

Från affärsmöjlighet till nytt företag: Vilka lyckas och varför?

Frédéric Delmar

Handelshögskolan i Stockholm

Mikael Samuelsson

Internationella handelshögskolan i
Jönköping

Upplägg för idag

1. Bakgrund (MS)
2. Affärsmöjligheten (MS)
3. Processens betydelse, beskrivning av aktiviteter (MS)
4. Rast
5. Att lyckas med företagsstarten (FD)
6. Slutsatser (FD)



Del 1
Bakgrund (MS)

Varför viktigt att studera?

- 460 Miljoner individer försöker årligen starta nya företag (GEM 2002; Reynolds, Bygrave, Autio, Cox, Hay, 2002).

Syfte

- Att beskriva vilka som startar och de företag de startar
- Att förstå den process som leder till att företag etableras
- Att förklara varför vissa lyckas och vissa misslyckas med detta

Undersökningsdesign



- Har du på egen hand eller med andra, startat ett nytt företag under de två senaste åren?
- Vilka av följande *affärsaktiviteter* har du utfört? (minst två för att kvalificera sig).

Uppföljningar över tiden

- Startförsöken följdes upp var sjätte månad i två år
- Eller till dess att de har övergivet sitt försök att starta ett företag
- Fyra uppföljningar har gjorts med mycket höga svarsfrekvenser
- (6 mån.) 90,5%, (12 mån.) 91,9%, (18 mån.) 91,6%, (24 mån.) 96,1%

Urval

| • Kategori | • <i>Total</i> |
|---|---------------------|
| • Individer slumpmässigt valda | • 49 979 |
| • Identifierbara individer med telefonnummer | • 35 971 |
| • Deltagande individer | • 30 427 (84,6%) |
| • <i>Totalt antal kvalificerade entreprenörer/intraprenörer</i> | • <i>961 (2,7%)</i> |
| • Vägrade | • -53 |
| • Ej tillräcklig svenska | • -6 |
| • Ingen kontakt, oklart om de startar | • -147 |
| • Startat, men missförstånd ändrade förhållande etc. | • -133 |
| • <i>Totalt antal intervjuer augusti 1998</i> | • <i>622 (1,7%)</i> |

Snabba fakta (1)

- 72% män; 28% kvinnor
- Genomsnittlig ålder 40 år
- 50% ingen tidigare erfarenhet av att starta
- 80% hade erfarenhet av branschen
- Industrierfarenhet i genomsnitt 9 år
- 89% födda i Sverige; 8% ej födda i Norden
- 68% entreprenörer; 30% intraprenörer
- 38% ensamman, 62% i lag (genomsnitt 2,4 ägare)

Snabba fakta (2)

- 41,5% har eftergymnasial utbildning; 1,6% har doktorerat
- 17,5% vill växa så mycket som möjligt; 74% föredrar levebrödsstorlek
- 38% lämnar verksamheten inom 2 år

Snabba fakta (3)

| | • Antal | • Procent |
|--|---------|-----------|
| • Vägrade | • 51 | • 8,0 |
| • Jorbruk, skogsbruk, fiske | • 14 | • 2,25 |
| • Tillverkning | • 49 | • 7,87 |
| • Bygg | • 27 | • 4,34 |
| • <i>*Handel, hotel och restaurang</i> | • 91 | • 14,63 |
| • Transport | • 16 | • 2,57 |
| • <i>*Andra tjänster</i> | • 222 | • 35,69 |
| • Kultur | • 18 | • 2,89 |
| • Flera inriktningar | • 3 | • 0,48 |
| • <i>*Data/IT</i> | • 72 | • 11,57 |
| • Total | • 563 | • 90,51 |
| • Missing | • 59 | • 9,48 |
| | • 622 | • 100 |

Hur lång tid tar det innan man ger upp?

