



EKONOMI-  
HÖGSKOLAN

Företagsekonomiska institutionen

FEKH99

Examensarbete i entreprenörskap och innovation

VT2023

# Nätverksstrukturer för entreprenörer - en branschspecifik studie

En kvalitativ flerfallsstudie om skillnader i nätverksstrukturer hos entreprenörer i olika  
branscher

**Författare:**

Kristina Holmgren, Gustaf Strauss, Fredrik Magnusson

**Examinator:**

Tanya Kolyaka

**Handledare:**

Joakim Winborg

**Antal ord:**

20 045

# Sammanfattning

**Examensarbetets titel:** Nätverksstrukturer för entreprenörer - en branschspecifik studie. En kvalitativ flerfallsstudie om skillnader i nätverksstrukturer hos entreprenörer i olika branscher

**Seminariedatum:** 1 juni, 2023

**Ämne/kurs:** FEKH99, Examensarbete i Entreprenörskap och Innovation, 15 högskolepoäng

**Författare:** Kristina Holmgren, Gustaf Strauss, Fredrik Magnusson

**Handledare:** Joakim Winborg

**Nyckelord:** Nätverksstruktur, sociala nätverk, entreprenör, branscher, innovation, faktorer

**Forskningsfråga:** Hur ser nätverksstrukturen ut hos entreprenörer som driver SME-bolag inom snabbväxande respektive långsamt växande branscher och varför skiljer sig nätverksstrukturena åt?

**Syfte:** Syftet med denna studie är att bidra till en ökad uppfattning om hur entreprenörers nätverksstrukturer ser ut och om dessa strukturer skiljer sig åt mellan entreprenörer i olika branscher.

**Metod:** Kvalitativ flerfallsstudie genomförd med semistrukturerade intervjuer. Det empiriska materialet består av citat och tolkningar från intervjuerna som handlar om faktorerna som utgör grunden för entreprenörens nätverksstruktur.

**Teoretiska perspektiv:** Det teoretiska ramverket grundar sig i tidigare forskning om olika faktorer bakom sociala nätverk, företagande och branscher.

**Resultat:** Studien har identifierat skillnader mellan hur nätverksstrukturen skiljer sig åt mellan olika branscher. Resultatet visar även att vissa faktorer skiljer sig åt mellan entreprenörer trots att de befinner sig inom samma bransch.

**Slutsats:** Studien har visat att det finns en skillnad i nätverksstrukturen hos entreprenörer inom snabbväxande och långsamt växande branscher i tre av de fem studerade nätverksfaktorerna, dessa är storleken på nätverk, centralitet och diversifiering. Detta beror på att de snabbväxande

branscherna ställer annorlunda krav på entreprenörens nätverk, speciellt vad gäller tillgång till information och resurser.

## Abstract

**Title:** Network structures for entrepreneurs - an industry-specific study. A qualitative multiple case study on differences in network structures among entrepreneurs in various industries.

**Seminar date:** June 1, 2023

**Course:** FEKH99, Bachelor Degree Project in Entrepreneurship and Innovation Management, Business administration, Undergraduate level, 15 University Credit Points

**Authors:** Kristina Holmgren, Gustaf Strauss, Fredrik Magnusson

**Advisor:** Joakim Winborg

**Keywords:** Network structure, social networks, entrepreneur, industries, innovation, factors

**Research question:** What does the network structure look like for entrepreneurs who operate SME companies in fast-moving versus slow-moving industries, and why do their network structures differ?

**Purpose:** The purpose of this study is to contribute to a better understanding of the network structures of entrepreneurs and whether these structures differ among entrepreneurs in different industries.

**Methodology:** A qualitative multiple case study conducted through semi-structured interviews. The empirical material consists of quotes and interpretations from the interviews, focusing on the factors that constitute the foundation of the entrepreneur's network structure.

**Theoretical perspective:** The theoretical framework is based on previous research on various factors behind social networks, entrepreneurship, and industries.

**Result:** The study has identified differences in how the network structure varies between different industries. The results also show that certain factors differ between entrepreneurs, even though they are in the same industry.

**Conclusions:** The study has shown that there is a difference in the network structure of entrepreneurs in fast-moving and slow-moving industries in three of the five studied network dimensions, these are the size of the network, centrality, and diversification. This is because the fast-moving industries place different demands on the entrepreneur's network, especially with regards to access to information and resources.

# Förord

Denna studie har genomförts tack vare våra egna sociala nätverk som gett oss möjligheten att få kontakt med entreprenörer från flera olika branscher. Vi vill rikta ett stort tack till de entreprenörer som tog sig tid och pratade med oss trots deras upptagna scheman. Med hjälp av dessa intervjuer har vi kunnat fördjupa oss i studiens syfte och kunnat lära oss mer om företagande i allmänhet och nätverkande i synnerhet. Dessa samtal har även fått oss författare att förstå hur viktigt nätverket är för företagandet och hur betydelsefullt det är med kontakter från olika håll och kanter. Stort tack till er! Vidare har vi själva kunnat förstå hur ett nätverk kan skilja sig åt beroende på vilken bransch man arbetar inom och det kan förhoppningsvis vara till användning om vi själva startar bolag någon dag.

Vi vill även rikta ett stort tack till vår lärare och handledare Joakim Winborg. Joakim har genom hela arbetet kommit till oss med konstruktiv feedback och hjälpt oss hitta nya vägar när vi kört fast. Genom hans fantastiska guidning hittade vi ett ämne vi alla tre tyckte var intressant och trots att det ibland kändes lite tufft, har vi nu lämnat ifrån oss ett arbete vi alla är nöjda med och som vi hoppas bidrar till den akademiska forskningen.

Plats: Lund, Sverige

Datum: 29 maj 2023

---

Kristina Holmgren

---

Gustaf Strauss

---

Fredrik Magnusson

# Innehållsförteckning

<b>Sammanfattning</b>	<b>2</b>
<b>Abstract</b>	<b>3</b>
<b>Förord</b>	<b>5</b>
<b>Innehållsförteckning</b>	<b>6</b>
<b>1. Introduktion</b>	<b>9</b>
1.1 Bakgrund	9
1.2 Problemformulering och syfte	10
1.2.1 Syfte och frågeställning	12
1.3 Definitioner	12
<b>2. Teori</b>	<b>15</b>
2.1 Nätverkets struktur	15
2.1.1 Storlek på nätverket	15
2.1.2 Centralitet	16
2.1.3 Diversifiering / Heterogenitet	16
2.1.4 Starka och svaga band	18
2.1.5 Densitet	19
2.2 Snabbrörliga och trögrörliga branscher	20
2.3 Vad utmärker SMEs?	21
2.4 Teoretiskt ramverk mellan branscher och nätverksstruktur	23
<b>3. Metod</b>	<b>25</b>
3.1 Forskningsstrategi	25
3.2 Forskningsdesign	26
3.3 Urval	27
3.3.1 Val av litteratur	27
3.3.2 Val av empiri	28
3.4 Datainsamlingsmetod	28
3.4.1 Datainsamling - Allmänt	31
3.4.2 Datainsamling - Storlek på nätverk	31
	6

3.4.3 Datainsamling - Centralitet	31
3.4.4 Datainsamling - Diversifiering	32
3.4.5 Datainsamling - Starka och svaga band	32
3.4.6 Datainsamling - Densitet	33
3.4.7 Datainsamling - Avslutande fråga	33
3.5 Dataanalysmetod	33
<b>4. Empiri</b>	<b>36</b>
4.1 Snabbrörliga branscher	36
4.1.1 Entreprenör A (Teknik)	36
4.1.2 Entreprenör B (Teknik)	39
4.1.3 Entreprenör C (Tillverkning)	41
4.1.4 Entreprenör D (Tillverkning)	43
4.2 Trögrörliga branscher	45
4.2.1 Entreprenör E (Byggbranschen)	45
4.2.2 Entreprenör F (Byggbranschen)	47
4.2.3 Entreprenör G (Restaurangbranschen)	49
4.2.4 Entreprenör H (Restaurangbranschen)	50
4.3 Sammanfattning:	52
<b>5. Analys</b>	<b>55</b>
5.1 Storleken på nätverket	55
5.2 Nätverkets centralitet	56
5.3 Nätverkets diversifiering	57
5.4 Starka och svaga band	60
5.5 Nätverkets densitet	61
<b>6. Slutsatser och diskussioner</b>	<b>64</b>
6.1 Slutsatser	64
6.1.1 Hur skiljer sig nätverksstrukturerna åt?	64
6.1.2 Varför skiljer sig nätverksstrukturerna åt?	65
6.2 Diskussion	66

6.3 Teoretiskt bidrag	67
6.4 Praktiskt bidrag	68
6.5 Förslag till fortsatt forskning	69
Källförteckning	70
Appendix	76
Intervjuguide	76



# 1. Introduktion

*I introduktionen presenteras kontexten och bakgrunden till det valda ämnet. Ur kontexten följer en problemformulering som lägger grund för arbetets syfte och frågeställning. Sist presenteras definitioner av begrepp som är centrala i studien.*

---

## 1.1 Bakgrund

De senaste åren, då västvärldens ekonomi befunnit sig i en dyster period, har det skrivits mycket om entreprenörskapets inverkan på samhället. De flesta är överens om att småföretag (SME) och nyföretagande är viktiga för samhällets utveckling och jobbskapande. Entreprenörskap i stort bidrar till ekonomisk tillväxt, främjar innovationer och kan bidra till samhällsutveckling (Företagande, 2022). Vad entreprenörskap är och vem som är en entreprenör har många definierat genom åren. I denna uppsats definieras en entreprenör som någon som startar och driver företag (Tripathi et al., 2022).

Sociala nätverkets betydelse för entreprenörers framgång är ett ämne som studerats flitigt de senaste åren. Aldrich och Zimmer (1986) definierar ett socialt nätverk som en relation eller en transaktion mellan två människor, både inom jobb men också i privatlivet. Relationerna kan handla om att man delar information med varandra eller att man byter varor och tjänster. Studier om sociala nätverk har sammanfattats av Westlund och Adam (2010) som visar att det finns en positiv relation mellan nätverk och entreprenörers framgång. Varför nätverkande är viktigt för entreprenörer förklaras bland annat av att de ger tillgång till kunskap, emotionellt stöd och resurser. Även forskning från Brown et al. (2019) påvisar fenomenet om nätverkets roll på entreprenörens möjlighet att finansiera bolaget. Deras studie påvisar att entreprenörer med starka sociala nätverk har lättare att få seed-stage finansiering än de med små nätverk. Med hjälp av ett starkt socialt nätverk kan man få en extra livlina när man befinner sig i en svår situation. Entreprenörer kan vända sig till sitt nätverk för att hitta lösningar men även för att finna nya möjligheter som kan främja företagandet (Forbes, 2022).

Tidigare forskning har tagit upp några olika faktorer som kan förklara strukturen till en persons sociala nätverk. Några av dessa faktorer är *storleken på nätverket*, *centraliteten* som mäter hur många personer någon kan nå direkt/indirekt, om nätverket är *diversifierat* med

olika kunskaper, om nätverket har *starka eller svaga band* samt *densiteten* på nätverket som förklarar i vilken grad människor i en fokuspersons nätverk känner varandra eller ej (Hoang & Antoncic, 2003., Hernández-Carrió, et. al., 2020). Dessa faktorer förklaras mer nyanserat i kapitel 2.

Lechner och Dowling (2010) förklarar att en entreprenör kräver olika nätverksstrukturer beroende på vilken fas de är i sitt företagsbyggande. Vidare menar Jack et al. (2009) att när ett bolag har startat och växer behöver entreprenören en bredare bas av svaga band och kontakter med olika resurser som kan kontaktas vid behov. Detta uppnås ofta genom mellanhänder eller "brokers" av olika slag. Annan forskning förklarar att några faktorer av nätverket alltid är viktiga för entreprenören. För det första visar studier att entreprenörer som innehar en stor resursbas lyckas i högre grad än de som inte har detta (Aldrich & Zimmer 1986). För det andra förbättras bolagets utveckling även avsevärt i fall då entreprenören har en stor mängd kontakter och hög räckvidd, men även om den har mångfald i nätverket. (Rauch et al, 2016).

Varje entreprenör som startar ett bolag väljer en bransch de vill verka i och dessa branscher har ofta olika karaktärsdrag. Tidigare forskning har delat in branscher i två olika större grupper, de som är snabbroliga och de som är trögrörliga (Low och Issermann, 2013). Exempelvis har bokbranschen alltid ansetts vara en trögrörlig bransch (SvD, 2014). I kontrast finns det branscher som är snabbroliga, exempelvis industrin för tillverkning (SCB, 2019).

I denna bakgrund har det diskuterats hur viktigt nätverk är för företagsbyggande, vad en nätverksstruktur är och att branscher kan delas in i olika kategorier. Detta öppnar upp frågan om nätverksstrukturerna skiljer sig åt mellan entreprenörer som befinner sig i snabbt rörliga branscher kontra de som befinner sig i trögrörliga branscher. Givet att entreprenörens nätverk bidrar till resurstillgångar och att olika branscher har olika behov av resurser är det rimligt att anta att det finns en skillnad.

## 1.2 Problemformulering och syfte

Forskare har tidigare studerat entreprenörers nätverk utifrån olika perspektiv där de identifierat olika faktorer som ett nätverk innehåller och kan analyseras utefter. I en meta studie gjord av Hoang & Antoncic (2003) sammanställs den forskning som gjorts kring nätverkets struktur. Ett nätverk kan enligt Hoang och Antoncic analyseras utifrån centralitet,

fokus, tillgänglighet, styrkan på kontakterna, antal kontakter och diversifieringen inom nätverket. Dessa strukturer har i sin tur studerats där en av de mer uppmärksammade artiklar som bidragit till denna uppdelning är ”The strength of Weak ties” skriven av Granovetter (1973). Senare forskning refererar frekvent till denna artikel och det är även en viktig utgångspunkt för detta arbete.

Trots den gedigna forskning som finns rörande nätverkets olika strukturella dimensioner och deras påverkan på entreprenöriell framgång saknas det fortfarande forskning kring hur utformningen av denna struktur kan vara beroende av den yttre miljö som entreprenören befinner sig i. Det finns studier som pekar på att det kan finnas en skillnad i vilken struktur som är mest fördelaktig för entreprenören som är beroende på vilken bransch som företaget arbetar inom (Hoang & Antoncic, 2003). Men även denna studie pekar på att det inte finns tillräcklig forskning i nuläget för att kunna uttala sig kring hur nätverkets struktur skiljer sig åt beroende på företagets yttre faktorer såsom hur snabb- eller trögrörlig branschen är. Teorier om snabbbrörliga och trögrörliga branscher visar att det finns skillnader i faktorer som kan påverka behoven som enskilda entreprenörer har i sitt nätverk (Low och Isserman, 2013). Snabbbrörliga branscher kräver hög kompetens och teknologi medan trögrörliga branscher präglas av en långsammare utveckling och stabil kunskapsgrund (Low och Isserman, 2013). De olika behoven indikerar att nätverken kan se olika ut, men hur dessa skillnader ser ut och varför de finns är ännu inte studerat. Detta är därmed en fråga som vi hoppas kunna bidra till att svara på och hoppas att vi med vår studie kan bidra till mer klarhet i detta. Genom att avgränsa oss till snabb- och trögrörlighet vill vi studera om det finns någon skillnad i nätverkens struktur bland entreprenörer som befinner sig i en snabbbrörlig bransch och de som befinner sig i en trögrörlig bransch.

Viktigt att uppmärksamma är att forskningen kring nätverkens struktur och deras inverkan på entreprenörskap har tenderat att minska de senaste åren. Detta gör att ett flertal artiklar som refereras till i denna studie är äldre. För att säkerställa studiens validitet har artiklar därför valts som det frekvent refereras till i nyare studier och inga nya teorier har hittats som motsäger den tidigare forskningen. Den minskade forskningen kring ämnet är även en av anledningarna till att detta ämne har valts för denna studie. Med vår forskningsfråga hoppas vi därmed kunna bidra till aktuell forskning kring ämnet. I tidigare studier har det även framkommit att det saknas kvalitativa studier kring nätverkets struktur hos entreprenörer

vilket är en av anledningarna till att en kvalitativ metod har valts för att svara på uppsatsens frågeställning. Genom att genomföra intervjuer med entreprenörer som startat SME-bolag hoppas vi kunna bidra till en djupare förståelse av nätverkets struktur och hur det skiljer sig åt mellan de olika branscherna.

### 1.2.1 Syfte och frågeställning

Det finns i nuläget omfattande forskning kring rollen som entreprenörens sociala nätverk har och de olika dimensionerna som ett socialt nätverk kan uppvisa. Likaså finns det forskning som pekar på att företagets behov kan se olika ut beroende på om det rör sig inom en snabbväxande eller långsamt växande bransch. Något som inte studerats är hur branschens egenskaper inverkar på entreprenörens nätverk och hur nätverkets struktur kan se olika ut beroende på det behov som företaget har. Det fattas även studier kring hur nätverksstrukturen ser ut hos entreprenörer med mindre bolag. Detta gör att vi för vår studie har valt att avgränsa oss till SME-bolag. Vår förhoppning med denna studie är att kunna bidra till forskningen genom att förklara hur nätverksstrukturen skiljer sig åt mellan företag i olika branschindelningar samt varför denna skillnad föreligger. Detta leder oss fram till uppsatsens frågeställning:

Hur ser nätverksstrukturen ut hos entreprenörer som driver SME-bolag inom snabbväxande respektive långsamt växande branscher och varför skiljer sig nätverksstrukturerna åt?

## 1.3 Definitioner

### Sociala nätverk

Litteraturen erbjuder ett flertal olika definitioner av nätverk. Vissa kopplar samman begreppet med internetanslutning och sociala medier. I denna studie syftar begreppet däremot till en persons relationer. Tidigare forskning kring en persons sociala nätverk har delat upp det i sociala- och formella nätverk, där den första är kontakter i form av främst vänner och familjemedlemmar medan det formella består av mer ytliga kontakter i affärssammanhang och kan utgöras av andra entreprenörer och personer från andra företag (Hoang & Antoncic (2003). I denna uppsats räknas både det sociala och formella nätverket in på en entreprenörs sociala nätverk. Marin och Wellman (2009) har skrivit en bok om fenomenet, de förklarar att sociala nätverk grundar sig på de relationer en människa har och vilka mönster det skapar. De skriver att ett socialt nätverk utgår från nätverkets medlemmar och menar att man fokuserar

på att studera vad för mönster man kan sammankoppla av dessa relationer (Marin och Wellman, 2009).

