

**Estrad 9 december 2003**

**AKADEMISKT ENTREPRENÖRSKAP:  
VARIFRÅN KOMMER IDÉERNA?  
KAN VI TRÄNA ENTREPRENÖRER?**

**Magnus Klofsten**  
Linköpings universitet

## **AGENDA**

- Bakgrund
- Affärsmöjligheter, idéer och affärsidéer
- Resultat från pågående forskningsprojekt
- Praktikfallet ENP
- Slutsatser och implikationer

## **FRAME OF REFERENCE**

Normann (1975), Engwall (1985), Ekvall (1990) and Klofsten (1992)

An idea is not the same as a business idea

Vesper (1989)

The early idea development:

**‘..entering an avenue down whose side streets lie opportunities that cannot be seen until travelling a ways’**

Bygrave (1997)

The **’triggering event’**

**’The idea per se is not what is important. In entrepreneurship, ideas really are a dime a dozen. Developing the idea, implementing it, and building a successful business are the important things’**

## **FRAME OF REFERENCE**

The business opportunity concept is crucial in many studies

Shumpeter (1934), Stevenson (1984) Davidsson (1989) de Koning (1999), Landström (2000), Delmar & Shane (2002), Venkataraman (1997) and Seamundsson & Lindholm Dahlstrand (2003)

Ardishvivli et. al. (2003)

- Entrepreneurial awareness
- Knowledge (and information)
- Networks
- Personality
- Characteristic of the business opportunity

## **DATA**

- 170 företag (enkät)
- 10 fallstudier

## ENKÄTSTUDIEN (data)

### **Företagskaraktäristika:**

#### Representationsort:

- Linköping 45%
- Västerås 23%
- Umeå 8%
- Norrköping 7%
- Kista 6%
- Motala 5%
- Örebro 4%
  
- Finspång och Söderhamn 2%

## ENKÄTSTUDIEN (data)

### **Företagskaraktistika:**

- 85% säljer tjänster eller kombination tjänst produkt
- 70% har mindre än 5 anställda
- 70% omsätter mindre än 1,5 mkr
- 61% är avknoppade företag (32% privat sektor)
- 60% är startade av grundarteam
- 60% finns eller har funnits i en inkubator
- 40% vill expandera
- 39% vänder sig till den internationella marknaden

Företagen har en snittålder på 3,6 år

## RESULTAT FRÅN ENKÄTSTUDIEN

### Idén kom från:

- Grundaren/na 95%
- Någon annan 5%

### Idén har:

- Divergerat 34%
- Konvergerat 26%
  
- Oförändrat smal 24%
- Oförändrat bred 16%



## RESULTAT FRÅN ENKÄTSTUDIEN

### Idéns nyhetsgrad:

- Låg	22%
- Medel	26%
- Hög	52%

### Idéns grad av forskningsorientering:

	<u>Före start</u>	<u>Efter start</u>
Låg	65%	60%
Medel	8%	12%
Hög	27%	28%

## RESULTAT FRÅN ENKÄTSTUDIEN

### Idéns förändringsgrad:

	<u>Före start</u>	<u>Efter start</u>
Låg	61%	41%
Medel	21%	25%
Hög	18%	34%

### Idéns förändring orsakat av externt tryck:

	<u>Före start</u>	<u>Efter start</u>
Låg	66%	46%
Medel	17%	15%
Hög	17%	39%

## RESULTAT FRÅN ENKÄTSTUDIEN

### Externt förändringstryck orsakas av:

	<u>Före start</u>	<u>Efter start</u>
Kunder	Högt	Högt
Leverantörer	Lågt	Lågt
Finansiärer	Medel	Lågt
Konkurrenter	Lågt	Lågt
Övriga	Lågt	Lågt

