland grundarna. Genom att endast mäta på en av variablerna kan man få tydligare utsaga om vilken av variablerna som påverkar.

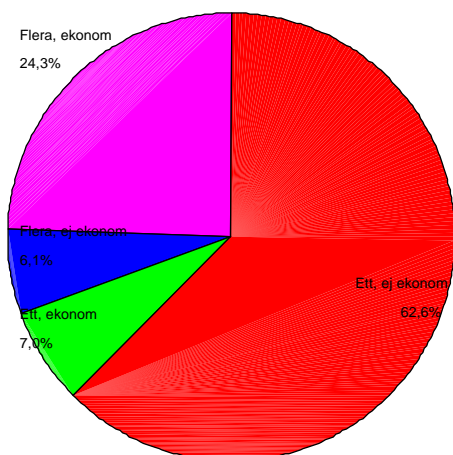


Diagram 8.14 – Diagram som visar hur stor andel av grundarna som har utbildning från en respektive flera utbildningsområden. Diagrammet visar även vilka inom dessa grupper som har minst en ekonom bland grundarna.

*Sammanfattningsvis går det inte att statistiskt säkerställa något samband mellan ett företags tillväxt i introduktionsfasen och den utbildning grundarna hade vid grundartillfället. Denna skillnad gentemot tidigare studier beror sannolikt på att samtliga inom urvalsgruppen har någon form av högre utbildning, vilket inte har varit fallet i tidigare studier. Bland högutbildade grundare inom IT-området är det således marginell skillnad mellan de som har något högre, respektive något lägre utbildning. Angående utbildningsmångfalden hos grundarna och dess påverkan på tillväxt, är det inte möjligt att dra några entydiga slutsatser.*

## 8.5 Påverkan av grundarnas erfarenhet på tillväxten

Entreprenörens tidigare erfarenheter är en konkret variabel som kan mäta den kunskap och de färdigheter entreprenören besitter som påverkar tillväxten hos det nystartade företaget. Vi har därför fyra olika hypoteser som behandlar olika typer av erfarenheter varav den första arbetslivserfarenhet.

**Hypotes 5a:** Företag där någon av grundarna har arbetslivserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har arbetslivserfarenhet.

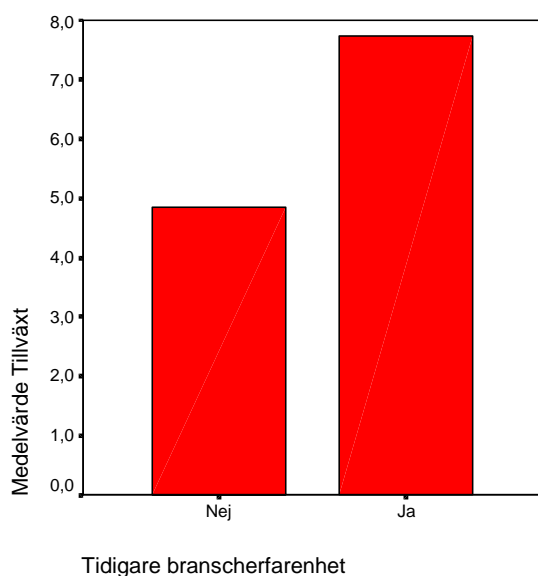
**Hypotes 5b:** Företag där en majoritet av grundarna har arbetslivserfarenhet har bättre tillväxt än övriga företag.

Av de 115 företag som ingår i undersökningen var det bara 7 företag där ingen av grundarna hade mer än två års arbetslivserfarenhet. Det betyder att denna grupp är för liten för att vi ska kunna använda normalfördelningsbaserade statistiska metoder. Urvalet i denna grupp är helt enkelt för litet för att vi ska kunna dra några slutsatser om den fulla målpopulationen beträffande denna hypotes. Dock kan vi dra slutsatsen att företag främst grundas av personer som redan har arbetslivserfarenhet. Även de flesta unga grundare med utbildning har

arbetslivserfarenhet, vilket innebär att de troligtvis har arbetat jämte sina studier eller tidigt hoppat av jobbkarriären för att starta eget företag.

Även om de flesta har tidigare arbetslivserfarenhet, skiljer sig erfarenheterna åt och det finns flertalet specifika erfarenheter som kan påverka entreprenörsteamets förmåga att leda företaget till tillväxt. En av dessa erfarenheter är branscherfarenhet, vilket behandlas i vår andra hypotes om grundarnas erfarenheter.

**Hypotes 6: Företag där någon av grundarna har erfarenhet från företag i samma bransch har tillväxt som avviker från andra företag.**



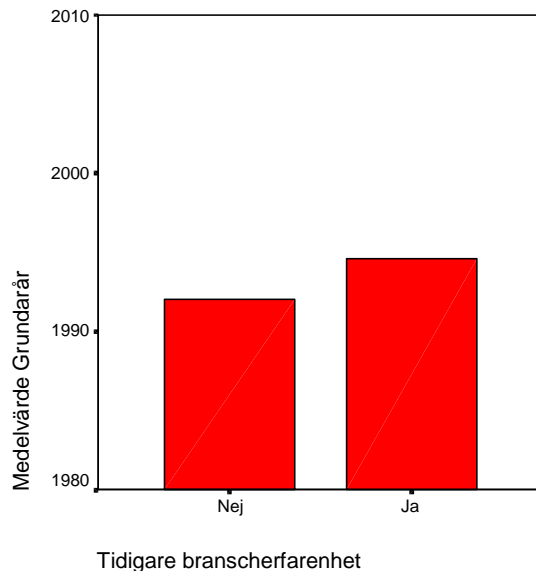
**Diagram 8.15 Medelvärde i tillväxt för företag där en av grundarna har haft tidigare arbetslivserfarenhet från samma bransch respektive företag där ingen av grundarna besatt denna erfarenhet.**

Diagram 8.15 visar skillnaden i medeltillväxt mellan företag där en av grundarna har haft tidigare arbetslivserfarenhet från samma bransch, respektive företag där ingen av grundarna besatt denna erfarenhet. Enligt diagrammet är det relativt tydligt att de företag som har grundare med branscherfarenhet växer bättre än de där ingen av grundarna har branscherfarenhet. Ett t-test visar även att skillnaden är signifikant. Vi kan alltså förkasta nollhypotesen att det inte finns någon skillnad mellan grupperna. Det betyder att vår hypotes, att IT-företag där minst en av grundarna har tidigare branscherfarenhet också har högre tillväxt än företag där ingen av grundarna har branscherfarenhet, kan accepteras.

Vår hypotes var vidare dubbelsidig, eftersom tidigare undersökningar visade på både positiva och negativa samband. Men då IT-branschen är en högteknologisk bransch är det inte förvånande att vi ser ett positivt samband i detta fall. De faktorer knutna till tidigare branscherfarenhet som verkar positivt på tillväxten, är starkare i dylika branscher. Främst är det extra viktigt i en högteknologisk bransch att bygga upp expertis på området och även nätverksbyggandet anses vara mycket viktigt. Den positiva påverkan på tillväxt som avsaknad av branscherfarenhet kan ha, genom att en som kommer in i branschen utifrån har större möjligheter att komma med de verkligen omvälvande idéerna som ger stor tillväxt, är även den svagare inom IT-branschen. Att ha tidigare erfarenheter i denna bemärkelse, betraktas



sålades inte inom IT- branschen som någon nackdel. Det är därför möjligt att säga, att IT-branschens specifika egenskaper motiverar varför vi i detta fall borde hitta ett signifikant samband mellan branschfarenhet och tillväxt, trots att detta samband inte har visat sig gälla generellt inom alla branscher i tidigare studier.



**Diagram 8.16** Medelvärde för grundarår för företag där någon har tidigare bransch erfarenhet och företag där ingen av grundarna har det.

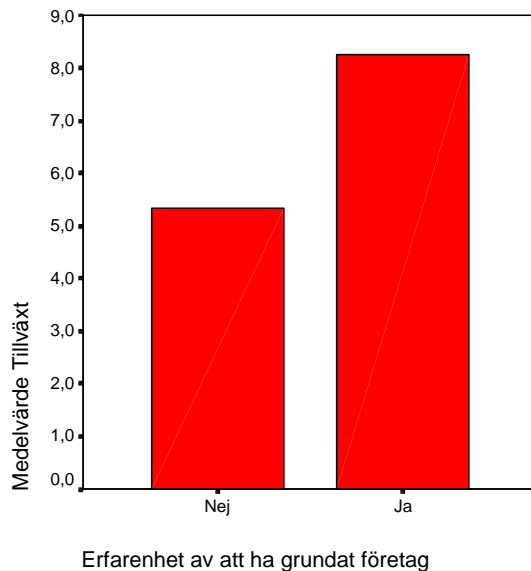
Eftersom bakgrundsvariabeln grundarår, enligt tidigare resonemang påverkar tillväxten tydligt, måste det kontrolleras att det inte finns något samband mellan denna variabel och branschfarenhet. Som diagram 8.16 antyder har företag med grundare med branschfarenhet grundats senare. Denna skillnad är även den signifikant. Då både grundarår och branschfarenhet kovarierar, är det möjligt att det i själva verket bara är en av dem som påverkar tillväxten. Detta skulle innebära att den andra variabeln endast visar ett falskt samband med tillväxt, eftersom den endast påverkar tillväxten indirekt genom den första variabeln. Korrelationskoefficienten mellan tillväxt och grundarår, branschfarenhet och tillväxt, samt branschfarenhet och grundarår är alla nästan lika stora. Därför är det troligt att det bara är en av variablerna branschfarenhet och grundarår som påverkar tillväxten direkt.