### Nätverksstruktur:

Begreppet nätverksstruktur är ganska abstrakt och kan tolkas på många olika sätt. Keast et al. (2004) förklarar att en nätverksstruktur uppstår när det inte längre räcker för personer att arbeta separat och att bara ha kontakter externt. Nätverksstrukturen uppstår därmed när personer inser att de behöver arbeta tillsammans med andra för att nå ett mål. När de väl inser detta, skapar de band till andra människor och organisationer som de kan dela information med, få kunskap av och samarbeta. I en nätverksstruktur finns det dessutom olika faktorer som delar upp nätverket i olika delar. Dessa faktorer kommer att ligga som grund i denna uppsats för att förklara hur en nätverksstruktur kan se ut.

### Entreprenör

Ekonomer, sociologer och många andra har länge försökt förklara begreppet entreprenörskap. Filion (2021) skriver att begreppet är svårdefinierat och att det finns sex huvudsakliga komponenter som en entreprenör har. De menar att en entreprenör är innovativ, ser lätt möjligheter, duktig på att hantera risk, hitta olika åtgärder på problem, att använda resurser och att skapa mervärde. Tripathi et al. (2022) har däremot valt att förenkla begreppet och förklarar att det som skiljer en entreprenör från en icke-entreprenör är att en entreprenör är någon som startar bolag (organisationer), samtidigt som en icke-entreprenör inte gör det. Under den senaste nämnda definitionen kommer studien att ta utgångspunkt ifrån.

### Fokuspersion

En fokuspersion är den person man fokuserar på när man studerar ett socialt nätverk. Fokuspersionen har flera olika människor i sitt nätverk och styrkan i dessa relationer varierar ofta. Fokuspersionen i denna undersökning är entreprenören som intervjuas.

### SME

Enligt den europeiska kommissionen (European Commission, n.d.) definieras small medium enterprises (SME) som företag som har färre än 250 anställda och en årsomsättning på högst 50 miljoner euro eller balanserade tillgångar till högst 43 miljoner euro. Stora företag syftar i

denna uppsats till de företag som inte är SME, alltså de som har fler än 250 anställda och en årsomsättning på över 50 miljoner euro.

## 2. Teori

*I det andra kapitlet presenteras den litteratur som ligger till grund för arbetets teoretiska ramverk. Inledningsvis förklaras de faktorer som kommer att ligga till grund för uppsatsens kvalitativa undersökning och forskningen bakom dessa faktorer beskrivs. Dessa faktorer och teorier kan hjälpa till att förklara hur entreprenörers sociala nätverksstrukturer ser ut och hur de skiljer sig åt mellan olika branscher.*

---

### 2.1 Nätverkets struktur

Tidigare forskning kring sociala nätverk har identifierat olika dimensioner som ett nätverk kan analyseras utefter. I sin metastudie "*Network-based research in entrepreneurship: A critical review*" sammanfattar Hoang & Antoncic (2003) den tidigare forskning som gjorts kring nätverkens struktur och lyfter fem faktorer som är återkommande. Dessa fem faktorer är: *storlek, starka och svaga band, densitet, heterogenitet / diversifiering och centralitet*. Senare forskning rörande strukturer av nätverk har tillämpat dessa fem faktorer och för att genomföra en studie som kan relateras till tidigare forskning väljer vi i denna uppsats att använda oss av samma faktorer.

#### 2.1.1 Storlek på nätverket

Hoang & Antoncic (2003) skriver i sin artikel om nätverksstruktur och menar att storleken på nätverket är det som är mest intuitivt. De hävdar att storleken på nätverket och dess centralitet är de faktorer som direkt kan förklara mängden "resurser" en person har tillgång till genom sitt nätverk. Resurser beskrivs som tillgången till information, rådgivning, problemlösning och kunskap (Hoang & Antoncic, 2003).

Storleken på nätverket definieras som antalet direkta länkar mellan en fokuspersion och andra människor. Direkta länkar innebär att fokuspersionen har möjlighet att kontakta personen som sitter på resursen direkt och måste därmed inte gå via någon annan kontakt för att nå kontakten. Analysen av storleken på nätverket mäter i vilken utsträckning resurser kan nå hos entreprenören eller organisationen, Aldrich och Reese (1993) i Hoang & Antoncic (2003). Ett större nätverk har en positiv inverkan på mängden resurser som entreprenören har

att tillgå (Alqahatani & Uslay, 2020). Storleken verkar även nära kopplad till nätverkets diversifiering där ett större nätverk ofta innebär större spridning på resurser och idéer (Hernández-Carrió, et al., 2020). Detta kan i sin tur öka företagets prestanda och potentiellt leda till högre vinst (Khan et al. 2019). Shneor och Vik (2019) presenterar även i sin artikel en stark relation mellan nätverkets storlek och till vilken grad entreprenören lyckas ta in kapital sitt företag.

### 2.1.2 Centralitet

Centralitet är den andra viktiga faktorn bakom ett nätverks struktur. Konceptuellt är centralitet relativt lik storleken på nätverket men skiljer sig då den mäter möjligheten för en fokuspersion att nå resurser via både direkta och indirekta länkar. Indirekta länkar innebär att entreprenörer kan få tillgång till en person/resurs via någon annan i sitt nätverk men inte genom att kontakta dem direkt (Hoang & Antoncic, 2003). Vidare förklarar Hoang och Antoncic (2003) att inom centralitet så används ofta begreppet grad-centralitet, vilket beskriver förmågan för en person att nå andra personer genom mellanhänder som kopplar dem samman. Däremot nämner de att centralitet är ganska svårt att mäta då det är komplext att samla in data från alla relationer i någons nätverk, därav är storleken på nätverket ett mer undersökt område.

Nyuur et al. (2018) beskriver hur forskning visat att entreprenörer med högre centralitet tenderar att ha flera fördelar som kan bidra till förbättrad prestation i sin roll som entreprenör. Enligt Nyuur et al. (2018), som hänvisar till Ibarra (1993), Marsden (2002) och Chiu (2008), finns det en stark koppling mellan centralitet och en hög position i nätverkets statushierarki, social makt, strukturellt inflytande och en hög grad av tillgång till och kontroll över värdefulla resurser. Vidare förklarar Nyuur et al. (2018) med hänvisning till Partanen et al. (2008) att det kan antas att centraliteten kan vara till hjälp för att utveckla och upprätthålla en hög nivå av förtroende inom nätverk. En hög grad av centralitet leder också till snabbare och mer effektiv tillgång till resurser och information (Das & Goswami, 2019).

### 2.1.3 Diversifiering / Heterogenitet

En annan aspekt av nätverkets struktur som Hoang & Antoncic (2003) identifierat är graden av diversifiering. Detta innebär hur spridd bakgrund och kunskap som personerna inom entreprenörens nätverk har samt hur stor variationen är i de resurser som kontakterna har.



Diversifierade nätverk kännetecknas här som ett nätverk där kontakterna har olika egenskaper och resurser (Rauch et al., 2016). Diversifiering i nätverket kan även handla om geografisk diversifiering vilket handlar om var kontakterna befinner sig (Hoang & Antoncic, 2003).

Denna struktur på nätverket är ofta fördelaktigt för innovation eftersom den diversifierade kunskapen underlättar upptäckandet av nya entreprenöriella möjligheter (Rauch et al., 2016). Diversifieringen innebär också en större tillgång till många olika typer av resurser vilket är viktigt för entreprenörens möjlighet till att fullfölja affärsidéer (Hernández-Carrió, et al., 2020). I kontrast definierar författarna sammanhängande nätverk som ett nätverk bestående av kontakter med liknande egenskaper och som i sin tur har en stark kontakt mellan varandra (Rauch et al., 2016). Ett mer sammanhängande nätverk kan bidra till att entreprenörer lättare kan utnyttja de affärsmöjligheter som de har upptäckt eftersom de närmare kontakterna tillåter lättare utnyttjande av resurserna i nätverket. Detta, skriver författarna, innebär att båda typer av strukturer kan vara fördelaktiga men för olika syften och att den ena inte nödvändigtvis behöver utesluta den andra. Eftersom det tar tid att bygga ut ett nätverk måste entreprenörer ta hänsyn till kostnaden i termer av tid i relation till hur väl de kan utnyttja sitt nätverk.

Artikeln lyfter att tidigare forskning har visat att ett mer sammanhängande nätverk tenderar att innebära mindre tidsåtgång eftersom kontakterna ofta är nära och starka vilket innebär att det är lätt att utnyttja kunskaper och resurserna som respektive kontakt medför (Rauch et al., 2016). Däremot mistes ofta bredden på resurser och information vilket kan göra det svårare att vara innovativ och kan göra att de resurser entreprenörer behöver för att fortsätta med företagsidén saknas (Rauch et al., 2016). Eftersom det finns fördelar och nackdelar med båda har forskningen haft svårt att visa vilken som bidrar mest effektivt till framgångsrikt entreprenörskap. Däremot skriver Rauch et al. (2016) att en meta-analys indikerar att de olika strukturerna kan vara fördelaktiga i olika situationer.

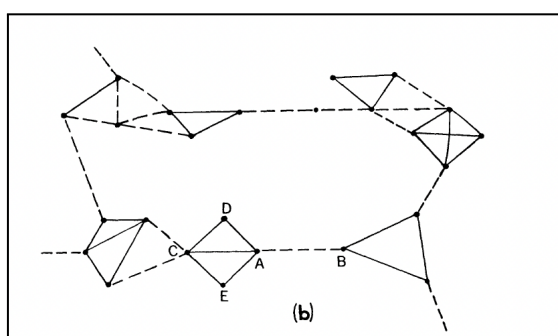
När tidigare forskning sammanställs tenderar en högre grad av diversifiering att vara fördelaktigt i större företag medan sammanhängande nätverk kan utnyttjas mer effektivt i mindre företag (Rauch et. Al., 2016). Det verkar också finnas en relation mellan vilken industri som företaget agerar inom och nätverkets diversifiering där en bransch som kräver en högre grad av innovation har fördelar av ett diversifierat nätverk (Rauch et. Al., 2016).

## 2.1.4 Starka och svaga band

Mark Granovetters (1973) teori om styrkan i svaga band är inom den akademiska forskningen om nätverk av stor betydelse. I sin artikel "The strength of weak ties" argumenterar Granovetter för att svaga band är de mest värdefulla kontakterna i ett socialt nätverk och kan spela en avgörande roll i personens sociala nätverk.

Enligt Granovetter är svaga band förbindelser mellan individer som inte är lika varandra och som inte interagerar så ofta som nära vänner eller familjemedlemmar vilka i stället är att betrakta som starka band. Styrkan i banden beror på en kombination av spenderad tid, emotionell intensitet, förtroende och ursprunget av relationen. Granovetter visar empiriska bevis på att ju starkare band två individer har desto mer lika är de på olika nivåer. Svaga band är värdefulla eftersom de kan koppla samman människor som annars inte skulle vara kopplade, och kan ge tillgång till ny information, möjligheter eller resurser som kanske inte är tillgängliga genom starka band ensamma.

En av styrkorna i svaga band är att de kan utgöra broar mellan nätverk. Det vill säga, att svaga band skapar en bro mellan ett nätverk och ett annat. Granovetter menar att om en individ tar bort en kontakt från sitt nätverk så minskar det nätverket till en större grad om det fanns ett svagt band till personen än om de hade ett starkt band. Det beror på att en bro till ett annat nätverk försvinner. Teorin om svaga band som broar illustreras i nedan bild där streckade linjer är svaga och heldragna linjer är starka band mellan individer.



*Källa: Granovetter (1973), The Strength of Weak Ties. American Journal of Sociology, Vol. 78, No. 6*

Styrkan i svaga band underbyggs också i Granovetters teori med flera exempel. Till exempel visar han hur arbetssökande oftare är framgångsrika med att hitta nya jobb genom svaga band än genom starka band. Svaga band kan inkludera bekanta från andra branscher eller yrken

som kan ge tillgång till olika jobbmöjligheter. Teorin betonar också vikten av att ta hänsyn till bandets styrka i social nätverksanalys. Granovetter menar att starka band tenderar att förstärka befintlig information och attityder, medan svaga band är mer benägna att introducera ny information och perspektiv.

Även Sullivan et al. (2021) skriver om starka och svaga band och hur dessa band påverkar entreprenörens förmåga att lära sig mer om finansiella beslut för att växa sitt bolag. Här menar författarna att svaga band hjälper entreprenörer med den hjälp de behöver för att förbättra sina ekonomiska beslut. De menar även att svaga band kan hjälpa entreprenören att lära sig mer om sina kunder och öka sin förståelse för deras behov. Sullivan et al. (2021) hänvisar flertal gånger till Granovetter (1973) och menar att hans teoretiska ramverk stämmer väl överens med de slutsatser de har kommit fram till.

### 2.1.5 Densitet

Nätverkets densitet mäter till vilken grad en fokuspersons kontakter i nätverket också är kontakter med varandra (Hoang & Antoncic, 2003). Ett nätverk där alla känner varandra har en hög densitet vilket tidigare forskning menar innebär hundraprocentig densitet. I ett nätverk med hög densitet delar medlemmarna i nätverket till större grad information till varandra, detta leder i sin tur till att det finns ett överskott av information i nätverket eftersom alla medlemmar delar information till varandra (Greve, 2003). Densitet innebär i många fall en tydligare lokal koppling där en högre densitet leder till att entreprenören mer sannolikt stannar inom samma område (Butler et al, 2020). Tidigare forskning har påvisat ett samband inom små till medelstora bolag där nätverk med låg densitet har högre förvärvs och genomförbarhet av konkurrens nödvändiga affärsprojekt inom metallproduktion- och bilindustrin (Hoang & Antoncic, 2003; Nyuur et al., 2018, med hänvisning till Musten et al., 2014).

Nyuur et al. (2018) förklarar med hänvisning till Soda et al. (2004), att densiteten i nätverket tenderar att öka över tid, det vill säga entreprenörer som verkat länge i en bransch skall enligt teorin ha högre densitet i nätverket. Vidare hänvisar Nyuur et al. (2018) till Nahapiet och Ghoshal (1998) att nätverk med hög densitet tillhandahåller användbart socialt stöd och underlättar överföringen av komplicerad information mellan parter i nätverket. Trots detta belyser Nyuur et al. (2018), med hänvisning till Musteen et al. (2014) samt McEvily och Zaheer (1990), att inom nätverk med hög densitet finns det mycket likasinnad kunskap bland

nätverksmedlemmarna. Detta beror på att det finns få luckor i kunskapen mellan aktörerna i nätverket. Ju fler direkta kontakter en entreprenör har i sitt nätverk, desto mindre sannolikt är det att nya medlemmar med olika resurser ansluter sig till nätverket. Av denna anledning anses sådana nätverk inte vara lika effektiva när det gäller att hitta ny, unik och värdefull kunskap.

## 2.2 Snabbrörliga och trögrörliga branscher

Istället för att studera några helt slumpmässigt valda branscher för att urskilja deras struktur på nätverket har vi valt att avgränsa uppsatsen till två olika klassifikationer som branscher kan delas in i. Dessa är snabbrörliga branscher och trögrörliga branscher. Teorin för vilka branscher som ingår i de olika klassifikationerna redovisas nedan.

Low och Isserman (2013) har i sin studie identifierat branscher som enligt dem har en högre prägel av innovation än andra branscher. Deras framställning av innovativa branscher ger en överblick av vilka branscher som är mer innovativa och vilka som är mer trögrörliga. I vår studie applicerar vi Low och Issermans resonemang om innovativa branscher och likställer det till snabbrörliga branscher.

Författarna använder flera kriterier för att identifiera innovativa branscher, inklusive *högteknologi, hög kompetens, antal patentansökningar, omsättning* och *innovationstadium*. Högteknologi och hög kompetens används som det primära kriteriet för innovativa branscher, anledningen till att författarna använder dessa två kriterier är för att ett företag med hög teknologisk nivå och hög kompetensnivå är mer innovativt och använder i större utsträckning nya teknologier (Low & Isserman, 2013). För att beräkna huruvida en bransch präglas av hög teknologi så beräknar författarna i sin studie hur stor andel av alla anställda i varje enskilt bolag som har anställning som rör hantering av högteknologi, till exempel utvecklare. Det andra primära kriteriet är hög kompetens, anledningen till att Low och Isserman valt detta kriteriet menar att de hänför sig från tidigare studier som kopplat innovativa aktiviteter till anställda med hög kompetensnivå, Low och Isserman (2013) med hänvisning till Lee et al. (2004) och Mueller (2007). En hög kompetensnivå menar författarna likställas med en universitetsexamen. Low och Isserman (2013) fann att flertalet industrier hade både hög kompetensnivå och högteknologi, speciellt inom datorvetenskap, ingenjörsvetenskap, naturvetenskap och matematik/statistik.

Författarna ställer även sekundära kriterier som branscher kan uppfylla, dessa inkluderar patent, omsättning och vinstcykel. Att uppfylla ett sekundärt, lösare kriterium menar författarna ger stödande bevis för att en bransch är innovativ. De strikta primära kriterierna håller antalet innovativa branscher få så att endast de mest innovativa branscherna inkluderas men genom att även inkludera branscher som uppfyller de sekundära branscherna skapar en större bredd i antalet branscher som är att anse som innovativa menar Low och Isserman (2013). Totalt sett identifierar författarna 36 branscher som innovativa och de branscher som mest frekvent framkommer som innovativa är inom *tillverkning, information & yrken inom professionella, vetenskapliga och tekniska tjänster*.

Även Peneder (2008) försökte klassificera branscher som antingen innovativa eller rutiniserade i sin studie. Peneder använde däremot en annan metod för att klassificera branscherna, han tittade enbart på de enskilda bolagens finansiella resultat (omsättning och vinst) samt inträde frekvensen till branschen av nya företag. Peneder fann liknande resultat som Low och Isserman vilket stärker pålitligheten i Low och Issermans klassificering av branscher som vi använder oss av.

För att identifiera vilka branscher som har en låg prägel av innovation klassificerar Low och Isserman (2013) följande branscher: *Konstruktion & byggnation, Tillverkning av elektrisk utrustning, Monetära myndigheter - banker, Nöjesbranschen, Logi & boende branschen*. Dessa branscher kommer fortsatt i uppsatsen att benämnas som trögrikliga.

## 2.3 Vad utmärker SMEs?

Fastän EU klassificerar SMEs (små och medelstora företag) och fastställer ett ramverk för vilka som ska inkluderas i varje kategori, utvecklas inte en vidare förklaring av hur SMEs skiljer sig från stora företag bortsett från omsättning och antalet anställda. I sin artikel undersöker Berisha och Pula (2015) praktiskt taget vad som karaktäriserar SMEs. Genom att utnyttja kvalitativ forskning från Yon och Evans (2011) presenterar de en tabell som illustrerar skillnaderna mellan SMEs och stora företag, med avseende på ledning, personal, organisatorisk struktur, försäljning, kundrelationer, produktion, forskning & utveckling samt finansiering.

