



**HÖGSKOLAN
I GÄVLE**
Institutionen för ekonomi

*Titel: De första verksamhetsåren
(en studie av sex olika företag)*

Författare: Jonas Trulsson & Pehr Halse

*Kurspoäng: 15 högskolepoäng
Kursnivå: Kandidatkurs (C-nivå)*

Examensarbete
i ämnet företagsekonomi

ABSTRAKT

Titel: De första verksamhetsåren (en studie av sex olika företag)

Nivå: C-uppsats i ämnet företagsekonomi

Författare: Pehr Halse & Jonas Trulsson

Handledare: Lars-Torsten Eriksson

Datum: 2009-01-19

Syfte: Vi kommer i denna promemoria försöka skapa en förståelse för hur det är att driva ett nystartat företag samt vad som påverkar företagaren/företaget under de första åren.

- Vad tycker företagare att de kan stöta på för utmaningar under de första åren?
- Hur utvecklas ett företag och vad kan hända i det under de första åren?

Metod: Det är den kvalitativa metoden och det hermeneutiska synsättet som har använts i denna uppsats. Vidare har vi arbetat med primärdata insamlad från intervjuer på ett induktivt arbetssätt. Teorin har insamlats från litteratursökning på högskolan i Gävles bibliotek samt genom internetsökningar. Analysen har skett genom en jämförelse mellan empiri och teori. Sedan har diskussionen om analysen samt slutsatser redovisats i efterföljande kapitel följt av egna kommentarer samt lärdomar.

Resultat & slutsats: Vi har genom uppsatsen sett att empiri och teori delvis stämmer överrens med varandra. Dock har vi kommit fram till att empirin inte helt stämmer överrens med det teoretiska materialet om entreprenörskap. Det viktigaste vi har kommit fram till är att läran om entreprenörskap bäst erhålls genom empiriska studier i stället för teoretiska.

Förslag till fortsatt forskning: Begränsningar i uppsatsen är bland annat att forskningen endast representerar ett mindre urval företagare samt teoretiska källor. För framtiden vill vi se en djupare och mer omfattande forskning för att se om våra slutsatser trots begränsningarna är korrekta.

Uppsatsens bidrag: Inom uppsatsens problemområde ser vi att praktisk kunskap är mycket mer givande än teoretisk, när man driver ett företag. Uppsatsen visar för utbildningsorganisationer samt intresserade att den teori som finns i dagsläget ej är komplett. Med det menas att utbildning inom företagande bör ske av företagare och inte genom teori och/eller av praktiskt okunniga inom området.

Nyckelord: Starta företag, driva företag, entreprenör, utmaningar i företag, första verksamhetsåren.

ABSTRACT

Title: The first years of a corporate (a study of six different companies)

Level: Final assignment for Bachelor Degree in Business Administration

Authors: Pehr Halse & Jonas Trulsson

Supervisor: Lars-Torsten Eriksson

Date: 19-01-2009

Aim: In this study we are going to try to create an understanding of how a new corporate can be operated and how it/the owner can be affected during the first years.

- What challenges does corporate owners think they can be exposed of during the first years?
- How does a corporate develop and what can happen during the first years?

Method: We used the qualitative method and the view of hermeneutics in this essay. Further on we worked with primary data based on interviews in an inductive way of investigation. The theory was collected from the library of the University of Gävle with help of their search engine and through searching the internet. Analyzing has been conducted through a comparison between empirical and theoretical data. The discussions about the analyze and the final result have later on been shown in the following chapters followed by our own comments and what we've learned.

Result & Conclusions: From writing this essay we've seen that empirical and theoretical data partly tells the same. Our final results have shown us that empirical and theoretical data of entrepreneurship doesn't correspond to each other. The most important aspect of entrepreneurship is given through empirical studies instead of theoretical studies.

Suggestions for future research: Some of the limitations in this essay are that the research only represents a minor selection of corporate and theoretical sources. For future studies we want to see a deeper and wider research to see if our conclusions, though the restrictions, are correct.

Contribution of the thesis: Within the approach of the essay we have seen that practical knowledge is more giving than theoretical, when running a corporation. For educational organizations and those who are interested in the subject, the theoretical data that is known today aren't complete. With that said the education to be an entrepreneur should be led by those who are running a company and not through theoretical data and/or not by those who lack competence.

Key words: Starting a business, running a company, entrepreneur, challenges in companies, first years with a corporation.

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	5
1.2	Bakgrund	5
1.3	Den litteratur vi konsulterat	6
1.4	Syfte.....	6
1.5	Frågeställning	6
1.6	Avgränsning.....	7
2	Metod	8
2.1	Angreppssätt	8
2.2	Referensram.....	9
3	Referensram	11
3.1	Historia om entreprenörskap	11
3.2	Företag i starten	14
3.3	Almi	15
3.4	Tidigare skrivna uppsatser inom entreprenörskap.....	17
3.4.1	Vad krävs för att bli en framgångsrik entreprenör?	17
3.4.2	Entreprenörskap, Starta eget med drivhusets hjälp	18
3.4.3	Entreprenörers motiverande och påverkande krafter till att ”starta eget”	19
3.5	Sammanfattning.....	20
4	Empiri.....	22
4.1	Jamback media AB	22
4.2	Lagsidan AB	24
4.3	Krokus grafisk formgivning AB.....	25
4.4	Invotech Solutions AB.....	26
4.5	Pharmademic AB.....	28
4.6	Populate AB.....	29
5	Analys.....	31
6	Diskussioner och Slutsatser.....	34
6.1	Vad vi har kommit fram till.....	34
6.2	Vad vi har lärt oss om företagande.....	37
6.3	Vad vi har lärt oss av arbetet	38
7	Källförteckning.....	40
Bilaga	Intervjufrågor	42

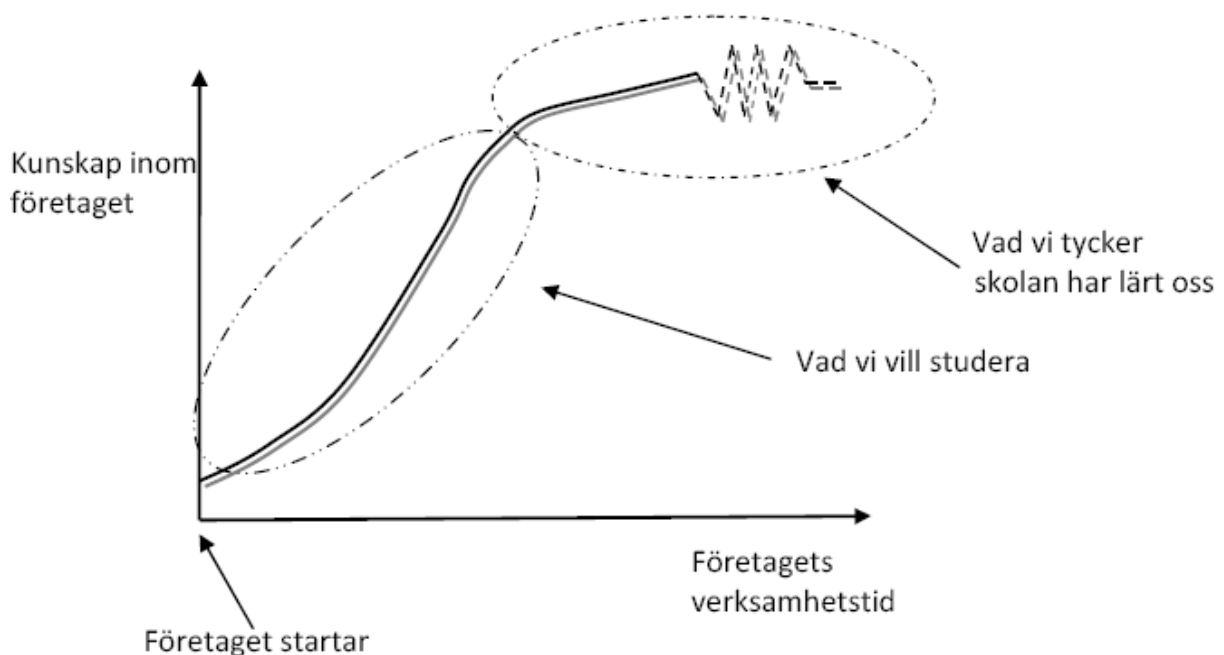
1 Inledning

Vi kommer här att ge en beskrivning av varför vi har valt att skriva arbetet. Vidare redogör vi för vad uppsatsen kommer att ge svar på, samt dess begränsningar.

1.2 Bakgrund

Valet av ämne kom ganska slumpvis efter en diskussion om uppsatsämne med vår handledare, som vi vid tillfället inte visste skulle bli vår handledare. Efter diskussionen tyckte vi att det lät intressant med nystartade företag. Intresset gjorde att vi gick till Drivhuset för att se om de hade några företag som vi kunde kontakta.

Vi har inte läst några kurser inom entreprenörskap på Högskolan i Gävle. Vår erfarenhet av vad skolan utbildar i inom företagande har endast varit att de lär ut om företag som redan har tagit sig igenom det första stadiet av utveckling och organisation. Ekonomiinstitutionen på Högskolan i Gävle har som mål ”att främja viljan och förmågan att starta, utveckla och förändra företag”¹. Eftersom vi i våra kurser inte har studerat hur man startar ett företag, vad man kan utsättas för under starten och under de första åren som företagare, har vi valt att göra denna studie för att se vad som händer och sker under de första åren. Vi anser att vi genom skolan har lärt oss hur vi ”utvecklar och förändrar företag”, men vill bygga oss en bredare grund för att ”främja viljan och förmågan att starta företag” som Ekonomiinstitutionen uttrycker det.



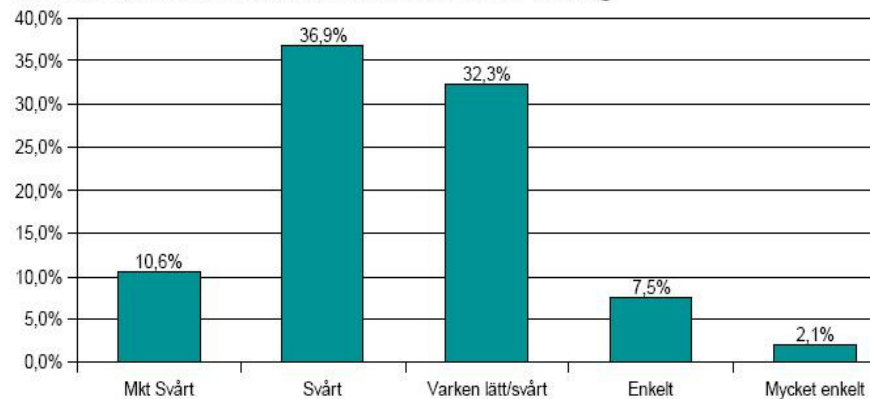
Figur 1 - Vi anser oss studera den nedre delen ”vad vi vill studera” som omfattar ett företags tidiga utvecklande, medan vi anser att högskolan har utbildat oss i den övre delen. Observera att figuren inte är proportionerligt korrekt utan endast visar var i företagets livscykel vi utför studien. För vidare fördjupning av figuren se till exempel *Organizational theory, design and change*².

¹ Lars Torsten Eriksson, Institutionen för ekonomi, Högskolan i Gävle, 2008-12-16

² *Organizational theory, design and change*, Gareth R. Jones, s. 307 fig. 11.2

Vi har studerat en undersökning, Attityd 07, som utförts av Drivhuset och Nutek där de i form av en statistikbroschyr visar hur svenska studenter ser på företagande. Drivhuset är en organisation som hjälper studenter att starta företag, därför såg vi det som en självklarhet att ta kontakt med dem. Vidare finns Drivhuset på tio stycken högskolor och universitet runt om i Sverige. Dessa finns till för att du som student skall kunna driva projekt, utveckla idéer och starta företag under din studietid³. Vi fann ett väldigt intressant diagram som visar hur svårt studenterna tror det är att starta företag.

Så svårt tror studenterna att det är att starta företag



Det är betydligt fler studenter som tycker att företagsstart verkar vara svårt än enkelt. Drygt 10 % av studenterna har ingen åsikt i frågan.

Figur 2 - Undersökning, Källa: Attityd 07, Drivhuset.

Vi vill att du som läsare tänker efter vilken kategori du anser dig tillhöra. Efter att ha läst denna uppsats hoppas vi att du som läsare har flyttats minst en plats åt höger i diagrammet.

1.3 Den litteratur vi konsulterat

Den litteratur vi konsulterat säger att det är mycket att tänka på inför starten av ett företag och det kan verka väldigt stort, svårt och utmanande att driva ett företag. För en person som har en idé men är rädd eller inte vågar ta steget att starta eget, kan detta resultera i att ett företag inte startas. Vi frågar oss om det är så svårt och invecklat som det ser ut och beskrivs i böcker och annan teori?

1.4 Syfte

Vi kommer i denna promemoria försöka skapa en förståelse för hur det är att driva ett nystartat företag samt vad som påverkar företagaren/företaget under de första åren.

1.5 Frågeställning

- Vad tycker företagare att de kan stöta på för utmaningar under de första åren?
- Hur utvecklas ett företag och vad kan hända i det under de första åren?

³ http://www.drivhuset.se/icms/vad_gor_drivhuset.html

1.6 Avgränsning

Vi har valt att avgränsa oss till företag som varit i kontakt med Drivhuset då de hjälper personer att förverkliga sin idé om ett eget företag. Kriterierna vi hade för företagen var:

- De ska ha varit verksamma i minst ett par år
- De ska drivas på heltid
- De ska fortfarande vara aktiva

Detta för att det fortfarande skulle vara möjligt för oss att kontakta dem samt att det ska ha hänt någonting inom företaget. Vi antog även att det skulle vara roligare för dem som företagare eftersom de fortfarande jobbar på/med företaget som är deras "levebröd" samt att vi skulle få ut mer av intervjun, än om de aktivt inte jobbade på att förbättra företaget. Vårt mål var från början att ha med ungefär 4-8 företag för att vi på så sätt skulle ha en chans att kunna dra någorlunda korrekta slutsatser om hur litteraturen går att koppla till hur det har varit att starta ett företag. Efter att ha studerat litteratur kom vi fram till att det inte finns några entydiga spår för hur en person startar ett företag förutom lagar och direktiv från stat och myndigheter som skall följas. Detta stärkte vårt mål med uppsatsen, att i huvudsak beskriva vad som kan dyka upp/hända under de första åren i ett företags verksamhet.

Det är endast Drivhuset i Gävle respektive i Uppsala som vi har varit i kontakt med. De utvalda företagen är företag som är mindre verksamheter samt har sin verksamhet inom ett lämpligt reseavstånd till Gävle. Detta med tanke på tidsbegränsningarna för vår studie samt att vi inte har haft någon ekonomisk möjlighet att göra en större studie, genom att bland annat göra längre resor och träffa fler/andra företag på så sätt.

2 Metod

Nedan följer en redogörelse för hur hela arbetet har konstruerats. Vi går igenom alla kapitel och förklarar hur dessa är uppbyggda. På så sätt hoppas vi skapa en röd tråd genom hela arbetet.

2.1 Angreppssätt

Frågor konstruerades till intervjuerna med utgångspunkten att vi var intresserade av vad som händer de första åren i ett företag. Vår uppsats är tänkt att ge ett övergripande svar på vad som kan hända i ett företag under verksamhetens första år.

