

Casha in

En studie av nyblivna entreprenörers inställning till exit

Patric Jakobsson, 21790
Otto G. Skondras, 21792
Framläggning: maj 2012

Abstract

Entrepreneurship is a subject of growing attention, especially within public policy, media and research. Many studies have been done, but the subject of entrepreneurial exit has to a large extent been ignored. The aim of this study has been to investigate how entrepreneurs at an early stage in their career think about exit within a near future, and what factors influence their attitude towards exit. The study was conducted through a survey answered by 253 entrepreneurs active within business incubators in Sweden. Based on previous research on entrepreneurial intentions, a model of exit intentions was developed, and tested against several other factors. The results showed that a majority of the entrepreneurs had considered exit in some way, and many were positive towards making an exit. The factors that showed a connection to the exit intentions was mainly the amount of equity ownership and how important the entrepreneur thought that financial gains were. Minority owners and entrepreneurs who valued financial gains highly were more likely to be positive towards exit.

Keywords: Entrepreneurship, exit, exit intentions, equity ownership, entrepreneurial motivation

Handledare: Karl Wennberg
Examinator: Dag Börkegren

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till alla som hjälpt oss med denna uppsats.

Först och främst vill vi tacka alla de entreprenörer som trots sina pressade scheman tagit sig tid att fylla i vår enkät. Ett särskilt stort tack till de personer på SSE Business Lab som deltog i pilotstudien samt de entreprenörer som frivilligt ställde upp på de uppföljande telefonintervjuerna. Sist men inte minst vill vi tacka Karl Wennberg för ovärderlig handledning och snabb respons på alla våra frågor.

Patric Jakobsson och Otto G Skondras

Handelshögskolan i Stockholm

Maj 2012

Innehållsförteckning

| | |
|---|-----------|
| 1. Inledning | 5 |
| 1.1 Bakgrund | 5 |
| 1.2 Frågeställning | 8 |
| 1.3 Syfte | 8 |
| 1.4 Avgränsning | 8 |
| 2. Teoretisk referensram | 9 |
| 2.1 Definitioner | 9 |
| 2.1.1 Vad är en entreprenör? | 9 |
| 2.1.2 Vad är exit? | 12 |
| 2.2 Exit i litteraturen | 14 |
| 2.3 Entreprenörers exitintentioner | 15 |
| 2.4 Hur påverkas exitintentionerna av andra faktorer? | 17 |
| 2.4.1 Kontrollvariabler | 17 |
| 2.4.2 Entreprenörers drivkrafter | 19 |
| 3. Metod | 25 |
| 3.1 Val av metod | 25 |
| 3.2 Val av respondenter | 26 |
| 3.3 Enkäten | 27 |
| 3.3.1 Utformning av enkäten | 27 |
| 3.3.2 Testning av enkäten | 28 |
| 3.3.3 Distribution av enkäten | 28 |
| 3.4 Kompletterande intervjuer | 29 |
| 3.5 Metodens begränsningar | 29 |
| 3.6 Alternativ som övervägts | 29 |
| 3.6.1 Alternativa metoder | 29 |
| 3.6.2 Alternativa val av respondenter | 30 |
| 4. Empiri & Analys | 31 |
| 4.1 Datamängden | 31 |
| 4.1.1 Svansfrekvens | 31 |
| 4.1.2 Kontroll av systematiskt bortfall | 31 |
| 4.1.3 Utbildningsnivå | 31 |
| 4.1.4 Företagets ålder | 31 |
| 4.1.5 Deskriptiva data | 32 |
| 4.2 Tror entreprenörer att de kommer att göra exit? | 35 |
| 4.3 Vill entreprenörer göra exit? | 36 |
| 4.4 Delslutsats av entreprenörers inställning till exit | 37 |
| 4.5 En multiplikativ modell | 38 |
| 4.6 Delslutsats utifrån vår modell | 41 |
| 4.7 Regression på samtliga variabler | 42 |
| 4.7.1 Kön | 44 |
| 4.7.2 Omsättning | 44 |
| 4.7.3 Ålder på företag | 44 |
| 4.7.4 Ålder på individer | 45 |
| 4.7.5 Drivkrafter | 45 |
| 4.7.6 Ägarandel | 46 |

| | |
|--|-----------|
| 4.8 Analys av förklaringsmodellen | 46 |
| 4.9 Påverkan av avkastning som drivkraft och ägarandel | 48 |
| 4.10 Delslutsats om förklaringsvariabler | 50 |
| 5. Slutsats och diskussion | 51 |
| 5.1 Slutsats | 51 |
| 5.2 Diskussion | 53 |
| 5.2.1 Självkritik av metod | 53 |
| 5.2.2 Kritik av resultat | 54 |
| 5.2.3 Kritik av forskningsområdet | 54 |
| 5.2.4 Implikationer | 55 |
| 6. Källförteckning | 57 |
| 7. Appendix | 62 |
| 7.1 Inkubatorer | 62 |
| 7.2 Deskriptiv statistik | 63 |
| 7.3 Korrelationsmatris | 64 |
| 7.4 Enkätfrågor | 65 |
| 7.5 Intervjuer | 67 |
| 7.5.1 Intervjufrågor vid pilotstudie på SSE Business Lab | 67 |
| 7.5.2 Intervjufrågor vid kompletterande intervjuer | 67 |
| 7.5.3 Tidpunkt för intervjuer | 68 |
| 7.6 Test av systematiskt bortfall | 69 |

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Entreprenörer och entreprenörskap är begrepp som blir allt mer populära. Från att under 1990-talet ha varit begrepp som återfanns i något hundratal artiklar per år i svensk press är motsvarande siffra de senaste åren över tiotusen artiklar (Retriever 2012).

Även inom politiken blir ämnet allt vanligare. Inom delar av nationalekonomisk tillväxtteori anses entreprenörskap vara en viktig del i ekonomins tillväxt och välbefinnande (Romer 1994). Denna syn har betonats mycket i Sverige de senaste decennierna, och stora resurser läggs ned på att få fler att starta nya företag (Growth Analysis 2011).

Att starta ett företag är dock bara början av den entreprenöriella processen, och denna process har även ett slut. Alla entreprenörer kommer förr eller senare att lämna det företag de en gång startade, och en stor del av dem kommer göra det innan de avslutar sin karriär, genom en "exit". Begreppet används i många olika sammanhang, men när man talar om entreprenörer och exit brukar det i folkmun betyda något i stil med att sälja ut majoritetsägandet med en vinst, att "cash in". En entreprenör säger exempelvis i en artikel i Dagens Nyheter att "Vi gör nu exit och cashar hem ett niosiffrigt belopp" (Dagens Nyheter 2012). Synen varierar dock, och inte alla är så positiva. Exit handlar trots allt om att lämna det företag man en gång slitit hårt för att starta.

Att lämna ett projekt man en gång startat har av många inom den moderna historien setts som ett misslyckande. Redan 1937 skrev Napoleon Hill i sin bok *Think and grow rich* att: "A quitter never wins and a winner never quits" (Hill 2007). Liknande tankar har länge genomsyrat forskningens syn på exit. Att entreprenörer gör exit har ofta betraktats som ett misslyckande (Van Praag 2003).

Exit är dock ett vanligt förekommande fenomen. Enligt en undersökning publicerad 2008 hade ca 68 procent av de företag i Sverige som registrerades år 2005 överlevt med samma ägare efter 3 år. Detta var förvisso fler än under tidigare år, men det innebär fortfarande att var tredje företag som startas inte existerar i samma form efter tre år. (Tillväxtanalys 2010) Om exit är ett misslyckande innebär det alltså att en tredjedel av alla företag som startas kommer att misslyckas inom en väldigt kort tid. Kan detta verkligen stämma, eller finns det en mer nyanserad förklaring?

Nyare forskning menar att det inte är så enkelt. Under senare år har synen på exit inom forskningen nyanserats och exit ses inte längre som en dikotom företeelse utan som ett mer mångfacetterat fenomen. Förutom det faktum att det finns en rad olika sätt att göra exit på så betonas även att exit kan ske både i ett läge då företaget går bra och i ett läge där det finns problem av något slag. (Wennberg et al. 2010, DeTienne, Cardon 2010) Allt fler menar även att exit inte nödvändigtvis är negativt, varken i ett samhällligt perspektiv (Mason, Harrison 2006) eller ur den enskilde entreprenörens synvinkel (DeTienne 2010).

Huruvida exit är ett misslyckande för den enskilde individen är dock inte en enkel fråga. I ett kort perspektiv så kan exit enligt vissa fungera som ett sätt att välja den minst dåliga utgången och minimera förlusterna för den enskilde entreprenören (Wennberg et al. 2010). Men kan man kalla denna typ av val mellan två onda ting för en lyckad utgång? En annan syn på exit kan framkomma om man sätter det i ett längre tidsperspektiv. Om exit då ska ses som en lyckad utgång ur den enskilde entreprenörens perspektiv så bör ju entreprenörer i någon utsträckning ha exitintentioner redan tidigare. DeTienne och Cardon visade i en studie att omkring två tredjedelar av de entreprenörer som då studerades, 189 företag i konkurrenstyngda branscher, hade övervägt exit (DeTienne, Cardon 2010), vilket kan tolkas som att de hade intentioner att göra exit, eller i alla fall såg det som en möjlighet. I den undersökningen studerades dock företag av varierande ålder, och studien säger ingenting om huruvida entreprenörernas syn på exit är något som växt fram med tiden eller om det fanns med redan i uppstarten. En möjlighet är givetvis att den entreprenöriella karriären inte blir vad man väntat sig och att exitintentionerna därför växer fram med tiden. Ett sådant scenario skiljer sig dock väsentligt från ett scenario då entreprenören redan från början är inställd på att lämna företaget inom en begränsad tid. Vidare tillfrågades entreprenörerna i ovan nämnda studie om de övervägt exit, men inte huruvida de hade som mål att göra exit. Misslyckande handlar per definition om att inte lyckas uppnå ett mål man eftersträvat. Om exit inte ska ses som ett misslyckande för den enskilda entreprenören bör alltså dessa entreprenörer även ha en önskan om att göra exit. Detta är givetvis fullt möjligt att tänka sig, och det antyds även i delar av den befintliga litteraturen. (DeTienne 2010) Huruvida så är fallet har dock, så vitt vi vet, inte undersökts. Detta leder oss fram till en första del av vår frågeställning:

Drömmer entreprenörer om exit?

Om det finns entreprenörer som drömmer om exit, så bör det även finnas de som inte gör det. I den tidigare nämnda studien av DeTienne och Cardon så framkom ju exempelvis även att en tredjedel av

entreprenörerna inte hade övervägt exit, och det blir därför intressant att se vad som skiljer dessa grupper åt.

En faktor som kan tänkas spela in är vad som driver den enskilda entreprenören. Entreprenörer har olika drivkrafter bakom sitt entreprenörskap, och eventuellt kan detta även avspegla sig i hur man ser på exit. Det råder ingen tvekan om att entreprenörer är en väldigt heterogen grupp (Davidsson 2007), och att deras drivkrafter varierar. Ett flertal studier har fokuserat på skälen till varför personer väljer att bli entreprenörer och starta företag (Carter et al. 2003). I delar av litteraturen kring exit förs även vaga resonemang om att detta kan påverka hur man ser på exit (DeTienne, Cardon 2010). Detta är intuitivt en naturlig koppling; om en person exempelvis startar ett företag främst i syfte att tjäna pengar medan en annan person gör det för att följa i sina förfäders fotspår så kan man tänka sig att synen på exit skiljer sig. Detta ger den andra delen av vår frågeställning.

Hur påverkas inställningen till exit av entreprenörens individuella drivkrafter?

Även entreprenörens relation till företaget kan tänkas påverka inställningen till exit. En relativt sett stor ägarandel i ett företag innebär mer satsade pengar, större riskexponering, större ansvar och större makt. Att å andra sidan ha en mindre ägarandel innebär det motsatta, en lägre riskexponering och mindre satsat kapital, den potentiella avkastningen är då också lägre. Alla dessa faktorer påverkar inställningen till företaget och torde därför även påverka inställningen till exit. Många företag startas inte av en ensam entreprenör, utan av en grupp människor tillsammans. Beroende på om man är en ensam entreprenör eller en del av en grupp så skiljer sig även vilka möjligheter man har att välja att göra exit, och på vilket sätt. En av fyra entreprenörer kan till exempel inte ensam bestämma sig för att göra exit genom likvidation eller försäljning på samma sätt som en ensam entreprenör kan. Viss tidigare forskning menar vidare att en högre grad av ägande har en negativ inverkan på inställningen till att göra exit (DeTienne 2010). Det blir därför intressant att även undersöka om det finns någon koppling mellan entreprenörers ägande i företaget och deras inställning till exit. Tredje delen av vår frågeställning är därför:

Hur påverkas inställningen till exit av entreprenörens ägarandel i företaget?

1.2 Frågeställning

Våra tre delfrågor ovan kan sammanfattas i en frågeställning:

Vilken inställning har entreprenörer i ett tidigt skede till exit, och hur påverkas denna av ägarandel i företaget och entreprenörens drivkrafter?

1.3 Syfte

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur entreprenörer i ett tidigt skede av den entreprenöriella processen ser på exit utifrån ett väl avgränsat perspektiv. Uppsatsen ämnar bygga vidare på den befintliga forskning som finns inom entreprenörskap och den senare, mer nyanserade, synen på den entreprenöriella processen i allmänhet och exit i synnerhet.

Förhoppningen är att denna studie, genom att utforska en ännu utforskad del av den entreprenöriella processen, kan bereda väg för vidare studier inom området. Dessutom hoppas vi att resultaten ska vara av värde för både entreprenörer och de som arbetar med entreprenörskap inom utbildning, politik och arbetsmarknad. En djupare förståelse för vilket tidsperspektiv entreprenörer har på sina företag och vilka faktorer som påverkar detta kan till exempel spela en stor roll för praktiskt inriktade utbildningar inom området.

1.4 Avgränsning

Studien avgränsas till unga företag i Sverige med högutbildade entreprenörer som grundare.

Avgränsningen till företag i Sverige beror på rent praktiska skäl med hänsyn till studiens ringa omfattning.

Att studera högutbildade entreprenörer har istället en teoretisk grund. Med högutbildade avser vi individer som påbörjat eftergymnasiala studier. Att endast vända oss till dessa entreprenörer beror på att tidigare forskning har visat att just utbildning har en osäker påverkar på entreprenörers karriär. Viss tidigare forskning har hittat ett negativt samband mellan entreprenöriell exit och humankapital, där utbildning och arbetslivserfarenhet räknas in (Bates 1990, Van Praag 2003). Liknande resultat har hittats av Parker och Belghitar som visar att en högre utbildning minskar sannolikheten att entreprenörer inte fullföljer uppstarten av sina företag, utan gör en mycket tidig exit (Parker, Belghitar 2006). Positivt samband mellan samma parametrar har dock nämnts i tidigare forskning (Blanchflower, Meyer 1994), likväl som

att samband helt saknas (Taylor 1999b, Van Praag 2003, Schäfer, Talayera 2009). Som synes är forskningen oense. Genom att avgränsa oss till en specifik utbildningsnivå tror vi att vi når en mer homogen grupp av entreprenörer och därmed kan utesluta denna till synes komplicerade variabel.

Gränsen för vad som anses som ett ungt företag varierar något, exempelvis har fem år nämnts (Bloodgood, Sapienza & Almeida 1996) såväl som nio år (Bracker, Pearson 1986). De flesta artiklar vi läst har dock använt sex år som gräns. (McDougall, Oviatt & Shrader 2003, Evans 1987, Stearns et al. 1995) Utifrån dessa riktlinjer beslutade vi att sätta vår avgränsning vid just sex års ålder, detta då vi är intresserade av att undersöka entreprenörer i ett tidigt skede. Genom att avgränsa oss till en bestämd del av den entreprenöriella processen blir resultaten mer generaliserbara, åtminstone för denna grupp. Det bör även nämnas att snittåldern för de företag vi undersökt är betydligt lägre än sex år.

2. Teoretisk referensram

2.1 Definitioner

2.1.1 Vad är en entreprenör?

VI har valt att avgränsa oss till entreprenörer som är verksamma vid inkubatorer och är i ett tidigt skede av sitt entreprenörskap. Det är dock intressant att formulera vad vi menar med entreprenörer, och hur detta passar in med det urval vi gör i vår undersökning.

I vardagligt tal används begrepp som entreprenörskap och entreprenör flitigt och i många olika sammanhang med olika innebörd och till synes olika definitioner. Tydligt bland dessa är dock att entreprenörskap är något annat än företagande i allmänhet. Skolverket har gjort följande tolkning av entreprenörskap: ”*Entreprenörskap i skolan är ett pedagogiskt förhållningssätt i klassrummen lika mycket som det är en kunskap om egenföretagande.*” (Skolverket 2011) Utbildningsdepartementet har vidare en klar syn på hur entreprenörskap ska finnas med i vårt utbildningssystem: ”*Regeringen vill att entreprenörskap ska löpa som en röd tråd genom utbildningssystemet*”. (Utbildningsdepartementet 2010) Den statliga webbplatsen forskning.se menar att det handlar om: ”*[...] avser en person som är driftig, handlingskraftig och effektiv.*” (forskning.se 2012)

Vidare skiljer sig definitionerna av entreprenörskap även mellan ordlistor och lexikon. Enligt svenska akademins ordlista är en entreprenör ”*en person som åtar sig entreprenader*” (Svenska Akademiens 2012), vilket alltså helt skiljer sig helt från den betydelse denna uppsats tar i anspråk. New Oxford American Dictionary definierar begreppet som “*a person who organizes and operates a business or businesses, taking on greater than normal financial risks in order to do so*” och även Wikipedia har en liknande definition: ”*En entreprenör är ett begrepp för en företagsam person, ofta i betydelsen företagsgrundare. I vidare bemärkelse används termen om en person som är drivande och arbetar hårt för att nå framgång.*” (Wikipedia 2012a)

Någon tydlig och enhetlig definition av entreprenör eller entreprenörskap återfinns inte heller inom forskningen. Trots att många menar att entreprenörskap är eller bör vara ett eget forskningsområde (Davidsson 2003), tycks förvirring råda angående grundläggande definitioner. I vissa artiklar finns en definition av entreprenörskap (Shane, Locke & Collins 2003), men ofta saknas den (Wennberg et al. 2010, DeTienne, Cardon 2010, DeTienne 2010). Ibland nämns dock att entreprenörer och entreprenörskap skiljer sig från personer som startar företag i allmänhet, men utan att detta beskrivs närmare (DeTienne 2010). Vissa forskare menar till och med att det inte finns någon allmänt accepterad definition av detta begrepp (Davidsson 2003, Gartner 1990).

Gartner sammanfattar en undersökning av vad teoretiker och praktiker menar när de talar om entreprenörskap i åtta teman som ger en relativt god överblick över begreppets innehåll. Det första temat, Entreprenören, handlar om att entreprenörer är personer med unika karaktärsdrag och förmågor. Exempel på sådana karaktärsdrag är risktagande, autonomitet, hängivenhet, och kreativitet. Denna idé kritiseras dock starkt i studien. Det andra temat, Innovation, anknyter till Schumpeters definition av entreprenörskap som nya kombinationer eller innovationer (Schumpeter, 2000), vilken vi återkommer till nedan. Viktigt gällande detta är dock att detta inte innebär att entreprenörskap bara kan äga rum i nya företag, utan kan förekomma även inom etablerade organisationer. Det tredje temat, Organisationsskapande, innefattar dock startande av nya företag. Temat innehåller idén om att entreprenörskap handlar om att sammanföra möjligheter med resurser, vilket ligger nära hur Jean-Baptiste Say på 1800-talet beskrev entreprenören som den som agerar som mellanhand mellan arbetskraft och kapital (Schumpeter 2000). Det fjärde temat, Värdeskapande, bygger på en idé om att entreprenörskap skapar värde genom att omforma verksamheter, starta företag, skapa välfärd eller förstöra status quo, och handlar alltså om vad entreprenörskapet åstadkommer, snarare än vad det är. Det femte temat gäller vinst och i den undersökning Gartner genomförde hade respondenterna väldigt olika åsikter kring detta. Vissa ansåg att endast vinstdrivande organisationer var att betrakta som entreprenörskap, medan andra menade

att detta inte var ett nödvändigt kriterium. Det sjätte temat, Tillväxt, var även det ett område där åsikterna gick isär. Vissa ansåg det väsentligt att tillväxt är ett mål för att man ska kunna tala om entreprenörskap, medan andra såg det som irrelevant. Det sjunde temat handlar om Unikhet, där vissa ansåg att entreprenörskap på något sätt måste vara unikt, medan andra inte ställde det som krav. Det åttonde och sista temat handlade om att entreprenörskap innefattar en företagsledare som även äger sitt företag, vilket enligt vissa respondenter i undersökningen var en viktig beståndsdel.