## ENKÄTSTUDIEN

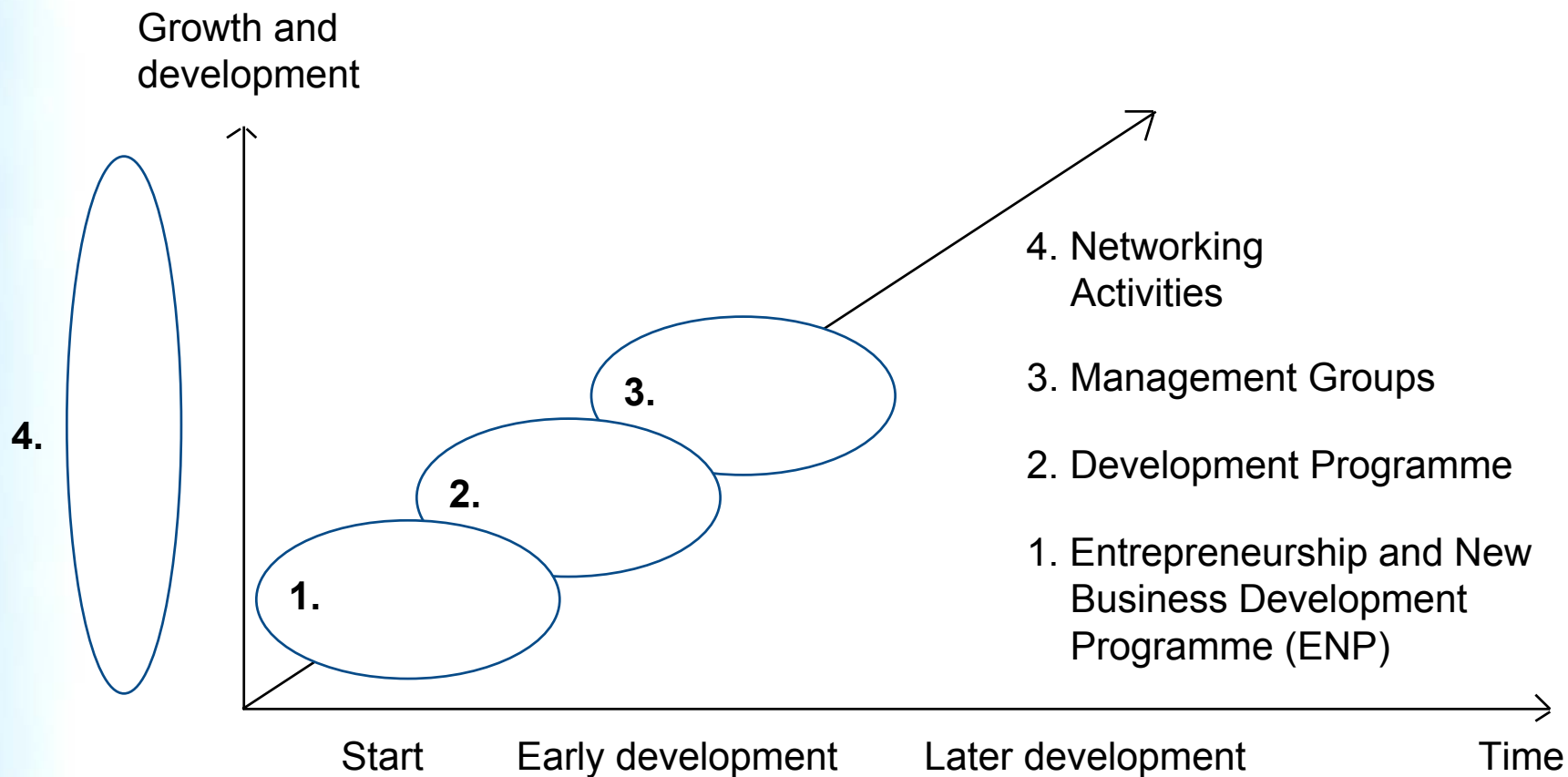
### **Signifikanta skillnader (tendenser) mellan företagen:**

- Idéns förändring före och efter start
- Idéns förändring (efter start) och tryck från kunder (flera)
- Internationell marknad, forskningsorientering och nyhetsgrad
- Inkubator och idéutveckling
- Affärsorientering (tjänster) och tryck från kunder
- Affärsorienterig (kombination tjänst och produkt), forskningsorientering och nyhetsgrad

