

# Innovative iværksættere – hvem er de og hvordan motiveres de?

John Kjeldsen

Institut for Markedsøkonomi, Handelshøjskolen i Århus

Jens Vestergaard

Institut for Udenrigshandel, Handelshøjskolen i Århus

*SUMMARY: Because of their ability to innovate entrepreneurs have a significant impact on a country's competitiveness, economic growth and level of employment. But how can a community motivate potential entrepreneurs to be entrepreneurial, to start and develop highly innovative and flourishing firms? By combining the instruments of public policy in the right way, the community has a means to motivate entrepreneurs. But, the question is "What is the right way". The science of entrepreneurship and entrepreneurial research, which are based on economic theory, psychology and sociology, may help answer this question. Therefore, it seems important that the choice and the coordination of these instruments should be based on entrepreneurial research. Probably only then will policies to motivate entrepreneurship and entrepreneurial events be effective.*

---

## Indledning

Iværksætterbegrebet, eller benævnt ved det internationale begreb entrepreneur og entrepreneurship, har gennem de seneste år opnået en stadig større forskningsmæssig og uddannelsesmæssig interesse i hele den industrialiserede verden. Dette skyldes en voksende erkendelse af, at en erhvervsstrukturel udvikling, der er kendetegnet ved fremkomsten af mange nye virksomheder og en innovativ udvikling af de eksisterende har stor betydning for et lands internationale konkurrenceevne, og i forlængelse heraf for landets muligheder for økonomisk vækst og beskæftigelse.

Nye virksomheder opstår ved, at personer gennem et samspil med det omgivende samfund beslutter sig for at gennemføre en entrepreneurmæssig handling. Gennem den førte politik udsender samfundet til stadighed signaler, der får visse personer til at vurdere om tilværelsen som selvstændig erhvervsdrivende er noget ønskværdigt og noget realiserbart. Sådanne signaler udsendes eksempelvis gennem den førte erhvervspolitik, gennem skattepolitikken, arbejdsmarkedspolitikken, socialpolitikken, finanspolitikken, pengepolitikken og miljøpolitikken samt gennem tiltag på det kommunale og amtskommunale plan.

# Innovative iværksættere – hvem er de og hvordan motiveres de?

John Kjeldsen

Institut for Markedsøkonomi, Handelshøjskolen i Århus

Jens Vestergaard

Institut for Udenrigshandel, Handelshøjskolen i Århus

*SUMMARY: Because of their ability to innovate entrepreneurs have a significant impact on a country's competitiveness, economic growth and level of employment. But how can a community motivate potential entrepreneurs to be entrepreneurial, to start and develop highly innovative and flourishing firms? By combining the instruments of public policy in the right way, the community has a means to motivate entrepreneurs. But, the question is "What is the right way". The science of entrepreneurship and entrepreneurial research, which are based on economic theory, psychology and sociology, may help answer this question. Therefore, it seems important that the choice and the coordination of these instruments should be based on entrepreneurial research. Probably only then will policies to motivate entrepreneurship and entrepreneurial events be effective.*

---

## Indledning

Iværksætterbegrebet, eller benævnt ved det internationale begreb entrepreneur og entrepreneurship, har gennem de seneste år opnået en stadig større forskningsmæssig og uddannelsesmæssig interesse i hele den industrialiserede verden. Dette skyldes en voksende erkendelse af, at en erhvervsstrukturel udvikling, der er kendetegnet ved fremkomsten af mange nye virksomheder og en innovativ udvikling af de eksisterende har stor betydning for et lands internationale konkurrenceevne, og i forlængelse heraf for landets muligheder for økonomisk vækst og beskæftigelse.

Nye virksomheder opstår ved, at personer gennem et samspil med det omgivende samfund beslutter sig for at gennemføre en entrepreneurmæssig handling. Gennem den førte politik udsender samfundet til stadighed signaler, der får visse personer til at vurdere om tilværelsen som selvstændig erhvervsdrivende er noget ønskværdigt og noget realiserbart. Sådanne signaler udsendes eksempelvis gennem den førte erhvervspolitik, gennem skattepolitikken, arbejdsmarkedspolitikken, socialpolitikken, finanspolitikken, pengepolitikken og miljøpolitikken samt gennem tiltag på det kommunale og amtskommunale plan.

Der findes således en række instrumenter, gennem hvilke et samfund både direkte og indirekte kan påvirke efterspørgslen efter og udbudet af entreprenører eller iværksættere. Men forudsætningen for, at denne proces kan fungere effektivt er for det første, at anvendelsen af instrumenterne sker koordineret. Og for det andet, at der arbejdes ud fra fælles mål med hensyn til hvilke iværksætterhandlinger og hvilken iværksætteradfærd, man ønsker fremmet mest muligt.

Med hensyn til en koordineret anvendelse af instrumenterne og klare mål for hvad man ønsker, så er der også i Danmark behov for en eksplicit formuleret iværksætterpolitik. Målene bør være operationaliserede, og de enkelte beslutningstagere med ansvar for de forskellige instrumenter må handle ud fra fælles mål. Dette kan gøre den danske iværksætterpolitik mere målrettet og koordineret. Se eksempelvis Kjeldsen (1992).

En større indsigt i og forståelse af hvilke motiver og hvilke forventninger og ønsker, der ligger bag iværksætterens beslutning om at starte egen virksomhed vil kunne danne grundlag for formulering af en mere klar iværksætterpolitik- og hermed også muligheden for en mere optimal ressourceallokering.