Om man återgår till Schumpeters definition av entreprenörskap, som ligger som grund för många senare definitioner, så handlar den som tidigare nämnt om: *"...förmågan att kombinera vad som redan existerar på nya sätt"* (Schumpeter 2000 s. 1) Detta är något som ligger i linje med många av de resonemang av begreppet som nämnts. Vidare säger Schumpeter även att dessa i regel skapas av nya företag, snarare än av befintliga. En åtskillnad görs även mellan företagsledande i allmänhet och entreprenörskap, men det poängteras att det ofta sammanblandas och missförstås. En förklaring till detta kan enligt Schumpeter vara att entreprenörskapet sällan sker utan inblandning av andra saker, så som företagsledning, administration osv, utan snarare är en del av en helhet. (Schumpeter 2000)

Ytterligare en artikel, denna av Davidsson, menar att man bör skilja på två olika betydelser av begreppet. Davidsson gör här en åtskillnad mellan entreprenörskap som ett samhällsligt fenomen å ena sidan och en vetenskaplig domän å den andra, där den första betydelsen handlar om entreprenörens funktion i samhället medan den senare istället handlar om vad forskare bör studera för att erhålla mesta möjliga kunskap om det förstnämnda. Davidsson menar att dessa bör skiljas åt därför att en definition av det samhällsliga fenomenet drar nytta av att även utkomster av entreprenörskap inkluderas i definitionen, medan en sådan begränsning inte är möjlig att göra när man studerar entreprenörskap, då detta inte enbart sker i efterhand, utan även vid tidpunkter då utkomsterna är svåra att avgöra. Davidsson bygger sin definition av entreprenörskap som forskningsdomän på en kombination av tidigare definitioner av Gartner och Venkataraman och menar att det som bör studeras är beteenden i processen att upptäcka och exploatera idéer om nya affärssatsningar. Vidare föreslås att omfattningen begränsas till processer för uppkomsten av nya företag (även påbörjade eller icke fullföljda), i olika organisatoriska sammanhang. Denna definition bortser sålunda från effekterna av entreprenörskapet och innefattar alltså inte sådant som självanställning, småföretagande, vinst, tillväxt, värdeskapande eller liknande. (Davidsson 2003)

Ytterligare en viktig distinktion för denna uppsats är skillnaden mellan vad Davidsson kallar "opportunity-based" och "necessity-based" entreprenörskap (Davidsson 2003). Amit & Muller har ett liknande resonemang gällande detta baserat på så kallad "push" och "pull" teori. Man menar att "push"-

entreprenörer är sådana som varit missnöjda med sin befintliga position, av anledningar som inte har med deras entreprenöriella ambitioner att göra, och därför lämnat nuvarande arbete för att starta ett företag. Det finns flera anledningar till att dessa entreprenörer blivit utknuffade från befintliga arbeten, dålig prestation, missnöje och liknande, vilket då lett till att man valt att bli egen företagare. "Pull"-entreprenörer å andra sidan är de som lockas av sin affärsidé eller möjlighet och lämnar sin befintliga situation för att den potentiella belöningen (både finansiell och icke finansiell) i ett lyckat entreprenörskap uppfattas som stor. (Amit, Muller 1995) DeTienne skriver i linje med ovan att:

"Tidigare forskning har visat att nya egenföretagande skiljer sig från entreprenöriella grundare baserat på vilka mål de har. Nya egenföretagande har en tendens att fokusera på att ge familjen inkomst och entreprenöriella grundare har fokus på tillväxt och vinst"
(DeTienne 2010, s. 208, författarnas översättning)

Sammanfattningsvis är entreprenörskap alltså ett mångbottnat begrepp, och om man följer Davidssons definition som forskningsområde innefattas ett relativt brett fält som kan innefatta många olika typer av organisationer. I denna uppsats väljer vi alltså att fokusera på vad som kallas "pull"-entreprenörer eller "opportunity"-entreprenörer. När vi talar om entreprenörskap hädanefter avser vi därmed processen att upptäcka och exploatera idéer om nya affärssatsningar vilka baseras på en affärsidé eller identifierad möjlighet, snarare än brist på andra alternativ. Vi begränsar oss även, i linje med Davidssons definition till processer kring uppkomsten av nya företag.

2.1.2 Vad är exit?

Exit är ett relativt vitt begrepp, och kan syfta på flera olika fenomen rörande både företaget och den enskilda entreprenören. I denna uppsats väljer vi att fokusera på entreprenöriell exit, vilket DeTienne definierar som:

"[...] den process genom vilken grundarna av privatägda företag lämnar det företag de hjälpt till att skapa, och därmed, i varierande grad, gör sig av med sitt primärägande och beslutsinfattande i företaget" (DeTienne 2010, s. 204, författarnas översättning)

Även för den enskilde entreprenören finns dock olika sätt att lämna sitt företag. För det första så kan man skilja på tre huvudtyper; försäljning, likvidation eller konkurs. Wennberg et.al. gör vidare en uppdelning mellan ”harvest” och ”distress”, där harvest innebär att företaget är välfungerande i förhållande till en väldefinierad referenspunkt, och distress innebär att företaget inte lever upp till denna referensnivå. (Wennberg et al. 2010)

Enligt tidigare forskning spelar företagets absoluta prestationer mindre roll för entreprenörens intentioner att lämna företaget än entreprenörens egen måttstock, dennes ”tröskelvärde” för företaget (DeTienne, Cardon 2010, Gimeno et al. 1997). Om företaget inte lever upp till denna önskade nivå så anser entreprenören att företaget går dåligt, och när företaget presterar över denna nivå så är det positivt. Detta leder till att den skillnad som Wennberg et.al gör mellan ”harvest” och ”distress” kan ses som en subjektiv distinktion. Entreprenörens tröskelvärde fungerar således som denna referenspunkt.

Att entreprenören lämnar företaget om det inte lever upp till dennes förväntningar eller önskingar är lätt att förstå, och kan vara orsaken till många beslut om exit. I denna uppsats väljer vi dock att undersöka hur entreprenörer ser på att i framtiden lämna det företag de nu håller på att bygga upp, givet att det går så bra som de önskar. Detta påverkar hur vi utformat vår enkät, och hur vi tolkat våra resultat.

Enligt DeTiennes definition ovan handlar exit om att överge det huvudsakliga ägandet och beslutsfattandet i det företag de hjälpt till att starta. Detta skulle kunna tolkas som att det handlar om att överge aktiemajoriteten i ett företag, vilket ju i strikt mening innebär att man avsäger sig huvudägande och absolut beslutsmyndighet. DeTienne menar dock att försäljning av aktieinnehavet bara är en form av exit (DeTienne 2010), vilket innebär att begreppet är vidare än så. Som vi återkommer till nedan är ägande mer komplext än bara aktieinnehav, och en entreprenör kan mycket väl uppleva ett starkt ägarskap utan att ha aktiemajoriteten. Likaså kan en entreprenör ha en stor del i beslutsfattandet i praktiken utan att ha aktiemajoritet. Då vi är intresserade av den enskilda entreprenörens syn på exit vill vi därför se på exit som ett bredare begrepp än enbart att överge ett majoritetsägande. Detta innebär att även en grundare som är minoritetsägare, antingen därför att denne har sålt delar av sitt företag eller att personen är en del av en grupp av grundare, kan göra exit.

2.2 Exit i litteraturen

Det existerar relativt lite forskning specifikt inriktad på entreprenöriell exit som det definieras ovan. Merparten av den forskning som finns behandlar istället exit i betydelsen att företaget gör exit. Även om detta sammanfaller med att entreprenören lämnar företaget, till exempel vid konkurs eller likvidation, så kan entreprenöriell exit även förekomma i fall då företaget fortlever (Wennberg et al. 2010). Sålunda handlar entreprenöriell exit om den enskilde entreprenörens val och är därmed väsentligen skilt från exit i avseende att företaget upphör att existera.

Tidigare litteratur angående exit har en blandad syn på fenomenet. I stor utsträckning ses exit som ett tecken på misslyckande (Van Praag 2003), och gällande företag används även andra termer så som ”mortality” eller ”death” för att beskriva samma företeelse. Trots detta visar andra studier samtidigt att många entreprenörer inte ser sin, eller sitt företags, exit som något negativt (Bates 2005).

Senare forskning nyanserar synen på exit på flera sätt. För det första skiljer flera senare författare på ett tydligare sätt ut just entreprenöriell exit (DeTienne 2010, DeTienne, Cardon 2010, Wennberg et al. 2010), vilket är vad vi är intresserade av att behandla i denna uppsats. Vidare betonas det faktum att entreprenöriell exit kan ske på flera olika sätt. I stora drag finns följande alternativ; börsintroduktion, försäljning till ett annat företag, försäljning till anställda, försäljning till annan privatperson, likvidation, konkurs samt att företaget lämnas vidare inom familjen (DeTienne, Cardon 2010, Wennberg et al. 2010). Wennberg et al. gör en grövre åtskillnad mellan framförallt försäljning och likvidation, men skiljer å andra sidan på om det sker i ett läge då företaget presterar goda resultat, ”harvest”, eller går dåligt, ”distress”. Detta resulterar för dessa författare i en uppdelning på fyra olika sorters exit, där företaget kan säljas eller likvideras i ett läge då det går bra, respektive säljas eller likvideras i ett läge då det går dåligt (Wennberg et al. 2010).

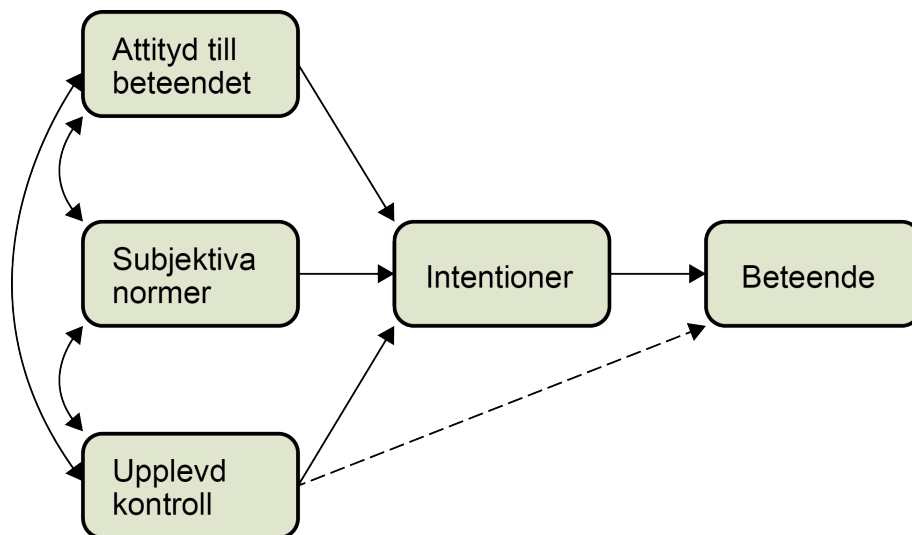
Vidare har ett flertal studier försökt fastställa varför exit görs, både med en uppdelning på olika typer av exit (Wennberg et al. 2010, Ronstadt 1986), och utan (Bates 2005). Vissa av dessa studier sätter exit i ett perspektiv av nyttomaximering där exit framförallt görs därför att andra alternativ finns (Bates 2005). Andra studier menar att beslutet att göra exit istället beror på individuella tröskelvärden för företagets prestation, vilket skulle förklara varför vissa gör exit och andra inte och att direkt koppling till absoluta resultat saknas (Gimeno et al. 1997). De som valt att skilja på olika typer av exit menar istället att skälen till exit kan skilja sig beroende på vilket typ av exit det handlar om (Wennberg et al. 2010). Dessa studier gäller dock oftast företag som redan har gjort exit, och få studier har undersökt hur entreprenörer ser på exit innan det sker.

2.3 Entreprenörers exitintentioner

Tidigare litteratur gällande entreprenörers exitintentioner och vad som formar dessa är begränsad. DeTienne och Cardon undersöker i en studie hur entreprenörer som har övervägt exit ser på olika exitstrategier och vad som kan förklara dessa. Man fann att inställningen till olika exitstrategier beror på tidigare entreprenöriell erfarenhet, ålder och utbildningsnivå. (DeTienne, Cardon 2010). Denna studie tittar dock bara på de entreprenörer som hade en exitstrategi, och undersöker inte hur de skiljer sig mot den del av respondenterna (33 %) som inte hade övervägt exit.

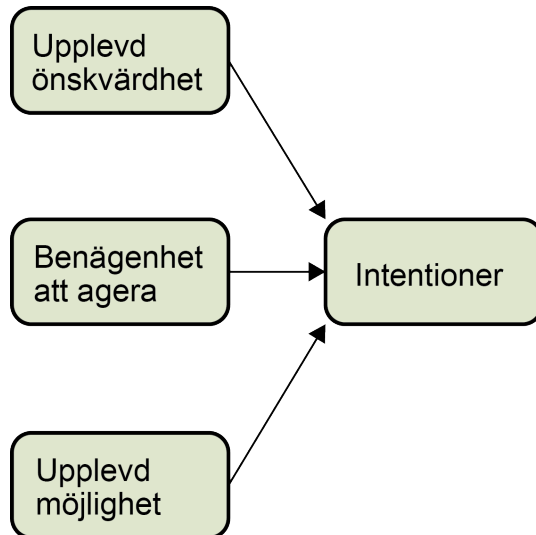
I ovan nämnda studie var de tillfrågande entreprenörerna verksamma inom företag av varierande ålder, och författarna till studien nämner även i sin avslutande diskussion att vidare studier behövs om när i företagets livscykel dessa exitintentioner uppkommer (DeTienne, Cardon 2010).

Även om exitintentioner inte är ett välutforskat område så är entreprenörers intentioner i andra sammanhang något mer studerat. Dessa studier grundar sig, liksom ovan nämnda studie av DeTienne och Cardon, på idén om att entreprenörskap framförallt består av intentionellt beteende och att intentioner därför är den bästa variabeln för att förutsäga framtida beteende (Krueger JR, Reilly & Carsrud 2000). Flera av studierna tar direkt eller indirekt avstamp i Ajzens teori om planerat beteende (DeTienne, Cardon 2010). Denna teori säger att intentioner bestäms av tre faktorer; attityd till beteendet, subjektiva normer samt upplevd kontroll över beteendet (Ajzen 1991). Modellen illustreras i figur 1 nedan.



Figur 1. Ajzens teori om planerat beteende

En liknande modell som ofta används är ”The Entrepreneurial Event Model”. Den liknar Ajzens modell, men med tre andra liknande faktorer som formar intentioner; Upplevd önskvärdhet, Benägenhet att agera samt Upplevd möjlighet (Krueger JR, Reilly & Carsrud 2000). Se figur 2 nedan.

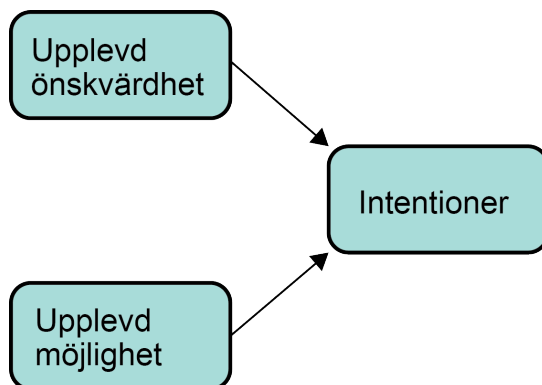


Figur 2. The Entrepreneurial Event Model

Båda modellerna har visat sig kraftfulla för att förutsäga entreprenörers intentioner när det handlar om valet att bli entreprenörer (Fitzsimmons, Douglas 2011), och modellerna innehåller vissa likheter. Två av faktorerna i Ajzens modell, attityd och subjektiva normer, speglar i någon mån hur önskvärt man upplever det att genomföra beteendet. Den tredje faktorn, upplevd kontroll över beteendet, speglar hur troligt man uppfattar det att man kan utföra beteendet (Krueger JR, Reilly & Carsrud 2000). I test av Ajzens modell har det visat sig att subjektiva normer inte har någon stark förklarande kraft (Krueger JR, Reilly & Carsrud 2000, Fitzsimmons, Douglas 2011). Andra menar istället att båda modellerna framförallt är beroende av upplevd önskvärdhet och upplevd möjlighet (Brännback et al. 2006, Fitzsimmons, Douglas 2011), delvis därför att de andra faktorerna i någon mån överlappar eller påverkar varandra (Brännback et al. 2006).

För att undersöka exitintentioner väljer vi därför att använda oss av en förenklad modell, innehållande upplevd önskvärdhet och upplevd möjlighet. Som proxy för dessa två variabler använder vi hur länge personen vill arbeta med företaget (upplevd önskvärdhet) samt hur troligt en person skattar att denne kommer att göra exit inom en bestämd tidsrymd (upplevd möjlighet). Se figur 3 nedan. I vår enkät byggde frågorna på ett färdigt scenario som respondenterna fick ta ställning till. Att undersöka upplevd önskvärdhet genom att ställa scenariobaserade frågor ligger i linje med den metod Fitzsimmons och

Douglas använde för att fastställa just detta. Man använde dock mer förfinade frågebatterier som till stor del byggde på en tidigare studie från 2002 av Douglas och Shepherd. (Fitzsimmons, Douglas 2011) Fitzsimmons och Douglas har i samma artikel undersökt upplevd möjlighet genom att använda entreprenöriell ”self-efficacy” som Ajzen definierar som den upplevda förmågan att fullgöra och verkställa ens intentioner och mål (Ajzen 1987, Fitzsimmons, Douglas 2011). Vi har på liknande sätt i vår enkät använt oss av ett förutbestämt scenario där respondenterna har fått ta ställning till upplevd möjlighet i en Likertskala. Upplevd möjlighet till detta scenario liknar Ajzens definition ovan av ”self-efficacy”, man kan alltså säga att respondenterna i denna fråga fick reflektera över sin egen ”self-efficacy”. Även i denna fråga valde dock Fitzsimmons och Douglas, i enlighet med tidigare forskning, att använda ett omfattande frågebatteri. Vi valde istället att inte härleda de proxys vi valt utifrån andra frågor än de scenariobaserade, främst av två skäl. För det första distribuerades vår enkät via Internet, och att göra enkäten allt för lång riskerade att leda till en minskad svarsfrekvens. Vidare anser vi att de två frågor vi valde på ett tydligt sätt speglar de faktorer vi vill undersöka, och att en härledning utifrån ett antal andra frågor riskerar att leda till en större osäkerhet.



Figur 3. Förenklad modell för exitintentioner

2.4 Hur påverkas exitintentionerna av andra faktorer?

2.4.1 Kontrollvariabler

I många undersökningar med entreprenörer som fokus används demografiska variabler som en del av förklaringsmodellen. Vi tror dock sammantaget inte att dessa variabler har någon inverkan eller förklaringskraft på exitintentioner hos entreprenörer, och väljer att ha med dessa som kontrollvariabler för att säkerställa att detta stämmer. I korthet vill vi dock gå igenom varför vi inte tror att dessa variabler är relevanta i vår analys.

Vi är intresserade av hur entreprenörer ser på exit givet att företaget går bra i förhållande till entreprenörens individuella ambitioner. Då denna undersökning alltså placerar varje entreprenör i ett specifikt scenario baserat på individuella mål och ambitioner bör varken det nuvarande tillståndet, eller hur sannolikt man tror det är att man uppnår sina mål, spela in på hur man ser på exit.

Detta medför att exempelvis nuvarande omsättning, vilket kan ses som en proxy för företagets storlek, inte bör spela in för hur entreprenören ser på exit, trots att företagets storlek i andra fall kan vara intressant när man talar om exit. Det är exempelvis känt att sannolikheten för att ett företag ska överleva ökar ju större företaget är (Geroski 1995). På samma gång menar Cefis et al. att sannolikheten att uppköp av ett företag sker minskar när storleken på det ökar (Cefis, Marsili 2011). Forskning finns dock även som tyder på det motsatta, DeTienne menar att när ett företag växer i storlek och utvecklar legitimitet blir exitalternativen för entreprenören fler. Växande företag är attraktiva för affärsänglar, riskkapitalister och börsintroduktioner. (DeTienne 2010) Alla dessa studier handlar dock om kopplingen till exitmöjligheter eller att exit verkligen sker, vilket bör skiljas från entreprenörens inställning till exit.

Ett liknande resonemang kan föras om kön. Ett flertal studier (Wennberg et al. 2010) pekar på att kön påverkar hur entreprenörer ser på sina framtidsutsikter och möjligheter, och att detta därför kan ha en inverkan på i vilken utsträckning de gör exit. Detta blir dock mindre relevant när vi vill analysera hur entreprenörer ser på exit, givet att företaget går så bra som de önskar. Eftersom vi formulerar frågan så att den inte innefattar hur man ser på sina möjligheter att lyckas bör denna koppling mellan kön och exit inte finnas.