Vi har angripit problemområdet med en kvalitativ syn, vilket betyder att vi försöker se situationen som om den var helt ny för oss⁴. I en kvalitativ studie är forskningen verbal och ger utrymme för beskrivningar och tolkningar med ett bredare perspektiv än vad en kvantitativ studie gör.⁵

2.1.1 Synsätt

Det finns två extremer som man skulle kunna utgå från för att tolka, förklara och förstå sig på verkligheten. Dessa är det positivistiska och det hermeneutiska synsättet. Positivismen kommer i grunden från naturvetenskapen. En positivist granskar noggrant och in i minsta detalj det som skall undersökas, för att rensa ut de fakta som inte är bekräftat samt stämmer överens med befintliga förklaringar enligt positivismen.⁶ En typisk positivist vill förklara en sak medan en person enligt det hermeneutiska synsättet strävar efter att förstå⁷.

Vi anser att vi har det hermeneutiska synsättet. Först och främst på grund av att vi inte uppfyller kriterierna för det positivistiska synsättet, vi strävar inte efter att förklara att det är på ett visst sätt och sedan bevisa det, utan vi vill få en förståelse för hur det kan vara. Vidare har vi inte så pass många iakttagelser att vi kan säga att det verkligen är på ett visst sätt för alla som startar ett företag. Vi har det hermeneutiska synsättet där vi använder våra egna minnen, upplevelser och förförståelse, så som Thurén beskriver hermeneutiken.⁸

2.1.2 Varför intervjuer och inte enkätundersökning?

En enkätundersökning har nackdelen att det blir svårt att följa upp frågor samt att det tar lång tid att få in svar⁹. Detta var de största faktorerna till att vi valde att ha intervjuer med företagarna. Även en intervju kan ha nackdelar som till exempel höga kostnader, intervjuareffekter där intervjuare och den intervjuade påverkar varandra, svårigheter att ställa känsliga frågor på grund av att det inte finns anonymitet samt svårigheter att få intervjutid.¹⁰ Men då vi inte har ansett dessa nackdelar som ett problem i vår situation samtidigt som de positiva sidorna intervjuer medför inte kan erhållas genom en enkätundersökning, så blev vi övertygade om att intervjuer var rätt val.

⁴ Forskningsprocessen – Kvalitativa och kvantitativa perspektiv, H. Olsson & S. Sörensen, s.63

⁵ Att utreda, forska och rapportera, Lars Torsten Eriksson & Finn Wiedersheim-Paul, s.120

⁶ Vetenskapsteori för nybörjare, Torsten Thurén s.14-16

⁷ Sju steg vid utredning och projekt, Kylén & Burell, s.100; samt Forskningsprocessen – Kvalitativa och kvantitativa perspektiv, H. Olsson & S. Sörensen, s.65

⁸ Vetenskapsteori för nybörjare, Torsten Thurén, s.47

⁹ Att utreda, forska och rapportera, Lars Torsten Eriksson & Finn Wiedersheim-Paul, s.99

¹⁰ Ibid, s.98

2.1.3 Förberedelse inför intervju

Vid uppbyggandet av intervjufrågorna lade vi stor vikt på att tänka oss in i den intervjuades situation för att på så vis få fram frågor som ger ett mer berättande svar samt undvika frågor där vi bara hade fått ett ja eller ett nej som svar. Vi försökte alltså konstruera frågorna på ett öppet sätt för att försöka dölja våra eventuella förutfattade meningar om ämnet. Till detta lade vi till ord och kortare meningar för att påminna oss själva om vad vi ville ha ut för information av frågan samt för att kunna vägleda den intervjuade in på rätt spår om denne skulle uppfatta frågan på ett annorlunda sätt. För att vara bättre förberedda inför intervjun studerade vi även vad litteraturen säger om intervjuer.

2.1.4 Insamlad data/empiri

Den information som vi har samlat in består av intervjuer som vi haft med sex stycken företag. Den anses vara primärdata då vi har samlat in den själva och detta inte har skett av någon annan.¹¹ Vidare har vi arbetat och redovisat informationen på ett kvalitativt sätt, vilket betyder att den är tolkad och redovisad genom ord och termer¹². Vi valde sedan att rapportera och sammanfatta intervjuerna var för sig i berättelseform, för att på så sätt inte gå miste om värdefull information som kan behövas till analysen. Om vi omvandlat informationen till en tabellsamling och sammanfattat denna genom att förenkla den inför jämförelsen/analysen, hade vi kunnat gå miste om viktig information. Arbetet hade då minskat i kvalitet och trovärdighet.¹³ Alla företag har getts möjligheten att vara anonyma samt i efterhand kunna redigera informationen vi fått från dem.

2.2 Referensram

Det första vi tänkte var att vi behöver böcker och teoretiskt material som säger hur man startar ett företag och vad som kan ske i starten. Men då det är ett väldigt omfattande område fick vi misstankar om att all information kanske inte finns i böcker. Vi valde en bok på biblioteket som verkade intressant och tycktes innehålla den informationen vi letade efter, med nackdelen att den inte var skriven under de senaste fem åren. Den bok vi valde var *Företag i starten* av Magnus Hult, även fast vi hade misstankar om att informationen kunde vara baserad på ”äldre” forskning och studier, vilket vi försöker ge en tolkning och förståelse för i starten av kapitlet referensram i form av delen *historia inom entreprenörskap*. Anledningen till att vi valde just *Företag i starten* var att den närmast behandlade vad företagare/företag kan stöta på under de första åren medan andra böcker är inriktade på vilka egenskaper företagare har/ska ha samt hur man går tillväga för att driva redan utvecklade företag. Vidare beslutade vi att komplettera litteraturen med information från någon/något företag, förening, utbildning eller organisation med ett krav på trovärdighet i grunden. Efter att ha sökt på internet valde vi Almi företagspartner som vi anser vara trovärdiga. Vi bestämde då att de skulle få utgöra vår andra del av tre i referensramen.

2.2.1 Kort förklaring av Almi företagspartner

Almi företagspartner är ett statligt ägt bolag och drivs med anslag från staten. Deras syfte är att äga, administrera och samordna i regionala utvecklingsbolag. Dessutom ska de ”bedriva verksamhet i form av rådgivning, utbildning och information rörande företagsutveckling och finansiering genom att tillhandahålla kapital enligt statliga riktlinjer och i övrigt medverka till att finansiera små och medelstora företag”^{14, 15}.

¹¹ Modeller som redskap, Hägg & Wiedersheim-Paul, s.33

¹² Att utreda, forska och rapportera, Lars Torsten Eriksson & Finn Wiedersheim-Paul, s.120

¹³ Sju steg vid utredning och projekt, Kylén & Burell, s.88

¹⁴ Almi bolagsordning §2, 2007-03-26,

¹⁵ http://www.almi.se/Global/Dokument/PDF/bolagsordning_070326_b.pdf, 2008-12-03, kl 10.55

2.2.2 Andra uppsatser

Efter inspiration av, och en diskussion med, vår handledare fick vi förståelsen att även uppsatser, där forskning har skett på området, går att tolka som litteratur. Analyser och slutsatser i deras uppsatser har vi därför använt som litteratur, vilka i vår studie återges som teori. Efter en djupare undersökning fann vi två stycken uppsatser från Karlstad och en från Gävle, inom entreprenörskap, vilka vi tyckte innehöll bra syften och slutsatser. Dessa kunde vi sedan knyta samman till vårt empiriska material och hela vår studie. De tre fick utgöra den tredje och sista delen i vår referensram.

Att välja just de tre uppsatserna vi valt gick ganska lätt då vi efter en sökning på ordet "entreprenörskap" med "samhälle/juridik" som urvalsgrupp på Libris¹⁶ endast hittade tre, av de femtio första arbetena, som i sin titel verkade behandla det vi tänkt forska om. Det finns uppsatser om driva och utveckla företag, vilja och motivation till att starta osv. Dock var de tre vi valde ut de som närmast hade ett syfte som behandlade områden som vi tänkt skriva om. Syftena som vi fastnade för var följande:

- *att undersöka vad som krävs för att lyckas som entreprenör*
- *att skapa en klarare bild av vilka problem som finns när man ska starta ett företag och vilken hjälp Drivhuset har bidragit med och vad de skulle ha kunnat göra bättre. Samt undersöka Karlstads universitets betydelse för de nystartade företagen*
- *att redogöra för några av de inre och yttre faktorer som kan påverka människor till att välja och våga starta ett eget företag, istället för att vara anställd. Likaså ge en inblick i vad som är av stark betydelse för entreprenören när denne etablerar ett nytt företag.*

Syften som några andra tidigare uppsatser haft är till exempel:

- *att undersöka varför personer med en affärsidé och intention om att realisera denna ej lyckas, samt vilka faktorer som dessa personer upplever som hinder¹⁷*
- *att skapa en ökad förståelse för hur entreprenöriella individer identifierar och utvärderar möjligheter i omgivningen.¹⁸*
- *att studera och klargöra faktorer som påverkar framväxten av entreprenörskap¹⁹*

Exemplen på andra uppsatserns syften ovan har vi inte funnit användbara. Vid en första anblick kan dessa tre låta och se ut som om att de kan passa in i vår uppsats, men efter att läst dem har vi sett att så inte är fallet. Även om de tre vi nu valt ut inte klart berör vårt arbete i alla delar så kan de i alla fall ge förklaringar inom vissa områden som kan hjälpa läsaren fram till att förstå vårt slutresonemang. Slutligen har vi självklart letat efter, och läst igenom, flera uppsatser men vi kommer ej att redogöra för alla på grund av tid- och utrymmesbrist.

Med denna kombination av en teoretisk källa i form av en tryckt bok, ett aktivt företag inom branschen som representerar det praktiska, samt entreprenörsstudier i form av uppsatser, tyckte vi oss få en bra bredd på teorin. På så sätt har vi kunnat undvika brister i vårt slutgiltiga resultat, det vill säga att flera källor skall komplettera varandra och då motverka att vi tolkar något fel utifrån enstaka källor.

¹⁶ <http://uppsok.libris.kb.se/sru/uppsok>

¹⁷ <http://kau.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:5377>

¹⁸ <http://uppsok.libris.kb.se/sru/uppsok?operation=searchRetrieve&query=resultSetId%3D5BBED41F0C8EDF991E1C87427986E1E2&startRecord=48&maximumRecords=1&stylesheet=arkivx-showrecord.xsl&recordSchema=dc>

¹⁹ <http://hig.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:120164>

3 Referensram

Vi kommer här att börja med att ge en historisk inblick i entreprenörskap. Sedan har vi delat upp teoridelen i tre delar där första delen är en bok, den andra är ett företag som representerar det praktiska och den tredje delen innehåller tre stycken uppsatser.

Detta kapitel kommer att inledas med historia om entreprenörskap för att försöka skapa en förståelse för dess bredd och långa historia tillbaka i tiden, vilket kommer att fortsätta med fem olika teorikällor. Första delen är en teoretisk källa i form av en bok vilken är baserad på forskning. Denna säger vad företagare kan utsättas för under den första tiden som företagare. Del två är en praktisk källa som består av Almi vilken säger vad en företagare kan utsättas för under de/det första året/åren. Del tre innehåller sedan tre uppsatser i liknelse med denna, där de har kommit fram till vad företag utsätts eller kan utsättas för under de första åren. Med dessa delar vill vi skapa en förståelse för bredden inom ämnet.

3.1 Historia om entreprenörskap

Från 1100-talet fram till idag

Vi kommer nedan ge en historisk återblick om entreprenörskap enligt Landströms bok *Entreprenörskapets rötter*²⁰. Detta för att entreprenörskap funnits under en lång tid och innebörden av det har förändrats. Genom denna återblick hoppas vi ge en förståelse för hur brett detta begrepp i dagsläget är.

Vart kommer ordet *entreprenör* från?

Begreppet ”*entrepreneur*” är från början ett franskt ord och uppträdde för första gången i 1437 års upplaga av *Dictionnaire de la langue francaise* även fast det användes i det franska språket redan under 1100-talet. I *Dictionnaire de la langue francaise* från år 1437 finns det tre definitioner på ordet, men den mest använda och vanligaste översättningen antyder på en person som är aktiv och får något gjort.²¹ I dagens svenska nationalencyklopedi har ordet *entreprenör* två definitioner där den ena är: *initiativkraftig och uppfinningsrik egen företagare*²².

I början av 1600-talet var en *entreprenör* en person som genom sitt handlande tog risker. Eftersom att inte alla personer som tog risker skulle kunna betraktas som *entreprenörer*, blev en *entreprenör* att förknippas med en person som tog sig an större uppdrag gentemot en annan person. Det var oftast stora kontrakt mellan staten samt någon rik och kompetent person som innebar att denne skulle utföra en större tjänst och/eller bistå staten med varor. Staten betalade eller kontrakterade ett fast pris och den som ingått kontraktet fick stå för risktagandet och eventuell vinst eller förlust som uppdraget kunde innebära.²³

Begreppet *entreprenörskap* fick en ekonomisk innebörd först på 1700-talet då författaren Bernard F. de Belidor år 1729 i en publikation definierade *entreprenörskap* som att köpa material och arbete till ett osäkert pris för att sedan sälja produkten vidare till ett kontrakterat pris, vilket anses som ett av de första försöken att ge begreppet *entreprenörskap* en ekonomisk innebörd. Arbetet som Belidor gjorde ses som *entreprenörskapsteori* därför att *entreprenörens* sociala roll och hans drivande motivation observerades och dokumenterades.²⁴

²⁰ *Entreprenörskapets rötter*, Hans Landström

²¹ *Ibid*, s.24

²² Nationalencyklopedin 1:a bandet, Bra böcker Ab, s.360

²³ *Entreprenörskapets rötter*, Hans Landström, s.24

²⁴ *Ibid*, s.27

Vidare fick Richard Cantillon år 1755 en forskning publicerad där han anses vidga synen på entreprenörskap och kopplar entreprenören till ekonomisk verksamhet i allmänhet. Han hävdar att entreprenören köper till ett fast pris för att sedan sälja till ett osäkert pris på en marknad där priset ändras av hur stort utbudet och efterfrågan är, vilket gör att entreprenören står för risken. Cantillon anses vara den som först introducerade begreppet entreprenörskap i ekonomiska sammanhang.²⁵

Jean Baptiste Say är en annan man som anses ha tillfört entreprenörskaps-forskningen mycket genom två verk som publicerades år 1814 och 1828. Det är möjligt att hans yrkesmässiga bakgrund kan ha haft en betydande roll för hans teoriutveckling eftersom han själv hade varit entreprenör och företagsledare. De andra forskarna inom entreprenörskap hade i stort sett bara en akademisk karriär och saknade annan yrkesverksam erfarenhet. Jean Baptiste Say sammanförde mycket av kunskapen kring den dåvarande forskningen av entreprenörskap med inslag av "klassisk" nationalekonomi vilken uppstod under den senare hälften av 1700-talet. Say såg entreprenören som en koordinator som genom sitt arbete även stod för risken. Entreprenören har en förmåga att organisera och kombinera produktionsfaktorer och på så sätt uppnå en given uppgift där Say utgår från att det vid starten råder ekonomisk jämvikt, en jämvikt mellan priset på produkten och kostnaden för produktionen.²⁶

Entreprenörskapsforskningen fortsatte och fick större anknytning till nationalekonomin genom den österrikiska traditionen i slutet av 1800-talet och Schumpeter-traditionen i början av 1900-talet. Schumpeters teori innebär att man befinner sig i den optimala punkten på produktionsmöjlighetskurvan men att förändringar i det ekonomiska systemet upptäcks av en entreprenör som ser nya kombinationer av befintliga resurser och kan nå längre ut på produktionsmöjlighetskurvan²⁷ enligt nationalekonomisk teori. Genom att maximera utflödet, till exempel pris eller nyttan på varan/tjänsten, med en effektivisering av inflödet, förändring av: nya produkter, nya produktionsmetoder, nya marknader, nya insatsvaror eller ny organisation av industrier och branscher, ser entreprenören ett tomrum/efterfrågan som kan fyllas.²⁸

Den österrikiska traditionen framförs senast av Kirzner år 1973 och är lik Schumpeters syn men han hävdar att man står innanför den optimala punkten på produktionsmöjlighetskurvan och vill nå närmare den. De båda teorierna anses stämma enligt kritiker eftersom de kompletterar varandra, då Schumpeters skapar ojämvt på marknaden så hittar Kirzner och den Österrikiska traditionen Schumpeters ojämvt.²⁹ (För en djupare förståelse rekommenderas nationalekonomisk teori³⁰.)