Som et første led heri skelner man i Industriministeriets Arbejdsnotat nr. 15 (1990) mellem den *traditionelle iværksætter* og den *innovative iværksætter*. Hvor den første type af iværksættere gennem beslutningen om at starte egen virksomhed søger selvstændighed og en indkomst, der giver mulighed for at forsørge sin familie. Denne type virksomheder udvikler sig ofte til at give beskæftigelse til 2-3 personer. Disse virksomheder udgør langt den overvejende del af de ca. 15 000 nye virksomheder, der bliver oprettet årligt i Danmark. Den *innovative iværksætter* etablerer virksomhed med det formål at skabe vækst og økonomisk udbytte, hvilket ofte resulterer i en stærk vækst målt på antallet af ansatte medarbejdere.

Der er behov for begge typer af virksomheder, men netop derfor er det vigtigt at forstå, at disse iværksættere og deres virksomheder har vidt forskellige behov for støtteforanstaltninger fra det øjeblik ideen til selve virksomhedskonceptet undfanges og under de senere faser i virksomhedens livsløb, Kjeldsen (1992).

I det følgende skal gives en kort introduktion til forskellige teoretiske indfaldsvinkler, der kan bidrage til en større indsigt i baggrunde for iværksætteradfærd og iværksætterhandlinger.<sup>1</sup> I forlængelse heraf gives nogle få resultater fra den danske del af en international undersøgelse, hvis formål har været at medvirke til en større forståelse af hvilke faktorer, der kan motivere personer til at starte egen virksomhed. For en uddybning af disse teoretiske og metodemæssige indfaldsvinkler må henvises til Kjeldsen (1991 a, b), Kjeldsen & Vestergaard (1991 a, b).

### **Teoretiske indfaldsvinkler i den internationale iværksætterforskning**

Også i 1990'erne vil man på det internationale plan opleve, at entreprenurbegrebet

---

1. Denne del af artiklen bygger på Kjeldsen (1991a).

vil få en meget central placering i den samfundsøkonomiske og erhvervsøkonomiske forskning og i undervisningen på de højere uddannelser.

Gennem de seneste årtier har entreprenurfænomenet været forsøgt udforsket ud fra mange forskellige formål og med mange forskellige teoretiske og metodemæssige indfaldsvinkler. Hidtil har det dog været kendetegnende for entreprenurforskningen, at den kun i mindre grad har haft sit udgangspunkt i økonomisk teori. Et stærkt stigende antal samfundsøkonomer og erhvervsøkonomer har dog gennem de seneste år gennemført forskningsprojekter inden for entrepreurområdet. Ligeledes har man på en lang række Handelshøjskoler, Tekniske højskoler og Universiteter i den vestlige verden påbegyndt uddannelser, der anlægger en erhvervsøkonomisk tilgang til entreprenurbegrebet, Vesper & McMullan (1988), Kjeldsen (1991 a).

#### *Entrepreneurbegrebet i økonomisk teori*

Begrebet entrepreneur eller en entrepreneurmæssig handling er med vekslende interesse blevet »udforsket« siden begyndelsen af det 16. århundrede. Selve ordet entrepreneur er af fransk oprindelse og betyder »en person, der organiserer«. Anlægger vi i forlængelse heraf en form for metabetragtning, så kan det engelske begreb *entrepreneurship* siges at omfatte forsøget på at belyse og forstå, hvorfor og hvordan entreprenører organiserer og gennemfører en entrepreneurmæssig handling. Det vil sige en belysning af, hvorledes langvarige eller situationsspecifikke forhold hos entreprenøren selv eller i omgivelserne, har motiveret denne til at gennemføre en sådan handling. Samt hvorledes entreprenører håndterer denne beslutningsproces og skaffer sig de ressourcer, som er forudsætningen for, at den entrepreneurmæssige handling kan realiseres.

En *entrepreneurmæssig handling* kan derfor opfattes som *erkendelse* af en forretningsmæssig mulighed, *fremskaffelse* og *organisering* af de nødvendige ressourcer samt *koordinering* af de aktiviteter, der er nødvendige for, at muligheden kan udnyttes. *Entrepreneuren* kan i forlængelse heraf opfattes som den eller de personer, der igangsætter og gennemfører ledelsesprocessen bag den entrepreneurmæssige handling.

Den *innovative iværksætter* er karakteriseret ved en fortsat søgning efter muligheder for vækst gennem udvikling og fornyelse af virksomheden på en eller flere dimensioner. Eksempelvis med hensyn til udvikling af nye produkter, indførelse af nye organisationsformer og nye produktionsmetoder eller introduktion af produkter på nye markeder.