Gällande företagets ålder finns en tydlig koppling till faktisk exit, men ingenting tyder på att detta skulle ha en koppling till synen på exit. Som nämnt ovan menar Geroski att sannolikheten för ett företag att överleva ökar ju äldre företaget blir (Geroski 1995). Detta resonemang ligger även i linje med Audretsch "Revolving door" metafor som säger att den största andelen av företag som gör exit är nystartade företag. Nya företag kommer in på marknaden för att relativt snabbt lämna densamma och detta pågår samtidigt som äldre och mer stabila företag stannar kvar och fortsätter bedriva affärsverksamhet. (Audretsch 1995) Tidigare studier vi hittat säger dock ingenting om att detta skulle påverka de enskilda entreprenörernas inställning till exit givet att företaget går bra i förhållande till ambitionerna. I denna uppsats har dessutom undersökningsunderlaget begränsats till entreprenörer som driver företag som är maximalt sex år gamla. Detta innebär att variabeln ålder på företag blir begränsad, och sålunda bör ha mindre betydelse.

Det är även svårt att finna stöd huruvida personens ålder spelar någon roll. En syn som presenteras i vissa artiklar är att åldern kan ses som en proxy för ackumulerad livserfarenhet, dvs. ju äldre man är ju mer livserfarenhet har man samlat på sig (Ucbasaran, Wright & Westhead 2003). Vidare säger vissa att på samma gång som livserfarenhet ökar, minskar risktolerans (Hallahan, Faff & McKenzie 2003) och att tillväxtintentionerna med tiden blir lägre (Busenitz, Lau 2001). Mot bakgrund av bland annat detta menar DeTienne och Cardon att en person tack vare ökad livserfarenhet känner till fler möjliga exitvägar, men samtidigt blir mindre benägen att söka efter exitstrategier som baseras på tillväxt eller hög avkastning, samtidigt som exempelvis att lämna företaget vidare till nästa generation blir mer sannolikt (DeTienne, Cardon 2010). En mer grundläggande ekonomisk teori presenteras av (Becker 1965) som utgår från tidsallokering och menar att alternativkostnaden ökar ju äldre man blir, detta då en mindre del av livet återstår. Detta resonemang liknar det som Lévesque och Minniti för som innebär att det diskonterade framtida kassaflödet från ett framgångsrikt företag jämfört med att sälja det innebär att, ceteris paribus, äldre entreprenörer sätter ett lägre diskonterat framtida kassaflöde och därmed bör begära mindre betalt vid en försäljning av sitt företag (Lévesque, Minniti 2006). Sålunda förändras kanske vilken typ av exit man fokuserar på eller är intresserad av, men därmed inte sagt att synen på exit sammantaget förändras.

Ett skäl att inkludera personens ålder som kontrollvariabel är dock att vårt urval med största sannolikhet är skevt. Då vi valt att vända oss till inkubatorer med koppling till universitet och akademiska studier, och begränsat oss till unga företag, torde respondenternas ålder bli snedvriden åt det yngre hållet. För att försäkra oss om att denna skeva fördelning inte inverkar på resultaten tas därför ålder med i analysen. Då vi inte tror att ovan nämnda variabler har inverkan på exitintentioner följer den naturliga frågan; Vilka andra faktorer kan påverka exitintentioner om de demografiska variablerna inte gör det?

2.4.2 Entreprenörers drivkrafter

Som inledningsvis nämnts är det tänkbart att inställningen till exit skiljer sig beroende på vad som driver den enskilde entreprenören, och detta är även något som i förbigående nämns i delar av litteraturen (DeTienne, Cardon 2010). Det har visat sig att mängden tidigare forskning på detta område är relativt sparsam. Vår studie är därför något explorativ till sin karaktär då riktade och väl underbyggda hypoteser är svåra att ställa. Varför blir man då entreprenör, och hur kan detta kopplas till inställningen till exit?

Shane et al. menar att entreprenöriell framgång beror på människors vilja att bli entreprenörer.

Entreprenörskap är en evolutionär process och det är motiv som bestämmer vilka vägar entreprenörer tar längs med vägen. Det är alltså inte bara motiv och beslut vid starten av entreprenörskapet som spelar in,

utan Shane et al. argumenterar att motiv och beslut längs med vägen kan urskilja vilka som blir framgångsrika entreprenörer och vilka som misslyckas. (Shane, Locke & Collins 2003)

Tidigare forskning har visat att drivkraften att bli entreprenör varierar mellan olika personer, och ett flertal studier har gjorts för att försöka klargöra vilka dessa drivkrafter är (Carter et al. 2003, Segal, Borgia & Schoenfeld 2005). Carter et. al. går i en artikel igenom en stor mängd tidigare forskning om vilka drivkrafter som ligger bakom valet att bli entreprenör, och hittar fem mer eller mindre återkommande skäl som entreprenörer ansett viktiga. De fem drivkrafterna är: Innovation, att vara oberoende av andra, att erhålla erkännande, att driva familjetradition vidare eller följa i en förebilds fotspår och finansiell framgång. Därefter, baserat på tidigare forskning om skillnaden mellan mäns och kvinnors karriärval har självförverkligande presenterats som en sjätte drivkraft. (Carter et al. 2003)

Studierna om drivkrafterna till att bli entreprenör är dock inte oemotsagd. Viss kritik riktas exempelvis från Shane et al. mot den befintliga forskningen om entreprenöriell motivation. Man menar att alltför stort fokus läggs på att försöka förklara skillnader mellan entreprenörer, chefer och andra individer genom att titta på drivkrafter och att detta görs ur ett statistiskt perspektiv. Detta innebär bland annat att man måste anta att en viss drivkraft finns med hos entreprenörer i hela den entreprenöriella processen och att denna inte ändras under tiden. Då entreprenörskap är en föränderlig process bör ett sådant antagande vara svårmotiverat. (Shane, Locke & Collins 2003)

Även Carter et.al. kritiserar möjligheten att göra en distinktion mellan entreprenörer och icke entreprenörer (Carter et al. 2003). I Carter et al.s studie jämförde man nyblivna entreprenörer och icke entreprenörers syn på olika drivkrafter som har med uppstart av företag att göra. Resultatet visade att entreprenörer både är lika men även olika icke entreprenörer. Det som framförallt betonades var att i fyra av de sex drivkrafterna; att vara oberoende av andra, finansiell framgång, självförverkligande och innovation, var entreprenörer och icke entreprenörer lika varandra. Det var dessutom dessa drivkrafter som ansågs viktigast, både av entreprenörer och icke-entreprenörer. I de andra två drivkrafterna fann man istället olikheter, icke entreprenörerna graderade dessa två lägre utifrån sitt karriärsväl. Slutsatsen som Carter et al. gjorde var att skillnaden mellan entreprenörers intentioner till att bli just entreprenörer och icke entreprenörers drivkrafter till sina karriärsväl endast skiljer sig marginellt åt. (Carter et al. 2003)

”De karriärskäl nyblivna entreprenörer hade var mer lika vanliga individers karriärskäl vid val av arbetsgivare än de var olika.”

(Carter et al. 2003, s. 35, författarnas översättning)

Forskningen är inte enhetlig kring varför individer blir entreprenörer, något som torde vara väntat då entreprenörer är en heterogen grupp där gemensamma drag är svåra att finna. Trots att forskning ökat dramatiskt om entreprenörskap på senare tid är det endast i få frågor som konsensus har nåtts bland forskare inom området. (Davidsson 2007) Att med säkerhet säga varför entreprenörer väljer att bli entreprenörer, och huruvida det skiljer sig från andra karriärval tycks alltså vara mycket svårt.

Vidare har ingen tidigare forskning, så vitt vi vet, undersökt huruvida en koppling finns mellan entreprenörers drivkrafter och deras syn på exit. Detta medför att det är relativt svårt att ställa hypoteser om huruvida en sådan koppling existerar, och hur den i så fall ser ut. Vissa paralleller kan dock dras till andra resonemang inom litteraturen. Nedan går vi igenom var och en av de sex nämnda drivkrafterna och hur de kan tänkas påverka inställningen till exit. Dessa är valda i enlighet med den sammanfattning som gjordes av Carter et al.

2.4.2.1 Innovation

DeTienne och Cardon använder sig av ”threshold theory” som ett förklaringsvertyg till hur entreprenörers exitintentioner formas. Ett exempel på detta är att entreprenörer kan avvakta med att starta ett företag innan man nått en viss minimumtröskel som möjliggör ett företagande med hög grad av innovation. (DeTienne, Cardon 2010) Är entreprenörens huvudintention att kunna bedriva en innovativ verksamhet kan alltså uppstarten fördröjas om man resonerar ur ett ”threshold” perspektiv. Med avstamp i detta kan man tänka sig två potentiella aspekter gällande innovation som drivkraft för entreprenörens exitintentioner. Dels kan entreprenören tänkas vara intresserad av att starta nya företag ofta där utrymmet för innovation kan tänkas vara större än för ett etablerat företag. I ett sådant fall handlar det om innovation i betydelsen att starta nya verksamheter och få dem att fungera. Om så är fallet bör entreprenören ha ambitioner att efter en tid lämna företaget och gå vidare till ett nytt projekt. Å andra sidan kan entreprenören vilja stanna kvar länge i det startade företaget om utrymme finns inom företaget för innovation vid exempelvis produktutveckling. Det skulle i så fall kunna ha en motsatt effekt på exitintentionerna. Här finns alltså två motsatta resonemang om hur innovation som drivkraft påverkar inställningen till exit.

2.4.2.2 Oberoende

De entreprenörer som ser oberoende och självständighet som en viktig drivkraft kan rimligtvis tänkas vara negativa till att arbeta åt någon annan. Ronstadt skriver exempelvis angående hur entreprenörer ser på att vara anställda istället: ”*Det återkommande svaret antyder att de skulle föredra någon mild form av harakiri.*” (Ronstadt 1986, s. 324, författarnas översättning)

Att göra exit säger dock i sig ingenting om vad entreprenören ska göra därefter. Det är fullt möjligt att tänka sig att en entreprenör efter en exit kan starta ett nytt företag, och så har ofta visat sig vara fallet (Stam, Audretsch & Meijaard 2008). För de entreprenörer som tänker sig denna utväg bör alltså det faktum att man ser oberoende som en viktig drivkraft inte ha någon inverkan på inställningen till exit. För de entreprenörer som inte tänker sig ett nytt företag efter en exit, och samtidigt anser att oberoende är viktigt, bör istället inställningen till exit vara negativ. Då vi inte undersöker vad entreprenörerna tänker sig ska ske efter en exit bör den sammantagna effekten sålunda vara att entreprenörer som har oberoende som en stark drivkraft i högre utsträckning är negativa till exit.

2.4.2.3 Erkännande

Erkännande handlar om att få respekt, status och erkännande från familj, vänner och andra i ens omgivning genom sitt entreprenörskap. Om en entreprenör anger detta som en viktig drivkraft är det därför möjligt att denne är mindre benägen att göra exit och på så vis mista detta erkännande. Man kan dock även tänka sig att det är just rollen som entreprenör, snarare än det specifika företaget som ger detta erkännande, vilket skulle kunna leda till en positiv inställning till exit, givet att man fortsätter att vara entreprenör. I linje med resonemanget ovan om oberoende så bör dock den sammantagna effekten, om någon, vara negativ.

2.4.2.4 Roller, familjetraditioner

Hmieleski och Corbett har undersökt hur skillnader i individers personlighet, motivation, kognitiva egenskaper och förebilder påverkar benägenhet till improvisation inom entreprenörskap. Undersökningen kom bland annat fram till att just entreprenörers olika förebilder och förhållande bidrar till entreprenörers individuella drivkrafter. (Hmieleski, Corbett 2006)

Aldrich et al. har undersökt om föräldrar som driver egna företag i någon mån kan påverka sina barns intentioner och på detta sätt öka sannolikheten för att barnen också blir entreprenörer. Detta menar

Aldrich et al. är ett typiskt exempel på förebilder och att barnen i sådana fall följer i föräldrarnas spår att bli egna företagare. Man menar att det inte alls är orimligt att föräldrar som är entreprenörer agerar förebilder och förbättrar barnens entreprenöriella intentioner. (Aldrich, Ruef & Lounsbury 2007) Detta stärks även av Stam et al. som menar att individer med föräldrar som är entreprenörer är mindre benägna att ge upp sina entreprenöriella intentioner och ansträngningar. (Stam, Thurik & van der Zwany 2010) Detta menar vi även i viss mån kan påverka entreprenörers exitintentioner; om det finns en mindre benägenhet att dessa individer ger upp kan det då tänkas att de är mer benägna att driva sitt företag vidare, förutsatt att detta är i linje med deras ambitioner.

2.4.2.5 Finansiell framgång

Ofta jämförs exit-processen med en investerares beslut att sälja en aktie som handlas på börsen. Liksom en aktie kan ge avkastning i form av utdelning över tid så kan ett företag ge entreprenören avkastning i form av både lön och aktieutdelning under tiden entreprenören är kvar i företaget. Det är dock först när aktien eller företaget säljs som hela dess värde realiserar. (DeTienne 2010, Wennberg et al. 2010) Med hänvisning till detta är det tänkbart att en person som anger att finansiell avkastning är en viktig drivkraft i högre grad är beredd att göra exit än någon som anser att detta är mindre viktigt, särskilt då vår fråga fokuserar på exit i ett läge då företaget går bra i förhållande till entreprenörens förväntningar.

2.4.2.6 Självförverkligande

Denna drivkraft handlar om att utveckla sig själv och nå sin fulla potential. Detta är givetvis individuellt, och entreprenörskapet kan tänkas vara antingen ett steg på vägen i denna process eller det slutgiltiga målet för individen. Vi tror därför att självförverkligande inte har någon tydlig påverkan på inställningen till exit.

Xu och Ruef utmanar den strikt ekonomiska synen på entreprenörers drivkrafter och menar att entreprenörer är mer riskaversa än snittbefolkningen när det kommer till att uppnå ekonomiska mål. Detta menar man beror på att drivkrafterna till att bli entreprenörer i huvudsak är icke finansiella och att ekonomiska resultat spelar mindre roll. Baserat på sociologi och psykologi delar Xu och Ruef upp dessa icke finansiella motivationsfaktorer i två grupper; autonomi och självuppfyllande. I sin empiriska undersökning har man lyckats visa att dessa två faktorer spelar större roll än finansiella faktorer. (Xu, Ruef 2004)

Baserat på detta menar Xu och Ruef att ett begränsat risktagande krävs för att kunna uppnå dessa icke finansiella mål. Så länge verksamheten går runt har entreprenören stor möjlighet att se till att självförverkligande och autonomi uppnås. Om för stora risker tas riskerar entreprenören att misslyckas med sitt företag och därmed även gå miste om möjligheterna till att uppfylla de icke finansiella målen. Det är då inte heller säkert att entreprenören har de ekonomiska medel som krävs för att kunna starta ett nytt företag för att återigen sträva mot sina mål. Därför menar Xu och Ruef att om de icke finansiella målen är dominerande, kommer entreprenören att vara än mer riskavers. Det är rimligt att tro att detta förhållningssätt till icke finansiella mål även påverkar exitintentioner. (Xu, Ruef 2004) Om entreprenören inte har möjlighet att driva sitt företag vidare, antingen beroende på likvidation eller av exit, minskar möjligheterna till uppfyllelse av entreprenörens intentioner. Alltså borde en entreprenör som strävar efter självuppfyllelse i sitt entreprenörskap vara mindre intresserad av att göra exit.

2.4.2.7 Ägande

Som tidigare nämnts startas inte alla företag av en ensam entreprenör, utan i många fall är det en grupp av människor som gör det tillsammans, med delat ägande. DeTienne skiljer på två typer av ägande, ägande av aktiekapital och psykologiskt ägande av företaget. Vidare argumenteras det i samma artikel för att båda typerna av ägande är viktiga i flera delar av en entreprenöriell exit, inte minst när det gäller huruvida man överväger en exit och utformar en exitstrategi. Framförallt argumenteras för att en ensam majoritetsägare har mindre press på sig att utveckla en exit-strategi än en minoritetsägare där ofta externa riskkapitalister förekommer som ägare också, samt att exit kan vara ett mer tilltalande alternativ om det psykologiska ägandet är lågt och man ännu inte gjort stora icke-finansiella investeringar. (DeTienne 2010)

Ägande av aktiekapital kräver ingen vidare förklaring, men den andra formen av ägande, den psykologiska delen, bör förklaras närmare. Psykologiskt ägande handlar om ett sinnestillstånd där en person känner att de besitter ett särskilt objekt som därmed blir en förlängning av personens jag eller identitet (Pierce, Kostova & Dirks 2001, Wagner, Parker & Christiansen 2003). Denna typ av psykologiskt band till ett företag kan enligt DeTienne vara väldigt starkt, oavsett om en persons ägarandel i form av aktiekapital är relativt liten. Vidare menar samma författare med stöd av tidigare forskning att det psykologiska ägandet blir kraftfullare beroende på tre faktorer; kontroll av företaget, djup kunskap om företaget samt hur mycket tid, energi och arbete som investerats i företaget. Den första faktorn, kontroll över företaget har en tydlig koppling till ägarandelen av aktiekapitalet. En minoritetsägare har per definition inte fria händer att styra sitt företag, utan är beroende av andra ägares samtycke. Vidare argumenterar DeTienne för att de andra två faktorerna, kunskap och icke-finansiella investeringar ökar

med tiden, och sålunda bör båda dessa vara relativt låga i ett tidigt skede av företagets liv. (DeTienne 2010)

Ägandet av aktiekapital är relativt lätt att undersöka i en enkät, medan psykologiskt ägande är svårare. Givet vad som sagts ovan bör vi dock kunna anta att det psykologiska ägandet inom de företag vi studerar är relativt lika gällande de två senare faktorerna, kunskap och icke-finansiella investeringar, då alla företagen är i en relativt tidig fas. Ägande av aktiekapital kan dock skilja sig, och har dessutom som nämnts ovan en direkt koppling till psykologiskt ägande. Alltså bör minoritetsägare även ha en lägre grad av psykologiskt ägande, och därför i högre utsträckning vara positiva till, eller ha övervägt att göra exit.

3. Metod

3.1 Val av metod

Studien bygger på en kvantitativ stickprovsundersökning med hjälp av en enkätstudie bland respondenter avgränsade enligt ovan. Enligt Andersen är en enkätstudie ett bra verktyg för att finna sannolika orsakssamband, men inte att testa dessa samband (Andersen 1998, s. 125). Metodvalet bygger på flera implikationer, men i grunden handlar det om hur man på bästa sätt förhåller sig till en så pass heterogen grupp som entreprenörer faktiskt är (Davidsson 2007). Den heterogena gruppen kräver ett större undersökningsunderlag för att få en representativ undersökning. Det hade varit svårt att hinna undersöka ett representativt underlag om uppsatsen byggts på en kvalitativ studie. Andersen nämner att undersökningsdesignens utformning till stor del beror på projektets resurser, något som blir tydligt här (Andersen 1998, s. 121). Det finns även risk att undersökningen gett ett skevt resultat om urvalet varit mindre, detta är ytterligare en konsekvens av olikheter inom gruppen av entreprenörer. Genom denna metod tror vi att resultatet som presenteras är applicerbart i en större utsträckning än om urvalet varit mindre.

Undersökningen ger en statisk ögonblicksbild av när respondenterna svarade på vår enkät. Som tidigare nämnt är entreprenörskap en process (Shane, Locke & Collins 2003) vilket gör att den optimala undersökningsmetoden hade varit att följa respondenter under en längre tid för att få en mer dynamisk undersökning. Detta ligger dock utanför den möjliga tidsramen för denna kandidatuppsats.

Urvalet i vår undersökning är inte baserat på ett rent slumpmässigt urval utan beror på tillgång till e-postadresser, tillgång till företag och i vilken utsträckning de tillfrågade velat svara på enkäten. Med detta följer givetvis en risk för att urvalet inte är representativt, men då vi lyckats kontakta de flesta företagen vid inkubatorerna och fått en relativt hög svarsfrekvens, bör risken för detta vara minimerad.

Insamling av information från de företag som inte svarade på vår enkät skedde genom databaserna Retriever och Affärsdata. Informationen användes för att bedöma om vårt bortfall var systematiskt.

Insamling av forskningslitteratur har främst skett via databaser som Scopus och Google Scholar samt sökfunktionen för journaler i Handelshögskolans bibliotek. Litteraturen består till största del av akademiska artiklar, då böcker inom området i stort sett saknas.