Kategori	SMEs	Stora företag
Ledning	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enskild företagsamhet</li> <li>- Funktioner kopplat till personligheter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ledarskapsföretagande</li> <li>- Arbetsfördelning baserat på ämnesområden</li> </ul>
Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avsaknad av universitetsexamen</li> <li>- Mångsidig kunskap</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hög andel universitetsexamen.</li> <li>- Specialisering</li> </ul>
Organisatorisk struktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Höggradiga personliga kontakter.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Höggradiga formaliserade kommunikationsmedel</li> </ul>
Försäljning	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jämförande position är inte definierad och är osäker.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stark konkurrensposition</li> </ul>
Kundrelationer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osäker. Företagen har inte hunnit skapa långvariga kontakter med kunder.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baserad på långtgående kontrakt</li> </ul>
Produktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbetskraftsintensiv. Det krävs mycket människor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kapitalintensiv, stordriftsfördelar</li> </ul>
Forskning & utveckling	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Följer marknaden, intuitivt tillvägagångssätt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Institutionaliserad</li> </ul>
Finansiering	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Självfinansiering och från vänner / familj.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifierad ägarstruktur, tillgång till anonyma kapitalmarknader.</li> </ul>

Tabellen ovan delar upp SME-företag och stora företag med hur de kan skilja sig åt beroende på olika kategorier. Exempelvis går det att utläsa att SME-företag enligt teorin har höggradiga personliga kontakter samtidigt som de stora företagen har mer höggradiga formaliserade kommunikationsmedel. Yon och Evans (2011) menar även att personalen i SME-företag saknar universitetsexamen samtidigt som de som jobbar inom stora företag har universitetsexamen till hög andel. Av tabellen framgår det även att SMEs generellt har en mer osäker konkurrensposition och osäker kundrelation. Detta kan innebära att de, i jämförelse

med stora företag, har ett större behov av att anpassa sig och därmed är i större behov av mångsidig kunskap och många resurser (Yon och Evans, 2011).

## 2.4 Teoretiskt ramverk mellan branscher och nätverksstruktur

Teorin kring trögrörliga och snabbt rörliga branscher visar att det verkar finnas en skillnad i vilka faktorer bakom nätverksstrukturen som är viktiga för de olika. Medan de snabbt rörliga branscherna präglas av ett behov av hög kompetens och högteknologi är de trögrörliga branscherna präglade av en långsammare utvecklingstakt och en mer stabil kunskapsbas (Low & Isserman, 2013). De olika behoven indikerar att strukturen på nätverken kan skilja sig åt eftersom strukturen påverkar mängden resurser och emotionellt stöd som entreprenören har att tillgå (Hoang & Antoncic, 2003). Framförallt är faktorerna *storlek* och *centralitet* relevanta för mängden resurser som entreprenören har att tillgå eftersom ett större nätverk innebär att entreprenörer har ett stort antal personer de kan kontakta (Hoang & Antoncic, 2003). Det är därför rimligt att anta att företag i snabbt rörliga branscher, där behovet av stor innovation och högteknologi är stort, har större nätverk än de i trögrörliga.

Storleken på nätverket är tätt knutet till styrkan på de kontakter fokusperson har där det generellt är ett stort nätverk med många svaga band eller ett mindre nätverk med fler starka band (Granovetter, 1973). Eftersom fler svaga band är fördelaktigt för att anskaffa sig ny kunskap och information kan det antas att snabbt rörliga branscher präglas av många svaga band medan de trögrörliga i större utsträckning har färre men starkare band. Att de i snabbt rörliga branscher har fler svaga band skulle då förklaras av att de är mer beroende av tillgång till ett stort antal resurser, nya idéer och varierad kunskap, något som svaga kontakter kan erbjuda (Burt, 1992). Eftersom trögrörliga branscher inte har en lika hög omsättning av kunskap och är det troligt att de kommer att ha mindre nätverk med fler starka band.

En annan dimension av nätverket är hur diversifierat det är. Eftersom ett mer diversifierat nätverk bidrar till att entreprenörer lättare kan upptäcka nya möjligheter är det sannolikt att företag i snabbt rörliga branscher kommer uppvisa mer diversifierade nätverk än de trögrörliga (Rauch et al., 2016). Samtidigt säger teorin att mer homogena nätverk kan göra att personer har lättare att nyttja de möjligheter de har upptäckt och att graden av diversifiering kan vara fördelaktig beroende av storleken på företaget (Rauch et al., 2016). Medan det är rimligt att anta att de företag som rör sig i snabbt rörliga branscher har ett mer diversifierat

nätverk kan det därför komma att variera beroende på hur stort företaget är. Nära kopplat till diversifieringen av nätverket är densiteten. Hög densitet innebär mindre ny information eftersom många känner varandra inom nätverket och därmed inte får in ny information (Greve, 2003). En högre densitet kan vara fördelaktigt i trögrörliga branscher eftersom det möjliggör fördelning av information, kunskap och resurser inom nätverket, vilket kan vara fördelaktigt för samarbete och gemensam utveckling (Provan & Milward, 2001). Detta är varför det sannolikt är lägre densitet i snabbt rörliga branscher än i trögrörliga.

Med utgångspunkt i de teorier som finns rörande storleken och centralitet på nätverket antar denna studie att dessa samspelar och att en mindre storlek också innebär en lägre centralitet. Detta eftersom dessa båda dimensioner är nära kopplade och ett stort nätverk bör innebära att personer har lätt att nå till den resurs de behöver lättare. Det är även rimligt att anta att ett större nätverk generellt innebär fler svaga kontakter. Detta förklaras av att det generellt är krävande att bygga ut sitt nätverk och att det är svårare att skapa starka band med alla som ingår i nätverket ju fler personer som ingår.



## 3. Metod

*I följande kapitel behandlas metodkapitlet och sättet som studien utförts på. Till en början presenteras studiens forskningsstrategi och forskningsdesign, därefter urvalet av litteratur och de teorier som använts. Sist presenteras de metoder som använts för datainsamlingen och dataanalysen. Under varje stycke presenteras en konkret förklaring till varför vi valt de metoderna som valts.*

---

### 3.1 Forskningsstrategi

I tidigare studier har det framkommit att det saknas kvalitativa studier kring nätverkets struktur hos entreprenörer vilket är en av anledningarna till att en kvalitativ metod har valts för att svara på uppsatsens frågeställning. Den andra anledningen till att vi väljer en kvalitativ ansats i denna studie är att vi vill få en djupare förståelse för varför strukturen ser ut som den gör vilket besvaras bäst genom semistrukturerade intervjuerna där intervjuobjekten ges utrymme att utveckla sina resonemang.

*“Kvalitativa studier är en forskningsstrategi där tonvikten under insamling och analys av data oftare ligger på ord än på kvantifiering och siffror”* (Bryman och Bell, 2015). Grundat på denna studies teoretiska ramverk och frågeställning har en kvalitativ forskningsstrategi använts. Den kvalitativa forskningsmetoden skiljer sig även från den kvantitativa forskningsmetoden då den förstnämnda ofta är mer tolkningsinriktad, vilket innebär att man lägger tyngd på att försöka förstå hur de tillfrågade tolkar sin sociala verklighet då denna tolkas olika från person till person (Bryman & Bell, 2015). Till grund för detta har den kvalitativa studien utförts individuellt för att kunna tolka varje respondents subjektiva uppfattning. I den kvalitativa forskningsstrategin ingår det att undersöka bakomliggande faktorer kring människors sätt att handla och agera på (Bryman & Bell, 2015).

Fortsättningsvis har Bryman och Bell (2015) delat upp forskningen i två olika synsätt, det deduktiva synsättet och det induktiva synsättet. En deduktiv studie utgår från tidigare forskning, teorier eller etablerade kunskaper för att formulera hypoteser. Hypoteserna är deduktiva i naturen eftersom de dras från den existerande teorin och används för att förutsäga specifika förhållanden eller relationer som kan testas empiriskt. Forskaren använder sedan

oftast en kvantitativ metod för att samla in data och testa dessa hypoteser för att bekräfta eller förkasta dem (Bryman & Bell, 2015). Å andra sidan följer en induktiv studie en annan forskningsprocess. I en induktiv studie börjar forskaren med empirin, det vill säga insamlad data eller observationer. Forskaren analyserar och tolkar därefter datan för att dra generella slutsatser, mönster eller teorier (Bryman & Bell, 2015). I det induktiva synsättet är forskaren mer flexibel och öppen för att låta datan tal för sig själv eftersom det är lättare att hitta mönster och relationer vilket gör möjligheten att dra slutsatser större (Bryman & Bell, 2015). Däremot är det få induktiva studier som skapar nya teorier och därav hamnar de flesta studier någonstans mellan den deduktiva och den induktiva studien, detta kallas för abduktiv studie (Bryman & Bell, 2015; Thornberg, 2012). Denna studie har en abduktiv prägel då den grundats från tidigare forskning och teoretiska ramverk inom ämnet, samtidigt som insamlad empiri har ökat kunskapen och förståelsen och bidragit till att skapa ny teori (Thornberg, 2012).

## 3.2 Forskningsdesign

Arbetet har utformats som en flerfallstudie där semistrukturerade intervjuer har utförts på två snabbväxande branscher och två trögrörliga branscher där vi intervjuat fyra entreprenörer inom samma bransch, alltså 8 entreprenörer sammanlagt. Karaktärsdragen för en flerfallsstudie är att man jämför två eller fler personer (eller organisationer) mot varandra. Denna typ av studie kallar Bryman och Bell (2015) även för komparativ design. Då tidsramen för detta projekt var begränsad och med tanke på frågeställningens karaktär ansåg gruppen att en flerfallsstudie passade bäst. Arbetet innebar att varje enskild entreprenör studerades noggrant och de olika respondenterna jämfördes även mellan varandra. Vi var således intresserade av de faktorer som låg bakom den enskilde entreprenörens nätverk. En fördel med flerfallstudier är att de ger möjlighet att bygga teori och förbättrar möjligheten att dra slutsatser från ett större antal fall jämfört med enstaka fallstudier. Detta bidrar till en mer omfattande och giltig analys (Bryman & Bell, 2015).

## 3.3 Urval

### 3.3.1 Val av litteratur

Vid inledandet av arbetet började vi med en gedigen genomgång av den tidigare forskningen inom sociala nätverk. Först läste vi artiklar som summerar vad tidigare forskning har kommit fram till. Detta tillvägagångssätt menar Bryman och Bell är nödvändigt för att snabbt få information om vad som skrivits tid inom området och på så sätt inte uppfinna hjulet på nytt, dessutom skapar det en övertygelse om ämnets relevans (Bryman & Bell, 2015).

Efter att ha läst artiklar som sammanställer tidigare forskning identifierade vi vilka återkommande artiklar som tas upp frekvent. Dessa var bland annat Aldrich & Zimmers forskning från 1986 men även Granovetters artikel om svaga och starka band. Vi fördjupade oss sedan i de enskilda artiklar som var av störst auktoritet från den tidigare forskningen. Vid urvalet av dessa använde vi Google Scholar för att se antalet citeringar varje artikel hade samt vilken publikation som publicerat artikeln. Detta gjorde vi just eftersom att samtliga artiklar är hämtade från internet och Bryman & Bell (2015) ger fyra frågeställningar vi bör ställa oss vid granskning av internetkällor; *Autencitet – är materialet äkta?*, *Trovärdighet – är materialet förvrängt?*, *Representativitet – är materialet typiskt inom sin genre?*, *Meningsfullhet – är materialet tydligt och begripligt?*

Bryman & Bell menar att genomgången av tidigare litteratur besvarar frågor som: *Vad är redan bekant eller känt på området?*, *Vilka begrepp eller teorier är relevanta för området?*, *Vilka forskningsmetoder eller teorier har tillämpats på området?*, *Finns det några frågor som inte besvarats?* (Bryman & Bell, 2015). För vår del identifierade vi att tidigare forskning har fokuserat sina studier för att kvantitativt finna om det finns en koppling mellan ett starkt socialt nätverk och entreprenöriell framgång. Vi identifierade att det finns bristande litteratur inom jämförelse av strukturen på entreprenörers nätverk beroende på bransch och det var därför vi formulerade vår frågeställning kring detta.

Viktigt att uppmärksamma är att forskningen kring nätverkens struktur och deras inverkan på entreprenörskap har tenderat att minska de senaste åren. Detta gör att ett flertal artiklar som refereras till i denna studie är äldre. För att säkerställa studiens validitet har artiklar därför valts som det frekvent refereras till i nyare studier och inga nya teorier har hittats som motsäger den tidigare forskningen.

### 3.3.2 Val av empiri

Innan genomförandet av de kvalitativa intervjuerna bestämde vi oss för fyra kriterier som intervjuobjekten alla skall uppfylla. (1) personen skall vara aktiv inom en av de undersökta branscherna, (2) personen skall vara entreprenör och ha startat bolaget, (3) bolaget skall kategoriseras som en SME. (4) bolaget skall uppfylla en av de förutbestämda branschklassificeringarna. Att just intervjuja själva entreprenören bakom företaget minskar risken att vi tar in felaktig information då frågeställningen rör hur entreprenörens nätverk skiljer sig beroende på bransch.

Vid bestämning av urvalsstorlek begränsade vi oss till 8 kvalitativa intervjuer eftersom Bryman & Bell menar att desto bredare omfånget av studien och det studerade objektet är desto större behöver urvalsstorleken vara (Bryman & Bell, 2015). Med det korta tidsspannet för genomförandet av studien beslutade vi oss för att intervjuja fyra personer inom varje branschklassificering och två personer inom varje bransch, alltså 8 entreprenörer sammanlagt.

Vid urvalet av intervjupersoner klassificerade valet av intervjupersoner enligt följande:

- Snabbrörliga branscher (tillverkning och teknikutveckling)
- Trögrörliga branscher (byggnation och restaurang)

Vårt val av empiri var ett målstyrt urval, detta innebär en icke-slumpmässig urvalsmetod där vi valde specifikt intervjupersoner efter vår forskningsfråga (Bryman & Bell, 2015). Eftersom det var viktigt för oss att hitta entreprenörer från förutbestämda branscher så var detta den bästa metoden för att besvara frågeställningen. Praktiskt började vi med att kontakta personer vi känner inom respektive bransch för att få hjälp att komma i kontakt med personer som uppfyller våra kriterier.

## 3.4 Datainsamlingsmetod

För att söka svar på uppsatsens frågeställning har kvalitativa data valts som grund i form av semistrukturerade intervjuer (Bryman & Bell, 2015). Denna typ av datainsamling lämpar sig väl för att få mer nyanserade och djupgående svar och kan därmed ge en mer korrekt spegling av hur entreprenörer skapar sina nätverk i kontrast till en kvantitativ datainsamling. På grund av nätverkens komplexitet och omfattning gör kvalitativa intervjuer det möjligt att fånga in mer av vad som gör de underbyggda resonemang än vad kvantitativa data hade kunnat göra.

Den kvalitativa metoden har också valts med utgångspunkt i tidigare forskning som poängterat att en stor del av forskningen kring nätverk har varit kvantitativ och att en kvalitativ forskning kring ämnet saknas (Hoang & Antoncic, 2003).

Semistrukturerade intervjuer innebär att det har använts en intervjuguide med frågor som på förhand har bestämts och som sedan har utvecklats med följdfrågor som ansetts passande under intervjuens gång (Bryman & Bell, 2015). Detta har möjliggjort en flexibilitet i intervjuerna vilket gjort att frågor som på förhand inte varit aktuella har kunnat inkluderas och ge en djupare insikt i svaren. En risk med denna typ av intervjuer är att intervjuaren på förhand har förväntningar på intervjuens svar och kan påverka respondenten genom att ställa riktade eller insinuerande frågor (Bryman & Bell, 2015). För att minska denna risk har frågorna som ställts formats för att undvika suggestion samt utformats för att vara öppna för att på så sätt låta respondenten svara med liten påverkan. Under intervjuens gång har intervjuaren också försökt att inte antyda de förväntningar som hen haft på resultaten för att den intervjuade inte ska ha påverkats av vad den tror att den borde säga.

Innan intervjuerna inleddes gjordes en genomgång med intervjupersonen om avsikten för intervjun och hur svaren kommer att användas. Eftersom svaren kommer att vara offentliggjorda framlades detta till den intervjuade för att hen skulle ha möjlighet att avstå från att svara om frågorna ansågs känsliga. För att säkerställa att de intervjuade kände sig bekväma och kunde svara ärligt fick de även veta att svaren är anonyma och att deras svar kommer att återges utan att referera till personen som gett dem. Intervjuerna spelades in och därefter har en transkribering gjorts. Denna metod har valts för att det möjliggör för intervjuaren att ha mer fokus på samtalet och mindre på att skriva ner vad som sägs. Det ger också möjlighet att återge svaren från intervjun mer korrekt och därmed ge mer gedigna data att analysera (Bryman & Bell, 2015).

Nedan kommer en begreppslista med begrepp som återfinns i vår intervjuguide, det är dessa definitioner vi har givit till intervjuobjekten under intervjuerna.

**Innovation:** Innovation är en process som fokuserar på det resultat som produceras, vilket oftast innebär introduktion av nya produkter och tjänster. Inom begreppet innovation finns flertalet underkategorier, bland annat produktinnovation, processinnovation,

affärsmodellinnovation, organisatorisk innovation och leverantörskedja innovation (Kahn, 2018)

**Nätverksstruktur:** Nätverksstruktur, banden företag eller personer skapar med andra människor och organisationer som de kan dela information med, få kunskap av och samarbeta med. Storleken på nätverket, centralitet, densitet, homogenitet och styrkan i banden är alla faktorer som tillsammans skapar nätverksstrukturen.

**Entreprenör:** En entreprenör är någon som startar ett bolag.

**Fokuspersion:** Det är den personen man fokuserar på när man studerar ett socialt nätverk, i vårt fall kommer detta vara den enskilde entreprenören vi intervjuar.

**Nätverkets storlek:** Antalet direkta länkar mellan en fokuspersion och andra människor eller organisationer. Direkta länkar innebär att fokuspersionen har möjlighet att kontakta personen som sitter på resursen direkt och måste därmed inte gå via en annan kontakt för att nå kontakten.

**Centralitet:** Konceptuellt är centralitet relativt lik storleken på nätverket men skiljer sig då den även mäter möjligheten för en fokuspersion att nå resurser via både direkta och indirekta länkar. Indirekta länkar innebär alltså att man kan få tillgång till en person/resurs via någon annan i sitt nätverk men inte genom att kontakta dem direkt (Hoang & Antoncic, 2003).

**Densitet:** Nätverkets densitet mäter till vilken grad en fokuspersons kontakter i nätverket också är kontakter med varandra (Hoang & Antoncic, 2003). Ett nätverk där alla känner varandra har en hög densitet vilket tidigare forskning menar innebär hundra procentig densitet.

**Homogenitet / diversifiering:** Detta innebär hur spridd bakgrund och kunskap som personerna inom entreprenörens nätverk har samt hur stor variation i de resurser som kontakterna har. Diversifierade nätverk kännetecknas här som ett nätverk där kontakterna har olika egenskaper och resurser och består också ofta av många men svagare kontakter (Rauch et al., 2016).