Under 1960- och 1970-talen tog den psykologiska forskningen inom entreprenörskap upp den större delen av forskningen. Samhället ville inte längre förklara entreprenörskap, förutom undantag som till exempel Kirzner, nu ville man identifiera entreprenören och utveckla entreprenörskapsbegreppet vilket bidrog till att kunskapen inom området breddades.³¹ McClelland hävdade att det finns ett samband mellan ett lands prestationsmotivation och dess ekonomiska utveckling. Entreprenören sägs vara en person med högt prestationsmotiv, ett gott självförtroende, en självständig problemlösare, föredrar situationer som utgörs av; måttliga risker, resultatuppföljning och feedback samt individuellt ansvarstagande. McClellands

²⁵ Entreprenörskapets rötter, Hans Landström, s.27-28, 34

²⁶ Ibid, s.29-31, 35

²⁷ Se t.e.x. Microeconomics, International Edition 6th ed., Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld, chapter 6

²⁸ Entreprenörskapets rötter, Hans Landström, s.41

²⁹ Ibid, s.46-51

³⁰ Se t.e.x. Microeconomics, International Edition 6th ed., Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld, chapter 16

³¹ Entreprenörskapets rötter, Hans Landström, s.55 & 93

forskning gjorde att entreprenörens personliga egenskaper fick en större del i den psykologiska entreprenörsforskningen under 1960- och 1970-talen.³²

Landström anser att 2005 års kunskap och forskning är mycket större än vad den var för cirka tjugo år sedan. I slutet av 1970-talet och i början av 1980-talet gjordes ett antal pionjärstudier som pekade på entreprenörskapets positiva utveckling för samhället vilket gjorde att en kraftig expansion inom området skedde i slutet av 1980-talet och under hela 1990-talet. Forskningen och kunskapen inom entreprenörskap sträcker sig idag från kunskaper inom psykologi, organisationsbeteende, företagsekonomi, nätverk, geografi, sociologi, socialantropologi till nationalekonomi osv.³³

³² Entreprenörskapets rötter, Hans Landström, s.58-59

³³ Ibid , s.128,136-137

3.2 Företag i starten

Boken *Företag i starten* (1985) nämner flera olika saker som en entreprenör kan stöta på och hur denne kan hantera detta. Varför vi valde denna bok återfinns ovan i metodavsnittet.

För det första har nyföretagaren inte längre en trygghet i vardagen genom till exempel en anställning utan att allt hänger på sig själv. Han/hon kommer att behöva skapa ett kontaktnät alldeles själv, det vill säga att sälja sig själv och företaget för att knyta nya kontakter och kunder. Vidare bör företagaren skapa förtroende för det nya företaget bland externa parter så att de vill bli nya kunder.

En egen företagare måste arbeta mycket mer än den ”vanliga” arbetaren, det vill säga en person med en anställning, då det tillkommer mycket mer jobb när man som ensam eller med endast ett fåtal partners skall sköta allt, som till exempel pappersarbete. Den eventuella brist på ekonomisk kompetens och förmåga att sälja sig själv, bör kompletteras av en person som har ett ”affärsmässigt sinne”, det vill säga någon som tar hand om att knyta kontakter och sälja produkten till dem. Om personen som skall starta företaget inte har tidigare kunskap om att starta eget måste denne tillgodogöra sig denna kunskap från annat håll.

Branschkunskapen/produktkunskapen hos den som startar eget skall företagaren utnyttja för att ge kunder det de vill ha och det de kanske inte vet att de vill ha.

Personer som startar företag kan ha olika synsätt på hur företaget skall drivas. Ett förtroende dem emellan är ett måste, annars bör det skapas, så att de drar åt samma håll. Företagarens möjligheter att minska risktagandet beror på dennes kunskapsfördelar om produktion och efterfrågan. Vidare riskerar företagaren sitt familjeliv då eget företagande kräver en intensiv arbetsinsats och kan då ”stjäla” tid från detta. Det finns även en psykisk press med att starta ett företag. Det beror då på att misslyckanden leder till minskat självförtroende och företagaren kan då er hålla psykiska men. Anledningar till varför en individ väljer att starta eget kan vara många. Några av dessa är finansiella och personliga motiv, viljan att vara självständig, att inte vara nöjd med sin anställning, att man ser goda marknadsmöjligheter, viljan att tjäna mer pengar och slutligen att det inte finns något annat alternativ för tillfället.³⁴

³⁴ Företag i starten, Magnus Hult, s.25-27

3.3 Almi

Almi anser på sin hemsida³⁵ att en nyföretagare bör börja med att ”ta tempen” på sitt företag för att stärka både sig själv och företaget. Vidare finns det flera saker som en nyföretagare skall tänka på samt förbereda sig på inför/under de första verksamhetsåren.

”Ta tempen”

För det första bör en företagare se efter om de intäkter hon/han budgeterat för verkligen erhålls. Enligt Almi bör företagaren ta reda på vilka produkter som är lönsamma och vilka som inte är värda att satsa på. De trogna kunder som man har skall vårdas. Målen som företagaren har satt upp vid starten av företaget skall förverkligas och sedan skall nya tillkomma för att utvecklas vidare. Vidare bör företagsägaren efter en viss tid kunna ta ut pengar i form av lön och inte behöva leva på en ”CSN-lön” längre. Företagsledaren skall vara medveten om de pengar som finns i bolaget samt att pappersmaterial sparas och struktureras i till exempel pärmar.³⁶

En affärsidé bör finnas, antingen i bakhuvudet eller på pränt, som genomsyrar företaget i allt det gör. Externa faktorer som kan påverka företaget skall man ha koll på samt att produktionen av varor/tjänster bör ske effektivt. En mentor eller en annan erfaren person kan vara bra att ha för att få råd och bolla idéer med. Vidare säger Almi att det kontaktnät som skapats hela tiden bör byggas ut samt att träffa andra företagare bör ske kontinuerligt, på till exempel evenemang och företagsträffar. En företagare ska veta hur deras framgångsrika konkurrenter arbetar. Slutligen skall företagaren vara medveten om vad denne vill med företaget och vad som behöver förändras för att ha en möjlighet att uppnå sina mål med företaget.³⁷

Omvärlden, jobb och fritid

Omvärlden ger olika signaler och dessa måste tolkas för att kunna erbjuda kunder det de efterfrågar. 95 % av det som påverkar företaget sker utifrån. Till exempel bör man som företagare hålla koll på sina kunder, konkurrenter och leverantörer för att kunna agera utifrån deras handlande. Som företagare måste du ha tillgång till ny information och använda den effektivt samt vara öppen och se vad som kan påverka ditt företag både direkt och indirekt.³⁸ Att man ser till att hålla privatlivet skilt från företaget för att få tid över till annat, som till exempel familj och vänner, är viktigt enligt Almi. Att hitta en balans mellan företagande och sitt privatliv för att undvika bland annat utbrändhet. Vidare bör en företagare enligt Almi se till att ta ut sin semester, hålla tider och löften, hålla ordning och reda samt själv ta sig tid att göra annat där man kan koppla av och inte behöva tänka på jobbet och företaget.³⁹

Kunder, pengar och effektivitet

Enligt Almi är det viktigt att öka omsättningen på ett eller annat sätt, till exempel genom att hitta nya kunder eller att sälja mer till befintliga. Vidare bör en företagare upprätta och skriva ned en affärsidé som skall leda företaget dit man vill. Dessutom skall en företagare införskaffa sig kunskap om konkurrenter för att använda deras framgångskoncept till att utveckla sin egen verksamhet.⁴⁰

En företagare måste kunna sälja sig själv och företaget. Genom att sälja in sig hos rätt kunder går det att få längre kundrelationer, helst sådana kunder som hela tiden återkommer. Samtidigt kan en god marknadsföring av sig själv och företaget sälja mer av det man redan säljer till en

³⁵ www.almi.se

³⁶ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Ta-tempen-pa-foretaget/>

³⁷ Ibid

³⁸ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Vad-paverkar-foretaget/>

³⁹ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Balans-i-livet/>

⁴⁰ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Salj-mer-till-fler/>

befintlig kund. Detta på grund av att det kostar mer att skaffa en ny kund än att öka livslängden på en redan befintlig kund till företaget.⁴¹

Företaget måste även förbättras och effektiviseras. Till exempel bör företagaren förändra arbetssättet, använda de nyaste och effektivaste metoderna, identifiera kundens krav och överföra dem till produkten samt ta reda på förutsättningarna innan ett jobb startas för att undvika extra kostnader. Tid är pengar, säger Almi.⁴²

Det är viktigt att hålla koll på pengar som strömmar in och ut ur företaget samt kolla upp kundens betalningsförmåga innan affären genomförs. En företagare bör även ha kontroll på pappersarbetet och inte halka efter med till exempel räkningar. Att ha ett så litet lager som möjligt och/eller på något sätt skaffa sig en snabb omsättning av tillgångarna är kan ge en fördel för företaget och vara ett mål för företaget. Almi säger att lönsamma företag ofta kan finansiera sig själva genom egna vinster, som är den bästa typen av finansiering, medan att ta lån även är en möjlighet. Det är även bra att kalkylera för de timmar man skall ta betalt för samt hålla en hög debiteringsgrad. Slutligen kan det hjälpa mycket att ha en revisor som hjälper till med bokföringen.⁴³

Nätverk och motivation

Enligt Almi är det fördelaktigt för företagaren att skapa sig ett nätverk och hela tiden försöka komplettera det med sådana kontakter som saknas. Genom nätverket kan man få hjälp med saker som är svåra att klara av själv. Dessutom kan företagaren få andras synpunkter på saker och ting samt att det sparar en massa tid genom att information finns lättillgänglig. Vidare menar Almi att kontakter kan leda till nya kontakter och därför skall dessa vårdas ömt. Företagaren bör lägga mest energi på de kontakter som denne tycker tillför något. Företagaren skall vara beredd att ge andra hjälp och avsätta tid för det. Då ställer antagligen den man hjälpt med något upp på att hjälpa sig själv och företaget när det behövs.⁴⁴

Vidare säger Almi att en tillförsel till företaget i form av mer erfarenhet och kunskap, utöver ens egna, genom att skaffa sig en mentor eller ett bollplank kan skapa positiva effekter. På så sätt kan verksamheten utvecklas och nya idéer kan komma fram samt att dessa personer kan ge hjälp vid såväl vardagliga som viktiga beslut.⁴⁵

Företagaren bör planera för framtiden samt skapa mål för företaget som skall uppnås. Exempel på detta är mer lönsamhet, ny personal och ändring av ägarförhållanden. Vidare är det viktigt, att som ledare i ett företag, få med de andra på samma spår och att vilja arbeta för att uppnå detta. Detta kan påverka hur andra ser på företaget och om de som arbetar tycker det är roligt att gå till jobbet.⁴⁶

⁴¹ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Personlig-forsaljning/>

⁴² <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Forbattra--effektivisera/>

⁴³ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Pengar--papper/>

⁴⁴ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Utveckla-ditt-natverk/>

⁴⁵ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Behover-du-styrelse/>

⁴⁶ <http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Mal--varderingar/>

3.4 Tidigare skrivna uppsatser inom entreprenörskap

Vi kommer nedan att redogöra för det teoretiska material som vi valt att använda i vårt arbete utifrån tre stycken uppsatser. Detta är alltså material från tidigare skrivna uppsatser som andra skapat inom ämnet. Som vi tidigare nämnt har vi valt ut dessa tre efter att ha granskat det material som redan finns skrivet inom entreprenörskap. Syftena, i de tre uppsatserna vi har valt att bredda vårt arbete med, är sådana som anspelar på områden vi kommer att beröra. Dessa tre uppsatser är; - *Vad krävs för att bli en framgångsrik entreprenör?* - *Entreprenörskap, starta eget med Drivhusets hjälp samt* - *Entreprenörers motiverande och påverkande krafter till att starta eget.*

3.4.1 Vad krävs för att bli en framgångsrik entreprenör?⁴⁷

Författare: Patrik Persson och Tommy Andersson

Ort/Publiceringsår: Karlstad, 2008

Syftet med uppsatsen är att undersöka vad som krävs för att lyckas som entreprenör.

Problemformulering:

- *Vad är enligt teorierna viktigt för att lyckas som entreprenör?*
- *Vilka upplevelser har entreprenörerna om vad som varit viktigt för dem själva för att lyckas?*
- *Stämmer teorierna om entreprenörskap verkligen överens med praktiken?*

Uppsatsskrivarna tycker att möjligheten att tjäna pengar var en av anledningarna till att starta eget. Vidare ser de inte starta eget som en väg ut ur arbetslöshet. De ser också att ingen i de studerade företagen hade en kvalificerad ekonomisk utbildning när de startade företagen. Forskarna kom fram till att företagarna startade sina företag som väldigt unga. I studien så ser de även att många av problemen företagarna stött på säkert hade kunnat undvikas om de haft en utbildning. Två av fem entreprenörer startade eget inom samma bransch som de haft anställning. Tidigare erfarenheter och branschvana var dock viktigt att ha tyckte vissa medan andra inte tyckte att det var så viktigt.

Uppsatsskrivarna kom fram till att företagarna tycker att fritiden har "offrats" då arbetet har kommit i första hand. En viktig kunskap de såg är att man ska se möjligheterna i stället för riskerna samt ha ett driv för att hela tiden söka nya utmaningar och tillväxt för företaget. Den viktigaste tillgången i företaget är individen/medarbetarna. Vidare såg de att det är bra att vara flera så att entreprenören kan fokusera sig på arbetsuppgifter och problem. I stället ska man låta de som är bra på något göra det. Vidare spelar det ingen roll hur mycket finansiella resurser man har om man inte vågar satsa dem. Det framkommer att företagarna tycker att det är viktigt att skapa sig ett nätverk bestående av bland annat kontakter med banker och kunder som kan ge mer jobb eller ett riskbolag som är villiga att satsa kapital.

Vissa företag skaffar sig kontakter lokalt medan andra gör det på mässor i utlandet och liknande. Alla företag vill att företaget ska gå finansiellt bra. Några exempel på detta är tillväxt för företaget, att expandera på andra orter samt att det ska bli självgående. Forskarna såg att kundservice är något som är väldigt viktigt. Detta har inte varit något mål för dem utan har genomsyrat företagen från början. Planering för kommande händelser och för framtiden ser företagarna som en självklarhet och detta bör vara en del av den dagliga processen i företaget. Det svåraste för företagen, som forskarna sett, är byråkratin som skall hanteras i form av pappersarbete och lagar som skall följas. Enligt forskarna kan en stödorganisation som Almi vara av stor nytta för att lyckas.