Sambandet mellan grundarår och tidigare branschfarenhet är inget oväntat. Då IT-branschen är relativt ung, innebar detta att det inte fanns så många individer med branschfarenhet de åren vi studerat. I detta avseende påverkar alltså grundaråret hur många individer som har branschfarenhet, vilket i sin tur påverkar tillväxten.

Det går också att omvänt argumentera för att det är utvecklandet av branschen, som har gjort att det under senare år är lättare för företag att uppnå tillväxt. Detta ger också upphov till att det är lättare att skaffa sig erfarenhet från branschen. För att undersöka om det är branschens mognadsstadium som är avgörande för tillväxten, vore det intressant att fortsätta forskningen genom att jämföra tillväxten i olika branscher vid olika mognadsstadier. På samma sätt vore det intressant att göra om en liknande studie som denna vid ett senare tillfälle, då IT-företag kan studeras i ett stadium, där grundaråret inte påverkar hur många som har tidigare branschfarenhet.

Vår nästa hypotes behandlade även den, tidigare erfarenheters påverkan på tillväxt, men denna gång berörande erfarenhet från att tidigare ha startat upp företag.

**Hypotes 7: Företag där någon av grundarna har tidigare erfarenhet av att starta upp ett företag har bättre tillväxt än övriga företag.**



**Diagram 8.17** Medeltillväxt för företag där en av grundarna har tidigare erfarenhet av att ha startat upp ett företag och för företag där ingen av grundarna har denna erfarenhet.

Diagram 8.17 visar skillnaden i genomsnittlig tillväxt för företag där en av grundarna har tidigare erfarenhet av att ha startat upp ett företag och för företag där ingen av grundarna har denna erfarenhet. Diagrammet visar en tydlig skillnad i tillväxt mellan de två olika grupperna. Ett t-test bekräftar även skillnaden genom att visa att den är signifikant. Hypotesen kan därmed accepteras, vilket innebär att företag där någon av grundarna har erfarenhet av att starta upp företag har större sannolikhet att växa än andra företag.

Resultaten visar här tydligt skillnaden mellan de förhållande som gäller i IT-branschen gentemot vad som gäller generellt i alla branscher. Vi valde en ensidig hypotes, trots att tidigare undersökningar inte visare något entydigt resultat, eftersom vi ansåg att det fanns en avgörande skillnad mellan IT-branschen och övriga branscher. Vårt resonemang visade sig rätt genom det signifikanta resultat vi fått fram. Det positiva sambandet tyder på att det är korrekt att påstå att det är få som startar företag inom IT-branschen, efter att ha misslyckats tidigare, och att det är vanligare med "superentreprenörer" vid uppstartanden av företag i denna bransch.

Detta resultat testades, för att se om grundaråret påverkar i sammanhanget. En sådan kontroll visar att grundaråret korrelerar med erfarenhet av tidigare företagsetablering. Skillnaden är signifikant, även om korrelationen inte är speciellt stark och klart mindre tydlig än mellan branscherfarenhet och grundarår. I motsats till korrelationen mellan branscherfarenhet och grundarår, finns det här ingen logisk förklaring till sambandet.

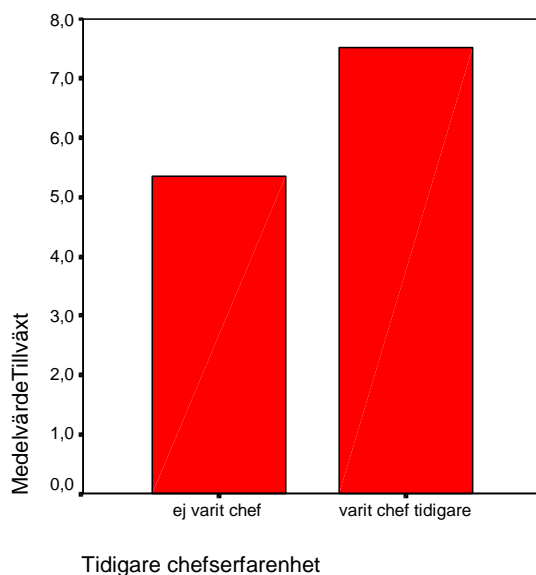
Om korrelationen studeras mellan branschfarenhet och erfarenhet av att starta upp företag, finner vi en relativt stark korrelation mellan dessa, vilket skulle kunna innebära att grundaråret indirekt påverkar erfarenhet av tidigare företagsetablering genom variabeln tidigare branschfarenhet. Detta samband kommer troligtvis från att de flesta som startar flera företag, startar alla dessa företag i samma bransch. Det betyder att det därmed blir en relativt stark korrelation mellan dessa två variabler.

Den sista hypotesen som testas är knuten till tidigare ledarerfarenheter.

**Hypotes 8: Företag där någon av grundarna har tidigare chefserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har tidigare chefserfarenheter.**

Enligt diagram 8.18, har företag där någon har erfarenhet av att ha varit chef tidigare bättre tillväxt än övriga företag. Ett t-test visar dock att skillnaden inte är signifikant. Således kan ingen klar utsaga göras om stöd för vår hypotes. Skillnaden mellan de testade grupperna är dock relativt stor, samt i närheten av att vara signifikanta, vilket innebär att det finns stora möjligheter att det verkligen finns ett samband. Sambandet är dock inte starkt nog för att ge signifikanta resultat i vårt urval. Det skulle därför vara intressant med fler studier av denna variabel, med om möjligt större urval för att kunna utröna om det finns något signifikant samband mellan dessa variabler.

Tidigare undersökningar har även gett liknande resultat då det har varit en blandning mellan signifikanta och ej signifikanta resultat. Vårt resultat, vilket tyder på ett samband men inget klart stöd kan ges, ligger därför i linje med tidigare resultat. Det finns inte heller några tydliga skillnader mellan IT-branschen och övriga branscher när det gäller ledarskap och därför bör resultaten vara liknande. Därmed tyder det på att det finns ett samband mellan tidigare chefserfarenhet och bättre tillväxt, men sambandet är inte tillräckligt starkt för att det ska uppträda i alla undersökningar.



**Diagram 8.18** Medeltillväxt för företag där en av grundarna har tidigare chefserfarenhet och för företag där ingen av grundarna har denna erfarenhet.

*Sammanfattningsvis finns ett signifikant samband mellan tillväxt och tidigare bransch erfarenhet. Sambandet korrelerar dock med variablerna företagsgrundarerfarenhet och företagets grundarår. Detta betyder att vi inte med säkerhet kan säga att det finns ett orsakssamband mellan bransch erfarenhet och tillväxt. Det kan i själva verket vara så, att det endast är ett indirekt samband genom korrelationen med företagsgrundarerfarenhet och grundarår som ger det signifikanta sambandet och att det verkliga orsakssambandet är att tillväxten ökar på grund av IT-branschens kontinuerliga mognad. Då det finns teoretisk grund till att det borde finnas ett samband mellan tillväxt och tidigare bransch erfarenhet, är det dock troligast att det verkligen finns ett orsakssamband.*

*Företag där någon grundare har tidigare erfarenhet av att ha grundat företag visar signifikant bättre tillväxt än andra företag. Då företagsgrundarerfarenhet även korrelerar med bransch erfarenhet och grundarår, medför det liknande implikationer som för variabeln bransch erfarenhet. Tidigare chefserfarenhet hos grundarna ger ingen signifikant bättre tillväxt, även om det är möjligt att urskilja att tendensen finns.*

## 8.6 Sammanfattning av resultat

	<b>Variabel</b>	<b>Hypotes</b>	<b>Resultat</b>
1a	Antal grundare	Företag med flera grundare har bättre tillväxt än företag med en grundare	Ej signifikant skillnad
1b	Antal grundare	Ju fler grundare ett företag har desto bättre är tillväxten	Signifikant samband
2a	Grundarnas ålder	Det finns ett samband mellan grundarnas ålder och företagets tillväxt	Ej signifikant samband
2b	Åldersvarians	Företag där grundarna har stor variation i ålder har bättre tillväxt än övriga företag	Ej signifikant skillnad
3	Utbildning	Ju längre utbildning grundarna har desto bättre tillväxt har företaget	Ej signifikant samband
4	Ämnesområde för utbildning	Företag där grundarna tillsammans har utbildning från mer än ett ämnesområde har bättre tillväxt än företag där alla grundarna har utbildning från samma ämnesområde.	Ej signifikant skillnad
5a	Arbetslivserfarenhet	Företag där någon av grundarna har arbetslivserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har arbetslivserfarenhet.	För lite data - inget resultat
5b	Arbetslivserfarenhet	Företag där en majoritet av grundarna har arbetslivserfarenhet har bättre tillväxt än övriga företag.	För lite data - inget resultat
6	Bransch erfarenhet	Företag där någon av grundarna har erfarenhet från företag i samma bransch har tillväxt som avviker från andra företag.	Positivt signifikant avvikelse - korrelerar med grundarår & grundarerfarenhet
7	Grundarerfarenhet	Företag där någon av grundarna har tidigare erfarenhet av att starta upp ett företag har bättre tillväxt än övriga företag.	Signifikant skillnad - korrelerar med grundarår & bransch erfarenhet
8	Chefserfarenhet	Företag där någon av grundarna har tidigare chefserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har tidigare chefserfarenheter.	Ej signifikant skillnad
<b>Bakgrundsvariabel</b>			
	Företagets grundarår		Signifikant samband
	Nationalitet		Ej signifikant skillnad

**Tabell 8.1 – Sammanställning av erhållna resultat**

## 9 Slutsatser & diskussion

---

*Vi kommer här att presentera våra empiriska slutsatser och föra en diskussion kring slutsatsernas giltighet i förhållande till teorin. Vi kommer också att presentera några tankegångar kring vad som hade kunnat göras annorlunda.*

---

### 9.1 Empiriska slutsatser

Det är möjligt att identifiera många olika faktorer som har en påverkan på hur mycket ett företag växer. Med hjälp av uppsatta hypoteser har ett flertal egenskaper hos entreprenören studerats, som individuellt eller sammansatta i team kan tänkas påverka tillväxten. Av de hypoteser vi ställt upp har några av dem fått stöd av vår statistiska undersökning.

