

# En erhvervsøkonomisk opdeling af entreprenørskabsfeltet

Af Majbritt Rostgaard Ewald, Kim Klyver og Kristian Philipsen<sup>1</sup>

## Entrepenørskab er et forvirrende begreb

Der har de seneste årtier foregået en heftig debat omkring entrepenørskab. Først og fremmest har denne debat gået på, hvordan entrepenørskab kan forstås og hvad entrepenørskabsfeltet omfatter. Der tales om entrepenørskab som organisationsdannelse, som en speciel innovativ ledelsesform, som det at sammensætte produktionsfaktorer på en ny måde, som intraprenørskab, som corporate venturing, som spin-off, om social entrepenørskab, osv. Alle disse forskellige typer af aktiviteter, der knyttes sammen med entrepenørskab, skaber forvirring omkring, hvad entrepenørskab er og hvad det indebærer.

En måde at reducere forvirringen på, er ved at opdele entrepenørskabsfeltet efter nogle forskellige typer/perspektiver. Traditionelt er entrepenørskabsfeltet blevet opdelt i nogle forskellige historiske perspektiver, præsentende nogle forskellige forskningsmæssige discipliner (se f.eks. Wickham 2004, kap. 2). Den første disciplin og dermed det første perspektiv, der beskæftigede sig med entrepenørskab, var *økonomi*. En række forskere har i dette perspektiv på forskellig vis undersøgt, hvordan entrepenører influerer på markedet, markedsforandring og markedsligevægten. Det økonomiske perspektiv blev senere efterfulgt af forskere med et *psykologisk* og *sociologisk* perspektiv, hvor fokus blandt andet var at identificere de psykologiske og sociologiske træk, der adskiller entrepenører fra ikke-entreprenører. Det psykologiske og sociologiske perspektiv er senere efterfulgt af et *multidisciplinært* perspektiv, hvor mange discipliner i sammenspil sætter fokus på entrepenørskab, herunder entrepenant adfærd og den entrepenørielle proces

Denne forandring i fokus i entrepenørskabsforskning, fra det ene perspektiv imod andre, kan til en vis grad forklares ved, at de tidligere perspektiver mangler forklaringskraft når de anvendes alene. At forstå entrepenørskab har ikke været muligt udelukkende ud fra én disciplin som eksempelvis økonomi, psykologi eller sociologi. I stedet kræves en bredere og mere nuanceret tilgang, der indeholder facetter fra flere discipliner. At forskningen i entrepenørskab har flyttet sig væk fra det økonomiske perspektiv, det psykologiske perspektiv og det sociologiske perspektiv skal således ikke forstås som, at disse perspektiver ikke har en forklaringskraft, men nærmere at de ikke, isoleret set, forklarer tilstrækkeligt, hvad fænomenet entrepenørskab handler om. Såvel økonomiske som psykologiske og sociologiske forklaringer indgår som en del af forklaringsmodellerne i dag i det multidisciplinære perspektiv.

Eftersom der i dag synes at være bred enighed om, at entrepenørskab bedst kan forstås ud fra et multidisciplinært perspektiv, bør entrepenørskabsfeltet også opdeles med dette for øje – og ikke som det traditionelt har været tilfældet med en historisk og disciplinorienteret opdeling.

Det er således formålet med dette papir at give et bud på, hvordan entrepenørskabsfeltet hensigtsmæssigt kan opdeles i forskellige typer af entrepenørskab ud fra et multidisciplinært perspektiv. Der vil her blive taget hensyn til, at forskere indenfor erhvervsøkonomi traditionelt opdeler organisationer og virksomheder efter forskellige typer, på baggrund af den kontekst, de indgår i. Desuden er det målet at give nogle bud på, hvilke grundlæggende forskelle, der ligger i disse forskellige typer eller tilgange til entrepenørskab.

<sup>1</sup> Forfatterne er nævnt i alfabetisk rækkefølge

Artiklen starter med en kort beskrivelse af fire entreprenørskabscases. De illustrerer hver især de fire typer af entreprenørskabsforskning, der præsenteres i denne artikel.