- För alla 9-10 månader i genomsnitt (st.av. 18)
- Kön, inga signifikanta skillnader
- Ensam eller i lag, inga signifikanta skillnader
- Bransch, det tar längre tid för tillverkning (27,3 månader jfr med 18 för andra)

Hur lång tid tar det innan man får ett positivt kassaflöde?

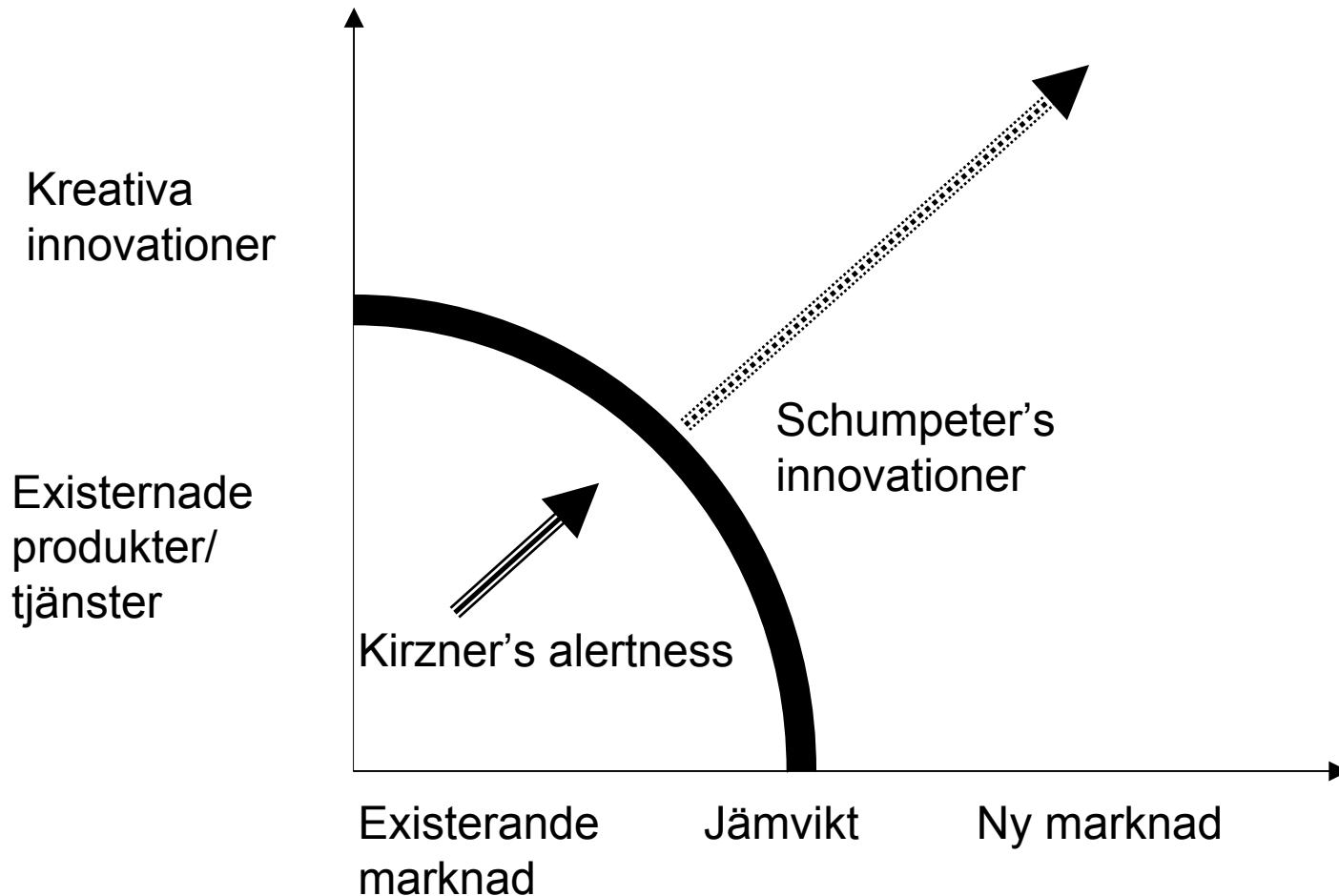
- För alla 8-9 månader i genomsnitt (st.av. 14,1)
- Kön, mycket svag skillnad där kvinnor eller mixat tar något längre tid
- Ensam eller i lag, inga signifikanta skillnader
- Bransch, inga signifikanta skillnader