3.2 Val av respondenter

Enligt Wikipedia har en inkubator följande syfte: *”En inkubators främsta uppgift är att förenkla affärsklimatet i landet och främja entreprenöriella handlingar. Inkubatorer är ofta sammankopplade med universitet men finns även utanför universitetssfären.”* (Wikipedia 2012b)

Företag ansöker om hjälp och stöd hos inkubatorer och det är sedan upp till inkubatorn att bedöma om företaget har potential eller inte. Om företaget blir antaget brukar inkubatorn bistå med all tänkbar hjälp som att tillhandahålla inventarier, kontorsplats och rådgivning. Ofta sätter inkubatorn upp delmål som företagen måste uppfylla för att få stanna kvar. Tiden hos inkubatorn är begränsad, antingen finns en bestämd period som man kan få hjälp eller så lämnar företagen inkubatorn när de anses redo att klara sig på egen hand. (Wikipedia 2012b)

Vi valde att vända oss till inkubatorer med anknytning till högre lärosäten i Sverige, detta med anledning av den definition av entreprenörskap vi formulerat. Vi vill som sagt fokusera på entreprenörer som väljer att starta nya företag för att exploatera idéer om nya affärssatsningar vilka baseras på en affärsidé eller identifierad möjlighet, snarare än brist på andra alternativ, och företag inom inkubatorer anser vi ligga närmare denna definition av flera skäl. För det första ställs vissa krav från en inkubators sida för att ett företag ska bli accepterat, ofta i termer av innovation, hängivenhet och skalbarhet. Detta tror vi alltså bidrar till att sortera bort rena ”levebrödsföretag”. Som exempel visas kvalifikationskraven för att komma med i UIC Business Lab:

UIC Business Lab

- Kvalifikationskrav

- Stort engagemang och drivkraft
- Kommersialiserbar idé
- Produkten/tjänsten bedöms ha stor marknadspotential och kan utgöra grunden för ett företag med stora tillväxtmöjligheter (ej levebrödsföretag)
- Gärna ett team
- Innovationshöjd (unicitet)
- Möjlighet till patent, produktskydd eller mycket specifik marknadspotential

Figur 4. Kvalifikationkrav, Uppsala Innovation Center (Uppsala Innovation Center 2012)

För det andra tror vi att en hög utbildningsnivå i högre utsträckning gör att valet att starta ett företag är ett aktivt val snarare än en brist på alternativ, vilket anknyter till resonemanget om pull- och pushentreprenörer ovan.

3.3 Enkäten

3.3.1 Utformning av enkäten

Denna uppsats har den individuella entreprenören som fokus, inte företaget eller näringsliv som mycket av tidigare forskning fokuserat på (Bowman, Singh 1993). Detta individfokus ger möjlighet att studera hur, varför och när exitintentioner och beslut tas (DeTienne 2010).

Då vi valde att göra en webb-baserad enkät och ville ha hög svarsfrekvens var det av stor vikt att hålla enkäten så kort som möjligt genom att ha få och koncisa frågor, utan att begränsa mängden information allt för mycket. Denna balansgång resulterade i en enkät bestående av 12 frågor. I vissa fall hade vi kunnat få ut mer information om vi inkluderat fler frågor, men valde att undvika detta då risken för en lägre svarsfrekvens ansågs överväga. Formuleringen av vissa av frågorna var väsentlig och beskrivs därför närmare i appendix.

De frågor som enkäten innehöll byggde i största möjliga mån på mått och frågor som används i tidigare forskning. Exempelvis hämtades de sex drivkrafter och beskrivningen av dessa från Carter et.al., som i sin tur baserade dessa på en rad tidigare studier (Carter et al. 2003). De övriga frågorna baserades som

nämnts på ett beskrivet scenario, vilket anknyter till såväl Ajzen som Fitzimmons & Douglas (Ajzen 1987, Fitzsimmons, Douglas 2011). Övriga frågor ställdes så raka och tydliga som möjligt.

3.3.2 Testning av enkäten

När enkäten var färdigställd kontaktades SSE Business Lab vid Handelshögskolan i Stockholm, med en förfrågan om att få genomföra en pilotstudie på de entreprenörer som driver företag inom denna inkubator för tillfället. Kort därefter genomförde vi nio strukturerade intervjuer med företag på SSE Business Lab, varje intervju tog ca 15 minuter.

Inga väsentliga ändringar behövde göras i enkäten varför de nio respondenterna i pilotstudien kunde inkluderas i den slutliga enkätundersökningen. Syftet med pilotstudien var att kunna göra justeringar i enkäten innan den skickades ut till huvudrespondenterna och därmed undvika oklarheter och fel. Den feedback vi fick i de strukturerade intervjuerna bidrog till att ytterligare finslipa ett fåtal formuleringar i enkäten, men överlag fungerade den bra och frågorna missförstods inte. Vår ambition innan pilotundersökningen var att enkäten skulle ta ca 5 minuter att fylla i, vilket bekräftades under pilotstudien.

3.3.3 Distribution av enkäten

Enkäten distribuerades till företag vid 18 inkubatorer i anslutning till högre lärosäten i Sverige. En redovisning av dessa inkubatorer återfinns i appendix. Av dessa ville fem inkubatorer själva distribuera sina enkäter. Till de övriga 13 samlade vi in adressuppgifter till entreprenörer som var aktiva inom inkubatorn. Totalt distribuerades enkäten till via en länk i epost 418 personer.

I det e-postmeddelande som innehöll länken till enkäten fanns även en kortare förklaring av studiens syfte och vem den riktade sig till, dvs. grundare och/eller ägare av företaget. Detta för att säkerställa att enkäten nådde och fylldes i enbart av de personer vi sökte.

Enkäten var öppen för respondenter att fylla i under 14 dagar. Efter sju dagar skickades en första påminnelse ut per epost till de som ännu inte besvarat enkäten, och efter 10 dagar skickades en andra påminnelse ut till de som ännu ej besvarat enkäten eller hört av sig och angett skäl till varför de ej kunde besvara den. På grund av studiens ringa omfattning och den relativt goda svarsfrekvensen efter dessa påminnelser gjordes ingen annan uppföljning så som telefonsamtal eller brev till de som valde att inte fylla i enkäten.

3.4 Kompletterande intervjuer

För att bidra till en djupare förståelse och intressantare diskussion av de resultat som framkommit gjordes avslutningsvis åtta telefonintervjuer med personer som tidigare besvarat enkäten.

3.5 Metodens begränsningar

Den främsta begränsningen som följer av metodvalet är mängden information som kan samlas in. Fler frågor, eller frågor med öppnare svarsalternativ hade kunnat bidra till mer detaljerad information. En kvantitativ studie av denna typ begränsar vidare informationen genom de frågor som ställs och de svarsalternativ som finns. Sålunda finns en risk att de frågor vi ställer saknar svarsalternativ som hade kunnat vara relevanta, eller att frågorna i kombination med de svarsalternativ som finns blir ledande. Detta var dock ingenting vi kunde se vid de strukturerade intervjuer vi genomförde för att testa enkäten.

3.6 Alternativ som övervägts

3.6.1 Alternativa metoder

En kvalitativ studie bestående av intervjuer övervägdes. Denna typ av studie hade kunnat ge ett mer nyanserat underlag för vår analys då följdfrågor och mer utvecklade svar hade varit möjligt. För oss var dock detta alternativ mindre intressant då vi hade en begränsad tid för vår studie, och en kvalitativ studie hade behövt innefatta ett väldigt stort antal intervjuer.

I viss mån kan de telefonintervjuer vi gjorde avslutningsvis bidra till att fylla denna lucka, men då urvalet är väldigt litet väljer vi att inte dra några slutsatser utifrån dessa intervjuer, utan endast använda dem för att belysa och illustrera resultat som uppkommit i enkätstudien.

Även andra sätt att utforma och distribuera enkäten övervägdes. Att genomföra studien via strukturerade telefonintervjuer var ett alternativ, men valdes bort på grund av den begränsade tiden för datainsamling. Att istället distribuera enkäten via brev ansåg vi skulle ställa högre krav på respondenterna då detta även

kräver att de skickar tillbaka enkäten ifyllt, medan en webb-enkät bara kräver att man klickar sig fram vid sin dator.

3.6.2 Alternativa val av respondenter

Tidigare studier inom området använder sig ofta av databaser som inte gör någon skillnad på entreprenörer och andra företagare (Wennberg et al. 2010), vilket vi anser skulle vara problematiskt för oss, då det i dessa inte går att göra skillnad på huruvida företagen är startade i avsikt att exploatera idéer om nya affärssatsningar eller i brist på andra alternativ.

Detta är även anledningen till att vi inte letat efter nystartade företag i databaser från exempelvis Statistiska Centralbyrån (SCB) eller från Bolagsverket. Detta är ett alternativ att använda för att nå respondenter, men risken hade då troligtvis just varit att vi nått både ”pull” och ”push” entreprenörer, vilket vi ville undvika. Vi skulle även ha kunnat välja att vända oss till olika entreprenörsföreningar och tävlingar som exempelvis Young Entrepreneurs of Sweden (YEOS), Venture Cup eller Entrepreneur of the Year. Att vi valt att inte vända oss till dessa grupper beror på den uteblivna kontrollen av respondenters utbildningsnivåer samt att spridningen på åldersfördelningen på företagen lär vara större i sådana föreningar jämfört med inkubatorer.

4. Empiri & Analys

4.1 Datamängden

4.1.1 Svarsfrekvens

Totalt besvarade 257 personer enkäten. Bland de respondenter som inte besvarade vår enkät fanns 20 personer som besvarade förfrågan om medverkan med förklaringar till varför de inte ansåg sig vara del av vår målgrupp. Skälen var främst att bolaget inlett konkurs eller var del av en koncern. Bland övriga som inte besvarade enkäten fanns 29 personer i bolag som inlett konkurs eller var del av en koncern. Då dessa personer antingen redan har inlett en exit och/eller bolaget faller utanför vår begränsning till nya företag räknas dessa ej med i beräkningen av svarsfrekvens. Sålunda var svarsfrekvensen, borträknat dessa 49 fall, knappt 70 procent.

Bland de övriga 112 som valde att inte besvara vår enkät kunde vi via sekundärdata bekräfta att 98 av bolagen existerade och var registrerade, medan ingen information annat än en hemsida eller beskrivning på inkubatorernas hemsida fanns om de ytterligare 14. Detta kan dels bero på att bolaget inte är registrerat, eller att det är registrerat under ett annat namn och att information om detta saknas. Dessa 14 fall kunde därför inte användas vidare i analysen.

4.1.2 Kontroll av systematiskt bortfall

För att kontrollera huruvida de som inte besvarat enkäten skilde sig på ett systematiskt sätt från de som besvarat den valde vi att kontrollera detta på tre variabler. Resultatet av kontrollen var att vi fann systematisk skillnad gällande företagets ålder samt entreprenörers ålder. En utförlig beskrivning av detta test finns i appendix.

4.1.3 Utbildningsnivå

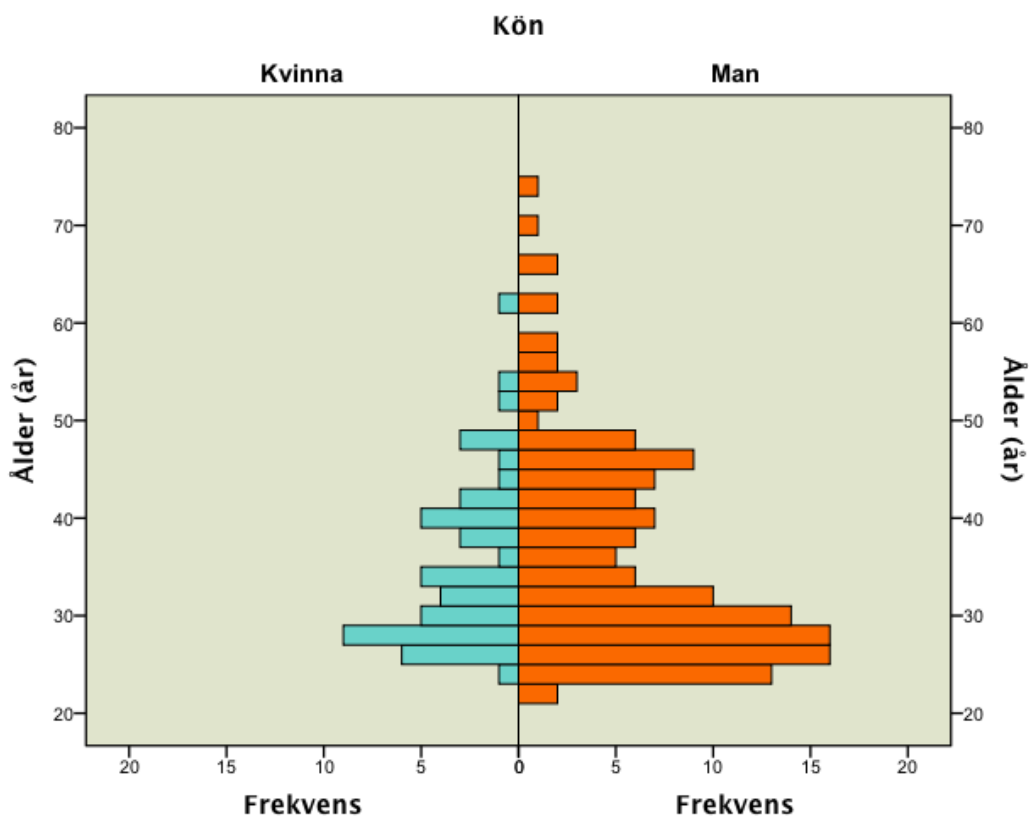
Då vi vill undersöka entreprenörer med akademisk bakgrund valde vi att bortse ifrån de 17 respondenter som har grundskola eller gymnasium som senast påbörjade utbildning.

4.1.4 Företagets ålder

Vi har även valt att begränsa vårt undersökningsområde på variabeln ålder på företaget. Vi har aktivt valt att titta på hur entreprenörer ser på exit i ett tidigt skede, medan de fortfarande håller på att bygga upp sin

verksamhet. Detta innebär att vi har valt att bortse från företag som är äldre än 6 år. Detta innebär att ytterligare 47 respondenter har sorterats bort. Slutligen återstod sålunda 193 respondenter i den grupp som utgjorde underlaget för analysen.

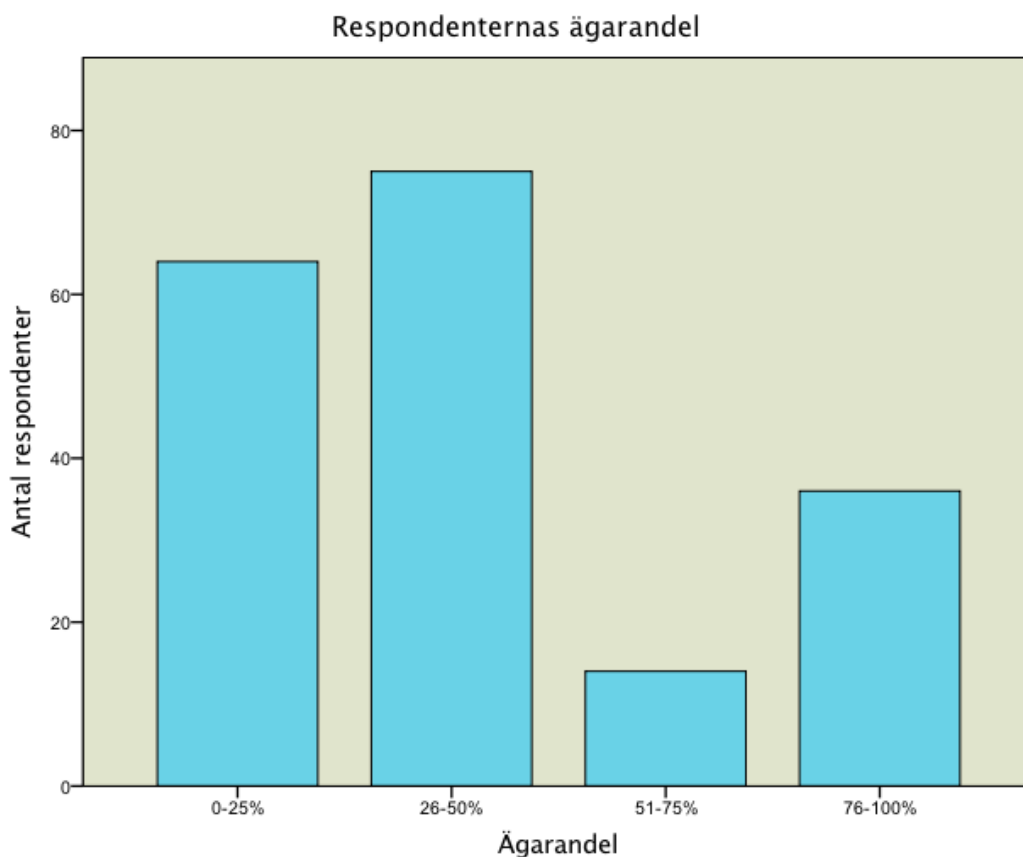
4.1.5 Deskriptiva data



Figur 5. Åldersfördelning

Respondenterna bestod av 73,5 procent män och 26,5 procent kvinnor, i åldrar mellan 22 och 74 år. En tydlig skevhet finns mot de lägre åldrarna, vilket troligtvis beror på att inkubatorerna är kopplade till högre lärosäten och sålunda till stor del består av studenter, samt att entreprenörerna är i uppstarten av sina företag.

På frågan om respondenternas senast påbörjade utbildningsnivå såg fördelningen ut enligt följande: 36 procent kandidatprogram, 41 procent masterprogram och 23 procent doktorandprogram.

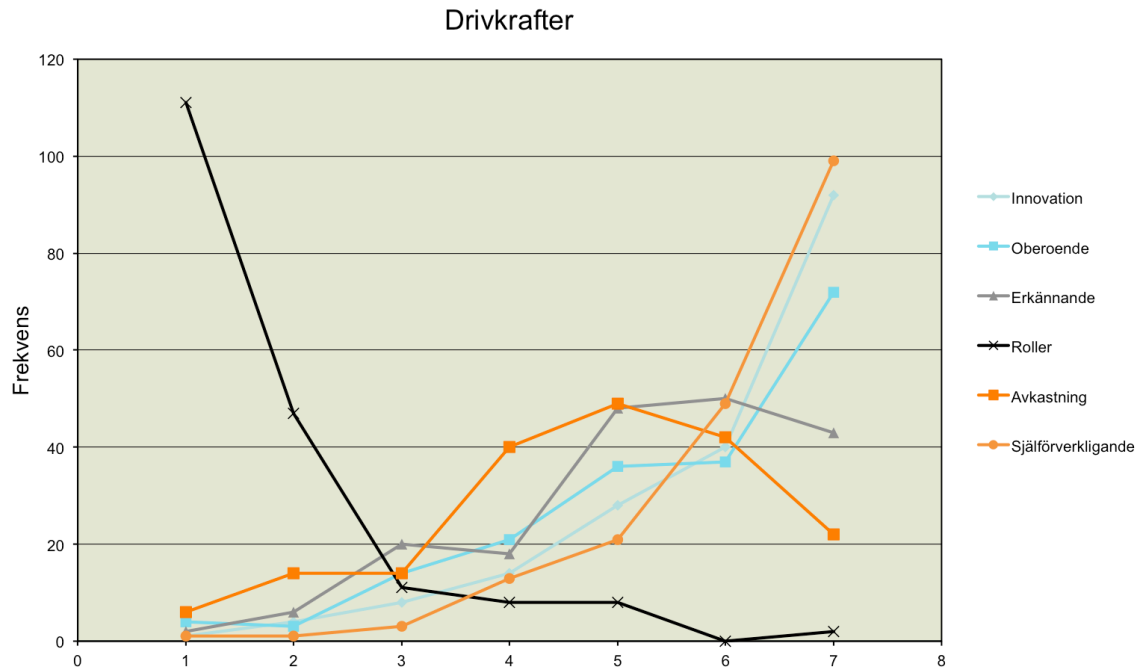


Figur 6. Ägarandel

Merparten av respondenterna i undersökningen var minoritetsägare i sina företag. Då vi i samband med distributionen av enkäten meddelade att vi vände oss till grundare av företaget kan detta alltså betyda två saker. För det första kan företaget ha grundats av en grupp människor tillsammans, vilket vi vet var fallet för ett antal företag, men inte den exakta omfattningen av detta. Det andra alternativet är att företaget har startats av en person som därefter har gjort sig av med en del av sitt ägande. Vid en genomgång av vissa av företagens hemsidor har vi dock inte kunnat se att så skulle vara fallet. De som inte var majoritetsägare tillfrågades även om företaget hade någon ägare med mer än 50 procent av aktierna. Så var fallet bland 19 procent av minoritetsägarna, medan 81 procent saknade en enskild majoritetsägare.

Företagen bakom respondenterna var generellt väldigt unga, merparten (63 %) registrerade under 2010 eller senare. I 75 procent av fallen hade arbetet med företaget börjat 2008 eller senare, även då arbete innan registreringsdatum inkluderades. Detta speglar väl vår ambition att undersöka entreprenörer som är i ett tidigt skede.

