

Hva kjennetegner potensielle høyvekstbedrifter?

Analyse av forhold som fremmer og hemmer vekst i potensielle høyvekstbedrifter og av bedriftenes eksterne effekter.

FRIDA ALSTADSÆTHER

VEILEDER

Arne Isaksen
Jan Ole Rypestøl

Universitetet i Agder, 2022
Handelshøyskolen ved UiA
Institutt for Arbeidsliv og Innovasjon

Master

Forord

Å gjennomføre denne masteroppgaven har vært interessant, spennende, og ikke minst veldig lærerikt. Til tider har perioden vært utfordrende og tidkrevende. Likevel har det vært et stort privilegium å få muligheten til å opparbeide viktig kunnskapsutvikling og både økt faglig og praktisk forståelse. Interessen min for regional næringsutvikling har vært stadig økende gjennom hele studieperioden. Jeg ønsker å takke flere personer som har hjulpet meg i løpet av min masterskriving.

Jeg er veldig glad for at Oxford Research ønsket å samarbeide med denne masteroppgaven. Jeg retter en stor takk til Bjørn Brastad og Johan Løkke i Oxford Research, for deres interesse og innspill i løpet av perioden. Jeg er takknemlig for informantene som tok seg tid til en samtale. Deres kunnskap og åpenhet har bidratt til å belyse oppgavens forskerspørsmål og andre sentrale elementer.

En stor takk til veileder Arne Isaksen og Jan Ole Rypestøl, deres bidrag med engasjement, konstruktive tilbakemeldinger og motivasjon har virkelig hjulpet meg godt gjennom hele prosessen.

Jeg vil også rette en stor takk til min mamma, som har gitt meg råd og innspill ved behov, samt utrolig god støtte underveis i skriveprosessen.

Sammendrag

Hensikten med denne studien er å belyse kjennetegn ved bedrifter med høyvekst, samt hvilke muligheter og utfordringer de møter i en oppskaleringssprosess. Virksomheter som skalerer konsekvent og betydelig refereres som en høyvekstbedrift. Som definert av OECD (2021) er høyvekstbedrifter en virksomhet med 10 eller flere ansatte og 20 prosent årlig vekst i omsetning eller antall ansatte hvert år i løpet av de tre siste årene. I denne oppgaven ønsker jeg å undersøke kjennetegn ved potensielle høyvekstbedrifter, som i denne oppgaven karakteriseres som bedrifter med vekstambisjoner og en viss innovasjonshøyde. Valget om å presentere det som potensielle høyvekstbedrifter, er fordi jeg ikke kan fastslå at disse bedriftene ifølge OECD sin definisjon, er høyvekstbedrifter. Basert på mine funn vises likevel disse bedriftene å bidra til sterk vekst og utvikling i næringslivet. Med utgangspunkt i dette har jeg utarbeidet følgende forskerspørsmål.

«Hvilke interne og eksterne forhold fremmer og hemmer vekst i potensielle høyvekstbedrifter?»

«Hvilke eksterne effekter på regionalt nærings- og arbeidsliv synes potensielle høyvekstbedrifter å bidra til?»

Oppgavens teoretiske rammeverk bidrar til å kaste lys over sentrale elementer som belyser forskningsspørsmålet. For å besvare disse forskerspørsmålene vektlegges Rypestøl (2014) sin teori om at vekstambisjoner og innovasjonshøyde er avgjørende for samfunnsøkonomisk utvikling. Spigel (2020) sin tilnærming til entreprenørielle økosystem er også en betydelig del av teorien, hvorav det presenteres noen utvalgte faktorer som anses som viktige for bedrifters videreutvikling og vekst. Videre suppleres det underveis i teorikapittelet med andre sentrale teoretiske elementer som er viktige for oppgavens formål.

Empiriske funn er i denne oppgaven basert på kvantitativ og kvalitativ forskning. Den kvantitative forskningen tar form av sekundærdata, og belyser norske vekstbedrifters ambisjoner for vekst, fokus på innovasjon og barrierer for økt vekst. Med et ønske om å få et dypere innblikk i, og økt forståelse valgte jeg å supplere ved å gjennomføre seks dybdeintervju med bedrifter som har fått støtte fra Innovasjon Norge for innovasjonsprosjekter. Intervjuobjektene i den kvalitative undersøkelsen er ledere eller eier av

virksomheten som har vært med fra startfasen og bidratt til innovasjonsarbeid i løpet av bedriftens vekstperiode. Intervjuene retter søkelys mot bedriftenes innovasjonsarbeid, samt gir et mer dypere innblikk i mulighetene og barrierene som oppstår ved økt vekst.

Resultatene fra mine empiriske analyser poengterer interne faktorer som ambisjonsnivå, dyktige arbeidere, samt tilgang til egenkapital som avgjørende faktorer for bedriftens vekst. Eksterne faktorer som finansiering, samarbeid med andre virksomheter, universiteter og offentlige aktører illustreres som betydelige for både innovasjonsaktivitet og vekst.

Resultatene mine indikerer at potensielle høyvekstbedrifter bidrar til økonomisk verdiskaping, samt økt kunnskapsflyt, samarbeid og innovasjonsaktivitet. Basert på mine funn vektlegges viktigheten av kollektiv læring og et tilstrekkelig nettverk som bidrar med økt kunnskap, kompetanse og nødvendige ressurser.

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	7
1.1 Bakgrunn, tema og forskerspørsmål	8
1.2 Oppgavens struktur	9
2.0 Teoretisk rammeverk	10
2.1 Entreprenørskap.....	10
2.2 Kjennetegn ved høyvekstbedrifter	11
2.2.1 Ambisjoner for vekst	13
2.2.2 Innovasjons- og læringsaktivitet.....	15
2.3 Entreprenørielle økosystem.....	17
2.3.1 Hva er et entreprenørielt økosystem?	17
2.3.2 Sentrale elementer i økosystemet	18
2.4 Analytisk rammeverk.....	23
3.0 Metodisk tilnærming	24
3.1 Forskningsdesign	24
3.2 Kvantitativ metode	25
3.2.1 Spørreskjema	25
3.2.2 Analyse av spørreundersøkelsen.....	26
3.4 Kvalitativ metode	27
3.4.1 Utvalg av informanter.....	27
3.4.2 Datainnsamling	29
3.5 Metode kvalitet	31
3.5.1 Reliabilitet.....	31
3.5.2 Validitet	31
3.6 Etiske vurderinger.....	32
4.0 Resultat og analyse	33
4.1 Resultat og analyse av kvantitativ data.....	33
4.1.1 Interne forhold	33
4.1.2 Eksterne forhold.....	37
4.1.3 Barrierer for vekst.....	40
4.2 Resultat og analyse av kvalitativ data.....	41
4.2.1 Eksempel bedrift A	42
4.2.2. Eksempel bedrift B	43
4.2.3 Eksempel bedrift C	45
4.2.4 Eksempel bedrift D	46
4.2.5 Eksempel bedrift E.....	48
4.2.6 Eksempel bedrift F.....	49
5.0 Avsluttende diskusjon	52
5.1. Interne forhold	52
5.2 Eksterne forhold.....	56
5.3 Høyvekstbedrifters bidrag til regionalt nærings- og arbeidsliv.....	61

6.0 Konklusjon	65
7.0 Litteraturliste.....	67

Figuroversikt

Figur 2.1: Ulike bedriftstypologier

Figur 2.2: Det analytiske rammeverket

Figur 3.1: Bedrifter med vekstambisjoner i Agder vs andre fylker i Norge

Figur 4.1: Andel bedrifter med og uten vekstambisjoner

Figur 4.2: Utdanningsnivå for respondenter med og uten vekstambisjoner

Figur 4.3: Entreprenørskap på bedriftsnivå for bedrifter med og uten vekstambisjoner

Figur 4.4: Relevant støtte for virksomheters fremtidig oppskalering for bedrifter med og uten vekstambisjoner

Figur 4.5: Hvilken grad bedrifter med eller uten vekstambisjoner er fornøyd eller ikke med samarbeid blant offentlig aktører med næringsrettede virkemidler

Figur 4.6: Barrierer for økt vekst for bedrifter med vekstambisjoner og uten vekstambisjoner

Figur 5.1: Analytisk rammeverk basert på empirisk funn

1.0 Innledning

De siste årene har man hatt økende oppmerksomhet for høyvekstbedrifters bidrag til samfunnsøkonomisk verdiskaping. Høyvekstbedrifter har en betydelig innvirkning på både innovasjon, konkurranse og sysselsetting (Grünfeld et al., 2019; Cusmano et al., 2018). Cusmano et al. (2018) argumenterer for at styrket konkurranseposisjon og evnen til å gripe nye muligheter i markedet er avgjørende for entreprenørens ferdigheter og ambisjon for vekst. I flere år har «startups», tidligfase vekstbedrifter hevdes å være en sentral ressurskilde til jobbskaping og innovasjon. Likevel representerer startups som vokser, bare en liten del av alle startups. Dette fordi de fleste startups mislykkes de første årene med aktivitet, eller at de ikke vokser (Cusmano et al., 2018). Bartelsman et al. (2013) & Criscudo et al. (2017) presiserer at denne dynamikken mye oftere skjer for unge bedrifter enn for eldre etablerte bedrifter. I flere OECD-økonomier vises etablerte mellomstore bedrifter som skalerer og innoverer å være viktige drivere for vekst. Disse bedriftene fremmer koordinering, deltakelse og oppgradering til mindre bedrifter (Cusmano et al., 2018). For at bedrifter skal vokse kreves det at bedrifter har ambisjoner utover startfasen (Oxford, 2021). Virksomheter ønsker ofte å vokse for å styrke konkurranseposisjon, tilfredsstille kunder og aktørers etterspørsel, eller for å fange opp nye muligheter i markedet (Cusmano et al., 2018).

I 2018 hadde Norge omtrent 342.000 bedrifter, basert på OECD sin definisjon på høyvekstbedrifter karakterisertes bare 328 av disse bedriftene som høyvekstbedrifter. Dette utgjør mindre enn 0,1 prosent av alle bedriftene, og sammenlignet med andre land i Europa er det en betydelig lavere andel høyvekstbedrifter i Norge (Oxford Research, 2021). Oxford Research (2021) poengterer at manglene vekstbedrifter i Norge, er noe som bør tas tak i. Dette er et fokus område som stadig bør vektlegges. Hvorav fokuset på kultur for å dele og å bygge et felleskap som fremmer bedriftens suksess, øker. Flere individer og aktører har alene lang erfaring innen utvikling og vekst, likevel tydes det å være manglende kollektiv læring i samfunnet. Bedrifter spiller en nøkkelrolle, men de kan ikke gjøre det alene (London, 2016). Følgende kan gjenspeile betydningen av ulike faktorer og aktører som er avgjørende for bedrifters vekst og utvikling.

1.1 Bakgrunn, tema og forskerspørsmål

Den økte oppmerksomhet på bedrifter som evner å vokse raskt og bidra til økonomiske verdier vekket min interesse for å undersøke potensielle høyvekstbedrifter. For å skape et godt og sterkt felleskap og samhandling i markedet er det viktig at bedrifter ikke bare vektlegger sine interne ressurser og muligheter for vekst. Imidlertid er det avgjørende for bedrifter å aktivt involvere seg i, og å bygge et nettverk av aktører som kan bidra til støtte og utvikling. Det innebærer å finne aktører som er villig til å investere i bedriften og å skape et marked rundt dem. På bakgrunn av at bedrifter operer i et miljø der plattformer, kanaler og informasjonsflyt ofte kan være manglende, er institusjoner, infrastruktur og ressurser avgjørende for bedrifters vekst (London, 2016). De siste årene har det vært et økende fokus på å oppmuntre og støtte etablerte bedrifter med potensial for verdiskaping og vekst. Hvorav fokuset har som nevnt rettet seg mot høyvekstbedrifters betydning for samfunnsøkonomisk vekst (Grünfeld et al., 2019). Til tross for økende oppmerksomhet rettet mot høyvekstbedrifter er det likevel ikke mye forskning rettet mot dette feltet i Norge enda. Hensikten med denne oppgaven vil være å få et dypere innsyn og forståelse for kjennetegn ved potensielle høyvekstbedrifter. For å belyse hvilke muligheter og barrierer potensielle høyvekstbedrifter står ovenfor i et entreprenørielt økosystem, skal jeg ta utgangspunkt i følgende forskerspørsmål.

“Hvilke interne og eksterne forhold fremmer og hemmer vekst i potensielle høyvekstbedrifter?”

“Hvilke eksterne effekter på regionalt nærings- og arbeidsliv synes potensielle høyvekstbedrifter å bidra til?”

For å besvare disse forskerspørsmålene skal jeg ta utgangspunkt i Oxford Research (2021) sin spørreundersøkelse av norske vekstbedrifter. I tillegg til seks dybdeintervjuer med utvalgte entreprenører som individuelt eller i team har utviklet innovative løsninger. Denne masteroppgaven kaster lys over vekstbedrifters interne forhold som ambisjoner for vekst, innovasjonshøyde og holdninger til entreprenørskap, samt eksterne forhold som fremmer og hemmer virksomhetens vekst. Hensikten er å bidra til økt forståelse for ulike aktører og faktorer som kan spille en avgjørende rolle for potensielle høyvekstbedrifter.

1.2 Oppgavens struktur

Innledende kapittel 1.0 redegjør for oppgavens bakgrunn, tema og forskerspørsmål. Videre i kapittel 2.0 presenteres det teoretiske rammeverket for oppgaven, hvorav sentrale teoretiske elementer belyser oppgavens forskerspørsmål. Det teoretiske rammeverket baserer seg på høyvekstbedrifter som en type entreprenørskap, hvorav fokuset også rettes mot lederen som entreprenør. Videre vektlegger teorikapittelet behov for støtte fra ulike aktører og faktorer som kan fremme og hemme bedrifters vekst. I kapittel 3 redegjøres det for metodiske avgjørelser som har vært nødvendig for å sikre oppgavens relevans og kvalitet. Kapittel 4 inkluderer analyse og drøfting av empiriske funn ved hjelp av presentert teori. I kapittel 5.0 fremlegges avsluttende drøfting. Avslutningsvis i kapittel 6.0 konkluderes oppgaver.

2.0 Teoretisk rammeverk

I dette kapittelet presenteres sentrale teoretiske elementer som belyser oppgavens forskerspørsmål. Det teoretiske grunnlaget inkluderer først en beskrivelse av fenomenet entreprenørskap. Videre presenteres teori rettet mot høyvekstbedrifter, hvorav det fremstilles en rekke interne faktorer som kan påvirke virksomhetens muligheter for vekst og oppskalering. Deretter redegjøres det for konseptet entreprenørielle økosystem. For å få en bedre forståelse og innsikt i innholdet i det entreprenørielle økosystemet, spesifiseres noen sentrale attributter som kan være avgjørende for bedrifters vekst. Til slutt illustreres teorien i et analytisk rammeverk for å skape en helhet av det presenterte teoretiske rammeverket.

2.1 Entreprenørskap

Entreprenørskap er en viktig drivkraft for samfunnsøkonomisk utvikling. Gjennom ulike tidsperioder har begrepet entreprenørskap endret seg. Det sies at begrepet har utgangspunkt fra Frankrike på 1700-tallet. En anerkjent økonom innenfor entreprenørskapslitteraturen er Joseph Schumpeter (1934) som beskriver entreprenørens rolle som avgjørende for økonomisk vekst. Entreprenørens rolle er ifølge Schumpeter (1934) å bringe en oppfinnelse til markedet og utfordre eksisterende oppfinnelser på en radikal måte. I motsetning til Schumpeter hevdet Israel Kirzner (1973) at entreprenører ser muligheter i markedet som man kan utnytte og som resulterer i en gevinst. Shane & Venkataraman (2000) har en utvidet definisjon på entreprenørskap, som er en prosess der mulighet for å skape nye produkter og tjenester oppdages, vurderes og utnyttes. Entreprenøren kan i dette tilfelle organisere prosessen som individ eller team. I slike prosesser kan entreprenøren være både enkeltindivider, forskere, universiteter, bedrifter og andre aktører som griper og utnytter muligheter som resulterer i verdiskaping. I denne oppgaven vil entreprenørskap begrepet være i tråd med definisjonen til Shane & Venkataraman (2000). Dette fordi jeg i denne oppgaven forstår entreprenørskap som innovative virksomheter som evner å gripe og utnytte muligheter en står ovenfor. Hvorav entreprenørskap skjer gjennom individuelle initiativ eller i team som utvikler innovative løsninger. I oppgaven har jeg et spesielt fokus på høyvekstbedrifter og videre teoretisk og empirisk arbeid vil derfor fokusere særlig på aktører og faktorer som har innvirkning på denne typen entreprenørskap.

En entreprenør er en person som evner å se muligheter der andre ser begrensninger (Balstad et al., 2006). For at bedrifter skal innovere og vokse er lederens entreprenørielle egenskaper

avgjørende for bedriftens faktiske vekst. Ifølge Chell & Haworth (1992) beskrives viktige lederegenskaper som initiativrik, risikovillig, iderik, samt å ha behov for kontroll som viktig for økt vekst. Dyktige entreprenørielle ledere tilfører virksomheten engasjement, fantasi og visjoner (Timmons, 1999). For at virksomheter skal lykkes med vekst og oppskalering er det viktig at lederen innehar evnen til å utforme team med talenter som komplementerer hverandre (Balstad et al., 2006). En viktig forutsetning for dette er at lederen evner å utvikle seg selv, tilegne ny kunnskap, samt ha selvinnsikt til å knytte til seg personer med riktig kompetanse. Kunnskap som ledelse, markedsføring, finans, internasjonal forretningsutvikling og produktutvikling er nødvendig kunnskap å tilegne seg i en virksomhet (Ang, 1991). For at bedriften skal sikre seg konkurransemessige fortrinn er kunnskap den viktigste ressursen (de Boer et al., 1999). Entreprenørielle virksomheter bør ha kjennskap til de ansattes kompetansebase for å videre dekke eventuelle “kompetanseshull” bedriften står ovenfor. Entreprenører som kan erkjenne at de mangler kompetanse, og å vite hvordan å tilegne seg den, sies å være vel så verdifullt som å inneha denne kompetansen (Timmons, 1999).

2.2 Kjennetegn ved høyvekstbedrifter

Høyvekstbedrifter synes å ha en helt sentral betydning for samfunnsøkonomisk verdiskaping (European Scaleup Monitor, 2021; Grünfeld et al., 2019, OECD, 2021). Ifølge OECD (2012) defineres høyvekstbedrifter som bedrifter med 10 eller flere ansatte som har en årlig omsetningsvekst eller vekst i ansatte på 20 prosent hvert år de tre påfølgende årene. Penrose (1959) beskriver tre sentrale kilder til vekst: kunnskap, ressurser og erfaring. Ifølge Penrose tilsvarer vekst en mer effektiv bruk av bedriftenes ressurser. Bedrifter kan stimulere vekst gjennom å øke produsert volum, dette for å skape stordriftsfordeler. En annen måte er ved å kombinere ulike ressurser på ny eller forbedret måte, satse på nye nærliggende løsninger eller å gå inn i nye markeder for å utnytte kapasiteten til det fulle (Penrose, 1959).

Høyvekstbedrifter bidrar til å skape og utnytte etterspørsel basert på avanserte produkter og tjenester, gjennom å stimulere økt kunnskap som andre eksisterende eller nye virksomheter kan benytte. Dette ved at et nytt revolusjonerende produkt kommer på markedet, kan det skape etterspørsel for andre aktører og kunder. I tillegg generer høyvekstbedrifter en sterk gründerkultur på lokalt nivå (Cusmano et al., 2018). Ifølge Spilling et al. (2011) er flere vekstbedrifter orientert mot internasjonale markeder. I tillegg er samarbeid og støtte fra kompetansemiljøer som høyskoler, universiteter, forskningsinstitutter og konsulentfirmaer

sentrale forutsetninger. Andre faktorer som er betydelige for bedriftens vekst, er muligheten og evnen til å videreutvikle produkter og tjenester basert på eksisterende løsninger. En annen positiv effekt på bedriftsvekst er et ledelsesteam med flere typer kompetanser og ferdigheter (Spilling et al., 2011). Flere høyvekstbedrifter er spin-outs fra eksisterende virksomheter, som belyser betydningen av et nært og stabilt samspill med relevante aktører, kunder og andre entreprenører (Cusmano et al., 2018). Å dra nytte av eksterne muligheter er viktig for å muliggjøre vekst, hvorav høyvekstbedrifter vises å utnytte eksterne ressurser mer enn andre bedrifter (Jarillo, 1989)

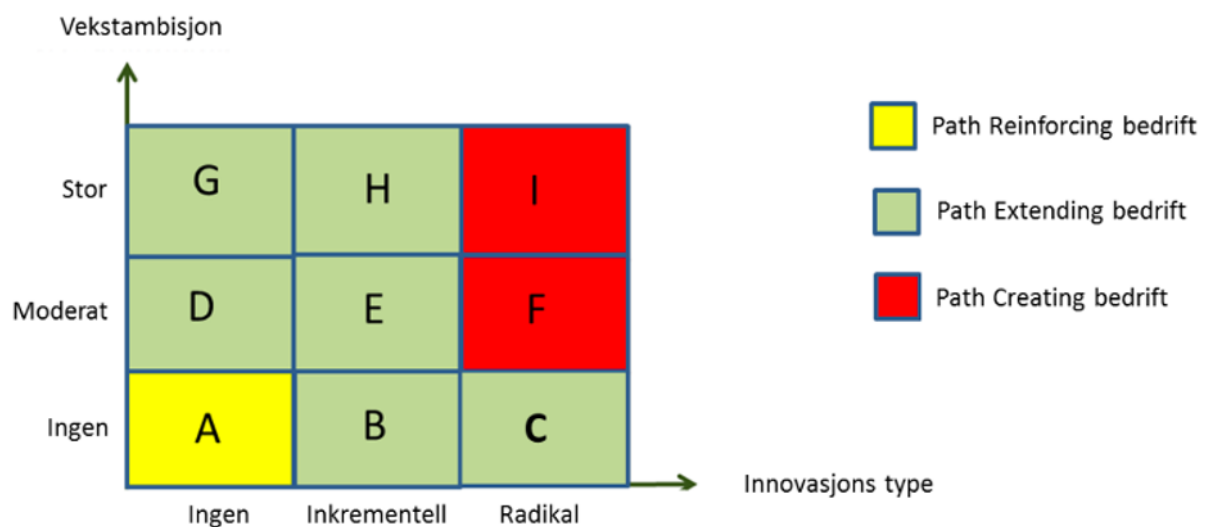
Det er viktig å påpeke at vekst og oppskalering kan være en prosess med varierende faser med stagnasjon, jevn vekst, høyvekst og nedgang. Veien til vekst kan ha ulike former, organiskvekst og oppkjøpsvekst (OECD, 2021). Oppkjøpsvekst inkluderer vekst i ansatte som etableres ved oppkjøp av andre virksomheter. Organiskvekst innebærer vekst i ansatte som virksomheten etablerer ved intern vekst, i hovedsak grunnet vekst i omsetning (Delmar et al., 2003). Veksten gjennom oppkjøp oppstår oftest i eldre og større virksomheter, og i mer moderne næringer, mens den organiske veksten er mest aktuell for yngre og mindre bedrifter i nye næringer (Penrose, 1959). Bedrifter kan vokse gjennom endring i etterspørsel fra markedet, økning i etterspørsel, eller behovet for å tilpasse seg nye etterspørsler. Høyvekstbedrifter har ofte et sterkt behov for økt personell og kapital (Hakkert, 2006.)