Vi har funnit ett signifikant positivt samband mellan antalet grundare och tillväxt, vilket innebär att ju fler grundare som ingår i teamet desto bättre tillväxt har företaget i introduktionsfasen. Till detta resultat finns stöd i teorin som säger att ett team skapar en heterogen samling av egenskaper som kompletterar varandra och har bättre förutsättningar att lyckas än vad en ensam grundare har. Resultatet stämmer även väl överens med tidigare resultat gjorda på andra branscher, vilket tyder på att IT-branschen inte är unik i detta avseende. Det positiva sambandet tillsammans med att vår urvalsgrupp var naturligt begränsad till små team, gjorde att det var svårt att finna ett optimalt antal grundare för bästa tillväxt.

Trots det positiva sambandet fanns det emellertid ingen signifikant skillnad mellan företag som grundats av en grundare och de som grundats av flera. Med den antalsmässiga definitionen av team, som ges i teoriavsnittet, går det inte att finna några resultat som visar att team ger upphov till bättre tillväxt än enskilda grundare. Med en annan definition hade vi kunnat förvänta oss ett positivt samband, då resultaten tyder på, vilket nämndes ovan, att de positiva effekterna med team ökar gradvis med antalet medlemmar. Att heterogeniteten bland grundarnas egenskaper påverkar tillväxten positivt har därför inte gett tillräckligt signifikanta resultat i denna undersökning, varvid vi inte kan göra någon klar utsaga beträffande dess påverkan. Då heterogenitet kan studeras utifrån många dimensioner genom att mäta många olika variabler, kan vi konstatera att tillräckligt många inte har studerats för att kunna dra en klar slutsats om detta område. Heterogeniteten skulle därför vara intressant att studera vidare.

Ytterligare signifikanta samband har med tidigare erfarenhet att göra. Vi fann här att företag, där någon av grundarna har arbetat i samma bransch tidigare samt företag där någon av grundarna har erfarenhet av att starta upp företag har bättre tillväxt än övriga företag. I båda dessa fall syns tydliga skillnader mellan IT-branschen och övriga branscher som studerats. Tidigare undersökningar beträffande de båda variablerna har visat både positiva och negativa samband. Att branscherfarenhet i denna undersökning visat sig ha betydelse för tillväxten kan bero på IT-branschens specifika förutsättningar, vilka ställer krav på en viss expertis inom området samt värdesätter ett tidigare utbrett nätverk. Tidigare undersökningar understryker vikten av att helt nya aktörer träder in på marknaden med nya idéer. I denna bemärkelse skulle det således vara till nackdel med tidigare branscherfarenhet, vilket vi inte anser vara fallet med IT-branschen då branschen fortfarande är relativt ung och därmed saknar fastlagda normer över hur saker och ting bör utföras.

Även i det andra fallet, som berör erfarenheten från att ha grundat företag tidigare, är tidigare undersökningar inte entydiga. Vårt erhållna positiva samband tyder på att det är korrekt att påstå att det är få som startar företag inom IT-branschen efter att ha misslyckats tidigare. Resultaten från denna bransch tyder istället på att det är relevant att tala om den så kallade ”superentreprenören”, som startar upp ett framgångsrikt företag för att sedan gå vidare till att starta upp ett annat.

De båda nämnda erfarenheterna, branschfarenhet och grundarerfarenhet, korrelerar även med företagets grundarår. Starkast korrelation har branschfarenhet, vilket visar att det är vanligare med dessa erfarenheter ju senare företaget grundas. Detta gör att även grundarår får en signifikant positiv korrelation med tillväxt, vilket leder till att företag som bildas senare har en bättre tillväxt. Det kan även vara så att grundarårets positiva korrelation inte endast är en orsak av korrelationen med erfarenheterna. Det kan istället förklaras av att miljön, som IT-företagen verkar i, har förändrats med åren och därmed gjort det lättare för företag att växa med tiden. Dock visar resultaten att det ekonomiska läget, under den tid som företaget studerades, inte har någon inverkan, det vill säga att konjunkturer inte påverkar företags tillväxtmöjligheter.

Övriga hypoteser har inte fått empiriska stöd, då de inte visat signifikanta resultat.

De statistiska metoderna medför dock att det aldrig går att bevisa att ett samband inte existerar. Det kan därför fortfarande finnas ett samband, men detta är i så fall troligtvis förhållandevis svagt, åtminstone svagare än de samband som ger signifikanta resultat.

För det stora flertalet av våra inte accepterade hypoteser har vi inte upptäckt något tydligt samband i våra urvalsdata som stämmer överens med hypoteserna. Förutom de accepterade hypoteser som behandlades ovan, har vi dock i tre fall sett samband som följer våra hypotesers utsagor och där korrelationen är relativt stark, men där resultatet inte är signifikant. Dessa hypoteser är att företag där grundarna har tidigare chefserfarenhet, högre ålder samt utbildning från flera ämnesområden har bättre tillväxt än andra företag. I dessa fall finns alltså antydningar till att hypoteserna trots allt stämmer, men på grund av vårt begränsade urval inte ger ett signifikant resultat. Eftersom resultaten inte är signifikanta kan vi inte säga något om hypotesernas korrekthet, då det är möjligt att sambanden endast beror på vårt slumpmässiga urval. I dessa fall vore det intressant att göra fortsatta studier med ett, om möjligt, större urval för att se om hypoteserna stämmer.

För hypoteserna beträffande bättre tillväxt hos företag med större åldersspridning och högre utbildningsnivå hos grundarna samt grundare i medelåldern, har vi inte funnit några samband som är starkare än vad som kan förväntas vid en ren slumpmässig korrelation. Det finns alltså inga som helst bevis i vår undersökning för att dessa hypoteser stämmer.

Åldern verkar inte heller ha någon avgörande betydelse för tillväxt, då den enda tendens som upptäckts i denna undersökning, att äldre grundare möjligtvis lyckas bättre, enkelt kan förklaras med att äldre personer besitter fler erfarenheter. Därmed är det erfarenheterna i sig och inte åldern som är avgörande. Åldern verkar således inte heller vara en egenskap som är avgörande för teamets heterogena fördelar. Att variablerna beträffande ålder inte har någon påverkan stämmer också väl överens med tidigare undersökningar då dessa inte har visat entydiga resultat.

Då vi funnit samband mellan olika erfarenheter och tillväxt men inte mellan utbildning och tillväxt är vår slutsats att tidigare erfarenheter hos grundarna påverkar tillväxten hos IT-

företag mer än utbildning. I nästan samtliga fall svarade respondenterna att de hade någon form av universitetsexamen. Att hög utbildning är en vanlig egenskap inom branschen, kan därför vara en rimlig anledning till att det inte har bevisats ha någon påverkan på tillväxt, till skillnad från tidigare undersökningar. Dock uppfattas utbildningen som en väsentlig faktor i sammanhanget och troligtvis nödvändig för att lyckas inom denna kunskapsintensiva bransch.

Vidare bör det hållas i åtanke att entreprenörskap inte anses vara något som kan läras genom formell utbildning. Det är snarare medfödda egenskaper som driftighet och mod som skapar en entreprenöriell talang samt lärdom från tidigare erfarenhet, vilket kan vara en anledning till att erfarenheter har bevisats påverka tillväxten mer än utbildning. En intressant fråga är om det rent av är möjligt att utbilda sig till entreprenör och hur man på bästa sätt slår mynt av en intressant idé. Ett tips för eventuella entreprenörsutbildningar är att utveckla ett system för mentorskap där tidigare erfarenheter kan komma till användning.

De faktorer som enligt vår undersökning påverkar tillväxten kan dock långt ifrån förklara alla variationer mellan företagen. Korrelationsfaktorerna är relativt små och de förklarar maximalt 20 till 30 procent av variationerna. Det beror på att det finns flera olika faktorer som påverkar tillväxten hos ett företag och alla tillsammans avgör tillväxten. Detta medför också att det är svårt att undersöka området och få fram signifikanta resultat. Det kan därför finnas fler hypoteser av samma karaktär som är ytterst relevanta att testa utöver de vi fått signifikanta resultat för. Vi kan dock dra slutsatsen att de resultat vi fått fram är de mest avgörande när det gäller entreprenörernas påverkan på tillväxt.

## 9.2 Teoretiska implikationer

Då intresset redan inledningsvis låg hos entreprenören och dess betydelse för etableringar av IT-företag, föll det sig naturligt att göra en studie av dessa företag under deras introduktionsfas och under ingången till tillväxtfasen. Det är nämligen under denna tidsperiod, som vi för övrigt definierade som tre år, som stor fokus och betydelse läggs på entreprenören och dess egenskaper. Under denna period av livscykeln är också de flesta företagen små, vilket är anledningen till att vi under undersökningens gång har utgått från teorier som berör småföretag. Vårt urval gjordes efter en teoretisk definition av småföretag och begränsades sedan ytterligare till företag som under de tre första åren visade på tillväxt. Målgruppsföretagen anpassades till att benämnas små tillväxtföretag, vilket också innebar förväntningar om att företagen skulle växa ytterligare, och så småningom lämna gruppen småföretag och träda in i en ny fas i livscykeln. Då detta inträffar bör det hållas i åtanke att de flesta av våra teoretiska utgångspunkter och de resultat och empiriska slutsatser, som vi kommit fram till, därmed blir irrelevanta.