Del 2

Affärsmöjligheter (MS)

Effektivitet vs. Kreativ förstörelse



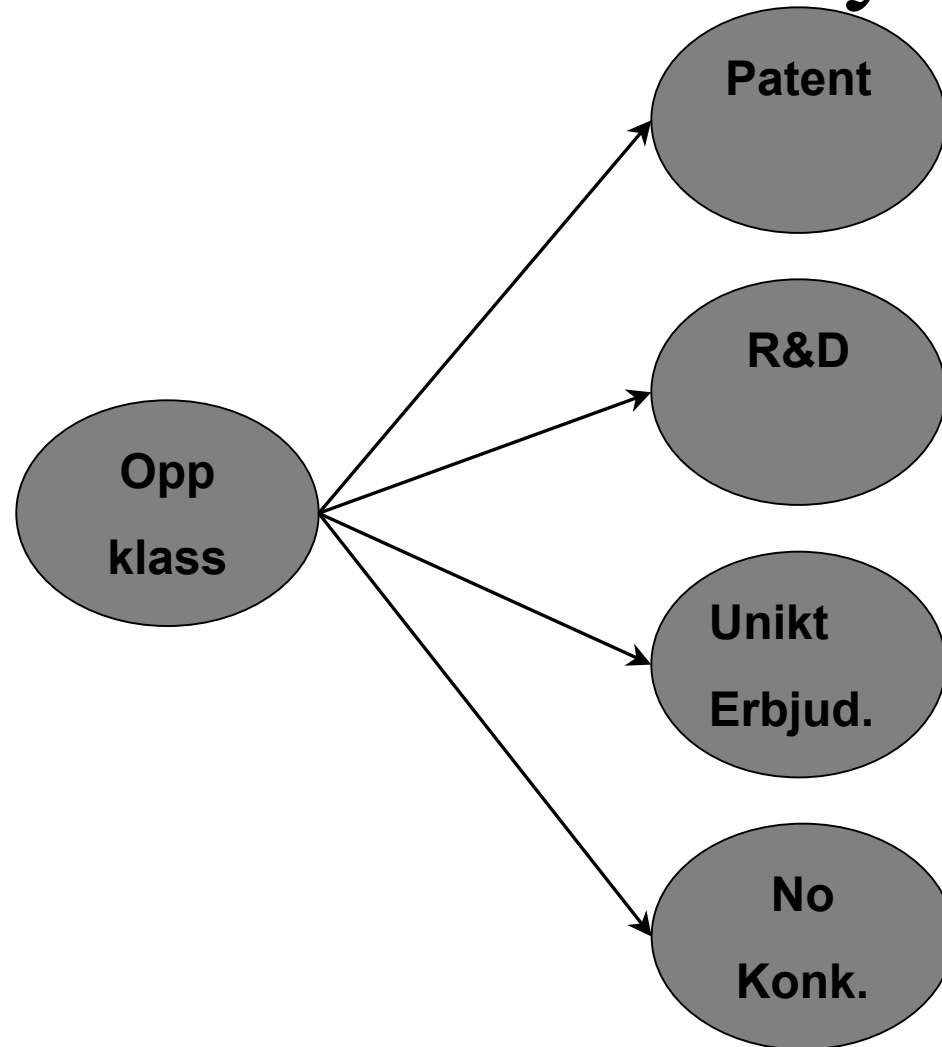
Definition

- En affärsmöjlighet är affärsrelaterad information om en kreativ och/eller optimerande förändring i tillgång och efterfrågan