Bedrifter med stort vekstpotensial har spesielle utfordringer i den tidlige vekstfasen. Etter at bedriften har lyktes med å komme gjennom den innledende fasen vil det fortsatt være en utfordring å gjøre seg interessante for mulige investorer og utfordringer som er knyttet til kapital. For høyvekstbedrifter er det avgjørende å både ha vekstambisjoner og tverrfaglig kompetanse internt i bedrifter for å oppnå ønsket vekst (Spilling et al., 2011). Tidligere empirisk forskning peker i retning av at vekstbedrifter har behov for både finansiering og anskaffelse av kompetanse, hvorav særlig markedskompetanse oppfattes som en avgjørende faktor for veksten (Spilling et al., 2011). Tidligere empirisk funn påpeker at lederens utdanningsnivå (formell kompetanse) og mer erfaringsbasert kompetanse også slår tydelig ut til fordel for vekst. Litteraturen trekker også frem ledelsesteamet som en viktig faktor (Grünfeld et al., 2019). Bedriftsvekst og oppskalering kan skape nye risikoer for bedriftene. En høyvekstbedrift kan få utfordringer med blant annet ledelsesmessige og finansielle ressurser (Spilling et al., 2011). Richbell et al (2006) og Moen et al. (2016) poengterer at

entreprenørens ferdigheter, vekstambisjoner, samt personlig erfaring som koblinger til kunnskapsnettverk og internasjonal erfaring er avgjørende faktorer for å skape høyvekst. Tidligere forskning antyder at vekstbedrifters bidrag til samfunnsøkonomisk utvikling vil variere basert på bedriftens vekstambisjon og type innovasjonsaktivitet (Rypestøl, 2014). Betydningen vekstambisjoner har på høyvekst, samt måter bedrifter organiserer innovasjons og læringsprosesser presenteres videre i kapittel 2.2.1, og 2.2.2.

2.2.1 Ambisjoner for vekst

I faglitteraturen presenterer vekstambisjon som en kritisk faktor for å oppnå reell vekst (Wiklund & Shepherd, 2003b). Ifølge Rypestøl (2014) har bedrifter med sterke vekstambisjoner større mulighet for å oppleve vekst enn bedrifter uten vekstambisjoner. Lederens ambisjonsnivå er en særlig viktig forutsetning for bedriftens vekst (Grünfeld et al., 2019). Lau & Busenitz (2001) poengterer at entreprenørers engasjement, behov for å prestere, sosiale forhold, forretningserfaring og sosialt nettverk kan påvirke bedriftens vekstambisjon. Ambisjoner for vekst kan også påvirkes av utfordringer som kapasitet og tilgjengelig marked. I tråd med teorien om høyvekstbedrifter vises bedrifter med vekstambisjoner i stor grad å eksportere store deler av produksjonen, ha ambisjoner om økning av eksport, eller ambisjoner om å starte med eksport. Empiriske studier påpeker at bedrifter som har ambisjoner om å utvikle unike produkter og tjenester i verden ofte har sterkt fokus på eksport (Grünfeld et al., 2019). Nedenfor illustreres en figur som formidler hvorvidt vekstambisjoner og innovasjonshøyde har betydning for samfunnsøkonomisk utvikling (Rypestøl, 2014).



Figur 2.1 Ulike bedriftstypologier for vekstambisjoner og innovasjonshøyde

Figuren ovenfor fremstiller ni bedrifter som identifiseres alfabetisk, med ulike kjennetegn og potensial for vekst og utvikling. Figuren illustrerer at bedrifters vekstambisjoner og innovasjonsgrad er avgjørende for type utvikling og vekst. Bedrifter med sterk vekstambisjon og radikal innovasjonstype (noe helt nytt) har potensiale til å bidra med fremvekst av helt nye næringer (path creating bedrift). Det mest sannsynlige utfallet for bedrifter med sterke vekstambisjoner og inkrementell innovasjonstype (forbedre eksisterende) er at denne typen virksomheter vil utfordre og forbedre det eksisterende markedet (path extending bedrift). Mens bedrifter uten noen type innovasjonsgrad eller vekstambisjon bidrar derimot til å forsterke det eksisterende (path reinforcing bedrift). Bedrifter uten vekstambisjoner retter søkelyset i større grad mot å beholde nåværende markedsposisjon, gjennom konkurranse på omdømme, pris og kvalitet. Virksomheter med vekstambisjoner vil derimot i større grad være villig til å ta risiko og utfordre det eksisterende, som videre kan resultere i økt konkurransevne og vekst (Rypestøl, 2014).

Bedriftens holdning til entreprenørskap er også en faktor som kan være avgjørende for bedriftens ambisjonsnivå og fremtidige vekst (Zahra et al., 1999). Tidligere forskning viser til begrepet entreprenøriell orientering (Wiklund, 1998), som gjenspeiler hvorvidt bedrifter er innovative, proaktive og risikovillig til å nå bedriftens strategiske mål (Covin & Slevin, 1989). Bedrifter som er innovative vil ofte engasjerer seg og støtte nye eksperimenter og ideer som avviker fra tidligere teknologiske trender og praksis (Lumpkin & Dess, 1996). Dette gjennom å lansere nye produkter, tjenester, produksjonsmetoder, etablere seg i nye markeder, oppdage nye råvarekilder eller redefinere bransjen (Schumpeter, 1934/1938). Proaktivitet handler om å sikre og beskytte markedsandeler ved å være først ute i markedet. Proaktive bedrifter har gode forutsetninger for å håndtere framtidige behov og muligheter (Venkataraman, 1989). Å være risikovillig gjenspeiler bedriftens tendens til å bruke ressurser på tiltak der resultat og verdiskapning er usikkert. Dette kan videre belyse bedrifters villighet til å “prøve og feile” og å tørre å gå ut i det ukjente (Wiklund & Shepherd, 2003b). I kapitlet under skal vi se nærmere på hvordan bedriftene kan organisere innovasjons- og læringsprosesser internt i virksomheten.

2.2.2 Innovasjons- og læringsaktivitet

En rekke tidligere studier omtaler innovasjonsaktivitet som en nødvendig faktor for å overleve i konkurransutsatte og dynamiske omgivelser (Fagerberg, 2005; Hislop, 2009). Innovasjon er en sentral forutsetning for verdiskaping og utvikling av velferdssamfunnet, og skjer ofte gjennom økt bruk av ressurser eller ved å anvende ressurser på bedre måter. Innovasjon defineres ofte som et nytt eller forbedret produkt, tjeneste, produksjonsmåte, organisasjonsform eller anvendelse som er introdusert i markedet eller benyttet i produksjon for å skape økonomisk verdiskaping (Meld. St. 7, 2008-2009). Virksomhetens innovasjonsaktivitet kan skje, ved inkrementell innovasjon, eller i store sprang, gjennom radikal innovasjon. Inkrementell innovasjon kan være endringer og forbedringer i eksisterende produkter og tjenester. I slike tilfeller er usikkerhet og risikonivå lavere sammenlignet med radikal innovasjon. Radikal innovasjon har derimot høyere risiko og usikkerhet enn inkrementell innovasjon, hvorav fokuset er rettet mot å skape noe helt nytt (Meld. St. 30, 2019-2020). Det kan være nytt for virksomheten, nytt for markedet, eller nytt for hele verden (OECD, 2005). Bedrifter som ikke er innovative vil bli utkonkurrert av nye og omstillingsdyktige bedrifter som evner å tilpasse kundens behov (Reve, 2014). For å bygge og opprettholde virksomhetens konkurransevne, er det avgjørende at innovasjonsaktiviteter stadig utvikles og tilpasses markedet (Hislop, 2009).

En sterk drivkraft for innovasjon og endring er ifølge Schumpeter (1934), kriser og pandemier. Schumpeter (1934) hevder at ødeleggelse av gamle strukturer fremmer skapelse av nye strukturer. En annen driver for innovasjon er den økende oppmerksomheten for internasjonalisering rettet mot ulike miljøutfordringer som har vekket flere entreprenører, investorer og bedrifter over hele verden, til å utvikle nye forretningsmuligheter (Meld. St. 7, 2008-2009). Tidligere forskning predikerer en lineær innovasjonsmodell, som omfatter at forskeren la grunnlaget for kunnskap, denne kunnskapen ble videreutviklet av ingeniører, og lansert av markedsførere (Ries, 2011). Den lineære innovasjonsmodellen kan fortsatt være gjeldende, særlig for høyteknologiske og forskningstunge industrier. Imidlertid ser man et økende fokus på andre prosesser som er avgjørende for innovasjon, som ikke indikerer forskning. Det er samspillet mellom utviklere, kunnskapsmiljøer, kunder og bruker, som i fellesskap bidrar til variert og sammensatt kunnskap og informasjon i et innovasjonsprosjekt. For å videreutvikle en oppfinnelse eller ide til en innovasjon har man vanligvis behov for flere typer kunnskap og ressurser. Mangel på kunnskap og vesentlige ressurser kan resultere i forsinkelse eller at ideen ikke blir realisert. En hindring kan også være tilgang eller mangel på

nødvendige andre innovasjoner i markedet. Institusjoner, strukturer, regelverk og andre rammebetingelser i samfunnet kan også påvirke virksomhetens muligheter for innovasjon og læring. For at virksomheter skal lykkes med vekst og innovasjonsaktivitet må virksomheter stadig følge den innovative utviklingen og kontinuerlig organisere virksomheten så effektivt som mulig (Meld. St. 7, 2008-2009).

Det finnes ulike måter å tilpasse og organisere innovasjons- og læringsprosesser i virksomheten. I faglitteraturen skilles det ofte mellom to hovedmåter. Den DUI-baserte innovasjonsmåten som retter fokus på “doing using, interacting”, og den STI-baserte innovasjonsmåten som fokuserer på vitenskap, teknologi og innovasjon. DUI-måten er erfaringsbasert og har et sterkt fokus på samhandling mellom virksomheter og kunder, der interaktiv læring står sentralt. Denne innovasjonsmåten vektlegger organisasjonslæring og retter seg mot sluttbrukerens behov (Jensen et al., 2007). DUI-bedrifter forbedrer eksisterende og styrker relasjoner ved å samhandle internt i virksomheten. Vanligvis gjennom å utforme tverrfaglige prosjektteam, rotere på arbeidsoppgaver, samt ved å igangsette problemløsningsgrupper eller ulike ressursgrupper. Dette styrker både utveksling av kunnskap og læring, og bedrer bedrifters evne til å skape verdi (Laursen & Foss, 2003).

Den STI-baserte innovasjonsmåten retter fokuset på FoU-aktiviteter og vitenskapsbasert læring knyttet til radikal innovasjon. De fleste innovasjonsaktivitetene foregår ved forskningsinstitutter, interne FoU-avdelinger, universiteter og i små bedrifter som er forskningsintensive. Sentrale aktører i STI-måten er universiteter, forskningssentre og virksomheter sin egen FoU-avdeling. Denne innovasjonsmåten, er ofte sentral for bedrifter som vektlegger utvikling og vekst i form av innovasjonsaktivitet. STI-basert innovasjonsmåte kan ses i tråd med den tradisjonelle lineære innovasjonsmodellen. Med det grunnlaget kan en STI basert innovasjonsmåte i større grad være passende for forskningstunge og høyteknologiske virksomheter. Mens en DUI gjerne i større grad relaterer seg til bedrifter som hatt tett kunde og bruker kontakt, samt fokus på interaksjon med andre bedrifter og relevante aktører (Jensen et al., 2007).

Virksomheter som kombinerer ulike innovasjonsmåter og ulike typer kunnskap har en tendens til å prestere bedre (Jensen et al., 2007). Bedrifter som kombinerer STI- og DUI-måten betegnes som mer effektive når det gjelder å styrke konkurranseevne og innovasjonskapasitet. En kombinert innovasjonsmåte mellom STI- og DUI-måten gjengis i faglitteraturen som

“Complex Combined Innovation” (CCI) (Isaksen & Karlsen, 2012). En avgjørende kilde for å få bedrifter mer i stand til å kombinere disse innovasjonsmåtene, er gjennom at bedriftene bygger kapasitet for å forstå og utnytte ulike typer kunnskap. Økt kapasitetsbygging kan skje gjennom at bedrifter i større grad samarbeider med forskningsinstitusjoner og høyere utdanning i innovasjonsprosjekter, samt at det rekrutteres personell med høyere utdanning (Isaksen & Nilsson, 2013). For STI bedrifter kan erfaringsbasert kunnskap bygges gjennom å i større grad involvere kunder og aktører i ulike prosjekter og påløpende i daglig basis. I tillegg benytte erfaringsbasert kunnskap fra forskjellige deler av aktørene i innovasjonsprosjekter. Formålet med dette er å skape flere lærende virksomheter utover FoU-avdelinger, hvorav intern kapasitetsbygging står sentralt (Isaksen & Nilsson, 2013). Ted London (2016) argumenterer for at enkeltindivider, aktører og organisasjoner har i fellesskap lang erfaring innenfor innovasjonsaktivitet og vekst. Ved organisering av ulike innovasjonsaktiviteter vil betydningen for ulike faktorer og tilstedeværelsen av ulike aktører ofte være betydelig avgjørende for bedrifters vekst (London, 2016). Dette skal vi se nærmere på i neste kapittel som omfatter det entreprenørielle økosystemet.

2.3 Entreprenørielle økosystem

Entreprenørielle økosystem er en viktig teori å belyse ved undersøkelse av entreprenørskap, fordi man får et rammeverk der entreprenørskap analyseres som et resultat av et system der flere faktorer spiller inn (Spigel, 2020). Entreprenørielle økosystem bidrar til å skape en større kobling og forståelse mellom tidligere entreprenørskapsstudier og tilnærminger om innovasjonssystem som bygger på forutsetningen om at omgivelsene har betydning for innovasjon (Stam, 2015). Entreprenørielle økosystem vektlegger den “ambisiøse” entreprenøren som fokuserer på høyvekst og innovative løsninger (Spigel & Harrison, 2017, s. 155).

2.3.1 Hva er et entreprenørielt økosystem?

Entreprenørielle økosystem er et mangfoldig fenomen i faglitteraturen. Ifølge Spigel (2020) vil det nærmeste være umulig å bygge et sammenfattende forskningsmiljø sentrert rundt entreprenørielle økosystem. Flere forskere og teoretikere har ulike definisjoner og tilnærminger på entreprenørielle økosystem. En definisjon som vises å være mest allment akseptert og generell er Stam & Spigel (2018, s. 407) sin definisjon som påpeker entreprenørielle økosystem som en rekke gjensidige avhengige aktører og faktorer innenfor et

geografisk område som er koordinert slik at de fremmer «ambisiøst» entreprenørskap. I flere tilfeller tenker vi på entreprenører som «heroiske genier» som skaper noe helt nytt fra ingenting. Imidlertid om man ser på historie til vekstbedrifter er det flere tilfeller der et bredt nettverk med ulike aktører har vært medvirkende og hjulpet entreprenøren med å vokse og skalere sine ideer til verdensledende innovasjoner. Disse aktørene omfatter entreprenører og tidligere ansatte, samt offentlig myndighet, tidligere kunder, investorer, mentorer og andre som bidrar med å åpne dører som ellers kunne blitt lukket (Spigel, 2020). Relasjon og interaksjon mellom ulike aktører og faktorer som forsterker og støtter hverandre i økosystemet er avgjørende (Spigel, 2017b).

I et entreprenørielt økosystem er det viktig å fremme sentrale ressurser for entreprenørskap. For at høyvekstbedrifter skal oppnå ønsket fremtidig vekst er det vesentlig at ulike aktører, individer og institusjoner er tilstede i et område. I dette tilfellet er særlig tilgang til kapital, dyktige arbeidere og entreprenøriell kunnskap viktig for bedrifters vekst (Spigel, 2020). Disse ressursene er ifølge Spigel (2020) avgjørende for at innovative bedrifter skapes og vokser. Entrepreneurielle økosystem kan vokses frem gjennom at ulike aktører koordinerer et miljø hvor bedrifter kan få tak i ressurser de har behov for, på en tilstrekkelig måte. Tilgang til ulike ressurser avhenger av viljen til aktører som er en del av økosystemet, hvorvidt de ønsker å hjelpe, enten fordi de mener det er riktig eller fordi at det kan lønne seg for dem selv (Spigel, 2020). Økosystemet kan også vokse frem organisk, der sentrale aktører og institusjonsatferd koordineres av utviklingsdynamikken i en region, uten at regionale aktører har bidratt til å koordinere arbeidet (Normann et al., 2014, s. 15). I et entreprenørielt økosystem er det flere faktorer som er avgjørende, både kultur, styrken og nærhet til sosiale nettverk innenfor et område, samt den offentlige politikken og økonomiske strukturen som eksisterer der (Spigel, 2020).

2.3.2 Sentrale elementer i økosystemet

Den entreprenørielle økosystemforskningen beskriver en rekke faktorer som bør være tilstede for et vellykket entreprenørielt økosystem (Stam, 2015; Feld, 2012; Isenberg, 2010; Spigel & Harrison, 2017; Spigel, 2020). I denne oppgaven skal jeg ta utgangspunkt i Spigel (2020) sin tilnærming, hvor han presenterer en hel rekke faktorer og aktører som er avgjørende for et sterkt entreprenørielt økosystem. Aktørene han skiller mellom er; entreprenører, dyktige arbeidere, rollemodeller og mentorer, bedriftsrådgivere, universiteter, anker bedrifter,

inkubatorer, akseleratorer og støtte fra organisasjoner. Faktorer han påpeker er kultur, nettverk, offentlige virkemidler, lokal marked og tidlige kunder, og fysisk infrastruktur. På bakgrunn av masteroppgavens begrensninger i form av tid, har jeg valgt ut fire av Spigel (2020) sine faktorer og aktører. Med utgangspunkt i følgende har jeg valgt å se nærmere på følgende; dyktige arbeidere, investorer, universiteter og nettverk. Dette er ikke fordi at disse faktorene erkjennes som viktigere enn andre, derimot er valget basert på presentert teori og hva jeg ønsker å se nærmere på i det empiriske arbeidet. Entreprenøren fremstilles som den viktigste aktøren i det entreprenørielle økosystemet (Spigel, 2020). På bakgrunn av at entreprenørens rolle fremstilles i kapittel 2.2., har jeg valgt andre faktorer som kan påvirke potensielle høyvekstbedrifters vekstmuligheter og innovasjonsaktivitet.

2.3.2.1 Dyktige arbeidere

Dyktige arbeidere er en viktig kilde for virksomheters vekst. Ifølge Spigel (2020) kan mangel på dyktigere arbeidere resulteres i saktere bedriftsvekst. Dette fordi bedriften mangler ferdigheter, og at de må bruke mye tid og ressurser for å forbedre ansattes ferdigheter. En annen faktor for saktere bedriftsvekst er mangel på kapasitet til å oppnå ønsket vekst. Tidligere forskning innen innovasjonssystemer, økonomisk utvikling og klyngeteori fremstiller menneskelig kapital som den viktigste faktoren for regional økonomisk vekst (Kerr, 2018). Imidlertid kan det diskuteres hvorvidt behovet for dyktige arbeidere er etter økt automatisering. Automatisering inkluderer at arbeidsoppgaver delvis eller helt overtas av maskiner og andre løsninger som er teknologiske. Dette innebærer at ulike produksjoner er mindre avhengig av menneskelig arbeidskraft, samtidig er det viktig å påpeke at det også vil åpne muligheten for behov for arbeidskraft til å løse andre arbeidsoppgaver (NOU 2018:2). Ifølge Stam (2013) er dyktige arbeidere viktig ressurs for å hjelpe bedrifter med å gripe og utnytte muligheter for utvikling av nye løsninger, samt bidra til at bedrifter raskere skalerer til globale konkurransedyktige bedrifter. Bedrifters interne fokus på oppfølgings- og utviklingsprogram for sine ansatte kan være avgjørende for ansattes kunnskap og ferdigheter. Dyktige arbeidere kan også gjennom tidligere erfaring inneha relevant og nødvendig kunnskap relatert til nye teknologier og endringer i markedet (Henry & Pinch, 2001). Ansattes sosiale nettverk kan spille en betydelig rolle for bedriftens vekst, som indikerer fordelene med mangfold på arbeidsplassen (Spigel, 2020). En konkurransefaktor som stadig blir viktigere for bedrifter er tilgang på mennesker med spesialisert kunnskap, som også kan være avgjørende for bedriftens lokaliseringsbeslutninger (Meld. St. 7, 2008-2009).