**Styrkan i banden:** Svaga band är förbindelser mellan individer som inte är lika varandra och som inte interagerar så ofta som nära vänner eller familjemedlemmar vilka i stället är att

betrakta som starka band. Styrkan i banden beror på en kombination av spenderad tid, emotionell intensitet, förtroende och ursprunget av relationen.

**Brokers:** En person eller organisation som agerar mellanhand och kopplar samman olika människor. Ett exempel på detta är fastighetsmäklare.

Nedan presenteras de frågor som vi ställde under intervjuerna till entreprenörerna. Anledningen till att det är olika antal frågor inom varje faktor beror på antalet aspekter vi måste förstå för att avgöra de individuella faktorerna.

### 3.4.1 Datainsamling - Allmänt

Syftet med de allmänna frågorna var att få en introduktion till entreprenören, dess bolag, bransch och kontrollera att den drev ett SME-bolag. Vi ville även förstå om den själv ansåg att den jobbade inom en trögrörlig eller snabbrorlig bransch.

- Vilken bransch skulle du säga att du jobbar i? Skulle du påstå att branschen du arbetar inom är innovativ eller trögrörlig?
- Beskriv din bransch och människorna i den.
- Hur länge har du arbetat i branschen?
- Bara för att stämna av, visst har ditt bolag färre än 250 anställda och omsätter mindre än 50 M euro per år?

### 3.4.2 Datainsamling - Storlek på nätverk

Syftet med frågorna som ställdes om storleken på entreprenörernas nätverk var att förstå hur de skiljer sig åt mellan branscherna samt om vi kunde förstå varför de skiljer sig. Frågan om vilka källor som används för att ta kontakt med personerna ställdes för att få en inblick i hur entreprenörerna håller kontakt med sina nätverk.

- Hur stort skulle du uppskatta att ditt nätverk är om du får gissa?
- Vilka källor använder du för att kontakta ditt nätverk?

### 3.4.3 Datainsamling - Centralitet

Syftet med frågorna som ställdes gällande centralitet var att förstå hur lätt entreprenörerna har att nå kontakter inom sitt nätverk och vilken roll entreprenören själv har i nätverket.

- När du skall försöka nå en specifik person, hur ofta behöver du använda en kontakt för att nå den kontra att du direkt kan kontakta personen? Svara i procent.
- Använder du dig av brokers (mellanhänder) för att nå ut till människor? Isåfall vilka typer och när sker detta?
- Har du några specifika personer i ditt nätverk som ofta kan hjälpa dig att nå rätt person? Spindeln i nätet?

#### 3.4.4 Datainsamling - Diversifiering

Syftet med frågorna som ställdes gällande diversifiering var att förstå hur diversifierade kontakterna i entreprenörernas nätverk var samt vilket behov entreprenörerna själva kände att de hade av ett väl diversifierat nätverk. Frågorna undersökte både diversifiering i fråga om resurser och kunskap men även geografisk diversifiering och från vilka sammanhang nätverket härstammar ifrån.

- Skulle du säga att kontakterna i ditt nätverk är diversifierade i fråga om resurser och kunskap?
- Varför tror du att ditt nätverk är diversifierat/ inte diversifierat?
- Krävs det många olika typer av resurser / kunskaper inom din verksamhet, beskriv dessa.
- Hur många kontakter skulle du säga att du har som bor utanför Sverige?
- Hur många av dina kontakter kommer genom jobbet respektive från familj/vänner? Svara i procent.
- De som kommer från familj/vänner, kommer de från tillhörigheter (country club, bokklubb osv), hur stor del i så fall av det totala nätverket är från tillhörigheter?

#### 3.4.5 Datainsamling - Starka och svaga band

Syftet med frågorna som ställdes gällande andelen svaga respektive starka band var att förstå vilken relation entreprenören har till individerna i nätverket och vilka individer som oftast kan hjälpa entreprenören när denna vänder sig till sitt nätverk.

- När du vänder dig för hjälp till ditt nätverk, skulle du säga att det framförallt är nära vänner eller mer "bekanta" människor som hjälper dig?



### 3.4.6 Datainsamling - Densitet

Syftet med frågorna som ställdes gällande densiteten var att förstå till vilken grad entreprenörerna ansåg att personer i deras nätverk kände varandra eller ej. Anledningen till att frågan om folk stannar länge i branschen ställdes var att få en djupare inblick i branschens egenskaper och om det finns några relationer mellan hög densitet och att människor stannar länge inom en bransch.

Till vilken grad känner dina närmaste kontakter andra personer inom ditt närmaste nätverk?

- Vilken kompetensnivå krävs i branschen generellt?
- Stannar folk länge inom din bransch?

### 3.4.7 Datainsamling - Avslutande fråga

Syftet med den avslutande frågan var att utöka vår kvalitativa förståelse av entreprenörernas nätverk. Genom att ställa en väldigt öppen fråga på slutet kunde respondenterna svara precis hur nätverket påverkar dem och vi kunde på så sätt få en bättre förståelse för ämnet.

- Hur påverkar ditt sociala nätverk din roll som entreprenör?

## 3.5 Dataanalysmetod

Eisenhardt (1989) förklarar att man vid flerfallstudier rekommenderas att till en början få en tydlig förståelse av varje enskilt fall, vilket uppnås genom det som kallas "within-case analysis". Genom att analysera varje fall separat underlättas förståelsen av de individuella fallen och möjliggör även jämförelser mellan dem (Eisenhardt, 1989). Dessutom underlättar denna metod att upptäcka mönster genom "cross-case comparison" (Eisenhardt, 1989). Denna uppsats har följt Eisenhardts linje och börjat med att presentera varje fall separat för att sedan skapa en sammanfattning i 4.3 med en tabell som på ett överskådligt sätt förklarar vad varje entreprenör har svarat. I analysdelen har vi använt "cross-case analysis" för att kunna analysera entreprenörernas svar mot varandra. Under vardera faktor analyseras därmed alla entreprenörers svar utifrån frågeställningen om hur nätverksstrukturen skiljer sig åt men även varför den skiljer sig åt. Att strukturera uppsatsen på detta sätt ansåg vi göra det tydligt för läsaren att få en djupare bild av varje faktor för att förstå vad den spelar för roll i strukturen och varför den kan skilja sig mellan olika branscher.

För att analysera datan från intervjuerna har tematisk analys använts. Denna typ av analys är inte förankrad i någon specifik teori vilket gör den mer flexibel och möjlig att anpassa till det tema som undersöks (Bryman & Bell, 2015). Den tematiska analysen har valts med utgångspunkt i frågeställningen som söker svar på skillnader i nätverksstruktur i olika branscher. Fokus är därmed på innehållet och de direkta svaren som framkommer från de intervjuade och inte hur de talar om eller tänker kring ämnet i sig där andra kvalitativa analysmetoder så som diskursanalys hade lämpat sig bättre.

Metoden som valts används för att identifiera olika teman som framkommer i intervjuerna och möjliggöra en systematiserad analys av dessa. På detta sätt kan svaren utredas utefter likheter och skillnader samt knyts an till den litteratur som uppsatsen baseras i. Tematisk analys kan delas in i fem olika steg varav den första är att bekanta sig med materialet (Bryman & Bell, 2015). Detta innebär att man transkriberar och läser igenom intervjuerna som gjorts. Därefter har materialet kodats vilket innebär att svarens olika delar har fått en motsvarande kod som är en kortare förklaring av kärnan i det som har sagts. Här ska koderna motsvara de viktigaste delar som framkommer från svaren för att ge en grund till analysen. Tredje steget är att se över de koder som gjorts och kombinera dessa till de teman som man ser. Genom att identifiera övergripande mönster och koder som liknar varandra kan teman tas fram som uppfattas bäst beskriva intervjumaterialet. När detta gjorts reviderades de teman som tagits fram för att se att de återspeglar svaren på ett tillfredsställande sätt varefter varje tema namnges och definieras tydligt. Genom att applicera denna process på studiens within-case-analysis har varje fall fått en gedigen genomgång och analyserats för att få en god förståelse för det som har framkommit.

En semantisk angreppspunkt har använts vilket innebär att de svar som framgår har tolkats. Detta står i kontrast till att tolka de underliggande antydanden eller subtexter som kan framgå i intervjun. Denna tolkningsmetod har valts för att minska risken för att intervjuarens egna åsikter ska färga framställningen av materialet. Genom att endast tolka det som de intervjuade säger kan analysen av resultaten bli mer neutrala. Vidare har en deduktiv ansats använts där vi grundar oss i teorin kring nätverkens struktur för att värdera de svar som ges (Bryman & Bell, 2015). Under within-case-analysis har teorierna som uppsatsen utgår ifrån därmed legat som en grund för tolkningarna av svaren. Detta innebär att varje fall har analyserats med utgångspunkt i teorierna från litteraturen och återkommande teman har klassificerats utefter de teman som teorierna lyfter. Detta har möjliggjort att svaren från intervjuerna har kunnat

sättas i en större kontext och har kunnat jämföras med de tidigare studier som har gjorts kring ämnet. Det har även gjort att svaren har kunnat struktureras upp för att på så sätt underlätta jämförelsen mellan de olika entreprenörernas nätverk.

## 4. Empiri

*I följande empiri kapitel presenteras datan från de kvalitativa intervjuerna med de 8 entreprenörerna från 4 olika branscher. Varje intervju är redovisad separat där först intervjuerna med entreprenörer från snabbvärliga branscher redovisas och sedan entreprenörerna från de trögrörliga branscherna. Varje intervju är uppdelat efter de fem faktorerna vi använder för att särskilja nätverksstrukturen; storlek på nätverk, centralitet, diversifiering, starka och svaga band och densitet. I slutet av kapitlet finns en sammanfattning av intervjuerna i tabellform. I detta kapitel har ingen analys av entreprenörernas nätverk gjorts. Kapitlet bygger därmed endast på entreprenörernas enskilda åsikt om hur det tycker att deras nätverksstruktur ser ut.*

---

### 4.1 Snabbvärliga branscher

#### 4.1.1 Entreprenör A (Teknik)

##### **Bakgrund**

Entreprenör A har startat ett företag som idag har ungefär 140 anställda och omsätter 25 miljoner euro, det startades 2015. Bolagets affärsidé är att erbjuda en marknadsföringsplattform som tillhandahåller tekniska lösningar för publicister och marknadsförare. Vi har klassificerat företagets bransch som snabbt föränderlig eftersom de jobbar med mjukvaruutveckling.

##### **Allmänt**

Hädanefter kommer vi att nämna entreprenör A som "A". Självt anser A sig befinna sig i branschen för programvaruutveckling med inriktningen på marknadsföring för mediebyråer. "Extremt innovativ" säger A att branschen är vilket bekräftar vår klassificering av företaget. När vi pratade med entreprenören använde hen sig av begreppet "innovativt" för att förklara sin bransch. Ur Low och Issermans (2013) klassifikation av branscher tillsammans med vårt teoretiska ramverk i 2.4 menar vi att entreprenörer som använder sig av begreppet "innovativt" kan syfta till att förklara branschen som snabbvärlig.

A beskriver branschen som snabbväxande, där nya aktörer tillkommer frekvent. När vi frågade hen mer om branschen och människorna berättar A;

- *“Det är en komplex bransch som inte är jättelätt att förstå ibland. Vad gäller människorna skulle jag säga att majoriteten är mellan 35-60 och alla är väldigt kunniga inom sitt område”.*

### **Faktorer bakom nätverksstrukturen**

Med 20 år i branschen och över 30 år i yrkeslivet framgår det att A har byggt ett gediget nätverk,

- *“Jag har 2072 followers på LinkedIn och har 1900 första kontakter”.*

Med bakgrund av detta estimerar A att hens nätverk är ungefär 2000 personer. Det framgår även tydligt att LinkedIn är ett verktyg som används frekvent för att nå ut till hens nätverk men att även mail, messenger, telefon är medel som används.

Vid frågor avseende A's centralitet berättar A att det skiljer sig väldigt mycket om hen behöver använda en kontakt för att nå en person kontra att hen kan kontakta personen direkt. Om hen har en allmän fråga kan denna besvaras till 90% av fallen genom att kontakta personen direkt. Vid nykundsbearbetning berättar A däremot att hen inte kan göra kalla samtal och därför oftast går genom en annan person för att nå kunden. A använder även brokers flitigt vad gäller nykundsbearbetning,

- *“Vi har startat ett insiderprogram. Så att vi signar insiders och en insider får 700 euro om de bokar ett möte med någon som är beredd att lyssna en timme på vad vi har att sälja.”.*

Detta tillvägagångssätt har fungerat bra menar A,

- *“Vi har det kanske i sju-åtta länder nu. Det är att personen känner marknaden och känner till publicisterna. Så att han eller hon har en mycket närmare kontakt och bara kan lyfta luren och ringa.”.*

I intervjun framgår det att A inte har någon specifik person som är spindeln i nätet utan att det varierar väldigt mycket beroende på marknad då A jobbar globalt.

När vi frågade A gällande hans diversifiering av nätverket anser A att hans nätverk är väl diversifierat och att 70% av alla kontakter kommer från Sverige. 95% av hans nätverk härstammar från arbetet där de resterande fem procenten kommer från familj och vänner. Av de fem procenten från familj och vänner menar A att en procent kommer från diverse tillhörigheter. A anser att anledningen till hans väl diversifierade nätverk beror på att han jobbar globalt,

- *“Jag jobbar globalt med människor från hela världen”.*

Han poängterar även att erfarenheten från tidigare bolagsbyggen har lett till att fler kontakter med olika bakgrund skapats. Inom branschen som A är verksam förklarar A att de har behov av en stor variation vad gäller resurser och kunskaper hos människor.

- *“Vi behöver ekonomiska resurser, som tillgång till kapital. Tekniska kompetenser för att kunna bygga produkter, management kompetenser för styrningen av bolaget. Vi behöver självklart administrativa och juridiska kompetenser såklart.”*

Det A berättar tyder på en stor variation i de kompetenser nätverket sitter på vilket bekräftar hans egna uppfattning om sitt väl diversifierade nätverk.

För att få en uppfattning om hur många svaga respektive starka band A har ställde vi frågan och benämnde svaga band som mer “bekanta” kontakter. A svarade att ungefär 80% av de 2000 kontakterna är bekanta, det vill säga svaga band och att resterande 20% utgör starkare band.

Densiteten i nätverket hos A är hög inom hans bransch, men låg hos de som inte arbetar inom branschen.

- *“de som är nära kontakter men inte vänner de känner väldigt hög andel andra människor, så nära affärskontakter i branschen är väldigt nyttiga att jobba med, så i den delen av nätverket är det säkert 80% som känner varandra.”*

Det är genomgående att A i sin verksamhet behöver kontakter med en hög kompetensnivå för att kunna hålla standarden i den marknad som företaget opererar inom.

Totalt sett karakteriseras hans nätverk av ett stort antal kontakter, hög centralitet när det kommer till att ställa frågor inom nätverket, väldiversifierad med ett högt antal internationella

kontakter, en övervägande mängd svaga band och slutligen en hög densitet inom branschen men låg densitet utanför branschen.

#### 4.1.2 Entreprenör B (Teknik)

##### **Bakgrund**

Entreprenör B har startat ett företag som idag har ungefär 70 anställda och omsätter 8 miljoner euro, det startades 2013. Bolagets affärsidé är att erbjuda en teknisk lösning för att företag skall öka sin säkerhet vad gäller dataintrång. Vi har klassificerat företagets bransch som snabbt föränderlig eftersom de jobbar med mjukvaruutveckling.

##### **Allmänt**

Hädanefter kommer vi att nämna entreprenör B som "B". Själv anser B att hen befinner sig i säkerhetsbranschen, med den klassifikationen menar B att branschen är trögrörlig.

- *“Det är fokus på säkerhetsbranschen och det finns väldigt mycket regler och normer som vi måste uppfylla. Man är tvungen att förhålla sig till dessa regler när man utvecklar produkter och tjänster och dessa regler är skrivna för många år sedan och har inte hängt med i teknikutvecklingen.”*

B klassificerar alltså själv sin bransch som trögrörlig trots att vi ur vårt teoretiska ramverk definierat branschen som snabbörlig. Detta beror på att vår klassifikation av B:s bransch är teknikbranschen eftersom B:s företag utvecklar mjukvara. När B själv beskriver sin bransch talar hen istället om säkerhetsbranschen vilket är den marknad inom vilken B:s bolag utvecklar sina tjänster. Vi behåller däremot B inom ramen för snabbörliga branscher eftersom vi har en större definition på hans bransch.

Avseende människorna i säkerhetsbranschen berättar B;

- *“Människorna i den här branschen har oftast jobbat inom branschen väldigt länge, det kan alltså mycket av det vi håller på med.”*

Detta gäller även B själv som varit i branschen i 25 år.

##### **Faktorer bakom nätverksstrukturen**

B beskriver storleken på sitt nätverk som stort och estimerar att hen har ungefär 800 kontakter som hen kan nå direkt. Detta menar B bero på den 25 åriga tiden i branschen,

- *“genom åren så har jag varit ute och rest i Europa och träffat många och skaffat många kunder och kontakter”.*

Genomgående använder B linkedin, telefon och mail för att kontakta sitt nätverk men tillägger även att facktidningar är ett effektivt sätt för att anskaffa nya kontakter.

B har en hög centralitet och kontaktar till 98% personer direkt utan att använda sig av en mellanhand. Brokers används aldrig men B förklarar att det finns en tydlig person i hens nätverk som hen ofta kan vända sig till för att nå rätt personer.

- *“Han känner ju alla i branschen och han och jag är väldigt nära varandra så han kan jag alltid höra av mig till om det är någon jag vill nå eller undrar något.”*

Vad avser diversifieringen av hens nätverk anser B att majoriteten av hens kontakter är väldigt lika.

- *“jag är ju i ett nätverk som är så dedikerat för säkerhetsbranschen, många kontakter är alltså inom samma bransch”.*

B förklarar vidare att en anledning till att hens nätverk är homogent beror på;

- *“Många har liknande utbildningar och sen blir man ju som man umgås så alla är ganska lika skulle jag säga”.*

Däremot estimerar B att 60% av hens kontakter kommer från Sverige och att resterande är i Europa, detta talar för ett mer diversifierat nätverk i fråga om geografisk position men ett mer homogent nätverk i fråga om kontakternas kunskaper och resurser. B förklarar även att 100% av hens kontakter kommer genom jobbet, något som stärker indikationerna på ett väldigt homogent nätverk. Vidare berättar hen hur branschen däremot ställer höga krav på att det finns olika kunskaper och resurser att få hjälp av, speciellt under start-up tiden.