Inden for den *økonomiske teori* har entreprenurbegrebet været nedprioriteret. Det har fortrinsvis været repræsentanter for Den Østrigske Skole (eksempelvis Menger, Kirzner) samt Schumpeter der, inspireret af de franske økonomer fra det 16. og 18. århundrede (eksempelvis Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say) har bidraget til en øget forståelse af den entrepreneurmæssige *handling*. En af årsagerne til at entreprenurbegrebet

grebet ikke fik en særlig fremtrædende plads i den neoklassiske makroøkonomiske og mikroøkonomiske teori var datidens tendens til at behandle begrebet innovation som noget, der lå uden for den økonomiske teoris genstandsområde. Heller ikke de senere mikroøkonomiske teoridannelser, med deres forudsætninger om fuld indsigt og fuldstændig økonomisk rationalitet, udgjorde en særlig hensigtsmæssig ramme som grundlag for at definere, beskrive og forstå entrepreneurmæssige handlinger og entrepreneurmæssig adfærd. Entrepreneurbegrebet har således fået en stedmoderlig behandling i den tidlige engelsksprogede økonomilitteratur bl.a. på grund af definitionsmæssige problemer, men hovedsagelig fordi de grundlæggende økonomiske teori- og modeldannelser ikke kunne håndtere begreber som uligevægt, fornyelse, udvikling, usikkerhed, opportuniste og begrænset rationalitet.

Det har været kendetegnende for den del af entrepreneurforskningen, der har taget sit udgangspunkt i økonomisk teori, at den har fokuseret mere på selve den økonomiske *handling* og de *omgivelser*, som handlingen foregik i end på selve *personen* bag handlingen. Dog inddrager Schumpeter (se Kets de Vries, 1977) også *karakteristika ved personen* i forsøget på at beskrive og forstå en *entrepræneurmæssig handling*. Hermed var Schumpeter med til at bygge bro mellem den økonomiske og den person/adfærdsorienterede indfaldsvinkel til entrepreneurforskningen. Tilsvarende inddrog Østriger-Skolen (se eksempelvis Kirzner (1973, 1982)) også personlige kendetegn ved entrepreneuren i bestræbelserne på at forstå dennes indflydelse på udviklingen i det økonomiske system. Kirzner opfattede entrepreneurer som personer, der kan se forretningsmæssige muligheder i omgivelserne, som andre ikke har set, og som beslutter sig for at handle ud fra denne indsigt. Kirzner mente, at et samfund gennem sin udvikling uophørligt udsender signaler vedrørende profitmuligheder til dem, der er i stand til at opfange signalerne. Gennem sin reaktion på disse signaler anviser entrepreneuren nye udviklingsmuligheder for samfundet. Det er profitten og muligheden for at beholde ejendomsretten til de værdier, der skabes gennem den entrepreneurmæssige handling, der efter Kirzners opfattelse er det væsentligste motiv for entrepreneuren.

Men evnen til at se forretningsmæssige muligheder er efter Kirzners opfattelse kun noget som visse personer er udstyret med. Denne evne, kan ikke indlæres. Derfor mener Kirzner, at antallet af »rigtige« entrepreneurer i et samfund er begrænset.

Hos Kirzner spiller entrepreneuren en vigtig rolle for den samfundsøkonomiske udvikling, idet entrepreneuren gennem sin indsigt og sine handlinger medvirker til at bevæge systemet mod en ligevægt, uden at en sådan ligevægt dog nogensinde nåes.

#### *Entrepreneurbegrebet- en adfærdsorienteret indfaldsvinkel*

En væsentlig del af den eksisterende entrepreneurforskning har forsøgt at beskrive og forklare entrepreneurfænomenet ved at fokusere på eventuelle *personkarakteristika* ved entrepreneurer. Det har fortrinsvis været forskere med en psykologisk eller en so-

ciologisk baggrund der, med udgangspunkt i *psykologien og sociologien*, har forsøgt at forklare årsagen til »udbudet« af entreprenører ud fra nogle fælles karakteristika hos disse personer. Disse empiriske undersøgelser bygger på hypotesen om, at entreprenører besidder nogle karakteristika eller personlige egenskaber, som adskiller dem fra andre personer. Jf. eksempelvis McClland's (1965, 1967, 1969) undersøgelser vedrørende præstationsbehov (Need of Achievement) eller Shapero's (1975) undersøgelser vedrørende succesfulde entreprenørers stærke tro på egne muligheder for at kunne påvirke sine omgivelser (internal beliefs of control). Der findes således en lang række af undersøgelser, hvor man har søgt at identificere nogle fælles karakteristika ved entreprenører med hensyn til psykologiske, sociologiske og demografiske baggrundsvariable. For en nærmere oversigt over disse undersøgelser og deres resultater se eksempelvis Kjeldsen (1991a), Brockhaus (1980), Brockhaus (1982), Brockhaus & Horwitz (1986), Cooper & Dunkelberg (1987).

Men resultaterne fra disse empiriske undersøgelser, hvor man har forsøgt at identificere en form for *entreprenørprofil*, har ofte været modstridende. Dette skyldes for det første, at forskerne sjældent lægger det samme indhold i de anvendte begreber og definitioner i de forskellige undersøgelser. Men det kan også skyldes, at en sådan generel entreprenørprofil slet ikke findes, fordi profilerne er meget forskellige i relation til forskellige typer af *entreprenørmæssige handlinger*, Gartner (1985), Lafuente & Salas (1989). Jf. også opdelingen i *traditionelle iværksættere og innovative iværksættere*. Alligevel har man gennem den adfærdsorienterede indfaldsvinkel kunnet bidrage til en bedre forståelse af nogle af de faktorer, som må formodes at øve indflydelse på personers økonomiske adfærd.