2.3.2.2 Investorer

Som en sentral aktør i det entreprenørielle økosystemet anses investoren som den viktigste aktøren, foruten entreprenøren. I et entreprenørielt økosystem vil kvaliteten og mengden investorer være avgjørende for økosystemets effekt. Investorer bidrar både med mentorskap, strategiske råd, og hjelper entreprenører å etablere seg i nye markeder og oppdage relevante kunder (Politis, 2008). Investorer hjelper bedrifter med å unngå typiske barrierer i oppskaleringprosessen. For at virksomheter skal lykkes med vekst og oppskalering er det viktig med gode og effektive investorer. I tillegg spiller investorer en viktig rolle i hele samfunnet, i den forstand at de hjelper med å bygge og opprettholde nettverk i samfunnet, gjennom rådgivning og nettverksarrangementer (Spigel, 2020). I Norge finnes det flere offentlige aktører med næringsrettede virkemidler som i tråd med teorien om investorer bidrar til, mentorskap, strategisk rådgivning og hjelper med vekst og innovasjonsutvikling (Dagensperspektiv, 2019). Innovasjon Norge er en del av det offentlige virkemiddelapparatet som arbeider med å stimulere til økt innovasjon i næringslivet, ved rådgivning, finansiering og nettverk (Innovasjon Norge, u.å.). Den store mengden bidrag fra offentlige aktører kan ses i sammenheng med at Norge er en koordinert markedsøkonomi hvor kapital ofte tilegnes fra institusjonelle investorer, banker, familier og i enkelte tilfeller fra staten (Knudsen, 2016, s. 108). I liberale markedsøkonomier er kapital derimot i større grad regulert gjennom markedet (børsen). Tilgang på kapital anses i slike økonomier som enklere, og det er ofte flere private investorer som bidrar med kapital enn offentlige aktører. Eksempel på slike land er USA, Canada, Storbritannia, Australia, Irland og New Zealand (Hall & Soskice, 2001)

En vesentlig faktor for bedrifters mulighet til å investere i innovasjonsaktivitet, nytt kapitalutstyr og markedsføring er tilgang til egenkapital (Grünfeld et al., 2019, s.13). Bedrifter med lav egenkapital har dårligere forutsetning ved negative økonomiske kriser, enn bedrifter med høy egenkapital. En annen ulempe med lav egenkapital er at det er vanskeligere å få tilgang til kapital som banklån og andre typer gjeld, fordi det som regel avhenger av tilgangen til egenkapital. Dersom man ikke har tilgang til kapital fra venner, familie, engleinvestorer, kan det bli vanskelig for virksomheter å utvikle nye produkter og tjenester, eller å inntre i nye markeder (Spigel, 2020). Engleinvestor er en viktig ressurs for førstefase investeringstype, der en person investerer i bedriften, gjennom finansiering, veiledning eller rådgivning (Aasen, 2021). Uten regionale investorer blir det svært ressurs- og tidkrevende for entreprenører. Eksterne investorer kan være et alternativ, men det kan virke hemmende for vekst, med tanke på hvor sterkt nettverksbånd entreprenøren har til den eksterne investoren

(Spigel, 2020). Til tross for viktigheten av finansiering predikerer Isenberg (2010) at midlene også ofte bør holdes igjen og gis til de bedriftene i det entreprenørielle økosystemet som er mest lovende.

2.3.2.3 Universiteter

Ifølge Spigel (2020) spiller universiteter en sentral rolle i entreprenørielle økosystem gjennom at de stimulerer økt kunnskap, promoterer akademisk entreprenørskap, utvikler talent, og fungerer ofte som økosystemkoordinator. Videre kan dette bidra til økt tilgang på dyktige arbeidere, flere entreprenører og ny teknologisk kunnskap som stimulerer til vekst og utvikling i et økosystem (Spigel, 2020). Universiteter har en viktig rolle i kunnskapsskaping og spillovers i samfunnet. Spillovers innebærer i dette tilfellet at universitetet kan bidra til å øke produktiviteten til andre bedrifter, gjennom å formidle kunnskap og spre kunnskapen blant ulike aktører (Regjeringen, 2006). Denne kunnskapen kan både danne grunnlag for å skape nye eller forbedre produkter, tjenester eller prosesser, som fremmer bedriftens konkurransevne og kan generere nye entreprenørielle muligheter. Kunnskapsføringen kan i dette tilfelle skje globalt, likevel vil den ofte fremstå lokalt gjennom uformelle interaksjoner (Gertler & Levitte, 2005).

Fitjar & Alpaydin (2019) påpeker at et mer kunnskapsbasert næringsliv, samt åpne, nettverksbaserte innovasjonsprosesser har bidratt til økende samarbeid med universiteter for en større andel av næringslivet. Stadig flere arbeidsplasser krever høyere utdanning, ofte på masternivå, og flere virksomheter har egen FoU aktivitet internt i bedriften. Dette resulterer i et økende behov for støtte og samarbeid med universiteter (Fitjar & Alpaydin, 2019). I noen tilfeller kan det være utfordrende å samarbeid med universiteter, særlig om man er en mindre virksomhet. Dette fordi universiteter ofte fokuserer på abstrakte modeller og grunnforskning, mens virksomheter vektlegger hvordan man kan anvende kunnskapen i praksis. I tillegg er universiteter byråkratiske og store organisasjoner, som kan være vanskelig å forholde seg til (Bruneel et al., 2010). Howells et al. (2012) påpeker at det er flere indikatorer som belyser universitetssamarbeid som avgjørende for innovasjon. Universitetet spiller også en rolle ved å koble sammen ulike politiske- og næringslivsaktører for å opparbeide ulike støtteprogrammer. I tillegg kan universitetet over tid bidra til å endre individer, bedrifter og aktørers i en region, sine holdninger til entreprenørskap (Spigel, 2020).

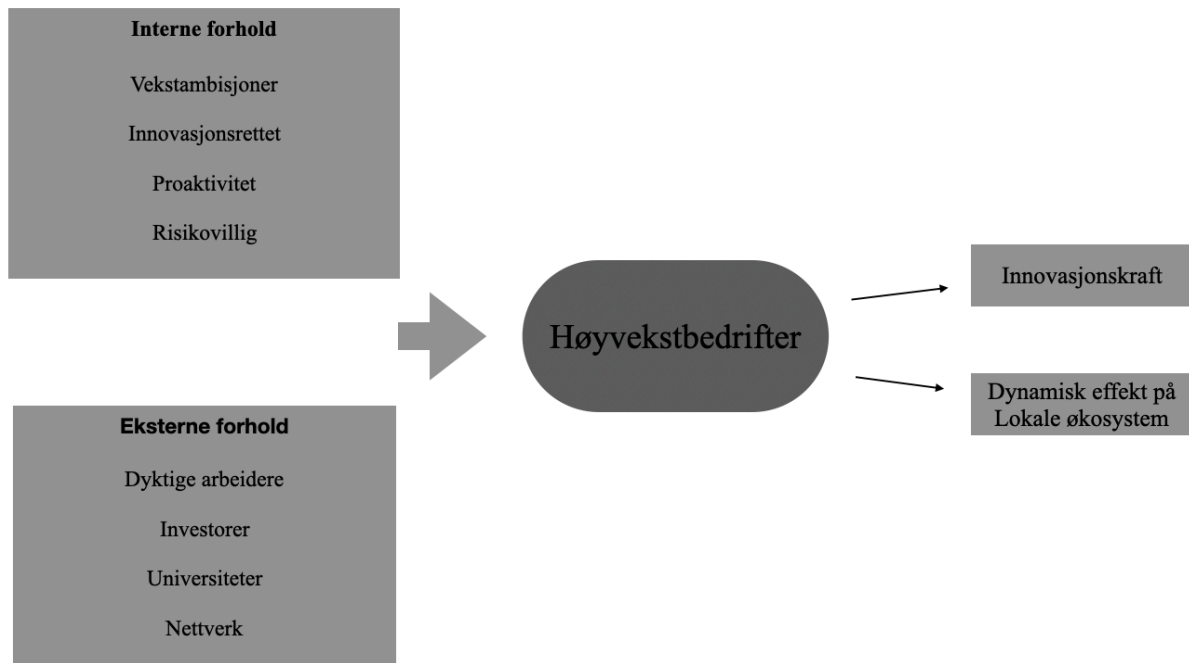
2.3.2.4 Nettverk

Entreprenører med flere nettverksbånd har en tendens til å prestere bedre enn entreprenører med færre (Stam et al., 2014). Nettverk er en viktig forutsetning for bedrifters muligheter for å vokse og skalere. Fra et ressursbasert perspektiv på virksomheter er suksessen avgjørende om bedrifter evner å knytte sammen ulike ressurser for å skape størst mulig verdi for kundene (Kor et al., 2007). Sosiale nettverk og evne å bygge nye relasjoner for å finne ressursene man har behov for eller støtten man trenger for å danne nye ressurser, er en viktig faktor (Spigel, 2020). En annen sentral faktor er tillit mellom partene. Tillit dannes over tid etter flere gjentatte interaksjoner, og gjør det enklere dersom tilstedeværelsen er tette og overlappende mellom partene (Henn, 2012). Uformelle nettverk er ofte knyttet til venner og bekjente er en viktig forutsetning, særlig i en tidlig fase. Videre er formelle nettverk knyttet til leverandører og kunder av større betydning etter hvert som bedriften vokser. Sterke og nære relasjoner med samarbeidspartnere er viktig for bedrifters posisjon i markedet, og kan bidra til økt behov og søk for nye ideer og løsninger. Det kan være en fordel å dra seg nytte av støtte fra samfunnet, ressurser og andre aktører som samarbeidspartnerne innehar (Hoang & Antonic, 2003).

Entreprenørens nettverk tenderer å være lokale (Schutjens og Völker, 2010). Til tross for at entreprenører har gode muligheter for å bygge nettverk på tvers av andre land, kreves det mer innsats å bygge og opprettholde slike nettverk enn nettverk på lokalnivå (Bathelt et al., 2004). Entreprenørielle økosystem drar nytte av tette nettverk som kobler entreprenører sammen med andre relevante aktører som rollemodeller, mentorer, rådgivere, kunder og investorer. Mellomliggende organisasjoner, som kan være frivillige organisasjoner, er etablert for å aktivt danne nye nettverk innenfor det entreprenørielle økosystemet for å oppmuntre og fremme entreprenørskap (Clayton et al., 2018). I entreprenørielle økosystem er det viktig med et sterkt lokalt nettverk blant entreprenørielle aktører, hvorav aktørene har tillit til hverandre. Økosystem som har dårlige nettverk kan gjenspeile at en region har få nettverksprogrammer eller arrangementer, så vel som en lokalisert kultur som fraråder mellommenneskelig tillit (Spigel, 2020). Virksomheter som deltar i globale verdikjeder oppnår tilgang til både nettverk og kunnskap om teknologi og utvikling. Imidlertid er det virksomhetene som er mest produktive som klarer seg best i store markeder og som videreutvikler seg gjennom økt tilgang til ny kunnskap (NOU 2021:4). London (2016) påpeker utviklingen i retning av økt fokus på tverrsektorsamarbeid som nødvendig for å fylle ulike markedshull samfunnet står ovenfor.

2.4 Analytisk rammeverk

Det analytiske rammeverket er basert på presentert teori i kapittel 2.0. Figuren nedenfor viser til interne og eksterne forhold som påvirker høyvekstbedrifter som videre bidrar til økt innovasjonskraft og dynamisk effekt på lokale økosystem.



Figur 2.1 Analytisk rammeverk

Det analytiske rammeverket illustrerer interne forhold som vekstambisjoner, innovasjonsrettet, proaktivitet og risikovillig, og eksterne forhold som dyktige arbeidere, investorer, universiteter og nettverk. Disse faktorene belyses i det teoretiske rammeverket som avgjørende for høyvekstbedrifter. Basert på tidligere empiriske funn tyder høyvekstbedrifter å bidra til eksterne effekter som økt innovasjonskraft og dynamisk effekt på lokale økosystem (Oxford Research, 2021). Dette skal diskuteres videre i analyse og drøfting kapittel 4.0 og 5.0. Først skal det metodiske rammeverket for oppgaven fremstilles i kapittel 3.0, med bakgrunn i følgende forskerspørsmål:

«Hvilke interne og eksterne forhold fremmer og hemmer vekst i potensielle høyvekstbedrifter?»

«Hvilke eksterne effekter på regionalt nærings- og arbeidsliv synes potensielle høyvekstbedrifter å bidra til?»

3.0 Metodisk tilnærming

I dette kapittelet redegjøres det for oppgavens metodiske tilnærming. Metodiske valg har stor betydning for studiens resultat, og påvirkes både av type metode, og måten man velger å bearbeide og analysere datainnsamlingen (Johannessen et al., 2016). I det følgende kapittel vil jeg først beskrive valg av forskningsdesign og metode. Herunder skal jeg presentere hvordan datainnsamlingen er gjennomført og bearbeidet. Deretter belyses oppgavens reliabilitet og validitet. Avslutningsvis fremheves etiske vurdering for oppgaven.

3.1 Forskningsdesign

Forskningsdesign er et rammeverk for datainnsamling og bidrar til å organisere aktiviteter for å samle inn relevant data som belyser oppgavens forskerspørsmål (Blumberg, et al. 2011). Det innebærer å utforme en detaljert og overordnet strategi som generer tilstrekkelig kunnskap i forskningsprosessen (Arbnor & Bjerke, 2009). Denne oppgaven er basert på en abduktiv tilnærming. Det innebærer at forskeren stadig beveger seg mellom teori og empiri. Det teoretiske rammeverket justeres ettersom empiriske funn samles inn og datainnsamlingen endres fordi det utvikles nye teorier (Busch, 2013). Alternative tilnærminger er induktiv tilnærming hvor forsker beveger seg fra empiriske funn og utformer teoretiske slutninger basert på empiri, eller en deduktiv tilnærming der forsker tar utgangspunkt i eksisterende teori for å videre forklare empirien (Johannessen et al., 2016). En abduktiv tilnærming oppfattes som en mellomposisjon av induktiv og deduktiv metode (Busch, 2013). I denne studien har jeg i tråd med den abduktive tilnærmingen beveget meg mellom teori og empiri, ved at det teoretiske rammeverket har endret seg underveis og etter innsamling av empiri.

Innen samfunnsvitenskap er det vanlig å skille mellom to metoder for datainnsamling, kvantitativ og kvalitativ metode. I kvantitativ metode er fokuset rettet mot å undersøke fenomener basert på et stort og representativt utvalg av en populasjon. Dataen vil ofte være i form av tall og statistikk, fordi formålet ofte er at det skal være målbart og kunne etterprøves (Arbnor & Bjerke, 2009). Den vanligste metoden for å samle inn tilstrekkelig data i kvantitativ forskning er ved bruk av spørreskjema. Kvalitativ metode handler derimot om å gå dypere inn på et fenomen, hvorav innsamling av data ofte gjøres ved kvalitative intervjuer (Johannessen, et al., 2016).

Denne masteroppgaven baseres på en metodetriangulering (mixed method), gjennom å benytte både kvalitativ og kvantitativ metode. En kombinasjon av disse metodene bidrar til å gi et bedre helhetlig bilde av studiens formål (Creswell, 2007; Stake, 1995). En metodetriangulering kan bidra til økt reliabilitet og validitet, ved at studiens formål belyses fra forskjellige sider, som øker studiens troverdighet (Grønmo, 2016). Den kvantitative forskningen som benyttes i denne oppgaven er av sekundærdata, mens den kvalitative forskningen er av primærdata. Sekundærdata er data som er samlet inn av andre forskere til et annet formål (Ghauri & Grønhaug, 2010). I dette tilfellet benyttes analysen om norske vekstbedrifter utarbeidet av Oxford Research, som en viktig del av oppgavens empiri. Primærdata er kilden en forsker selv innhenter informasjon direkte fra (Ghauri & Grønhaug, 2010). I denne studien er primær data samlet inn gjennom intervjuer med relevante informanter som kan uttrykke sine subjektive meninger og belyse studiens forskerspørsmål.

3.2 Kvantitativ metode

Kvantitative undersøkelser har som formål å samle inn informasjon fra flest mulig respondenter (Johannessen et al., 2016). Ifølge Arbnor og Bjerke (2009) er kvantitativ forskning en mer strukturert og analytisk fremgangsmåte for gjennomføring av datainnsamling enn kvalitativ forskning. I denne masteroppgaven ble Oxford Research sin undersøkelse om norske virksomheters vekst og ambisjoner, stilt til disposisjon. Undersøkelsen ble utformet vinteren 2021 med formål om å belyse drivere og barrierer for vekst. Store deler av denne analysen vil være nyttig for oppgavens empiriske arbeid. I kapittel 3.2.1 redegjøres det for Oxford Research sin fremgangsmåte for datainnsamling, videre i kapittel 3.2.2 fremstilles mine avgrensninger fra analysen som er gjeldende for å belyse oppgavens forskerspørsmål.

3.2.1 Spørreskjema

Oxford Research har samlet inn kvantitativ data ved bruk av spørreskjema. Fordelen med denne datainnsamlingsmetoden er at man kan samle inn data fra flere individer på relativt kort tid. En ulempe er imidlertid at man ikke kan hente inn utfyllende opplysninger eller ha en samtale med respondentene (Johannessen et al., 2016). Formålet til Oxford Research var å samle inn data fra flest mulig respondenter på relativt kort tid, hvorav metoden spørreundersøkelse ble ansett som mest hensiktsmessig. Spørreskjemaet ble distribuert til 53 811 norske bedrifter med en eller flere ansatte i bedriften, hvorav 2072 bedrifter svarte på

spørreskjemaet. Dette tilsvarer en prosent på 3,8. Dette er en svært lav svarprosent, dermed bør man være kritisk til hvilke slutninger man trekker. Til tross for den lave svarprosenten, vil spørreundersøkelsen til Oxford Research gi gode indikatorer som belyser min oppgaves forskerspørsmål.

3.3.2 Analyse av spørreundersøkelsen

For å belyse mine forskerspørsmål på en tilstrekkelig måte, har jeg avgrenset Oxford Research sin undersøkelse til min oppgaves formål. På bakgrunn av ønske om å undersøke bedrifter med vekstambisjoner, valgte jeg å skille mellom bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner. Vekst kan måles ved flere ulike indikatorer, hvorav jeg har valgt å måle ønske om vekst i form av sysselsetting (Nyborg, 1999). Ifølge Nyborg (1999) har en rekke studier brukt sysselsettingsvekst som mål for vekst. I denne oppgaven har jeg valgt å måle vekst gjennom sysselsetting, fordi jeg ønsker å se på bedrifter som har potensiale for å bidra til flere arbeidsplasser. Det er viktig å være oppmerksom på konsekvensen ved å bruke sysselsetting som måleindikator. Dersom sysselsettingen reduseres, kan bedriftens omsetning fremdeles økes, som kan påvirke betydningen på undersøkelsens resultat. En annen måleindikator som ofte brukes er omsetningstall. Bedriftens omsetning er ofte enkel å måle og å beregne. Imidlertid kan det også følge konsekvenser ved denne typen indikator. Det er viktig å påpeke at aktivitetsvekst ofte måles best ved å se på antall ansatte fordi omsetningstall inkluderer en priseffekt. Med andre ord, en stigning i omsetning tilsvarer ikke nødvendigvis økt aktivitet, imidlertid kan det være et resultat av prisøkning pr. enhet (Nyborg, 1999). På bakgrunn av ønske om å se vekst i økt menneskelige ressurser valgte jeg å avgrense vekstambisjoner i form av økt vekst i sysselsetting.

I min analyse av selskaper med vekstambisjoner har jeg inkludert respondentene som oppgir å ha vekstambisjoner gjennom å markere at de venter “sterk økning” eller “moderat økning” i vekst i ansatte i løpet av de tre neste årene, hvorav 314 av disse har vekstambisjoner, og resterende 202 har ikke vekstambisjon. Analysen i denne masteroppgaven sammenligner forhold mellom de bedriftene som har vekstambisjoner og dem som ikke har vekstambisjoner. Resultatene av datamaterialet presenteres i kapittel 4.0, der det videre drøftes ved hjelp av presentert teori. For å sikre brukbare svar valgte jeg å ekskludere respondentene som ikke svarte tilstrekkelig på undersøkelsen. Deretter ble det satt noen gitte kriterier for bedriftene jeg ønsket å undersøke. På bakgrunn av OECD sin definisjon av høyvekstbedrifter, som

inkluderer bedrifter med 10 eller flere ansatte, ble neste steg å ekskludere bedriftene som var under 10 ansatte.

Spørreskjemaet til Oxford Research består av forhåndsfylte svar, hvorav et av spørsmålene er et åpent spørsmål. Fordelen med forhåndsfylte svar er at det er lettere for informantene å svare på undersøkelsen (Johannessen et al., 2016). Imidlertid kan det tydes at det ikke var slik i dette tilfellet, med tanke på den lave svarprosenten på undersøkelsen. Det er samtidig viktig å påpeke at undersøkelsen ble distribuert under en pandemi, som kan ha hatt betydning for svarprosenten. Videre inkluderer spørreskjemaet både likert-skala og rangordenskala (Johannessen et al., 2016) for å kartlegge respondenter vekstambisjoner, innovasjonsfokus og andre mulige behov ved økt vekst. Rangordenskala er benyttet på spørsmålene rettet mot entreprenøriell orientering, hvilke aktører som er sentrale for oppskalering og hvorvidt bedriftene er tilfreds med offentlige aktører med næringsrettede virkemidler. Følgende belyses nærmere i drøfting og analyse i kapittel 4.0.

3.4 Kvalitativ metode

Hensikten med den kvalitative forskningen er å gå i dybden og innhente mange opplysninger om få undersøkelsesobjekter. I motsetning til den kvantitative undersøkelsen tar den kvalitative undersøkelsen sikte på å samle opplevelser og meninger som ikke lar seg måle eller tallfeste (Dalland, 2017). I denne undersøkelsen har jeg valgt å samle inn data ved kvalitative intervju. Dette for å få en dypere forståelse for hvilke aktører og faktorer som er avgjørende for utvalgte bedrifters innovasjonsaktivitet og vekst. Med bakgrunn av at den kvantitative analysen tar høyde for flere respondenter men lite antall informasjon, anses det som hensiktsmessig å supplere med kvalitative intervjuer for å få flere opplysninger.