Nya definitioner av begrepp berörande företag och tillväxt, måste göras efter hand som företaget växer och träder in i en ny fas, för att kunna göra en giltig analys av företagets vidare tillväxtmöjligheter. Om undersökningarna fortsätter att utgå från ett resursbaserat perspektiv är det också viktigt att hålla i åtanke hur entreprenörens roll förändras. Entreprenören betraktas i introduktionsfasen, som företagets viktigaste resurs. Rollen ändras dock när företaget växer och mognar. Den fas i livscykeln som företaget befinner sig i, blir då avgörande för om entreprenörernas egenskaper fortfarande är relevanta att undersöka. Fokuset borde kanske istället ligga på hur managern driver företaget i mognadsfasen eller hur företagets ledarskap påverkar företagets fortsatta överlevnad och framgång.



För att koppla ovanstående resonemang till våra empiriska resultat kan vi konstatera att dessa med största sannolikhet hade varit annorlunda om företagen hade varit större och mer mogna. Det väsentliga i att exempelvis ha tidigare branscherfarenheter blir inte längre aktuellt då alla grundare och företagsledare uppnår en viss erfarenhet efterhand som företaget växer och utvecklas. Inte heller erfarenheter från att tidigare ha grundat företag anses vara väsentligt då företaget har lämnat denna fas bakom sig. Med denna diskussion vill vi poängtera hur periodanknuten vår undersökning är samt hur viktigt det är att hålla i åtanke att förutsättningarna förändras om studierna önskas utvidgas till att även omfatta företagens vidare tillväxt och utveckling. Samma resonemang kan även användas för att diskutera om de utvalda egenskaperna hade lika stor inverkan på tillväxt för 20 år sedan. Andra förutsättningar kan exempelvis ha gjort ledarskapsfarenheter väsentliga vid denna tid, medan tidigare branscherfarenheter möjligen inte spelade lika stor roll. Detta bör tas i beaktande då resultaten analyseras, eftersom en del av de studerade företagen grundades för mellan 15 och 20 år sedan. Vissa faktorer som var viktiga för 15 till 20 år sedan, kan därför visa större påverkan på tillväxten i vår studie än vad de har på nystartade IT-företag idag. Dock är det svårt att utröna vilka dessa faktorer kan tänkas vara.

Genomgående i vår uppsats har vi valt att studera hur entreprenören och dennes egenskaper påverkar företagets tillväxt utifrån ett resursbaserat synsätt. Entreprenörernas individuella karaktäristik är av betydelse vid formandet av framgångsrika resurser. Vi ser därmed entreprenören, som en väsentlig human resurs för företagets överlevnad och utveckling i introduktionsfasen. Detta har bevisats empiriskt i föreliggande uppsats, då vi har format och testat en rad hypoteser berörande olika egenskapers påverkan på tillväxt. I tre av åtta fall fann vi signifikanta samband, vilket vi anser vara tillräckligt för att bevisa entreprenörens betydelse för ett IT-företag i introduktionsfasen.

Hur starka man kan betrakta de entreprenöriella resurserna i konkurrens- och efterfrågesammanhang, är vidare beroende av dess sammansättning. Den resursbaserade skolan menar att en specifik kombination av individuella egenskaper, ger en unik heterogenitet till de humana resurserna, vilket skapar speciella förutsättningar som gör dem orörliga och därmed också svårkopierbara. Detta skapar goda möjligheter för framgång och därmed också för tillväxt. Dessa heterogena fördelar uppnås lättast i team, där varje enskild individ har möjlighet att bidra med sina specifika egenskaper till skapandet av en unik kombination. Om urvals företagen i vårt fall har uppnått denna unika heterogenitet är svårt att avgöra, då endast ett par utvalda egenskaper undersöktes och majoriteten av dessa inte antydde några samband. Det empiriska resultatet att fler antal grundare ökar tillväxten antyder dock att teamens heterogenitet spelar en roll i sammanhanget.

Med utgångspunkt från de egenskaper som verkligen studerades, bör ett entreprenörsteamets sammansättning i ett IT-företag, enligt våra empiriska slutsatser, uppfylla en rad kriterier för att ha bästa möjliga förutsättningar att nå tillväxt. Teamet bör bestå av någon individ som har tidigare erfarenheter från att ha varit verksam inom branschen. Även tidigare erfarenheter från att ha grundat företag har påvisats ha positiv påverkan på tillväxt. Dessutom spelar antalet grundare en viktig roll, då fler grundare bevisats ge bättre tillväxt utan att direkt säga vilket antal som är det optimala. Dessa förutsättningar bör tas i beaktande redan i företagets planeringsprocess, då det är i detta skede som medlemmarna till teamet rekryteras.

Av de tre olika sätt som teamets formande kan ske utifrån, finns det anledning att tro att det mest förekommande sättet i vårt fall, är att teamen har uppstått genom tidigare relationer, vilket även antydde i vissa enkätsvar. Då formandet ofta sker genom tidigare relationer är det

inte säkert att grundarteamet alltid besitter den blandning av kunskaper och erfarenheter som är optimala för företagets möjlighet att lyckas. Eftersom IT-branschens kunskapsintensiva förutsättningar förutsätter en viss kunskapsnivå finns det dock även anledning att förutsätta att individernas expertis också har varit en viktig faktor då teamen grundades.

Vårt resonemang kring formandet av entreprenöriella team skulle kunna bestyrkas om frågor hade konstruerats i enkäten för att behandla just detta. Dock valde vi att inte behandla ämnet i vår enkät, då inga tidigare undersökningar uttryckligen bevisar att sättet som teamet formas på har en påverkan på tillväxt. Vad som emellertid kan konstateras från tidigare teoriavsnitt är att en positiv upplevd kemi mellan individer är en viktig aspekt i sammanförandet, vilket leder till teameffektivitet i form av ömsesidigt förtroende, integrering och bättre förutsättningar för gott samarbete. Dessa faktorer kan indirekt anses påverka tillväxten, men är fortfarande alltför abstrakta för att kunna mätas.

### 9.3 Diskussion kring det teoretiska angreppssättet

Något som bör tas upp till diskussion är i hur stor utsträckning tidigare undersökningar kan användas för utvecklandet av våra hypotesformuleringar. Ett par faktorer kring undersökningarna går att identifiera som skapar tvetydighet. Definitioner av begrepp skiljer sig mellan undersökningarna, exempelvis är forskarna något oense om tillväxt bör mätas i antalet anställda eller i omsättning. Även det faktum att antalet företag i urvalsgrupperna var starkt varierande i de olika undersökningarna, påverkar även jämförbarheten mellan resultaten. Urvalen har gjorts inom olika branscher, vilket ger anledning att tro att resultaten till viss mån också har varit branschspecifika. Detta gör att man kan förvänta sig skillnader, då resultaten från tidigare undersökningar jämförs med föreliggande undersökning berörande IT-branschen, vilket vi också fick bekräftat.

Detta bör, av ovan nämnda skäl, hållas i åtanke då slutsatser från tidigare undersökningar används som en teoretisk utgångspunkt för liknande undersökningar, således även i vårt fall. Dock är det värt att nämna att syftet med Storeys och Cooper & Gimonos sammanfattningar av undersökningar, var att finna generella mönster som kunde användas för vidare studier inom samma område. Detta syfte anser vi också vara uppfyllt, vilket är anledningen till att vi, trots ovan nämnda implikationer, använder dessa studier för att bygga upp ett eget resonemang kring hypoteserna.

Ovan nämnda implikationer för oss vidare in på hur vår undersökningsmetod hade kunnat göras annorlunda. För att öka undersökningens trovärdighet hade det exempelvis varit relevant att mäta tillväxt i både anställda och omsättning. En annan möjlighet att höja slutsatsernas giltighet är att använda sig av både absoluta och relativa tillväxtmått. Det finns dock en risk att det relativa måttet blir något missvisande för små företag, vilket var anledningen till att vi inte ansåg att det vara användbart i vår undersökning. Vi övervägde även att ingående studera varje undersökning som ingick i de använda sammanfattningarna. På så sätt hade vi kunnat bedöma varje undersökningens enskilda bidrag och därmed också avgöra dess giltighet som jämförelseobjekt för vår studie. Dock såg vi alternativet som alltför tidskrävande och svårigenomförbart.

Då vi i vår undersökning har utgått från att studera entreprenören och hur dennes individuella egenskaper kan tänkas påverka tillväxten, har vi medvetet valt att utesluta en rad andra faktorer som genom tidigare undersökningar också har bevisats påverka tillväxten. Storey presenterar exempelvis tre påverkande huvudkomponenter, där entreprenören bara är en del

(se *kapitel 3.3 – Tillväxt och småföretagande*). De övriga två, företagets strategi och företagets karaktär, påverkar därför också företagets tillväxt i olika stora utsträckningar, vilket bör tas i beaktande då våra resultat beträffande entreprenören analyseras. Som nämndes i teoriavsnittet bör de tre komponenterna studeras som tre integrerade delar, vilket i vårt fall uppfattades som alltför komplext och omfattande. Att företagets strategier och karaktäristiska drag påverkar tillväxten är något som inte bör förbises. Dessa faktorer kan om de samvarierar med någon av de undersökta variablerna indirekt ha påverkat våra resultat och således också våra slutsatser. Att företagets karaktäristik och strategi påverkar tillväxten syns även i våra resultat då entreprenörens påverkan endast förklarar en del av variationen i tillväxt mellan företagen. Genom att endast studera en bransch har dock påverkan från dessa faktorer minimerats då företagets karaktäristik och strategi bör vara mer lika inom en bransch än mellan två olika branscher. Det bör även hållas i åtanke att inte alla egenskaper, beträffande entreprenören, som Storey identifierar som påverkande, har tagits upp i föreliggande studie. För att få en bättre bredd och insikt i samtliga faktorer som anses påverka tillväxten, är därför ett förslag till vidare studier att inkludera fler faktorer samt studera samtliga av Storeys komponenter.

