

Tillväxtsamhällets offer eller hjältar - myter och sanningar om svenska familjeföretag

Bengt Johannisson

Entrepreneurship  Entrepreneurskap

Växjö universitet

Estrad-föreläsning

IVA, Stockholm 7 oktober 2004

Dominerande föreställning om utvecklingskraft och entreprenörskap

- Högteknologi - helst organiserad i innovationssystem - självklar
- Avancerad formell skolning avgörande för framgång
- Finansiellt kapital i fokus

Alternativ föreställning om utvecklingskraft och entreprenörskap

- Affärsnäsa - förmåga att göra affärer -
nödvändig
- Praktiskt kunnande för konkret bruk skapar
framgång
- Förtroendekapital i centrum

Svenska myter om tillväxtföretag

- Rationella mål, vinstmotiv, vägledande
- Ackumulering av egna resurser
- Systematisk planering
- Tillgång till finansiellt kapital

Svenska myter om familjeföretag

- Irrationaliteten, känslorna, dominerar
- Resurserna fixas efterhand genom personliga kontakter
- Verksamheten präglas av spontanitet och improvisation
- Behovet av att rå sig själv leder till att man skyr externt (finansiellt) kapital

Rådande föreställningar- sanningar eller myter?

- Kritiskt granska dominerande föreställningar om vad som driver tillväxtföretagen respektive familjeföretagandet i Sverige
- Studera familjeägandets betydelse inom de svenska tillväxtföretagen

Gasellföretag

- har offentliggjort minst fyra årsredovisningar - ackumulerad vinst
- har minst 10 anställda
- omsätter över 10Mkr
- växt kontinuerligt, dubblerat omsättningen över tre år
- organisk växt

Svenska Gasellföretag 2002

- 1256 i hjorden
- 628 kartlagda genom postenkät
- 553 med identifierad ägarstruktur
- Två av tre (65%) är familjeföretag (ägs av en familj)
- Bygg, konsult och handel dominerar,
4% industriföretag

Vad driver Gasellföretagens ledare

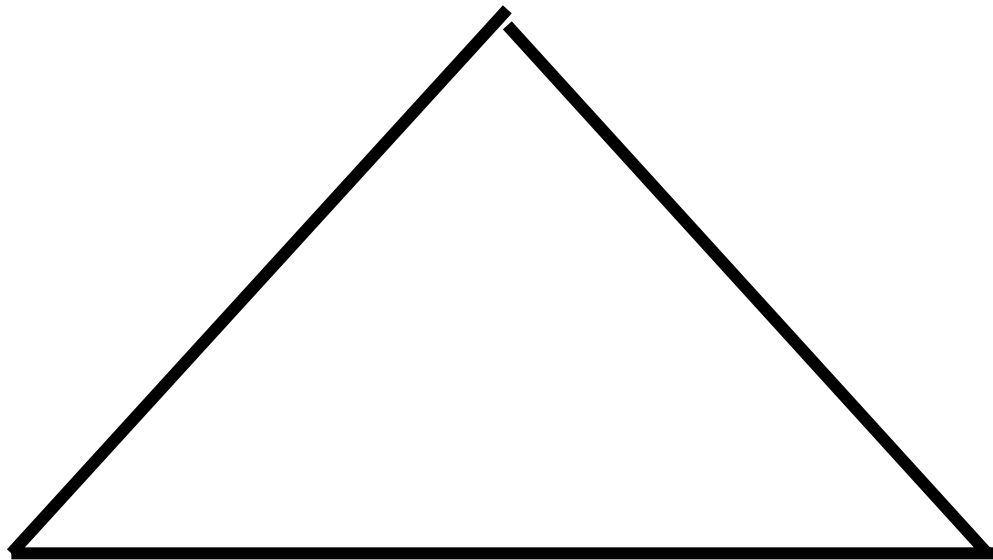
- Praktisera en livsform (4 av 10)
- Förverkliga en (affärs)idé (4 av 10)
- Kunna rå sig själv (1 av 10)
- Tjäna pengar (1 av 10)

Hantering av omvärldens utmaningar

- Besitta egna resurser - vara offensiv, pro-aktiv
- Underkasta sig omvärldens villkor - vara anpasslig, re-aktiv
- Samspela med omvärlden - vara inriktad på dialog, inter-aktiv

Gasellföretagens omvärldssyn

Offensiv (15%)



Anpassning (0%)

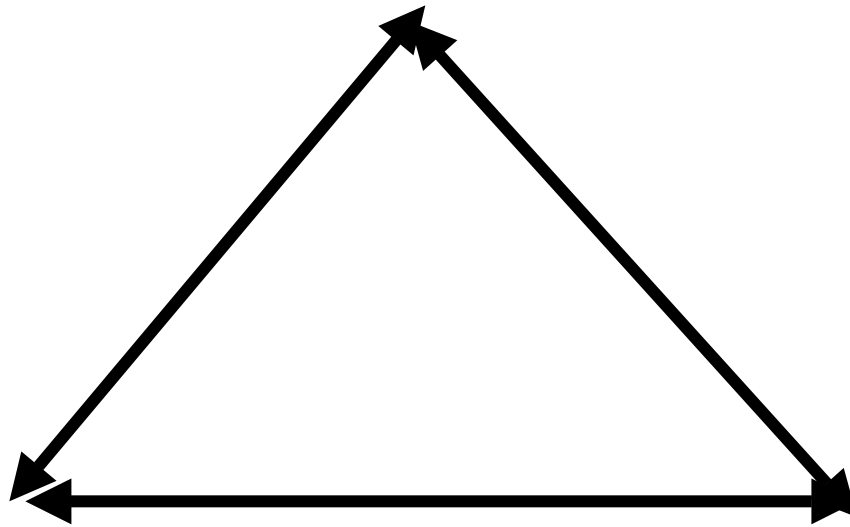
Dialog (45%)

Planera eller experimentera - tidens bruk i Gasellföretag?

- Hälften av Gasellföretagarna lägger minst halva sin tid på konkret handling
- Bara 4% av Gasellföretagarna lägger minst halva sin tid på planering
- Familjeföretagarna lägger ned betydligt mer tid på att utveckla visioner än andra ledare

Företagandets kapitalförsörjning

FINANSIELLT KAPITAL



KUNSKAPSKAPITAL

FÖRTROENDEKAPITAL

Viktigast kapitalform för svenska Gasellföretag

- Finansiellt kapital - 5%
- Kunskapskapital - 52%
- Förtroendekapital - 43%

- Familjeföretagarna ser något oftare än andra finansiellt kapital som viktigast (7% vs 2%)

Lärdomar från Gasellstudien (1)

- De flesta svenska tillväxtföretag är familjeföretag
- Samarbetsförmågan bestämmer tillväxtkraften
- Samarbetet är särskilt utvecklat i mindre kommuner
- Myterna om familjeföretag är Gasellföretagens framgångsrecept

Lärdomar från Gasellstudien (2)

- Media, myndigheter, företagarnas egna organisationer och forskare tar på sig ett stort ansvar när de fabricerar föreställningar om tillväxt, entreprenörskap och företagande
- Villkoren för utveckling av företagsamheten bestäms inte av samhällets spelregler utan av företagarens förhållningssätt - inte av hur man har det utan av hur man tar det

Lärdomar från Gasellstudien (3)

- Familjeföretagandets största utmaning, generationsskiftet, kräver insatser långt bortom en reformerad skattelagstiftning
- Storföretagsamhetens utmaning är att via avknoppningar vitalisera sig och samhället
- Företagsamhetens samhällsansvar, både lokalt och nationellt, bärs i först hand av de många (små) familjeföretagen