3.4.1 Utvalg av informanter

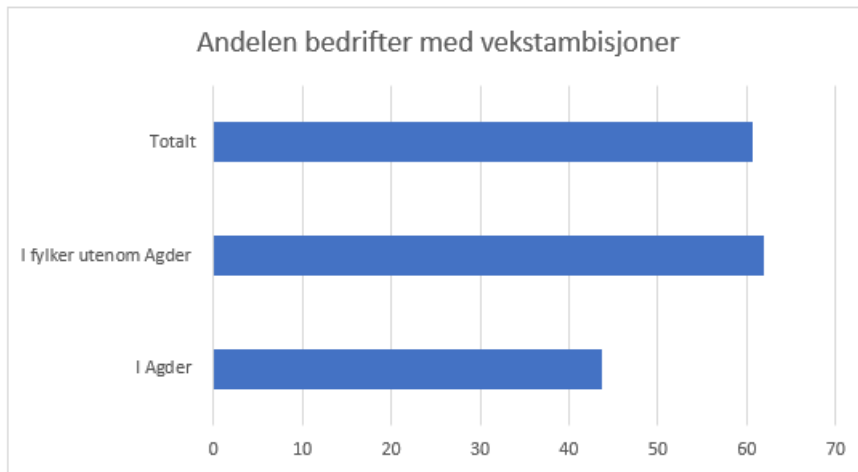
I kvalitativ forskning ønsker man å komme nær innpå informantene. Formålet med kvalitative intervjuer er fyldige beskrivelser for å belyse forskerspørsmålet fra flere sider. I en slik studie har man et tydelig mål, og tilfeldig trekning av informanter anses som lite hensiktsmessig. Man ønsker derimot å velge intervjuobjekter som er interessante og relevante for studiens formål (Johannessen et al., 2016, s. 111). I kvalitativ forskning vil størrelsen på utvalget variere, avhengig av studiens formål. En tommelfingerregel for utvalget er at det skal være stort nok til at det belyser oppgavens forskerspørsmål (Kruzel, 1999). Ifølge Malterud (2011)

kan det være vanlig med et utvalg på 10 til 25 informanter. Hensikten er likevel å skaffe et utvalg med relevante informanter enn å skaffe mange (Malterud, 2011).

I denne studien baseres utvelgelsen av informanter på det teoretiske rammeverket. Ifølge Rypestøl (2014) er vekstambisjoner og innovasjon avgjørende faktorer for fremtidig vekst. Med utgangspunkt i følgende ble målgruppen for studien innovasjonsrettede bedrifter med ambisjoner om vekst. Utvalget av informanter er basert på bedrifter som har fått tilsagn om finansiering fra tre ordninger i Innovasjon Norge. For å få innvilget finansiering av Innovasjon Norge må virksomheten ha ambisjoner om å skape verdier gjennom innovasjon (Innovasjon Norge, 2021). Med utgangspunkt i følgende kan målgruppen anses som relevant i syn av det teoretiske rammeverket. En alternativ utvelgelsesmetode kunne vært å utforme et spørreskjema, og distribuere til ulike aktører, for å finne ut hvilke bedrifter som har vekstambisjoner og en viss innovasjonshøyde. På bakgrunn av oppgavens begrensninger ble utvalget basert på Innovasjon Norge sitt register ansett som en hensiktsmessig utvalgsmetode.

Utvalget er i denne undersøkelsen basert på et strategisk utvalg. Hensikten med strategisk utvalg er at man velger informanter basert på hvem man tror kan gi tilstrekkelig informasjon om fenomenet som studeres (Dalland, 2017). I likhet med analysen av spørreundersøkelsen ble det satt et kriterium om at informantene skulle være bedrifter med 10 eller flere ansatte. Det ble videre tatt en geografisk avgrensning, der jeg valgte å se nærmere på bedrifter i Agder regionen. Til slutt ble avgrensningen i registeret til Innovasjon Norge følgende, bedrifter i Agder med 10 eller flere ansatte som har fått innvilget innovasjonstilskudd, forsknings og utviklingstilskudd og landsdekkende innovasjonstilskudd siden 2018 (Innovasjon Norge, u.å).

Bakgrunnen for å velge Agder er basert på Oxford Research (2021) sine empiriske funn, der finner de at 224 bedrifter av 2072 bedrifter karakteriseres som høyvekstbedrifter basert på OECD sin definisjon av høyvekstbedrifter. Hvorav 11 av disse bedriftene befinner seg i Agder. Sammenlignet med andre fylker i Norge er det en vesentlig lavere andel høyvekstbedrifter i Agder. I tillegg når jeg identifiserte bedrifter med vekstambisjon og de uten vekstambisjon, forekommer det en vesentlig lavere andel bedrifter med vekstambisjoner i Agder, sammenlignet med andre fylker i Norge. Det vises at 14 av respondentene med vekstambisjoner befinner seg i Agder. Figuren nedenfor illustrerer dette.



Figur 3.1: Bedrifter med vekstambisjoner i Agder vs andre fylker i Norge

Med utgangspunkt i følgende ble det interessant å undersøke bedrifter i Agder med potensial for sterk vekst, nemlig bedrifter som har fått innvilget finansiering av Innovasjon Norge. Etter en dialog med veileder Arne Isaksen kontaktet jeg bedriftene som egnet seg best for å besvare oppgavens forskerspørsmål. Jeg kontaktet bedriftene via mail som jeg sendte til daglig leder eller eier av organisasjonen. To av seks av intervjuobjektene svarte på mail, resterende kontaktet jeg over telefon. Utvalget av informanter ble daglig leder, leder, eier eller entreprenøren som har vært med fra starten og gjennom sterke vekstperioder og eventuelle nedgangsperioder. I tråd med Saunders et al. (2012) var utvalget et målrettet utvalg, ved at intervjuobjektene velges basert på den man tror best kan besvare oppgavens forskerspørsmål. Utvalget ble til slutt seks bedrifter, hvorav jeg intervjuet fem som var både leder og entreprenør, og en informant som var entreprenør og investor i bedriften. Som presentert i teorikapittelet inkluderer entreprenøren i dette tilfellet personer som har bidratt med en ny eller forbedret innovasjon i bedrifter.

3.4.2 Datainnsamling

I denne studien ble individuelle dybdeintervju betegnet som den mest hensiktsmessige datainnsamlingsmetoden. Gruppeintervju ble utelukket fordi respondentene i stor grad kan påvirke hverandres svar (Johannessen et al., 2016). I tillegg kan respondentene utelukke relevant informasjon, i den forstand at de ikke ønsker at andre bedrifter eller konkurrenter skal få innsyn i bedriftens interne forhold. Gjennomføring av individuelle intervju kan føre til mer ærlige, samt utfyllende svar fra respondenten sin side. På bakgrunn av at jeg ønsket å få utfyllende og brede svar, ble semistrukturert intervju sett på som mest passende for studien.

Semistrukturert intervju er en fleksibel intervjumetode. Dette ved at man kan stille oppfølgingsspørsmål til respondenten, i tillegg blir den ofte ansett som komfortabel for respondentene. Den kan fremtre som mer uformell og virke behagelig for informantene (Østbye et al., 2013).

På forhånd av intervjuene blir det utformet en intervjuguide rettet mot bedriftens innovasjonsaktivitet og vekstmuligheter, samt mulige begrensninger for ønsket vekst. Ved bruk av semistrukturert intervju kunne jeg justere intervjuguiden og rekkefølgen på spørsmålene i forhold til respondenten og kontekst. Intervjuguiden illustrerer sentrale temaer og spørsmål som skal gjennomgås i intervjuet (Johannessen et al., 2016). Intervjuguiden ble utformet basert på oppgavens teoretiske rammeverk. I dette tilfellet rettes temaene mot virksomhetens organisering av innovasjonsaktiviteter for å belyse interne og eksterne faktorer som påvirker bedriftens vekst og innovasjonsarbeid. Gjennom å kaste lys over bedriftens eksterne omgivelser kan man også få et større innblikk i behov og mangler bedriften opplever i det entreprenørielle økosystemet. Etter å ha utarbeidet et utkast av intervjuguiden, ble det sammen med veileder gjort noen justeringer på setningsoppbygging og formulering av visse spørsmål.

Før intervjuene ble gjennomført informerte jeg informantene om studiens formål, tema og retningslinjer som inkluderte å delta. Dette ved å distribuere et informasjonsskriv før intervjuet, for å sikre at informantene bekreftet og forsto hva det inkluderte å delta. Dette dokumentet ble signert før intervjuet. Intervjuene ble gjennomført via kommunikasjons- og samarbeidsplattformen, Teams. Intervju via digitale plattformer kan ha redusert kvaliteten på omfanget. Imidlertid påpekte informantene at dette var den mest hensiktsmessige måten for å delta, fordi det er fleksibelt og effektivt. Fra start av og gjennom intervjuet var jeg opptatt av å skape en god atmosfære for informantene. Til tross for at kvaliteten på samtalen kan bli begrenset, er det innlysende at personene verdsetter å kunne møtes over digitale plattformer. Dette kan vise seg å være mer naturlig og ønskelig for flere personer etter korona pandemien vi har vært gjennom, som understrekes i følgende uttalelse: “digitale møter og konferanser har blitt den nye normalen i løpet av koronaåret 2020” (Nesvik & Kalstad, 2021).

Etter datainnsamlingen startet jeg å transkribere samtlige intervjuer. Videre valgte jeg å kategorisere relevante sitater i ulike hovedtemaer som kunnskap og ferdigheter, vekstambisjoner, type innovasjon, markedsfokus, samarbeidspartnere, samarbeid med

universiteter og FoU, finansiering og andre barrierer. Denne oversikten ga en viktig fordel for arbeidet rettet mot analyse og drøfting. Sentrale sitater av informantene trekkes inn i kapittel 4.0. I tråd med godkjenning og retningslinjer fra NSD om at kravet om anonymitet opprettholdes, ivaretas informantenes anonymitet i denne undersøkelsen. Dermed presenteres bedriftene i analyse og drøftingskapittelet i form av ulike bokstaver.

3.5 Metode kvalitet

Metodiske valg har stor betydning for undersøkelsens kvalitet, og er avgjørende for hvorvidt man kan stole på resultatene (Johannessen et al., 2016). I dette kapittelet skal jeg belyse hvorvidt jeg valgt metodiske tilnærminger for å opprettholde oppgavens reliabilitet og validitet mest mulig måte.

3.5.1 Reliabilitet

Reliabilitet inkluderer om datainnsamlingen er pålitelig og nøyaktig (Østbye et al., 2013). Det omhandler at målinger må utarbeides korrekt, og at mulige feilmarginer påpekes (Dalland, 2017). Først og fremst er det avgjørende å stole på at respondentene har svart ærlig både i spørreundersøkelsen og i intervjuene. På bakgrunn av at spørreskjema inkluderer en rekke enkle spørsmål med forhånds utfylte svar kan det tydes at respondentene har svart «ærlig» på undersøkelsen. I tillegg til at spørsmålene i spørreskjemaet er utformet av anerkjente forskere med høy faglig kompetanse rettet mot metodiske avgjørelser, datainnsamling og analyse av data, kan indikere høy reliabilitet. Imidlertid er det viktig å påpeke at ettersom jeg har delt opp de som har svart i undergrupper (med vekstambisjoner og uten vekstambisjoner), blir påliteligheten mye lavere, og dette kan selvsagt være en utfordring som kan svekke reliabiliteten. Med utgangspunkt i intervjuene tydes datamaterialet å være pålitelig, fordi informantene svarer utfyllende og tydelig på spørsmålene. Likevel er det nødvendig å ta i betraktning at både respondentene av spørreskjemaet og informantene jeg har intervjuet kan ha unnlatt relevant informasjon. Dette for å beskytte bedriftens omdømme, eller at de ikke ønsker å dele interne forhold på grunn av frykt for svekket konkurransefortrinn.

3.5.2 Validitet

Validitet står for gyldighet og relevans, og inkluderer hvorvidt det som måles er gyldig og relevant for fenomenet som undersøkes (Dalland, 2017). Som presentert i kapittel 3.2.1, fremstilles det at spørreundersøkelsen til Oxford har en svært lav svarprosent. Dette kan

påvirke studiens validitet. Imidlertid har jeg fått muligheten til å trekke ut svarene fra spørreundersøkelsen som kaster lys over oppgavens forskerspørsmål, som kan bidra til økt relevans og gyldighet for studien. For å styrke validiteten i de individuelle intervjuene valgte jeg å benytte intervjuguide. Dette bidro til at fokuset stadig var rettet mot temaene og hovedpunktene som kaster lys over oppgavens forskerspørsmål.

3.6 Etiske vurderinger

Noen av de mest sentrale forskningsetiske spørsmålene inkluderer å informere om samtykke, konfidensialitet og undersøkelsens mulige konsekvenser for den som deltar (Busch, 2013). Som presisert tidligere i metodekapittelet, ivaretas kravet om anonymitet i tråd med godkjenning og retningslinjer fra NSD. På bakgrunn av at store deler av oppgaven min baserer seg på empiri jeg har trukket ut fra Oxford Research sin undersøkelse, ønsket jeg først og fremst å intervju bedrifter som ble karakterisert som høyvekstbedrift. Likevel ble ikke dette et alternativ, nemlig for å ivareta konfidensialitet for bedriftene som hadde deltatt i Oxford Research sin analyse vinteren 2021. Grunnet etiske vurderinger ble utvalget derimot basert på potensielle høyvekstbedrifter, som jeg kunne trekke inn tilstrekkelig informasjon om.

4.0 Resultat og analyse

I dette kapitlet presenteres resultat og analyse basert på innhentede datamaterialet og presentert teori i kapittel 2.0. Kapitlet er delt inn i to deler, der den første delen presenterer og diskuterer analysen av Oxford Research sin undersøkelse ved hjelp av teori. Den andre delen presenterer og analyserer den kvalitative datainnsamlingen med utgangspunkt i beskrevet teori. I kapitlet 5.0. fremstilles en avsluttende drøfting av forskerspørsmålene basert på mine empiriske funn fra intervjuene og spørreundersøkelsen.

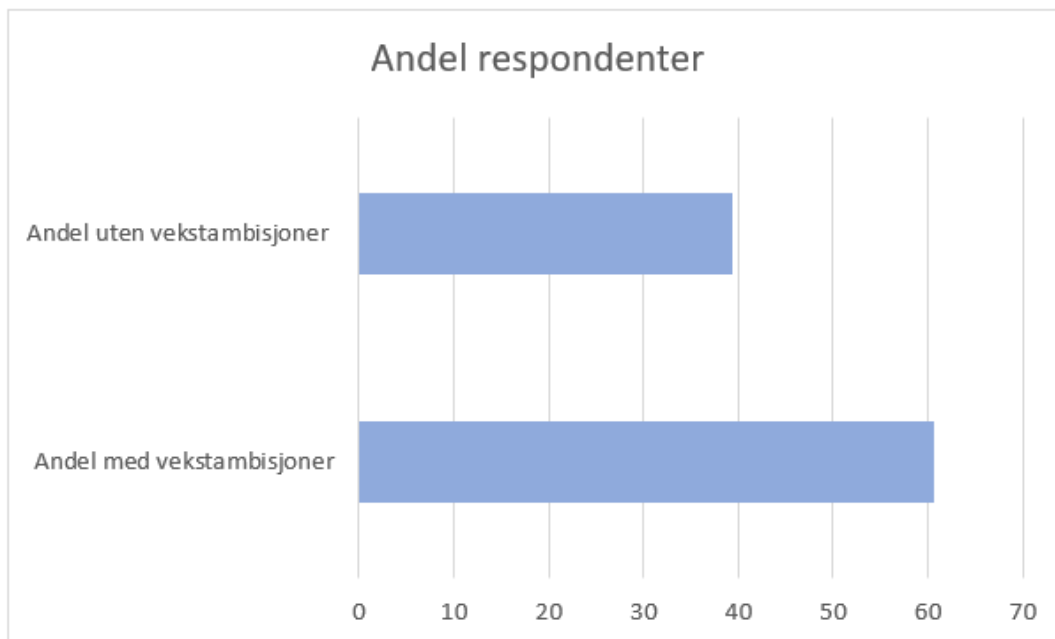
4.1 Resultat og analyse av kvantitativ data

I denne delen av oppgaven skal jeg presentere empirisk funn fra analysen jeg har utarbeidet av spørreundersøkelsen. Dette kapitlet sammenligner forholdet mellom bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner. Som beskrevet i metodekapitlet består datasettet av 514 bedrifter, hvorav 312 har vekstambisjoner og 202 har ingen vekstambisjoner. Som tidligere presisert måles vekst i dette tilfellet gjennom økt sysselsetting. Hensikten er å diskutere sentrale empiriske resultater som belyser interne- og eksterne forhold og barrierer for økt vekst. Dette for å undersøke betydningen vekstambisjoner har for bedrifters vekst og innovasjonsgrad.

4.1.1 Interne forhold

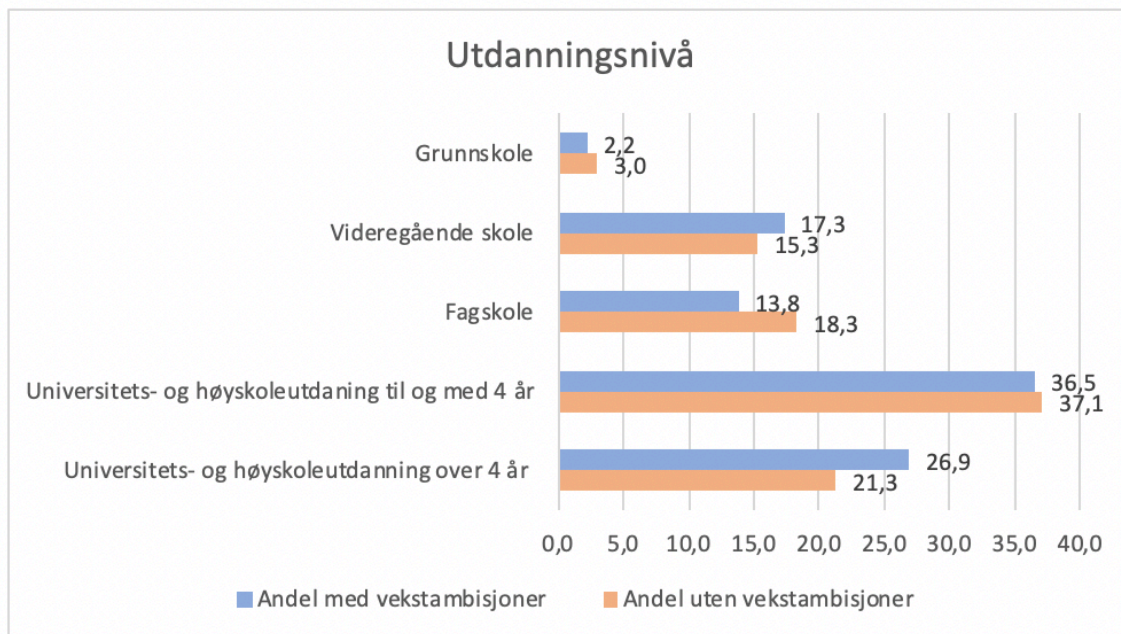
I teorikapitlet beskrives interne forhold som ambisjon for vekst, bedriftens holdning til entreprenørskap og innovasjonshøyde som avgjørende faktorer for økt vekst. I denne delen av oppgaven fremstilles forskjellen på bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner, ved å se nærmere på utdanningsnivå, risikovillighet, proaktivitet og bedrifters innovasjonsfokus som illustreres i figurene nedenfor.

Figur 4.1 Andel bedrifter med vekstambisjoner og uten vekstambisjoner



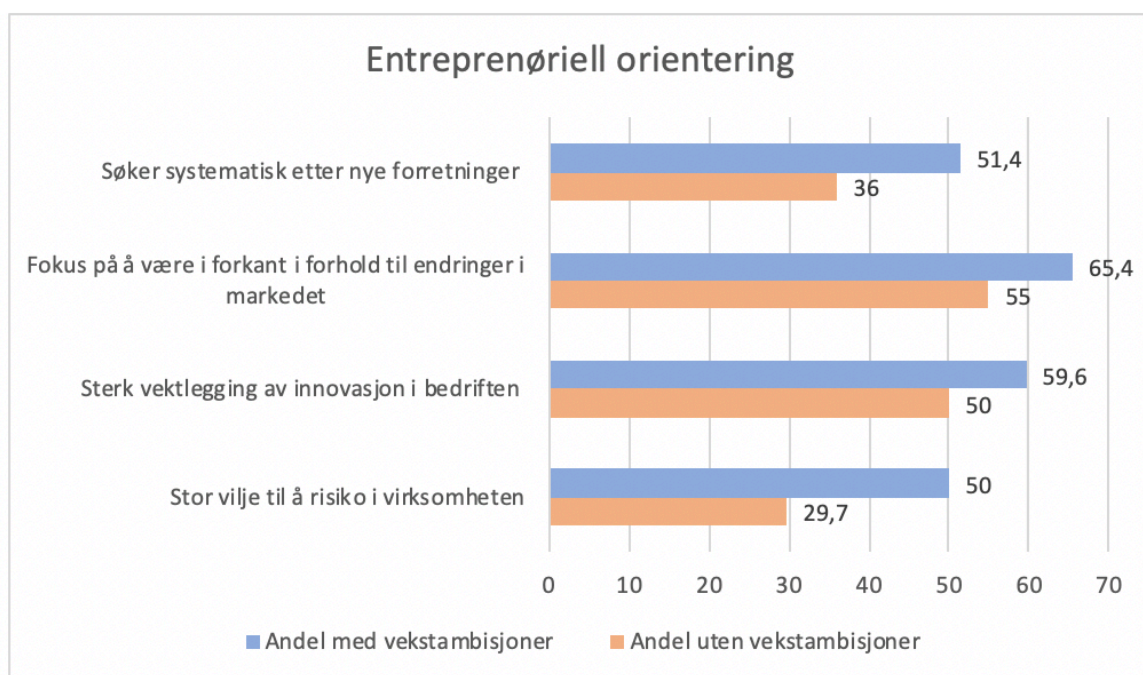
I figuren ovenfor illustreres andelen bedrifter med vekstambisjoner med 61 prosent, mens andelen bedrifter uten vekstambisjoner er 39 prosent. I teorikapittelet beskrives bedriftsvekst som en indikator på økonomisk utvikling, hvorav veksten kan måles gjennom blant annet sysselsetting og omsetning. Som presisert i metodekapittelet måles vekst i dette tilfelle i form av sysselsetting. Dette fordi jeg ønsker å se på kjennetegn ved bedrifter som har et ønske om å investere i menneskelig kapital. Dette kan ses i tråd med presentert teori om at høyvekstbedrifter bidrar til å skape flere arbeidsplasser og har et sterkt behov for menneskelig kapital. Videre illustreres forskjellen mellom bedrifter med vekstambisjoner og uten vekstambisjoner ved organisering og fokus på vekst og utvikling.

