

Plats på scen för entreprenören

Innan en idé blir ett konkret företag eller en produkt går entreprenören igenom en resa. Den resan är ofta långt ifrån rätlinjig. Björn Remneland har följt den känslorika vägen från idé till verklighet för två internetbaserade projekt.

DOKTORSAVHANDLINGEN *Entreprenörskapets vidunderliga resa** är lite annorlunda. Björn Remneland beskriver framväxten av två IT-projekt, Idébanken och Kompetensarena Väst, med en narrativ metod – som ett drama. Till sin hjälp tar han bland annat litteraturkritikern Kenneth Burkes formulering av fem frågor som ska hjälpa till att analysera en scen i ett drama: Vad, varför, vem, var, och hur. Även sociologen Peter K Manning och hans studier av polisarbete står som förebild.

Björn Remneland arbetade som konsult i Stockholm i fyra år innan han kom in i Vinnovas projekt *Organizing and Learning in Networks*. Ett av fallen som studerades var ett projekt för ökad offertkraft och samverkan över organisationsgränser. Det blev senare känt som Kompetensarena Väst.

Halvmeter med intervjuer

Kompetensarena Väst gick från att vara ett projekt för att samordna regionala företags offerter, till att bli en mjukvara för att administrera en rad olika sorters innehåll, som projektstyrning och presentationer.

Remneland följde entreprenörerna med intervjuer var tredje vecka i flera års tid. Så småningom började han även studera projektet Idébanken, en mötesplats på internet

som för samman företag som har ett specifikt problem med enskilda problemlösare.

– Jag hade en bunt intervjuer som var en halvmeter hög, berättar han.

För att skingra myterna kring ett arbete som ofta glorifieras ville han följa ett projekt en längre tid och beskriva företagarnas vardag.

– Som vanlig entreprenör kan det vara svårt att identifiera sig med de befintliga framgångsagorna.

Han säger att även om många IT-entreprenörer relaterar till människorna bakom succéer som Facebook eller Youtube, är deras egen vardag långt ifrån de amerikanska mytbilderna.

Språket centralt

Björn Remneland ville visa upp något av den vanliga kämpande företagarens vardag i resan från en ibland ganska vag idé till realisering. Detta till skillnad från det populärkulturella greppet att ta ett lyckat koncept, i efterhand beskriva dess historia och försöka förklara vad det var som gick bra.

– Den litteratur som fanns baserades ofta på att innovationen redan fanns och var framgångsrik.

Han instämmer med de amerikanska forskarna Jerry Katz och Bill Gartner, som påpekade ironin i att även litteratur som beskriver nyföretagande i sina teorier och definitioner förutsätter att företaget redan existerar.

Han säger att det saknas historier, litterära skildringar, om entreprenörer och resan fram till att ett företag blir ett företag.

– Språket är väldigt centralt i den här processen. I början finns det egentligen inget att



• Björn Remneland

visa upp, utom engagemang och passion, inför en omgivning som ofta visar kalla handen.

Ord som "glädje" och "kärlek" kanske inte smyger sig in i avhandlingar från ekonomiska fakulteter alltför ofta. Men Björn Remneland vill belysa entreprenörskapets processer och ge inspiration och tankemässig stimulans, snarare än att identifiera särskilda karaktärsdrag hos entreprenörer eller definiera strukturer och sammanhang. Att fastslå normativa slutsatser för etableringsprocessen och dess olika utmaningar, menar han kan förminska ämnets komplexitet.

– Jag vill att entreprenörerna ska känna igen sig, säger Remneland. [PS]

FÖR MER INFO:

bjorn.remneland@handels.gu.se

* Avhandlingen har lagts fram vid Handelshögskolan vid Göteborgs universitet

Uppsalamodellen utmanas av globalfödda företag

Anhängare av Uppsalamodellen förespråkar en långsam, stegvis internationalisering. Forskare som studerar så kallade born globals menar tvärtom att processen kan behöva vara både snabb och ryckig. Ingemar Victor är en av dem.

DEFINITIONERNA AV "BORN GLOBALS" skiljer sig åt, men generellt handlar det om företag som är snabba ut på flera utländska marknader. Enligt traditionell teori är det ett riskfyllt beteende, men för dessa företag är det en ren överlevnadsstrategi. Vissa är verksamma inom en smal nisch där den globala marknaden är nödvändig för att

få tillräcklig volym. Andra betjänar en mogen marknad och kan inte begränsa sig till ett fåtal länder.

Ingemar Victor, Högskolan i Halmstad, diskuterar fenomenet i sin licentiatuppsats *Born Globals – Explanations to rapid internationalisation*. Uppsatsen är en sammanläggning av tre artiklar.

I den första konstaterar Victor att aktiva entreprenörer som ser globala möjligheter är avgörande för internationaliseringen. Framst är det deras nätverk och förståelse för industrin som har betydelse.

I nästa artikel följer Ingemar Victor och hans medförfattare 135 små, tillverkande före-

tag över tiden. De studerar internationaliseringsmönstren och exporttillväxten och finner att företag som är verksamma på dynamiska marknader med större sannolikhet söker sig utomlands. De företag som sedan fortsätter att växa internationellt har ofta byggt upp stor intern erfarenhet och/eller har en ung vd.

Uppsatsens sista artikel handlar om vikten av lärande och kunskapsöverföring mellan entreprenören och organisationen. [ÅK]

FÖR MER INFO:

ingemar.victor@set.hh.se