Ud fra en sociologisk indfaldsvinkel skelner Shapero & Sokol (1982) mellem pull faktorer og push faktorer, som motiv bag beslutningen om at blive selvstændig erhvervsdrivende. Pull-faktorer kan eksempelvis være et resultat af entreprenørens evne til at erkende nye forrtningsmæssige muligheder i omgivelserne. Push-faktorer omfatter den type situationer, hvor en person er blevet tvunget til at forsøge sig som selvstændig, eksempelvis på grund af en ændret situation i arbejdsbetingelserne eller som følge af ændrede familiemæssige forhold. Talrige undersøgelser er blevet foretaget med det formål at undersøge, hvilke af de to typer af faktorer, der er den mest hyppige årsag til start af nye virksomheder. Men undersøgelserne viser meget forskellige resultater. Forskellene i undersøgelsesresultaterne kan bl.a. henføres til forskelle i definitioner af begrebet entreprenør, forskelle i de analyserede virksomhedstyper, samt forskelle med hensyn til de anvendte metoder. Men i hovedparten af undersøgelserne har man dog fundet, at ca. 50% er blevet motiveret gennem push-faktorer og ca. 50% gennem pull-faktorer.

Gennem deres undersøgelser fandt Shapero & Sokol (1982), at gennemførelsen af en entreprenørmæssig behandling er en funktion af, om en person for det første opfat-

ter handlingen og dennes konsekvenser som noget *ønskværdigt* og for det andet om personen føler, at handlingen er *realiserbar*.

I hvilken grad en person opfatter det at blive selvstændig erhvervsdrivende som noget *ønskværdigt*, er afhængig af personens værdisystem. Værdisystem skal her defineres som personens holdninger, opfattelser og *værdinormer* (values). Dette værdisystem er bl.a. resultatet af personens kulturelle, ideologiske, uddannelsesmæssige og familiemæssige baggrund.

En persons vurdering af, om det også er *realiserbart* for ham at gennemføre en entreprenurmæssig handling, er påvirket af *personlige karaktertræk*. Desuden har *personens opfattelse* (beliefs) af omgivelsernes »velvilje« over for denne form for handlinger indflydelse på hans vurdering af, om gennemførelsen af en entreprenurmæssig handling er realiserbar.

En høj grad af tro på, at man som person selv kan påvirke sin egen placering i omgivelserne, kombineret med et forholdsvis mindre behov for struktur og sikkerhed i tilværelsen er egenskaber, som Shapero (Kent, 1984) tillægger den »rigtige« entreprenur. Men han mener, at disse egenskaber er en *tillært adfærd* og *ikke noget medfødt*. De fleste mennesker besidder efter hans opfattelse *evnen til at udvikle* entreprenurmæssige egenskaber. Denne opfattelse er ikke i overensstemmelse med de antagelser, som hverken Østriger-Skolen eller den personorienterede entreprenurforskning bygger på. En del af årsagen til denne divergens kan dog henføres til forskelle i, hvad man lægger i selve begrebet en entreprenurmæssig handling.

#### *Nyere indfaldsvinkler inden for entreprenurforskningen*

En tredje indfaldsvinkel til entreprenurforskningen er, at forskere ud fra observationer af entreprenurers *faktiske adfærd* søger at beskrive og forklare hvilke personer, der bliver entreprenører og, hvorledes disse gennemfører hele den entreprenurmæssige *beslutningsproces*. Eksempelvis hvorledes omgivelserne påvirker beslutningen, og hvilke elementer i omgivelserne som entreprenuren inddrager i sin beslutningsproces, Ronen (1983), Johannisson (1988). Denne tilgang kan bidrage til en øget indsigt i entreprenurens anvendelse af eventuelle netværk i omgivelserne samt give viden om entreprenurers beslutningsadfærd. Her søges udledt eventuelle mønstre i det *sæt af aktiviteter og den adfærd*, der ligger bag *forskellige typer* af entreprenurmæssige handlinger. I forsøget på at beskrive og forstå disse sæt af aktiviteter og adfærd hentes bl.a. inspiration fra forskellige dele af de erhvervsøkonomiske teoridannelser. Herunder specielt den del af organisations- og ledelsesteorien, der fokuserer på innovationsbegrebet.

Ud fra en erhvervsstrukturel og strukturøkonomisk indfaldsvinkel vil udviklingen inden for nyere branche- og strukturøkonomiske teoridannelser måske kunne udgøre et hensigtsmæssigt teoretisk grundlag for analyse og forståelse af eventuelle kausale sam-

menhænge mellem entrepreneurship, konkurrenceevne og økonomisk vækst på branche- eller landeniveau. Et sådant teoretisk udgangspunkt kan måske medvirke til at forklare, hvorledes forhold i de samfundsmæssige omgivelser påvirker fremkomsten af helt nye virksomheder samt, hvorledes disse forhold påvirker den strukturelle opbygning og ledelse af eksisterende innovative virksomheder. Se eksempelvis Rumelt et al. (1991) for en diskussion af den teoretiske udvikling inden for områderne strategisk ledelse og »nyere« økonomiske teoridannelser som transaktionsomkostningsteori, evolutionsteori og det nye IO-paradigme (Industrial Organisation).

Ovennævnte teoretiske indfaldsvinkler til entreprenørforskningen har hver især anvendt og også været styret af forskelle i forskningsmæssige traditioner. På trods af en stor indsats eksisterer der endnu ikke en fælles begrebs- og teoridannelse inden for entreprenørforskningen. Fra såvel makro- som mikroøkonomisk teori har bidraget været forholdsvis beskedent. Heller ikke de øvrige adfærdsvidenskaber har kunnet bidrage til udvikling af en mere generel teori til beskrivelse, analyse og forklaring af entreprenørmæssige handlinger og entreprenørmæssig adfærd. Men alligevel kan disse bidrag sammen med ovennævnte nyere indfaldsvinkler til entreprenørforskningen indgå i det fundament, som en mere sammenhængende og målrettet iværksætterpolitik kan bygge på.