Olika typer av affärsmöjligheter

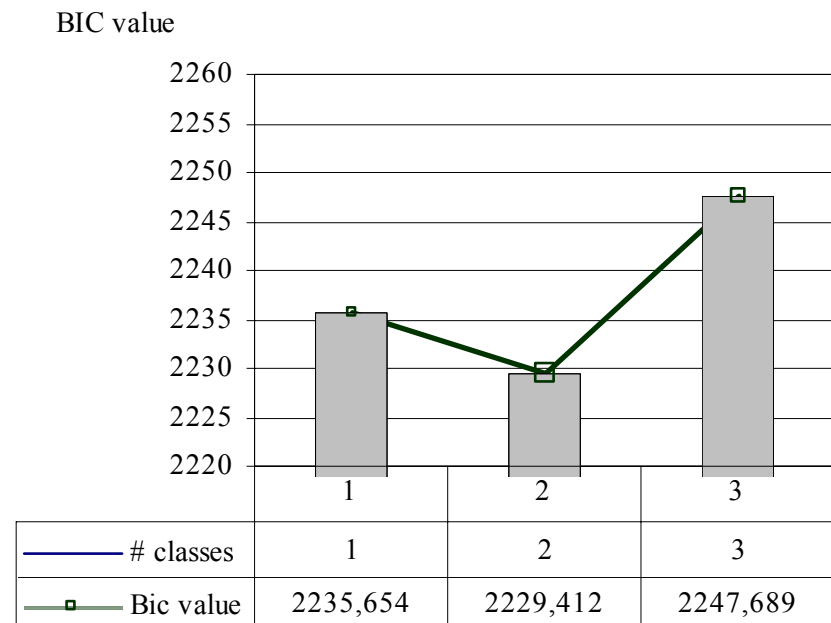
- Är det empiriskt möjligt att verifiera existensen av två typer av affärsmöjligheter här kallade innovativa och reproduktiva.

Latent klassanalys



Resultat

- 544 (87,46%) reproducerande
- 78 (12,54) innovativa



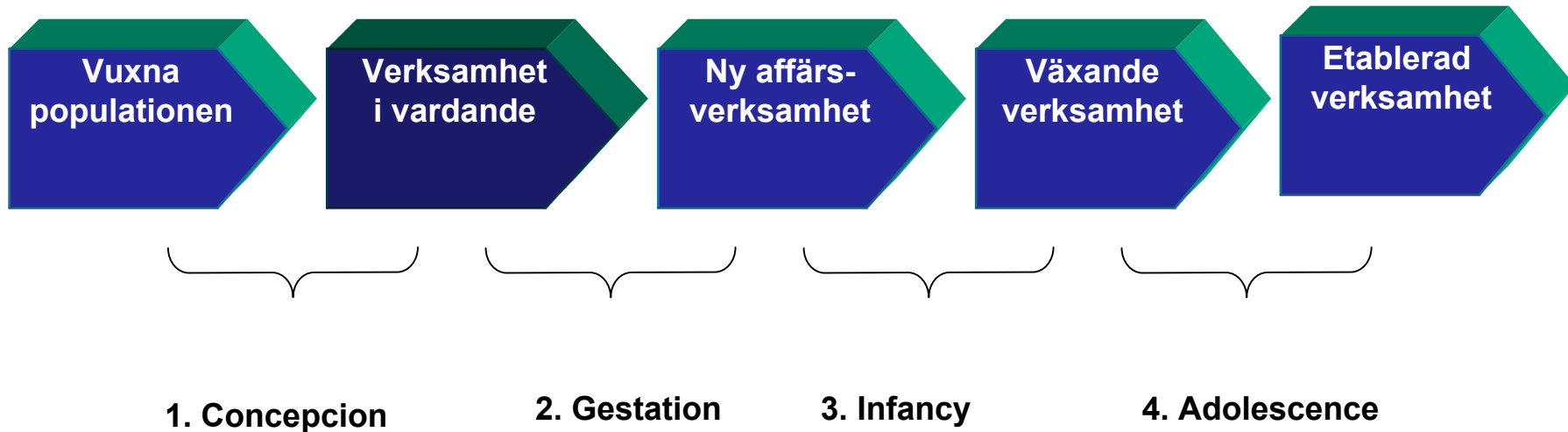
Implikationer

- Överskattning av innovativa affärsmöjlighet
I teori, litteratur, och stöd
- Innovativa affärsmöjligheter genererar osäkerhet och reproducerande affärsmöjligheter genererar risk
- Vi behöver kunskap om båda för att förklara uppkomsten av ny affärsverksamhet