# Källförteckning

- Adizes, I, *Ledarskapets fallgropar*, Liber, 1994
- Andersen, I, *Den uppenbara verkligheten: val av samhällsvetenskaplig metod*, Studentlitteratur, 1998
- Andersson, S, *Det växande företaget*, Studentlitteratur, 2001
- Ballmann, K, *Elementary Statistics*, Macalester College, 1997
- Beaver, G, *Small Business, Entrepreneurship and Enterprise Development*, Pearson Education Ltd, 2002
- Befring, E, *Forskningsmetodik och statistik*, Studentlitteratur, 1994
- Birley, S & Stockley, S, "Entrepreneurial Teams and Venture Growth", Sexton, D & Landström, H, *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*, s. 287-307, Blackwell Publishers Ltd, 2000
- Bjerke, B, *Att skapa nya affärer*, Studentlitteratur, 1989
- Bjerke, B & Hultman, C, *Entrepreneurial Marketing*, Edward Elgar Publishing Ltd, 2002
- Bridge, S, O'Neil, K & Cromie, S, *Understanding Enterprise, Entrepreneurship & Small Business*, Macmillan Press Ltd, 1998
- Bryman, A, *Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning*, 1997
- Brynell, K & Davidsson, P, *Det nya småföretagandet*, Research Report, 1989
- Burns, P, *Entrepreneurship and Small Business*, Palgrave, 2001
- Cooper, A.C & Daily, C.M, "Entrepreneurial Teams", Sexton, D & Smilor, R, *Entrepreneurship 2000*, s. 127-150, Upstart Publishing Company, 1997
- Cooper, A. & Gimeno G, "Entrepreneurs, Processes of Founding and New-Firm Performance", Sexton D & Kasarda, J, *The State of the Art of Entrepreneurship*, s 301-340, PWS-Kent, 1992
- Dahmström, H, *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, Studentlitteratur, 2000
- Dale Meyer, G & Heppard, K, *Entrepreneurship as Strategy – Competing on the Entrepreneurial Edge*, Sage Publications Inc, 2000
- Davidsson, P, *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*, EFI, 1989

- Davidsson, P, Delmar, F & Wiklund, J, *Tillväxtföretagen i Sverige*, SNS Förlag, 2001
- Davidsson, P & Wiklund, J, “Conceptual and Empirical Challenges in the Study of Firm Growth”, Sexton, D & Landström, H, *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*, s. 26- 44, Blackwell Publishers Ltd, 1997
- Eriksson, S, *Statistisk undersökningsmetodik*, Studentlitteratur, 1978
- Francis D.H & Sandberg, W.R, “Friendship Whithin Entrepreneurial Teams and Its Association with Team and Venture Performance”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2000, Vol 15, No 3
- Grant, R, *Contemporary Strategy Analysis*, Blackwell Publishers, 1998
- Halvorsen, K, *Samhällsvetenskaplig metod*, Studentlitteratur, 1992
- Hambrick, D, Cho, T & Chen, M-J, “The Influence of Top Management Team Heterogeneity on Firms´ Competitive Moves”, *Administrative Science Quarterly*, 1996, Vol 41, No 4
- Holme, I.M & Solvang, B.K, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Studentlitteratur, 1997
- Hope Pelled, L, “Demographic Diversity, Conflict, and Work Group Outcomes: An Intervening Process Theory”, *Organization Science*, 1996, Vol 7, No 6
- Jerneck, M, *Integration och utveckling i Öresundsregionen – möjligheter och utmaningar*, Lunds Universitet, 1999
- Kamm, J.B, ”Entrepreneurial Teams in New Venture Creation: A Research Agenda“, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 1990, Vol 14, No 4
- Katzenbach, J & Smith, D, *The Wisdom of Teams*, McKinsey & Company, 1993
- Körner, S & Wahlgren, L, *Praktisk statistik*, Studentlitteratur, 2002
- Körner, S & Wahlgren, L, *Statistisk dataanalys*, Studentlitteratur, 2002
- Landström, H, *Entreprenörskapets rötter*, Studentlitteratur, 2000
- Lechler, T, Social Interaction: A Determinant of Entrepreneurial Team Venture Success, *Small Business Economics*, 2001, Vol 16, No 4

- Nordic Council, The, *The Information and Communication Technology Sector in the Nordic Countries*, 1998
- Olson, B. "Sveriges Gaseller fortsätter att springa", *Dagens Industri*, 15 oktober, 2002
- Patel, R & Davidsson, B, *Forskningsmetodikens grunder – Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*, Studentlitteratur, 1994
- Penrose, E, *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford University Press, 1995
- Petterson, G., *Att skriva rapporter*, Lunds Universitet, 1997
- Storey, D.J, *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, 1994
- Turner, M, *Groups at Work – theory and research*, Lawrence Erlbaum Associates, 2001
- Vyakarnam, S, Jacobs, R & Handelberg, J, "Exploring the Formation of the Entrepreneurial Teams: The Key to Rapid Growth Business", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 1999, Vol 6, No 2
- Wiedersheim-Paul, F & Eriksson L.T, *Att utreda forsknings och rapporter*, 1997

## Elektroniska Källor

- Konjunkturinstitutet, "En ny konjunkturindikator baserad på KI:s Konjunkturbarometer"  
<http://www.konj.se/4.2f48d2f18732142c7fff352.html>, 3 jan 2003
- Nationalencyklopedin, "IT-branschen"  
[http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i\\_art\\_id=493738&i\\_word=IT-branschen](http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=493738&i_word=IT-branschen), 4 jan 2003
- Nationalencyklopedin, "Entreprenör",  
[http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i\\_art\\_id=163135&i\\_word=entrepren%fc6r](http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=163135&i_word=entrepren%fc6r), 7 jan 2003
- NUTEK(Verket för näringslivsutveckling), <http://www.tco.netg.se/frameset.php>, 4 jan 2003
- NUTEK, Undersökning av svenskt näringsliv och näringspolitik, 2000,  
<http://www.itps.nu/pdf/arsbok00.pdf>, 7 jan 2003

## **Muntliga Källor**

Föredrag av Björn Bjerke, Professor i Entreprenörskap, vid Skånska Ingenjörsgården, 20 nov, 2002

Intervju med Björn Bjerke, Avdelningen för Innovation, Produktion och Företagande, Malmö Högskola, 25 nov, 2002

Intervju med Hans Landström, Professor i Entreprenörskap, Företagsekonomiska Institutionen, Lunds Universitet, 27 nov, 2002

Intervju med Jan-Inge Lind, Professor Företagsekonomiska Institutionen, Lunds Universitet, specialområde "Team", 17 dec, 2002

# Introduktionsbrev till enkät

Hej!

Vi är fyra studenter som läser ekonomi vid Lunds Universitet och arbetar nu med vår kandidatuppsats inom ämnet Entreprenörskap. Vi önskar undersöka hur entreprenörteamets sammansättning påverkar tillväxten hos nystartade högteknologiska företag. Vi hoppas att Ni är villiga att ta 5 minuter av er tid för att besvara den korta enkäten nedan, då en hög svarsfrekvens är nödvändig för att säkerställa tillförlitligheten i vår undersökning.

Om ni själv inte har kunskap om grundarteamets sammansättning vore vi tacksamma om Ni kunde vidarebefordra detta e-post meddelande till en person inom företaget som har det. För att kunna färdigställa uppsatsen i tid ber vi er svara inom en vecka. Enkäten är konstruerad på enklaste sätt för att göra svarsprocessen så snabb och enkel som möjligt. Resultaten kommer att presenteras i form av en kandidatuppsats, där individuella enkätsvar inte kommer att kunna utläsas. Om Ni är intresserade av resultaten skickar vi gärna uppsatsen till Er då den är färdig.

Tack på förhand!

Med vänlig hälsning

Maria Andersson, Mattias Sperlingsson, Gustaf Särner och Linda Österling

**Figur**

**Figur B1.1 – Introduktionsbrev på svenska**

Undertegnede er fire studerende der læser økonomi ved Lunds Universitet. Vi er i gang med vores hovedopgave indenfor faget entreprenørskab og har i sinde at undersøge hvordan et entreprenørteams sammensætning påvirker nystartede højteknologiske virksomheders tilvækst. Resultaterne fra denne rundspørge vil blive fremlagt som en kandidatopgave, og ingen individuelle svar vil kunne identificeres. Vi håber at De indvilliger i at bruge 5 minutter af Deres tid på at udfylde spørgeskemaet forinden, i det et større antal indsendte svar selv sagt forøger undersøgelsens pålidelighed.

Hvis ikke De selv ved så meget om Deres virksomheds oprindelige sammensætning ville vi være taknemmelige hvis De kunne viderebefordre denne e-mail til den/de indenfor virksomheden der måtte have kendskab dertil. For at kunne færdiggøre opgaven i tide vil vi bede Dem om at indsende Deres svar indenfor en uge. Hvis De skulle være interesseret i den endelige konklusion kan De få vores opgave tilsendt pr. e-mail.

På forhånd tak!