⁴⁷ *Vad krävs för att bli en framgångsrik entreprenör*, Patrik Persson & Tommy Andersson

3.4.2 **Entreprenörskap, Starta eget med drivhusets hjälp**⁴⁸

Författare: Mats Hjerpe, Ola Nilsson och Fredrik Rådström

Ort/publiceringsår: Karlstad, 2006

Syftet med denna uppsats är att skapa en klarare bild av vilka problem som finns när man ska starta ett företag och vilken hjälp Drivhuset har bidragit med och vad de skulle ha kunnat göra bättre. De vill även undersöka Karlstads universitets betydelse för de nystartade företagen.

Problemformulering:

- *Vilka kunskaper och egenskaper är viktiga inför en uppstart av företag samt vilka svårigheter finns?*
- *Varför starta eget företag istället för att söka anställning?*
- *Vilken nytta har Drivhuset respektive Karlstads universitet bidragit med och vad har varit viktigast i deras verksamhet?*
- *Hade Drivhuset kunnat agera på annat sätt eller saknades något i deras verksamhet?*

Viktiga egenskaper att ha som nyföretagare är disciplin, viljan att lära sig nya saker och att kunna sälja sig själv och företaget. Vissa förkunskaper är bra att ha, som till exempel kunskaper om bokföring och marknadsföring samt datakunskaper. Dock kan man ta hjälp av andra inom områden man inte behärskar, som till exempel de nyss nämnda. Samtidigt är det besvärligt med alla papper som skall skickas till olika myndigheter, som till exempel bolagsverket. Under starten av företaget uppstår många kostnader och dessa kan finansieras av eget kapital. För att klara av dessa utgifter kan ett jobb vid sidan av vara nödvändigt. Vidare är uppbyggnaden av ett kontaktnät något som är problematiskt och tar mycket tid.

Friheten att kunna lägga upp arbetet hur man vill är en av de viktigaste anledningarna till att starta eget. Det finns flera olika anledningar till att starta eget. Några av dessa är ekonomiska fördelar, att känna att man klarar av att driva ett företag själv, att få auktoritet och därmed erhålla status som egen företagare, samt starta eget på grund av arbetsbrist. Företagare tycker att det ibland kan kännas som om att det inte är värt att starta eget på grund av allt arbete som det kräver och att man satsat sitt egna kapital. Dock väger erfarenheten och den glädje som eget företagande ger över det negativa.

Alla företag i uppsatsen hade redan kommit en bit på vägen med sin idé innan de kontaktade Drivhuset och vissa hade till och med en verksamhet innan. Den hjälp företagen fick från Drivhuset som var viktigast var mest praktiska saker så som hjälp med ansökningar, förmedling av kontakter samt att få diskutera sin idé med någon utomstående. Dessa företag har deltagit i kurser och aktiviteter som Drivhuset anordnat och som mer eller mindre gett nytta. Ett exempel är en träff för företagare där de kunde möta andra företag för att diskutera idéer och företagande med. Vidare har Drivhuset även hjälpt företagen med kontakter till bland annat redovisningsbyråer och lokaler att driva verksamheten i. Dessutom har Drivhuset hjälpt företagen att utveckla sin affärsidé. Slutligen anser inget av företagen att valet av bolagsform varit särskilt problematiskt.

⁴⁸ *Entreprenörskap, Starta eget med drivhusets hjälp, Mats Hjerpe m fl.*

3.4.3 Entreprenörers motiverande och påverkande krafter till att ”starta eget”⁴⁹

Författare: Isabelle Henriksson och Jenny Mäki

Ort/publiceringsår: Gävle, 2007

Syftet med denna uppsats är att redogöra för några av de inre och yttre faktorer som kan påverka människor till att välja och våga starta ett eget företag, istället för att vara anställd. Likaså vill vi ge en inblick i vad som är av stark betydelse för entreprenören när denne etablerar ett nytt företag.

Problemformulering:

- *Vilka inre, personrelaterade faktorer, och yttre, omgivningsrelaterade faktorer, har påverkat och motiverat entreprenören till att följa sin vision?*
- *Vilka personliga egenskaper förknippas med den ”typiska” entreprenören?*
- *Går det att urskilja särskilda behov en entreprenör vill tillfredsställa genom sitt företagande?*

- *Har faktorer i den egna uppväxten påverkat entreprenören till att starta ett företag?*
- *Har omgivningen haft inverkan på entreprenörens agerande?*
- *Hur agerar entreprenören från att ha fått en idé till etableringen av ett företag?*
– *Vilka faktorer har störst betydelse under denna färd?*

Entreprenörer har en stark tilltro till det de gör och kontroll över sin situation, troligtvis för att de har kunskap inom den bransch de verkar inom. En anledning till att en individ startar eget kan vara att hon/han vill bevisa för andra att det går, det vill säga att denne klarar av att driva ett företag. Högre utbildning är inte en viktig förutsättning, men kan vara bra att luta sig tillbaka mot. Många studerar mer eller mindre ekonomi för att det är en fördel vid starten. Som företagare får man kunskap genom att driva företag och behöver därför inte all kunskap vid starten. Vidare tar företagande upp mycket av fritiden då det finns ett prestationsbehov som skall uppfyllas.

Något som är bra med att vara egen företagare är att vara oberoende. Med det menas att man själv har kontroll över vardagen och vilka beslut som skall fattas, samt att man inte är underordnad någon annan. Det finansiella syftet bakom eget företagande är att kunna försörja sig utan att ta anställning. Men detta är inte drivkraften för företagare utan det är andra saker som mer motiverar dem till att driva företag. Motivationen fås i stället av att de förverkligar sin idé om att driva ett eget företag samt känner att de åstadkommit något. Det finns utlösande händelser till varför ett företag startas som till exempel att grundaren har en affärsidé sedan tidigare, att den nuvarande företagaren blivit uppsagd från sitt arbete eller framför allt att man har identifierat en affärsmöjlighet. Företagsgrundaren gör ett val för hur hon/han ska försörja sig. Entreprenörer testar först sin idé på människor i sin närhet för att se om ett behov finns.

Företagare känner inte att de har en dålig ekonomi i början av verksamhetstiden innan de första intäkterna inbringats, detta på grund av att de har relativt små företag. Fördelen med att välja bolagsformen aktiebolag, i stället för till exempel enskild firma, är att man bara kan krävas på kapitalet som finns i bolaget och därmed minska risken med att driva eget företag. Detta aktiekapital på 100 000 kronor har dock inte alla företagare råd med.

Något som är viktigt är att skapa kundkontakter, det vill säga att skapa sig ett nätverk med kunder och leverantörer. Vidare är ett engagemang och en viss envishet en förutsättning för att det ska fungera att driva ett företag. Företagare brinner för det de gör och pratar därför med glädje om sitt företagande. En viktig framgångsfaktor är en nära kundrelation som företagare har, i mer eller mindre grad.

⁴⁹ Entreprenörers motiverande och påverkande krafter till att ”starta eget”, Isabelle Henriksson & Jenny Mäki

3.5 Sammanfattning

Här nedan kommer vi att ge en sammanfattning av kapitlet i form av mindre underrubriker. Som sedan kommer att dyka upp på samma sätt i analys- och slutsatskapiteln.

För att ge en tydligare överblick av det massiva referensramkapitlet har vi valt att göra en sammanfattning av innehållet och dela upp det i underrubriker. Vi konstruerade elva rubriker för att tydliggöra teorins innehåll och sammanfatta den på ett överskådligt sätt. Detta hoppas vi ska göra det lättare för läsaren. De underrubriker som vi har delat upp innehållet under är: kunskap om företagande, lagar/regler och blanketter, bolagsform, produktutveckling, fritid/arbetstid, sälja sig själv/företaget, kunder & kontakter, nätverk, mentor/"bollplank", finansiering & lön samt kostnadsdebitering. Rubrikerna har vi inte sorterat i alfabetisk ordning, utan i en ordning som vi anser stämma överens med storleken på frågan och när vi tänker oss att den frågan dyker upp för en som vill starta ett företag. Underrubriker kommer sedan att utgöra strukturen i kapitlen analys och slutsats vilka kommer senare i denna uppsats. Här nedan kommer först en sammanfattning av teorin i dess underrubriker som vi har konstruerat.

Kunskap om företagande

Uppsatserna säger bland annat att en ekonomisk utbildning eller högre utbildning inte är ett måste vid startandet av ett företag. Problem kan dock undvikas med en utbildning och vissa grundkunskaper är en fördel vid starten. Dessa kunskaper är något en företagare lär sig med tiden eller kan välja att köpa in. Att kunskapen kan köpas in eller behöver tillgodogöras företagaren på annat sätt sägs även av boken Företag i starten.

Lagar/regler och blanketter

Blanketter från myndigheter kan vara besvärliga och svåra att fylla i säger uppsatserna, medans någon även säger att det är det svåraste för företagaren men att det är något man kan få hjälp med av en stödorganisation som Almi.

Bolagsform

Uppsatserna skriver att ett kapital skall satsas eller investeras. Varav en säger att alla företagare inte har råd med 100 000 kronor vilket krävs vid start av ett aktiebolag som anses vara det bättre alternativet eftersom man minskar risken med att driva ett företag och endast kan krävas på denna summa

Produktutveckling

Almi säger att företagaren bör ha kolla på vilka produkter som är lönsamma och vilka produkter de inte bör satsa på. Företagaren skall vidare vara medveten om vad den vill med företaget och vad som krävs för att uppnå det. En av uppsatserna säger i stället att företagare testar sin idé på människor i dennes närhet för att se om idén fungerar och ett behov finns.

Fritid/arbetstid

Boken Företag i starten säger att företagaren riskerar sitt familjeliv då det krävs en stor arbetsinsats och kan "stjäla" tid. Almi säger vidare att det är viktigt att skilja privatliv och företagande för att få tid över till vänner och familj, företagaren bör även ta ut semester för att kunna koppla av. Även uppsatserna säger att det krävs mycket arbete vid uppbyggandet av ett företag.

Sälja sig själv/företaget

Nyföretagaren har inte längre en trygghet i vardagen genom till exempel en anställning, denne kommer att behöva kunna sälja sig själv och företaget säger Företag i starten vilket även styrks med en av uppsatserna. Besitter personen inte dessa egenskaper och kan sälja sig själv

anser boken att det kan kompletteras med att anställa en som innehar dessa egenskaper. Almi säger att omvärlden ger olika signaler och att dessa måste tolkas för att kunna erbjuda kunder det de vill ha.

Kunder & kontakter

En företagare kommer att behöva skapa kunder och andra kontakter, säger två av uppsatserna samt Företag i starten. Almi säger att de trogna kunderna skall vårdas eftersom det kostar mer att dra till sig en ny kund än att vårda de kunder som företaget redan har, företagaren skall även försöka sälja mer till de kunder de redan har.

Nätverk

Alla är ense om att det är viktigt, fördelaktigt eller nödvändigt att bygga upp ett nätverk för företagaren. Detta sägs även vara problematiskt samt ta mycket tid, men Almi säger att det spar företagaren en massa tid när information väl skall hittas och hjälp behövs för företaget.

Mentor/”bollplank”

Almi säger att en mentor eller ett ”bollplank” kan tillföra företaget mer erfarenhet och kunskap samt hjälpa till med dagliga och även viktiga beslut för företaget. Vad andra istället nämner, på ett eller annat sätt, är betydelsen för uppbyggnaden och vårdandet av företagets nätverk.

Finansiering & lön

Lönsamma företag kan ofta finansiera sig själv genom egna vinster vilket är den bästa finansieringen även fast lån är en möjlighet säger Almi. Efter en viss tid bör företagaren kunna ta ut en lön och inte behöva leva på en ”CSN-lön” fortsätter de med. En av uppsatserna säger att företagarnas mål är att det skall gå finansiellt bra för företaget och att det skall bli självförsörjande. En annan uppsats säger att det kan vara nödvändigt att ha ett jobb på sidan av under starten av ett företag för att klara utgifterna.

Kostnadsdebitering

Företag i starten säger att företagarens möjligheter att minska risktagandet beror på dennes kunskapsfördelar om produktion och efterfrågan. Almi säger att det är viktigt att hålla reda på in- och utbetalningar från företaget samt hålla en hög debiteringsgrad. Vidare tycker Almi att företagaren bör se till att intäkter man har budgeterat för verkligen erhålls.

4 Empiri

Här nedan följer en redogörelse av de sex stycken företagen som vi har intervjuat. Informationen är skriven som en berättelse och upplägget på svaren är inte identiska mellan företagen. Vidare har företagen haft möjligheten att vara anonyma samt i efterhand kunna redigera informationen vi fått av dem.

4.1 Jamback media AB

Ägare: Andreas Jakobsson & Mikael Vallgren

Startår: 2004

När Mikael och Andreas var klara med sina studier var marknaden mättad med webbutvecklare och webbdesigners. Några år innan deras studieavslut hade alla som studerat samma inriktning fått jobb, men nu var det alltså en utmaning att få jobb inom branschen.

Jamback registrerade sitt handelsbolag 2 november år 2004 efter att ha vunnit en tävling där man skulle presentera sin affärsidé och erhöll på så vis ett starta-eget-bidrag. Idén till att starta företaget föddes just genom att de skulle delta i denna tävling. De båda ägarna hade då en idé om att tillverka tre hemsidor i månaden och få intäkter på totalt 36 tkr för dessa. Detta höll de endast fast vid i ett halvår för att sedan erbjuda en bredare mix av produkter där de konstruerar hemsidor, designar och trycker material, gör filmer och multimediapresentationer med mera. Under den första verksamhetstiden hade de båda ägarna inte företaget Jamback som heltidsarbete eftersom de då inte kunde livnära sig på företagets intäkter. I stället jobbade den ena med att köra lastbil och den andre sysselsatte sig med snowboardåkning. I dagsläget arbetar de mer än någonsin då arbetsmängden gradvis ökat hela tiden.

Det började i augusti år 2005 med att de fick i uppdrag att tillverka Kungsbergets hemsida och reklamfilm. Efter det kontaktade TV4 dem för att göra lokala reklamfilmer och fler kontrakt tillkom. Under år 2005/2006 ansåg de att de inte kunde livnära sig på företaget utan hade det fortfarande som ett sidoprojekt. Därefter fick de Engelska skolan som kund år 2007. Från början av detta år ansåg de sig kunna leva på inkomsterna från Jamback och företaget kändes stabilt. De började företagandet med varsin enskild firma, men är nu år 2008 båda ägare i aktiebolaget Jamback. Under hela verksamhetstiden har företaget varit självfinansierat.

Kunderna kommer ofta till Jamback och frågar om de kan utföra jobbet, de ”jagar” alltså inte efter nya kunder. De säger sig ta väl hand om kunder vilket gör att deras kunder rekommenderar dem för andra och de får på så sätt nya kunder och ett bra nätverk. Det viktigaste enligt Andreas och Mikael är att göra ett bra jobb, vilket gör att man får ett gott rykte. Deras affärsidé bygger på att erbjuda ett helhetskoncept, som är möjligt genom deras samarbetspartners. Själva varumärket Jamback har sitt värde i och med att externa parter har en positiv bild av företaget och kontaktar dem självmant för uppdrag, samt att kontakten hålls på ett personligt plan.