## Fire entreprenørskabscases

### Crazy Daisy

Crazy Daisy, en kombineret natklub og pub, startede i Vejle i 1991 med fire partnere, der dog hurtigt blev reduceret til to. Senere er ejerskabet yderligere ændret og i dag er mange Crazy Daisy'er rundt om i Danmark, selvstændig ejet af mange forskellige personer. Uagtet ændringerne i ejerskabet har konceptet, der i sin tid blev skabt, i høj grad ændret branchen. Som de første gjorde Crazy Daisy det helt tydeligt, at man i diskoteks- og barbranchen lever af underholdning og ikke af salg af øl og spiritus. Flere restaurationsejere har selvfølgelig nok haft disse tanker tidligere, men ingen havde på dette tidspunkt formået at give denne forståelse videre til deres medarbejdere. Fokuset på underholdning blev nemlig hos Crazy Daisy understøttet af en hel ny – og ifølge nogle, sektagtig – håndtering af medarbejdere. Man arbejdede med høj grad af medarbejderinvolvering, med motivation og personlig udvikling og dyrkede heftigt kammeratskab. En ganske anderledes indretning af diskoteker var også blandt de faktorer, der sikrede Crazy Daisy succes op gennem 90'erne. I dag er der Crazy Daisy'er over det meste af Danmark og nogle få steder i Norge.

Denne opstartsvirksomhed illustrerer ganske godt, hvad man indenfor entreprenørskabsforskningen betegner *uafhængigt entreprenørskab*. Her beskæftiger forskere sig med, hvordan nye, selvstændige virksomheder etableres (Gartner 1985).

### Giga

Opstarten af Giga A/S i 1988, et højteknologisk datterselskab af NKT koncernen, tegnes af en mindre designgruppe. Designgruppen får til opgave at udvikle særlige elektroniske

komponenter til datatransmission og en beskeden venture kapital stilles til rådighed til dette af NKT koncernen. Først i 1992 begynder forretningspotentialt dog at udvikle sig, men herefter foregår udviklingen også eksplosivt, idet Giga hurtigt bliver én blandt de teknologisk toneangivende, på et marked i hastig vækst, som komponentleverandør. Den kommercielle succes munder ud i, at Giga i år 2000 sælges for 9,4 milliarder danske kroner til den amerikanske koncern, Intel. NKT koncernen oplever, med videresalget af Giga, en hidtil uset succes set i dansk målestol. Det iøjnefaldende salg får omverdenen til at indse, at NKT koncernen er i gang med en forvandlingsproces. Før salget af Giga blev NKT koncernen anset for at være en ældre industrikoncern, der i årtier havde fremstillet ledninger og kabler til brug i elforsyningen og telemarkedet via NKT Cables A/S, samt havde fremstillet rengøringsmateriel via NKT Nilfisk-Advance A/S. Synet på NKT koncernen ændrede sig drastisk med salget af Giga A/S, hvilket øjeblikkeligt afspejlede sig i en kraftig stigning i aktiekursen og en kursudvikling, der, efter salget, fulgte den amerikanske børs Nasdaq for højteknologiske virksomheder.

Den anden tilgang omfatter *entreprenørskab i eksisterende virksomheder* (Guth & Ginsberg, 1990; Sharma og Chrisman 1999), hvad enten de er små eller store (Evald, 2003). Inden for denne tilgang kan der både være tale om at studere dannelsen og udviklingen af nye virksomheder i relation til en eksisterende virksomhed, og/eller studere revitaliseringer af eksisterende virksomheder, og/eller skabelsen af nye innovationer i form af nye produkter, processer eller services.