Venlig Hilsen

Maria Andersson, Mattias Sperlingsson, Gustaf Särner og Linda Österling

**Figur B1.2 – Introduktionsbrev på danska**



# Enkät - Svensk

## ENKÄT

--TRYCK REPLY/SVARA OCH FYLL SEDAN I FORMULÄRET!--

### ALLMÄNT OM FÖRETAGET

1. När grundades företaget? \_\_\_\_\_
2. Hur många heltidsanställda hade ni i genomsnitt:  
 Grundaråret? \_\_\_\_\_st  
 Tre år efter grundandet? \_\_\_\_\_st
3. Hade ni för avsikt att expandera när företaget grundades (Ja/Nej)? \_\_\_\_\_
4. Ingick företaget någon fusion eller uppköp under de 3 första åren?  
 Om ja, vad för slag? \_\_\_\_\_

### FRÅGOR KRING GRUNDARTEAMET

5. Hur många personer grundade företaget? \_\_\_\_\_st  
 (endast de som aktivt tog del i grundandet, ej alla anställda)
6. Vad var den ungefärliga åldern på resp. grundare vid grundartillfället?  
 \_\_\_\_ år, \_\_\_\_ år, \_\_\_\_ år, \_\_\_\_ år, \_\_\_\_ år
7. Vilken utbildning hade grundarna?  
 Antal vars högsta utbildning var:  
 Doktorsexamen \_\_\_\_\_st  
 Licentiatexamen \_\_\_\_\_st  
 Magisterexamen (inkl civ.ing o dyl.) \_\_\_\_\_st  
 Minst 3 års högskolestudier \_\_\_\_\_st  
 Annan utbildning \_\_\_\_\_st
8. Antal grundare med utbildningen:  
 Teknisk/Naturvetenskaplig utbildning \_\_\_\_\_st  
 Annan samhällsvetenskaplig utbildning \_\_\_\_\_st  
 Ekonomexamen \_\_\_\_\_st  
 Humanistisk utbildning \_\_\_\_\_st
9. Antal i grundarteamet som har:  
 minst 2 års arbetslivserfarenhet \_\_\_\_\_st  
 - varav i samma bransch \_\_\_\_\_st  
 innehaft chefsposition i ett företag \_\_\_\_\_st  
 erfarenhet av att grunda ett företag \_\_\_\_\_st

Jag vill gärna ha ett exemplar av uppsatsen via e-post: \_\_\_\_\_

Tack för att Ni har tagit Er tid och svarat på vår enkät!

Figur B1:3 – Den i undersökningen använda svenska enkäten

# Enkät - Dansk

## SPØRGESKEMA

--TAST REPLY/SVAR OG UDFYLD DEREFTER SPØRGESKEMAET!--

### GENERELT OM VIRKSOMHEDEN

1. Hvornår blev virksomheden stiftet?
2. Hvor mange fuldtidsansatte havde virksomheden i gennemsnit:  
I det første år efter stiftelsen? \_\_\_stk.  
Tre år efter stiftelsen? \_\_\_stk.
3. Var hensigten oprindelig at virksomheden skulle ekspandere efter stiftelsen (Ja/Nej)? \_\_\_
4. Gennemgik virksomheden nogen form for fusion eller opkøb indenfor de første 3 år? Hvis ja, af hvilken art? \_\_\_\_\_

### SPØRGSMÅL VEDRØRENDE DET OPRINDELIGE TEAM

5. Hvor mange personer stiftede i sin tid virksomheden? \_\_\_stk.  
(kun dem der aktivt deltog ved stiftelsen, ikke alle de ansatte)
6. Omtrent hvor gamle var disse personer da virksomheden blev stiftet?  
\_40år, \_39år, \_\_\_år, \_\_\_år, \_\_\_år
7. Hvilken uddannelse havde stifterne?  
Antal hvis højeste uddannelse var:  
Doktorgrad \_\_\_stk.  
Ph.D. eller tilsvarende \_\_\_stk.  
Bachelor- eller kandidatuddannelse (inklusive civ.ing. o.l.) \_\_\_stk.  
Mindst 3 års videregående eller mellemlang uddannelse \_\_\_stk.  
Anden uddannelse: \_\_\_stk.
8. Antal stiftere med uddannelse:  
Teknisk/Naturvidenskabelig uddannelse \_\_\_stk.  
Anden samfundsfaglig uddannelse \_\_\_stk.  
Økonomiuddannelse \_\_\_stk.  
Uddannelse indenfor humaniora \_\_\_stk.
9. Antal i stifterteamet der har:  
mindst 2 års erhvervserfaring \_\_\_stk.  
- hvoraf i samme branche \_\_\_stk.  
haft en ledende stilling i en virksomhed \_\_\_stk.  
erfaring med at stifte en virksomhed \_\_\_stk.

Jeg vil gerne bede om et eksemplar af opgaven (sendes pr. e-mail): \_\_\_

**Mange tak for Deres tid og interesse for vores spørgeskema!**

Figur B1:4 – Den i undersökningen använda danska enkäten

# Statistiska test utförda i samband med hypotesprövningar

## 1 Kontroll av datamängden

1.1 Test som jämför företag som haft för avsikt att växa med dem som inte haft för avsikt att växa

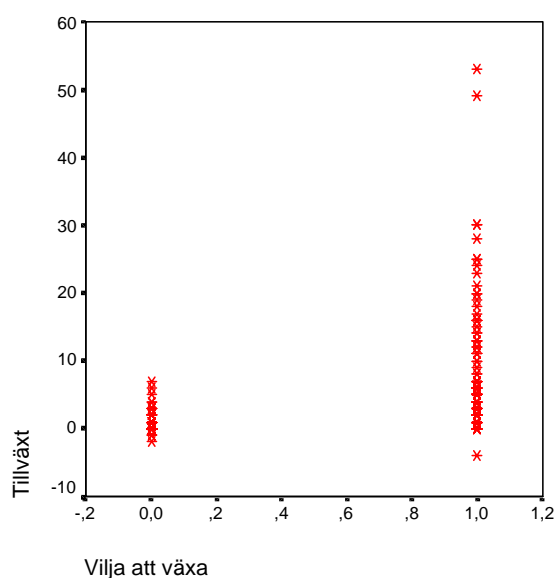
**Group Statistics**

	Vilja att växa	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tillväxt	vill ej växa	57	1,09	1,704	,226
	vill växa	119	7,51	9,100	,834

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tillväxt	Equal variances assumed	33,491	,000	-5,279	174	,000	-6,42	1,217	-8,827	-4,023
	Equal variances not assumed			-7,435	134,387	,000	-6,42	,864	-8,134	-4,716

Nedre raden i den nedersta rutan används då Levene's test visar att varianserna är olika



**Diagram 0-1 – Tillväxt plottat med avseende på vilja att växa**

## 1.2 Kontroll av konjunkturkänslighet hos datamängden

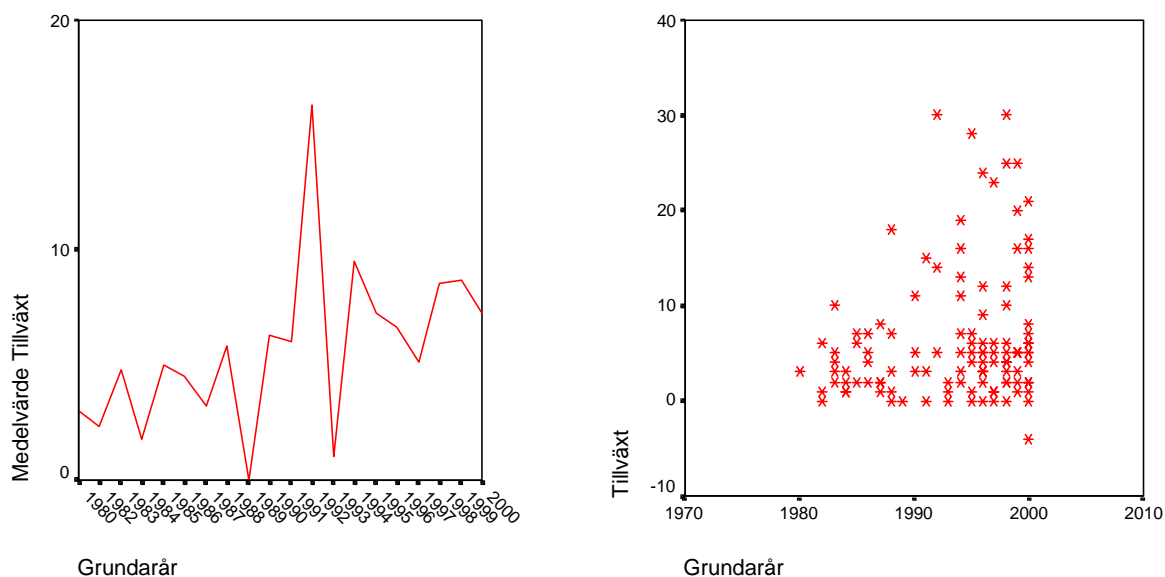


Diagram 0-2 – Medeltillväxt samt tillväxt plottat med avseende på grundår

### Correlations

		Tillväxt
Grundår	Pearson Correlation	,207(*)
	Sig. (2-tailed)	,027
	N	115

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

MODEL: MOD\_3.