Figur 4.2 Utdanningsnivå for respondenter med vekstambisjoner og respondenter uten vekstambisjoner



I figuren ovenfor vises det overvekt av universitets- og høyskoleutdannet i både bedriftene med vekstambisjoner og bedriftene uten vekstambisjoner. I tråd med teori kan det tydes å være STI-preget bedrifter, fordi slike bedrifter ofte har behov for analytisk kunnskap som ofte tilegnes ved høyere utdanning. Figuren ovenfor viser ikke betydelige forskjeller på bedrifter med vekstambisjoner og uten vekstambisjoner i utdanningsnivå. Likevel predikerer funnene en forskjell på universitets- og høyskoleutdanning over 4 år, med et avvik på 5,6 prosentpoeng. Hvorav flere av respondentene med vekstambisjoner har «universitets- og høyskoleutdanning 4 år» sammenlignet med bedrifter uten vekstambisjoner. Derimot har flere av respondentene uten vekstambisjoner fagskole utdannelse. Det kan tydes at respondentene med vekstambisjoner i større grad har masterutdannelse og muligens doktorgrad, der behovet rettes mot vitenskapsbasert læring. Dette kan ses i tråd med teorien om at lederens utdanningsnivå har sterk betydning for bedriftens vekst (Grünfeld et al., 2019). Bedrifter som har fagskole utdannelse kan derimot tydes å ha større behov for erfaringsbasert kunnskap, som kan indikere en større andel håndverksbedrifter. Dette kan ses i sammenheng med teori om at høy erfaringsbasert kompetanse er avgjørende for bedriftens vekst (Grünfeld et al., 2019).

Figur 4.3 Entreprenørskap på bedriftsnivå for bedrifter med og uten vekstambisjoner

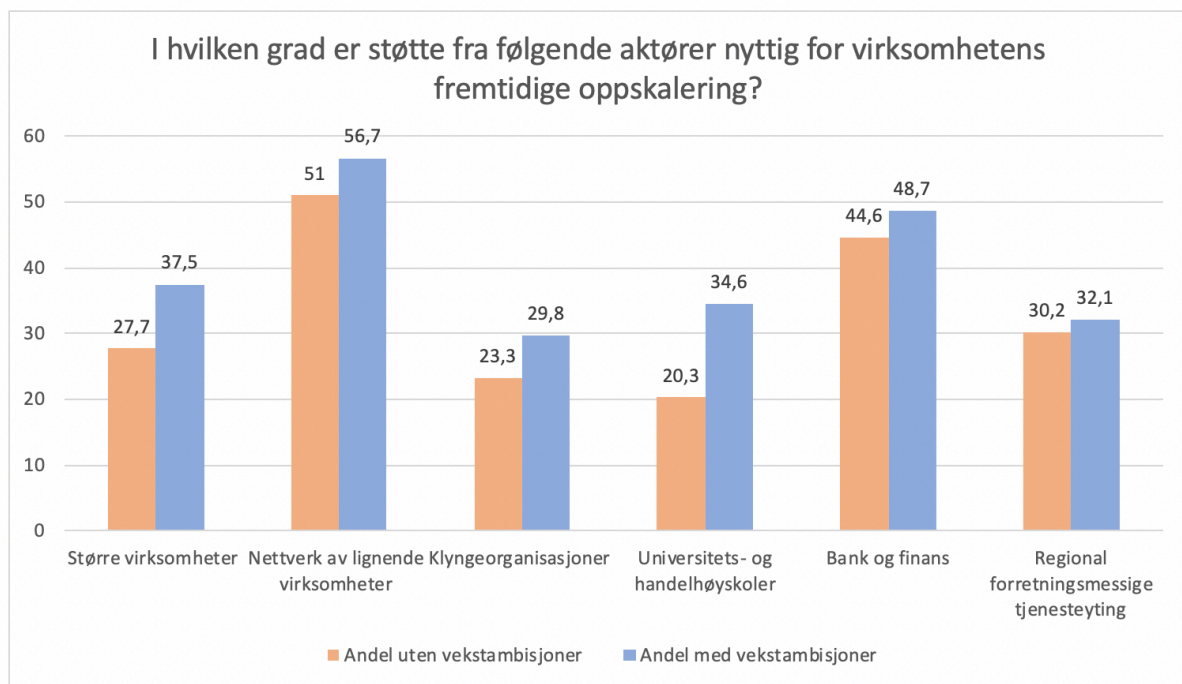


Analysen min av Oxford sin undersøkelse indikerer at bedrifter med vekstambisjoner er mer innovative, proaktiv og risikovillige enn bedrifter uten vekstambisjoner. Dette kan ses i tråd med presentert teori om at bedriftens holdning til entreprenørskap kan være avgjørende for bedriftens ambisjonsnivå og forventet fremtidig vekst (Zahra et al., 1999). Funnene i analysen viser også å samsvare med presentert teori om at bedrifter med vekstambisjoner er mer villig til å ta risiko og utfordre det eksiterende (Rypestøl, 2014). Imidlertid illustrerer figuren ovenfor at en høy andel bedrifter uten vekstambisjoner også vektlegger innovasjon. Dette kan sies å motstride presentert teori, som påpeker at bedrifter med vekstambisjoner i større grad engasjerer seg i og støtter nye ideer og oppfinnelser som avviker fra eksiterende produkter og tjenester. I mine funn fra Oxford Research analysen vises det ikke betydelig forskjell mellom bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner når det gjelder innovasjonsfokus. Dette kan imidlertid støtte teorien om at bedrifter som ikke innoverer gradvis vil forsvinne (Reve, 2014). Dette kan indikere at dagens sterke teknologiske utvikling gjør at det er avgjørende at bedrifter evner å innovere for å vokse og skalere som man ønsker. Dette gjenspeiler behovet for at bedrifter stadig utvikler seg og tilpasser markedet (Hislop, 2009)

4.1.2 Eksterne forhold

I teorikapittelet belyses viktigheten av interaksjoner og relasjoner mellom aktører og ulike faktorer som forsterker og støtter opp i det entreprenørielle økosystemet (Spigel, 2020). Entreprenøren spiller en viktig rolle i et entreprenørielt økosystem, men kan ikke skape høyvekst og innovative løsninger alene (Spigel, 2020). Min analyse av Oxford Research sin undersøkelse viser et utvalg ulike aktører som er nyttige for bedriftens fremtidige oppskalering. Videre har jeg også hentet ut tall som viser hvordan bedriftene opplever samarbeidet blant offentlige aktører med næringsrettede virkemidler.

Figur 4.4 Relevant støtte for virksomheters fremtidig oppskalering for bedrifter med og uten vekstambisjoner

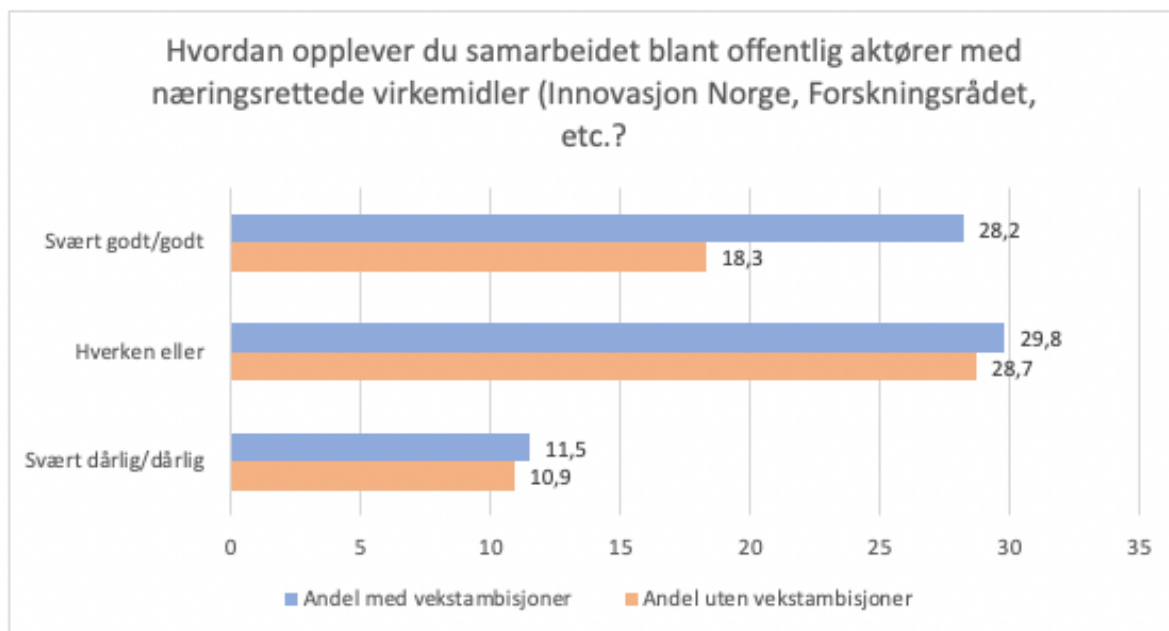


Figuren ovenfor viser at en større andel bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner vektlegger støtte fra nettverk med lignende virksomheter og støtte fra bank og finans som mest viktigst for fremtidig oppskalering. Behov for støtte fra bank og finans kan ses i lys av presentert teori om at det er vanskelig å få tilgang på kapital i Norge, fordi Norge er en koordinert markedsøkonomi (Knudsen, 2016). Behovet for nettverk av lignende virksomheter belyser derimot viktigheten av nære relasjoner og interaksjoner. Funnene kan samsvare med teori om at nettverk er en viktig faktor for vekst og oppskalering (Kor et al., 2007). Når det gjelder behovet for støtte fra klyngeorganisasjoner viser det imidlertid en forskjell på 6,5 prosentpoeng i forholdet mellom bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter

uten vekstambisjoner. Følgende kan indikere at bedrifter med vekstambisjoner har større behov og ønske om å samarbeide med andre organisasjoner. Imidlertid er det ikke en betydelig forskjell, dermed er det vanskelig å trekke slutninger.

I min analyse av spørreundersøkelse fremkommer det en betydelig forskjell på behovet for støtte fra universiteter- og handelshøyskoler i forholdet mellom bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner. Dette kan indikere at flere av bedriftene med vekstambisjoner har behov for analytisk kunnskap og har et sterkere behov for samarbeid med universiteter- og handelshøyskoler enn bedrifter uten vekstambisjoner. I figuren viser også flere bedrifter med vekstambisjoner å vektlegge støtte fra større virksomheter som mer betydelig enn bedrifter uten vekstambisjoner. Med utgangspunkt i figuren kan det tolkes at bedrifter med vekstambisjoner i høyere grad har behov og ønske for støtte fra andre aktører i det entreprenørielle økosystemet, enn bedrifter uten vekstambisjoner. Det er viktig å påpeke at bedrifter som har sterkt samarbeid med andre aktører og kunder baserer seg på en mer DUI-preget innovasjonsmåte. Dette ved at bedriftene har fokus på erfaringsbasert kunnskap og i stor grad vektlegger interaktiv læring (Jensen et al., 2007). Derimot kan det tydes at bedrifter som har sterkt samarbeid med universitetet kan være en mer STI-basert bedrift (Jensen et al., 2007). Basert på funn fra undersøkelsen til Oxford er det vanskelig å trekke konkrete tråder mellom bedrifter med vekstambisjoner og uten vekstambisjoner. Imidlertid kan det tolkes at bedrifter med vekstambisjoner er mer DUI-preget enn bedrifter uten vekstambisjoner, fordi de har høyere fokus på samarbeid, og at de er mer STI-preget fordi de har samarbeid med universitetet. Dette kan trekkes tråder til en mer DUI-basert innovasjonsmåte. På hvilken måte bedrifter får støtte fra andre virksomheter drøftes nærmere i kapittel 4.2., basert på funn fra den kvalitative forskningen.

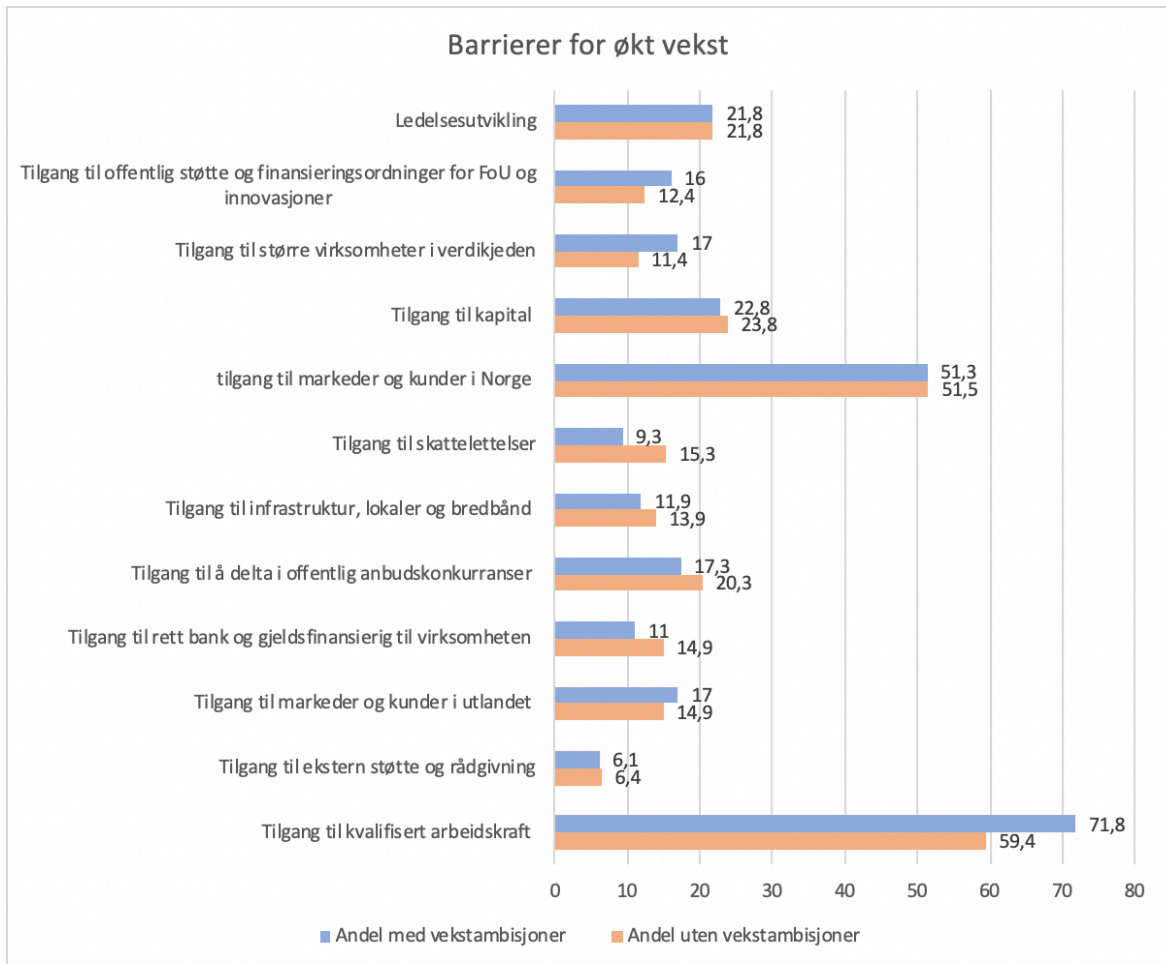
Figur 4.4 Hvilken grad bedrifter med eller uten vekstambisjoner er fornøyd eller ikke med samarbeidet blant offentlig aktører med næringsrettede virkemidler



I figuren ovenfor vises det at bedrifter med vekstambisjoner er mer tilfreds med samarbeidet med offentlige aktører enn bedrifter uten vekstambisjoner. Hvorav det viser en forskjell på 9,9 prosentpoeng. Som presisert i teorikapittelet kan næringsrettede virkemidler inkludere finansiering, rådgivning og nettverksbygging, hvorav Innovasjon Norge påpekes som en sentral aktør, særlig knyttet til finansielle ordninger (Innovasjon Norge, u.å.). For å få innvilget finansiering av Innovasjon Norge må bedriftene ha en viss innovasjonsgrad og ha ambisjoner om økonomiske verdier (Innovasjon Norge, 2021). Bedrifter som er mer tilfreds med offentlige aktører næringsrettede virkemidler kan tenkes å være innovative og ha ønske om økonomisk verdiskaping, som resulterer at de enklere får tilgang til støtte. Mine funn fra Oxford Research sin undersøkelse viser videre at flere av respondentene har svart at de anser samarbeidet blant offentlig aktører med næringsrettede virkemidler som “hverken eller”. Følgende kan tyde på at bedriftene hverken har kjennskap eller har benyttet seg av disse virkemidlene. Samtidig kan det tenkes at det er en mer DUI-basert bedrift, hvorav fokuset er på å styrke relasjoner ved samhandling internt i bedriften (Jensen et al., 2007), og styrking av inkrementell innovasjon, fremfor innovasjon gjennom radikal utvikling (Meld. St. 30, 2019-2020).

4.1.3 Barrierer for vekst

Figur 4.5 Barrierer for økt vekst for bedrifter med vekstambisjoner og de uten vekstambisjoner



I denne figuren illustreres bedriftens barrierer for økt vekst. I dette tilfellet har Oxford Research beskrevet 12 ulike barrierer for vekst, og spurt respondentene om de kan velge ut topp tre barrierer. I figur 4.5 vises prosentfordelingen å være uklar. Forklaringen på dette er at jeg har hentet ut tall som belyser topp tre barrierene for vekst. Med andre ord fremstilles barrierene som respondentene har svart som den største barrieren, den nest største og den tredje største. Figuren viser “tilgang til markeder og kunder i Norge” og “tilgang til kvalifisert arbeidskraft” som de største barrierene for vekst. I analysen fremkommer også «ledelsesutvikling» og «tilgang til kapital» som betydelige barrierer for økt vekst. Ledelsesutvikling som en barriere for økt vekst kan ses i tråd med presentert teori om viktigheten av lederens egenskaper, kunnskap og erfaringer for å skape høy vekst (Chell & Haworth, 1992; Ang, 1991). Denne analysen forsterker tidligere empiriske studier utarbeidet

av Grünfeld et al. (2019), som påpeker kapital som en sterk barriere for bedrifters innovasjonsaktivitet og vekst.

I figuren vises flere av barrierene å vektlegges nærmest likt for bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner. Foruten, tilgang til kvalifisert arbeidskraft, der vises det en forskjell på 12,4 prosentpoeng i forholdet mellom bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner. Bedrifter som anser tilgang til kvalifisert arbeidskraft kan tydes å være bedrifter som vokser og hvorav behovet for menneskelig kapital er økende. Det kan også indikere at bedrifter har behov for flere typer kunnskap og ferdigheter, som kan øke behovet for å rekruttere dyktige arbeidere. I figuren ovenfor illustreres det videre at flere bedrifter uten vekstambisjoner oppfatter «tilgang til større virksomheter i verdikjeden» som en barriere, enn bedrifter med vekstambisjoner. Det vises en forskjell på 5,6 prosentpoeng. Tilgang til skattelettelser illustrerer også som en større barriere for flere bedrifter med vekstambisjoner enn bedrifter uten vekstambisjoner, med en forskjell på 6 prosentpoeng. Barrierer for vekst belyses dypere i neste analyse del, hvorav kvalitative data analyserer.

4.2 Resultat og analyse av kvalitativ data

I denne delen av oppgaven skal jeg presentere en kvalitativ beskrivelse, som analyseres med utgangspunkt i presentert teori. Funnene er systematisert i seks ulike bedriftsbeskrivelser, som belyser bedriftenes organisering av innovasjonsaktivitet, samt faktorer som fremmer og hemmer vekst og innovasjonsaktivitet. Bedriftsinformasjon som inkluderer bedriftens etableringsår og antall ansatte er basert på publisert informasjon på proff forvalt (Proff, u.å.). Formålet med denne delen av oppgaven er å få et bedre innblikk og dykke dypere i bedrifters historie som vekstbedrift. Bedriftene som presenteres nedenfor har som beskrevet i metodekapittel 3.4.1. fått innvilget finansiering av Innovasjon Norge. Bedriftene har en viss innovasjonshøyde og har søkt om finansiering fordi de har ambisjoner om vekst og utvikling. Disse bedriftene har potensialet for sterk vekst, og er relevante bedrifter som kaster lys over oppgavens forskerspørsmål.

4.2.1 Eksempel bedrift A

4.2.1.1 Kjennetegn ved bedriften

Bedrift A er en industribedrift med 14 ansatte, etablert i 2008. Selskapet produserer skreddersydde løsninger til marine-, offshore-, fornybar-, og fiskeindustrien. Bedrift A har marked i hele Norge.

4.2.1.2 Interne og eksterne forhold

Bedrift A organiserer innovasjonsprosjekter ved å først danne et tverrfaglig team for å utnytte hele selskapets kunnskap og kompetanse. Denne kunnskapen og kompetansen bedriften innehar er basert på både erfaringsbasert kompetanse så vel som analytisk kunnskap, hvor flere av de ansatte har en masterutdanning. Imidlertid påpeker informanten som representerer Bedrift A erfaring vel så viktig som høyere utdanning, derav kombinasjonen av disse bidrar til økt vekst. Virksomhetens innovasjonsaktivitet skjer ved radikal innovasjon, ved at selskapet har produsert noe nytt og innovativt. Samtidig har de innovert ved inkrementell innovasjon, ved at de tar i bruk eksisterende produkter og stadig forbedrer og justerer eksisterende. Sitat under belyser følgende:

«Jeg har jo veldig sans for at man kan overføre kunnskap til andre markeder. Den er verdifull, og har du kompetanse i bedriften, har du også mulighet til å kunne gjøre en omstilling, om du bare starter tidlig nok – ser langt nok frem» (Bedrift A).