- *“När man startar ett bolag vet man ju inte så mycket och då är det viktigt att kunna få tillgång till allt från bankmän till bra personer att jobba med. Vi har ju väldigt många utvecklare men även vissa mer traditionella “affärsdelar” som back-office och säljare.*



B har mest bekanta vänner i sitt nätverk, det vill säga många svaga band.

Densiteten på hans nätverk är hög, B förklarar att många personer inom hans nätverk känner varandra, han förklarar det såhär;

- *“det är många som varit i branschen i många år, precis som jag gjort”.*

B berättar att människorna i branschen oftast är ingenjörer med hög kompetensnivå och att alla dessa väl stannar i branschen när de väl lärt sig det. Detta förklarar den höga densiteten i hans nätverk.

I en avslutande fråga om hur hans sociala nätverk påverkar hans roll som entreprenör förklarar B att eftersom han jobbar i en bransch som är väldigt nischad där många jobbat länge så skapas ett nätverk där många känner varandra. Branschen kräver många kunskaper som man ibland inte har på kontoret, därav måste man ta hjälp av andra bolag och ibland ens konkurrenter. Detta har hjälpt honom att få mer kunskap och ibland fler erfarenheter.

Totalt sett karakteriseras hans nätverk av ett stort antal kontakter, hög centralitet, homogent nätverk nischat till branschen, en övervägande mängd svaga band och slutligen en hög densitet inom branschen.

#### 4.1.3 Entreprenör C (Tillverkning)

##### **Bakgrund**

Entreprenör C har startat ett företag som idag har 10 anställda, omsätter 3,1 miljoner euro och startades 2012. Bolagets affärsidé är att producera heminredningsprodukter och distribuera dessa till återförsäljare samt bedriva egen försäljning av dessa produkter. Eftersom företaget arbetar inom tillverkningsbranschen har vi klassificerat dem som snabbföränderliga.

##### **Allmänt**

Hädanefter kommer vi att nämna entreprenör C som “C”. Inom heminredningsbranschen klassificerar C sitt företag, han menar själv att branschen är innovativ och förändras snabbt. C beskriver även branschen som en bransch där stort samarbete krävs,

- *“måste ha kontakt med slutkunden men också med produktionen och processen att ta fram våra produkter, vi är väldigt beroende av slutkunden men samtidigt måste vi hålla det realistiskt och för då löpande diskussioner med leverantörerna.”*

C berättar även;

- *“Det är ett ständigt medlande mellan kundernas önskan och produktionens möjligheter, tack vare bra samarbete tycker jag detta går bra”.*

När vi pratade med entreprenören använde hen sig av begreppet “innovativt” för att förklara sin bransch. Ur Low och Issermans (2013) klassifikation av branscher tillsammans med vårt teoretiska ramverk i 2.4 menar vi att entreprenörer som använder sig av begreppet “innovativt” kan syfta till att förklara det som snabbriktig.

### **Faktorer bakom nätverksstrukturen**

C estimerar att hen har 1000 kontakter i sitt nätverk, dessa kontakter nås främst per telefon där hen har många kontaktuppgifter men även genom sociala medier, till exempel instagram och facebook.

Vad gäller hens centralitet är denna att anse som hög eftersom C menar att hen kan till 80-90 % av gångerna nå en önskad person direkt. C använder sig aldrig av brokers och identifierar ingen specifik person i nätverket som ofta kan hjälpa hen att nå rätt person.

Vi ser att hens nätverk är väl diversifierat i fråga om kunskap och resurser,

- *“100% diversifierat, självklart beror det lite på vilka sakfrågor de rör sig om också, oftast krävs det olika typer av kompetens, kunskap och erfarenhet för att få svar på frågorna. Det blir en dynamisk kreativitet i det.”*

Däremot ser vi att hens nätverk är homogen i fråga om geografisk placering då 95% av kontakterna befinner sig i Sverige. 85-90% av kontakterna kommer genom jobbet och de resterande 10-15 procenten kommer inte genom tillhörigheter utan mer från familj eller skola. C förklarar själv att kravet på olika resurser / kompetenser i sin verksamhet skiljer sig beroende på vilken del av verksamheten det gäller,

- *“att stå o sälja i butiken kräver egentligen bara lite intresse men att arbeta i produktionen kräver ju att man faktiskt har pluggat inom det området”.*

C beskriver att de flesta kontakter har hen ett svagt band till då dessa förblir bekanta eftersom de kommer från affärssammanhang. Vi ser även att hens nätverk har låg densitet då få kontakter känner till andra kontakter som C har.

I en avslutande fråga om nätverkets påverkan på hens roll som entreprenör förklarar C att det framförallt påverkar de samarbeten de gör.

- *“Asså, jag skulle nog säga att framförallt vad gäller de samarbeten vi gör med andra parter så påverkar nätverket mer. Jag använder det ju mycket för att skapa affärsrelationer med viktiga partners. Tillverkningen kan ibland också vara ganska komplex, då har det varit viktigt för mig, speciellt i början att få råd från experter inom området på vilka metoder vi skall använda i produktionen.”*

Totalt sett karakteriseras hens nätverk av ett stort antal kontakter, hög centralitet, diversifierade kontakter, en övervägande mängd svaga band och slutligen en låg densitet i nätverket.

#### 4.1.4 Entreprenör D (Tillverkning)

##### **Bakgrund**

Entreprenör D har startat ett företag som idag har mellan 15 och 20 anställda, omsätter 1,1 miljoner euro och startades 2005. Bolagets affärsidé är att bedriva screentryckeri åt företag, de har en produktion i Sverige där de trycker alla produkter. Eftersom företaget arbetar inom produktion/tillverkningsbranschen har vi klassificerat dem som snabbföränderliga.

##### **Allmänt**

Hädanefter kommer vi att nämna entreprenör D som “D”. Hen klassificerar sin bransch inom tillverkningsbranschen och anser att den är ganska trögrörlig men tillägger

- *“Jag jobbar inte på ett tråkigt företag, det är mer det här med industri, produktion och tillverkning som kan vara trögrörligt i Sverige.”*

I uppsatsen har vi utifrån Low och Issermans (2013) klassificering konstaterat branschen som snabbörlig då entreprenör D jobbar med att tillverka produkter, något som vårt teoretiska

ramverk menar är snabbbrörligt. Trots att D svarar att hen jobbar i en trögrörlig bransch har vi valt att behålla klassificeringen enligt teorin.

. Vad gäller människorna inom branschen förklarar D,

- *“människorna i branschen, och då tänker jag både leverantörer och konkurrenter är alla väldigt “business-minded” om ni fattar hur jag menar.”*

### **Faktorer bakom nätverksstrukturen**

Vi bad D estimerar storleken på sitt nätverk och hen säger att hon har ungefär 500-1000 personer som hen kan kontakta direkt, detta är både kunder, leverantörer och vänner. Hen tillägger även;

- *“Jag är i 50-årsåldern, ju äldre man blir, ju större blir ens nätverk och det är delvis av den anledningen att mitt nätverk är så stort.”*

D använder primärt mail för att nå sitt nätverk, berättar hen.

D har en hög centralitet i sitt nätverk vilket visar sig när hen berättar att hen till 85% kan nå en önskad person utan att använda sig av en mellanhand. Hen tillägger däremot att det ibland är mer strategiskt att använda sig av en mellanhand för att kontakta en person även om D hade kunnat kontaktat personen direkt.

- *“Jag ringer ju nästan alltid direkt. Men om man tycker att det är en kund man väldigt gärna vill komma åt, så är det ju alltid bra att någon har förberett det här samtalet. Eller så gör jag så att jag mejlar och säger att jag skulle väldigt gärna leverera till er. Har ni behov för det? Jag ringer dig nästa vecka. Så att då hinner den man vill ha tag på förbereda sig och tänka efter. Sen när jag ringer så behöver man inte börja med en fem minuters presentation. Då kan man ju direkt komma till att jag mejlade dig förra veckan gällande det här.”*

D använder sig inte av några brokers för att nå människor och har inte heller en specifik person som ofta kan koppla samman D med rätt person, istället är D mer att anse som “spindeln i nätet”.

D har ett väldiversifierat nätverk med blandade kompetenser och resurser hos sina kontakter. Hen gissar att 50 personer i hennes nätverk bor utanför Sverige, det visar på ett homogent

nätverk vad gäller geografisk placering. Hens nätverk är däremot mycket diversifierat i frågan om andelen kontakter som härstammar från jobbet kontra privat

- *“Det är mycket privat, 50-50 skulle jag säga.”*

Vad gäller tillhörigheter förklarar D att hen använder sig mycket av olika företagareföreningar, hen berättar att i ena föreningen gick hon med för många år sedan men att hen fortfarande har kontakt med många i det nätverket.

- *“Då kan det vara vilka branscher som helst”, “Det är en stor bredd i vad alla sysslar med och man kan få mycket kunskap från andra inom dessa föreningar”*.

För sin egen verksamhet förklarar D att det krävs många olika typer av resurser och kunskaper för att verksamheten ska fungera

- *“I vår produktion krävs det generellt sett en relativt hög kompetens för det vi gör. Även på business sidan har vi väldigt kompetenta människor som arbetar hos oss”*.

D förklarar för oss att det är en *“hårfin gräns”* mellan om hen använder sig av svaga eller starka kontakter för att få hjälp och allt beror på vad hen behöver hjälp med. D förklarar sin metodik som att hen alltid börja höra med sina starka kontakter för att sedan jobba sig *“utåt”* om D inte finner den hjälp som krävs.

Densiteten i nätverket hos D är hög, *“säkert ganska hög grad, 70%”*.

## 4.2 Trögrörliga branscher

### 4.2.1 Entreprenör E (Byggbranschen)

#### **Bakgrund**

Entreprenör E etablerade sitt företag 1999 och har idag 22 anställda. Företaget verkar inom byggbranschen och håller främst på med måleri, elarbeten och övrig konstruktion. Därav har de klassificerats som ett företag inom en trögrörlig bransch. Företag arbetar främst i Stockholm men gör även jobb i Uppsala.

## Allmänt

Hädanefter kommer vi att nämna entreprenör E som "E". Vi började med att fråga E om det gick bra att vi spelade in samtalet. Det var inga problem. Därefter började vi med att berätta lite vilka vi är och varför vi ställer dessa frågor vi tänkte ställa. E svarade att hen ansåg sig arbeta inom byggbranschen och att den var trögrörlig. Hen har arbetat i branschen i 25 år och svarade ja på frågan där vi säkerställer att han jobbade inom ett SME-bolag.

## Faktorer bakom nätverksstrukturen

Efter detta gick vi in på de olika faktorerna som finns inom nätverksstrukturen, först storleken på nätverket där E fick förklarat för sig vad vi menade. E menade att den har ca 150 personer som den kan kontakta direkt. Gällande frågan hur den håller kontakt med de i sitt nätverk svarade E:

- *“Mest samtal och sms. Jag träffar gärna folk som jag jobbar med. Även Instagram använder jag mycket för bolagets skull. I princip alla mina kontakter har jag i min telefonbok. Jag har även många kunder och så som kontaktar mig via instagram men det är inte i mitt nätverk riktigt.”*

Vidare menar E att den hälften av gångerna använder en kontakt för att nå en viss person och nämner att den ofta använder brokers för att få kontakt med experter inom olika områden. E nämner att hen har ca 5-6 kontakter som agerar "brokers" i sitt nätverk. E menar att nätverket inte är diversifierat och menar att alla bara är byggjobbare. På frågan om det krävs olika kompetenser inom branschen säger E att:

- *“Ja, det krävs väldigt många olika typer av kunskaper för att utföra vårt jobb. På en vanlig renovering så behöver jag ju en gubbe som kan måla, en som kan dra el, en som kan projektleda och en vanlig snickare. Det är ganska blandade kunskaper.”*

E förklarar att den har ca 5 personer i sitt nätverk som bor utanför Sverige och att 80% av personerna i sitt nätverk kommer från jobbet. De resterande 20% som kommer från familj, menar E kommer från barnens skola samt från sin uppväxt.

På frågan om starka och svaga band så hävdar E att den har fått många starka band genom åren och att det är sällan den har kontakt med någon som inte är ett starkt band.

Vidare ställs en fråga om personer i E's nätverk generellt känner varandra och då svarar E:

- *“Bra. Många i Stockholms byggbransch känner varandra skulle jag säga. Det är ändå en ganska liten bransch. Många känner varandra för att man arbetar med ungefär samma gubbar hela tiden, och på så sätt lär de känna varandra också, antar jag?”*

Sedan svarar E på frågan om kompetens där hen förklarar att det krävs att man har en hög kompetens inom en viss sak. Ett exempel som tas upp är att en målare är väldigt duktig på att just måla, men att den inte har kompetenser inom snickeri eller liknande. E påstår att många stannar hela livet inom branschen den arbetar inom.

På den sista frågan om det sociala nätverket haft stor påverkan på entreprenörens sociala nätverk nämner E att det har varit en viktig faktor.

- *“Byggandet handlar mycket om att lösa problem hela tiden och se till så att kunder blir nöjda. Jag är väldigt driven av att göra kunder glada.”*

#### 4.2.2 Entreprenör F (Byggbranschen)

##### **Bakgrund**

Entreprenör F etablerade sitt företag 2009 och har idag 47 anställda. Företaget verkar inom byggbranschen och erbjuder totalentreprenad inom detta. Alltså kan de utföra de mesta som ett standard byggprojekt kräver. De har klassificerats som ett företag inom en trögrörlig bransch, precis som företag E. Företaget arbetar i skånetrakten men främst inom Malmö stad.

##### **Allmänt**

Hädanefter kommer vi att nämna entreprenör F som “F”. Vi började med att fråga F om det gick bra att vi spelade in samtalet. Det gick bra. Därefter började vi med att berätta lite vilka vi är och varför vi ställer dessa frågor vi tänkte ställa. F svarade att hen ansåg sig arbeta inom byggbranschen och att den var trögrörlig.

- *“Jag jobbar med bygg, och branschen är ju inte direkt känd för att vara snabbt föränderlig, mer som en seg kola.”*

Hen har arbetat i branschen i snart 30 år och svarade ja på frågan där vi säkerställer att han jobbade inom ett SME-bolag.

### **Faktorer bakom nätverksstrukturen**

På frågan om entreprenörens storlek på hans sociala nätverk menar F att den kan kontakta 200 personer direkt. F kontaktar sitt nätverk via telefon och mejl men nämner även att LinkedIn är ett sätt hen använder.

Gällande centralitet, nämner F att 60% av gångerna den ska nå en viss person så använder den en nuvarande kontakt för att nå dit. Vidare säger F att hen använder sig mycket av brokers som hjälper hen bli kopplad till rätt personer. Typ 4-5 personer.

F svarar på frågor om hur diversifierat hans nätverk är och nämner att det är ganska diversifierat. F menar att en person man kontaktar har kunskaper inom en sak och att nästa person är duktig inom något annat. De flesta ur F's nätverk är från Sverige och hen har ca 10 personer utanför Sverige. Vidare berättar F att 85% av kontakterna i sitt nätverk är från jobbet och att 15% kommer från privatlivet. Kontakterna från privatlivet kommer från hans ungdom.

På frågan om starka och svaga band svarar F:

- *“När jag behöver hjälp så vänder jag mig oftast till jobbpolare. Det är inte ofta jag behöver höra av mig till folk jag inte känner så väl.”*

På frågorna om densitet nämner F att hen jobbar inom Malmö Stad och säger att det är en liten stad som gör att många känner varandra. På frågan om folk stannar länge i branschen svarar F att:

- *“Haha jaa de kan man lugnt säga, folk stannar ju hela livet.”*

Den sista frågan om hur det sociala nätverket påverkat rollen som entreprenör svarar F:

- *“Mitt nätverk är guld värt för att driva företaget framåt. Med hjälp av dem kan jag ha kontakt med andra i branschen, få insikter av dem och öka min kunskap.”*



## 4.2.3 Entreprenör G (Restaurangbranschen)

### Bakgrund

Entreprenör G har startat ett företag som idag har ungefär 10-14 anställda och omsätter ungefär 1 miljon euro, det startade 2007. Bolagets affärsidé är att bedriva en restaurangverksamhet med tillhörande kiosk. Vi har klassificerat företagets bransch som trögrörlig eftersom de jobbar inom restaurangbranschen.

### Allmänt

Hädanefter kommer vi att nämna entreprenören G som "G". G säger att hen arbetar inom restaurangbranschen och att detta är en trögrörlig bransch. Vidare berättar entreprenören att branschen präglas av hög personalomsättning med unga oerfarna anställda.

### Faktorer bakom nätverksstrukturen

G uppskattar sitt nätverk till att bestå av runt 100 personer och uttrycker att de i restaurangbranschen tillhör "det gamla gardet". Detta gör att de i mindre utsträckning använder sig av LinkedIn och istället använder vad G kallar "*mun till mun*". På senare tid har det dock blivit vanligare att använda Facebook och Instagram för att nå sina kontakter. G menar själv att hen kan nå ut till sina kontakter i nätverket direkt och har därmed ett väldigt centraliserat nätverk. G använder sig därför inte heller av någon broker för att nå sina kontakter och ingen central person finns som ofta kan ge tillgång till andra kontakter.

I frågan om diversifiering menar G att hens nätverk är mer homogent.

- *"Nej, de är ganska lika skulle jag säga, alla inom restaurang eller mat på något sätt."*

Detta förklarar hen med att det inte krävs mycket ny kunskap och att man istället behöver prioritera att ha stabila kontakter med exempelvis bra leverantörer. Den låga diversifieringen bekräftas också av att G menar att det inte krävs mycket olika kunskaper och resurser i branschen.

- *"Det är ju rätt få aspekter ändå. Om man snackar restauranger och så. Man måste ha råvaror och sen så är det ju många från liknande verksamheter som man har kontakt*

*med. Det är väldigt värdefullt med andra som rör sig i samma bransch för att få råd och tips.”*

Det framgår även att alla kontakter i Gs nätverk är i Sverige vilket också indikerar en låg diversifiering. När det kommer till hur många i nätverket som är familj och vänner eller från jobbet så svarar G att de flesta är från jobbet. Detta, säger G, är för att hen anser att man inte bör blanda in familj i affärer.

I dimensionen svaga och starka band menar G att hens nätverk består mer av många svaga band. Samtidigt framkommer det att det är hög densitet där kontakterna i nätverket sinsemellan har mycket kontakt. Kompetensnivån menar G är blandad och varierar stort beroende på vilken roll man har inom branschen. En låg densitet i nätverket förklaras också av att det är hög omsättning av personer.

- *“Det är många som kommer när de är unga och lämnar igen. Det är ju en rätt intensiv bransch att jobba inom och många har ju detta som första jobb. Så det är många som jobbar här ett par år och sen byter.”*

#### 4.2.4 Entreprenör H (Restaurangbranschen)

##### **Bakgrund**

Entreprenör E etablerade sitt företag 2001 som idag har ca 200 anställda. Företaget agerar inom restaurang- och hotellbranschen och har därför klassificerats som ett företag inom trögrörlig bransch. Utöver restaurangverksamhet bedriver företaget även en del för nöje och underhållning.