—

Independent: GRUNDÅR

Dependent	Mth	Rsq	d.f.	F	Sigf	b0	b1	b2	b3
9 TILLV#	CUB	,043	113	5,05	,027	-499,50	,2539		

Notes:

9 Tolerance limits reached; some dependent variables were not entered.

Korrelation mellan grundarår och tillväxt för danska företag:

		Grundarår	Tillväxt
Grundarår	Pearson Correlation	1	,165
	Sig. (2-tailed)	.	,256
	N	49	49
Tillväxt	Pearson Correlation	,165	1
	Sig. (2-tailed)	,256	.
	N	49	49

Korrelation mellan grundarår och tillväxt för svenska företag:

		Grundarår	Tillväxt
Grundarår	Pearson Correlation	1	,233
	Sig. (2-tailed)	.	,060
	N	66	66
Tillväxt	Pearson Correlation	,233	1
	Sig. (2-tailed)	,060	.
	N	66	66

### 1.3 Jämförelse mellan Danmark och Sverige

	Land (Sverige, Danmark)	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tillväxt	Sverige	66	6,94	7,506	,924
	Danmark	49	6,14	6,487	,927

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tillväxt	Equal variances assumed	4,393	,038	,596	113	,553	,80	1,337	-1,853	3,446
	Equal variances not assumed			,609	110,339	,544	,80	1,309	-1,797	3,390

## 2 Grundarnas antal och tillväxt

### 2.1 Hypotes 1a

*Företag med fler än en grundare har bättre tillväxt än företag med en grundare*

**Group Statistics**

	Grundas av team eller ej	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tillväxt	ensam grundare	38	6,16	7,500	1,217
	grundat av team	77	6,82	6,890	,785

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower		Upper
Tillväxt	Equal variances assumed	,026	,871	-,469	113	,640	-,66	1,407	-3,447	2,126
	Equal variances not assumed			-,456	68,457	,650	-,66	1,448	-3,549	2,229

Övre raden används då Levene's test visar att varianserna ej är signifikant olika

### 2.2 Hypotes 1b

*Ju fler grundare ett företag har desto bättre är tillväxten*

Korrelation för test av antalet grundares påverkan på tillväxten:

**Correlations**

		Tillväxt
Antal Grundare	Pearson Correlation	,159(*)
	Sig. (1-tailed)	,044
	N	115

\* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

### 2.3 Korrelationstest för samband mellan antal grundare och grundarår

Correlations		
		Grundarår
Antal Grundare	Pearson Correlation	,059
	Sig. (2-tailed)	,528
	N	115

Antalet grundare plottat med avseende på grundarår:

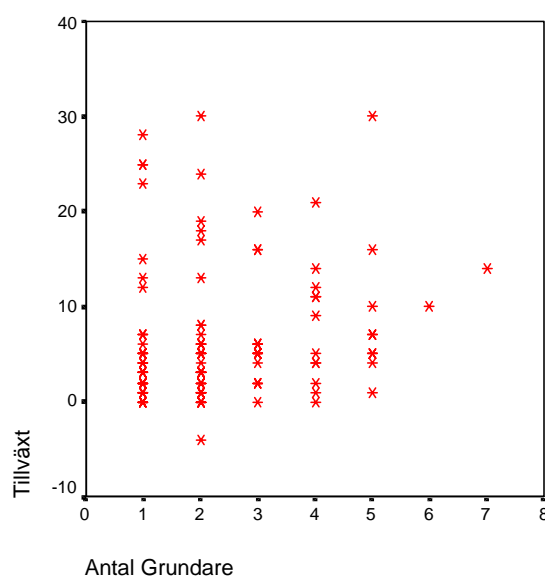


Diagram 0-1 – Tillväxt med avseende på antalet grundare

### 2.4 Skiljaktigheter i erfarenhet mellan de som grundat företag ensamma och övriga grundare

#### Group Statistics

	Grundat av team	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Erfarenhetsindex	Nej	38	2,3947	1,38602	,22484
	Ja	77	2,0380	,98637	,11241

För att mäta erfarenheten har ett erfarenhetsindex införts. Detta är summa per person av erfarenhet av tidigare arbete, arbete i samma bransch, av att grunda företag och av att ha varit chef (Nej = 0, Ja = 1)

Relativ tillväxtmätning:

		Tillväxt %
Antal Grundare	Pearson Correlation	-,174
	Sig. (2-tailed)	,063
	N	115

		Antal Grundare
Antal anställda år 0	Pearson Correlation	,413(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	115

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### 3 Betydelsen av grundarnas ålder för tillväxten

#### 3.1 Hypotes 2a

*Det finns ett samband mellan grundarnas ålder och företagets tillväxt*

		Tillväxt
Medelålder på grundarna	Pearson Correlation	,117
	Sig. (2-tailed)	,212
	N	115

MODEL: MOD_4.									
—									
<b>Regressionsdata:</b>									
Independent: MEDÅLDER									
Dependent	Mth	Rsqr	d.f.	F	Sigf	b0	b1	b2	b3
TILLV#	CUB	,035	111	1,33	,269	-16,543	2,1728	-,0674	,0007



Correlations

		Medelålder på grundarna	Tidigare branscherfarenhet	Tidigare chefserfarenhet	Erfarenhet av att ha grundat företag
Medelålder på grundarna	Pearson Correlation	1	,215(*)	,303(**)	,212(*)
	Sig. (2-tailed)	.	,021	,001	,023
	N	115	115	115	115
Tidigare branscherfarenhet	Pearson Correlation	,215(*)	1	,426(**)	,308(**)
	Sig. (2-tailed)	,021	.	,000	,001
	N	115	115	115	115
Tidigare chefserfarenhet	Pearson Correlation	,303(**)	,426(**)	1	,507(**)
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	.	,000
	N	115	115	115	115
Erfarenhet av att ha grundat företag	Pearson Correlation	,212(*)	,308(**)	,507(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,023	,001	,000	.
	N	115	115	115	115

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### 3.2 Hypotes 2b

*Företag där grundarna har stor variation i ålder har bättre tillväxt än övriga företag*

Correlations

		Tillväxt
Standardavvikelse på grundarnas ålder	Pearson Correlation	,027
	Sig. (1-tailed)	,387
	N	115

#### Alternativ operationalisering

En annan möjlig operationalisering, maximal åldersskillnad inom gruppen har en mycket stark korrelation med standardavvikelsen i ålder och kommer därför att ge samma resultat.

Correlations

		Största åldersskillnaden på grundarna
Standardavvikelse på grundarnas ålder	Pearson Correlation	,991(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	115

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Tillväxt
Största åldersskillnaden på grundarna	Pearson Correlation	,045
	Sig. (1-tailed)	,317
	N	115

## 4 Utbildningens påverkan på tillväxten

### 4.1 Hypotes 3

*Ju längre utbildning grundarna har desto bättre tillväxt har företaget*

Företag som inte har svarat på utbildningslängdsfrågan utesluts ur mätdata för följande test.

**Correlations**

		Högsta utbildningen på någon av grundarna	Medelutbildning på grundarna (index med doktor = 5, annan utbildning = 1)	Medianutbildning
Högsta utbildningen på någon av grundarna	Pearson Correlation	1	,918(**)	,884(**)
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	115	115	115
Medelutbildning på grundarna (index med doktor = 5, annan utbildning = 1)	Pearson Correlation	,918(**)	1	,955(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	115	115	115
Medianutbildning	Pearson Correlation	,884(**)	,955(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	115	115	115

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		Tillväxt
Medelutbildning på grundarna (index med doktor = 5, annan utbildning = 1)	Pearson Correlation	-,045
	Sig. (1-tailed)	,318
	N	114

**Correlations**

		Tillväxt
Högsta utbildningen på någon av grundarna	Pearson Correlation	-,016
	Sig. (1-tailed)	,433
	N	114

## Correlations

		Tillväxt
Medianutbildning	Pearson Correlation	-,056
	Sig. (1-tailed)	,277
	N	114

## 4.2 Hypotes 4

*Företag där grundarna tillsammans har utbildning från mer än ett ämnesområde har bättre tillväxt än företag där alla grundarna har utbildning från samma ämnesområde.*

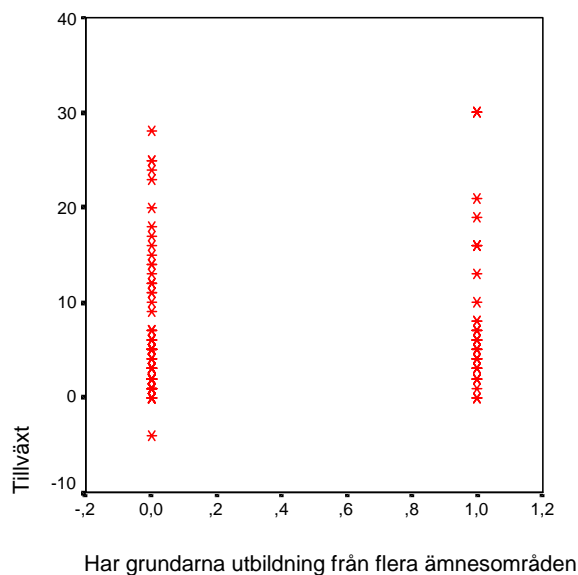


Diagram 4-1 - Tillväxt med avseende på om grundarna har utbildning från flera ämnesområden eller inte.