Bedrift A tyder å være en DUI-basert bedrift grunnet sterkt fokus på samhandling mellom ulike aktører og kunder, og fordi informanten uttaler at innovasjon ofte skjer gjennom dialog med kunder og andre interessenter. Bedrift A påpeker at de ikke har behov for samarbeid med forskningsinstitutter fordi de ikke driver med grunnforskning. I innovasjonsprosjektene har Bedrift A et nært samarbeid med store virksomheter og leverandører. Virksomheten har sterkt behov for å knytte til seg store virksomheter, fordi slike bedrifter har et stort markedsapparat og tilgang til relevante kunder som Bedrift A kan dra nytte av. Bedrift A påpeker at samarbeid med større virksomheter stimulerer til økt kunnskap og læring internt i bedriften. Bedrift A forteller at for å lykkes med ønsket vekst er det nødvendig å supplere med ekstern kunnskap. Type ressurser og kunnskap bedriften har behov for påpekes som avgjørende for type prosjekt og innovasjonsarbeid. Imidlertid har bedriften ofte behov for ekstern kompetanse rettet mot det operasjonelle i bedriften. I tillegg verdsettes eksterne aktører med spesifikk kompetanse til

spesielle løsninger, hvorav informanten eksemplifiserer med behovet for hjelp til søknadsskriving for ulike prosjekter som skal lanseres.

4.2.1.3 Faktorer som fremmer og hemmer vekst og innovasjonsaktivitet

Bedrift A påpeker at faktorene dyktige arbeidere, investorer, samarbeid og nettverk er avgjørende for virksomhetens vekst og innovasjonsaktivitet. I tråd med teorien poengterer Bedrift A at dersom disse faktorene ikke er tilstede virker det hemmende for veksten. En faktor som Bedrift A presiserer som en barriere for vekst er at offentlige støtteordninger for vekst ofte har veldig rigide rammer. Informanten forteller at for rigide rammer begrenser bærekraftig utvikling. Til tross for følgende belyser informanten at vi er heldige i Norge som har gode støtteordninger som for eksempel Innovasjon Norge og Skattefunn. Videre poengterer informanten i Bedrift A at nærhet til infrastruktur er en avgjørende faktor, imidlertid har de ikke nærhet til marked og kunder som fremstilles som en begrensning for virksomheten. En annen begrensning som belyses er ytre forhold som man ikke politisk kan styre eller kontrollere. Informanten forteller følgende.

«Vi har jo vært gjennom korona som har skapt betydelige utfordringer, i starten dreide det seg om å flytte mennesker, i tillegg har vi også opplevd at resultatene av alle disse flaskehalsene som har oppstått ved internasjonal logistikk, og konsekvensen det har hatt på prisene. I tillegg har vi Ukraina krigen». (Bedrift A)

4.2.2. Eksempel bedrift B

4.2.2.1 Kjennetegn ved bedriften

Bedrift B er en teknisk konsulent bedrift med 15 ansatte, etablert i 2016. Selskapet leverer skreddersydde tjenester til bedriftskunder, gjennom å kombinere Software og hardware. Selskapet leverer tjenester både regionalt, nasjonalt og internasjonalt. Målet er å vokse tre ganger så mye i 2021-2022. Informanten fra bedrift B forteller følgende: *“vi ser ikke noe grunn til at vi ikke skal klare Tesla greiene”*.

4.2.2.2 Interne og eksterne forhold

Bedrift B har lansert nye tjenester og produkter ved å anvende ressurser på bedre måter, samt gjennom å øke bruken på ressurser. Virksomhetens innovasjonsaktivitet har oppstått gjennom både radikal-, og inkrementell innovasjon. Bedrift B viser til å ha sterk intern kunnskap og

kompetanse, med en kombinasjon av reell og formell kompetanse. Imidlertid verdsetter bedrift B ansattes erfaringsbaserte kunnskap, som gjenspeiler den DUI-baserte innovasjonsmåten, presentert i kapittel 2.2.2. Bedrift B er en DUI-preget bedrift også ved at innovasjon fremstår gjennom samspill mellom utviklere, større virksomheter, kunder og brukere som stimulerer til variert og sammensatt kunnskap i innovasjonsprosjekter. Bedrift B beskriver behovet for flere typer kunnskap for å kommersialisere ideer og oppfinnelser, som samsvarer med teori i kapittel 2.2.2. Sitatet nedenfor belyser følgende.

«På vårt kjernesystem ønsker vi å ha kompetansen internt. Vi har våre egne tekniske ressurser både på utvikling og drift, 60-70 prosent av produktutviklingen gjør vi med egne interne ressurser, og det resterende komplementerer vi med faste konsulenter. Som ikke trenger opplæring, som kjenner løsningene våre og som går rett inn og jobber på konkrete utviklingsoppdrag» (Bedrift B).

For å supplere med nødvendig kompetanse i utviklingsprosjekter har Bedrift B faste konsulenter, for å sikre innhenting av riktig kompetanse til prosjektets formål. Dette kan indikere at de ønsket å være mest mulig effektive i sine innovasjonsprosjekter. Bedrift B vektlegger samarbeid med store bedrifter, leverandører og andre aktører som bidrar til økt verdi på tjenesten Bedrift B produserer. Bedrift B forteller at det er viktig å ha samarbeidspartnere der man kan bygge på hverandres kompetanse og hjelpe hverandre med vekst. Som del av et økosystem er det viktig å komplementere hverandres produkter og tjenester. Bedrift B har tett relasjon med samarbeidspartnere som videre har bidratt til ny innovasjon og videreutvikling av eksisterende.

4.2.2.3 Faktorer som fremmer og hemmer vekst og innovasjonsaktivitet

Bedrift B har vært avhengig av egenkapital og finansiering siden oppstart i 2016. Informanten i Bedrift B belyser Innovasjon Norge som gode medspillere, som har bidratt med både startup- ordning og delvis støtte underveis til innovasjonsprosjekter. Bedrift B poengterer likevel finansiering som en sterk barriere for vekst og innovasjonsaktivitet. Selskapet har vært avhengig av å innhente ekstern kapital, med nærmest fem runder med innhenting av kapital. Bedrift B påpeker at fordelen ved å være lokalisert i Agder er tilgang og nærhet til universitetet i Agder, som er en viktig ressurs for å tilknytte seg relevante ressurser og kunnskap. En annen fordel for Bedrift B er at det ikke er kjempe sterk konkurranse om

dyktige arbeidere, i motsetning til urbane byer som for eksempel Oslo. Bedrift B presiserer ønsket om mer lånefinansiering, fordi dette er en sterk faktor som er avgjørende for deres utvikling.

4.2.3 Eksempel bedrift C

4.2.3.1 Kjennetegn ved bedriften

Bedrift C er et selskap innenfor varehandel, reparasjon og motorvogner med 19 ansatte, etablert i 2012. Selskapet er verdensledende, og produserer og leverer løsninger både regionalt, nasjonalt og globalt. Målet til Bedrift C er å ekspandere i Norge og internasjonalt.

4.2.3.2 Interne og eksterne forhold

Bedrifter som kombinerer ulike innovasjonsmåter og ulike typer kunnskap har en tendens til å prestere bedre (Jensen et al., 2007). Bedrift C kombinerer STI- og DUI-basert innovasjonsmåte som bidrar til å styrke bedriftens innovasjonskapasitet og konkurranseevne. Bedrift C er STI-preget ved at bedriften har egen FoU-avdeling internt i virksomheten, og har hatt mye samarbeid med universiteter og forskningsinstitusjoner. Imidlertid har selskapet også preg av DUI-basert innovasjonsmåte, i den forstand at de har sterk interaksjon mellom samarbeidspartnere og kunder. Som typisk STI-basert innovasjonsmåte har Bedrift C lansert en radikal innovasjon, som er nytt og innovativt. Imidlertid benytter de også inkrementell innovasjon ved at de kontinuerlig forbedrer og justerer eksisterende produkter, som gjenspeiler DUI-basert måte. Internt i virksomheten har selskapet kombinert kompetanse, derav noen av høyere utdanning, mens andre har mer praktisk erfaring.

Bedrift C innhenter eksternt kompetanse gjennom samarbeidspartnere eller ved bruk av sosiale plattformer, som linkedin, facebook m.m. Selskapet har hatt mye samarbeid med universitetet og FoU, og opp gjennom årene opparbeidet seg gode samarbeidspartnere.

Selskapet har sterk kompetanse internt i virksomheten, imidlertid har de hatt behov for eksterne konsulenter ved søknadsskriving til offentlige støtteordninger som utlyses. Følgende sitat belyser dette: «*Vi gikk i fellen til å begynne med og skrev søknader selv, og følte det gikk veldig bra, til vi fikk avslag. Akkurat samme søknad ga vi til en som er dyktig i å skrive søknader, og vedkommende skrev akkurat det samme bare med andre ord og vendinger så gikk den gjennom, det er spesielt det der, men det er noe vi må være klar over.*».

4.2.3.3 Faktorer som fremmer og hemmer vekst og innovasjonsaktivitet

Bedrift C poengterer finansiering som en hoved barriere for vekst og innovasjonsaktivitet.

Selskapet har fått godt innpass hos Innovasjon Norge. I tillegg har de fått finansiell støtte fra forskningsrådet og Arise, og Innoventus Sør har bidratt med støtte i form av rådgivning.

Bedrift C påpeker at en barriere for innovasjonsaktivitet og vekst har vært at offentlige støtteordninger er vanskelig å søke på, fordi de ofte er veldig “tunge og smale”. Samhandling og funksjonskrav fremstilles også som hindringer for bedriftsvekst, hvorav mangel på krav i forhold til bruk og kjøp av miljøvennlige produkter fremmes som utfordrende. En annen begrensning for bedriftens vekst er at enkeltindivider, ulike aktører og offentlig myndighet er kritiske og skeptiske til nye produkter og tjenester. Bedrift belyser lokalisering i Agder som en fordel ved at de har nærhet til hovedvei og havn, i tillegg fremmes lokalisering i Norge å være positivt med tanke på stabile leveranser med strøm.

4.2.4 Eksempel bedrift D

4.2.4.1 Kjennetegn ved bedriften

Bedrift D er en bedrift i bransjen. Selskapet ble etablert i 2016 og inkluderer 15 ansatte.

Selskapet produserer til kunder i Norge, med ambisjoner om å ekspandere utover, både nasjonalt og internasjonalt.

4.2.4.2 Interne og eksterne forhold

Bedrift D påpeker at ideer og oppfinnelser oftest fremstår gjennom interaksjon med kunder og andre virksomheter. Selskapet indikerer å organisere innovasjonsprosjekter som en CCI-basert bedrift, ved at selskapet både innoverer ved bruk av radikal innovasjon, som gjenspeiler den STI-baserte innovasjonsmåten. Samtidig har bedriften lansert ny innovasjon basert på markedsbehov. Selskapet har også sterkt fokus på erfaringsbasert kunnskap, der innovasjon oppstår internt i bedriften, som kaster lys over den DUI-basert innovasjonsmåten. Bedriften innehar tverrfaglig kompetanse, hvorav flere av de ansatte har høyere utdanning, og bred erfaring fra tidligere arbeid. Bedrift D forteller at innovasjonsaktiviteter starter med å definere et produkt, utarbeide markedsanalyser, for å søke om markedet er villig til å betale for løsningen. Bedriften forsøker først og fremst å benytte bedriftens interne kompetanse, for å videre supplere med eksterne kompetanse om behov.

Bedrift D har et sterkt samarbeid og dialog med kunder og samarbeidspartnere i Norge, og har sterke ambisjoner om å ekspandere utover i alle de europeiske landene. Bedriften samarbeider ikke med forskningsinstitutter fordi de har egne ressurser “in house”. Imidlertid er de i gang med et prosjekt i samarbeid med universitetet i Agder, som inkluderer at studenter kan skrive prosjektoppgaver og få praksisplass for Bedrift D. Informanten som representerer bedrift D viser også til universitetet som en viktig ressurs for å rekruttere nyutdannede og tilgang til “kloke hoder”. Videre belyser offentlige aktører med næringsrettede virkemidler som avgjørende eksterne aktører. Hvorav informanten poengterer at både Innovasjon Norge, Nova og Horisont 2020 (EU midler) har bidratt til finansiering.

4.2.4.3 Faktorer som fremmer og hemmer vekst og innovasjonsaktivitet

Bedrift D belyser Innovasjon Norge og andre finansieringsordninger i Norge som fantastiske, følgende støtte forteller informanten har bidratt til muligheten for innovasjonsaktivitet og vekst. Informanten som representerer Bedrift D hevder at det bør settes strenge nok grenser for hvem som kan få finansiering. Dette kan ses i tråd med Isenberg (2010) som uttaler at finansiering bør holdes igjen til bedriftene som er mest lovende i det entreprenørielle økosystemet. Bedrift D trekker frem viktigheten av å samarbeide med bedrifter som komplementerer hverandre, hvorav tverrfaglige team som blander intern og ekstern kunnskap er avgjørende for vekst. Informanten i Bedrift D påpeker en hemmer for deres vekst og innovasjonsaktivitet, som baserer seg på manglende ønske for samarbeid fra andre lokale aktører. Følgende sitat belyser dette:

«Etter vi hadde utviklet tjenesten hørte vi om en organisasjon som ligger i Kristiansand ville være med som pilotkunde, men så drar de heller og kjøper fra noen i England istedenfor» (Bedrift D).

Bedrift D viser fremst av alt å være veldig fornøyd med tilstedeværelsen av faktorer og relevante aktører i økosystemet i Agder. Imidlertid er det alltid justeringer og forbedringer som kan vektlegges. En barrierer som Bedrift D særlig legger vekt på er kommunens rolle som bidrag til strategisk næringsutvikling. Informanten i Bedrift D fremholder kommunen som den største arbeidsplassen, og poengterer at den i større grad burde fungert som en testlab for nye produkter og tjenester for lokale bedrifter. En annen barriere som påpekes er at kommunen har manglende dyktige arbeidere som har kompetanse rettet mot

næringsutvikling. Informanten hevder at det er flere startups i Agder, og flere bedrifter i vekstfasen som vil ha sterkt behov for et område hvor man kan teste produkter og tjenester.

4.2.5 Eksempel bedrift E

4.2.5.1 Kjennetegn ved bedriften

Bedrift E er en industribedrift med 58 ansatte som ligger på landsbygda. Selskapet er en familiedrevet bedrift som først ble etablert i 1930. I 2011 endret bedriften varemerke og gikk bort fra masseproduksjon til å fokusere på skreddersydde løsninger. Selskapet produserer til kunder i Norge, og har ambisjoner om internasjonal vekst.

4.2.5.2 Interne og eksterne forhold

Bedrift E innoverer ved bruk av inkrementell innovasjon, ved å stadig forbedre og videreutvikle produkter. Selskapet har også innovert gjennom radikal innovasjon, ved å introdusere en ny anvendelse i bedriften. Bedrift E har stadig fokus på å inkludere flere dyktige mennesker i utviklingsprosjekter. I selskapet er det flere med erfaringsbasert kunnskap enn analytisk kunnskap. I teorikapittelet vises DUI-baserte bedrifter å utveksle kunnskap og læring for å forbedre bedrifters evne til å skape verdi gjennom tverrfaglige prosjektgrupper og ved rotasjon på arbeidsoppgaver. Bedrift E understreker viktigheten av intern kompetansebygging, og fremmer den positive effekten av å lære av hverandre internt i bedriften gjennom å arbeide i prosjektgrupper med tverrfaglig kompetanse. Bedrift E som produserer skreddersydde løsninger har kontinuerlig og tett interaksjon med kunder og brukere. Dette kaster lys over den erfaringsbasert DUI- måten, der interaktiv lærings står sentralt.

Bedrift E fremmer også eksterne aktører som nødvendige for vekst og utvikling. De siste to årene har selskapet leid inn en konsulent med spisset kompetanse for lederutvikling og organisasjonsutvikling. Konsulenten er tilstede en gang i uken i bedriften, og har vært en avgjørende faktor, særlig i sammenheng med utviklingen av skreddersydde leveranser. Bedrift E påpeker viktigheten av nært samarbeid med “lignende virksomheter”. Bedrift B har i fellesskap med virksomheter i samme bransje startet en studie i Oslo, hvor produktene fremstilles i et helhetlig miljø. Dette har vært en stor suksess for Bedrift E, hvorav samarbeid med aktører utenfor regionen har bidratt til økt vekst. Informanten i Bedrift E fremholder at

de har manglende samarbeid med universitetet, samtidig har de et sterkt ønske om økt samarbeid.

4.2.5.3 Faktorer som fremmer og hemmer vekst og innovasjonsaktivitet

Finansiering er en faktor som både fremmer og hemmer Bedrift E sin vekst. Informanten forteller at de i tillegg til Innovasjon Norge, også har fått støtte for bedriftsintern opplæring (BIO midler), som er en tilskuddsordning fra fylkeskommunen. følgende indikerer bedriftens fokus på intern opplæring, som kan gjenspeile den DUI-baserte innovasjonsmåten. Til tross for at bedriften har fått god støtte fra offentlige aktører, er finansiering den største barrieren for bedriftens ønskede vekst. Tilgang til kvalifisert arbeidskraft fremstilles også som en barriere for vekst og innovasjonsaktivitet. I tråd med teorien påpeker Bedrift E at bedriftens vekst har senket veksten, på grunn av manglende erfaring og kompetanse. Imidlertid har bedriften tilegnet seg nødvendig kompetanse opp igjen årene, som har styrket evnen til å gripe muligheter bedriften står ovenfor. Bedrift E understreker Grünfeld et al. (2019) sine empiriske funn om at tilgang til ledelseskompetanse og finansielle ressurser fremheves som utfordrede ved hyppig vekst. En faktor som Bedrift E fremstiller som en fordel er bedriftens beliggenhet. Sitatet nedenfor belyser dette.

«En ting er arbeidskraft, også at vi holder til på landsbygda og det er fordel, at du får ansatte til å vise enda mer ansvar over jobben sin. Også har jo Sørlandet etterhvert hatt mye mer fokus på vekst» (Bedrift E).

4.2.6 Eksempel bedrift F

4.2.6.1 Kjennetegn ved bedriften

Bedrift F er en industribedrift med 26 ansatte, etablert i 2013. Selskapet ble først startet i 1976 rettet mot service og reparasjon for lokale aktører. I 2008 ble selskapet kjøpt opp av en lokal person. I 2012 ble selskapet restrukturert, hvorav selskapets varemerke ble endret. Selskapet har hatt en enorm vekst, og fra 2012-2014 vokset bedriften fra tre ansatte til over 8 ansatte. I dag er selskapet inne næringene olje og gass, fornybar og prosessindustri og havnæringen.

4.2.6.2 Interne og eksterne forhold

Bedrift F har hatt en sterk og kontinuerlig vekst fra tidlig oppstart. Selskapets radikale innovasjonsaktivitet har bidratt til sterk vekst, ved at selskapet har etablert både nye

produkter, tjenester, produksjonsformer som har resultert i samfunnsøkonomiske verdier. I innovasjonsprosjektene til Bedrift F vektlegges fokus på tverrfaglige team, som bidrar med nødvendig og bred kunnskap og kompetanse. Kobling av to ulike produksjonsformer som engineering og produksjon har skapt konkurransefortrinn og vært en fordel for bedriftens produksjon og verdiskaping. Ideer og oppfinnelser Bedrift F har utviklet er vanligvis basert på markedets behov. Informanten i Bedrift F forteller at innovasjon oppstår gjennom samtaler og dialoger med samarbeidspartnere, aktører og kunder. Dette tyder på at selskapet i stor grad baserer seg på en DUI-basert innovasjonsmåte. Sitatet nedenfor belyser kundenes betydning og medvirkning på innovasjonsarbeidet.

«Det å være ute i felt å få feedback fra førstelinje er veldig positivt for vår vekst. Dette bidrar til at vi kan detektere eventuelle endringer og forbedringer i tidlig fase, og får koblet det sammen på en best mulig måte, av å få tilbakemelding fra kunder» (F).

I Bedrift F har de flere ansatte med høyere utdanning og ansatte med arbeidserfaring fra tidligere arbeid. Bedrift F vektlegger viktigheten av mennesker som er dyktige til å “se hele spekeret”. Informanten som representerer bedrift F fremmer det som positivt med en kombinasjon av analytisk kunnskap og erfaringsbasert kunnskap. Bedriften har en del ansatte med seniorkompetanse, og ønsker flere nyutdannede for å koble kompetansen den vitenskapsbasert kompetansen opp mot mer praktisk erfaring. Imidlertid poengterer informanten rekruttering av kompetanse som en barriere, særlig i en vekstfase.

Bedrift F har store deler av kunder og samarbeidspartnere i Norge, fordi Norge har et godt marked for bedriftens segment. Bedriften har ikke særlig marked eller samarbeidspartnere internasjonalt, og virker ikke som dette er et særlig sterkt fokus for bedriften. Med utgangspunkt i ekstern kompetanse har bedriften tidligere hatt behov for eksterne konsulenter til å skrive søknader til ulike finansieringsordninger. Imidlertid er dette noe Bedrift F utformer selv etter å ha tilegnet seg erfaringen som anses som nødvendig. Sitatet nedenfor belyser årsaken.

«Innovasjon Norge ønsker at vi skal formulere søknadene, selv om det ikke blir like korrekt som hvordan mange av konsulentene gjør det, så samtidig får vi et helt annet

eierskap til søknaden, og det gjør at det, det er mye lettere for oss å kjøre prosjekt i etterkant» (Bedrift F).

Selskapet har ikke hatt behov for samarbeid med forskningsinstitutter, fordi samarbeidspartnere og andre leverandører har hatt egen FoU internt i virksomheten. Imidlertid ser Bedrift F et økende behov for samarbeid med forskningsinstitutter fremover, grunnet nye prosjekter som igangsettes. Bedrift F har hatt samarbeid med universitetet i Agder, der de har hatt noen studier på UiA, kontakt med MIL laben, studenter som har enten besøkt Bedrift F eller utarbeidet prosjektoppgaver for selskapet. Med utgangspunkt i følgende er det innlysende at selskapet også baserer seg på en STI-basert innovasjonsmåte. I likhet med bedrift C er Bedrift F en CCI-basert bedrift. Dette ved at bedriften kombinerer vitenskapelig og erfaringsbasert innovasjonsmåte (Jensen et al., 2017).