##### **Allmänt**

Hädanefter kommer vi att nämna entreprenör H som “H”. H säger sig vara inom hotell- och restaurangbranschen och uppfattar själv sin bransch som trögrörlig.

##### **Faktorer bakom nätverksstrukturen**

H har arbetat i branschen i över 20 år och har under denna tid kunnat bygga ett nätverk som hen uppskattar till att bestå av runt 150 personer. H själv uppfattar detta till att vara ett tämligen stort nätverk

- *“Eller 100 är ju jättemycket men det är det inte. 23 år har man ganska mycket kontakter. Så snarare mellan 100 och 150.”*

För att kontakta de olika personerna i nätverket använder H framförallt LinkedIn, telefon, sms och mail. Centraliteten i Hs nätverk är något lägre där hen i 70% av fallen direkt kan kontakta de personer han vill kontakta och menar att hen inte använder sig något av brokers. Däremot framgår det att hen har någon i nätverket som agerar som “spindeln i nätet” som kan kontaktas för att nå till en annan person lättare.

Hs nätverk är mindre diversifierat vilket hen själv förklarar med att branschen är trögrörlig och därför inte har ett stort behov av ny kunskap och nya resurser.

- *“Det är en bransch som ju som sagt är rätt trögrörlig så det kommer liksom inte jättemycket nytt. Sen tror jag också att det är en bana som inte jättemånga slår sig in på om man inte är väldigt intresserad eftersom den är rätt slitsam bransch så det blir rätt mycket av samma typ.”*

Hen konstaterar också att det inte krävs många olika typer av resurser utan snarare färre kontakter som man kan lita på. Av de kontakter som H har uppskattas 90% att komma från jobbet och 10% från familj och vänner. H uttrycker att detta har kommit att förändras över tid där det till en början var en större del som utgjordes av familj och vänner. Ca 20 personer i nätverket bor utanför Sverige vilket indikerar att det finns diversifiering men i mindre grad.

För dimensionen starka och svaga band uppfattar H sig ha fler svaga band än starka. I linje med detta uppfattar H också att densiteten i nätverket är låg

- *“Det är ganska fristående kontakter. Det är nog ganska vitt skilt och att vi inte sitter ihop i samma nätverk.”*

Detta stöds av att H svarar att kompetensnivån inte nödvändigtvis är så hög i branschen.

- *“Alltså snackar vi liksom servitörer, diskare och så så är det ju inte så men sen finns det ju alla möjliga. Jag menar det finns ju högutbildade kockar, ekonomer, duktiga företagare och så där så det beror på.”*

Likaså uttrycker H också att det är hög omsättning på personer i nätverket eftersom det är många som börjar när de är unga och sen byter bana. Detta indikerar också att densiteten troligen är låg eftersom utbytet av personer är stort.

Som svar på vilken roll som nätverket har för H framkommer det att det främst ger tillgång till kunskap. H menar att det är lättare och mer effektivt att tillskansa sig kunskap genom andra personer än att förlita sig på teoretiska källor och att detta även har blivit mer påtagligt de senare åren. Men nätverket har också en viktig roll som emotionellt stöd för H och utgör ett stödsystem för hen

- *“sen även råd och stöd och support och dörröppning och allt möjligt. Jag använder mitt nätverk väldigt mycket.”*

H menar också själv att den emotionella aspekten av hans nätverk var en viktig del under coronapandemin när det krävdes mer samarbete och ett nätverk som kunde ge råd och stöd.

### 4.3 Sammanfattning:

I följande tabell presenteras entreprenörernas svar utifrån de fem faktorer som uppsatsens teori grundar sig på. I den första kolumnen till vänster kan man se vilket företag det handlar om och varje faktor uppdelat separat. I denna sammanfattning har ingen analys av entreprenörernas nätverk gjorts. Sammanfattningen bygger därmed endast på entreprenörernas enskilda åsikt om hur det tycker att deras nätverksstruktur ser ut.

Företag	Storlek på nätverket	Centralitet	Diversifiering / Heterogenitet	Starka och svaga band	Densitet
A (Snabbrörlig)	Ca 2000	Använder till 90% egna kontakter men vid nykundsbearbetning enbart genom kontakter. . Använder brokers ofta.	Väldiversifierade. 70% svenska kontakter. 95% av kontakterna från jobbet. 1% av kontakterna från tillhörigheter.	80% svaga 20% starka band.	Inom branschen verkar det vara hög densitet. Utanför branschen är det lägre densitet.

Företag	Storlek på nätverket	Centralitet	Diversifiering / Heterogenitet	Starka och svaga band	Densitet
		Ingen "spindel i nätet"			
B (Snabbrörlig)	Ca 800	98% direktkontakter. Inga brokers. Har en kontakt som är "spindeln i nätet" för att nå ut till andra.	Väldigt odiversifierat. 60% Sverige och 40% Europa. 100% av kontakterna från jobbet.	Många svaga band.	Hög densitet, många känner varandra eftersom de är väldigt branschriktade.
C (Snabbrörlig)	Ca 1000	80-90% direktkontakter. Inga brokers och ingen "spindel i nätet".	Väldiversifierade. 90-95% i Sverige. 85-90% från jobbet.	Många svaga band.	Låg densitet.
D (Snabbrörlig)	Ca 500-1000	85% direktkontakter. Inga brokers. Är själv "spindel i nätet".	Väldigt diversifierade. 95% i Sverige och 5% utomlands. 50% från jobb.	Många svaga band och många starka band.	Hög densitet.
E (Trögrörlig)	Ca 150	50% direktkontakter, 50% via andra personer. Använder sig mycket av brokers.	Inte diversifierat. 80% från jobb och 20% från privatlivet. Alla kontakter är inom Sverige.	Många starka band.	Hög densitet.
F (Trögrörlig)	Ca 200	60% från direktkontakter. Använder sig mycket av	Ganska diversifierat. 85% från jobb och 15% från privatlivet. De	Många starka band.	Hög densitet.

Företag	Storlek på nätverket	Centralitet	Diversifiering / Heterogenitet	Starka och svaga band	Densitet
		brokers.	flesta i Sverige, känner lite folk utanför Sverige (10 personer).		
G (Trögrörlig)	Ca 100-150	100 % direktkontakter. Inga brokers. Tydlig "spindel i nätet".	Inte diversifierat. Enbart kontakter i Sverige. Mest från jobbet.	Många svaga band.	Låg densitet.
H (Trögrörlig)	Ca 100	70% direktkontakter. Använder sig ibland av brokers.	Inte diversifierat. Känner lite fler än 15 personer utanför Sverige. 90% från jobb.	Många svaga band.	Låg densitet.

## 5. Analys

*I analyskapitlet presenteras de 5 faktorer som ligger till grund för en entreprenörs nätverksstruktur. Under vardera faktor analyseras hur de olika respondenterna svarat utifrån vardera faktor och jämförelser görs mellan entreprenörerna utifrån dess olika branscher.*

---

### 5.1 Storleken på nätverket

Av svaren från de intervjuade framgår det att det finns en skillnad i storleken på nätverket beroende på om entreprenören är i en snabbväxande eller långsamt växande bransch. Entreprenörer inom snabbväxande branscher uppvisar generellt sett ett större socialt nätverk som innehåller mellan 800 och 2000 direkta kontakter. Dessa kontakter de ofta genom sociala medier såsom LinkedIn eller mail. A svarar *“LinkedIn, mail, messenger, telefon, träffa.”* på frågan om hur hen kontaktade i sitt nätverk. Likaså menar B att *“Det är ju LinkedIn, telefon, mail, det är mässor”*. Nätverken hos entreprenörerna som rör sig i mer långsamt växande branscher är istället jämförelsevis små med en storlek på 100 till 200 personer. Det framgår även att de föredrar att kontakta personerna inom nätverket via telefon och direkt kommunikation, något som skulle kunna förklaras av den mindre omfattande storlek. Detta går i linje med vårt teoretiska ramverk kring storleken på nätverk som menar att resurskrävande och innovativa branscher har större nätverk än branscher som inte kräver många olika typer av resurser och som inte präglas av högteknologi (Hernández-Carrió, et. al., 2020).

I de snabbväxande branscherna där förändringar är frekventa och snabba krävs det att entreprenörerna kan upptäcka nya möjligheter och tillgå de resurser som krävs för att utnyttja dessa möjligheter (Low & Isserman, 2013). För att kunna hantera dessa krav kan det vara nödvändigt att ha tillgång till en stor pool av information, kompetenser och resurser. Dessa tillgångar uppnås ofta genom att ha ett stort nätverk (Alqahatani & Uslay, 2020). Därav ser vi en relation där mer snabbväxande branscher tenderar att producera entreprenörer med omfattande nätverk. Entreprenörerna inom de långsamt växande branscherna som inte har lika stort behov av resurser eller tillgång till ny information tenderar istället att inte ha lika omfattande nätverk som de inom snabbväxande branscher. Ett exempel på detta kommer från våra observationer i byggbranschen där entreprenör F under intervjuerna belyste deras behov av

färre, men mer frekvent använda resurser. Där prioriteras en mindre men mer intensivt engagerad krets av nätverkskontakter, såsom en pålitlig elektriker.

Intressant nog ser vi att de två intervjuade personerna inom byggbranschen uppgav att de föredrar personliga möten för att skapa starkare relationer. E uttrycker också att de kontakter hen har endast består av nära kontakter och att hen *“har alla mina kontakter i telefonboken”*. Eftersom storleken sannolikt påverkar hur nära kontakt man har med alla som ingår i nätverket är det väntat att de med mindre storlek också har en högre andel svaga band (Granovetter, 1973).

## 5.2 Nätverkets centralitet

När vi analyserar centraliteten hos entreprenörerna framträder tydliga mönster beroende på branschens dynamik och karaktärsdrag.

Först och främst, de verksamma inom snabbrörliga branscher uppvisar hög centralitet i sina nätverk. Entreprenör A, C och D använder till 85-90% av gångerna egna kontakter vid utnyttjandet av nätverket och entreprenör B berättar att hen använder 98% egna kontakter. Nätverket som A har etablerat är det mest omfattande bland alla de intervjuade, vilket framhäver en betydande centralitet, 90% av de eftersökta kontakterna är direkt tillgängliga inom det personliga nätverket. Det faktum att A arbetar inom en bransch som präglas av hög innovationsgrad och snabbrörlig karaktär kan påverka det direkta behovet av att ha ett större nätverk (Nyuur, 2018). Av entreprenör D framgår det att det inte alltid är fördelaktigt att ha en hög centralitet där hen uttrycker att *“om det är en kund man gärna vill komma åt så är det alltid bra att någon gemensam kontakt förberett samtalet”*. Detta skapar en uppfattning om att det kan finnas skäl att förvalta centraliteten på olika sätt beroende på situationen.

Inom de trögrörliga branscherna är resultaten mer varierade. Entreprenörerna E och F, som båda verkar inom byggbranschen, estimerar att de kan kontakta de önskade personerna direkt endast i 50% av fallen och behöver i andra fall gå genom mellanhänder för att nå dem. Restaurangbranschens entreprenörer G och H rapporterar dock att de kan nå den önskade kontaktpersonen direkt i 70% till 100% av fallen vilket mer liknar resultaten hos de snabbrörliga entreprenörerna. Dessa resultat indikerar att centralitet och storlek har den relation som vårt teoretiska ramverk förutspått där ett större nätverk sammanfaller med ett



mer centraliserat nätverk (Nyuur, 2018), detta gäller däremot inte för restaurangbranschen som uppvisar hög centralitet trots litet nätverk. För entreprenörer med mindre nätverk (de trögrörliga branscherna) gäller detta hos entreprenörerna E, F och H. Här kan vi se att det mindre nätverket bidrar till en lägre centralitet jämfört med de entreprenörer som har större nätverk.

Vad gäller användandet av brokers visar resultaten att endast entreprenör A av alla entreprenörer i snabbrörliga branscher regelbundet utnyttjar sådana tjänster. Denna entreprenör har skapat ett "insiderprogram" som belönar brokers som genererar nya leads till företaget. I kontrast till detta, ser vi att brokers utnyttjas mer frekvent i trögrörliga branscher. Både E och F inom byggbranschen och även H inom restaurangbranschen rapporterar att de ibland tar hjälp av brokers i sin verksamhet. En analys som kan göras utifrån detta är att eftersom entreprenörerna inom de snabbrörliga branscherna besitter större nätverk och högre centralitet så kan de själva nå ut till den informationen och de resurserna de behöver utan att gå via en mellanhand. Å andra sidan, inom de mer trögrörliga branscherna används brokers mer frekvent vilket kan vara en effekt av att entreprenörerna inom dessa branscher har mindre nätverk och lägre centralitet, vilket gör det svårare för dem att direkt nå de resurser och information de behöver. Däremot påvisar byggbranschen en tydlig användning av brokers vilket kan indikera att det kan tänkas finnas branschspecifika faktorer som påverkar huruvida en entreprenör använder brokers eller inte.

Entreprenörerna inom snabbrörliga branscher tenderar att använda LinkedIn i större utsträckning, Vi tror att detta kan bidra till en förhöjd centralitet eftersom plattformen underlättar snabb åtkomst till nätverket. Å andra sidan, de entreprenörer som är verksamma inom de trögrörliga branscherna lutar sig mer mots sin telefonkontaktbok vilket begränsar antalet tillgängliga kontakter och därmed gör det svårare för dem att uppnå samma nivå av centralitet som de som använder mer moderna och omfattande plattformar som LinkedIn.

### 5.3 Nätverkets diversifiering

Entreprenörernas nätverksstruktur och dess diversitet skiljer sig markant mellan de olika branscherna där entreprenörerna i de snabbrörliga branscherna tenderar att ha stora och diversifierade nätverk. Entreprenör A, C och D uttrycker själva att de har väldiversifierade

nätverk med stor tillgång till olika resurser och kompetenser. Detta kan enligt Low och Isserman (2013) bidra till en högre flexibilitet och anpassningsförmåga i en snabbt föränderlig miljö. Entreprenör B inom teknikbranschen noterar däremot att dennes nätverk är mindre diversifierat till följd av att majoriteten av kontakterna kommer från samma bransch och har liknande bakgrunder. B förklarar detta med att nätverket är starkt specialiserat mot hans bransch, vilket är varifrån de flesta kontakterna kommer. B uttrycker det som, "*många har liknande utbildningar och sen blir man ju som man umgås*". Att B:s nätverk är homogent bör nödvändigtvis inte vara till nackdel för B, ett mer homogent nätverk kan bidra till att B lättare kan utnyttja de affärsmöjligheter som uppstår eftersom de närmare kontakterna tillåter lättare utnyttjande av resurserna i nätverket. Dessutom visar forskning att mer homogena nätverk kräver mindre tidsåtgång eftersom kontakterna ofta är nära och starka vilket innebär att det är lätt att utnyttja kunskaper och resurser som respektive kontakt medför (Rauch et al., 2016). Å andra sidan verkar B inom en bransch som präglas av en hög grad av innovation och enligt Rauch et al. tenderar dessa branscherna att gynnas av ett mer diversifierat nätverk (2016).

I kontrast till detta beskriver entreprenörerna E, F, G och H inom de mer trögrörliga branscherna sina nätverk som homogena. Entreprenör E upplever sig vara begränsad av diversifieringen av sitt nätverk. E uttrycker att alla kontakter är "byggjobbare" och att kontakterna därmed generellt är väldigt lika. Att entreprenörerna inom de trögrörliga branschernas kontakter tenderar att ha liknande kompetenser och resurser skulle däremot kunna vara mindre problematiskt i branscher där behovet av olika typer av kunskap och resurser är mindre (Low & Isserman, 2013). Denna observation stödjer teorin om att diversifiering är mest fördelaktigt i branscher som kräver tillgång till en mängd olika resurser och ny information (Hernández-Carrió, et. al., 2020), vilket är typiskt för snabbväxande branscher. Å andra sidan kan ett mer sammanhängande nätverk likt de vi observerade hos bland annat E bidra till att entreprenörerna lättare kan utnyttja de affärsmöjligheter man har upptäckt eftersom de närmare kontakterna tillåter lättare utnyttjande av resurserna i nätverket. Detta skriver Rauch et al. (2016), innebär att båda typer av strukturer kan vara fördelaktiga men för olika syften och att den ena inte nödvändigtvis behöver utesluta den andra. Eftersom det tar tid att bygga ut ett nätverk måste man ta hänsyn till kostnaden i termer av tid i relation till hur väl man kan utnyttja sitt nätverk (Rauch et al., 2016).

I frågan om geografisk diversifiering av nätverket visar resultaten en stor variation. Entreprenörer inom teknikbranschen, som har en mer global marknad, berättar att de har en större andel utländska kontakter, vilket speglar det faktum att de agerar på en global marknad. Entreprenörer inom tillverkningsbranschen vars verksamhet och marknad främst är inriktad på Sverige har istället en övervägande majoritet av inhemska kontakter. Samma mönster gäller för entreprenörer i trögrörliga branscher, vilka huvudsakligen verkar på den nationella eller lokala marknaden. Entreprenör B var den inom teknikbranschen som hade störst andel utländska kontakter då 40% av nätverket inte befann sig i Sverige. Teorierna kring diversifiering av nätverk diskuterar ingen specifik grad av geografisk diversifiering som är att anse som "väldiversifierade" och vi kan därför inte konstatera att det är väldiversifierat generellt sett eftersom majoriteten av kontakterna fortfarande härstammar från ett och samma land. Ställer man däremot den empiriska datan i relation till varandra så ser vi som sagt att entreprenör A och B inom teknikbranschen har en högre andel utländska kontakter än de andra entreprenörerna och därför är mer diversifierade i fråga om geografisk positionering än de andra intervjuobjekten.

Slutligen är fördelningen av professionella och personliga kontakter också starkt relaterad till bransch och marknad. De globalt verksamma teknik-entreprenörerna rapporterar att nästan alla deras kontakter kommer genom jobbet. Hos de entreprenörer som verkar nationellt eller lokalt ser vi en högre andel av kontakter från familj och vänner, detta är särskilt framträdande inom tillverkningsbranschen. Där beskriver entreprenörerna att "word-of-mouth-effekten" på den lokala marknaden har bidragit till att bygga ett starkt nätverk av familj och vänner. Entreprenör D:s nätverk är i linje med vad två av de andra intervjuade entreprenörerna inom snabbbrörliga branscher har sagt där de upplever det var diversifierat. Däremot skiljer sig D:s nätverk genom att 50% av kontakterna kommer från privatlivet, vilket är en markant skillnad jämfört med de andra intervjupersonerna inom snabbbrörliga branscher som indikerat att deras nätverk främst kommer från professionella kontakter. D:s sociala karaktär och villighet att hjälpa vänner och familj kan förklara detta unika drag.