#### **Eksempler fra den danske del af en international undersøgelse af faktorer, der påvirkede beslutningen om at blive selvstændig.**

I det følgende gengives meget kort nogle af resultaterne fra en dansk iværksætterundersøgelse. For en mere omfattende indsigt i undersøgelsens teorigrundlag, metode og resultater må henvises til Kjeldsen & Vestergaard (1991a, 1991b), Kjeldsen (1991b).

Den danske undersøgelse er en selvstændig del af et internationalt studie, hvis formål er at undersøge, hvilke faktorer, der påvirker personers beslutning om at blive selvstændig erhvervsdrivende. Kulturelt betingede, sociale og økonomiske faktorer inddrages i undersøgelsen. Projektet er igangsat af Center for Entrepreneurial Studies ved New Yorks Universitet og har haft deltagelse fra 12 lande. I hvert af disse lande har man anvendt det samme 30 sideres spørgeskema og de samme metoder og teknikker som grundlag for indsamling af informationer om en gruppe personer, der har valgt at blive selvstændig erhvervsdrivende samt en gruppe personer, der fungerer som ansatte i private eller offentlige virksomheder.

I den danske undersøgelse indgår 77 personer, der inden for de seneste 8 år har realiseret beslutningen om at blive selvstændig erhvervsdrivende. Gruppen består af både »traditionelle iværksættere« og »innovative iværksættere« inden for vidt forskellige brancher. Gruppen af personer der sidder i et ansættelsesforhold repræsenterer størst



mulig spredning med hensyn til bopæl og beskæftigelse. Denne gruppe består af 101 personer.

I forbindelse med en persons beslutning om at blive selvstændig, kan man bl.a. stille følgende spørgsmål, som søges besvaret i det følgende:

- Hvilke motiver lå bag iværksætterens beslutning
- Hvorledes anvendes tidligere jobberfaring
- Hvorfor forlod entreprenøren sin tidligere stilling
- Hvilke barrierer opfattes som størst ved start af ny virksomhed
- Hvorledes anvender entreprenøren sit sociale netværk under beslutningsprocessen

#### *Motiver bag start af egen virksomhed*

I det internationale og i det danske studie blev iværksætterne på en 5-punktsskala bedt om at vurdere, i hvilken grad hvert enkelt af ialt 38 forskellige faktorer havde virket motiverende på deres beslutning om at blive selvstændig erhvervsdrivende.

I den internationale analyse blev disse forhold gennem faktoranalyser reduceret til 21 variable, hvoraf følgende 6 faktorer fremstod som de væsentligste grunde til at starte egen virksomhed:

1. Faktor: – Behov for personlig udvikling
2. Faktor: – Behov for at medvirke til øget velfærd hos sine nærmeste
3. Faktor: – Behov for ros og accept fra andre
4. Faktor: – Behov for at tjene mange penge
5. Faktor: – Behov for at skabe sig større uafhængighed/større frihed
6. Faktor: – Ønsket om at slippe væk fra sit nuværende job

I den danske del af undersøgelsen er det faktor 1 og faktor 5, der fremstår som klart de stærkeste motiver bag start af egen virksomhed. Følgende bygger på iværksætterens retrospektive vurdering af hvilke af disse 38 faktorer, der motiverede ham mest til at starte egen virksomhed.

Mere end 75% af de danske iværksættere har angivet, at det væsentligste motiv for at begynde som selvstændig har været »ønsket om personlig tilfredsstillelse og selvudvikling opnået gennem de udfordringer, der opstår i form af løsning af de problemer/muligheder, som er forbundet med at starte og at opbygge en virksomhed.« En tilsvarende stor andel har også angivet følgende motiver: »Trangen til at være sin egen herre, trangen til selv at kunne bestemme over sin egen tid, samt trangen til selv at kunne bestemme hvorledes tingene skal gøres«.

At sikre velfærden for sine nærmeste, såvel økonomisk som materielt, angives ikke af de danske iværksættere som havende været et væsentligt motiv for at starte selv-

stændig virksomhed. Over 80% har opfattet disse forhold som værende uden betydning. Mere end 90% af iværksætterne mener heller ikke, at en potentiel mulighed for accept og beundring fra omgivelserne har været et vigtigt motiv for deres start af selvstændig virksomhed. Dette gælder både i forhold til omgivelserne generelt som i forhold til nære venner og eventuelle referencepersoner.

Trangen til frihed, trangen til at skabe noget og trangen til at udvikle sig selv synes således at være de totalt dominerende motiver bag start af egen virksomhed hos de iværksættere, der indgår i den danske undersøgelse. Medens muligheden for øget indtjening, højere social status eller beundring og ros fra omgivelserne er forhold der, efter iværksætternes egen vurdering, ikke har haft nogen indflydelse på deres beslutning.

#### *Iværksætterens anvendelse af tidligere jobberfaring*

87% af de iværksættere, der indgår i undersøgelsen mener, at de gennem deres tidligere job har fået nogle specielle erfaringer, som de har kunnet bruge i deres nuværende virksomhed. Med hensyn til ledelseserfaring og mere konkret faglig viden så er det karakteristisk for iværksætterne, at de næsten alle bygger på viden fra deres tidligere ansættelsesforhold.