Det som har betytt mest för Mikael, Andreas och deras företag Jamback har varit uppdraget genom Kungsberget, hjälp från Drivhuset, en mentor som de tilldelats och deras tidigare plats på Teknikparken där närheten till andra företag skapade fler kontakter. Drivhuset var bra på så vis att de fick en billig lokal, dator och programvara för en billig penning samt att de fungerade som ett ”bollplank” för deras idéer. Vid Teknikparken, där de hade sin lokal efter flytten från Drivhuset, utbytte de tjänster med andra företag och breddade bland annat sin kunskap. Ett axplock av vad Mikael och Andreas har lärt sig under tiden de drivit sitt företag är att man ska kontrollera kunder innan en affär sluts. På detta sätt slipper man oseriösa och

insolventa företag. Vidare har de lärt sig att företaget inte är allt. Den extra tid som läggs ner på företaget kan göra att privatlivet får lida.

Mikael och Andreas anställde i november år 2008 en person i företaget samt att de sedan tidigare har två stycken konsulter som de delar lokal med. De båda anser att det kan vara bra att starta företagandet smått förberedande under studietiden då det tar ungefär 2-3 år innan ruljangsen i företaget är igång. Vidare tycker de att den viktigaste tillgången som finns inom företagets väggar är den kunskap de själva har skaffat sig, så kallat ”know-how”⁵⁰. För framtiden ser de sig själva skaffa lärlingar som i efterhand kan anställas i företaget. På så sätt kan de bredda verksamheten och efterhand expandera, men detta är bara spekulationer.

⁵⁰ Knowledge Capitalism: business, work, and learning in the new economy, Alan Burton-Jones, Oxford, s.7

4.2 Lagsidan AB

Inklusive Spelbord

Ägare: Hjalmar Thor Öhman

Startår: 2003

Lagsidan.se uppstod år 2003 under Hjalmar's studietid. Det är en hemsida där lag/klubbar/föreningar etcetera kan hyra strukturen för att på ett enkelt sätt skapa sin egen "klubbsida", med information om laget, spelare, kontaktuppgifter samt möjligheten att snabbt kunna göra massutskick till alla registrerade och mycket mer. Hemsidan och strukturen skapades i början till det egna och bekantas lag. Genom en spridning mellan bekanta utan reklam så efterfrågades tjänsten plötsligt av flera hundra lag, vilket gjorde att handelsbolaget Lagsidan bildades hösten år 2004. Detta gjorde att Hjalmar i förtid avslutade sin utbildning inom ekonomi år 2005 och därför såg han sin sista del av studierna som en övergångsperiod mellan utbildningen och arbetet med bolaget.

Det var en klar fördel att starta företaget under studietiden då han hade en verksamhet att livnära sig på när han avslutade studierna, samt att det under studietiden gav honom en extra inkomst och sysselsättning. På grund av detta rekommenderar han även andra att starta företag under studietiden. Studierna som Hjalmar hade inom ekonomi tycker han inte var till någon märkbar fördel för honom när han startade företaget. Han hade översiktliga ekonomistudier men tror sig alltså ha kunnat starta och driva företaget utan dessa studier.

Drivhuset erbjöd Hjalmar en lokal i starten samt gav honom en positiv atmosfär för att få igång verksamheten det första året. Han insåg redan från början att det skulle gå bra med företaget och att han skulle klara av att livnära sig på det. Hjalmar och företaget flyttade sedan vidare till Teknikparken för att därefter flytta vidare till lokalen på Hantverkargatan 33 där han sitter idag år 2008. Vistelsen på Teknikparken där han hade flera andra företag i närheten och chansen att skapa nätverk var ingen större tillgång för honom då han marknadsför sig genom Internet. Lagsidan har från år 2005 till mitten av år 2007 haft två anställda som hjälpt till med programmering och support.

Hjalmar är idag själv och skulle behöva anställa en till med liknande kunskaper. Detta skulle enligt honom kanske kunna göra att företagsomsättningen ökar och att företaget utvecklas så att han får tid över för sina andra affärsidéer.

Fördelar som kunder får med Lagsidan.se, förutom strukturen, är kvalitet och bra support. Under åren tycker inte Hjalmar att han har utsatts för några större svårigheter. Han har lärt sig ta hand om sitt företag genom praktisk tillämpning. Blanketter vid bolagsbyte och de från Skatteverket var krångliga, men skulle man göra fel så hör till exempel Skatteverket av sig och man får då fylla i blanketterna rätt med deras hjälp. Programmering är även det något som han lärt sig mer utav, men inte genom kurser utan genom att läsa sig till informationen på internet. För att starta bolaget har det inte behövts någon tillförsel av kapital, det har räckt med tid och engagemang. Att hålla kvalitén så att kunderna stannar kvar är bra. På så sätt rekommenderar de Hjalmar's företag till andra, vilket resulterar i nya kunder.

För övrigt är Spelbord.se en hemsida Hjalmar startade någon gång under 2005/2006. Genom den säljer han diverse spelbord och tillbehör genom "drop-shipping", där han slipper ha varorna i eget lager. Denna verksamhet uppkom med hjälp av kapital från Lagsidan.se. I Spelbord.se kan problemen vara att han inte riktigt vet om leverantörerna, som befinner sig i till exempel Kina och Lettland, kan hålla sina leveranstider samt om de verkligen levererar och har den kvalitet som Hjalmar eftersträvar.

4.3 Krokus grafisk formgivning AB

Ägare: Anna-Karin Tillström

Startår: 1999

Anledningen till att företaget Krokus uppstod berodde lite på Drivhusets ”pushande” och uppmuntran, eftersom de då var nystartade och hade kravet på sig att få ett visst antal studenter att starta upp företag. De som startade Drivhuset hade varit engagerade inom kåren precis som Anna-Karin, detta gjorde att de såg potential i det hon gjorde och ”pushade” på henne extra mycket till att starta företaget. Anna-Karin jobbar med grafisk formgivning, vilket hon har gjort sedan starten av företaget. Hennes föräldrar jobbar för kommunen, så detta med att starta eget var något helt nytt och främmande för henne.

När Anna-Karin startade företaget år 1999 hade hon redan arbetat med grafisk formgivning och tillverkat bland annat foldrar åt högskolan där hon fått timbetalt. När studierna var över och företaget startats fick hon möjligheten att ta sig an detta jobb genom företaget. Under företagets start fick Anna-Karin en hel del jobb genom företagen som Drivhuset hjälpte till att få igång. De behövde bland annat visitkort, företagslogos med mera samt att hon ett fick starta-eget-bidrag från annat håll. Dessa saker gjorde att hon kunde livnära sig på företaget.

Anna-Karin var verksam inom kåren under sin studietid vilket hon anser ha varit till stor nytta för att starta företaget. I starten hade hon personer runt omkring sig vilka ställde upp som ”bollplank”, uppmuntrade henne, svarade på frågor etcetera. Detta tycker Anna-Karin var mycket bra då hon skapade sig ett nätverk, vilket gör att kunderna söker upp henne i stället för att hon ska behöva leta upp dem.

En större utmaning som Anna-Karin och företaget har varit med om var när hon var tvungen att gå till tingsrätten då hon inte fick betalt av en kund. Andra utmaningar som Anna-Karin har varit med om var när hon anställde en person år 2000 samt sade upp densamma år 2002 på grund av att ”IT-bubblan” sprack under år 2001. Under denna period minskade orderingången vilket gjorde att det inte fanns arbete för att sysselsätta två personer. Vid anställningen och uppsägningen var det mycket lagar, regler och förändringar att ta hänsyn till. Under året 2008 har Anna-Karin tagit ut fyra veckors semester, men åren innan har det varit mindre.

Idag, november år 2008, ligger Anna-Karin och hennes bolag under en lite större organisation som heter Baringo som kan erbjuda ”reklam, information och kommunikation i alla dess former”⁵¹. Denna organisation var hon med och startade för att samla mer kompetens på ett och samma ställe då hennes tidigare kunder ofta efterfrågade tjänster och produkter som har nära relation med hennes grafiska formgivning. Detta har lett till att Anna-Karin, Baringo och de andra företagen under Baringo har kunnat åta sig större arbeten samt hitta fler kunder.

Vid uppstarten av Krokus har Anna-Karin inte behövt tillföra något riskkapital eftersom det har varit ett tjänsteföretag samt att hon efterstävät kvalitét på det hon säljer, för att på så sätt få ett bra rykte bland hennes kunder. Detta leder ofta i slutändan till att nya kunder söker upp henne.

⁵¹ www.baringo.se

4.4 Invotech Solutions AB

Ägare: Per Andersson och Kenneth Engström

Startår: 2004

Idén till att starta Invotech kom under sista året på högskolan i Gävle. Kenneth och kollegan Per Andersson studerade en c-kurs inom data och skapade därigenom en SMS-tjänst. Läraren i kursen tyckte att de skulle starta ett företag med denna tjänst som grund och tipsade dem om Drivhuset. Drivhuset hade en tävling som gav ett starta eget bidrag som pris och detta fick de genom att skapa en affärsplan. Den första tiden, år 2004, sköttes verksamheten i en lokal hos Drivhuset där de även fick tillgång till dator. I bagaget har Magnus en examen i datavetenskap och Per en examen som dataingenjör med inriktning ekonomi.

Kort tid efter starten insåg Per och Kenneth att SMS-tjänsten inte skulle generera tillräckligt med intäkter, därför utvecklade de i stället nya tjänster och hemsidor. Det började med att de byggde systemet Eventonline åt Drivhuset, som idag används av alla Drivhus i Sverige samt Gävle kommun Sedan fick de Gavlenet som kund och byggde deras affärssystem. Kontakter skapade kontakter och detta gjorde att de skapade sig ett nätverk. Detta nätverk erhöles bland annat genom deltagande i företagsevenemang där de synliggjorde sig själva. Drivhuset hjälpte mest till med att skapa ett kontaktnät och att bolla nya idéer. När tiden hos Drivhuset var slut flyttade de till Teknikparken i Gävle där flera andra olika företag har lokaler som de sitter i.

En viktig kund som de fick under första året på Drivhuset var FPX⁵² som behövde duktiga programmerare. Åt dem utvecklade de ett projektledningssystem som fick stor betydelse för Invotech som företag i form av försäljning av tjänster och nya kontakter.

Anledningen till att Per och Kenneth startade sitt företag under studietiden var att det var dåligt med jobb då. De ville börja med något eget direkt samt att de såg det som en stor utmaning att klara av det. Från början hade de inget "företagstänk" utan startade i brist på andra alternativ. Kenneth rekommenderar andra att starta eget under studietiden då man lär sig mer av utbildningen när man kan tillämpa kunskapen i företaget. Problemet kan dock vara att klara av utbildningen när man har något vid sidan om. När Per och Kenneth väl startat sitt företag efter studierna kunde de livnära sig på det direkt, även om de båda levde på en lön i nivå med CSN:s studiemedel. Kenneth anser att det bara var att leva som tidigare, det vill säga att vanan med låg inkomst redan fanns. Det fanns alltid en tanke att det skulle löna sig med eget företagande i slutändan samtidigt som glädjen till arbetet översteg summan på lönekuvertet. Slutligen är det väldigt skönt att vara sin egen chef.

Största utmaningen med företaget var att få in pengar att kunna leva på. Saker de inte varit kunniga inom som till exempel bokföring har de fått extern hjälp med och i stället satsat på det de är bra på. Då både Per och Kenneth är inflyttade från Boden hade de inga kontakter i Gäve från början, utan de har fått dem via till exempel Drivhuset, Teknikparken och FPX i form av företagscoacher och "bollplank". Från början var Invotech solutions ett handelsbolag men sedan köpte de Pers företagscoachs bolag som var ett aktiebolag. De såg ekonomiska fördelar med ett redan befintligt företag. Bland annat kan de nu göra uttag av vinsten, behålla vinst i bolaget samt slippa personligt betalningsansvar vid konkurs.

Ett axplock av viktiga händelser för företaget är att de anställde en person år 2006, hjälpen från Drivhuset, kunden FPX och att de blev en del av organisationen Baringo. Baringo gick de med i april år 2008 och det är tänkt att detta skall ge en "boost" för framtiden med expansion som mål. Även fast de arbetar under organisationen Baringo fortsätter de med sin tidigare verksamhet och utvecklar sina produkter åt den kundkrets de har sedan tidigare.

Andra utmaningar Per och Kenneth ställts inför är hur anställningen skulle gå till och om den

⁵² Future position X, www.fpx.se

kommer att generera intäkter i framtiden, hur de ska kostnadsbelägga utfört arbete till nya kunder för att inte göra minusaffärer samt hur de ska sälja företaget och därmed skapa en positiv bild av det för potentiella kunder. Nu för tiden jobbar de mindre och planerar sin tid bättre, vilket gör att de lättare kan hänföra kostnaderna till varje arbetad timme.

Invotech har alltid finansierats genom genererade vinster. För framtiden är det tänkt att produkter i stället för konsultjobb, som det är i dagsläget, skall finansiera företaget. Speciellt under svåra tider. En annan anledning till produktsatsningen är att ge varumärket ett större värde. Det finns ingen nedskrivna affärsidé i bolaget men de har en i bakhuvudet som innebär att de ska hitta nya innovativa IT-lösningar och inte att vara ett "middle of the road"⁵³-företag. Företaget associeras i övrigt med bra lösningar på problem och tidiga användare av ny teknik. Viktigaste tillgången i företaget är den kunskap de har skaffat sig genom åren. Denna kunskap har de fått genom att lära sig själva och inte genom utbildningar, även fast grunden kommer från högskolan.

För framtiden har de planer på att anställa en till person, öka sin andel kunder med hjälp av de befintliga produkterna och fortsätta finansiera företaget genom vinster. Med åren har de även kunnat ta ut mer semestertid i takt med bredare kunskap och nyanställning.

⁵³ Principles of marketing, Philip Kotler m fl., s.504

4.5 Pharmademic AB

Ägare: Martin Svensson & Kristofer Klerfalk

Startår: 2006

Idén till att starta företaget kom när Martin sommarjobbade på Läkemedelsindustriföreningen LIF under studietiden till apotekare. Han insåg att det fanns ett behov och en efterfrågan av duktig personal, det vill säga konsult- och rekryteringstjänster. Detta gjorde att Martin tillsammans med Kristofer startade handelsbolaget Pharmademic vars syfte var och är att erbjuda företagen engagerade, duktiga och motiverade apotekarstudenter som de själva har valt ut och ser potential i. Apotekarstudenterna får på detta sätt arbetslivserfarenhet, kontakter och en extrainkomst under studietiden. Pharmademic både rekryterar och hyr ut personal till företag, i dagsläget 2008-11-12 är de även med i en upphandling vilket kan leda till att de måste anställa personal på heltid. Företaget konsulterar mestadels studenter från Uppsala. Företaget startades under sommarhalvåret år 2006 och har sedan dess gått med vinst. Martin har aldrig tagit ut någon lön från Pharmademic utan har sitt leverne genom LIF där han är anställd. Under studietiden levde han framförallt på pengar från olika typer av extraarbeten men även till viss del på CSN. Pharmademic har knappt inneburit några extra kostnader då verksamheten är IT-baserad. De få fasta kostnaderna som funnits har utgjorts av bland annat telefonabonnemang och försäkringar, vilka har täckts av vinsten. På grund av detta gick det bra att driva företaget under studietiden och han rekommenderar andra att göra likadant.