### TastSelv-systemet

I 1996 introducerede det danske skattevæsen TastSelv-systemet for de danske borgere. Systemet var udviklet i samarbejde med CSC, og er et system, hvor de danske borgere kan ordne de fleste af deres skattesager over Internettet. TastSelv-systemet var det første af sin slags i verden. Det havde ikke i første omgang

til hensigt at erstatte, men derimod supplere, den mere omstændelige papirbaserede procedure. Men efterhånden anvender langt størsteparten af de danske skattepligtige borgere systemet. I 1996 var det blot ca. 10.000 af de 1,4 millioner danskere, der returnerede deres selvangivelse, der anvendte TastSelv systemet over Internettet, mens der i 2006 var tale om ca. 70 %. Det oprindelige system, der blev introduceret i 1996, omfattede en enkel indberetning af selvangivelsen, men siden lanceringen er systemet løbende blevet udviklet med nye moduler og forbedringer af de eksisterende. TastSelv-systemet blev i 2005 nomineret til EU's eEurope Awards.

TastSelv-systemet er et eksempel på, hvad man inden for forskning kan betegne *entreprenørskab i politiske, offentlige og foreningsbaserede organisationer*. Inden for denne forskningsretning er forskere interesseret i, hvordan dannelsen og udvikling af nye organisationer inden for eksisterende organisationer foregår og desuden hvordan revitaliseringer og innovationer tager form i eksisterende virksomheder (Morris og Jones, 1990).

### **Ældre Sagen**

Ældre Sagen blev stiftet i 1986. Formålet med foreningen var at skabe bedre vilkår for ældre i Danmark, og Ældre Sagens budskaber var ligetil og håndfaste, såsom at ældre skulle anerkendes som ligeværdige medborgere og at ældre skulle have ret til at bestemme over deres egen tilværelse. Ældre Sagens historie begynder dog allerede i 1910 med socialt og frivilligt hjælpearbejde fortrinsvis i København. Foreningen hed på det tidspunkt "Ensomes Gamles Værn". Der var her tale om, at kø-

benhavnske studenter og damer af borgerskabet samlede penge ind ved juletid, til uddeling blandt byen fattige gamle. Helt op til 1960'erne var foreningen udelukkende baseret på private midler og frivillig arbejdskraft, men på grund af velfærdsstatens begyndende frembrud, udviklede den frivillige forening sig snart til en landsdækkende professionel forening med stærke politiske undertoner.

Hele den lange opstartsproces som folkene bag Ældre Sagen var igennem, illustrerer, hvad man indenfor forskningen kan betegne *socialt entreprenørskab*. Her er interessen, hvorledes sociale og kulturelle græsrodsbevægelser og uformelle sammenslutninger i det civile samfund dannes og udnytter muligheder og bidrager med nyskabelse (Emerson og Twersky 1996; Weerawardena og Mort 2006).

### **En kontekstbaseret opdeling: to dimensioner**

Efter beskrivelsen af de fire typer af entreprenørskabsforskning, forklares nu, hvilke kriterier, der anvendes til at adskille typerne fra hinanden.

Den nye opdeling af entreprenørskabsfeltet tager et kontekstbaseret udgangspunkt. Dette udgangspunkt indebærer, at opdelingen er udledt på baggrund af de empiriske kontekster, hvori entreprenørskab foregår. Hvor er det vi taler om entreprenørskab? Og hvordan adskiller entreprenørskab i forskellige kontekster sig fra hinanden? For at besvare disse spørgsmål er typerne inddelt ud fra to hoveddimensioner: mål og kontekst.

Tabel 1: En kontekstopdeling af entreprenørskabsfeltet.

Kontekst	Mål	
	Egen nytte	Gensidig nytte
Ikke-formaliseret	Uafhængig entreprenørskab	Social entreprenørskab
Formaliseret	Entreprenørskab i virksomheder	Entreprenørskab i politiske, offentlige og foreningsbaserede organisationer

Den ene af hoveddimensionerne i tabellen angår de overordnede mål, som entreprenører stræber efter. Et samfund kan opdeles i tre hovedsfærer: marked, stat og det civile samfund. Entrepenørers mål vedrører, helt overordnet set, en af disse tre hovedsfærer eller kombinationer heraf. Når målet primært er egennytte knyttes det især til markedet, mens målet om gensidig nytte især er knyttet til stat og civilsamfund. Entrepenørskab som foregår med det mål at opnå egennytte, foregår primært i kommercielt drevne virksomheder. Kommercielt drevne virksomheder er grundlæggende domineret og drevet af ejers og/eller investors ønske om at skabe profit og det væsentligste kontekstuelle tilhørsforhold er markedet. I tabel 1 er det vist som to typer af entrepenørskabsforskning: Uafhængig entrepenørskab og entrepenørskab i virksomheder.