Del 3
Affärsverksamhet i vardande

Affärsverksamhet i vardande



Mäta affärsverksamhet i vardande

| •Stadier i affärsprocessen | •Affärsaktiviteter |
|-----------------------------------|--|
| •Intentioner | •Produkt/tjänst ide eller koncept, Produkt/tjänst initial utveckling, Information om konkurrenter/affärsmöjlighet, Spara pengar att investera, Team i process, Team färdigt, Affärsplan i process, Affärsplan färdig, Finansieringsplan |
| •Resurser | •Finansieringsansökan, Får finansiering, Får inte finansiering, Köper råmaterial, inventarier etc., Start investering egna pengar, Får kredit av leverantör, Inköp av nödvändiga resurser |
| •Gränser | •Marknadsföring startar, Produkt/tjänster prövat på kund, Egen ftg. telefon, Söker tillstånd/licenser, Får nödvändiga tillstånd/licenser •Registrerat vid PRV, Får F-skattebevis, Söker Patent, copyright, varumärke, Beviljas Patent, copyright, varumärke |
| •Utbyte | •Produkt/tjänster redo att säljas, Verksamheten första inkomst, Arbetar heltid, Anställer första personen, Inkomster överstiger kostnader |

Huvudfrågor

- *Exploatera innovativa affärsmöjligheter är systematiskt olik från exploateringsprocessen för reproducerande affärsmöjligheter*
 - ✓ Varierar processen som en funktion av olika typer av affärsmöjligheter?
 - ✓ Är det processen predicerad av olika bakgrundsvariabler som till exempel resurser, strategi, och miljöfaktorer?

Variation i bakgrundvariabler

| Hypotes | Innovativ | Reproducerande |
|----------------------------------|-----------|----------------|
| H1 Antalet affärsaktiviteter | mer | färre |
| H2 Socialt stöd | + | 0 |
| H3 Instrumentellt social kapital | + | + |
| H4 Djup kunskap | + | 0 |
| H5 Kodifierad kunskap | 0 | + |
| H6 Specialist strategi | + | 0 |
| H7 Generalist strategi | 0 | + |
| H8 Ekonomisk tillväxt | + | + |
| H9 Konkurrens | 0 | + |
| C1 Tid | + | + |

Resultat

- Formell test
- Två klasser: Chi-square 77.462, d.f.'s 62, p-value .089
- En klass: Chi-square 357.978, d.f.'s 113, p-value .000

Resultat forts.

| Hypotes | Innovation | Reproducerande |
|----------------------------------|------------|----------------|
| H1 Antalet affärsaktiviteter | fler | färre |
| H2 Socialt stöd | + | + |
| H3 Instrumentellt social kapital | + senare | + |
| H4 Djup kunskap | + | - |
| H5 Kodifierad kunskap | + | - |
| H6 Specialist strategi | - | 0 |
| H7 Generalist strategi | + | 0 |
| H8 Ekonomisk tillväxt | 0 | 0 |
| H9 Konkurrens | 0 | + |
| C1 Tid | 0 | + |

Implikationer

- Exploateringsprocessen för innovativa och reproducerande affärsmöjligheter är systematiskt skilda från varandra
- Innovationer kräver socialt stöd, unika kombinationer av human och socialt kapital och en väl avgränsad strategi
- Reproducerande affärsmöjligheter är beroende av att känna sina konkurrenter

Del 3

Att lyckas med företagsstarten (FD)

- Vad påverkar utfallet av processen?
- Vilka är utfallen?