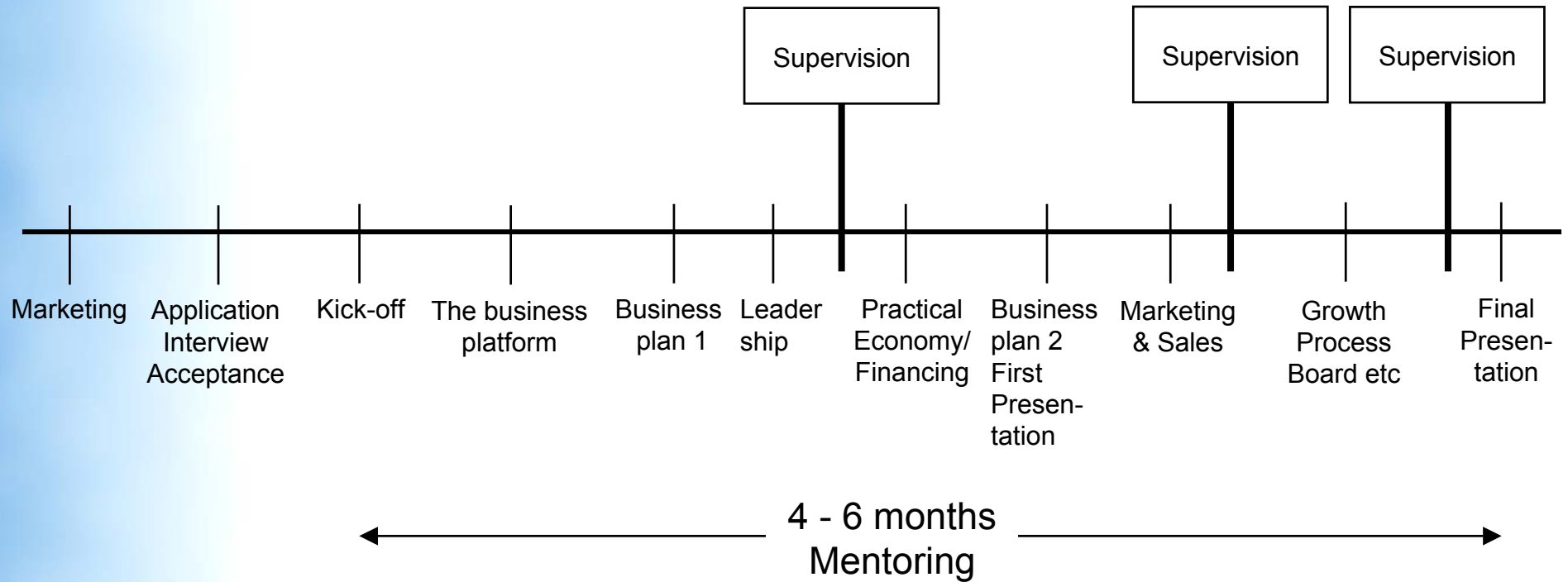
# Entrepreneurship and New Business Development Programme (ENP)

- Business plan
- Workshops
- Supervision
- Mentoring
- Business Incubator
- Networks