Sammantaget observerar vi att entreprenörer som verkar inom snabbbrörliga branscher har ett högre behov av olika kompetenser och resurser. Dessa branscher präglas av snabb förändring och utveckling vilket kräver att entreprenörer har tillgång till en mängd olika kompetenser för att hålla sig uppdaterade och konkurrenskraftiga (Rauch et. Al., 2016; Low & Isserman, 2013). En analys kan även utföras med fokus på företagens marknadsomfattning. Vi

identifierar att entreprenörer som verkar på en global marknad har ett större behov av att knyta kontakter runt om i världen för att få tillgång till globala resurser, information och möjligheter (Low & Isserman, 2013). Däremot kan de som verkar på en mer lokal eller nationell marknad huvudsakligen ha kontakter inom samma geografiska område.

Avslutningsvis ser vi också den tydliga relationen med att ett större nätverk ger upphov till en större diversifiering av nätverket eftersom de har fler individer och därför en större potential för variation i kompetenser, resurser och bakgrunder.

## 5.4 Starka och svaga band

Resultaten visar att det inte verkar finnas en skillnad i svaga och starka band som är beroende av om branschen är trögrörlig eller snabbt rörlig. Det beror på att samtliga intervjuade entreprenörer förutom E och F (inom byggbranschen) har många svaga band. Enligt Granovetter (1973) och Sullivan et al. (2021) är svaga kontakter ofta mer diversifierade och kan fungera som broar mellan olika sociala grupper och branscher. Detta innebär att företag med svaga kontakter kan få tillgång till nya och oväntade resurser, kunskap och möjligheter. Det är därför rimligt att anta att alla gynnas av att ha svaga kontakter i viss mån. Däremot förutsäger vårt teoretiska ramverk att svaga kontakter skulle utgöra en större del för entreprenörerna som agerar i snabbt rörliga branscher i kontrast till de som rör sig i trögrörliga branscher. Detta eftersom det är resurskrävande att bygga kontakter och förstora sitt nätverk och att de som inte gynnas av det i stor utsträckning därför inte skulle prioritera detta (Rauch et al., 2016). Att de i snabbt rörliga branscher har fler svaga band skulle då förklaras av att de är mer beroende av tillgång till ett stort antal resurser, nya idéer och varierad kunskap, något som svaga kontakter kan erbjuda (Burt, 1992). Att alla entreprenörer utom E och F ändå upplever sig ha fler svaga än starka band skulle kunna förklaras av att ett flertal faktorer. Det är möjligt att det finns personliga skillnader som gör att vissa personer, trots sitt mindre nätverk, inte bygger lika starka relationer. Det skulle också kunna förklaras av att det finns branschspecifika egenskaper som gör att det generellt är svårare att bygga starka kontakter eller kan vara mer fördelaktigt att ha svaga kontakter eftersom det kräver stora resurser för att bygga starka.

De två entreprenörer som svarade att de har fler starka band än svaga är entreprenören E och F som båda är inom byggbranschen. Detta skulle kunna förklaras av att byggbranschen har specifika egenskaper som gör att kontakterna är övervägande starka. En möjlig förklaring är att det är mer resurskrävande att bygga kontakter inom denna bransch för att verksamheten är mer lokalt präglad eller använder mer konservativa kommunikationskanaler där man når ut till färre. Detta bekräftas av att båda entreprenörer i byggbranschen beskriver att de kommer i kontakt med andra huvudsakligen genom telefon och att de upplever att de i huvudsak har kontakt med andra som agerar lokalt.

Att byggbranschen skiljer sig kan också bero på att det i denna bransch är mer fördelaktigt med starka kontakter. Eftersom byggprojekt ofta innefattar ett stort antal personer som ska samarbeta nära varandra över en längre tid kan det vara viktigare att ha nära kontakter som man kan lita på framför att ha många kontakter. Det är också tänkbart att nätverket i byggbranschen består av huvudsakligen starka kontakter för att det naturligt skapas starkare band mellan de som agerar tillsammans på mer omfattande projekt. Både entreprenör E och entreprenör F lyfter också fram att det är en bransch som är stabil och inte kräver mycket ny kunskap, varför starka kontakter är mer fördelaktiga än fler svaga (Granovetter, 1973).

Avseendet utnyttjandet av sitt nätverk berättar D att hen utnyttjar en metodik som skiljer sig från Granovetters teori (1995). D börjar sökprocessen i det nära nätverket av starka band och vid behov vänder sig D till de svaga banden om hjälp inte fås i det nära nätverket. Detta utmanar Granovetters idé att svaga band ofta kan tillhandahålla den behövda kunskapen eller resurserna (Granovetter, 1995).

Sammantaget visar svaren av de intervjuade att svaga band verkar vara vanligt, oavsett om branschen är trögrörlig eller snabbt rörlig, men att branschspecifika strukturer kan påverka vilken typ av band som skapas. Medan restaurangbranschen, teknikbranschen och tillverkningsbranschen uppvisar svaga band indikerar studien att byggbranschens specifika egenskaper gör att de har övervägande starka band inom nätverket.

## 5.5 Nätverkets densitet

Teorin om nätverkens densitet menar att entreprenörer i innovativa branscher skulle ha lägre densitet än de i trögrörliga branscher (Provan & Milward, 2001). Detta motiveras av att de i

trögrörliga branscher generellt har mindre nätverk som har större sannolikhet att känna varandra.

Det förklaras också av att en lägre densitet innebär en högre tillgång av ny kunskap och nya idéer vilket är fördelaktigt i snabbt rörliga branscher men inte är av lika stort behov i trögrörliga (Low & Iserman, 2013). En högre densitet kan å andra sidan vara fördelaktigt i trögrörliga branscher eftersom det möjliggör fördelning av information, kunskap och resurser inom nätverket, vilket kan vara fördelaktigt för samarbete och gemensam utveckling (Provan & Milward, 2001).

Provan och Milward's (2001) teori har inte bekräftats av vår studie eftersom tre av entreprenörerna i de snabbrörliga branscherna uppvisar hög densitet när teorin säger att de borde vara låg. Bland de trögrörliga är det endast två som säger sig ha hög densitet när alla fyra borde ha hög densitet. Detta indikerar att det inte finns en tydlig relation mellan nätverkets densitet och branschens dynamik. Resultaten kan tyda på att andra faktorer kan vara inblandade i utformningen av entreprenörens nätverk och att branschens rörlighet inte är den enda avgörande faktorn. En möjlig förklaring till denna observation kan vara att andra branschspecifika faktorer, såsom konkurrensnivå, beroendeförhållanden eller branschnormer, spelar en större roll för nätverksdensiteten än bara branschens rörlighet. Det kan vara så att entreprenörer inom olika branscher har olika incitament och behov av att etablera täta nätverk, oavsett branschens dynamik.

Entreprenör E och F upplever sig ha hög densitet i nätverken vilket går i linje med vårt teoretiska ramverk som säger att trögrörliga branscher har högre densitet i sitt nätverk (Nyuur, 2018). Anledningen till att de trögrörliga branscher borde ha låg densitet beror på att teorin säger att de har lägre behov av ny kunskap och ett längre behov av resurser än de snabbt rörliga branscherna vilket gör att nätverket inte behöver vara omfattande och att de som är inom nätverket därmed har närmare kontakt med varandra (Low & Iserman, 2013). F uttrycker att många känner varandra inom nätverket och förklarar detta med den lokala prägel, något som styrker teorin om att det finns en relation mellan hög densitet och att ha en stark lokal prägel (Butler et al., 2020). Eftersom företaget jobbar väldigt lokalt blir kontakterna mer begränsade till de resterande som rör sig lokalt vilket gör att många känner varandra sinsemellan. Den höga densiteten bekräftas även av Fs uppfattning om att personer inom branschen stannar där länge. Även E uttrycker att det är många som stannar en längre

tid inom branschen och att det därför är en lägre nivå av utbyte av kontakter vilket gör att många lär känna varandra.

Det är intressant att notera att storleken på nätverken inte heller verkar ha en inverkan på densiteten. Entreprenörerna i de snabbt rörliga branscherna- Entreprenör A, B, C och D, uppskattade sina nätverk till att innehålla mellan 800 och 2000 personer medan de som agerar inom de trögrörliga- entreprenör E, F, G och H- uppskattade sina till att utgöras av 100-200 personer. Trots den markanta skillnaden i storlek verkar alltså personerna vara lika sammankopplade vilket skulle utesluta en förklaring om att det är storleken som avgör hur väl personerna i en entreprenörs nätverk känner varandra.

Intressant är också att medan majoriteten av entreprenörerna inom de snabbrörliga branscherna menar att deras nätverk har hög densitet så påpekar de att detta gäller specifikt för kontakterna de har inom sin bransch. Entreprenör B menar till exempel att de kontakter som inte jobbar inom hans bransch har väldigt låg densitet och att en anledning till den höga densiteten är det faktum att många jobbat inom samma bransch länge. Dessa svar skulle kunna indikera att nätverkets densitet kan skilja sig beroende på hur diversifierat entreprenörens nätverk är i fråga om branschtillhörighet.

Sammanfattningsvis visar svaren för studien att densiteten i entreprenörens nätverk inte verkar vara beroende av dynamiken i branschen som entreprenören agerar inom. Istället framkommer det att majoriteten anser att deras nätverk har hög densitet. Detta går därmed mot vårt teoretiska ramverk från Provan & Milward (2001) som menar att densiteten för nätverk hos entreprenörer som rör sig i snabbrörliga branscher är lägre än för de i trögrörliga branscher.

## 6. Slutsatser och diskussioner

*I detta avsnitt presenteras först de slutsatser som har dragits som ett resultat av analysen. Därefter följer en diskussion om studien som helhet och dess bidrag till den befintliga litteraturen. Sist i detta kapitel presenteras studiens teoretiska- samt praktiska bidrag men även förslag till framtida forskning inom ämnet.*

---

### 6.1 Slutsatser

När vi påbörjade detta forskningsprojekt strävade vi efter att utforska ett relativt outforskat område inom entreprenörers sociala nätverk. Vårt syfte var att förstå och jämföra nätverksstrukturen hos entreprenörer som driver SME-företag i snabbväxande och trögväxande branscher, samt att identifiera faktorer som bidrar till eventuella skillnader i dessa nätverksstrukturer. I detta kapitel presenterar vi nu resultaten av vår forskning.

#### 6.1.1 Hur skiljer sig nätverksstrukturerna åt?

Detta avsnitt syftar till att förklara hur nätverksstrukturerna skiljer sig åt hos entreprenörer inom snabbväxande respektive trögväxande branscher. Genom vår forskning har vi kunnat identifiera ett antal skillnader och likheter mellan dessa två grupper.

Ett framträdande relation som vi observerat är storleken på de sociala nätverken. Entreprenörer inom snabbväxande branscher har generellt större sociala nätverk, medan deras motparter i trögväxande branscher tenderar att ha mindre nätverk. Storleken på nätverket återspeglas också i nätverkens centralitet, med entreprenörer inom snabbväxande branscher som uppvisar högre centralitet. Dessa entreprenörer löser cirka 90% av sina problem genom direkta kontakter, vilket indikerar på en högre grad av tillgängliga resurser i deras direkta nätverk.

Vi har även sett skillnader gällande nätverkens diversifiering. Entreprenörer inom snabbväxande branscher uppvisar en större diversitet vad gäller kompetens och resurser i deras nätverk. Omvänt, inom trögväxande branscher tenderar nätverken att vara mer homogena. För geografisk diversifiering finns det en bred variation bland entreprenörerna, utan något tydligt



mönster kopplat till snabb- eller trögrörliga branscher. Det vi däremot observerade var att de som verkar på en global marknad tenderar att ha ett mer geografiskt diversifierat nätverk.

När det gäller nätverkets sammansättning vad gäller professionella kontakter kontra familj och vänner ser vi också skilda tendenser beroende på bransch och marknad. Teknikentreprenörer, som ofta verkar globalt, har huvudsakligen kontakter från arbetslivet medan entreprenörer i trögrörliga branscher, som verkar på nationell eller lokal nivå, ofta har en större andel kontakter från familj och vänner.

En annan del i nätverket är användningen av starka och svaga band. Vi ser i vår studie ingen relation mellan andelen svaga band och huruvida branschen är snabb- eller trögrörlig. Istället ser vi att samtliga entreprenörer förutom de inom byggbranschen har en övervägande majoritet av svaga band, detta menar vi indikerar att det kan finnas branschspecifika faktorer som påverkar antalet svaga respektive starka band.

När det gäller densiteten i nätverket ser vi ingen skillnad mellan snabb- och trögrörliga branscher. Istället tyder det på att det finns branschspecifika faktorer som påverkar densiteten snarare än huruvida branschen är snabb- eller trögrörlig.

### 6.1.2 Varför skiljer sig nätverksstrukturerna åt?

I detta avsnitt sammanställs de huvudsakliga slutsatser som dragits kring varför nätverksstrukturerna skiljer sig åt mellan entreprenörer inom snabb- kontra trögrörliga branscher.

Anledningen till att entreprenörer inom snabb- och trögrörliga branscher tenderar att ha mer omfattande nätverk beror på deras behov att snabbt få tillgång till en stor mängd information, resurser och kompetenser för att hålla jämna steg med den snabba utvecklingstakten inom dessa branscher. Å andra sidan verkar entreprenörer som opererar mer lokalt, som till exempel de inom byggbranschen, klara sig väl med mindre nätverk. Deras verksamhetsstruktur kräver inte samma omfattande informationsflöde, vilket gör det möjligt för dem att driva sin verksamhet effektivt med färre, men mer pålitliga kontakter.

Diversifieringen av nätverken verkar också variera i stor utsträckning, detta beror dels på om företaget opererar globalt eller nationellt/lokalt men även att snabb- och trögrörliga branscher kräver också en större variation av färdigheter och resurser, vilket främjar skapandet av

diversifierade nätverk. Å andra sidan behöver entreprenörerna inom mer trögrörliga branscher, som byggbranschen, inte lika diversifierade nätverk för att hålla sig konkurrenskraftiga.

En intressant skillnad observerades mellan bygg- och restaurangbranschen, två trögrörliga branscher. Medan byggbranschen tenderar att ha mindre diversifierade nätverk, visar restaurangbranschen en större diversifiering. Detta kan delvis förklaras av restaurangbranschens höga omsättning av personal med olika bakgrunder, vilket innebär att entreprenörerna i denna bransch ständigt möter människor med olika kompetenser och erfarenheter.

För svaga och starka band verkar branschens dynamik inte vara en påverkande faktor. De flesta företag uppger att de har övervägande svaga kontakter, vilket kan ge tillgång till nya resurser och möjligheter. Två entreprenörer inom byggbranschen har dock fler starka band, vilket kan förklaras av branschens specifika egenskaper och behovet av nära samarbete. Studien visar därmed att svaga band är vanliga oavsett bransch, men branschspecifika faktorer kan påverka vilken typ av band som skapas i nätverken.

Studien stödjer inte heller teorin om att densiteten i entreprenörers nätverk påverkas av branschens rörlighet. Resultaten visar att densiteten är hög för alla företag förutom de inom restaurangbranschen och detta kan förklaras av dess höga omsättning av människor. Detta indikerar istället att andra faktorer kan spela en större roll för nätverksdensiteten och att densiteten kan variera inom branscher beroende på diversifieringen av nätverket. Slutsatsen är att branschens rörlighet inte är den enda avgörande faktorn för densiteten i företagens nätverk.

## 6.2 Diskussion

Efter genomförandet av denna studie vill vi nu dela med oss av några insikter. Vi menar inte att vår forskning saknar substans, snarare är det att vi i efterhand har identifierat vissa förbättringsområden för framtida forskning.

Först och främst använde vi oss av en bred klassifikation av de olika branscherna, detta innebär att entreprenörerna själv inte alltid klassificerade sin bransch likt det teoretiska ramverket som vi använde oss av. Branscher skiljer sig åt och att generalisera branscher i för

stora drag riskerar att ge en osann bild av verkligheten. Detta innebär att en för bred definition på snabbväxande branscher kan ha skett vilket påverkar trovärdigheten i resultaten.

Vår enda avgränsning på de entreprenörerna vi intervjuade vad gäller deras företag var att det skulle klassificeras som ett SME-bolag. Ett SME-bolag kan däremot vara allt från 10 till 250 anställda och omsätta allt från 1 miljon euro till 50 miljoner euro. Detta identifierade vi även vad gäller bolagen vi intervjuade, deras storlek skilde sig åt vad gäller storlek men även ålder på företaget. Dessa faktorer kan med stor sannolikhet påverka omfattningen av entreprenörens nätverk.

Dessutom avgränsade vi oss inte heller för ålder på entreprenören, det är rimligt att anta att en entreprenör som är 60 har ett större nätverk än en 20-årig entreprenör då den äldre har längre erfarenhet och tid på sig att bygga ett mer omfattande nätverk.

Vi har även i arbetet använt oss till en övervägande del av källor som är äldre än 5 år. Detta kan medföra att den tidigare forskningen som vi baserat vår teori på inte är lika aktuell idag som när den skrevs, anledningen till detta är bristen på ny forskning inom området samt vikten av de äldre källorna.

Slutligen är vi medvetna om att det finns fler faktorer inom nätverkets struktur som kan analyseras och att vi valt att använda och analysera de fem som vi valt kan bidra till att en annan bild ges av nätverkets struktur än vad som hade framkommit om vi valt andra faktorer att analysera.

### 6.3 Teoretiskt bidrag

I denna uppsats har vi försökt bidra till forskningen inom entreprenörskapsteorier genom att undersöka och skapa förståelse kring nätverksstrukturen hos entreprenörer inom olika branscher. Vi har kartlagt hur dessa strukturer skiljer sig åt baserat på bransch, vilket tidigare har varit en förbisedd aspekt inom forskningsområdet. Vår forskning representerar därmed en startpunkt för djupare insikter och undersökningar inom detta specifika område.

En av de mest anmärkningsvärda bidragen från vår forskning är insikterna kring vilken typ av nätverksstruktur som återfinns hos olika entreprenörer beroende på branschens dynamik. Vi har funnit att dynamiken i branschen har en påverkan på hur entreprenörerna strukturerar sina nätverk vilket är en viktig aspekt för att förstå hur och varför vissa entreprenörer lyckas bättre

än andra. Detta resultat tyder på att branschens dynamik kan påverka entreprenörers framgång att bygga och underhålla sitt sociala nätverk vilket i sin tur kan ha inverkan på företagets framgång.

En annan viktig komponent i vårt bidrag är tillförandet av kvalitativ data inom detta område. I problemformuleringen förklarade vi att denna sorts data saknas inom området vilket är varför vår studie bidrar starkt till detta område. Vår kvalitativa data ger en rikare och mer nyanserad bild av nätverksstrukturen hos entreprenörerna.