4.2.6.3 Faktorer som fremmer og hemmer vekst og innovasjonsaktivitet

Bedrift F forteller at finansiering er den største barrieren for vekst. Informanten påpeker at innovasjon er kostbart, hvorav innovasjonsprosjekter krever en del egenkapital og egeninnsats, og det kan bli utfordrende å egenfinansiere i for mange år. Økonomiske midler fremstilles som hemmende for bedriftens innovasjonskapasitet. Til tross for begrensningene Bedrift F påpeker, poengterer også informanten hvor gode finansieringsordningene er i Norge. Bedriften har fått innvilget finansiering av Innovasjon Norge, forskningsrådet, samt støtte for bedriftsintern opplæring (BIO-midler) for å styrke ansattes kompetanse. En ulempe som Bedrift F legger frem er at særlig forskningsrådet sine utlysninger for støtte ofte er veldig spesifikke og utfordrende å få innvilget finansiering for. Dette fordi det kreves høy grad av forskning for å få støtte. Samtidig påpeker informantene den positive utviklingen i retning av mer fokus på å støtte og oppmuntre bedrifter som har eksistert i noen år og som har behov for hjelp med videre vekst. Imidlertid viser informanten til behovet for bidrag fra aktører utenfor Norge for å få tilgang til tilstrekkelig finansiering. Sitatet nedenfor belyser dette:

«Det er klart at de økonomiske rammene rundt det kunne vært enda bedre. Skal du virkelig få gjennom innovasjonsprosjekter som flyr må du ut i EU, då må du inn i godkjente EU søknader for å få ordentlig funding til å løfte produktene. Innovasjon Norge hjelper med funding for å gå til EU, men det er jo veldig begrenset rammer for hva man kan få støtte fra da» (Bedrift F).

5.0 Avsluttende diskusjon

I denne delen av oppgaven presenteres avsluttende diskusjon av kvantitative- og kvalitative funn. Først belyses interne og eksterne faktorer som påvirker bedriftens vekst. Deretter skal jeg forsøke å kaste lys over effekter potensielle høyvekstbedrifter har for regionalt nærings- og arbeidsliv. Hensikten er å bruke datakildene til å diskutere forskerspørsmålet jeg har utarbeidet. For å belyse og drøfte muligheter og utfordringer potensielle høyvekstbedrifter står ovenfor i dagens dynamiske samfunn, skal jeg undersøke sentrale interne forhold som kan hemme og fremme bedriftenes vekst og oppskalering. Hvorav følgende forskerspørsmål skal besvares: *“Hvilke interne og eksterne forhold fremmer og hemmer vekst i potensielle høyvekstbedrifter?”*

5.1. Interne forhold

I teorikapittelet poengteres vekstambisjoner som en avgjørende faktor for å oppnå faktisk vekst (Wiklund & Shepherd, 2003b). Empiriske funn i både analysen av Oxford Research sin spørreundersøkelse og intervjuene belyser viktigheten av ambisjoner for vekst. I den kvantitative undersøkelsen tyder bedrifter med vekstambisjoner å være mer innovative, proaktive og risikovillige enn bedriftene uten vekstambisjoner. Dette samsvarer med teorien om at bedrifter med vekstambisjoner er mer risikovillig og utfordrer det eksisterende i større grad enn bedrifter uten vekstambisjoner (Rypestøl, 2014). Imidlertid er det viktig å påpeke at funnene viser at bedriftene uten vekstambisjoner også har høy innovasjons fokus og ambisjoner om å være i forkant i forhold til endringer i markedet. Dette kan i tråd med Hislop (2009) sin uttalelse indikere at bedriftene må ha en viss innovasjonshøyde for å overleve og opptre konkurransedyktig i dagens dynamiske samfunn.

5.1.1 Ambisjonsnivå som faktor for vekst

Med utgangspunkt i funn fra spørreundersøkelsen og intervjuene er det tydelig at sterkt ambisjonsnivå er en viktig driver for bedriftsvekst. Empiriske funn fra intervjuene viser til lederens ambisjonsnivå som en betydelig faktor for økt vekst. Dette samsvarer med tidligere empiriske studier om at lederens ambisjonsnivå er avgjørende for høyvekstbedrifter (Grünfeld et al., 2019). Flere av informantene jeg har intervjuet belyser utfordringer som påvirker deres ambisjonsnivå som leder i bedriften. En barriere for økt vekst som vektlegges av flere av informantene er tilgang til kvalifisert arbeidskraft. Dette kan ses i tråd med tidligere empiriske studier om at mangel på kapasitet og utfordringer i markedet kan være avgjørende for

bedriftens vekstambisjoner (Grünfeld et al., 2019). Bedrift E understreker konsekvensen av manglende vekstambisjoner i følgende sitat.

“Ja det er livsfarlig å ikke ha ambisjoner om vekst, om du ikke er sulten på å komme deg videre, så tror jeg at bedriften etter fem år dør ut av seg selv, fordi den mangler glød, og det er viktig med glød” (Bedrift E).

I mine funn kan bedrifters ambisjonsnivå for vekst tydes å påvirke hvorvidt bedrifter samarbeider med andre aktører og virksomheter. Basert på analysen av Oxford Research sin undersøkelse vises bedrifter med vekstambisjoner å samarbeide mer med sentrale aktører i det entreprenørielle økosystem, sammenlignet med bedrifter uten vekstambisjoner.

5.1.2 Kunnskap som faktor for vekst

I min analyse av spørreundersøkelsen er det som nevnt i kapittel 4.1.1., en overvekt av respondenter med høyere utdanning. Andelen med vekstambisjoner har i større grad høyere utdanning over fire år, mens andelen uten vekstambisjoner har flere med fagskole utdanning. Det kan tolkes at bedrifter med vekstambisjoner har mer behov for analytisk kunnskap enn bedrifter uten vekstambisjoner, som kan predikere en mer STI basert bedrift. Bedrifter uten vekstambisjoner kan derimot tydes å ha mer behov for fagskole utdannede, som gjenspeiler en DUI-preget bedrift. I de individuelle intervjuene vektlegger samtlige informanter kombinasjonen av formell kunnskap og erfaringsbasert kompetanse som betydelig viktig for bedriftens interne vekst. Dette samsvarer med Grünfeld et al. (2019) sine empiriske funn som trekker frem at lederens utdanningsnivå og erfaringsbasert kompetanse er betydelige faktorer for bedriftens vekst. I intervjuene fremkommer det at bedrifter som samarbeider med universiteter viser å ha sterkt fokus på grunnforskning og behov for analytisk kunnskap. Det er viktig å påpeke at bedriftene også fokuserer på interaktiv læring og erfaringsbasert kunnskap som indikerer en mer DUI-preget innovasjonsmåte. Med utgangspunkt i følgende kan det tydes være en CCI-basert bedrift, som benytter seg både av STI- og DUI-innovasjonsmåten. En kombinert innovasjonsmåte kan være viktig for å stimulere til økt vekst, ved at bedriftene har en tendens til å være mer effektive ved å øke konkurransevne og innovasjonskapasitet (Isaksen & Karlsen, 2012).

I teorien påpekes entreprenørens erfaring som kunnskapsnettverk og internasjonal erfaring å være avgjørende for å skape høyvekst (Richbell et al., 2016; Moen et al., 2016). I intervjuene

belyser samtlige informanter behovet og ønske for å øke samarbeid med internasjonale aktører for å dekke mulige kompetanseshull bedriften står ovenfor. Flere av informantene belyser viktigheten av støtte med aktører regionalt og nasjonalt, imidlertid fremmes internasjonale koblinger som nyttig for å oppnå konkurransemessige fortrinn. I intervjuene poengteres altså internasjonale koblinger som en viktig driver for bedriftens vekst. I empirisk funn fra intervjuene viser to av bedriftene å ha sterke internasjonale koblinger, tre av bedriftene påpeker å ha sterke regionale og nasjonale koblinger, og en av informantene indikerer å ha sterke nasjonale koblinger, men lite regionale koblinger. Med utgangspunkt i følgende kan det tydes at sentrale markeder er lokale og nasjonale.

5.1.3 Utvikling og opplæring som faktor for vekst

I samsvar med teorien til Spilling et al. (2011) påpeker flere av informantene dyktige arbeidere som en nødvendig ressurs for økt vekst. Hvorav samtlige av informantene vektlegger tverrfaglig kompetanse internt i bedriften som en avgjørende faktor for å vokse og oppskalere. I analysen av spørreundersøkelsen fremkommer tilgang til kvalifisert arbeidskraft som en barriere for vekst både for bedrifter med vekstambisjoner og bedrifter uten vekstambisjoner. I funn fra intervjuene er det to av informantene som støtter opp menneskelig kapital som en barriere for vekst. Samtidig belyser fire av respondentene at de ikke opplever tilgang til kvalifisert arbeidskraft som en barriere for deres vekst og utvikling. Imidlertid påpeker flere av informantene at det kan bli en større barriere fordi de har et ønske om høyvekst.

«Til nå har det ikke vært det, hva som ligger lenger foran er noe annet, nå skal vi jo ha veldig mange folk fremover og vi vokser raskt nå» (Bedrift C).

I teorien diskuteres det hvorvidt dagens økende automatiserte samfunn kan ha innvirkning på behovet for menneskelig kapital. Følgende sitat støtter behovet for dyktige i arbeidere til tross for økt automatisering.

«Vi trenger mye folk og mye skarpe hoder, og er helt avhengig av folk uansett i all automatisering og digitalisering som skjer» (Bedrift C).

I teorikapittelet beskriver Spigel (2020) at mangel på dyktige arbeidere kan påvirke rask vekst fordi bedriften må bruke tid og ressurser på å forbedre ansattes kompetanse. Når jeg spurte

informantene hvorvidt de vektlegger intern kompetanseheving i bedriften tydes det at bedriftene ikke har sterkt fokus på intern opplæring og oppfølging av ansattes kompetanse. Dette kan indikere at bedrifter innehar tilstrekkelig kompetanse og ikke anser behovet for å bevisst fokusere på intern kompetanseheving. Imidlertid viser funnene fra intervjuene at intern kompetanse ofte bygges gjennom de hverdagslige rutinene. Dette kan ses i tråd med teorien om at bedrifter organiserer innovasjons- og læringsprosesser gjennom «doing, using, interacting». I samsvar med Spigel (2020) belyser den ene informanten at kompetanseheving kan være tidkrevende. Sitatet nedenfor belyser følgende.

«Nei, altså vi er helt åpne for at folk kan gå på kurs og tilegne seg ny kompetanse, men for å være helt ærlig så har vi ikke tid. Vi har så mye å gjøre i hverdagen at vi må bare levere i forhold til produktutvikling, innovasjon og nye tjenester» (Bedrift B).

Som presentert i teorien kan bedriftsvekst og oppskalering skape nye risikoer for bedriftene, hvorav bedrifter kan få utfordring med ledelsesmessige eller finansielle ressurser (Spilling et al., 2011). I analysen av spørreundersøkelsen illustreres ledelsesutvikling som en barriere for økt bedriftsvekst. Følgende støttes opp i funnene fra intervjuene, hvorav Bedrift E påpeker at bedriften har behov for eksterne aktører for å bedre ledelsesmessige- og organisatoriske ressurser, følgende spesifiseres nærmere når eksterne forhold belyses.

5.1.4 Tilgang på egenkapital som faktor for vekst

Samtlige av informantene poengterer utfordring med interne finansielle ressurser. Bedrift F poengterer at mangel på egenkapital motvirker deres muligheter for å innovere og vokse. Dette gjenspeiler tidligere empiriske studier om at egenkapital er en avgjørende faktor for bedrifters mulighet til å investere i innovasjonsarbeid (Grünfeld et al., 2019). Følgende kan også ses i lys av beskrevet teori om at lav egenkapital er en ulempe fordi det er vanskeligere å få tilgang til kapital av banker og andre typer gjeld (Spigel, 2020). Med utgangspunkt i at Norge er en koordinert markedsøkonomi, hvorav tilgang til kapital allerede er utfordrende, forsterker nødvendigheten av at bedrifter har vesentlig med egenkapital. Bedrift B belyser deres behov for kapital i sitatet nedenfor.

«Finansiering er alltid en utfordring, det tar noen år inntil vi begynner å tjene gode penger selv til å finansiere egen utvikling, det må gjøres med egenkapital, lån og eksterne investorer i en del år, vi har brukt omtrent 5 år» (Bedrift B).

5.2 Eksterne forhold

I teorikapittelet beskrives entreprenørielle økosystem å bidra til å fremme høyvekst og innovative løsninger (Spigel & Harrison, 2017). Høyvekstbedrifter poengteres i teorien å utnytte eksterne ressurser mer enn andre virksomheter, som kan avgjøre muligheten for vekst (Jarillo, 1989). I min analyse av Oxford Research sin undersøkelse viser flere av bedriftene å vektlegge støtte fra flere forskjellige aktører for å lykkes med oppskalering. I tråd med teori (Kor et al., 2007) og analysen av spørreundersøkelsen, fremhever funn fra intervjuene at sterke nettverksbånd er viktig for bedriftsvekst og fremmer bedriftens evne til å utnytte muligheter.

5.2.1 Kunnskapsflyt og samarbeid som faktor for vekst

Det fremkommer i funn fra Oxford Research undersøkelsen at bedrifter med vekstambisjoner vektlegger støtte fra ulike aktører i større grad enn bedrifter uten vekstambisjoner. Hvorav bedrifter med vekstambisjoner kan tydes å vektlegge støtte fra universiteter, større virksomheter og klyngeorganisasjoner mer enn bedrifter uten vekstambisjoner. I tråd med funn fra spørreundersøkelsen påpeker Bedrift F verdien av støtte og samarbeid med klyngeorganisasjoner. Dette poengteres i sitatet nedenfor.

“Vi har hatt mye med GCE NODE klyngen å gjøre, det var egentlig via det nettverket vi startet det første innovasjonsprosjektet som virkelig ga noe da. Og da var det de store aktørene som kom på banen og hadde noen utfordringer, og da var det og lettere å kunne samle seg flere og»

Som presentert i teorikapittelet er kunnskap om ledelse, finans, internasjonal forretningsutvikling og produktutvikling viktig kunnskap for bedrifters utvikling og vekst (ANG, 1991). Samtlige faktorer samsvarer med funn fra intervjuene, hvorav informantene poengterer både ledelse, finansiering og internasjonal kunnskap som påvirkende på vekst og innovasjonsaktivitet. Flertallet av informantene har tilegnet seg kunnskap og ressurser gjennom samarbeidspartnere, dyktige arbeidere, markedet, offentlige aktører og andre sentrale aktører. I tråd med analysen av spørreundersøkelsen påpeker flere av informantene viktigheten av samarbeid med større virksomheter. Sitatet nedenfor illustrerer følgende.

“Større bedrifter har et markedsapparat, de har tilgang til kunder på en helt annen måte enn vi har, og med slike samarbeid kan vi klare å skape løsninger hvor det er gevinst for flere parter og da blir det jo mye sterkere” (Bedrift A).

Flere av informantene jeg har intervjuet påpeker viktigheten av samarbeid med bedrifter som bidrar til å komplementere bedriftens produkter og tjenester. I dette tilfellet hevder flere av informantene at støtte og samarbeid med aktører i andre bransjer og sektorer bidrar til økt verdiskaping på bedriftens løsninger. Dette kan ses i sammenheng med beskrevet teori om et tverrsektorsamarbeid bidrar til å fylle markedshull i samfunnet (London, 2016). I samsvar med Oxford Research sin analyse viser empiri fra intervjuene nettverk fra lignende virksomheter som viktig for deres vekst og oppskalering. Sitatet nedenfor illustrere dette.

“Vi har i samarbeid med andre lignende aktører utviklet en felles arena i Oslo, med våre produkter og deres produkter, der vi forsøker å lage til et helhetlig miljø, slik at kundene opplever det som et, og det har vært veldig stor suksess for oss”.

5.2.2 Samarbeid med universiteter som en faktor for vekst

Empiriske funn både fra spørreundersøkelsen og intervjuene tyder å vektlegge universitetet som en viktig aktør i det entreprenørielle økosystemet. Typiske bedrifter som samarbeider med universitetet er ofte STI-preget bedrifter, som fokuserer på FoU-aktiviteter og vitenskapsbasert læring (Jensen et al., 2007). Imidlertid er det viktig å påpeke at bedrifter som verdsetter støtte fra universitetet nødvendigvis ikke er STI-bedrifter. Det kan vel så gjerne være DUI-baserte bedrifter. Universiteter er mye mer en bare forskning, og som presisert i teorien fungerer universiteter ofte som et bindeledd mellom bedrifter og næringsliv. Dette ved at universiteter kan koble dyktige nyutdannede med ulike bedrifter og aktører. I tillegg kan universitetet bidra til å fremme ulike utdannelse som rettes mot forskjellige sektorer og bransjer. Basert på funn fra intervjuene kan det tydes at Bedrift E kunne hatt gode fordeler ved samarbeid med universitetet. Dette med utgangspunkt i informantens uttalelse.

«Å tilegne riktig kompetanse har vært utfordrende, og man må ofte lære de opp. Grunnen til at det er utfordrende er nok fordi faget har vært litt gjemt, vi har vært alt for stille i båten i hele bransjen, vi har ikke bygget mye synlighet rundt det» (Bedrift E).

I dette tilfellet kan universitetet bidra ved å promotere bedriftens arbeid på universitetet, muligens avtale bedriftsbesøk, praksis for studenter og trainee programmer for nyutdannede. Dette kan hjelpe bedrift E med raskere vekst og i større grad synliggjøre bedriften. Til tross for at samtlige informanter jeg har intervjuet belyser universitetet som en viktig aktør, er det få av bedriftene som har samarbeid med universitetet. Dette kan ses i tråd med presentert teori om at samarbeid med universiteter kan være utfordrende. I samsvar med teorien er det tydelig at STI-preget bedrifter i større grad samarbeider med både forskningsinstitutter, har egne FoU-avdelinger, eller har et sterkt samarbeid med universiteter.

5.2.3 Finansiering som en faktor for vekst

I intervjuene fremmer samtlige informantene finansiering som den viktigste ressursen for vekst, så vel som den største barrieren for økt vekst. Til tross for at finansiering påpekes som en stor barriere for økt vekst, påpeker flere av informantene at Norge har gode finansielle ordninger som er et sterkt bidrag til bedriftens mulighet for vekst og innovasjonsutvikling. Det er imidlertid flere av informantene som påpeker mangel på kapital som en sterk utfordring for vekst. Sitatet nedenfor belyser dette.

«Innovasjon Norge er veldig gode medspillere, men det er jo ikke nok, men det er en veldig god start og de har gode ordninger, sånn med innovasjonsprosjekter, hvor man kan få delvis støtte, men vi har vært helt avhengig av å hente ekstern kapital, og det er en stor bit av det å drive et firma og det å jobbe opp mot investorer for å sikre det, og nå når vi går inn i en vekstfase er kapital enda mer krevende» (Bedrift B).

Med utgangspunkt i empiriske funn fra intervjuene kan det tydes at tilgang til investorer er mangelfullt. Dette kan ses i tråd med teori om at kvaliteten og mengden investorer i et økosystem kan påvirke det entreprenørielle økosystemets effekt (Spigel, 2020). I tråd med intervjuene trekkes det frem i den kvantitative analysen at “bank og andre finansaktører” er viktige for fremtidig oppskalering. I funnene fra spørreundersøkelsen fremstilles også tilgang til kapital som en barriere for økt vekst. Dette kan ses i lys av at Norge er en koordinert markedsøkonomi der privat kapital er vanskeligere å få tak i, særlig sammenlignet med liberale markedsøkonomier. Sitatet nedenfor støtter opp følgende.

«Finansiering er en hoved barriere, en hovedutfordring. Og dette kommer det nok til å være lang tid fremover. Vi vil prøve å få dette til som en norsk industribedrift, som kan være med å eksportere ut til alle verdens land, men her er Norge litt sånn, ja det er

lettere å få finansering i utlandet når det gjelder store beløper, fordi her i Norge vil investorene kjøre safe. I Norge liker vi ikke risiko like godt» (Bedrift C).

Samtlige av informantene jeg har intervjuet har benyttet store mengder egenkapital for å takle bedriftens hyppige vekst. Flere av informantene fremstiller også viktigheten og behovet for støtte fra investorer og offentlige aktører med næringsrettede virkemidler. I tråd med intervjuene viser respondentene i spørreundersøkelsen å vektlegge behovet for støtte fra offentlige aktører med næringsrettede virkemidler. I min analyse av spørreundersøkelsen viser bedriftene med vekstambisjoner å være mer fornøyd med offentlige aktører med næringsrettede virkemidler enn bedrifter uten vekstambisjoner. Dette kan ses i lys av presentert teori og empiriske funn som viser at bedrifter med vekstambisjoner er mer innovative og risikovillige enn bedrifter uten vekstambisjoner. Følgende kan videre ha betydning for hvorvidt bedriftene er tilfreds eller ikke med næringsrettede midler. Det kan tydes at bedrifter med vekstambisjoner i større grad oppfyller krav som stilles for å tilegne seg ressurser og kapital fra offentlige aktører. Eksempelvis som presisert i metodekapittelet stiller Innovasjon Norge krav om en viss innovasjonshøyde og ambisjoner om økonomiske verdier, for å få innvilget finansiell støtte. Det er imidlertid viktig å påpeke at offentlige aktører også kan bidra med støtte i form av veiledning, rådgivning og nettverksbygging. Funn fra intervjuene påpeker sentrale offentlige aktører som Innovasjon Norge, forskningsrådet, Skattefunn, Nova, Horisont 2020 og Innoventus Sør som avgjørende aktører for bedriftens vekst. Følgende aktører bidrar sterkt til det entreprenørielle økosystemet, samtidig påpeker noen av informantene utfordringer ved flere finansieringsordninger. Sitatet nedenfor belyser dette:

«Skjøpper jo at man både politisk og strategisk ønsker å fokusere på noen områder i forhold til støtte tiltakene, men jeg tenker at for rigide rammer på ordningen, det er ofte en begrensning. Å skrive søknader til offentlige aktører er ofte en egen vitenskap i seg selv, i form, faseting og uttrykksform. Vi har mange ganger brukt eksterne aktører til å skrive søknader, fordi for oss er det ikke bare å komme gjennom med det» (Bedrift A).

En positiv forutsetning i et entreprenørielt økosystem i norsk sammenheng er godene som gis fra offentlige aktører med næringsrettede virkemidler. Ved markedsøkonomien i Norge er staten ofte sterkt involvert i ulike aktiviteter og prosesser som foregår i regionen, som kan være en sterk fordel for bedrifter som er lokalisert i Norge. Imidlertid kan også denne typen markedsøkonomi skape utfordringer, særlig ved tanke på tilgang til privat kapital. I mine

empiriske funn fremmes særlig tilgang til investorer som mangelfullt. Liberale markedøkonomier har derimot enklere for å få tilgang til privatkapital. For å bidra til å skape mer høyvekstbedrifter og å hjelpe bedrifter i oppskaleringfasen kan økt tilgang til privat kapital anses som nødvendig for bedrifters vekstmuligheter.