Når målet er gensidig nytte forstås, at man selv, men især også andre, får gavn af et entrepenørielt initiativ eller en entrepenøriel aktivitet. Gensidig nytte er især knyttet til en kontekst med staten (herunder kommuner og regioner) og det civile samfund. Målet her er ikke for eksempel at opnå nogle fordele selv, men at gøre noget med det formål, at hjælpe sig selv og andre. Målet kan være af økonomisk eller ikke-økonomiske art. Når entrepenørers primære mål er gensidig nytte, betegnes deres aktiviteter og initiativer som so-

cial entrepenørskab ellers som entrepenørskab i politiske, offentlige og foreningsbaserede organisationer (Bager, 1996).

Selvom der selvfølgelig kan være tale om en flydende overgang mellem egennytte og gensidig nytte, har de to forskellige mål afgørende betydning for den måde, entrepenørskab foregår på.

Den anden hoveddimension i modellen handler om, hvor formaliseret en kontekst, entrepenørskab foregår i. I litteraturen om entrepenørskab går der en skillelinie mellem entrepenørskab i etablerede organisationer og entrepenørskab i organisationer under dannelse eller sociale bevægelser som er ved at blive skabt. Der skelnes derfor under denne dimension mellem en formaliseret og en ikke-formaliseret kontekst.

Hvad angår entrepenørskab i kommercielle virksomheder og politiske, offentlige og foreningsbaserede organisationer, foregår entrepenant adfærd og handling inden for en allerede eksisterende organisatorisk ramme. Foruden de institutionaliserede normer og regler, som aktører i et samfund generelt kan siges at handle inden for, er aktører, som innoverer eller skaber nyt inden for rammerne af en kommerciel virksomhed eller politisk, offentlig eller foreningsbaseret organisation, yderligere underlagt en række mere eller mindre

formaliserede regler og normer, som sætter en række begrænsninger for, hvordan aktører handler og agerer (March 1995). Disse rammer gør sig ikke på samme måde gældende inden for uafhængig og social entreprenørskab, idet aktiviteter og handlinger i denne kontekst, ikke i samme grad, er underlagt den mængde af formaliserede regler og normer, som aktører i eksisterende virksomheder og organisationer er. Her er der tale om bredere rammer, som i flere tilfælde først skal til at dannes.

### **En kontekstbaseret opdeling: nogle begrænsninger og muligheder**

Opdelingen af entreprenørskabsfeltet i de fire forskningstilgange er dog ikke uden problemer, idet en række grænsetilfælde kan tænkes, hvor virksomheder eller organisationer kan siges at ligge i grænseområdet mellem to kontekster. Det betyder ikke, at modellen mister sin værdi, men snarere at den ikke indfanger den dynamik, der kan foregå over tid. F.eks. kan der være tale om et socialt græsrodsinitiativ, som med tiden bliver til opstart af en forening, som igen over tid udvikler sig mere i retning af et kommercielt foretagende. Dette er f.eks. tilfældet med en del sportsforeninger, som efter en uformel opstart med fokus på gensidig nytte, over en periode, ender med en hel eller delvis professionalisering og kommercialisering. Frivillighedsprincipper og kollektive aspekter kommer mere i baggrunden, frem for eliteprofilering og økonomisk udbytte til et aktieselskab. Dette er eksempelvis tilfældet med udviklingen af fodboldklubben Brøndby.