När är startprocessen slut?

- Den tar aldrig slut, överlevnad är viktigast!*
- Företagarens subjektiva uppfattning
- När produkten är färdigutvecklad*
- När försäljningen kommer igång*
- Vad som menas med ett framgångsrikt startförsök kan därmed variera

Vad kan göras?

- ✓ Planera
- ✓ Skapa legitimitet
- ✓ Skaffa resurser
- ✓ Utveckla rutiner
- ✓ Utveckla relationer

Problem för företagaren

- Har inte kunskap, men om kunskap så:
- Allt kan inte göras samtidigt därför är det av intresse att se om:
 - Vissa saker är viktigare än andra (vikt)
 - Vissa saker måste göras före andra saker (ordning)
 - Vissa saker påverkar utfallen olika (utfall)
 - Vilka klarar detta bäst

För överlevnad

- Planering i synnerhet affärsplanen ökar sannolikheten (-20%)
 - Det leder till informationsövertag och ordning
 - Viktigt dokument för kommunikation med andra
- Legitimitet (att tidigt registrera företaget, skaffa tillstånd etc...)
 - Visar att man följer normer och värderingar
 - Rena legala aspekter för att kunna anställa och sälja
- Tidigare starterfarenhet viktigt (-30%)

För produktutveckling

- Planering
- Tidigare starterfarenhet
- Resurser
 - Det kostar att utveckla bra produkter
- Relationer med kunder
- Tid
 - Ju fortare det går desto bättre, tid till marknad centralt
- Enklare i tillverkningssektorn
 - Mindre diffust

För att kunna sälja

- Tidigare starterfarenhet
 - Hur organisera
- Tidigare branscherfarenhet
 - Kunskap och känningar
- Konkurrenskraftig affärsmöjlighet
 - Tillfredsställer efterfrågan
- Överlevnad
 - Att vilja och orka
- Tid
 - Snabbhet
- Stora, unga och kunskapsintensiva branscher

Vän av ordning?

- Ordningen spelar stor roll!
- Vad som anses viktigt gör först (med undantag av försäljning)
- Ju längre tiden går, desto större blir försäljningsskillnaderna mellan den ”rätta sekvensen” och andra alternativ

Ordningen

1. Vilka skall vara med
2. Planera och skaffa information
3. Definiera
4. Utveckla produkt
5. Registrera
6. Skaffa resurser
7. Marknadsföra och sälja

Slutsatser (FD)

Huvudsakliga resultat

- En studie av hög kvalitet vars resultat är världsunika
- De flesta når ett utfall ett år efter start
- Affärsmöjligheten påverkar processen
- Det sociala nätverkets betydelse
- Tid är viktigt
- Ordningen på vad som görs avgörande
- Planera sen agera
- Kunskap och erfarenhet centralt
- Kön, lag eller ensam har liten inverkan

Implikationer för teori

- Startprocessen är i sin enkelhet komplex
- Mer specifika analyser av när och hur olika typer av resurser påverkar processen för olika typer av affärsmöjligheter.
- Longitudinella studier kan förklara processer och kausalitet samt individuell variation i utvecklingsprocesser över tiden

Implikationer för praktiker

| | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Innovativa affärsmöjligheter | <ul style="list-style-type: none">• Reproducerande affärsmöjligheter | <ul style="list-style-type: none">• Utbildare |
| <ol style="list-style-type: none">1. Kombinera kompetenser2. Utveckla en prototyp tjänstekoncept först3. Fokuserad strategi4. Utveckla/nyttja sociala nätverket när du kan förklara vad du håller på med | <ol style="list-style-type: none">1. Planera/undersök konkurrenter2. Använd ditt sociala nätverk• | <ol style="list-style-type: none">1. Övning i affärsverksamhet ger färdighet i affärsverksamhet |

TACK FÖR OSS!