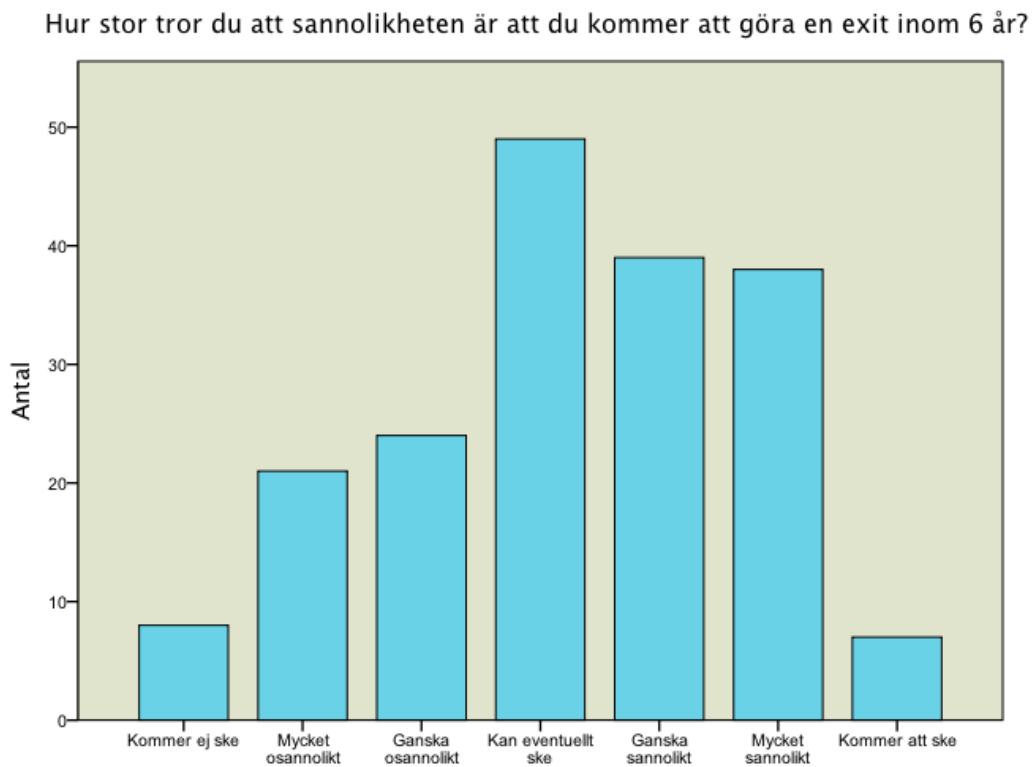
För att få en överblick över hur respondenterna svarade på frågan om de olika drivkrafterna redovisas resultaten i figur 7 nedan. Som synes var fördelningarna skeva för samtliga faktorer, och alla utom ”roller” och i viss mån ”finansiell avkastning” var generellt mycket högt värderade.



Figur 7. Drivkrafter

Ytterligare deskriptiva data i tabellform återfinns i appendix.

4.2 Tror entreprenörer att de kommer att göra exit?

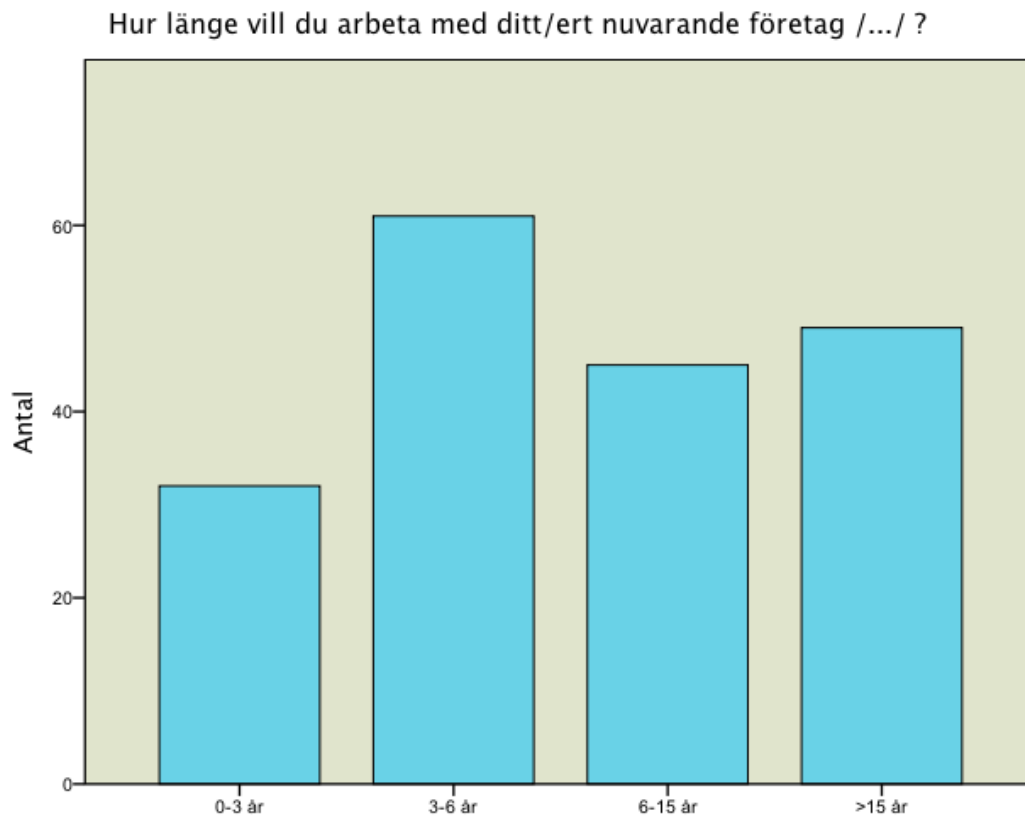


Figur 8. Upplevd möjlighet

Fördelningen av hur sannolikt respondenterna uppskattade att de kommer göra exit inom sex år var relativt jämn, med en liten övervikt mot en högre sannolikhet. 24 procent svarade att det var ”mycket sannolikt” eller ”kommer att ske”, medan bara 15 procent svarade att det var ”mycket osannolikt” eller ”kommer ej att ske”. Överlag tror alltså en relativ stor del av entreprenörerna att de kommer att göra exit inom sex år. Med hänvisning till vad som skrivits ovan om en tidigare syn på exit som ett misslyckande är detta intressant. Om denna uppfattning skulle stämma betyder detta alltså att en stor del av entreprenörerna tror att de kommer att misslyckas med sina företag. Som vi inledningsvis nämnde är dock denna syn kritiserad, och det blir därför intressant att titta på huruvida dessa entreprenörer vill göra exit eller inte.

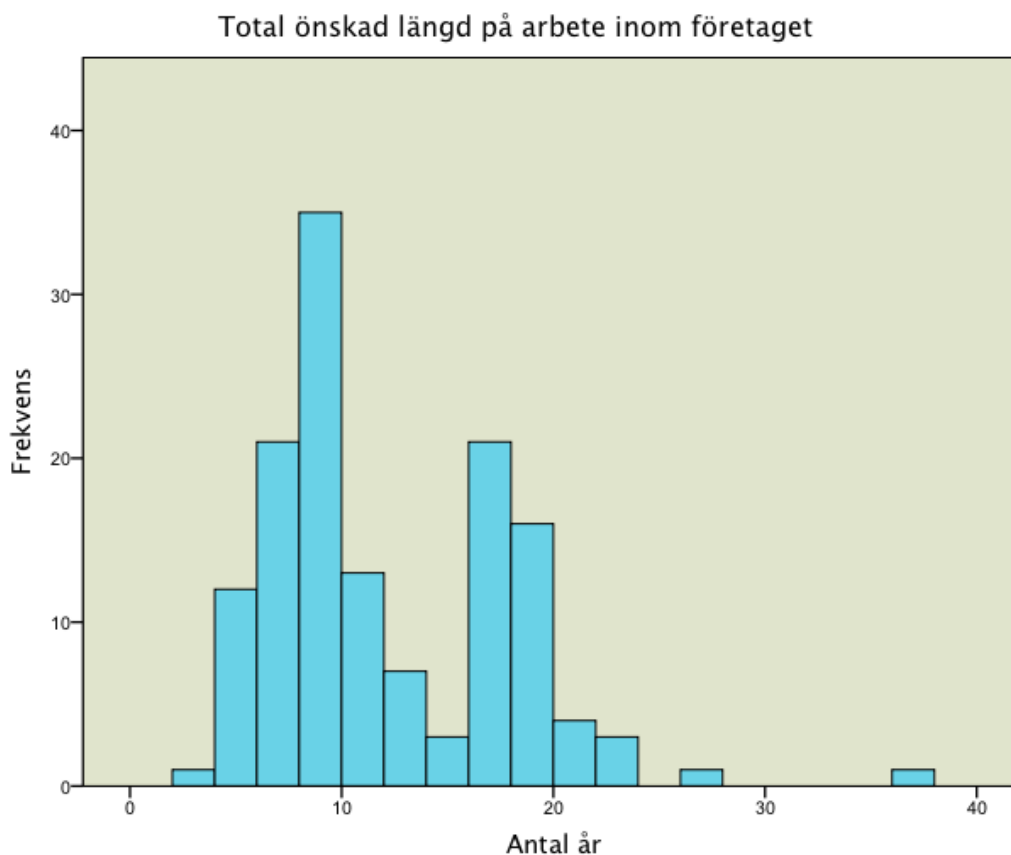
4.3 Vill entreprenörer göra exit?

På frågan om hur länge respondenterna ville fortsätta arbeta med sitt nuvarande företag var fördelningen inom de fyra möjliga svarsalternativen relativt jämn, med undantaget att det var färre som ville arbeta 0-3 år till inom företaget, se figur 9 nedan. Hälften (49,7 %) ville dock inte arbeta med sina företag längre än sex år framöver. Det faktum att en stor del av respondenterna inte vill arbeta med sina företag mer än sex år framöver, och inte heller tror att de kommer att göra det ger stöd åt de som menar att exit ibland kan vara en önskad utgång, och att begreppet ej bör förknippas med misslyckande.



Figur 9. Upplevd önskvärdhet

Bland de respondenter som svarade att de vill arbeta med sitt företag i högst 15 år till beräknades även hur lång tid de totalt önskar arbeta med sitt företag. Detta beräknades genom att addera hur länge de vill arbeta med sitt företag från och med nu med hur länge de redan arbetat med sitt företag, inräknat även den tid de arbetat med företaget innan registreringsdatum. Resultatet redovisas i figur 10 nedan.



Figur 10. Önskad längd

Merparten av respondenterna har alltså en önskad tid för att arbeta med det företag de startat som understiger tio år. Sålunda kan vi konstatera att entreprenörerna i de flesta fall inte ser de företag de håller på att starta som ett livslångt projekt, utan att en framtida exit i någon utsträckning eftersträvas.

4.4 Delsslutsats av entreprenörers inställning till exit

Hittills har vi kunnat konstatera att de entreprenörer som deltog i undersökningen i en relativt stor utsträckning tror att de kommer att göra exit inom 6 år. Vidare kan vi konstatera att detta även var önskvärt bland ungefär hälften av respondenterna, och att merparten inte önskar arbeta med sina företag i mer än 10 år. Exit är alltså, enligt våra respondenter, inte någonting oönskat, utan både önskvärt och troligt i många fall.

Synen på exit varierar dock kraftigt, och detta visade sig även i de intervjuer som vi genomförde. Delvis beror detta som synes på branschskillnader, vilket vi återkommer till i diskussionen. Exempelvis säger en av de intervjuade som driver ett läkemedelsföretag att:

”I de här bolagen så är det en nödvändighet med någon typ av exit eftersom det är så långa projektider och dyrt. Min generella inställning är att det är någonting som vi väver in i affärsplanen så att säga, något nödvändigt.”

Medan en annan entreprenör säger att:

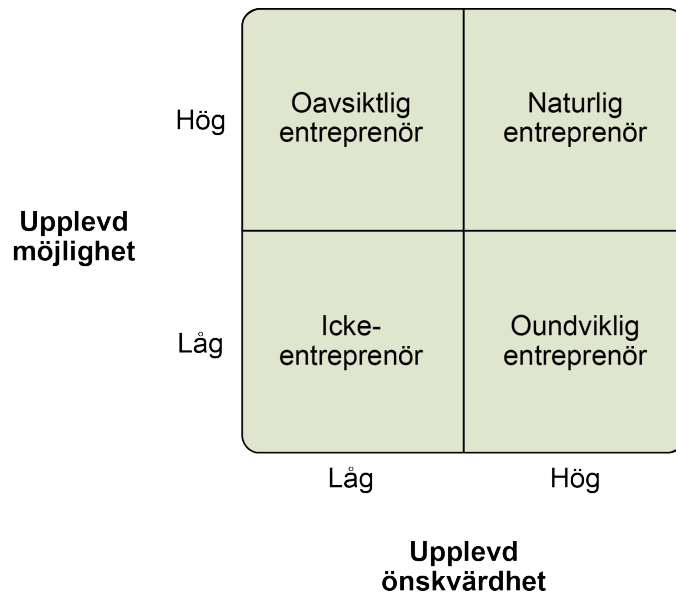
”Jag har dragit igång det här företaget för att dels så vill jag åstadkomma någonting, och sen för att skapa en inkomst åt mig själv framöver, och också för att skapa ett kul arbete åt mig själv. Om jag gör exit så tar jag bort det kul arbetstillfället jag har skapat.”

Det finns alltså ett stort antal entreprenörer som tror att de kommer att göra exit inom 6 år (hög upplevd möjlighet), och ett stort antal som vill göra exit inom 6 år (hög upplevd önskvärdhet). Frågan är då om dessa två delar sammanfaller, vilket för oss vidare till nästa del av analysen.

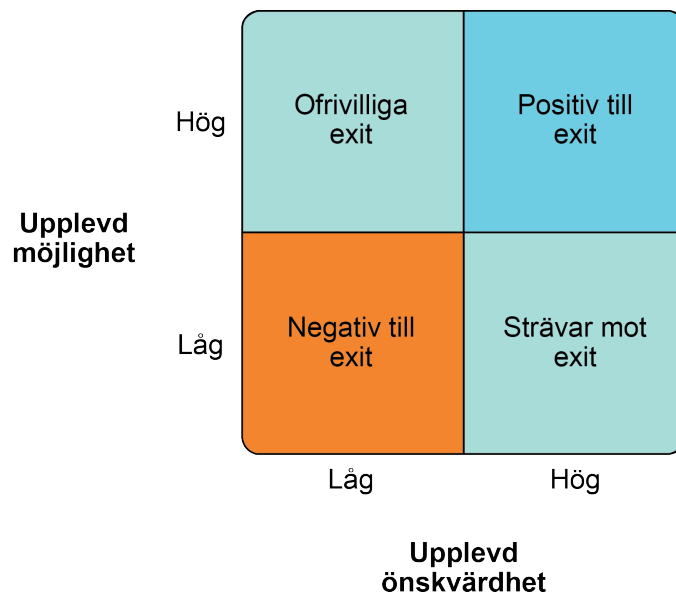
4.5 En multiplikativ modell

Fitzsimmons & Douglas använder sig av teorierna om entreprenöriella intentioner för att bygga en multiplikativ modell som kategoriserar entreprenörer i fyra grupper baserat på variablerna upplevd möjlighet och upplevd önskvärdhet, det vill säga vilka möjligheter personen upplever sig ha att bli entreprenör och hur gärna personen vill bli entreprenör. Denna modell bygger framförallt på en kvantitativ undersökning som genomfördes på 414 MBA-studenter i Australien, Kina, Indien och Thailand under 2003 och 2004. Det teoretiska bidraget från denna modell är en mer nyanserad förståelse för hur de båda variablerna kan samverka, och särskilt att intentionerna kan bli starka även om bara en av variablerna är starka. Denna modell visar sig fungera väl för att förutsäga i vilken utsträckning individer har intentioner att bli entreprenörer. Enligt Fitzsimmons & Douglas är modellen en bra utgångspunkt då man kan dela upp entreprenörer i kategorier och därefter göra jämförande analyser utifrån dessa grupper, för att exempelvis se vilka faktorer som påverkar vilken grupp en person hamnar i. Modellen fokuserar dock enbart på ett steg av den entreprenöriella processen, att starta ett företag. (Fitzsimmons, Douglas

2011) Vi menar att modellen med en liten modifikation även bör vara ett lämpligt verktyg för att klassificera entreprenörers exitintentioner. De två variabler som används är då istället om entreprenören vill göra exit, samt hur troligt entreprenören uppfattar att det är att han/hon kommer att göra exit. Den ursprungliga klassificeringen av Fitzsimmons & Douglas samt vår modifierade version presenteras i figur 11 och 12 nedan.



Figur 11. Fitzsimmons & Douglas modell



Figur 12. Klassificering av exitintentioner

För att klassificera entreprenörerna på detta sätt delade vi först och främst upp dem mellan de som vill arbeta med sitt företag i mindre än sex år framöver och de som vill arbeta med företaget längre än så (vågrät axel i figur 13). Vidare delade vi upp dem beroende på hur de svarat på frågan om hur troligt de anser det vara att de kommer att göra exit inom sex år (lodrät axel i figur 13). Denna fråga innehöll ett steg som inte går att klassificera som varken negativt eller positivt, varför vi valde att inte inkludera de som svarat ”kan eventuellt ske” i klassificeringen. Denna grupp bestod av 56 personer, av vilka 15 respondenter ville lämna företaget inom 6 år, och 41 respondenter inte ville det. Motiveringen till att vi valt bort dessa 56 respondenter grundar sig i att vi anser att det intressanta är att jämföra här är hur det förhåller sig mellan vad entreprenörer vill och tror om sitt entreprenörskap och exit. Att då ha med den parameter med 56 respondenter innebär att vi får ett förhållande där vi ser vad entreprenörer vill men inte vad de tror om sitt entreprenörskap. De 56 respondenter som valts bort kan tolkas som en ”vet ej” grupp och de bidrar ej till analysen. Den kvarvarande uppdelningen av respondenterna redovisas i figur 13.

| | | | |
|--|-----|---------------------------------------|---------------------------------------|
| | | Vill göra exit inom 6 år | |
| | | Nej | Ja |
| Tror att de kommer att göra exit inom 6 år | Ja | Ofrivilliga exit 18 st (13,1%) | Positiv till exit 66 st (48,2%) |
| | Nej | Negativ till exit 40 st (29,2%) | Strävar mot exit 13 st (9,2%) |

Figur 13. Fördelning av exitintentioner

Fitzimmons & Douglas har i sin modell fyra klassificeringar av entreprenöriella intentioner, vilka återfinns i figur 11 ovan. I vår föreslagna modifierade modell blir gruppen som inte vill göra exit men tror att det sker inom sex år en grupp av entreprenörer som tror att de kommer att göra en ”ofrivillig exit”. Entreprenörer som både tror att exit sker inom sex år och även vill att detta ska ske är en grupp som är ”positiva till exit”. De entreprenörer som vill göra exit inom sex år men inte tror att detta kommer att ske är en grupp som ”strävar mot exit”. Den sista gruppen är de entreprenörer som inte vill eller tror att de gör exit inom sex år, dessa kallas ”negativa till exit”.

Fitzsimmons & Douglas menar vidare att tre av grupperna i deras modell är olika typer entreprenörer medan den sista gruppen, icke-entreprenörer, av naturliga skäl inte inkluderas. I vår fortsatta analys utifrån klassificeringen ovan gör vi samma typ av uppdelning, dvs. att vi räknar de tre grupperna av entreprenörer som vill göra exit, tror att de kommer att göra exit eller båda delarna som en grupp och jämför denna grupp mot de som är negativa till att göra exit. (Fitzsimmons, Douglas 2011) Alla inom denna stora grupp har i någon mån övervägt möjligheterna till att göra exit, och detta liknar den fråga som DeTienne och Cardon ställde i en av sina undersökningar: *”Har du övervägt en möjlig harvest- eller exitstrategi?”*. (DeTienne, Cardon 2010, s. 13, författarnas översättning) Dessa olika typer av entreprenörer har alla detta övervägande gemensamt, något som skiljer sig betydligt från den grupp av entreprenörer som varken vill eller tror att de kommer att göra exit. Fördelningen stämmer även bra överens med den studie av DeTienne och Cardon som kom fram till att 67 procent av deras respondenter hade någon typ av exitstrategi (DeTienne, Cardon 2010). I vår undersökning blir motsvarande siffra 71 procent.

4.6 Delslutsats utifrån vår modell

Av ovanstående analys kan vi konstatera att en majoritet av de entreprenörer som deltagit i undersökningen har övervägt exit på ett eller annat sätt. En stor del av dessa både tror att de kommer att göra exit, och vill göra det. Det finns dock även en grupp personer som antingen tror att de kommer att göra exit men inte önskar det, eller vill göra exit, men inte tror att det är möjligt. Ett citat från en entreprenör som hamnade i gruppen ”ofrivillig exit” kan bidra till en förståelse för varför:

”Jag har en liten, ännu så länge enskild firma, där jag har gjort [...] och baserat det på svenska traditioner. Det där kom jag på förra julen och det har gått superbra. Förut har jag vart lite sådär avigt inställd eller tänkt att jag kan nog växa dynamiskt och jag behöver inga pengar och sådär, men nu har jag precis kommit till den här punkten att jag måste ha ett aktiebolag och jag måste ha in externt kapital. Så nu har exit blivit aktuellt för mig på ett helt annat sätt. Det har att göra med att jag måste producera fler och få ner produktionskostnaden, och de pengarna har ju inte jag.”

Dessutom kan vi konstatera att det finns en stor grupp som varken vill göra exit, eller tror att detta kommer att ske. Frågan är då vad som skiljer dessa från övriga, vilket för oss vidare till nästa del i analysen.