Således mener 57%, at deres virksomhed næsten et hundrede procent bygger på faglig viden og erfaringer fra tidligere ansættelser, og at virksomheden ikke var blevet etableret uden disse erfaringer. 37% af iværksætterne mener, at deres virksomhed delvis bygger på viden/erfaring fra tidligere ansættelser og disse erfaringer bliver anvendt inden for vigtige områder af virksomhedens drift. Kun 6% har ikke fundet, at de har kunnet anvende viden og erfaringer fra deres tidligere ansættelser.

#### *Årsager til at iværksætteren forlod sin stilling for at blive selvstændig:*

For 25 ud af 70 iværksættere var årsagen til, at de forlod deres tidligere ansættelsesforhold og startede egen virksomhed, at de generelt var utilfredse med jobbet. Dette antal svarer til 36%. 10 begrundede deres opsigelse med, at de ikke kunne se forfremmelsesmuligheder i jobbet. Dette svarer til 14%.

50% af iværksætterne har således angivet, at de forlod jobbet, fordi de ikke var tilfredse med selve jobbet og dets muligheder. De øvrige 35 iværksættere, svarende til 50%, forlod jobbet fordi de så en forretningsmæssig mulighed. Halvdelen af disse 35 så denne mulighed sammen med en anden person, der indgik som partner i virksomheden. Dette er i overensstemmelse med resultaterne fra andre undersøgelser. Se eksempelvis Brockhaus (1980).

Undersøgelsen viser desuden klart, at det ikke er rådgivningssystemet eller forretningsforbindelser, der af iværksætteren selv angives som en vigtig faktor i forbindelse med beslutningen om at starte egen virksomhed.

*Forskelle i holdninger og opfattelser mellem en gruppe iværksættere og en gruppe af ansatte*

De to grupper blev på 5-punktsskalaer med yderpunkterne helt enig og helt uenig bedt om at tilkendegive deres holdninger og opfattelser i relation til 67 udsagn. Som analyseteknikker blev anvendt T-test med signifikansniveau 0.05.

Ved 22 ud af disse 67 udsagn var der markante forskelle i holdningerne mellem de to grupper. Gruppen af iværksættere synes at besidde en større tro på, at det enkelte individ gennem sine mål og sine handlinger selv kan skabe sig sine muligheder i samfundet. Dette kom også til udtryk i den holdning, at det enkelte individs opnåelse og opretholdelse af lighed og ensartet belønning ikke er nogen menneskeret, men derimod noget som man selv må kæmpe for. Et andet kendetegn ved iværksættergruppen var, at denne i langt mindre grad end i gruppen af ansatte forbandt begrebet fiasko med det at tabe ansigt overfor sine omgivelser. Måske udgør en større tolerance overfor det »at tabe ansigt« et vigtigt element til en dybere forståelse af iværksætterens samlede risikovurdering.

Som et led i den internationale del af undersøgelsen blev der af respondenter fra 8 forskellige lande sammensat en gruppe på 1200 iværksættere og en gruppe på 1200 ansatte. Disse to grupper blev udsat for ovennævnte batteri af spørgsmål, og gennem en diskriminantanalyse med  $p < 0.05$  fremstod en række variable, hvorpå de to grupper adskilte sig med hensyn til holdninger og opfattelser.

Iværksætterne synes i højere grad at have holdninger og opfattelser, der kunne føres tilbage til en større grad individualisme. Dette kom til udtryk i et større ønske om selv at kunne disponere for sig selv og sin familie i relation til omgivelserne. Iværksætterne synes også i højere grad at lægge vægt på individuel belønning i form af opnåelse af mere konkrete beviser på succes. Tilsvarende viste undersøgelsen, at iværksætterne i højere grad accepterede sociale og andre forskelle mellem personer i et samfund, og at sådanne forskelle var et naturligt resultat af den enkelte persons særlige indsats. Iværksætterne udviste også holdninger, der gav udtryk for mindre modvilje mod forandringer, større konkurrencementalitet og en højere grad af optimisme og tro på sig selv.

*Start og udvikling af egen virksomhed samt barrierer mod etableringen*

Langt den overvejende del af iværksætterne har valgt at lokalisere deres virksomhed i nærheden af deres nuværende bopæl. Man vælger således at overvinde eventuelle barrierer i et område, som man nu tilfældigvis bor i. I forbindelse med virksomhedsetableringen har iværksætterne dog kun oplevet meget få barrierer. Iværksætterne udtrykker relativt stor tilfredshed med det private og det offentlige rådgivningssystem. Den væsentligste barriere har været konkurrenceforholdene på de markeder, som man mere eller mindre bevidst har valgt at henvende sig til.

Generelt mener iværksætterne ikke, at forskellige forhold i deres omgivelser, som eksempelvis forskellige former for ressourcer eller støttemuligheder, har haft nogen større indflydelse på deres beslutning om at blive selvstændig erhvervsdrivende. Dog fremhæves adgangen til velegnede lokaler til en rimelig husleje, adgang til lån med en forholdsvis lav rente samt muligheden for generel virksomhedsrådgivning som forhold, der er af betydning i forbindelse med beslutningen.