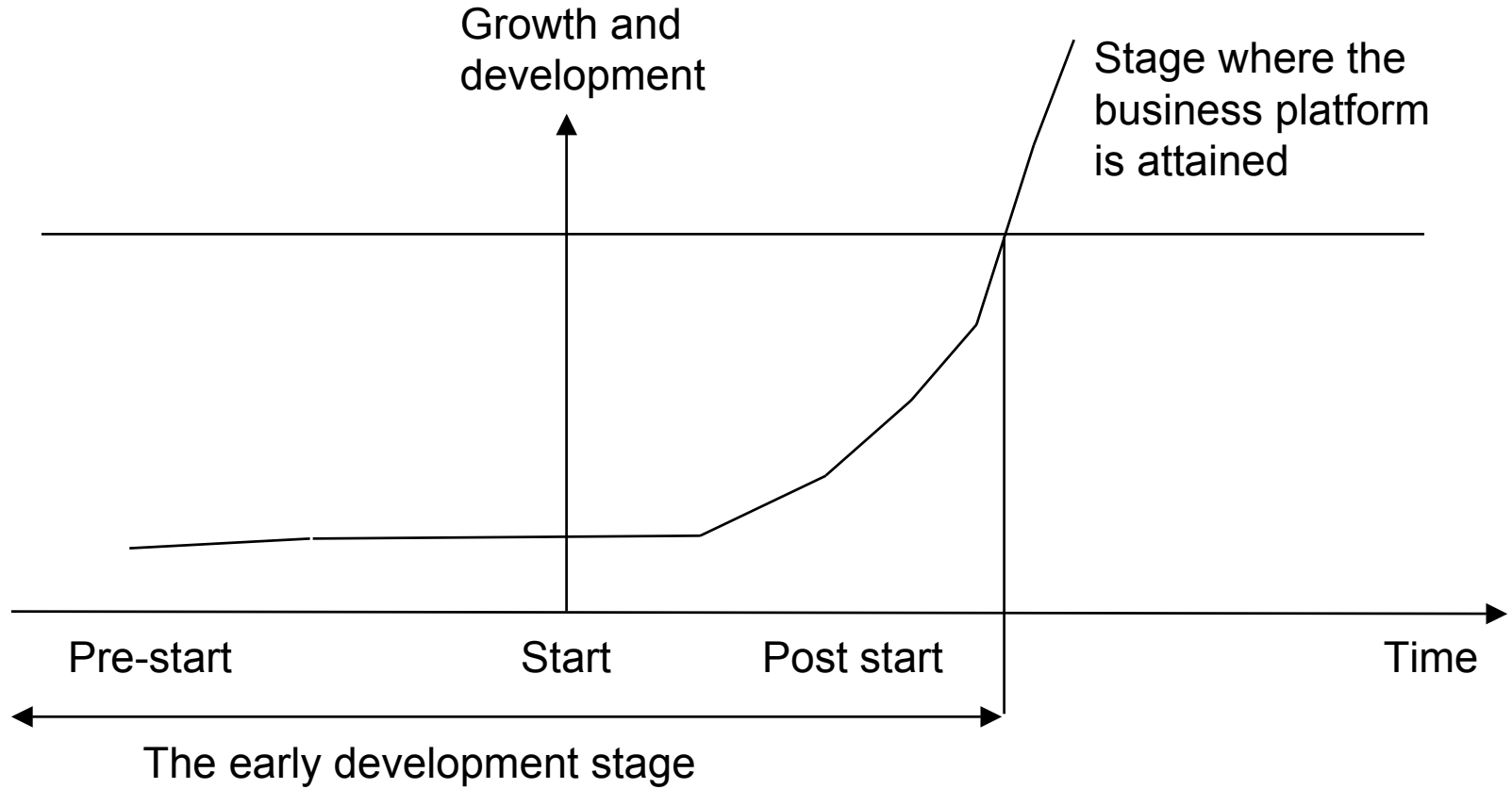
# Programmes and activities



# The ENP Process

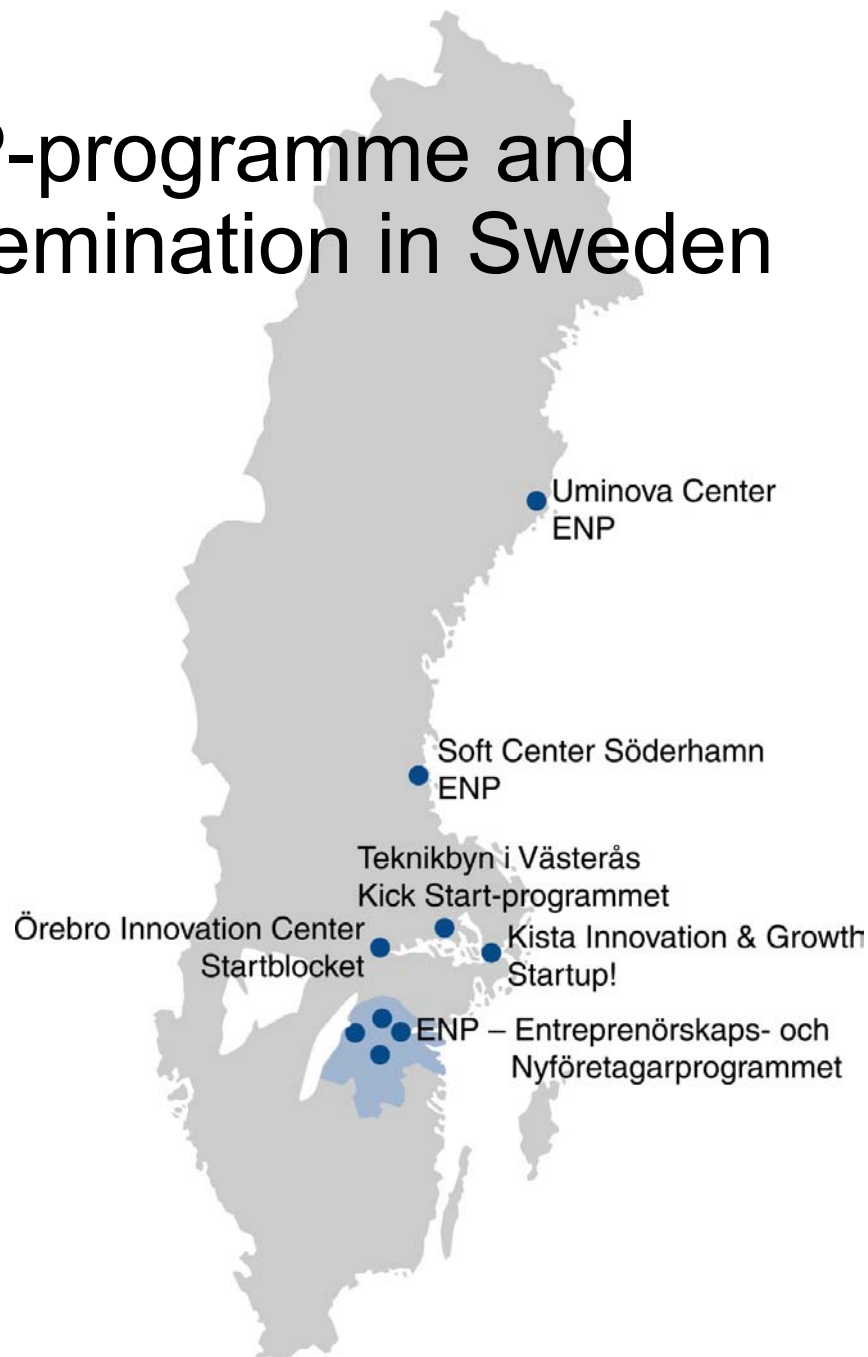


# A growth and development model





# ENP-programme and dissemination in Sweden



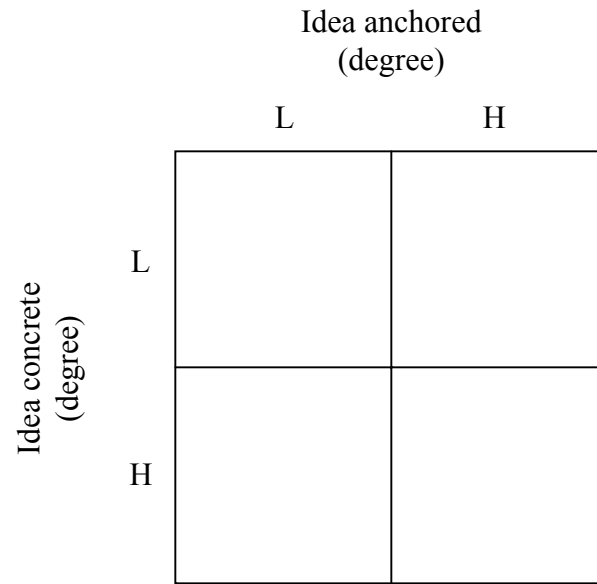


Figure 2. Status of the idea

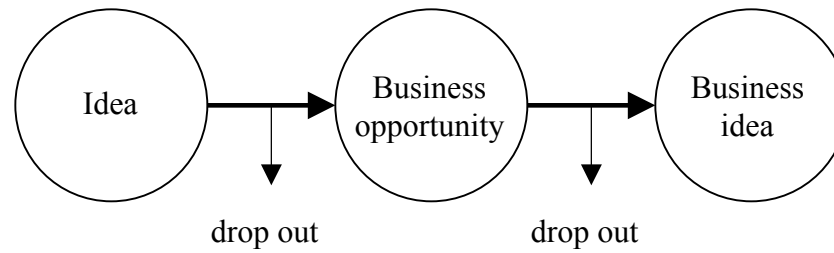


Figure 1. The idea-stages of development

## **SLUTSATSER (enkät och fallstudier)**

- Den tidiga idéutvecklingen är ofta mycket teknisk till sin natur och är naturligtvis starkt kopplad till grundarnas tekniska kompetens.
- Att välja en idé och starta ett företag kan tyckas vara en snabb process. Men bakom ligger ofta flera år av tankearbete och planering. Grundarteamen har ofta känt varandra (t ex arbetat tillsammans) innan den formella starten.
- I början kan det finnas flera konkurrerande idéer – men man tvingas tidigt att välja. Själva valet kanske inte är så viktigt utan att man snarare snabbt kan få en testyta för sin idé. Oftast är det en person som är idébärare.
- Betydelsen av de mjuka delarna av idéutvecklingsprocessen missbedöms ofta.
- Idéutvecklingen får inte fart förrän grundarna involverar externa partners i processen. Den potentielle kunden är central.
- Det ekonomiska klimatet påverkar klart idéns utveckling i form av tillgänglig testyta.
- Inkubatorer och andra supportsystem för entreprenörer har en viktig roll att fylla i idéutvecklingsprocessen.

## **IMPLIKATIONER**

- Begreppen affärsmöjlighet, idé och affärsidé
- Dimensioner att bedöma idéer
- Träning av entreprenörer