4.7 Regression på samtliga variabler

För att undersöka hur de olika variablerna påverkade sannolikheten att en individ skulle hamna i gruppen som har övervägt exit valde vi att göra en logistisk regression där en dummyvariabel, med värde 1 om man hade övervägt exit och värde 0 om man inte hade gjort det, sattes som beroende variabel. En logistisk regression innebär att man istället för att beräkna ett förutspått värde på den beroende variabeln beräknar en förutspådd sannolikhet för att personen ska ha 1 på den variabeln, i vårt fall att personen skulle ha övervägt exit. Denna metod passar särskilt väl för att undersöka sambandet mellan en kategorisk beroende variabel och en eller flera kategoriska eller kontinuerliga förklarande variabler, och kräver inte heller att variablerna ska följa en normalfördelning. (Peng, Lee & Ingersoll 2002) För att undersöka ägarandelens påverkan beräknades en dummyvariabel med värde 1 för respondenter som ägde mer än 50 procent och 0 för respondenter som ägde mindre än 50 procent. Övriga variabler behölls i sin ursprungsform, för de olika drivkrafterna en 7-gradig skala. Resultatet från regressionen redovisas i tabell 1 nedan.

Signifikanta variabler har markerats med fetstil. Som synes gäller detta ingen av våra kontrollvariabler, vilket stämmer överens med våra tidigare resonemang. Dock gäller samma sak för flera av de drivkrafter där våra resonemang sade att dessa kunde ha en påverkan.

Generellt visar testerna av modellen att den har en signifikant förklaringskraft då Hosmer & Lemeshow testet har en signifikans på 0,668, vilket är högre än 0,005 och därmed godkänt. Likelihood ratio testet ger dock ett högre värde än önskat, vilket tyder på att modellen som helhet inte har en tillfredställande förklaringskraft. Vi återkommer till detta nedan då vi undersöker närmare vilka variabler som bidrar till en modell med högsta möjliga förklaringskraft.

Logistisk regression av inställning till exit

| Koefficient | β | Standardfel (S.E.) | Wald's chi ² | Frihetsgrader (df) | p | Odds ratio (e ^{β}) |
|---|-------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|---------------------------|--|
| Kön | 0,451 | 0,603 | 0,559 | 1 | 0,454 | 1,57 |
| Omsättning (dummykodad; ref = 0-500 tkr) | | | 3,409 | 3 | 0,333 | |
| 501-1000 tkr | 0,389 | 0,963 | 0,163 | 1 | 0,687 | 1,475 |
| 1001-5000 tkr | 0,405 | 0,85 | 0,227 | 1 | 0,634 | 1,499 |
| >5000 tkr | -1,458 | 0,937 | 2,419 | 1 | 0,12 | 0,233 |
| Ålder företag | 0,209 | 0,2 | 1,086 | 1 | 0,297 | 1,232 |
| Ålder person | 0,006 | 0,025 | 0,054 | 1 | 0,816 | 1,006 |
| Innovation | -0,149 | 0,218 | 0,467 | 1 | 0,494 | 0,862 |
| Självständighet | 0,088 | 0,202 | 0,189 | 1 | 0,664 | 1,092 |
| Erkännande | -0,044 | 0,197 | 0,051 | 1 | 0,821 | 0,957 |
| Roller | -0,244 | 0,225 | 1,176 | 1 | 0,278 | 0,783 |
| Avkastning | 0,404 | 0,171 | 5,576 | 1 | 0,018 | 1,497 |
| Självförverkligande | -0,332 | 0,31 | 1,146 | 1 | 0,284 | 0,717 |
| Majoritetsägare (dummy) | -1,514 | 0,557 | 7,4 | 1 | 0,007 | 0,22 |
| Konstant | 1,318 | 2,494 | 0,279 | 1 | 0,597 | 3,734 |
| Test | | | chi ² | df | p | |
| Overall model evaluation | | | | | | |
| Likelihood ratio test | | | 18,297 | 13 | 0,147 | |
| Goodness-of-fit test | | | | | | |
| Hosmer & Lemeshow | | | 5,815 | 8 | 0,668 | |
| Sammanfattning av modellen | -2 Log likelihood | | Cox & Snell R ² | | Nagelkerke R ² | |
| | 103,474 | | 0,204 | | 0,29 | |

Tabell 1. Logistisk regression 1

4.7.1 Kön

I det empiriska underlag vi samlat in är andelen män närmare 75 procent. Det är därför viktigt att ta med detta i beaktning och undersöka om systematisk skillnad mellan kvinnor och män går att finna. Så var dock inte fallet.

Variabeln kön visade sig vara långt ifrån signifikant (0,454). Detta innebär att variabeln inte kan förklara resultatet i den modell vi presenterat ovan. Detta stämmer överens med vårt tidigare resonemang och det är möjligt att vår enkäts individanpassade upplägg bidragit till att minimera påverkan av en sådan parameter som kön. Den tidigare forskning som presenterats ger vaga argument både för- och emot att en variabel som kön har inverkan på exitintentioner inom entreprenörskap. Att våra resultat skulle överensstämma helt med någon tidigare undersökning är mindre troligt, detta då gruppen av entreprenörer är en heterogen grupp (Davidsson 2007) och vårt urval av tillfrågade entreprenörer inte liknar något vi funnit i tidigare forskning.

4.7.2 Omsättning

Som väntat har företagets omsättning ingen systematisk påverkan på entreprenörens inställning till exit. Ingen av de fyra kategorierna för omsättningens storlek visade sig vara signifikant, och standardavvikelsen för koefficienterna var stor. Om man istället bara ser till koefficienterna visar det sig att även dessa varierar i storlek och tecken, vilket ytterligare bekräftar att de inte har någon systematisk inverkan på inställningen till exit. Således har omsättningens storlek ingen betydelse för vidare analys av resultaten.

4.7.3 Ålder på företag

Att ålder på företag inte har inverkan på vår fyrfältare stämmer överens med vad vi väntat oss, variabeln är inte signifikant. Detta ter sig rimligt då vi valt att fokusera på en så snäv åldersgrupp av företag. Då vi begränsat oss till företag yngre än sex år, är det rimligt att tro att företags exitintentioner inom denna åldersperiod ej är beroende på hur gammalt företaget är.

4.7.4 Ålder på individer

Personens ålder har enligt regressionsanalysen ingen påverkan på inställningen till exit, koefficienten är även långt ifrån signifikant (0,297). Det är tänkbart att ålder generellt sett påverkar inställningen till exit på ett systematiskt sätt, vilket vi tidigare nämnt att viss forskning menar. I vårt urval tycks dock så inte vara fallet. Det är möjligt att detta är hänförligt till den mycket skeva åldersfördelning vårt urval har.

4.7.5 Drivkrafter

Sammantaget gav regressionen inga tydliga resultat gällande drivkrafterna bakom personens val att bli entreprenör, med undantag för drivkraften finansiell avkastning.

4.7.5.1 Innovation

Variabeln innovation har en positiv koefficient, dock är standardfelet stort vilket ger dålig signifikans. Resonemanget tidigare visade på att innovation är en komplex faktor som inte entydigt kan säga något om inställningen till exit. Detta visar sig även i vår studie, och den låga signifikansen gör att variabeln ej förklarar utfallet i vår fyrfältsanalys.

4.7.5.2 Självständighet

Trots att koefficienten för denna variabel är negativ, vilket stämmer överens med vad vi väntat oss, är standardfelet för koefficienten väldigt stort i förhållande till koefficientens storlek, vilket ger en mycket dålig signifikans.

4.7.5.3 Erkännande

Utfallet för erkännandeveriabeln är en positiv koefficient vilket säger emot resonemanget ovan. Det ska dock nämnas att standardfelet är mycket stort i jämförelse med koefficienten vilket leder till mycket dålig signifikans. Anledningen till att utfallet inte stämmer överens med vad vi trott kan tänkas bero på det resonemang vi förde tidigare, att erkännande snarare handlar om rollen som entreprenör snarare än det faktiska företaget man driver. Det kan även tänkas att om man gör en exit får man ett kvitto på att entreprenörskapet lyckats, ett greppbart bevis.

4.7.5.3 Roller

Även denna variabel visade sig ha dålig signifikans. Variabeln tycks ha en negativ påverkan, dvs. att de personer som såg det som viktigt att följa familjetraditioner i lägre utsträckning än andra hade övervägt exit, detta ligger i linje med vårt tidigare resonemang. Resultatet är dock alltför svagt för att dra några slutsatser.

4.7.5.4 Avkastning

I enlighet med vårt tidigare resonemang visade det sig att variabeln avkastning har en starkt positiv påverkan på vår fyrfältare om exitintentioner. Ett förhållandevis lågt standardfel gör att variabeln är signifikant på 90 procent nivå vilket gör att variabeln till stor grad kan förklara utfallet i vår fyrfältsmodell. Detta är i sig inte tillräckligt, men klart bättre än övriga variabler och resultatet motiverar fortsatt analys av variabeln.

4.7.5.5 Självförverkligande

Som vi förutspådde visar regressionen ett negativt samband mellan en att entreprenören ser självförverkligande som mycket viktigt och sannolikheten för att personen övervägt exit. Signifikansen är dock återigen mycket dålig.

4.7.6 Ägarandel

Majoritetsägande har en kraftigt negativ påverkan på entreprenörers exitintentioner, i enlighet med resonemanget ovan. Signifikansnivån är mycket hög, betydligt högre än 95 procent. Detta är den högsta signifikansnivå som uppnåtts i regressionen av samtliga variabler ovan vilket betyder att ägarandelen som våra tillfrågade entreprenörer har i stor utsträckning förklarar utfallet i fyrfältsmodellen. Det starka resultat som denna variabel visat motiverar djupare analys kring denna. Då vi kommer att söka efter den bäst passande modellen för vårt utfall i fyrfältsmodellen torde denna variabel spela en viktig roll.

4.8 Analys av förklaringsmodellen

För att gå vidare i analysen och avgöra vilka av förklaringsvariablerna gällande drivkrafter och ägarandel som bidrar till bästa möjliga förklaringsmodell, valde vi att göra en framåtriktad stegvis regression

baserad på bästa Likelihood ratio. I regressionen användes samma beroende variabel som ovan, men de oberoende variablerna begränsades till dummy-variabeln för ägarandel samt de sex variablerna som tidigare beräknats för drivkrafterna. Den slutgiltiga modellen innehöll bara de två variabler som ovan visade sig vara intressanta, ägarandel och finansiell avkastning som drivkraft. Resultaten redovisas nedan i tabell 2.

| Koefficient | β | Standardfel (S.E.) | Wald's chi ² | Frihetsgrader (df) | p | Odds ratio (e ^{β}) |
|----------------------------|-------------------|--------------------|----------------------------|--------------------|-------|---|
| Steg 1 | | | | | | |
| Majoritetsägare | -1,669 | 0,443 | 14,166 | 1 | 0,000 | 0,188 |
| Konstant | 1,669 | 0,302 | 30,477 | 1 | 0,000 | 5,308 |
| Steg 2 | | | | | | |
| Majoritetsägare | -1,785 | 0,465 | 14,736 | 1 | 0,000 | 0,168 |
| Avkastning mycket viktigt | 0,333 | 0,144 | 5,343 | 1 | 0,021 | 1,395 |
| Konstant | 0,156 | 0,693 | 0,051 | 1 | 0,822 | 1,169 |
| Test | | | chi ² | df | p | |
| Steg 1 | | | | | | |
| Overall model evaluation | | | | | | |
| Likelihood ratio test | | | 14,794 | 1 | 0,000 | |
| Goodness-of-fit test | | | | | | |
| Hosmer & Lemeshow | | | 0,000 | 0 | . | |
| Steg 2 | | | | | | |
| Overall model evaluation | | | | | | |
| Likelihood ratio test | | | 22,056 | 2 | 0,000 | |
| Goodness-of-fit test | | | | | | |
| Hosmer & Lemeshow | | | 2,505 | 2 | 0,286 | |
| Sammanfattning av modellen | | | | | | |
| | -2 Log likelihood | | Cox & Snell R ² | | | Nagelkerke R ² |
| Steg 1 | 124,386 | | 0,116 | | | 0,169 |
| Steg 2 | 118,828 | | 0,156 | | | 0,227 |

Tabell 2. Stegvis logistisk regression

Överlag ser modellen nu ut att klara både det Likelihood ratio test och Hosmer & Lemeshow-testet som presenteras ovan med god marginal. Vi kan dock även se att Nagelkerke R² – värdet är 0,227, vilket kan tolkas som att bara drygt 20 procent av variansen i den beroende variabeln förklaras av modellen. Alltså tycks det finnas någon ytterligare förklaring som vi inte har inkluderat. Ägarandelen är fortfarande den variabel som är tydligast signifikant, men i detta fall ser vi att även variabeln för finansiell avkastning är signifikant.

4.9 Påverkan av avkastning som drivkraft och ägarandel

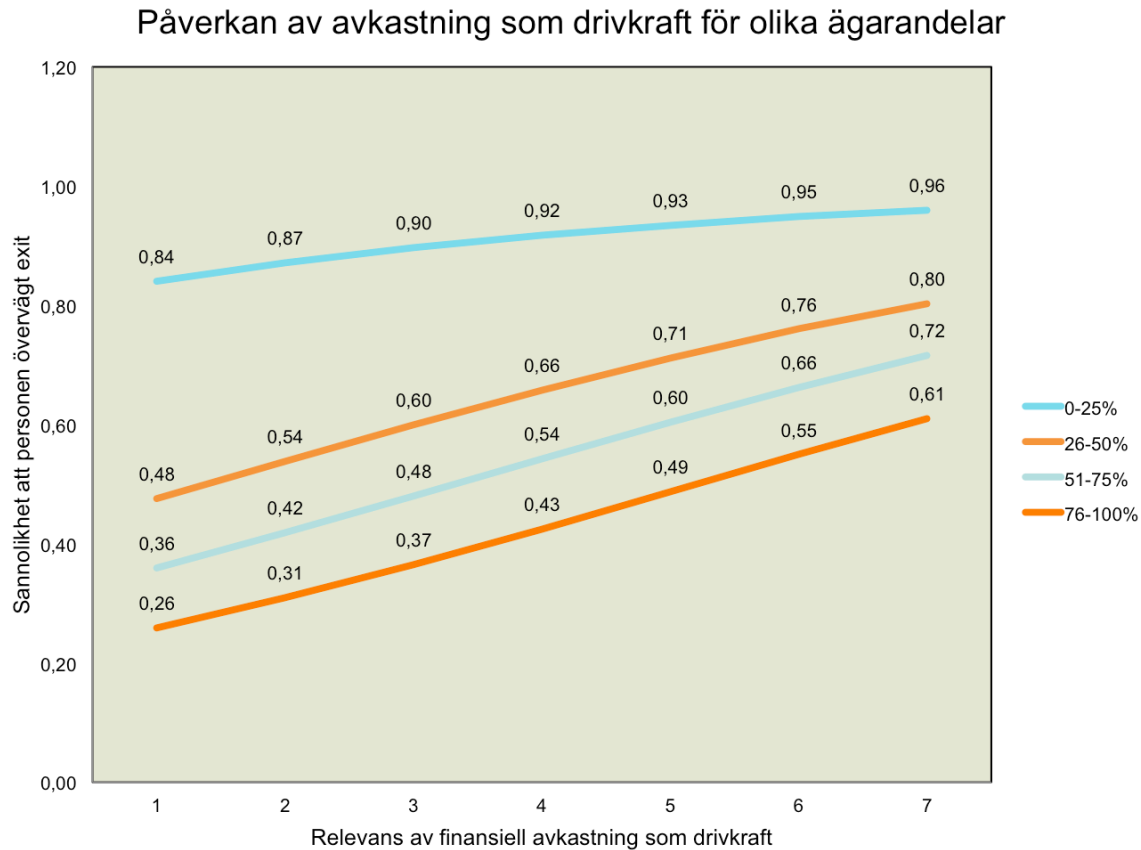
Då regressionsmodellen efter ovan nämnda stegvisa logistiska regression innehåller betydligt färre förklarande variabler och därmed mindre komplex valde vi att göra ännu en logistisk regression med mer disaggregerade variabler. I denna regression använde vi två förklarande variabler, ägarandel uppdelat i fyra steg och hur viktigt personen ansåg att finansiell avkastning var i dess ursprungliga 7-gradiga skala. Resultatet redovisas i tabell 3 nedan.

| Logistisk regression av inställning till exit efter ägarandel och finansiell avkastning | | | | | | |
|---|-------------------|--------------------|----------------------------|--------------------|---------------------------|---|
| Koefficient | β | Standardfel (S.E.) | Wald's chi ² | Frihetsgrader (df) | p | Odds ratio (e ^{β}) |
| Ägarandel (dummykodad; ref = < 25%) | | | 15,133 | 3 | 0,002 | |
| 26-50% | -1,758 | 0,669 | 6,905 | 1 | 0,009 | 0,172 |
| 51-75% | -2,394 | 0,903 | 7,025 | 1 | 0,008 | 0,091 |
| 75-100% | -2,713 | 0,715 | 14,404 | 1 | 0,000 | 0,066 |
| Finansiell avkastning (7-gradig skala) | 0,250 | 0,131 | 3,622 | 1 | 0,057 | 1,284 |
| Konstant | 1,411 | 0,843 | 2,800 | 1 | 0,094 | 4,100 |
| <hr/> | | | | | | |
| Test | | | chi ² | df | p | |
| <hr/> | | | | | | |
| Overall model evaluation | | | | | | |
| Likelihood ratio test | | | 24,967 | 4 | 0,000 | |
| Goodness-of-fit test | | | | | | |
| Hosmer & Lemeshow | | | 13,458 | 7 | 0,062 | |
| <hr/> | | | | | | |
| Sammanfattning av modellen | -2 Log likelihood | | Cox & Snell R ² | | Nagelkerke R ² | |
| | 140,504 | | 0,167 | | 0,238 | |

Tabell 3. Logistisk regression 2

Samtliga förklaringsvariabler visar sig vara signifikanta i detta fall, och modellen i sin helhet verkar fortfarande vara signifikant. För att tydligare illustrera vad resultaten av denna regression innebär

beräknades sannolikheten att få 1 på den beroende variabeln, dvs. tro att man kommer att och/eller vill göra exit inom sex år, för var och en av de fyra ägargrupperna beroende på hur viktigt man svarat att drivkraften finansiell avkastning var. Detta illustreras i figur 15 nedan.



Figur 15. Påverkan av avkastning och ägarandel

För samtliga ser vi att sannolikheten att en person har övervägt exit ökar ju högre personen har svarat på frågan om finansiell avkastning, och vi ser även att en mindre ägarandel generellt ökar sannolikheten. För en entreprenör med 51-75 procent ägarandel som har svarat sex av sju på frågan om hur viktigt finansiell avkastning är finner vi alltså exempelvis att denna sannolikhet är 0,66.

4.10 Delslutsats om förklaringsvariabler

Utifrån regressionerna ovan kan vi alltså konstatera att de två faktorer som tycks påverka huruvida man har övervägt exit eller inte är hur viktigt finansiell avkastning är för den enskilde entreprenören och hur stor ägarandel entreprenören har i företaget. Om man utgår från att synen på exit som ett sätt att realisera vinsterna av sitt företag som finns så är det föga förvånande att finansiell avkastning som drivkraft även ökar sannolikheten att man övervägt exit. Mer förvånande är kanske att det skiljer sig så pass mycket beroende på hur stor ägarandel en person har i företaget. Minoritetsägare tycks vara betydligt mer benägna att göra exit. Följande citat från en av våra intervjuer belyser hur resonemang kring detta kan se ut:

”Om jag hade skapat bolaget själv så hade det varit mer avspeglning på mig och mig som varumärke. I den här konstellationen så var det mer att man var anställd så att säga, även om man också var ägare naturligtvis. Men det var inte jag som var företaget. Om jag själv hade skapat företaget så hade det ju varit viktigare med andra frågor än avkastning om man skulle sälja det”

Det är tänkbart att man även kan se en variation bland minoritetsägarna. En ansats till att undersöka detta gjordes genom att jämföra de som var minoritetsägare i ett företag där det fanns en annan majoritetsägare med de som var minoritetsägare i ett företag där majoritetsägare saknades. Dessvärre fanns dock bara åtta respondenter i vår undersökning som var minoritetsägare i ett företag där det fanns en majoritetsägare, och några tillförlitliga resultat gick därför inte att få. Området kan dock vara intressant för framtida studier.

5. Slutsats och diskussion

5.1 Slutsats

Om vi till att börja med ska försöka besvara vår frågeställning så kan vi konstatera att en stor del av entreprenörerna är mer eller mindre positiva till exit. Många av de entreprenörer som besvarade vår enkät har ett relativt kort tidsperspektiv på sina företag och vill lämna det företag de håller på att starta inom de närmaste sex åren. I stort sett stämmer våra resultat överens med den studie av DeTienne och Cardon som kom fram till att två tredjedelar av deras respondenter hade övervägt exit (DeTienne, Cardon 2010).

Denna studie kunde dock inte avgöra om detta gällde även i ett tidigt skede, vilket vi har gjort. Vidare kunde vi se att merparten av de personer som hade övervägt exit både trodde att de skulle göra exit och ville göra det, vilket skiljer sig från att de antingen bara tror att det kommer ske men inte önskar det, eller vill att det ska ske men inte tror att det kommer att hända.