Martin anser att de har stött på flera utmaningar genom företagandet men informationen som behövs för att klara av dessa utmaningar finns tillgänglig om man söker på rätt ställen. Lagar, regler och myndighetsbeslut finns alltid tillgängliga samt att ansvarig myndighet är skyldig att hjälpa till när man ställer en fråga. Får till exempel Skatteverket en fråga om bokföring och redovisning är de skyldiga att svara och hjälpa till så att till exempel skattedeklarationen utförs rätt enligt lagar och regler. Konkurrensen på marknaden är liten då till exempel konsultfirmor som Academic Work och Manpower inte har samma kunskap inom branschen och utbildningen av apotekare. Under tiden som gått har företagets tjänster breddats till att nu ta sig an alla sorters tjänster, inom ramen av verksamhetsområdet.

Det som har hjälpt Martin och betytt extra mycket för honom och företaget är en person inom branschen som agerat mycket som mentor och "bollplank". Martin har bland annat varit verksam inom kåren som kårordförande vilket skapat honom nätverk och personlig utveckling. Detta tycker han är viktigt, att göra något mer än att bara studera för att få goda betyg. Kunskapen som finns inom företagets väggar som till exempel rekryteringsteknik och bokföring har de lärt sig själva genom att försöka.

Martin tycker att han har utvecklats mycket som person sedan starten av företaget och att man utvecklas mycket av att driva ett företag. Vidare tycker han att man lär sig andra saker än de erfarenheter man får av andra jobb, där man fungerar som anställd.

I början var det ovant att få mycket plats och tid, att folk lyssnade på vad han sade. Men med tiden har det blivit en hel del företagspresentationer på till exempel mässor och under branschdagarna vilket gör att det nu är väldigt givande och han känner sig mer självsäker i arbetet. Med det menas att han tror mer på sig själv och den kunskap han har att förmedla som person och företagare.

Företaget har idag ingen heltidsanställd. Martin har ett heltidsjobb på LIF men lägger ned någonstans mellan 10-20 timmar i veckan på företaget. Han anser att Pharmademic redan nu kan försörja honom och vara ett heltidsjobb. Dessutom blev företaget ett aktiebolag i slutet av år 2007. Företagets affärsidé är att vara länken mellan akademien och läkemedelsindustrin. Varumärket Pharmademics värde består först och främst av Martin och Kristofers kunskaper. Vidare består det av kontakterna de knutit samt det goda rykte företaget har bland studenter. För övrigt vill Martin och Kristofer hela tiden utvecklas och tänker alltid framåt.

4.6 Populate AB

Ägare: Peter Mattson, Oskar Gyllenhammar och Ehsan Nasari

Startår: 2006

Peter Mattson har varit aktiv inom branschen film, ljud och webb sedan år 2001. Därför kommer empirin nedan att starta tidigare än år 2006 då Populate bildades. Peter har studerat både film och ekonomi i Stockholm respektive Uppsala. Dock har han ingen examen utan har valt kurser efter eget tycke och intresse.

När Peter startade sitt första bolag Fudge Factor, som var en enskild firma, omkring år 2001 var det mest på grund av hans intresse för det som han studerat. Idén till att starta företaget fick han i samband med ett jobb för Telia. Genom sitt eget företag tog han de jobb som dök upp genom till exempel kompisar och deras bekanta. Verksamheten bedrevs på sidan av Peters jobb som webbutvecklare på Amersham Biosciences. På grund av detta blev det inte mycket fritid utöver hans jobb som webbutvecklare och det egna företaget. Peter hade inga direkta kunskaper om att driva företag, då ingen i hans familj eller bekantskapskrets har gjort det. Så här i efterhand tycker han att mer utbildning skulle ha kunnat ge en stabilare grund att stå på.

Efter några år bildade Peter tillsammans med tre personer, som idag ingår i företaget Populate, handelsbolaget Attraktion där Peters sidoverksamhet övergick mer till en heltidssysselsättning. Detta företag var först tänkt som en reklambyrå. Vid denna tid hade de inte tillräckligt med uppdrag för att ge dem en inkomst som var möjlig att leva på. Detta gjorde att Peter tog andra mindre jobb utanför branschen, vilket återigen gjorde att det knappt blev någon fritid över till andra saker. I början var deras kontaktnät litet och kunderna få men de skaffade sig trots detta en lokal att vara i, vilket han idag tycker var en något riskfylld handling med tanke på de osäkra inkomsterna.

Kontakter som de knutit till sig har de bland annat fått genom sitt engagemang i föreningar och företag vilket har gjort att deras kontaktnät har vuxit. Peter anser att de själva är trevliga som personer, gör ett bra jobb och får på så vis nya kunder samt ett fortsatt förtroende. I början tyckte han att det var svårt att ta fullt betalt av kunder så att det täckte deras kostnader. De gjorde många jobb de tyckte var roliga/häftiga men som inte alltid var lönsamma. Nu för tiden tar de sig an jobb som ställer högre krav och är utvecklande för dem som personer. De är även mer kostnadsmedvetna genom att de bland annat gör timkalkyler för att veta vad varje arbete kostar. Pengar är dock inte allt utan Peter arbetar mycket på grund av att företaget till viss del är hans eget och att han gärna vill bevisa för andra att det går bra att driva eget.

Andra kontakter de har är sådana som fungerar som "bollplank"/mentorer och dessa hjälper dem med diverse saker. Vidare har mycket av den kunskap som finns i företaget erhållits genom att bara driva företaget. Med det menas att de lärt sig med tiden och skaffat sig kunskap genom olika utmaningar de ställts inför. En av de saker de får hjälp med utifrån är bokföringen. Företaget har varit självfinansierat under verksamhetstiden och några av de materiella tillgångarna de använder leasar dem.

På frågan om när det är bäst att starta ett företag tycker Peter det går bra när som helst så länge man är redo att offra lite fritid. Efter övergången från handelsbolaget Attraktion till aktiebolaget Populate har det tagit ungefär två-tre år innan verksamheten tagit fart på allvar. Två saker som Peter tycker är bra med att ha ett aktiebolag är att det låter och ser mer seriöst utåt samt att det fungerar smidigare med löner. Det personliga betalningsansvar som försvinner var inte en av de viktigaste anledningarna till bolagsbytet. Under tiden som företagare har Peter aldrig haft något starta-eget-bidrag, utan som nämnts ovan, försörjt sig

och sitt företag på annat sätt. Peter har varit i kontakt med Drivhuset i Uppsala genom att gå på ett möte de anordnade. Det positiva som kom ut av det var en ny kund till företaget.

Affärsidén har ändrats med utvecklingen av företaget. Det viktigaste är vad alla i företaget vill göra och att försöka uppnå långsiktighet med kunder så att de återkommer. De är väl medvetna om vad de kan åta sig för uppdrag och försöker inte vara ett "middle-of-the-road"⁵⁴-företag. Värdet i varumärket Populate tycker Peter bland annat består av att de är passionerade i det de gör samt att de är trevliga mot kunder och möter dem på ett personligt plan. Vidare är kvalitetssäkring något de tycker är viktigt. Främsta tillgången i företaget består av den kunskap de själva besitter. I framtiden vill de ta betalt för just denna kunskap.

Utmaningar som uppstått under tiden som han har drivit företagen har varit till exempel hur deklARATIONER ska fyllas i. Men det har han lärt sig med tiden eftersom Skatteverket säger till när något inte stämmer. Andra saker har varit att få den lön han velat ha, att säga upp en person i företaget samt att lära sig sälja både sig själv och företaget. Vidare har utmaningarna bestått av att ledarskapet förändrats i företaget, då flera tog på sig det i början, samt hur man ska disponera sin tid för olika saker som är mer eller mindre viktiga. Slutligen tycker Peter att det viktigaste, när det gäller arbetsvilja/motivation, är viljan att utvecklas hela tiden och att ha höga krav på sig själv.

I framtiden vill de anställa fler, dubbla omsättningen varje år, kunna ta ut högre lön per person i företaget samt, som tidigare nämnts, skapa långsiktighet med stora kunder.

⁵⁴ Principles of marketing, Philip Kotler m fl., s.504

5 **Analys**

Den empiri vi har valt ut till analysen är sådant vi tycker de intervjuade har lagt stor vikt vid under samtalet, även om detta inte syns i empirimaterialet. Om vi skriver att teorierna utgår ifrån något så menar vi att alla källor säger samma sak. Annars nämner vi dem som antingen litteratur, Almi eller uppsatserna.

Kunskap om företagande

Ingen av företagarna hade någon kunskap om att driva företag innan de startade sin verksamhet. Dock hade Peter Mattsson drivit företag innan han startade Populate men vi utgår ifrån hans första verksamhet. Kunskapen de har i dagsläget har de lärt sig med tiden de drivit företagen samt genom mentorer/"bollplank" och inte från deras utbildningar. Flera företag köper in kunskap om till exempel bokföring och redovisning.

Uppsatserna säger att en högre utbildning inte är en förutsättning för att lyckas. Att ha studerat ekonomi är en fördel vid starten samt att ha vissa datakunskaper. En uppsats säger att många av problemen som uppstår hade kunnat undvikas om de haft en utbildning. Några uppsatser visar på att man erhåller denna kunskap med tiden, dock säger de flesta teorierna att denna kunskap inte behöver tillgodogöras då den kan köpas in.

Lagar/regler och blanketter

Lagar, regler och myndighetspapper som till exempel papper till Skatteverket eller vid nyanställning och uppsägning, säger flera av företagen att det varit krångligt och tagit tid att fylla i korrekt samt varit osäkra. Det har inte varit några problem och en del säger att om de skulle vara fel ifyllt så hör till exempel Skatteverket av sig och säger vad som är fel samt att man får hjälp att rätta till det. Uppsatserna säger att företagarna tycker att det är besvärligt eller till och med det svåraste är alla papper till myndigheter samt lagar som skall följas. Men detta går det naturligtvis att få hjälp med genom till exempel Drivhuset eller en stödorganisation som Almi har de kommit fram till.

Bolagsform

Alla bolagen har idag blivit aktiebolag varav de flesta har startat med en annan bolagsform. Någon säger att det ser ut och låter mer seriöst med aktiebolag samt att det går lättare med löneutbetalningar. Vidare nämns det personliga betalningsansvar som försvinner som en viktig anledning till bolagsbytet av endast en respondent. Uppsatserna skriver att man skall ha ett kapital som skall investeras i bolaget varav en säger att alla företagare inte har råd med de 100 tkr som skall tillföras i ett aktiebolag. Samt att med ett aktiebolag kan man bara krävas på det som finns i bolaget och minskar risken med att driva företaget.

Produktutveckling

Från början var de flesta företagen inriktade på specifika produkter. Med det menas att de såg ett problem som de kunde lösa. Idag har de mer koll på vad som efterfrågas av marknaden och de flesta har breddat sin verksamhet till att erbjuda helhetslösningar. En av respondenterna vill även skifta produktinriktningen från tjänster till varor. Enligt Almi bör man hålla koll på vilka produkter som är lönsamma och vilka man inte skall satsa på. Vidare skall företagaren vara medveten om vad denne vill med företaget och vad som krävs för att uppnå detta. En av uppsatserna säger att företagare först testar sin idé på människor i dennes närhet för att se om ett behov finns.

Fritid/arbetstid

En förändring av arbetsinsatsen har skett i och med mindre arbetade timmar och/eller längre semester. Majoriteten av företagen säger på ett eller annat sätt att de har haft lite fritid och någon säger även att privatlivet har påverkats på grund av detta. Almi säger att det är viktigt att skilja privatliv och företagande för att få tid över till familj och vänner. Med det menas att balansen mellan dessa är viktig för att undvika utbrändhet. Företagare bör se till att ta ut semester för att kunna koppla av. Detta säger även uppsatserna samt litteraturen som lägger till psykiska men som ett resultat av misslyckanden.

Sälja sig själv/företaget

Gemensamt för alla företagen i undersökningen är att de på ett eller annat sätt har kunnat sälja sig själva och sitt företag samt skapat en positiv bild av företaget utåt. Detta har skett genom bland annat kvalitetssäkring, nya lösningar och användandet av ny teknik, möten med kunder på ett personligt plan med mera. En företagare säger även att det var svårt att tro på sig själv och den kunskap han har att förmedla. Men med tiden har företagaren blivit mer självsäker och medveten om att den kunskap denne besitter även är värdefull för andra, och har nu lättare för att sälja in sig själv och företaget. Litteraturen säger att företagaren inte längre har en trygghet i vardagen, att allt hänger på en själv samt att man måste kunna sälja sig själv/företaget. Almi säger att omvärlden ger olika signaler och dessa måste tolkas för att kunna erbjuda kunder det de vill ha. Vidare måste företagaren ha tillgång till ny information och använda den effektivt. Litteraturen säger att den eventuella bristen på förmågan att kunna sälja sig själv och företaget bör kompletteras av en person med ett ”affärsmässigt” sinne, det vill säga någon som sköter detta i stället. En uppsats säger att en nära kundrelation är en viktig framgångsfaktor. Slutligen säger en annan uppsats att kundservice är väldigt viktigt och att det genomsyrar företaget, samt att planering för framtid och kommande händelser är en självklarhet.

Kunder & kontakter

En av de utmaningar som företagen stött på är att skaffa sig nya kunder för att kunna livnära sig på företaget. När de startade sin verksamhet hade de få kunder eller inga alls genom sitt företag. För att skaffa sig dessa kunder har de bland annat deltagit på företagsmässor och olika evenemang, byggt sig ett nätverk samt se till att utföra ett bra jobb. När de väl fick kunder och ett nätverk så började såväl befintliga som nya kunder att kontakta dem självmant för nya uppdrag. Med det menas att de ej behövde anstränga sig för att marknadsföra sina företag och dess produkter. Almi säger att de trogna kunder företagaren har skall vårdas. Detta på grund av att det kostar mer att skaffa en ny kund än att öka livslängden på den man redan har. Vidare säger Almi att företagaren skall sälja in sig hos kunder på ett sätt som gör att de återkommer samt att man skall försöka sälja mer till de befintliga. Litteraturen säger att företagaren bör skapa ett förtroende hos externa parter så att de vill bli nya kunder. Vidare säger den att man behöver skapa sig ett kontaktnät för att knyta till sig nya kontakter och kunder. Detta säger även två av uppsatserna där en av dem även pekar på att nya kontakter kan skaffas på till exempel mässor.

Nätverk

Merparten av företagen är medvetna om att utvidgande och vårdande av nätverket är viktigt. Dock säger alla att det är viktigt att skapa och bevara kvalitet i produkter och tjänster för att på så sätt hålla kvar gamla kunder samt locka till sig nya. Teorierna säger att det är viktigt, fördelaktigt eller nödvändigt att bygga upp ett nätverk. Detta sägs även vara problematiskt och ta mycket tid att skaffa. Vidare sägs det vara viktigt att prioritera och lägga den mesta tiden på dem företagaren tycker tillför något.

Mentor/"bollplank"

Flera av företagen har eller har haft tillgång till en mentor, någon inom näringslivet, inom vänskapskretsen alternativt inom branschen, som fungerat som ett "bollplank". Detta anser de har varit till stor hjälp och har betytt mycket för dem personligen samt till viss del utvecklat deras nätverk och/eller kundkrets. Teorierna nämner inte nämnvärt mycket om mentorer och "bollplank". Almi säger att en mentor eller ett "bollplank" kan tillföra företaget mer erfarenhet och kunskap samt hjälpa till med så väl dagliga som viktiga beslut för företaget. Alla teorierna tar i stället upp, på ett eller annat sätt, att nätverk och uppbyggnaden av det är viktigt för företaget.