I mere end 95% af tilfældene blev virksomheden opbygget på grundlag af viden og ledelseserfaring som iværksætteren havde fået gennem sine tidligere ansættelser. Selve ideen eller selve produktet bygger i langt de fleste tilfælde også på erfaringer fra det tidligere job.

Over 70% af iværksætterne fremhæver, at et helt unikt idegrundlag eller en helt speciel god kvalitet er virksomhedens største konkurrencemæssige fordel. Iværksætteren er ikke tilbøjelig til at opfatte de øvrige konkurrenceparametre som noget, der giver eller kan give virksomheden konkurrencemæssige fordele.

#### *Anvendelsen af sociale netværk i forbindelse med beslutningen om at blive selvstændig*

Etableringsovervejelserne kan opfattes som en proces, hvor iværksætteren i et samspil med omgivelserne udvikler og former konceptet for den nye virksomhed. Karakteren af denne proces, og de overvejelser som gøres, kan bl.a. belyses ved at se på de personer eller grupper af personer, som iværksætteren tager kontakt til. Se Manning et.al. (1989).

Af undersøgelsen fremgår det, at iværksætteren anvender et kontaktnet på typisk 3-4 personer i forbindelse med beslutningen om at blive selvstændig. Det er fortrinsvis personer i det nære sociale netværk, der inddrages gennem hyppige og intense kontakter. Eksempler på disse nære kontakter er familie, venner, bekendte og eventuelle partnere. Det nære sociale netværk anvendes fortrinsvis til at vurdere og til at beslutte om det er *ønskværdigt* at blive selvstændig erhvervsdrivende. Kredsen af kontaktpersoner udvides fra det professionelle kontaktnet, når det skal vurderes, om det nu også er en *realiserbar* handling at starte egen virksomhed på det foreliggende grundlag.

Det kan virke overraskende, at iværksætterne ikke i større grad diskuterer forhold omkring virksomhedsetableringen med de øvrige aktører på markedet – eksempelvis med de potentielle efterspørgere af den nye virksomheds produkter/ydelser. Forklaringen herpå kan være, at mange iværksættere har en ret fast ide om, hvad det er, de vil producere. Ideen hertil har de ofte fået i forbindelse med deres tidligere job. Men det medfører også, at iværksætterne ofte bliver overraskede over de markedsmæssige og herunder konkurrencemæssige betingelser, som de kommer til at konkurrere under.

### Afslutning

Udvikling af innovative iværksættere må, under omgivelser karakteriseret ved en høj grad af turbulens, formodes at være et vigtigt led i den fortsatte fornyelse af den erhvervsstrukturelle opbygning, der danner grundlag for et lands internationale konkurrenceevne og beskæftigelsesniveau.

Gennem sine mål og gennem anvendelsen af forskellige politiske instrumenter har man fra samfundets side indflydelse på udklækningen af innovative iværksættere og deres muligheder for at udnytte deres specielle evner.

Visse personer er udstyret med en særlig evne til at se nye forretningsmæssige muligheder, og nogle af disse personer besidder også den form for personlige egenskaber, der gør, at de kan håndtere aktiviteterne i forbindelse med gennemførelsen af selve den entrepreneuremæssige handling.

Et vigtigt spørgsmål er så, hvorledes man i et givet samfund kan motivere disse personer til at realisere sådanne evner. Besvarelsen af dette spørgsmål kræver en større indsigt i disse personers måde at tænke på og en større forståelse af baggrunden for denne tænkning. Det kræver også en større indsigt i disse personers samspil med deres omgivelser i forbindelse med deres overvejelser om det ønskværdige og realiserbare i at blive selvstændig virksomhedsejer.

Inden for den internationale entrepreneurforskning forsøger forskere med en erhvervsøkonomisk og en samfundsøkonomisk indfaldsvinkel at bidrage til besvarelsen af disse spørgsmål. Resultaterne herfra vil med fordel kunne indgå i beslutningsgrundlaget for udformning af de politiske instrumenter og tiltag, der har som mål at få innovative iværksættere på banen, og som motiverer dem til at fortsætte deres kreative spil – også i anden halvleg.

### Litteratur

- Brockhaus, R.H. & Horwitz, P.S. 1986. The psychology of the entrepreneur. In: Sexton & Smilor, eds. *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge, Mass.
- Brockhaus, R.H. 1982. The psychology of the entrepreneur. In: Kent & Sexton & Vesper, eds. *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs; N.J.
- Brockhaus, R.H. 1980. The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business. *Journal of Business Management*.
- Cooper, A.C. & Dunkelberg, W.C. 1987. Entrepreneurial research: Old questions, new answers and methodological issues. *American Journal of Small Business*. Win.
- Gartner, W. B. 1985. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 4.
- Gartner, W.B. 1989 (a). »Who is an entrepreneur?« Is the wrong question. *Entrepreneurship, Theory and Practice*. Vol. 13, no. 4. Summer.
- Industriministeriet. 1990. Vækst gennem nye virksomheder. Arbejdsnotat nr. 15, november.
- Johannisson, B. 1988. Business formation – a network approach. *Scandinavian Journal of Management* 4 p.83-99.
- Kent, C.A. 1984. *The environment of entrepreneurship*. Toronto.
- Kets de Vries, M. F. R. 1977. The entrepreneurial personality. A person at the crossroads. *Journal of Management Studies*,

### Afslutning

Udvikling af innovative iværksættere må, under omgivelser karakteriseret ved en høj grad af turbulens, formodes at være et vigtigt led i den fortsatte fornyelse af den erhvervsstrukturelle opbygning, der danner grundlag for et lands internationale konkurrenceevne og beskæftigelsesniveau.