Ur den enskilda entreprenörens synvinkel är alltså exit i många fall en önskad utgång. Sålunda vill vi instämma med de forskare som på senare år försökt avdramatisera begreppet, och tydliggöra att exit inte nödvändigtvis handlar om ett misslyckande. Att entreprenörer en dag frivilligt lämnar de företag de en gång startat är lika naturligt som att människor lämnar andra vägar de valt att ta i livet, och bör därför snarare ses som en del i en utveckling än ett misslyckande. Detta blir än viktigare när det visar sig att entreprenörerna redan från början ser de företag de håller på att starta som projekt med en begränsad livslängd, vilket vi har sett i denna undersökning.

När det gäller den andra delen av vår frågeställning så ser vi att synen på exit skiljer sig beroende på hur stor ägarandel entreprenören har i företaget. Synen på exit som en möjlig, eller till och med önskvärd, utgång är betydligt vanligare bland minoritetsägare än majoritetsägare. Detta resultat stämmer väl överens med tidigare forskning som presenterats ovan. En annan tänkbar förklaring kan vara att det inte är ägarandelen som påverkar inställningen till exit, utan att sambandet är omvänt, dvs. att personer som ser på sina företag som ett mer kortsiktigt projekt, som man inom en snar framtid ska lämna, i högre grad vill driva detta tillsammans med andra. Vidare kan delat ägande vara ett sätt för mindre riskbenägna entreprenörer att kunna ta del av mer riskfyllda eller osäkra företag, och slippa stå med hela risken själv. Om man istället brinner starkt för det företag man startar och ser det som sitt livsprojekt kan kanske riskerna med att driva företaget som ett samarbete vara större än fördelarna. Några citat från intervjuerna kan belysa hur entreprenörer resonerar kring detta:

”Man har kanske ett större engagemang och känslomässig förankring om man äger hela bolaget själv. Det blir liksom en del av ens identitet på något sätt.”

”Flera ägare betyder ju att man måste samsas, och att man får både fler och bättre idéer. Jag tror att det är bara på gott att vara fler. Men det beror ju på vad man har för mål. Jag skulle inte vilja ha in en ägare som bara driver mot exit. Då pratar vi inte samma språk, men om det är någon som driver med samma passion som jag, ja då, visst.”

”Någonstans så tror jag att, den affärsidé som vi har, den klarar inte jag själv. Så det finns liksom inte på kartan att jag skulle kunna göra det. Jag behöver ju mängder med resurser för att bygga komponenterna som behövs. Det är inget alternativ, för jag har inte pengarna själv, jag får jobba istället.”

Sist men inte minst så visade vår undersökning att entreprenörens individuella drivkrafter i allmänhet inte har någon betydelse för hur personen ser på exit. Med undantag för finansiell avkastning så kunde vi inte påvisa några samband mellan dessa drivkrafter och inställningen till exit. Detta ligger i viss mån i linje med tidigare studier som visat att entreprenörers drivkrafter i stort sett inte skiljer sig från personer som valt andra karriärvägar (Carter et al. 2003). Om drivkrafterna i huvudsak är de samma för personer som väljer att bli entreprenörer som för icke-entreprenörer är det inte orimligt att även synen på exit kan variera mellan personer som har samma drivkrafter. Eventuellt kan man av detta dra slutsatsen att det inte är värt att försöka skilja ut entreprenörer som grupp, eller grupper av entreprenörer baserat på vad som driver dem.

När det gäller finansiell avkastning som drivkraft så bröts dock detta mönster. De personer som satte ett högt värde i detta var i högre grad inställda på att göra exit. Kanske kan detta hänföras till en förhoppning om att en lyckad framtida exit kan ge större ekonomiska vinster för den enskilda entreprenören än att driva företaget vidare. Framgångssagor om entreprenörer som lyckats sälja sina företag för en stor summa pengar (t.ex. Skype, Adlibris och Cheap Monday) kan säkerligen bygga på sådana drömmar.

Avslutningsvis så bör det upprepas att det faktum att entreprenörer är positiva till exit inte betyder att dessa vill sluta vara entreprenörer. Som nämnts startar många entreprenörer nya företag efter att de lämnat sina befintliga företag, och detta innebär att många av de som är positiva till exit säkerligen kan tänka sig att därefter starta nya företag och bli vad som brukar kallas seriella entreprenörer. Kanske kan man av

detta dra slutsatsen att det specifika företaget för många entreprenörer inte är lika viktigt som själva processen att utveckla en idé och bygga upp någonting eget från grunden.

5.2 Diskussion

5.2.1 Självkritik av metod

5.2.1.1 Frågeställning och hypoteser

Då det område vi valt att undersöka är relativt outforskat hade vi få källor att utgå från i formuleringen av frågeställning och hypoteser. Detta har lett till att delvis frågeställningen, men framförallt de resonemang som förts har en relativt svag grund i tidigare forskning, och väl underbyggda hypoteser inte gått att ställa. Sålunda är det möjligt att det med bättre underlag skulle gå att ställa mer relevanta frågeställningar och hypoteser och därmed fått mer intressanta resultat. Allt mer forskning och teoribildning kommer dock inom området, och därför bör detta bli allt lättare att undvika i framtida studier.

5.2.1.2 Val av respondenter

Då vi endast valt att vända oss till inkubatorer finns risk att respondenterna gett ett skevt resultat som vi har svårighet att kontrollera då det systematiska bortfallet endast jämförts med de respondenter från inkubatorerna som inte svarade. Detta är dock ett aktivt val vi gjort, då vi velat fokusera på entreprenörer med akademisk erfarenhet. Då vi även funnit ett systematiskt bortfall av de som inte svarade på vår enkät begränsas generaliserbarheten av vårt resultat. Det innebär alltså att vårt resultat inte nödvändigtvis är representativt för alla entreprenörer vid de inkubatorer som vi hört av oss till.

5.2.1.3 Enkätens utformning

Vid utformningen av enkäten lades som vi nämnt ovan stor vikt vid att enkäten skulle vara kort och lätt att besvara för att försäkra oss om en hög svarsfrekvens. Givetvis leder detta till att färre frågor kunde inkluderas och sålunda löper analysen risk att bli trubbigare. Även gällande utformningen av enkäten har bristen på tidigare forskning gjort att formuleringen av frågor blivit något svårare. Sist men inte minst så skiljer sig webb-baserade enkäter från andra undersökningar (Taylor 1999a), och detta kan givetvis ha påverkat resultaten, även om det är osäkert på vilket sätt.

5.2.2 Kritik av resultat

Då vår undersökning medvetet är begränsad till ett visst urval av entreprenörer följer att generaliserbarheten av resultaten är begränsad. Då vi aktivt valt att söka oss mot entreprenörer enligt en viss definition, och inte tittat på individer som startar företag i allmänhet är det tveksamt om resultaten är generaliserbara för en bredare grupp av entreprenörer. Det samma gäller givetvis för andra länder, då vi enbart har genomfört undersökningen i Sverige. Slutligen valde vi att vända oss till inkubatorer, och givetvis är det möjligt att detta påverkar resultaten om det är så att de som söker sig till dessa inkubatorer skiljer sig från andra entreprenörer, vilket vi inte kan utesluta.

Då vi hade relativt lite tidigare forskning att lita oss mot inom området blev en stor del av studien explorativ, särskild gällande hur entreprenörers drivkrafter påverkar deras inställning till exit. Merparten av dessa resultat är relativt intetsägande och saknar signifikans. Sålunda är det svårt att se hur dessa resultat är användbara, för vare sig forskning eller praktik. De signifikanta resultat vi har fått fram anser vi dock vara av stort värde, inte bara inom forskningen, utan även för praktiker, vilket vi återkommer till nedan.

5.2.3 Kritik av forskningsområdet

Respondenterna i vår undersökning hade en sak gemensamt, nämligen att de var entreprenörer. Inom denna grupp fanns dock en enormt stor variation i övrigt. Företagen sysslade med allt från formgivning av konsthanterverk till läkemedelsutveckling eller arkivering och dokumenthantering, och individerna bakom företagen är troligtvis minst lika olika som de branscher de verkar inom. Det är fullt tänkbart att det fanns mer gemensamt mellan personer som driver små läkemedelsföretag i allmänhet, oavsett vem som ligger bakom grundandet av företaget än mellan de entreprenörer som deltog i vår undersökning. Man kan därför fråga sig om det är rimligt och hjälpsamt att gruppera dessa under begreppet entreprenörer. Att försöka att dra generella slutsatser gällande alla dessa baserat på det faktum att de är entreprenörer bör man troligtvis vara något försiktig med. Denna kritik gäller dock inte bara vår undersökning, utan kan i viss mån ses som en kritik mot entreprenörskapsstudier i allmänhet.

5.2.4 Implikationer

5.2.4.1 För entreprenörer och samhälle

I akademisk forskning har exitförfarandet avdramatiserats de senaste åren. Denna avdramatisering bör dock även ske inom politik, arbetsmarknad och utbildning generellt, alltså även utanför den akademiska forskningsvärlden. Tillväxtverket har exempelvis som mål att det ska vara enkelt att starta och driva företag (Tillväxtverket 2012). Dock borde man här lägga till att det borde vara enkelt att göra exit också, inte bara att starta och driva sitt företag. Detta resonemang är lika viktigt att föra när det kommer till utbildning. Stockholm School of Entrepreneurship (SSES) erbjuder kurser och program med fokus på entreprenörskap. På deras hemsida framgår att deras ”Core courses” är: Execution - Running Your Own Company, Growth - Managing Your Firm, Ideation - Creating a Business Idea och Planning - Developing a Venture (Stockholm School of Entrepreneurship 2012). Det är tydligt att dessa kurser fokuserar på uppstartsfasen av ett företag och även själva driften av företaget, samma fokus som Tillväxtverket har. Här menar vi att det finns behov och utrymme att bedriva undervisning om exitförfarande också. Hur man kan gå tillväga för att göra exit, när man bör göra det och vad detta kan få för implikationer är exempel på viktiga frågor som bör tas upp. Inkubatorer som hjälper företag i uppstartsfasen kan också ta till sig av ovanstående. De diskuterar säkerligen tillväxtstrategier med medlemsföretagen och att förbereda unga företag för hur en framtida exit kan se ut borde vara av stor vikt.

En av de entreprenörer vi intervjuade belyste även detta;

“Via inkubatorn har vi fått en del information och workshops om exit [...] men jag skulle absolut velat ha mer. All information som är praktisk, allting som kommer så nära verkligheten som möjligt är bra tycker jag, och jag har saknat det i utbildningen.”

För den enskilde entreprenören är det mest intressanta kanske att synen på exit skiljer sig mellan majoritetsägare och minoritetsägare. För den entreprenör som funderar på att ta in ytterligare personer i en uppstartsfas kan det vara värt att fundera över huruvida tidshorizonten och synen på exit stämmer överens med ens egen. För grupper av blivande entreprenörer, eller blivande entreprenörer som funderar över huruvida de ska starta sitt företag själva eller i grupp är det på samma sätt en intressant fråga att överväga.

5.2.4.2 För framtida forskning

Denna uppsats har haft en explorativ ansats i ett ämne som akademisk forskning inte fokuserat på tidigare. Uppsatsen borde bereda väg för framtida forskning inom samma område, fast på ett djupare och mer dynamiskt plan. Som vi nämnt är vår empiriska datainsamling av statisk karaktär och det lär vara intressant att göra en liknande undersökning om entreprenörers exitintentioner om man följer entreprenörer under en längre tid för att tydligare kunna mäta exempelvis hur intentioner skapas och förändras över tid. Har man möjlighet att följa entreprenörer och deras företagande över en längre tidsperiod ges bra möjligheter att se om intentioner påverkas av ägarandelsförändringar eller hur bra företaget går (vilket lär påverka den finansiella avkastningen).

Vår utvecklade fyrfältsmodell kan även användas som grund att utgå från i framtida forskning av andra fenomen gällande exitintentioner. Det är exempelvis möjligt att testa andra variabler mot denna modell eller att testa denna modells hållbarhet i en större mer representativ undersökning, antingen i Sverige eller internationellt.

I vår uppsats framkommer det att skälen till att man blir entreprenörer inte säger något om entreprenörers framtida intentioner. Detta motsäger en hel del tidigare forskning och kan förhoppningsvis ge en mer nyanserad bild där fokus inte endast läggs på att försöka förklara entreprenörers beteende med hjälp av ursprungliga skäl till varför man blir entreprenörer. Kanske kan vår studie få framtida forskning att leta andra förklaringsvariabler för entreprenörers intentioner.

De resultat som framkommit gällande ägarandelens påverkan på entreprenörens tidshorisont i sitt arbete, och inställning till exit, öppnar dörren för vidare undersökningar. Ett exempel på en sådan undersökning skulle vara att undersöka huruvida det skiljer sig mellan olika typer av minoritetsägare. Kvalitativa studier inom området kan även vara av stor nytta, då detta kan ge en ytterligare, djupare förståelse.

Sist men inte minst så skulle en längre studie där entreprenörerna följdes över tid vara intressant för att undersöka huruvida intentionerna att göra exit påverkar utgången. Detta kan gälla både huruvida entreprenörerna i framtiden gör exit, och huruvida tidiga intentioner att göra exit påverkar på vilket sätt en exit sker, och vad resultatet blir.

6. Källförteckning

- Ajzen, I. 1991, "The theory of planned behavior", *Organizational behavior and human decision processes*, vol. 50, no. 2, pp. 179-211.
- Ajzen, I. 1987, "Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology.", *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 20, pp. 1-63.
- Aldrich, H.E., Ruef, M. & Lounsbury, M. 2007, "A Life Course Perspective on Occupational Inheritance: Self-employed Parents and their Children", vol. The Sociology of Entrepreneurship (Research in the Sociology of Organizations, Volume 25, pp. 33-82.
- Amit, R. & Muller, E. 1995, "'Push' and 'Pull' Entrepreneurship", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 12, no. 4, pp. 64-80.
- Andersen, I. 1998, *Den uppenbara verkligheten val av samhällsvetenskaplig metod*, Lund.
- Audretsch, D.B. 1995, *Innovation and industry evolution*, Boston.
- Bates, T. 2005, "Analysis of young, small firms that have closed: Delineating successful from unsuccessful closures", *Journal of Business Venturing*, vol. 20, no. 3, pp. 343-358.
- Bates, T. 1990, "Entrepreneur Human Capital Inputs and Small Business Longevity", *Review of Economics & Statistics*, vol. 72, no. 4, pp. 551-559.
- Becker, G.S. 1965, "A Theory of the Allocation of Time", *The Economic Journal*, vol. 75, no. 299, pp. 493-517.
- Blanchflower, D.G. & Meyer, B.D. 1994, "A longitudinal analysis of the young self-employed in Australia and the United States", *Small Business Economics*, vol. 6, no. 1, pp. 1-19.
- Bloodgood, J.M., Sapienza, H.J. & Almeida, J.G. 1996, "The Internationalization of New High-Potential U.S. Ventures: Antecedents and Outcomes", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 20, no. 4, pp. 61-76.
- Bowman, E.H. & Singh, H. 1993, "Corporate restructuring: Reconfiguring the firm", *Strategic Management Journal*, vol. 14, no. S1, pp. 5-14.
- Bracker, J.S. & Pearson, J.N. 1986, "The impact of franchising on the financial performance of small firms", *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 14, no. 4, pp. 10-17.
- Brännback, M., Carsrud, A., Elfving, J., Kickul, J. & Kreuger, N. 2006, "Why replicate Entrepreneurial Intentionality Studies? Prospects, Perils and Academic Reality", no. SMU EDGE Conference, Singapore.
- Busenitz, L.W. & Lau, C. 2001, "Growth Intentions of Entrepreneurs in a Transitional Economy: The People's Republic of China", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 26, no. 1, pp. 5-20.

- Carter, N.M., Gartner, W.B., Shaver, K.G. & Gatewood, E.J. 2003, "The career reasons of nascent entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, vol. 18, no. 1, pp. 13-39.
- Cefis, E. & Marsili, O. 2011, "Born to flip. Exit decisions of entrepreneurial firms in high-tech and low-tech industries", *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 21, no. 3, pp. 473-498.
- Dagens Nyheter 2012, 2012/04/02-last update, *Studenterna som blev miljonärer på pizza*. Available: <http://www.dn.se/ekonomi/studenterna-som-blev-miljonarer-pa-pizza> [2012, 04/12].
- Davidsson, P. 2007, "Dealing with heterogeneity in entrepreneurship research", *4th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, pp. 59-70.
- Davidsson, P. 2003, "The domain of entrepreneurship research: some suggestions" in *Cognitive Approaches to Entrepreneurship Research (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, Volume 6)*, eds. J.A. Katz & D.A. Shepherd, Emerald Group Publishing Limited, pp. 315-372.
- DeTienne, D.R. 2010, "Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development", *Journal of Business Venturing*, vol. 25, no. 2, pp. 203-215.
- DeTienne, D.R. & Cardon, M.S. 2010, "Impact of founder experience on exit intentions", *Small Business Economics*, pp. 1-24.
- Evans, D.S. 1987, "The Relationship Between Firm Growth, Size, and Age: Estimates for 100 Manufacturing Industries", *The Journal of Industrial Economics*, vol. 35, no. 4, The Empirical Renaissance in Industrial Economics, pp. 567-581.
- Fitzsimmons, J.R. & Douglas, E.J. 2011, "Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, vol. 26, no. 4, pp. 431-440.
- forskning.se 2012, , *Vad är entreprenörskap?* [Homepage of forskning.se], [Online]. Available: <http://www.forskning.se/temaninteraktivt/teman/entreprenorskapskolan/tiofragorsvar/tiofragorochsvara/vadarentreprenorskap.5.493d5181128f2a1e87980001081.html> [2012, 2012-03-27].
- Gartner, W.B. 1990, "What are we talking about when we talk about entrepreneurship?", *Journal of Business Venturing*, vol. 5, no. 1, pp. 15-28.
- Geroski, P.A. 1995, "What do we know about entry?", *International Journal of Industrial Organization*, vol. 13, no. 4, pp. 421-440.
- Gimeno, J., Folta, T.B., Cooper, A.C. & Woo, C.Y. 1997, "Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms", *Administrative Science Quarterly*, vol. 42, no. 4, pp. 750-783.
- Growth Analysis 2011, *Entrepreneurship and SME policies across Europe, The Swedish Concluding report, Working paper/PM 2011:23*, Östersund, Sweden.

- Hallahan, T., Faff, R. & McKenzie, M. 2003, "An exploratory investigation of the relation between risk tolerance scores and demographic characteristics", *Journal of Multinational Financial Management*, vol. 13, no. 4-5, pp. 483-502.
- Hill, N. 2007, *Think and Grow Rich - Complete Original Text: Special 70th Anniversary Edition*, 1st edn, Arc Manor, Rockville, USA.
- Hmieleski, K.M. & Corbett, A.C. 2006, "Proclivity for Improvisation as a Predictor of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Small Business Management*, vol. 44, no. 1, pp. 45-63.
- Krueger JR, N.F., Reilly, M.D. & Carsrud, A.L. 2000, "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, vol. 15, no. 5-6, pp. 411-432.
- Lévesque, M. & Minniti, M. 2006, "The effect of aging on entrepreneurial behavior", *Journal of Business Venturing*, vol. 21, no. 2, pp. 177-194.
- Mason, C.M. & Harrison, R.T. 2006, "After the exit: Acquisitions, entrepreneurial recycling and regional economic development", vol. 40, no. 1, pp. 55-73.
- McDougall, P.P., Oviatt, B.M. & Shrader, R.C. 2003, *A Comparison of International and Domestic New Ventures*, Springer Netherlands.
- Parker, S.C. & Belghitar, Y. 2006, "What happens to nascent entrepreneurs? An econometric analysis of the PSED", *Small Business Economics*, vol. 27, no. 1, pp. 81-101.
- Peng, C.-J., Lee, K.L. & Ingersoll, G.M. 2002, "An introduction to logistic regression analysis and reporting", *Journal of Educational Research*, vol. 96, no. 1, pp. 3-14.
- Pierce, J.L., Kostova, T. & Dirks, K.T. 2001, "Toward a theory of psychological ownership in organizations", *Academy of Management Review*, vol. 26, no. 2, pp. 298-310.
- Retriever 2012, , *Sökord: Entreprenör och entreprenörskap*. Available: www.retriever.se [2012, 03/06].
- Romer, P.M. 1994, "The Origins of Endogenous Growth", *Journal of Economic Perspectives*, vol. 8, no. 1, pp. 3-22.
- Ronstadt, R. 1986, "Exit, stage left why entrepreneurs end their entrepreneurial careers before retirement", *Journal of Business Venturing*, vol. 1, no. 3, pp. 323-338.
- Schäfer, D. & Talayera, O. 2009, "Small Business Survival and Inheritance: Evidence from Germany", *Small Business Economics*, vol. 32, no. 1, pp. pp. 95-109.
- Schumpeter, J. 2000, *Schumpeter om skapande förstörelse och entreprenörskap*, City University Press, Stockholm.
- Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J. 2005, "The motivation to become an entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, vol. 11, no. 1, pp. 42-57.