Finansiering & lön

Personerna som vi har undersökt har alla startat företaget på grund av ett intresse inom branschen de är verksamma inom. Inget av de företag som ingår i denna studie har behövt tillföra något kapital utifrån utan har i stället varit självfinansierade och inte haft ett behov av höga investeringar. De flesta av dem har börjat med billiga lokaler, hos till exempel Drivhuset för att sedan flytta vidare till andra lokaler efter att bland annat ha fått fler kunder och kontakter och/eller högre intäkter. Vissa av företagarna har inte kunnat ta ut "full" lön utan har haft en inkomst från annat håll och/eller erhållit ett starta eget bidrag. Gemensamt för alla företagen är att kostnaderna inte överstigit intäkterna.

Almi säger att företagaren efter en viss tid bör kunna ta ut de pengar man behöver och inte leva på en CSN-lön. Lönsamma företag kan ofta finansiera sig själva genom egna vinster enligt Almi och annan teori. Vidare säger Almi att detta är den bästa typen av finansiering, men att ta lån är även det ett alternativ. Enligt en av uppsatserna så vill företagare att det skall gå finansiellt bra för företaget och ett exempel på detta är att företaget ska bli självgående. En annan uppsats säger att det kan vara nödvändigt att ha ett jobb vid sidan av för att klara av utgifterna. Den tredje uppsatsen säger att det finansiella syftet bakom eget företagande är att kunna försörja sig utan att ta anställning. Dessutom känner inte företagare att de har en dålig ekonomi i början av verksamhetstiden, innan de första intäkterna flyter in, på grund av att de är relativt små bolag.

Kostnadsdebitering

Att ta tillräckligt och rätt betalt är något som några företag nämnt som svårt i början. Någon säger att de i dagsläget och i framtiden vill kunna ta ut högre lön per anställd. Några säger även att de inte har kunnat ta semester tidigare eller att de jobbar mindre idag samt att de idag har lättare för att se vad ett speciellt jobb kommer att kosta. Almi tycker att företagaren bör se till att de intäkter man budgeterat för verkligen erhålls. Vidare säger de att det är viktigt att hålla reda på in- och utbetalningar från företaget samt hålla en hög debiteringsgrad. Litteraturen säger att företagarens möjligheter att minska risktagandet beror på dennes kunskapsfördelar om produktion och efterfrågan.

6 Diskussioner och Slutsatser

Vi kommer nedan att diskutera och ge egna kommentarer på analysen. Vi kommer att blanda teori, empiri samt egna kommentarer för att tydliggöra varför vi dragit en slutsats. Även här kommer detta ske i samma rubrikform som analysen innehåller, som följs av våra egna synpunkter om arbetet. Om vi skriver att teorierna utgår ifrån något så menar vi att alla källor säger samma sak. Annars nämner vi dem som antingen litteratur, Almi eller uppsatserna

6.1 Vad vi har kommit fram till

Kunskap om företagande

Vi kan dra slutsatsen att företagare inte behöver ha en utbildning i grunden för att klara av att driva ett företag. Vi grundar detta på att de intervjuade inte hade denna kunskap om företagande från början utan har i stället erhållit denna med tiden. Vidare är företagarna eniga om att kunskap som inte finns i företaget vid starten kan köpas in utifrån. De själva tycker också att denna kunskap kan erhållas genom personer/företag som ställer sig till förfogande. Det finns delade meningar om att man behöver en teoretisk utbildning inom företagande medan företagarna själva inte nämner detta som ett krav överhuvudtaget. Uppsatserna nämner även datakunskaper som en fördel vid nystartande. I dagens IT-samhälle så har i princip alla relativt unga personer redan dessa kunskaper genom uppväxten och därför förstår vi varför detta inte har nämnts under intervjuerna.

Lagar/regler och blanketter

Pappersarbete där man som företagare måste ta hänsyn till lagar och regler, ser vi att det inte har varit ett stort problem utan det har mer rått en osäkerhet i början. Efter kontakt med myndigheter och hjälp från andra personer/företag så är detta något som företagarna lärt sig hantera. Att företagarna nämner detta som krångligt och därmed tidsödande tror vi i stället har att göra med myndigheternas krångliga regelverk som är svåra att förstå för de som ej är insatta.

Bolagsform

Alla företagen är i dagsläget aktiebolag efter att ha bytt bolagsform sedan tidigare. Detta tolkar vi som att det finns fler fördelar med att ha ett aktiebolag än någon annan bolagsform. Bara en respondent säger uttryckligen att det personliga betalningsansvaret som upphör i och med bytet till aktiebolag var en av de största anledningarna till bolagsbytet. En uppsats säger att det krävs minst 100 000 kronor för att starta ett aktiebolag och att alla inte har råd med detta. Då företagarna ej startat som aktiebolag så tolkar vi det som om att de inte ville/kunde investera den summan pengar vid starten eller att kunskapen om bolagsformerna inte fanns.

Produktutveckling

Vi drar slutsatsen att företagare börjar med att hitta en lösning på ett problem eller ser ett behov på marknaden. Med tiden har företagen breddat, utvidgat eller ändrat sina produkter för att kunna skapa mer lönsamhet och/eller en större kundbas. En av respondenterna nämnde att denne testade sin idé på bekanta innan den erbjöds till marknaden. Dock har alla företagen haft kontakter runt omkring sig under verksamhetstiden och vi antar därför att även de har testat sin produkt innan den nått marknaden.

Fritid/arbetstid

Företagarna arbetar mindre i dagsläget och tar ut mer semester än vad de gjorde när de startade sin verksamhet. I takt med att de har lärt sig mer om att driva företag så har de kunnat planera sin tid bättre och därmed få mer fritid över. Almi samt litteraturen säger att fritid och arbetsliv skall hållas åtskilda, detta för att undvika utbrändhet och ”psykiska men”. Vi drar

slutsatsen att det kan vara svårt att skilja på dessa i början då mycket arbete krävs samt att det finns liten erfarenhet om hur man gör detta. Anledningen till färre arbetade timmar anser vi vara ett resultat av att företagarna blivit medvetna om att företaget inte är allt här i livet och vill därför kunna ha tid över till andra intressen. Med det menas att de har lärt sig mer om företagande och kan därför ta sig mer fritid.

Sälja sig själv/företaget

Som nyföretagare måste man ofta anstränga sig för att få nya kunder och kontakter. För att knyta till sig dessa krävs det att man kan sälja in sig själv och företaget. Vi anser att detta kan vara svårt i början då situationen är ny för företagaren. Men med tiden så byggs självförtroendet upp, mer kunskap erhålls och detta gör att företagaren får en bredare grund att stå på. Därför blir det lättare att sälja in sina produkter när det sker mer naturligt. Almi samt en uppsats säger att en nära kundrelation är viktigt och detta tycks företagarna anammat då kontakten med utomstående med tiden skett på ett mer personligt plan. Vidare ser vi att företagarna har tolkat vad marknaden vill ha och därmed erbjudit detta, genom bland annat ny teknik och kvalitetssäkring. Ny teknik och kvalitetssäkring ser vi som olika sätt att sälja sitt företag på. Slutligen drar vi slutsatsen att företagen har blivit bekväma i rollen att sälja sig själva och företaget då de ej har anställt eller tagit hjälp från någon med säljaregenskaper.

Kunder & kontakter

Företagen hade få eller inga kunder alls när de startade sina verksamheter. Men genom att sälja sig själva och företaget har de skaffat sig nätverk bestående av kunder och kontakter. Detta har skett genom bland annat att synas och höras utåt. När företagen väl skaffat sig kunder så har de underhållit dem genom att prestera bra. Genom att prestera bra skaffar de sig ett gott rykte och rekommenderas då till nya kundkretsar. Almi säger att man skall öka livslängden på sina kunder samt skapa ett förtroende bland dem. Vi drar slutsatsen att företagen lyckats med detta då de skapat sig ett nätverk och nya kunder kontaktar dem självmant för uppdrag. Eftersom företagen har återkommande kunder så drar vi även slutsatsen att de satsar på långvarighet med de kunder de redan har.

Nätverk

Nätverk består av sådana kontakter som tillför företagaren något. Företagarna är medvetna om att nätverk och vårdande av det är viktigt då nya kunder kan erhållas. Företagarna säger att genom ett bra nätverk så kan man behålla befintliga kunder samt erhålla nya. Almi menar på att man bör lägga mest energi på de i nätverket som tillför något. Vi drar därför slutsatsen att kunderna är några av de som betyder mest i nätverket för företagarna. Kvalité tycks vara det vanligaste sättet att få nöjda kunder och utvidga nätverket genom. Nätverk består inte endast av kunder utan även av andra kontakter. Vi tycker personligen att nätverk kan bestå av många fler än de som företagen nämnt, som till exempel familj och vänner. Vi antar att dessa inte nämns på grund av att ingen av företagarna kopplar dem till sitt arbete. Stöd från familj och vänner verkar de alltså inte tolka som om att det tillför företaget något. Vi kommer nedan att redogöra för de övriga viktiga personer/företag som de anser ingå i deras nätverk.

Mentor/"bollplank"

Så som vi har uppfattat det har en mentor eller ett "bollplank" varit den som tillfört mest för flera av företagen inom deras nätverk. Almi säger att mentorer/"bollplank" kan tillföra erfarenhet och kunskap samt hjälpa till vid viktiga beslut. Företagen nämner bland annat att dessa personer/företag har hjälpt till med utveckling av nätverk och/eller kundkrets. Dock är det på det personliga planet som mentorerna/"bollplanken" hjälpt till mest. Med det menas att företagarna har kunnat diskutera och bolla idéer med dem. Detta tror vi har att göra med att som ett mindre företag eller som ett företag under utveckling så har man inte upplevt eller fått svar på hur de flesta problem kan lösas. Vi drar därför slutsatsen att de inte endast har

fungerat som konsulter för ett företag, utan mer som ett personligt stöd för personen bakom företaget.

Finansiering & lön

Vi ser en likhet mellan referensram och empiri i och med att de båda säger att företagare inte kan ta ut ”full” lön under starten av verksamheten. Med ”full” lön menas här marknadsmässig lön. Vidare säger Almi att den bästa finansiering av företaget är att finansiera verksamheten genom egna vinster. Detta ser vi att företagen följer då inga lån har tagits. För att undvika finansiering med medel utifrån har företagen hållit kostnaderna nere genom billiga lokaler vid starten samt inte tagit ut en speciellt hög lön från företaget. I stället har de haft inkomster från annat håll genom till exempel jobb, studiemedel eller starta-eget-bidrag.

En uppsats nämner att det finansiella syftet bakom att starta eget är att företaget ska bli självgående samt att man vill kunna försörja sig utan att ha en annan inkomst. Med tiden har alla företagare lyckats med detta och är nu självförsörjande. Att man med små bolag inte känner att man har en dålig ekonomi i början av verksamheten är inget som vi kan styrka med vår empiri. I stället uppfattar vi det som om att de har låga intäkter samt att mycket arbete krävs, vilket mer pekar på att de tycker att de har en dålig ekonomi. Det verkar inte vara kostnaderna som styr i vilken grad företagarna tycker att de har en god ekonomi utan i stället i vilken grad de får högre intäkter samt kan ta ut en bra lön. Gemensamt för alla företagen är att de är tjänsteföretag som inte kräver höga investeringar. Vi drar slutsatsen att företagen på grund av detta kunnat bygga upp sin verksamhet sakta men säkert utan riskkapital.

Kostnadsdebitering

Flera av företagarna tycker att det i början av verksamhetstiden har varit svårt att ta rätt betalt för det arbete de genomfört. ”Rätt betalt” tolkar vi utifrån intervjuerna som att de i början inte visste exakt hur mycket arbetstid ett arbete skulle ta. På grund av detta gav de kunderna ett fast pris som ofta var för lågt i förhållande till kostnaderna som det medförde. Samtidigt ville många av företagen i början skaffa sig kunder och var därför försiktiga med att ta för mycket betalt. Litteraturen säger att företagarens möjligheter att minska risktagandet beror på kunskapen om produktion och efterfråga. Då de intervjuade säger att de i dagsläget har lättare för att se vad ett jobb kommer att kosta så drar vi slutsatsen att det är ett resultat av deras utvidgade kunskap. Vi ser det som logiskt att då mer kunskap erhålls om vad produktionen kostar så är det lättare att sätta rätt pris för utfört arbete.

6.2 Vad vi har lärt oss om företagande

Eftersom vi ej har studerat entreprenörskap tidigare, det vill säga innan vi skrev denna promemoria, så kommer vi här att återge vad vi har lärt oss genom arbetet om företagande. Med det menas vad vi har lärt oss utöver att läsa teori.

Vi anser att vi själva har lärt oss mycket om företagande genom detta arbete. Vi tror att denna uppsats skall ge en förståelse om hur det kan vara att driva ett mindre bolag som man själv har startat. När vi började med uppsatsen så trodde vi att de som startar eget har koll på den kunskap som krävs för att starta eget. Med det menar vi den kunskap som vi nämnt tidigare i vår referensram. Dock upptäckte vi att så inte var fallet utan de som startat eget har lärt sig denna kunskap med tiden. Vi känner därför att vi, efter att ha skrivit denna uppsats, själva skulle klara av att starta eget. I litteraturen framhävs en entreprenör/företagare allmänt som en person vilken hanterar utmaningar som om att de inte är särskilt krävande. Genom våra slutsatser så hoppas vi att det syns att så inte är fallet. Förkunskaperna är olika för varje individ och därför bör informationen till dessa baseras på detta. Det går inte att göra en specifik mall för hur företagare ska driva sina företag utan alla stöter på olika problem och vill utveckla sin verksamhet på sitt sätt.

I mångt och mycket stämmer vår referensram överrens med den information vi fått av företagarna. Dock framkommer inte hur eller när dessa händelser som påverkat företagarna/företagen uppstått. Därför kan inte litteratur eller internet säga hur företagare skall hantera dessa då de måste uppleva dem för att veta hur de vill hantera dem när de väl uppstår. Man måste lära sig den hårda vägen med andra ord. Efter att ha genomfört intervjuerna tycker inte vi att det verkar vara så svårt att driva ett företag som litteratur och internet säger. Vi tycker att dessa tar upp för mycket av de svårigheter företagare kan stöta på i stället för förslag/lösningar på dessa. Vi anser att detta gör så att personer kan bli avskräckta och därmed inte tro på sig själv och den idé man har.

Både företagarna och vår referensram säger att utbildning inte är ett måste för att klara av att driva ett företag. Något vi tror skulle vara väldigt nyttigt för dem som har planer på att starta eget är att skaffa sig praktisk kunskap genom att träffa företagare och prata med dem i stället för att plöja igenom en massa litteratur och förbereda sig på så sätt. Vi tycker oss ha kommit fram till att det ger mer med praktisk kunskap än teoretisk. Detta på grund av att teorierna känns längre bort än praktiken, det vill säga teorierna tycks utgå ifrån att man redan från början skall ha en bred kunskap. Vi tycker att de som har en idé bör satsa på att förverkliga den även om de har liten kunskap om hur man gör. Det finns människor/företag som är redo att hjälpa till om man behöver den. För de företagen vi intervjuat i Gävle tycks Drivhuset ha bistått med denna hjälp och sedan har det bara rullat på därifrån, även fast svåra tider har kommit därefter.

Enligt Drivhusets enkätundersökning Attityd 07, figur 2 i vår uppsats, tycker endast strax under 10 % att det är enkelt eller mycket enkelt att starta eget. Innan vi genomfört detta arbete ansåg vi inte oss vara några av dessa som tyckte att det var enkelt att starta eget. Så här i efterhand har vår uppfattning dock skiftat. Detta på grund av vad vi har lärt oss från intervjuerna och inte genom litteratur, uppsatser och internet. Nu ser vi oss i stället vara några av de som tycker det skulle vara enkelt att starta eget.