Nogle virksomheder, organisationer eller foreninger, der har flere iboende karakteristika i sig på samme tid, kan også være svære at indplacere i modellen. F.eks. er dette tilfældet ved visse fonde, som er oprettet med det overordnede formål at støtte kulturelle og sociale begivenheder i samfundet, men hvor en del af de aktiviteter, som foregår, har karakter af at være kommercielle forretninger. Dette er f.eks. tilfældet ved fonde såsom Obbekærfonden, som foruden at støtte kunst, kultur

og uddannelse, ejer en række kommercielle foretagender (Madsen, 2003).

Der kan således rejses nogle kritiske kommentarer til modellen. På trods af dem, kan modellen bidrage med et overordnet indtryk af de forskellige virksomhedskontekster, hvor entreprenørskab kan gøre sig gældende og synes at blive udforsket på nuværende tidspunkt. Og selvom modellen umiddelbart kan have svært ved at placere nogle grænsetilfælde af entreprenørskabsinitiativer og selvom den ikke umiddelbart fanger dynamiske aspekter over tid, skal det ikke udelukkende ses som en begrænsning. Derimod kan det argumenteres, at modellen er med til at identificere interessante cases, netop fordi der er grænsetilfælde, hvor entreprenørskabsinitiativer er svære at placere. Og sidst synes modellen også at skærpe vores opmærksomhed på cases, der udviklinger sig på tværs af de to dimensioner over tid.

### **Afrunding**

Når tidligere forsøg på at skabe overblik over entreprenørskabsfeltet studeres, kan det observeres, at størsteparten ofte opdeler litteraturen omkring entreprenørskab baseret på en historisk udvikling og derfor ofte ender ud med at opdele litteraturen i forskellige disciplinære tilgange, såsom økonomi, psykologi, sociologi osv. Dette til trods for, at størsteparten af forskere i dag er enige om, at tilgangen til entreprenørskab er præget af at være multidisciplinær. Derfor er en ny opdeling blevet præsenteret, hvor de forskningstendenser, som på nuværende tidspunkt kan spores inden for entreprenørskabsfeltet, har dannet baggrunden for de forskellige forskningsspor.

Konkret er forskningen blevet opdelt i fire beslægtede, men forskellige forskningstilgange, hvor det første indbefatter uafhængigt entreprenørskab, det andet entreprenørskab i kommercielle virksomheder, det tredje entreprenørskab i politiske, offentlige og foreningsbaserede organisationer og endeligt skabelsen af nye sociale og kulturelle, mere græsrodsprægede bevægelser og sammenslutninger.

Vi håber at vi med denne overblikartikel kan bidrage til at reducere forvirringen i den offentlige debat omkring entreprenørskab.

### Litteratur

Bager, T. (1996). *Andelsorganisering*, Esbjerg, Sydjysk Universitetsforlag.

Emerson, J. og Twersky, F. (Red) (1996). *New social entrepreneurs: The success, challenge and lessons of non-profit enterprise creation*. San Francisco, Robert Foundation, Homeless Economic Development.

Evald, M. R. (2003). *Corporate venturing i Danmark – En undersøgelse af mindre virksomheders knopskudsaktiviteter*. Udgivet i rapportserien fra Center for Småvirksomhedsforskning, CESFO.

Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon for new venture Creation, *Academy of Management Review*, 10(4): 696-706.

Guth, W.D. & Ginsberg, A. (1990). Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal* 11.

Madsen, Frede: *Nyt selskab går løs på indeklimaet*, Erhvervsbladet, 26. februar, 2003.

March, James: *Fornuft og forandring – ledelse i en verden beriget med uklarhed*, Samfundslitteratur, 1995.

Morris, M. H. og Jones, F. F. (1999). Entrepreneurship in established organizations: The case of the public sector. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 24(1): 71-91.

Sharma, P. og Chrisman, J. (1999). Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory & Practice*, 23 (3): 11-27.

Weerawardena, J. og Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business* 41: 21-35.

Wickham, P.A. (2005). *Strategic entrepreneurship*. 3. udgave, London, Financial Times/Prentice Hall.