- Shane, S., Locke, E.A. & Collins, C.J. 2003, "Entrepreneurial motivation", *Human Resource Management Review*, vol. 13, no. 2, pp. 257-279.
- Skolverket 2011, 2011-05-18-last update, *Entreprenörskap i skolan* [Homepage of Skolverket], [Online]. Available: <http://www.skolverket.se/skolutveckling/entreprenorskap> [2012, March 27].
- Stam, E., Audretsch, D. & Meijaard, J. 2008, "Renascent entrepreneurship", *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 18, no. 3-4, pp. 493-507.
- Stam, E., Thurik, R. & van der Zwany, P. 2010, "Entrepreneurial exit in real and imagined markets", *Industrial and Corporate Change*, vol. 19, no. 4, pp. 1109-1139.
- Stearns, T.M., Carter, N.M., Reynolds, P.D. & Williams, M.L. 1995, "New firm survival: Industry, strategy, and location", *Journal of Business Venturing*, vol. 10, no. 1, pp. 23-42.
- Stockholm School of Entrepreneurship 2012, *Courses | SSES* [Homepage of Stockholm School of Entrepreneurship], [Online]. Available: <http://www.sses.se/education/courses> [2012, 2012-03-27].
- Svenska Akademiens 2012, *Entreprenör*. Available: http://www.svenskaakademien.se/svenska_spraket/svenska_akademiens_ordlista/saol_pa_natet/ordlista [2012, 05/03].
- Taylor, H. 1999a, "Does internet research work?", *International Journal of Market Research*, vol. 42, no. 1, pp. 51-63.
- Taylor, M.P. 1999b, "Survival of the Fittest? an Analysis of Self-Employment Duration in Britain", *Economic Journal*, vol. 109, no. 454, pp. C140-C155.
- Tillväxtanalys 2010, *Uppföljning av 2005 års nystartade företag - tre år efter start*, Östersund, Sweden.
- Tillväxtverket 2012, 2012-03-21-last update, *Enkelt att starta och driva företag* [Homepage of Tillväxtverket], [Online]. Available: <http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/tematillvaxt/varsynpatillvaxt/enkeltattstartaochdrivaforetag.4.3000de001362a9266c21e8.html> [2012, 2012-03-27].
- Ucbasaran, D., Wright, M. & Westhead, P. 2003, "A longitudinal study of habitual entrepreneurs: starters and acquirers", *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 15, no. 3, pp. 207-228.
- Uppsala Innovation Center 2012, , *Uppsala Innovation Center - Kvalifikationskrav* [Homepage of Uppsala Innovation Center], [Online]. Available: <http://www.uic.se/index.php?page=kvalifikationskrav-2> [2012, 2012-03-27].
- Utbildningsdepartementet 2010, 2010-1021-last update, *Strategier för entreprenörskap inom utbildningsområdet* [Homepage of Utbildningsdepartementet], [Online]. Available: <http://www.sweden.gov.se/sb/d/1467/a/126893> [2012, 2012-03-27].
- Van Praag, C.M. 2003, "Business Survival and Success of Young Small Business Owners", *Small Business Economics*, vol. 21, no. 1, pp. 1-17.

Wagner, S.H., Parker, C.P. & Christiansen, N.D. 2003, "Employees that think and act like owners: Effects of ownership beliefs and behaviors on organizational effectiveness", *Personnel Psychology*, vol. 56, no. 4, pp. 847-871.

Wennberg, K., Wiklund, J., DeTienne, D.R. & Cardon, M.S. 2010, "Reconceptualizing entrepreneurial exit: Divergent exit routes and their drivers", *Journal of Business Venturing*, vol. 25, no. 4, pp. 361-375.

Wikipedia 2012a, *Entreprenör*. Available: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Entrepren%C3%B6r> [2012, 05/01].

Wikipedia 2012b, *Inkubator*. Available: [http://sv.wikipedia.org/wiki/Inkubator_\(f%C3%B6retagsekonomi\)](http://sv.wikipedia.org/wiki/Inkubator_(f%C3%B6retagsekonomi)) [2012, 03/05].

Xu, H. & Ruef, M. 2004, "The myth of the risk-tolerant entrepreneur", *Strategic Organization*, vol. 2, no. 4, pp. 331-355.

7. Appendix

7.1 Inkubatorer

Inkubatorer som använts vid datainsamling:

- Bleking Business Incubator
- Chalmers Innovation
- Encubator
- Gothia Innovation
- Ideon Science Park
- Inkubatorn
- Karolinska Institutet Science Park
- KTH Innovation (Student Inc.)
- LEAD
- Medeon
- Norrköping Science Park
- Sahlgrenska Science Park
- Science Park Halmstad
- SSE Business Lab
- SU Innovation
- Uminova
- Uppsala Innovation Centre
- VentureLab

7.2 Deskriptiv statistik

| Variabel | N | Definition | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviatio | CV |
|---|-----|--|---------|---------|-------|---------------|-----|
| Kön | 189 | 1=Kvinna, 2=Man | 1 | 2 | 1,74 | 0,44 | 25% |
| Högsta påbörjade utbildningsnivå | 189 | 3=Kandidatprogram, 4=Masterprogram, 5=Doktorandprogram | 3 | 5 | 3,87 | 0,76 | 20% |
| Nuvarande omsättning | 189 | 1=0-500 tkr, 2=500-1000 tkr, 3=1000-5000 tkr, 4=>5000 tkr | 1 | 4 | 1,67 | 1,01 | 60% |
| Hur länge vill du arbeta med ditt/ert nuvarande företag | 187 | 1=0-3 år, 2=3-6 år, 3=6-15 år, 4=>15 år | 1 | 4 | 2,59 | 1,06 | 41% |
| Innovation | 187 | 1=Mycket oviktigt, 7=Mycket viktigt | 1 | 7 | 5,95 | 1,35 | 23% |
| Självständighet | 187 | 1=Mycket oviktigt, 7=Mycket viktigt | 1 | 7 | 5,57 | 1,52 | 27% |
| Erkännande | 187 | 1=Mycket oviktigt, 7=Mycket viktigt | 1 | 7 | 5,28 | 1,45 | 27% |
| Roller | 187 | 1=Mycket oviktigt, 7=Mycket viktigt | 1 | 7 | 1,73 | 1,19 | 69% |
| Finansiell avkastning | 187 | 1=Mycket oviktigt, 7=Mycket viktigt | 1 | 7 | 4,74 | 1,53 | 32% |
| Självförverkligande | 187 | 1=Mycket oviktigt, 7=Mycket viktigt | 1 | 7 | 6,18 | 1,12 | 18% |
| Hur ser din ägarandel i företaget ut? | 189 | 1=0-10%, 2=11-25%, 3=26-49%, 4=50%, 5=51-75%, 6=76-99%, 7=100% | 1 | 7 | 3,52 | 1,93 | 55% |
| Finns det någon som äger 50 % eller mer av företaget? | 139 | 1=Ja, 2=Nej | 1 | 2 | 1,81 | 0,39 | 22% |
| Ålder företag | 165 | Antal år sedan start | 0 | 6 | 2,50 | 1,59 | 64% |
| Ålder person | 189 | Antal år sedan födelseår | 22 | 74 | 35,53 | 10,56 | 30% |

7.3 Korrelationsmatris

| Korrelationer | Kön | Omsättning | Alder företag | Alder person | Innovation | Självständighet | Erkännande | Roller | Avkastning | Självförverkligande | Majoritetsägare (dummy) |
|-------------------------|--------|------------|---------------|--------------|------------|-----------------|------------|--------|------------|---------------------|-------------------------|
| Kön | 1 | | | | | | | | | | |
| Pearson Correlation | | 0,079 | 0,01 | 0,05 | ,214** | -,144* | -0,104 | -0,001 | -0,052 | -,153* | -0,087 |
| Sig. (2-tailed) | | 0,282 | 0,899 | 0,496 | 0,003 | 0,05 | 0,157 | 0,989 | 0,476 | 0,036 | 0,268 |
| N | 189 | 189 | 165 | 189 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 164 |
| Omsättning | 0,079 | 1 | ,523** | ,280** | 0,083 | 0,12 | 0,013 | -0,054 | 0,033 | -0,034 | -0,076 |
| Pearson Correlation | | | 0 | 0 | 0,257 | 0,103 | 0,855 | 0,465 | 0,651 | 0,648 | 0,336 |
| Sig. (2-tailed) | | | 189 | 189 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 164 |
| N | 189 | 189 | 165 | 189 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 164 |
| Alder företag | 0,01 | ,523** | 1 | ,330** | 0,088 | -0,006 | 0,001 | -0,083 | -0,053 | -0,147 | -0,083 |
| Pearson Correlation | | | | 0 | 0,262 | 0,934 | 0,995 | 0,293 | 0,5 | 0,06 | 0,323 |
| Sig. (2-tailed) | | | | 165 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,164 | 0,164 | 0,164 | 0,144 |
| N | 165 | 165 | 165 | 165 | 164 | 164 | 164 | 164 | 164 | 164 | 144 |
| Alder person | 0,05 | ,280** | ,330** | 1 | 0,131 | -0,039 | -0,061 | -0,084 | -0,075 | -,236** | 0,116 |
| Pearson Correlation | | | | | 0,073 | 0,593 | 0,409 | 0,252 | 0,305 | 0,001 | 0,138 |
| Sig. (2-tailed) | | | | | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 164 |
| N | 189 | 189 | 165 | 189 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 164 |
| Innovation | ,214** | 0,083 | 0,088 | -0,061 | 1 | 0,011 | 0,076 | 0,13 | 0,033 | ,145* | 0,034 |
| Pearson Correlation | | | | | | 0,882 | 0,882 | 0,077 | 0,653 | ,234** | 0,669 |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 162 |
| N | 187 | 187 | 164 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 162 |
| Självständighet | -,144* | 0,12 | -0,006 | -0,039 | 0,011 | 1 | ,200** | ,174* | 0,001 | ,184* | ,218** |
| Pearson Correlation | | | | | | | 0,006 | 0,017 | 0,001 | 0,012 | 0,005 |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | 187 | 187 | 187 | 187 | 162 |
| N | 187 | 187 | 164 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 162 |
| Erkännande | -0,104 | 0,013 | 0,001 | -0,061 | 0,076 | ,200** | 1 | ,221** | ,224** | ,319** | 0,073 |
| Pearson Correlation | | | | | | | | 0,002 | 0,002 | 0 | 0,357 |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | 187 | 187 | 187 | 162 |
| N | 187 | 187 | 164 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 162 |
| Roller | -0,001 | -0,054 | -0,083 | -0,084 | 0,13 | ,174* | ,221** | 1 | 0,06 | 0,13 | ,177* |
| Pearson Correlation | | | | | | | | | 0,418 | 0,077 | 0,025 |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | | 187 | 187 | 162 |
| N | 187 | 187 | 164 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 162 |
| Avkastning | -0,052 | 0,033 | -0,053 | -0,075 | 0,033 | ,234** | ,224** | 0,06 | 1 | ,225** | 0,062 |
| Pearson Correlation | | | | | | | | 0,418 | 1 | 0,002 | 0,433 |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | 187 | 187 | 187 | 162 |
| N | 187 | 187 | 164 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 162 |
| Självförverkligande | -,153* | -0,034 | -0,147 | -,236** | ,145* | ,184* | ,319** | 0,13 | ,225** | 1 | 0,12 |
| Pearson Correlation | | | | | | | | 0,077 | 0,002 | 0,127 | 0,127 |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | 187 | 187 | 187 | 162 |
| N | 187 | 187 | 164 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 162 |
| Majoritetsägare (dummy) | -0,087 | -0,076 | -0,083 | 0,138 | 0,034 | ,218** | 0,073 | ,177* | 0,062 | 0,12 | 1 |
| Pearson Correlation | | | | | | | | 0,025 | 0,433 | 0,127 | 1 |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | | | 162 | 162 | 162 | 164 |
| N | 164 | 164 | 144 | 164 | 162 | 162 | 162 | 162 | 162 | 162 | 164 |

** Korrelationen är signifikant på 0.01 nivå.

* Korrelationen är signifikant på 0.05 nivå.

7.4 Enkätfrågor

För det första berörde två frågor vår frågeställning om hur entreprenörers inställning till exit ser ut; hur länge de vill arbeta med sitt företag, och hur troligt det är att de kommer att göra exit inom en given tidsram. Den första av dessa frågor löd som följer:

Hur länge vill du arbeta med ditt/ert nuvarande företag, givet att det går bra i förhållande till dina ambitioner?

Det väsentliga i denna formulering var att vi ville ta hänsyn till respondentens egna ambitionsnivåer i frågans utformning. På så vis tror vi oss komma närmare det frågan syftar till att undersöka, nämligen hur önskvärt denne uppfattar det att inom en viss tidsram lämna det företag denne hjälpt till att starta. Den andra frågan var formulerad enligt nedan:

Oavsett vad du svarade på den tidigare frågan om hur länge du vill arbeta med ditt företag, hur stor är sannolikheten att du kommer att göra en exit inom 6 år, givet att företaget går bra i förhållande till dina ambitioner, och kan väntas fortsätta göra det?

I detta fall var det centralt att respondenten förstod att detta inte var samma fråga som ovan, utan handlade om vad man trodde skulle hända, snarare än vad man ville skulle hända. Då frågans syfte var att undersöka hur möjligt respondenten uppfattar att exit är ansåg vi det viktigt att ge detta en bestämd tidrymd, och valde därför 6 år framåt i tiden. Vi ansåg att detta var en rimlig tidsram då den innebar att även de yngsta företagen i vår undersökning inom 6 år har hamnat utanför vår definition av unga företag, samtidigt som 6 år är en överblickbar tid.

Gällande entreprenörernas drivkrafter formulerades frågan som “Hur viktiga är nedanstående intentioner i ditt entreprenörskap?”. Därefter presenterades de sex olika drivkrafterna i korthet och respondenten fick gradera dem från “mycket oviktigt” till “mycket viktigt” på en 7-gradig skala. De sex drivkrafterna presenterades inte med varsin rubrik, utan istället med en kortare beskrivning för varje drivkraft för att komma närmare den innebörd vi avsåg:

Innovation

Att utveckla en affärsidé eller en produkt och att ständigt driva innovativ utveckling

Oberoende

Kontrollera din egen tid och ha stor flexibilitet och frihet i ditt arbete

Erkännande

Att få influens, respekt och uppskattning för det du gör

Roller, familjetraditioner

Att driva vidare familjetradition vidare eller att följa i en förebilds fotspår

Finansiell avkastning

Att företagandet ger hög lön eller bra avkastning på investerat kapital

Självförverkligande

Att uppnå personlig utveckling och utveckla den fulla potentialen i dina förmågor

Övriga frågor i enkäten var formulerade så enkelt och tydligt som möjligt, och behöver på grund av sin karaktär inte beskrivas mer ingående.

7.5 Intervjuer

7.5.1 Intervjufrågor vid pilotstudie på SSE Business Lab

Strukturen av intervjuerna började med att vi bad entreprenörerna svara på vår enkät online, sedan hade vi en diskussion som grundade sig i följande frågor:

1. Var enkäten lättförståelig och smidig att fylla i?
2. Anser du att några ändringar bör göras, exempelvis om du saknade något svarsalternativ på någon fråga?
3. Hade du fyllt i enkäten om du blivit tillfrågad om detta?
4. Har du några ytterligare kommentarer eller reflektioner över enkäten?

7.5.2 Intervjufrågor vid kompletterande intervjuer

Intervjuerna var öppna i sin form och kretsade kring följande ämnen:

1. Företaget samt vilken roll personen har i företaget
2. Generell inställning till exit och huruvida den förändrats över tid
3. Synen på det egna entreprenörskapet

7.5.3 Tidpunkt för intervjuer

| | Kommentar | Datum |
|-----------|------------------------------|------------|
| Person 1 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 2 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 3 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 4 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 5 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 6 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 7 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 8 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 9 | Pilotstudie SSE Business Lab | 2012-02-06 |
| Person 10 | Telefonintervju | 2012-04-24 |
| Person 11 | Telefonintervju | 2012-04-24 |
| Person 12 | Telefonintervju | 2012-04-24 |
| Person 13 | Telefonintervju | 2012-04-24 |
| Person 14 | Telefonintervju | 2012-04-24 |
| Person 15 | Telefonintervju | 2012-04-24 |
| Person 16 | Telefonintervju | 2012-04-24 |
| Person 17 | Telefonintervju | 2012-04-24 |

7.6 Test av systematiskt bortfall

Bland de 98 registrerade bolagen samlade vi in information om omsättning i de fall där detta var möjligt. I 23 fall fanns endast information om registreringsdatum, då bolaget inte hade lämnat in någon årsredovisning. I nedanstående tester varierar antalet respondenter något, detta då vissa av enkäterna ej var fullständigt ifyllda.

Vid kontroll med Pearson Chi-Square gällande nuvarande omsättning kunde vi inte påvisa att företagen skiljde sig på ett systematiskt signifikant sätt (0,455).

Enkät besvarad * Företagets nuvarande omsättning Crosstabulation

| | | | Företagets nuvarande omsättning | | | | Total |
|----------------|-----------|----------------|---------------------------------|----------|-----------|-------|-------|
| | | | <500 | 501-1000 | 1001-5000 | >5000 | |
| Enkät besvarad | EJ SVARAT | Count | 44 | 10 | 16 | 5 | 75 |
| | | Expected Count | 43,1 | 8,1 | 15,2 | 8,6 | 75,0 |
| | SVARAT | Count | 137 | 24 | 48 | 31 | 240 |
| | | Expected Count | 137,9 | 25,9 | 48,8 | 27,4 | 240,0 |
| Total | | Count | 181 | 34 | 64 | 36 | 315 |
| | | Expected Count | 181,0 | 34,0 | 64,0 | 36,0 | 315,0 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 2,616 ^a | 3 | ,455 |
| Likelihood Ratio | 2,833 | 3 | ,418 |
| Linear-by-Linear Association | ,762 | 1 | ,383 |
| N of Valid Cases | 315 | | |

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,10.

Mann-Whitney U test gällande företagens ålder visade att det fanns en signifikant skillnad på 99 procent. konfidens både om vi kontrollerade på samtliga företag eller de som var 6 år eller yngre. I alla dessa tester visade det sig att företagen bakom de personer som inte besvarat enkäten var förhållandevis äldre än bland de som besvarat enkäten.

Ranks

| Enkät besvarad | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
|---------------------|-----|-----------|--------------|
| ftg_alder EJ SVARAT | 98 | 181,84 | 17820,50 |
| SVARAT | 216 | 146,46 | 31634,50 |
| Total | 314 | | |

Test Statistics^a

| | ftg_alder |
|------------------------|-----------|
| Mann-Whitney U | 8198,500 |
| Wilcoxon W | 31634,500 |
| Z | -3,242 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,001 |

a. Grouping Variable: Enkät besvarad

Vi kontrollerade även med Pearson Chi-Square gällande graden av bortfall vid respektive inkubator. Flera av inkubatorerna var för små för att ge ett tillförlitligt resultat i testet och uteslöts därför. Testet visade att det fanns en systematisk skillnad i svarsfrekvens mellan de olika inkubatorerna (0,012). Denna skillnad kunde till största del tillskrivas en enskild inkubator Gothia Innovation, och om den uteslöts från testet kunde vi inte se en signifikant skillnad mellan inkubatorerna (0,112).

Enkät besvarad * Vilken inkubator Crosstabulation

| | | Vilken inkubator | | | | | | | | | |
|--------------------------|----------------|---------------------|-------------------|--------------------|------------------------------------|------|-------------------------|---------------------------|---------|-------|--|
| | | Chalmers Innovation | Gothia Innovation | Ideon Science Park | Karolinska Institutet Science Park | LEAD | Norrköping Science Park | Uppsala Innovation Center | Uminova | Total | |
| Enkät besvarad EJ SVARAT | Count | 8 | 1 | 8 | 11 | 9 | 7 | 37 | 8 | 89 | |
| | Expected Count | 6,0 | 6,0 | 10,2 | 10,9 | 9,1 | 8,8 | 26,0 | 12,0 | 89,0 | |
| SVARAT | Count | 9 | 16 | 21 | 20 | 17 | 18 | 37 | 26 | 164 | |
| | Expected Count | 11,0 | 11,0 | 18,8 | 20,1 | 16,9 | 16,2 | 48,0 | 22,0 | 164,0 | |
| Total | Count | 17 | 17 | 29 | 31 | 26 | 25 | 74 | 34 | 253 | |
| | Expected Count | 17,0 | 17,0 | 29,0 | 31,0 | 26,0 | 25,0 | 74,0 | 34,0 | 253,0 | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 17,906 ^a | 7 | ,012 |
| Likelihood Ratio | 19,685 | 7 | ,006 |
| Linear-by-Linear Association | 2,172 | 1 | ,141 |

N of Valid Cases 253

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,98.