Slutligen har vår forskning bidragit till en djupare förståelse för varför strukturen i entreprenörernas nätverk skiljer sig åt baserat på bransch. Genom att undersöka och jämföra olika nätverksstrukturer har vi kunnat identifiera specifika faktorer och dynamiker som påverkar dessa skillnader. Dessa insikter förstärker vikten av branschkunskap och kontextuell förståelse när man analyserar entreprenörers nätverk och ger en stark grund för framtida forskning inom detta intressanta område.

## 6.4 Praktiskt bidrag

Det praktiska bidraget av vår uppsats sträcker sig utöver det akademiska fältet och ger betydelsefulla insikter för entreprenörer inom olika sektorer. Den information och de insikter vi har presenterat kan hjälpa entreprenörer att strategiskt bygga och anpassa sina nätverk för att främja företagets utveckling och tillväxt, speciellt för de som idag verkar inom en trögörlig bransch men som vill utveckla med mer snabbörliga karaktärsdrag.

Den detaljerade analysen av hur nätverksstrukturen varierar beroende på branschens dynamik erbjuder praktiska råd för entreprenörer. Genom att förstå de särdrag och nyanser som finns inom sina branscher kan entreprenörer anpassa sin nätverksstrategi för att optimera nätverksbyggande och företagsframgång.

Vidare har vår forskning belyst användandet av "brokers" inom nätverksstrukturer. Dessa individer eller organisationer kan fungera som broar mellan olika delar av ett nätverk och kan vara särskilt viktiga för entreprenörer med mindre nätverk.

Slutligen, genom vårt arbete erbjuder vi entreprenörer en djupare förståelse för strukturen i deras nätverk. Denna kunskap kan bistå entreprenörer att själva analysera och identifiera sina egna nätverksstrukturer. Genom att förstå hur deras nätverk är uppbyggt och fungerar kan de effektivt anpassa sin nätverksstrategi. Detta gör det möjligt att stärka de svagare delarna av nätverk och därmed optimera sin användning av nätverk för företagets framgång.

## 6.5 Förslag till fortsatt forskning

Vår forskning öppnar upp flera möjliga vägar för framtida studier som kan bidra till att fördjupa vår förståelse för entreprenörernas nätverksstrukturer. Nedan följer några förslag för hur framtida forskning kan utformas.

För det första kan det vara värdefullt att genomföra en kvalitativ studie på nätverksstrukturen mellan små och stora företag. Med tanke på att storleken på företaget kan påverka resurser och nätverksmöjligheter, skulle det vara intressant att se hur dessa skillnader påverkar nätverksstrukturen och dess effektivitet att få tillgång till kunskap och resurser. Vi rekommenderar även en studie med en mer snäv branschindelning. Genom att fokusera på en specifik bransch, kan vi bättre förstå de unika nätverksdynamikerna som kan uppstå i denna kontexten. Detta kan ge oss mer detaljerade och riktade insikter om hur nätverk kan optimeras för specifika branscher.

För det tredje skulle det vara intressant att se hur nätverksstrukturen skiljer sig åt baserat på entreprenörens ålder. Ålder skulle möjligen kunna påverka entreprenörens storlek på nätverk och tillgång till nätverk, vilket kan leda till viktiga skillnader i hur nätverksstrukturen är uppbyggd och skiljer sig åt. Vi föreslår även att forskning utvidgas till att inkludera fler branscher. Genom att jämföra nätverksstrukturer över ett bredare spektrum av branscher, kan vi få en mer omfattande bild av hur nätverksdynamik fungerar och varierar.

Slutligen, i ljuset av våra insikter, föreslår vi ytterligare forskning för att undersöka hur olika faktorer interagerar med varandra inom nätverksstrukturen. Att förstå dessa interaktioner kan hjälpa oss att bättre förstå hur komplexa sociala nätverk fungerar och hur de kan optimeras för att stödja entreprenöriell framgång.

# Källförteckning

Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through Social Networks. In D. Sexton, & R. Smilor (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship* (pp. 3-23). Cambridge, MA: Ballinger Publishing Company. Tillgänglig online: [https://www.researchgate.net/publication/291165757\\_Entrepreneurship\\_Through\\_Social\\_Networks](https://www.researchgate.net/publication/291165757_Entrepreneurship_Through_Social_Networks) [Hämtad 2023-05-21]

Alqahatani, N, & Uslay, C. (2020). Entrepreneurial marketing and firm performance: Synthesis and conceptual development. *Journal of Business Research*. Volume 113, May 2020, Pages 62-71. Tillgänglig online: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296318306441> [Hämtad 2023-05-25]

Berisha, G., & Pula, JS. (2015). Defining Small and Medium Enterprises: a critical review. *Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences Vol 1 No 1*. Tillgänglig online: <https://iipcccl.org/wp-content/uploads/2015/03/Ajbals-17-28.pdf> [Hämtad 2023-05-25]

Brown, R., Mawson, S., & Rowe, A. (2019). Start-ups, entrepreneurial networks and equity crowdfunding: A processual perspective. *Industrial Marketing Management*. Volume 80, July 2019, Pages 115-125. Tillgänglig online: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850118300804?fr=RR-8&ref=pdf\\_download&rr=7ced34590cab736f](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850118300804?fr=RR-8&ref=pdf_download&rr=7ced34590cab736f) [Hämtad 2023-05-23]

Bryman, A., & Bell, E. (2015). Företagsekonomiska forskningsmetoder. *Malmö: Liber. (3:e upplagan)*

Burt, R. S. (1992). Structural holes: The social structure of competition. *Harvard University Press*.

Butler, JS., Garg, R., & Stephens, B. (2020). Social Networks, Funding, and Regional Advantages in Technology Entrepreneurship: An Empirical Analysis. *Information Systems Research*. Vol. 31, No. 1. Tillgänglig online: [https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/isre.2019.0881?casa\\_token=lKzjyQJdmq8AA](https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/isre.2019.0881?casa_token=lKzjyQJdmq8AA)

AAA%3AXPPPpq--yxmfB3uUwC2jTNYdzRGO9BfR1KQbnpiqe9nGawz2g1o9abCkKK9WHdgPw04j6lRWQ&journalCode=isre [Hämtad 2023-05-24]

Das, M., & Goswami, N. (2019). Effect of entrepreneurial networks on small firm performance in Kamrup, a district of Assam. *Journal of Global Entrepreneurship Research* volume 9, Article number: 7. Tillgänglig online: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40497-018-0122-6> [Hämtad 2023-05-25]

Eisenhardt, K.M., (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), pp.532-550.

European commission. (N.d). SME definition. Tillgänglig online: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-definition\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-definition_en) [Hämtad 2023-04-30]

Filion, L.J. (2021). Chapter 8: Defining the entrepreneur. Tillgänglig online: <https://www.elgaronline.com/display/edcoll/9781839104138/9781839104138.00015.xml> [Hämtad 2023-04-30]

Forbes. (2022). The Importance Of A Business Network And How To Build A Strong One. Tillgänglig online: <https://www.forbes.com/sites/theyec/2022/12/20/the-importance-of-a-business-network-and-how-to-build-a-strong-one/> [Hämtad 2023-04-12]

Företagande. (2022) Ekonomisk tillväxt är ett resultat av entreprenörskap. Tillgänglig online: <https://foretagande.se/ekonomisk-tillvaxt-ar-ett-resultat-av-entreprenorskap>  
Hämtad [Hämtad 2023-05-26]

Granovetter, MS. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6 (May, 1973), s 1360-1380. Tillgänglig online: <https://www.jstor.org/stable/2776392> [Hämtad 2023-04-13]

Greve, A., & Salaff, JW. (2003). Social Networks and Entrepreneurship. *Sage Journals*, Volume 28, issue 1. Tillgänglig online: [https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/1540-8520.00029?casa\\_token=oOiEHArInigAAAAA%3Ajmbug916F\\_8oX6xlOnqv2PNnFQFc-](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/1540-8520.00029?casa_token=oOiEHArInigAAAAA%3Ajmbug916F_8oX6xlOnqv2PNnFQFc-)

GR3QLRXbDWPpMR1Q2AU97E6S1QJ5EGMGqVsyTHQmjh98cL&journalCode=etpb

[Hämtad 2023-04-12]

Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2020). The internal mechanisms of entrepreneurs' social capital: A multi-network analysis. *Business Research Quarterly Volume 23: 1–19*. Tillgänglig online: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2340944420901047> [Hämtad 2023-05-26]

Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing. Volume 18, Issue 2, March 2003, Pages 165-187*. Tillgänglig online: <https://www.sciencedirect-com.ludwig.lub.lu.se/science/article/pii/S0883902602000812?via%3Dihub> [Hämtad 2023-04-27]

Jack, S., Dodd, S., & Anderson, A. (2009). Change and the development of entrepreneurial networks over time: a processual perspective. *Entrepreneurship & Regional Development An International Journal*, Vol 20, No 2, s.125-259.

Kahn, KB. (2018). Understanding innovation. *Volume 61, Issue 3, May–June 2018, Pages 453-460*. Tillgänglig online: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681318300119> [Hämtad 2023-04-28]

Khan, N.U., Li, S., Safdar, M.N. and Khan, Z.U., (2019). The role of entrepreneurial strategy, network ties, human and financial capital in new venture performance. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(1), p.41. Tillgänglig online: <https://www.mdpi.com/1911-8074/12/1/41> [Hämtad 2023-05-27]

Keast, R., Mandell, MP., Brown, K., & Woolcook, G. (2004). Network Structures: Working Differently and Changing Expectations. *Public administration review. Volume 64, Issue 3. May 2004*. Tillgänglig online: [https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6210.2004.00380.x?casa\\_token=hf8hj\\_dFNilgAAAAA:uP1WLRE5\\_fzB5ovcNsRHfukVQrVDOISK4G2OMqho7WqC9H1bsRvI5aLKBQL2NMc-2\\_0Rt5dyq02FqeQ](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6210.2004.00380.x?casa_token=hf8hj_dFNilgAAAAA:uP1WLRE5_fzB5ovcNsRHfukVQrVDOISK4G2OMqho7WqC9H1bsRvI5aLKBQL2NMc-2_0Rt5dyq02FqeQ) [Hämtad 2023-05-27]



Lechner, C., & Dowling, M. (2010). Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship & Regional Development An International Journal*, Vol 15, No 1, s.1-26.

Low, SA., & Isserman, AM. (2013). Where Are the Innovative Entrepreneurs? Identifying Innovative Industries and Measuring Innovative Entrepreneurship. *International Regional Science Review Volume 38, Issue 2, April 2015, Pages 171-201*. Tillgänglig online: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0160017613484926>. [Hämtad 2023-04-27]

Marin, A., & Wellman, B. (2009). Social Network Analysis: An Introduction. Tillgänglig online: [http://www.alexandramarin.ca/uploads/8/5/7/4/85749/marin\\_and\\_wellman\\_-\\_2010\\_-\\_social\\_network\\_analysis\\_an\\_introduction.pdf](http://www.alexandramarin.ca/uploads/8/5/7/4/85749/marin_and_wellman_-_2010_-_social_network_analysis_an_introduction.pdf) [Hämtad 2023-04-28]

Nyuur, RB., Brecic, R., & Debrah, YA. (2018). SME international innovation and strategic adaptiveness: The role of domestic network density, centrality and informality. *International Marketing Review. Volume 35 Issue 2*. Tillgänglig online: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMR-11-2015-0239/full/html?skipTracking=true>. [Hämtad 2023-05-24]

Peneder, MR. (2008). Firm entry and turnover: the nexus with profitability and growth. *Small Business Economics, Vol. 30, No. 4 (April 2008), pp. 327-344*. Tillgänglig online: [https://www.jstor.org/stable/40650918?casa\\_token=p1Qfyotq0GYAAAAA%3AaBcctOfkNgEC4qnQzuFBAFFcUc6m7EKbvSUE-qAsLjrJGD1\\_92GIwKtD8-3O4Ivr\\_avJ0ThR8fshpVY5ygWMSbSqi7Cdn3Zprd2-rXa53ImS3gVRbzN0&seq=3](https://www.jstor.org/stable/40650918?casa_token=p1Qfyotq0GYAAAAA%3AaBcctOfkNgEC4qnQzuFBAFFcUc6m7EKbvSUE-qAsLjrJGD1_92GIwKtD8-3O4Ivr_avJ0ThR8fshpVY5ygWMSbSqi7Cdn3Zprd2-rXa53ImS3gVRbzN0&seq=3) [Hämtad 2023-05-24]

Provan, K. G., & Milward, H. B. (2001). Do networks really work? A framework for evaluating public-sector organizational networks. *Public Administration Review*, 61(4), 414-423.

Rauch, A., Rosenbusch, N., Unger, J., & Frese, M. (2016). The effectiveness of cohesive and diversified networks: A meta-analysis. *Journal of Business Research, Volume 69, Issue 2, February 2016, Pages 554-568*. Tillgänglig online: <https://www.sciencedirect.com/science>

[/article/pii/S014829631500212X](#) [Hämtad 2023-04-14]

SCB. (2019.) Över hälften av svenska företag bedrev innovationsverksamhet mellan 2016-2018. Tillgänglig online: <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/utbildning-och-forskning/forskning/innovation-i-foretagssektorn/pong/statistiknyhet/innovationsverksamhet-i-sverige-20162018/> [Hämtad 2023-05-02]

Shneor R., och Vik, AA. (2019). Crowdfunding success: a systematic literature review 2010–2017. *Baltic Journal of Management. Volume 15 Issue 2*. Tillgänglig online: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BJM-04-2019-0148/full/html?skipTracking=true> [Hämtad 2023-05-26]

Sullivan, DM., Marvel, MR., & Wolfe, MT. (2021). With a little help from my friends? How learning activities and network ties impact performance for high tech startups in incubators. *Technovation. Volume 101, March 2021, 102209*. Tillgänglig online: [https://docs.google.com/document/d/1gKdGHdhMnkPyN6TcL4Wcw\\_x\\_02BRTwLH9VGck8n8VNE/edit#](https://docs.google.com/document/d/1gKdGHdhMnkPyN6TcL4Wcw_x_02BRTwLH9VGck8n8VNE/edit#) [Hämtad 2023-05-23]

SvD. (2014). Politiskt ointresse hotar bokens framtid. Tillgänglig online: <https://www.svd.se/a/3d97b7e9-5621-3b33-a7f4-4e2b6939518b/politiskt-ointresse-hotar-bokens-framtid> [Hämtad 2023-05-01]

Thornberg, A. (2012). Informed grounded theory. *Scandinavian Journal of Educational Research*, uppl. 56, nr. 3, s.243–259. Tillgänglig online: <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:433790/FULLTEXT01> [Hämtad 2023-04-15]

Tripathi, M. A., Tripathi, R., Sharma, N., Singhal, S., Jindal, M., & Aarif, M. (2022). A brief study on entrepreneurship and its classification. *International Journal of Health Sciences*, 6(S2). Tillgänglig online: [https://www.researchgate.net/profile/Mohd-Aarif/publication/360395650\\_brief\\_study\\_on\\_entrepreneurship\\_and\\_its\\_classification/links/62798e84b1ad9f66c8ae7e60/brief-study-on-entrepreneurship-and-its-classification.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mohd-Aarif/publication/360395650_brief_study_on_entrepreneurship_and_its_classification/links/62798e84b1ad9f66c8ae7e60/brief-study-on-entrepreneurship-and-its-classification.pdf) [Hämtad 2023-04-15]

Westlund, H., & Frane, A. (2010). Social Capital and Economic Performance: A

Meta-analysis of 65 Studies. Tillgänglig online:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09654311003701431?role=button&journalCode=ceps20&needAccess=true> [Hämtad 2023-05-03]

# Appendix

## Intervjuguide

Innan vi påbörjar samtalet, skulle vi vilja be om ditt tillstånd att spela in ljudet från intervjun för att öka uppsatsens kvalitet och minska risken för felaktigheter. Inspelningen kommer enbart användas för att transkribera det som sägs under samtalet till textformat. Går det bra?

Vad gäller uppsatsen, så arbetar vi på vår c-uppsats inom entreprenörskap, som är en del av vår sista termin på ekonomie kandidatprogrammet vid Lunds universitet. Syftet med uppsatsen är att öka förståelsen för hur strukturen på det sociala nätverket skiljer sig åt beroende på vilken bransch entreprenörer verkar inom. Därför kommer frågorna att fokusera på olika dimensioner av ditt sociala nätverk. I uppsatsen kommer varken du eller ditt företags namn att nämnas, vi kommer dock att nämna er bransch. Vi kommer att börja med några allmänna frågor innan vi går in på frågorna som rör ditt sociala nätverk.

### **Allmänna frågor**

Vilken bransch skulle du säga att du jobbar i? Skulle du påstå att branschen du arbetar inom är innovativ eller trögrörlig?

Beskriv din bransch och människorna i den.

Hur länge har du arbetat i branschen?

Bara för att stämma av, visst har ditt bolag färre än 250 anställda och omsätter mindre än 50 M euro per år?

### **Frågor om storlek på nätverket:**

Vad vi menar med storlek på nätverk följer denna definition: Antalet direkta länkar mellan dig och andra människor eller organisationer. Direkta länkar innebär att du har möjlighet att kontakta personen som därmed inte går via en annan kontakt för att nå kontakten.

Hur stort skulle du uppskatta att ditt nätverk är om du får gissa?

Vilka källor använder du för att kontakta ditt nätverk?

### **Frågor om centralitet**

När du skall försöka nå en specifik person, hur ofta behöver du använda en kontakt för att nå den kontra att du direkt kan kontakta personen? Svara i procent.

Använder du dig av brokers (mellanhänder) för att nå ut till människor? Isåfall vilka typer och när sker detta?

Har du några specifika personer i ditt nätverk som ofta kan hjälpa dig att nå rätt person? Spindeln i nätet?

### **Frågor om Diversifiering**

Skulle du säga att kontakterna i ditt nätverk är diversifierade i fråga om resurser och kunskap?

Varför tror du att ditt nätverk är diversifierat/ inte diversifierat?

Krävs det många olika typer av resurser / kunskaper inom din verksamhet, beskriv dessa.

Hur många kontakter skulle du säga att du har som bor utanför Sverige?

Hur många av dina kontakter kommer genom jobbet respektive från familj/vänner? Svara i procent.

De som kommer från familj/vänner, kommer de från tillhörigheter (country club, bokklubb osv), hur stor del i så fall av det totala nätverket är från tillhörigheter?

### **Frågor om starka och svaga band**

När du vänder dig för hjälp till ditt nätverk, skulle du säga att det framförallt är nära vänner eller mer "bekanta" människor som hjälper dig?

### **Frågor om Densitet**

Till vilken grad känner dina närmaste kontakter andra personer inom ditt närmaste nätverk?

Vilken kompetensnivå krävs i branschen generellt?

Stannar folk länge inom din bransch?

**Avslutande fråga:**

Hur påverkar ditt sociala nätverk din roll som entreprenör?