Gennem sine mål og gennem anvendelsen af forskellige politiske instrumenter har man fra samfundets side indflydelse på udklækningen af innovative iværksættere og deres muligheder for at udnytte deres specielle evner.

Visse personer er udstyret med en særlig evne til at se nye forretningsmæssige muligheder, og nogle af disse personer besidder også den form for personlige egenskaber, der gør, at de kan håndtere aktiviteterne i forbindelse med gennemførelsen af selve den entrepreneuremæssige handling.

Et vigtigt spørgsmål er så, hvorledes man i et givet samfund kan motivere disse personer til at realisere sådanne evner. Besvarelsen af dette spørgsmål kræver en større indsigt i disse personers måde at tænke på og en større forståelse af baggrunden for denne tænkning. Det kræver også en større indsigt i disse personers samspil med deres omgivelser i forbindelse med deres overvejelser om det ønskværdige og realiserbare i at blive selvstændig virksomhedsejer.

Inden for den internationale entrepreneurforskning forsøger forskere med en erhvervsøkonomisk og en samfundsøkonomisk indfaldsvinkel at bidrage til besvarelsen af disse spørgsmål. Resultaterne herfra vil med fordel kunne indgå i beslutningsgrundlaget for udformning af de politiske instrumenter og tiltag, der har som mål at få innovative iværksættere på banen, og som motiverer dem til at fortsætte deres kreative spil – også i anden halvleg.

### Litteratur

- Brockhaus, R.H. & Horwitz, P.S. 1986. The psychology of the entrepreneur. In: Sexton & Smilor, eds. *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge, Mass.
- Brockhaus, R.H. 1982. The psychology of the entrepreneur. In: Kent & Sexton & Vesper, eds. *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs; N.J.
- Brockhaus, R.H. 1980. The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business. *Journal of Business Management*.
- Cooper, A.C. & Dunkelberg, W.C. 1987. Entrepreneurial research: Old questions, new answers and methodological issues. *American Journal of Small Business*. Win.
- Gartner, W. B. 1985. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 4.
- Gartner, W.B. 1989 (a). »Who is an entrepreneur?« Is the wrong question. *Entrepreneurship, Theory and Practice*. Vol. 13, no. 4. Summer.
- Industriministeriet. 1990. Vækst gennem nye virksomheder. Arbejdsnotat nr. 15, november.
- Johannisson, B. 1988. Business formation – a network approach. *Scandinavian Journal of Management* 4 p.83-99.
- Kent, C.A. 1984. *The environment of entrepreneurship*. Toronto.
- Kets de Vries, M. F. R. 1977. The entrepreneurial personality. A person at the crossroads. *Journal of Management Studies*,

- Vol. 14. no. 1. p.34-57.
- Kirzner, I.M. 1973. *Competition and entrepreneurship*. Chicago.
- Kirzner, I.M. 1982. The theory of entrepreneurship in economic growth. In: Kent & Sexton & Vesper, eds. *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J.
- Kjeldsen, J. 1991a. Bidrag til udvikling af en egentlig entreprenurteori. Institut for Markedsøkonomi, Handelshøjskolen i Århus, Særtryk.
- Kjeldsen, J. 1991 b. Forskelle i holdninger og opfattelser mellem en gruppe entreprenører og en gruppe ansatte. Working Paper nr. 22, Institut for Markedsøkonomi, Handelshøjskolen i Århus.
- Kjeldsen, J. & Vestergaard, J. 1991 a. Motiver og baggrund for beslutningen om at etablere sig som selvstændig erhvervsdrivende. Institut for Markedsøkonomi, Handelshøjskolen i Århus, Særtryk.
- Kjeldsen, J. & Vestergaard, J. 1991b. Start af egen virksomhed – faktorer i omgivelserne, som påvirkede beslutningen. Working Paper nr. 23, Institut for Markedsøkonomi, Handelshøjskolen i Århus.
- Kjeldsen, J. 1992. Kan iværksætterpolitikken gøres mere effektiv. *Civiløkonomen*. April.
- Lafuente, A. & Salas, V. 1989. Types of entrepreneurs and firms. *Strategic Management Journal*, Vol. 10/89.
- Manning, K. et.al. 1989. Developing a new ventures strategy. *Entrepreneurship, Theory and Practice*. Vol. 14, no. 1, Fall.
- McClelland, D.N. 1965. Achievement and entrepreneurship. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 1. No. 4/65.
- McClelland, D.N. 1967. *The Achieving Society*. New York.
- McClelland, D. & Winther, D. 1969. *Motivating economic achievement*. New York.
- Ronen, J. 1983. *Entrepreneurship*. Lexington, Mass.
- Rumlet, R.P. & D. Schendel & D.J. Teece. 1991. Strategic Management and Economics. *Strategic Management Journal*. Vol. 12, 1-3, Winter.
- Shapiro, A. 1975. The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology today*, Nov.
- Shapiro, A. & Sokol, L. 1982. The social dimensions of entrepreneurship. In: Kent & Sexton & Vesper, eds. *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, N. J.
- Vesper, K.H. & McMullan, W. eds. 1988. Entrepreneurship: Today courses; tomorrow degrees? *Entrepreneurship, Theory and Practice*. Vol. 13, no. 1, Fall.