6.3 Vad vi har lärt oss av arbetet

Här kommer vi att ge våra reflektioner över själva arbetet i sig och inte om ämnet företagande. Med det menas vad vi har tyckt och tänkt om arbetet under tiden som gått.

I början var vi osäkra på vilket ämne vi skulle välja samt vilket problem vi ville få ett svar på. Vi var från början anmälda till en NU-kurs där vi hade tänkt skriva inom ämnet redovisning. Efter ett möte med vår nuvarande handledare, Lars-Torsten Eriksson, så blev vi i stället intresserade av entreprenörskap. Vi tyckte detta var intressant i och med att vi hade så liten kunskap inom detta område vid det tillfället. Våra egna mål var att lära oss om hur entreprenörskap fungerar i verkligheten samt hur det fungerar att driva ett företag.

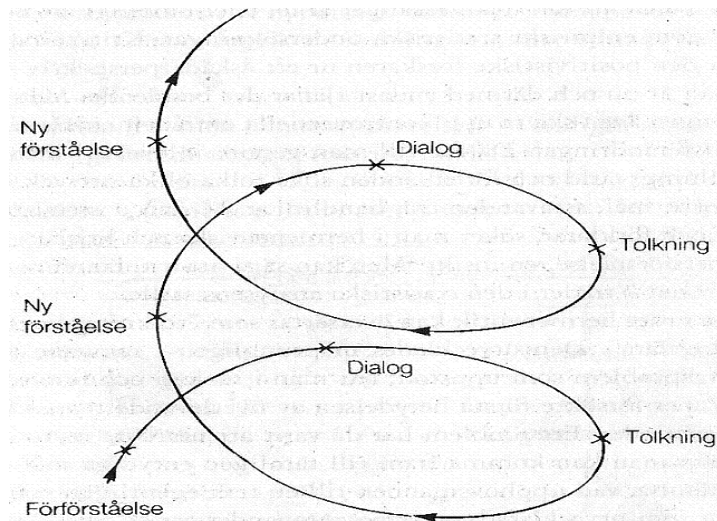
Vi diskuterade med Lars-Torsten om hur detta arbete skulle se ut. Efter detta så började vi arbeta med ett upplägg som vi själva ansåg vara bra. Tanken var då att jämföra utvald teori med empiri insamlad från företag för att se om det var någon skillnad mellan hur man startar företag. Efter nya diskussioner med Lars-Torsten så kom vi fram till att denna idé inte var genomförbar. Vi hade valt ett alldeles för brett område i och med att vi utgick ifrån teorin. Teorin är väldigt bred när det gäller entreprenörskap och vi hade inte valt någon klar inriktning.

Under denna diskussion, i samråd med vår handledare, kom vi fram till att vi i stället skulle utgå ifrån empirin och jämföra den med utvald litteratur. Det blev alltså en omvänd ordning för att vi skulle kunna lära oss utifrån empirin och sedan se vad litteraturen hade att säga om det. Dock kunde det vi skrivit ned fram till detta möte inte användas i det nya upplägget men det gav oss en viss förförståelse om ämnet. Det faktum att det tog så lång tid att komma igång med arbetet tycker vi därför inte enbart varit negativt.

När vi sedan hade ett mål med uppsatsen började vi att leta företag till uppsatsen. Detta skedde genom kontakt med Drivhuset. De gav oss tips om företag som vi kunde kontakta utifrån våra önskemål. Det gick ganska snabbt att komma i kontakt med företagen, för att sedan bestämma träff för intervju. Dock var det några av de kontaktade företagen som inte hade tid att träffa oss. Det var på grund av detta som vi sökte företag utanför Gävles gränser.

Vid uppbyggandet av intervjufrågorna lade vi stor vikt på att tänka oss in i den intervjuades situation för att på så vis få fram frågor som ger ett mer berättande svar samt undvika frågor där vi bara hade fått ett ja eller ett nej som svar. Vi strävade efter att använda oss av väldigt öppna frågor. Detta gjorde att vi ibland hamnade utanför området med intervjun. Det var inte bara negativt då vi fick en större förståelse för företagande samt att företagarna verkade känna sig mer avslappnade när de kunde berätta fritt. Vi lärde oss mycket om hur vi skulle intervjua och vilka frågor som återkom samt hur dessa kunde utvecklas. Jonas tog på sig rollen som intervjuare och var den som frågade företagarna frågor medan Pehr förde anteckningar och ställde utvecklande frågor vid sidan av.

Efter diskussioner med vår handledare så har vi lärt oss att andras arbeten inom området, i form av uppsatser, kan användas som teoretiskt material. Vidare har vi lärt oss att det kan vara mycket mer givande att utgå ifrån empiriskt material än att utgå ifrån teoretiskt. Detta kan vara ett resultat av att vi inte hade särskilt mycket förkunskaper inom området. Vi har genom denna uppsats fått det bekräftat att det som sägs i teorin inte alltid stämmer överrens med verkligheten. Detta kan mycket väl bero på att det som vi studerat är föränderligt med tiden, hur uppsatsskrivarna tolkar informationen samt att studien endast behandlar ett mindre urval av de företag som finns, vilket även de andra uppsatserna har gjort.



Figur 3 - Hermeneutiska spiralen, källa: Att utreda, forska och rapportera, Lars Torsten Eriksson & Finn Wiedersheim-Paul, s. 222

Vi vill med hjälp av denna modell visa på vår utveckling av denna uppsats.

Likt den hermeneutiska spiralen har vi haft en förförståelse (se bild) om företagande och entreprenörskap. Efter en intervju (dialog) med företagarna har vi dokumenterat och analyserat (tolkning) informationen och fått mer kunskap (ny förståelse) om företagande samt entreprenörskap. Därmed har vi klättrat i den hermeneutiska spiralen vilket gett oss kunskapsutveckling. Vidare har vi genom litteratur, internet och andra uppsatser (dialog) tillfört oss mer kunskap om företagande och entreprenörskap som vi sedan i denna uppsats har jämfört (tolkning) med empirin och då skapat oss en djupare förståelse (ny förståelse) och erhållit mer kunskap inom ämnet. Vi har alltså genom både praktisk och teoretisk kunskap fått en ny förståelse för företagande och entreprenörskap där vi anser att den praktiska kunskapen vägt tyngst för vår kunskapsutveckling.

Vi hoppas att vi med denna uppsats lyckats förmedla den kunskap vi har lärt oss under arbetets gång. Till de som är intresserade av entreprenörskap rekommenderar vi starkt att genomföra en egen empirisk studie inom ämnet. Vi har lärt oss att entreprenörskap är ett väldigt brett område och vi har därför endast sökt svara på en liten del av området. Vidare har vi inte försökt att ge ett slutgiltigt svar som skall gälla för alla utan detta är endast ett mindre urval som skall ge en inblick om hur verkligheten kan se ut.

7 Källförteckning

Konstruerad med hjälp av boken Forskning och skrivande – Konsten att skriva enkelt och effektivt, Wayne C. Booth & Gregory G. Colomb & Joseph M. Williams samt med hjälp av boken Att utreda, forska och rapportera, Lars-Torsten Eriksson & Finn Wiedersheim-Paul.

Litteratur:

- Andersson Tommy & Persson Patrik, 2008, *Vad krävs för att bli en framgångsrik entreprenör*, Fakulteten för ekonomi, Karlstads Universitet, 2008
- Bohmelin Marcus m fl., *Vad hindrar affärssidéer från att realiseras?*, Fakulteten för ekonomi, Karlstads universitet
- Booth C. Wayne m fl., 2004, *Forskning och skrivande – Konsten att skriva enkelt och effektivt*, Studentlitteratur Lund
- Bra böcker AB, 1995, *Nationalencyklopedin 1:a bandet*, Höganäs
- Burell Kerstin & Kylén Jan-Axel, 1995, *Sju steg vid utredning och projekt*, Kylén Stockholm
- Burton-Jones Alan, 2001, *Knowledge Capitalism: business, work, and learning in the new economy*, Oxford University Press
- Eriksson Lars-Torsten & Wiedersheim-Paul Finn, 2001, *Att utreda forska och rapportera*, Liber, Malmö
- Eriksson Lars-Torsten & Wiedersheim-Paul Finn, 2006, *Att utreda, forska och rapportera*, Liber AB Malmö, 8:e upplagan
- Henriksson Isabelle & Mäki Jenny, 2007, *Entreprenörers motiverande och påverkande krafter till att "starta eget"*, Institutionen för ekonomi, Högskolan i Gävle
- Hjerpe Mats m fl., 2006, *Entreprenörskap, Starta eget med drivhusets hjälp*, Fakulteten för ekonomi, Karlstads Universitet
- Hult Magnus, 1985, *Företag i starten*, Liber Malmö
- Hägg Ingemund & Wiedersheim-Paul Finn, 1994, *Modeller som redskap: Att hantera företagsekonomiska problem*, LiberHermod Malmö
- Jones R. Gareth, 2006, *Organizational theory, design and change*, 5th edition, Pearson prentice hall
- Karlén Hanna & Thorgren Sara, 2006, *Att fånga en entreprenöriell möjlighet (berättelser ur verkligheten)*, Luleå tekniska universitet
- Kotler Philip m fl, 2005, *Principles of marketing*, Financial Times/Prentice Hall, 4th european edition
- Landström Hans, *Entreprenörskapets rötter*, Studentlitteratur Lund, 2005
- Lingman Cahtrin & Wiklund Malin, 2006, *Faktorer som påverkar framväxten av entreprenörskap*, Högskolan i Gävle
- Olsson Henny & Sörensen Stefan, 2007, *Forskningsprocessen - Kvalitativa och kvantitativa perspektiv*, Liber Stockholm
- Pindyck S. Robert & Rubinfeld L. Daniel, 2005, *Microeconomics*, International Edition 6th ed., Pearson/Prentice Hall
- Thurén Torsten, 1991, *Vetenskapsteori för nybörjare*, Liber Stockholm

Internet

http://www.almi.se/Global/Dokument/PDF/bolagsordning_070326_b.pdf
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Ta-tempen-pa-foretaget/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Vad-paverkar-foretaget/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Balans-i-livet-/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Salj-mer-till-fler/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Personlig-forsaljning/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Forbatta--effektivisera/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Pengar--papper/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Utveckla-ditt-natverk/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Behover-du-styrelse/>
<http://www.almi.se/Nyforetagande/Forsta-aren/Mal--varderingar/>
<http://www.baringo.se>
http://www.drivhuset.se/filarkiv/filer/attityd07_rapport_web.pdf
http://www.drivhuset.se/icms/vad_gor_drivhuset.html
<http://www.fpx.se>
<http://hig.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:120164>
<http://uppsok.libris.kb.se/sru/uppsok>
<http://www.invotech.se/>
<http://www.jamback.se/>
<http://kau.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:5377>
<http://www.krokus.se/>
<http://www.lagsidan.se/>
<http://www.pharmademic.se/>
<http://www.populate.se/>
<http://www.spelbord.se/>
<http://uppsok.libris.kb.se/sru/uppsok?operation=searchRetrieve&query=resultSetId%3D5BBE D41F0C8EDF991E1C87427986E1E2&startRecord=48&maximumRecords=1&stylesheet=arkivx-showrecord.xsl&recordSchema=dc>

Muntliga källor

Andersson Per, 2008-11-04, *Invotech Solutions AB*
Eriksson Lars-Torsten, 2008-12-16, *Institutionen för ekonomi, Högskolan I Gävle*
Jakobsson Andreas, 2008-11-03, *Jamback media AB*
Mattson Peter, 2008-11-18, *Populate AB*
Svensson Martin, 2008-11-12, *Pharmademic AB*
Tillström Anna-Karin, 2008-11-04, *Krokus grafisk formgivning AB*
Vallgren Mikael, 2008-11-03, *Jamback media AB*
Öhman Thor Hjalmar, 2008-11-03, *Lagsidan AB*

Bilaga Intervjufrågor

1. När startade du företaget?

– Varför startade du företaget under studietiden? (Bra saker med att ha ett företag under studietid/ dåliga saker.)

– Varför startade du företaget efter studietiden? (Bra saker med att starta företag efter studietid/dåliga saker.)

* Rekommenderar du andra att följa den väg du valt? (Bättre på ett annat sätt, eller en kombination)

2. När kändes det som om att företaget övergick från hobby till verklighet dvs. när blev företaget ett heltidsprojekt?

– Vad kändes som den största utmaningen för dig själv? (Nervöst, spännande, jobbigt, tagit vatten över huvudet osv.)

3. Om du ska nämna en eller flera personer eller företagsorgan som hjälpt dig mest med företagsfrågor och liknande. Vem/vilka skulle det bli?

– Med vad har du fått hjälp, är det något som du har lärt dig genom ”learning by doing”, drivhuset osv.

4. Om du får välja ut tre händelser som du anser har förändrat företaget mest positivt, vilka 3 skulle det bli? (Saker du lärt dig genom företagande, flyttat verksamhet, samarbete med andra, personliga saker t.ex. gift sig, skaffat barn, vidareutbildat sig)

- Finns det något som du stött på som varit en extra stor utmaning att hantera? (Lika som ovan, yttre personliga händelser, händelser inom företaget t.ex. ledarskap, att sälja företaget/sig själv, arbetsvilja/motivation, ledarskap)

- Problem på det företagsekonomiska planet som t.ex. marknadsundersökningar, bokföring, finansiering osv.

5. När fick du idén till att starta företaget?

– Tycker du att företaget ser ut som du tänkte dig innan det begav sig? (Ändrad inriktning, produkter/tjänster, hur fick du idén, patent osv.)

6. Vilka förändringar har skett i företaget sedan du startade det? (Personal, marknaden, omsättning, finansiering, bytt bolagsform fördelar/nackdelar, arbetstid, know how, produkter/tjänster) (Hur har företaget utvecklats, förändringar.)

7. Finns det någon uttalad affärsidé i företaget?

– Hur väl tycker du att du följer denna affärsidé? (Genomsyrar affärsidén allt du gör, satsar på något ovanligt t.ex. socialt ansvarstagande, miljö, vara bäst på något, vad tycker du själv att du är extra bra på, varför är du annorlunda mot konkurrenter med liknande affärsidé, vad gör du för att utmärka ditt företag)

8. Det sägs att det brukar ta ungefär 2 år innan företaget är igång, stämmer det in på ditt företag? (ekonomiskt t.ex. tjäna bra med pengar, kundrelationer, tillräckligt att göra för fulltidsarbete, plusresultat)

- Vad kommer du ihåg från det första året som verkligen förde företaget framåt i den riktning du ville? (nya kunder, samarbetspartners, anställda,)

- Vad kommer du ihåg från det andra året som verkligen förde företaget framåt i den riktning du ville? (lika som år ett)

9. Anser du att ditt varumärke fått något värde hittills? (Känner folk till ditt företag, anser du att företaget har ett så gott rykte att personer/företag söker upp dig, har du varit på någon

företagsträff och presenterat företaget, evenemang som du hållit i, hur marknadsför du ditt företag)

10. Vad är den viktigaste tillgången i ditt företag? (dig själv, kunskapen i form av utbildning, produktens särart, olika affärslösningar, personal, investering)

11. Om du ser på framtiden, vilken är den största utmaningen företaget står inför? (Planer på att expandera, byta inriktning, nya konkurrenter, nya kunder, beslut från stat eller andra myndigheter, finansiering.)