## Group Statistics

	Har grundarna utbildning från flera ämnesområden?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tillväxt	Utbildning från ett område	80	6,14	6,834	,764
	Utbildningar från flera områden	35	7,66	7,581	1,281

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tillväxt	Equal variances assumed	,111	,740	-1,061	113	,291	-1,52	1,432	-4,357	1,318
	Equal variances not assumed			-1,019	59,252	,313	-1,52	1,492	-4,505	1,465

Correlations

		Ekonom bland grundarna
Har grundarna utbildning från flera ämnesområden?	Pearson Correlation	,695(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	115

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 5 Påverkan av grundarnas erfarenhet på tillväxten

### 5.1 Hypotes 5

*Företag där någon av grundarna har erfarenhet från företag i samma bransch har bättre tillväxt än övriga företag.*

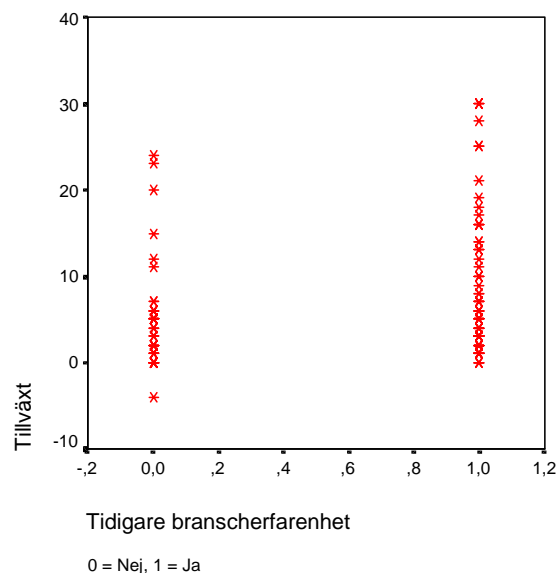


Diagram 5-1 - Tillväxt med avseende på om grundarna har tidigare branscherfarenhet

**Group Statistics**

	Tidigare branscherfarenhet	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tillväxt	ingen tidigare branscherfarenhet	45	4,84	5,846	,872
	tidigare branscherfarenhet	70	7,73	7,583	,906

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tillväxt	Equal variances assumed	5,339	,023	-2,169	113	,032	-2,88	1,330	-5,518	-,250
	Equal variances not assumed			-2,294	109,195	,024	-2,88	1,257	-5,376	-,392

**Group Statistics**

	Tidigare branscherfarenhet	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Grundarår	ingen tidigare branscherfarenhet	45	1992,04	6,208	,925
	tidigare branscherfarenhet	70	1994,63	5,253	,628

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Grundarår	Equal variances assumed	5,084	,026	-2,396	113	,018	-2,58	1,079	-4,721	-,447
	Equal variances not assumed			-2,311	82,662	,023	-2,58	1,118	-4,809	-,360

**Correlations**

		Grundarår
Tidigare branscherfarenhet	Pearson Correlation	,220(**)
	Sig. (1-tailed)	,009
	N	115

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## Correlations

		Tillväxt
Grundarår	Pearson Correlation	,207(*)
	Sig. (1-tailed)	,013
	N	115

\* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

## 5.2 Hypotes 7

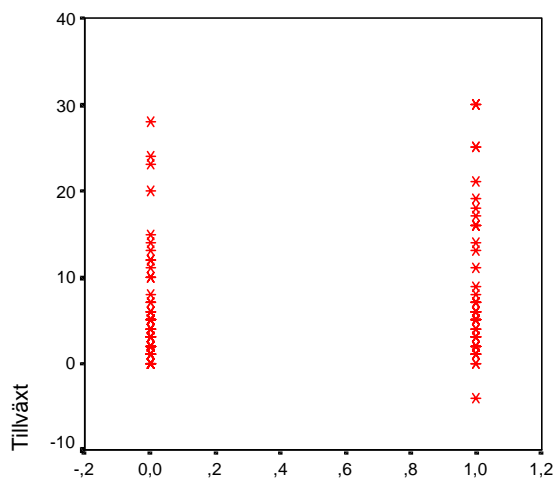
*Företag där någon av grundarna har tidigare erfarenhet av att starta upp ett företag har bättre tillväxt än övriga företag.*

## Group Statistics

	Erfarenhet av att ha grundat företag	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tillväxt	har ej grundat företag tidigare	65	5,32	6,037	,749
	har grundat företag tidigare	50	8,26	7,984	1,129

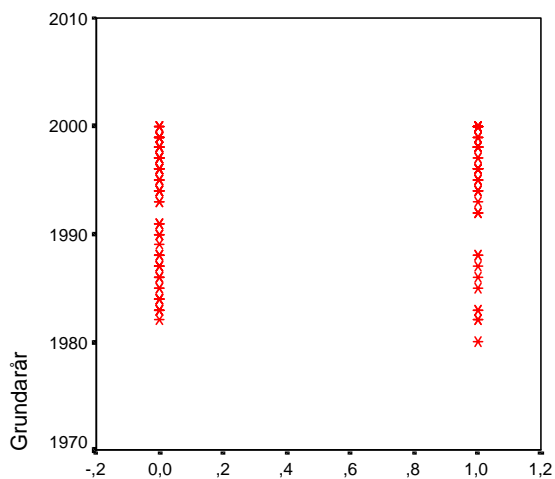
## Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tillväxt	Equal variances assumed	5,695	,019	-2,247	113	,027	-2,94	1,307	-5,526	-,347
	Equal variances not assumed			-2,168	88,471	,033	-2,94	1,355	-5,629	-,245



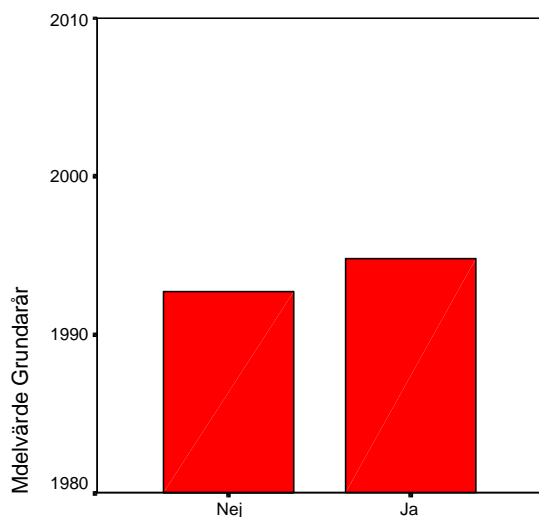
Erfarenhet av att ha grundat företag

0 = Nej, 1 = Ja



Erfarenhet av att ha grundat företag

0 = Nej, 1 = Ja



Erfarenhet av att ha grundat företag

**Diagram 5-2 – Tillväxt, grundarår samt medelvärde av grundarår med avseende på erfarenhet av att ha grundat företag tidigare eller inte.**

Group Statistics					
	Erfarenhet av att ha grundat företag	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Grundarår	har ej grundat företag tidigare	65	1992,71	5,547	,688
	har grundat företag tidigare	50	1994,80	5,873	,831

## Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Grundarår	Equal variances assumed	,137	,712	-1,955	113	,053	-2,09	1,070	-4,213	,028
	Equal variances not assumed			-1,940	102,408	,055	-2,09	1,079	-4,231	,047

## Correlations

		Tidigare brancherfa renhet	Erfarenhet av att ha grundat företag	Grundarår
Tidigare branscherefa renhet	Pearson Correlation	1	,308(**)	,220(**)
	Sig. (1-tailed)	.	,000	,009
	N	115	115	115
Erfarenhet av att ha grundat företag	Pearson Correlation	,308(**)	1	,181(*)
	Sig. (1-tailed)	,000	.	,027
	N	115	115	115
Grundarår	Pearson Correlation	,220(**)	,181(*)	1
	Sig. (1-tailed)	,009	,027	.
	N	115	115	115

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

## 5.3 Hypotes 8

*Företag där någon av grundarna har tidigare chefserfarenhet har bättre tillväxt än företag där ingen av grundarna har tidigare chefserfarenheter.*

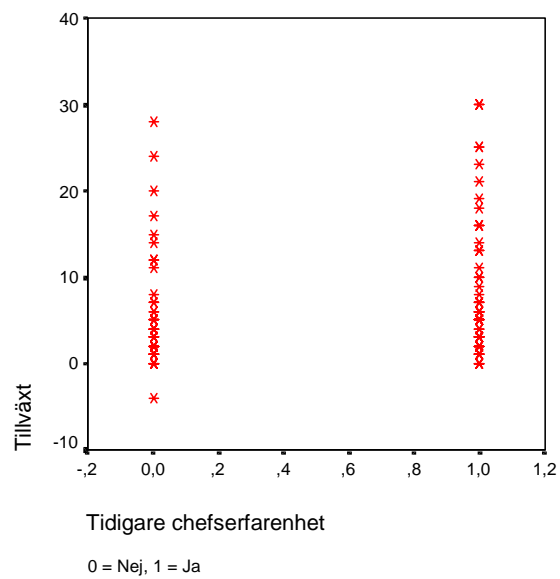
## Group Statistics

	Tidigare chefserfarenhet	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tillväxt	ej varit chef	49	5,35	6,466	,924
	varit chef tidigare	66	7,53	7,399	,911

## Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tillväxt	Equal variances assumed	1,267	,263	-1,650	113	,102	-2,18	1,323	-4,805	,439
	Equal variances not assumed			-1,683	109,951	,095	-2,18	1,297	-4,754	,387





**Diagram 5-3 – Tillväxt avseende på tidigare erfarenhet hos grundarna.**

## Beskrivning av rådata

Nationalitet	Antal Företag	Medianutbildning	Antal Företag	Tillväxt	Antal Företag
Svensk	66	Doktorsexamen	13	<0	1
Dansk	44	Licentiatexamen	28	0	10
<b>Antal Grundare</b>		Magisterexamen	59	1	12
1	38	Minst tre år högskolestudier	8	2	14
2	38	Annan	6	3	11
3	16	<b>Utbildningar från flera område</b>		4	8
4	12	Endast ett	80	5	16
5	9	Flera	35	6-10	19
6	1	<b>Arbetslivserfarenhet</b>		11-15	9
7	1	Ja	109	15-20	7
<b>Medelålder</b>		Nej	6	20-	8
-25	7	<b>Branscherfarenhet</b>		<b>Grundarår</b>	
25-30	19	Ja	45	1980-1995	16
30-35	38	Nej	70	1985-1990	17
35-40	26	<b>Företagsgrundarerfarenhet</b>		1991-1995	24
40-45	14	Ja	65	1996-2000	58
45-	11	Nej	50		
<b>Standardavvikelse ålder</b>		<b>Chefserfarenhet</b>			
0	41	Ja	49		
0-2,5	39	Nej	66		
2,5-5	15				
5-7,5	9				
7,5-10	3				
10-	8				

Antalet grundare vars högsta utbildning är:	
Doktorsexamen	19
Licentiatexamen	14
Magisterexamen	138
Minst tre år högskolestudier	47
Annan	44