5.2.4 Andre eksterne forhold som påvirker vekst

I intervjuene påpeker flere av informantene positive og negative ringvirkninger ved beliggenhet i Agder regionen. Flere av informantene fremholder at sentrale faktorer og aktører som fremmer vekst er tilstede i regionen. Imidlertid kan uttalelsene til informantene tyde på at det er et manglende miljø hvor disse ressursene kan tilegnes. Den ene informanten påpeker kommunen som den største arbeidsplassen, og presiserer at de burde hatt en «test lab» hvor flere bedrifter kunne utnyttet kommunens goder for å teste produkter og tjenester. Bedrift D poengterer økende behov for dyktige personer med kompetanse og ferdigheter rettet mot strategisk næringsutvikling. I teorikapittelet beskrives spesialisert kunnskap som et stadig økende behov for å opprettholde konkurransefortrinn (Meld. St. 7, 2008-2009). I samsvar med teorien viser flere av informantene å vektlegge ekstern kompetanse, særlig til spesifikke prosjekter. Flere av informantene poengterer at bedriften i større grad har ansatte med bred erfaring og kompetanse, og dermed er spesialisert kunnskap utenfra sterkt avgjørende for deres vekst. Som tidligere presisert har Bedrift E hatt særlig behov for organisatoriske og ledelsesmessige kompetanse for å lykkes med rask vekst.

Som presisert i teorikapittelet er det flere faktorer som kan påvirker bedrifters mulighet for vekst og innovasjonsaktivitet, som strukturer, institusjoner og andre ytre forhold som man ikke kan styre. Flere av informantene poengterer at de har kjent på en sterk påvirkning av Korona pandemien vi har vært gjennom i 2020-2022. Dette er en krise for samfunnet som man kan se i sammenheng med Schumpeter (1934) sin uttalelse om at ødeleggelser av gamle strukturer fremmer skapelse av nye strukturer. to av informantene presiserer at korona pandemien har skapt en utfordring i markedet og utfordring for vekst, og det har blitt en brems for utvikling og ønsket vekst. Imidlertid er det tre av informantene som viser til at pandemien har hatt en positiv effekt i forhold til at bedriftene har vært nødt til å tenke nytt og utvikle noe for å holde veksten oppe.

«De siste årene så har det jo vært faktorer som ikke har vært så lett for noen å gjøre noe med. Vi har jo vært gjennom Covid som har skapt betydelige utfordringer, i starten der så dreide

det seg jo om å flytte mennesker, og barrierer for det, har jo også opplevd resultatene av alle disse flaskehalsene som har blitt internasjonal logistikk, og de konsekvensen det har hatt på priser. I tillegg Ukraina krigen, det er ytre faktorer du ikke kan gjøre så mye politisk med» (Bedrift A).

5.3 Høyvekstbedrifters bidrag til regionalt nærings- og arbeidsliv

I det analytiske rammeverket presentert i kapittel 2.2. illustreres høyvekstbedrifter å bidra med økt innovasjonskraft og dynamisk effekt på lokale økosystem. I denne delen av oppgaven skal jeg diskutere ulike bidrag potensielle høyvekstbedrifter hjelper med som en del av et entreprenørielt økosystem. For å belyse følgende vektlegges empiriske funn fra intervjuene, fordi de belyser sentrale ringvirkninger som potensielle høyvekstbedrifter kan bidra til. Hvorav følgende forskerspørsmål skal besvares: «*Hvilke eksterne effekter på regionalt nærings- og arbeidsliv synes potensielle høyvekstbedrifter å bidra til?*»

5.3.1 Bidrar til økonomiske verdier i samfunnet

Høyvekstbedrifter presenteres i tidligere empiriske funn å være viktige for samfunnsøkonomisk vekst (Grünfeld et al., 2019). I samsvar med teori om høyvekstbedrifter fremkommer det i funnene fra intervjuene at bedriftene har sterk innovasjonshøyde og sterke ambisjoner for vekst og innovasjonsaktivitet. Samtlige informanter påpeker at de sterkt bidrar til økonomiske verdier i samfunnet. Dette kan ses i tråd med teorien om at innovative bedrifter engasjerer seg i nye ideer og oppfinnelser som utfordrer eksisterende teknologiske trender og praksis. Samtlige informanter hevder at utvikling ved radikale innovasjoner har bidratt til rask vekst og stimulert til økt kunnskap. I lys av dette kan det tydes at bedriftene både er proaktive og risikovillige. I tråd med teorien om høyvekstbedrifter viser funn fra intervjuene at bedriftene har bidratt til å både skape og utnytte etterspørsel gjennom avanserte produkter og tjenester. I funnene viser flere av bedriftene å ha utnyttet etterspørsel ved at de har lansert en ny innovasjon på markedet, basert på kunder og andre aktørers behov og ønsker. I tillegg fremkommer det i intervjuene at bedriftenes ideer og innovasjoner har bidratt til å skape flere arbeidsplasser, samt et større behov for dyktige arbeidere. Dette gjenspeiler presentert teori om at høyvekstbedrifter ofte har behov for å tiltrekke seg mer personell og kapital (Hakkert, 2006). Bedrift B belyser behovet for dyktige arbeidere både internt og eksternt, som særlig viktig for en rask voksende bedrift. Sitatet nedenfor poengterer følgende.

«Nå når vi er i en vekstfase må vi hente inn mer kapital, og det er tidkrevende. Vi trenger også å rekruttere mer mennesker og mer kompetanse, dette særlig fordi vi bruker kombinasjon av hardware og software» (Bedrift B).

5.3.2 Økt kunnskapsflyt, samarbeid og innovasjonsaktivitet

I teorikapittelet fremmer Spilling et al. (2011) flere typer kompetanse og ferdigheter i et ledelsesteam som viktig for bedriftens mulighet for vekst. Dette støttes opp i funnene fra intervjuene, hvorav samtlige informanter påpeker økt behov for tverrfaglig kompetanse. Flere av informantene poengterer at dette økende behovet for flere typer kunnskap har resultert i økt samarbeid på tvers med andre næringer og sentrale aktører. Bedrift E belyser følgende i sitatet nedenfor.

«I forsknings og utviklingsprosjekter, har vi de siste årene hatt større fokus på å involvere flere aktører, både i produksjon og i senere anledning ved salg, og da har vi behov for flere eksternt» (Bedrift E).

Sitatet ovenfor belyser hvorvidt innovasjon har bidratt til større fokus på å utvikle flere dyktige arbeidere i ulike innovasjonsarbeid. I teorien presenteres viktigheten av flere aktører i et entreprenørielt økosystem som kan bidra til bedriftens vekst og utvikling (Spigel, 2020). I funn fra intervjuene vise samtlige informanter behovet for et bredt nettverk med ulike aktører som medvirker og hjelper med vekst og oppskalering av bedriftens løsninger. Hvorav flere av informantene peker på behovet for samarbeid som bidrar til at bedriftens ideer kan bli verdensledende innovasjoner. I samsvar med teorien poengterer informantene at ansatte, offentlig myndighet, kunder, investorer og andre virksomheter er avgjørende aktører for videre oppskalering. I teorikapittelet vises oppskalering å indikere både nedgang, høyvekst, stagnasjon og jevn vekst. Dette støttes av empiriske funn, der informantene fremholder at stor innovasjonsaktivitet kan resultere i stagnasjon før det videre bryter løs og skaper høyvekst. Flere av informantene forteller at innovasjonsaktivitet har positiv effekt på nærings- og samfunnets samarbeidsvillighet. Sitatet nedenfor poengterer dette.

«Når det kommer til innovasjon føler jeg at aktører i Agder er samarbeidsvillige, men når det kommer til ren fabrikasjon, konkurranseutsatt linje så er de ikke det. Der er det en splitt. Men det er jo noe som vi ser har gitt oss noe, det er de innovasjonsprosjektene, den største fordelene der er at det faktisk binder sammen bedrifter og vi får knyttet sammen høy kompetanse inn mot et fremtidig langsiktig mål som kan gi vinning for alle» (Bedrift F).

Sitatet ovenfor peker på at innovasjonsaktivitet kan bidra til kunnskapsflyt og mer samarbeid mellom aktører i en region. Dette ved at det binder bedriftene mer sammen og resulterer i større samarbeidsvillighet som videre fører til vinn-vinn for alle parter. Dette kan indikere at flere evner å oppnå ønsket vekst og utvikling av produkter, tjenester og prosesser. Ovenfor poengterer informantene mindre samarbeidsvillighet rettet mot «ren fabrikkasjon», følgende kan være at bedriftene frykter å svekke bedriftens konkurransefortrinn, ved at andre virksomheter kan kopiere eller «ta» ideer. Dermed er de mindre delingsvillige. I tillegg kan det ses i tråd med at innovasjonsprosjekter ofte er veldig komplekse, som kan resultere i at samarbeid blir nødvendig for å lykkes. I denne forbindelse kan det sies at høyvekstbedrifter er viktige bidragsytere for økt innovasjonsaktivitet, hvorav innovasjonsaktivitet videre resulterer i økt samarbeid og behov for flere dyktige arbeidere. Bedrift A viser også til effekten av små innovasjonsprosjekter, som resulterer i flere mulige innovasjonsprosesser. Sitatet nedenfor illustrerer dette.

«Vi gjorde en forstudie, som bare jeg internt jobbet på, som ga oss muligheten til å utvikle oss, fordi når du får tid til å jobbe med ting så ser man mange sammenhenger og problemstillinger som man ikke klarer å fange opp ellers. Det er tydelig at de innovasjonene som ikke er så vanskelige å søke på, og som ikke stiller så høye krav kan gi veldig bra effekt» (Bedrift A).

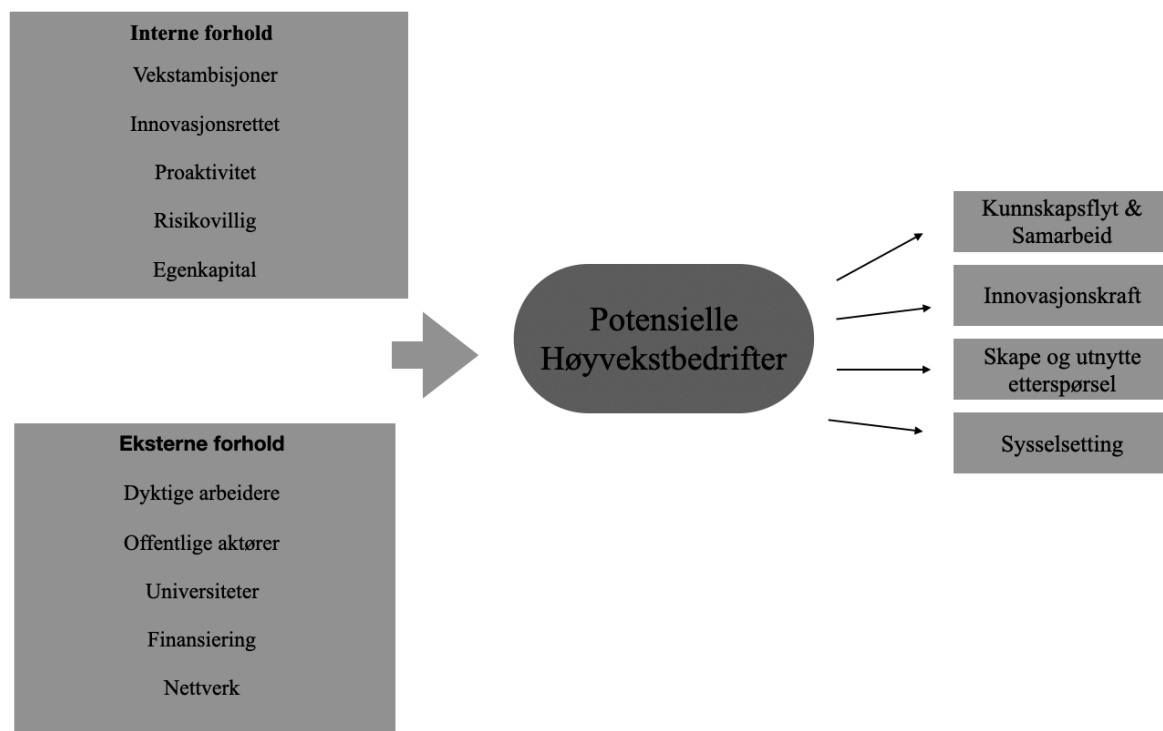
I teorikapittelet fremstilles høyvekstbedrifter å bidra til sterk gründerkultur på lokalnivå (Cusmano et al., 2018). Dette kan tydes å støttes opp i empiriske funn fra intervjuene, ved at samtlige informanter viser å være omstillingsdyktige og sterkt villig til å at sjanser for å oppnå ønsket vekst. Bedriftene har høy innovasjonshøyde i prosjektene sine, som også inkluderer høy risiko. Slik aktivitet kan videre adresseres av andre bedrifter og aktører i regionen. Disse bedriftene viser til ulike muligheter man står ovenfor, og dette kan videre inspirere flere virksomheter og aktører en region. En annen sentral faktor som fremkommer i mine funn er de potensielle høyvekstbedriftenes bidrag til å skape gode koblinger mellom næringslivet og kunder og brukeres ønsker. Samtlige av informantene vektlegger kunders ønske og behov som en stor del av deres innovasjonsaktiviteter. Hvorav kunder og brukere vises å være en viktig bidragsyter for bedriftens utviklingsprosesser.

Diskutert funn og teori tyder på at høyvekstbedrifter bidrar til økt innovasjonskraft og har dynamisk effekt på lokale økosystem. Høyvekstbedrifter kan tydes å bidra til kollektiv læring

ved at de vektlegger innovasjon på tvers av samarbeid. Dette kan videre resultere i rask vekst og økt behov for kvalifisert arbeidskraft. Høybedrifters bidrag til rask vekst kan ses i lys av at bedriftene ofte innoverer i store sprang, ved radikal innovasjon. Samtidig viser empiriske funn fra intervjuene viktigheten av både radikal innovasjon og det å stadig endre og forbedre eksisterende løsninger, som videre har et sterkt bidrag til samfunnsøkonomisk utvikling.

5.4 Oppsummert drøfting

I kapittel 2.0 presenteres det analytiske rammeverket for oppgaven. Basert på kapittel 4.0 og 5.0. kan det suppleres med noen interne og eksterne faktorer som påvirker vekst, samt noen effekter som empiri illustrerer at potensielle høyvekstbedrifter kan bidra med. Med utgangspunkt i følgende har jeg utarbeidet en ny versjon av det analytiske rammeverket. I figuren nedenfor illustreres det nye analytiske rammeverket som baseres på presentert teori og empiriske funn.



Figur 5.1 Analytisk rammeverk basert på empiriske funn

6.0 Konklusjon

Formålet med denne masteroppgaven har vært å belyse kjennetegn ved potensielle høyvekstbedrifter, samt undersøke hvilke muligheter og barrierer de står ovenfor i en oppskalering prosess. Basert på empiriske funn tydes lærdom av min studie å være at potensielle høyvekstbedrifter fører til økt kollektiv læring. Dette ved at bedriftene er opptatt av at innovasjon skjer på tvers av samarbeid. Mine empiriske funn indikerer økende behov for tverrfaglig kompetanse, som videre gjenspeiler viktigheten av tverrsektorsamarbeid. Likevel er det viktig å påpeke at det kreves flere studier på lengre sikt for å se på hva høyvekstbedrifter kan bidra med. Min studie er derimot over en relativt kort periode, som begrenser omfanget av data som kan samles inn og analyseres. Basert på mine empiriske funn har jeg likevel fått antydninger på faktorer og aktører som er avgjørende for potensielle høyvekstbedrifter. Det første forskerspørsmålet baserer seg på hvilke interne og eksterne forhold som fremmer og hemmer vekst i potensielle høyvekstbedrifter. Interne faktorer som mine funn fremmer som viktige for potensielle høyvekstbedrifter er ambisjoner for vekst, innovasjonsaktivitet, dyktige ansatte, og behovet for egenkapital. Bedriften vektlegger ansatte med ferdigheter som erfaringsbasert kunnskap og behovet for ansatte med høyere utdanning som viktige for bedriftens vekst. Det kan i dette tilfelle påpekes at mine funn som indikeres som STI-baserte bedrifter vektlegger analytisk kunnskap mer enn bedrifter som baseres på en DUI-preget innovasjonsmåte.

Næringsrettede virkemidler og finansiering er eksterne faktorer som fremkommer som avgjørende for de potensielle høyvekstbedriftene. De potensielle høyvekstbedriftene påpeker også et økende behov for spesifikk kunnskap i ulike innovasjonsarbeid. Dette kan forklares ved at bedriftene lanserer eller produserer avanserte produkter og tjenester, som omfatter høy innovasjonshøyde og sterkere behov for «kloke hoder». Støtte og samarbeid med universiteter, lignende virksomheter og større virksomheter vises også å være betydelig for bedriftenes muligheter for å vokse og skalere. Disse overnevnte faktorene bør være tilstede i et entreprenørielt økosystem for å lykkes med høyvekst og innovative løsninger. En manglende aktør i det entreprenørielle økosystemet tydes å være investorer, som motvirker muligheten til å drive med innovasjonsaktivitet og utvikling. En annen ekstern barriere er at offentlige søknader for støtte ofte oppfattes som veldig smale og rigide. De fleste informantene illustrerer dette som en sterk barriere for vekst.

Det andre forskerspørsmålet omfatter hvilke eksterne effekter potensielle høyvekstbedrifter bidrar til. Potensielle høyvekstbedrifter tydes å være gode bidragsytere for økonomiske verdier, ved at de stimulerer til økt kunnskapsflyt, samarbeid, innovasjonskraft og sysselsetting. For å svare utfyllende og tilstrekkelig på forskerspørsmål 2, hadde det vært en fordel å få et større innblikk i hva aktører rundt høyvekstbedrifter opplever at deres bidrag resulterer i. I min studie har jeg imidlertid fått svar på hva som kjennetegner potensielle høyvekstbedrifter, og det vises at det analytiske rammeverket har vært nyttig for mine empiriske analyser. Basert på empiriske funn fremkommer det også andre faktorer som anses som avgjørende for bedriftens vekst, som presenteres i figur 5.1.

Gjennomgående i oppgaven påpekes det at bedrifter ikke kan skalere og vokse alene, man har behov for et tilstrekkelig nettverk sentrert rundt seg og flere som ønsker å komplementere og hjelpe hverandre. I mine funn viser forsknings- og utviklingsprosjekter å bidra til bedre og sterkere samarbeid og nettverk mellom ulike aktører og virksomheter. For å stimulere følgende er det viktig at det tilrettelegges for at bedrifter har gode muligheter for å samhandle på tvers av ulike innovasjonsprosjekter. Basert på mine funn vil det videre være avgjørende at regionen tilrettelegger for høyvekstbedrifter og vekker oppmerksomheten mot slike bedrifters behov for vekst og oppskalering. Det er nødvendig med en koordinert politisk tilnærming, hvorav viktige faktorer er tilgang til kapital, dyktige arbeidere, lederutvikling. I tillegg vil det være viktig å øke samarbeid mellom virksomheter, forskningsinstitutter og universiteter på lokalnivå. Det er viktig at høyvekstbedrifter får støtte og oppmuntring av et politisk rammeverk som oppmuntre til høyvekst og innovative løsninger. Siden de er innovative og det vises også i mine funn så har de ofte behov for å samarbeide med forskningsinstitutter og universiteter. I utgangspunkt i mine funn tydes det å være viktig å øke muligheter for sterkt samarbeid med kunder og leverandører. Som det fremkommer i mine funn, kan det være betydelig at kommunen i Agder i enda større grad bidrar til strategisk næringsutvikling. Dette ved å skape ulike arenaer som kan vektlegge høyvekst og innovative løsninger. Fokuset fremover bør viktigst av alt baserer seg på å øke mulighetene for kollektiv læring i en region.

7.0 Litteraturliste

Aasen, T., (2021, 11. januar). Vil ha flere tusen engler. Finansforbundet.

<https://www.finansforbundet.no/folk-og-fag/fremtidens-arbeidsliv/dette-gjor-en-engleinvestor/#:~:text=En%20engleinvestor%20er%20ofte%20en,foretrekker%20denne%20formen%20for%20investering>

Ang, J.S. (1991). Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management. *Journal of Small Business Finance*. JAI Press, Greenwich, CT, 1057-2287(1), 1-13.
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/114623/1/jef-1991-01-1-b-ang.pdf>

Arbnor, & Bjerke, B. (2009). *Methodology for creating business knowledge* (3. Utg.). Sage.

Balstad, R., Myhre, H. og Pedersen, W. (2006). *Gründerskap og lederskap – Hund og katt?* Siviløkonomoppgave ved Handelshøgskolen i Bodø.

Bartelsman, Haltiwanger, J., & Scarpetta, S. (2013). Cross-Country Differences in Productivity: The Role of Allocation and Selection. *The American Economic Review*, 103(1), 305–334. <https://doi.org/10.1257/aer.103.1.305>

Bathelt, H., Malmberg, A. & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31–56. <https://doi.org/10.1191/0309132504ph469oa>

Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *The Journal of Political Economy*, 98(5), 893–921. <https://doi.org/10.1086/261712>

Blumberg, B. Cooper, D.R. Schindler, P.S. (2011). *Business Research Methods*. (3. utg.). London, McGraw-Hill Higher Education.

Bruneel, J., D'Este, P. & Salter, A. (2010). Investigating the factors that diminish the barriers to university-industry collaboration. *Research Policy*, 39(7), 858–868.

Busch, T. (2013). *Akademisk skriving. For bachelor- og masterstudenter*. Fagbokforlaget.

- Chell, E. & Haworth, J.M. (1992). A typology of business owners and their orientation towards growth. I Caley, K., Chekk, E., Chittend, F. & Mason, C. (red.): *Small Enterprise Development. Policy and Practice in Action*. Paul Chapman Publishing.
- Clayton, P., Feldman, M. & Lowe, N. (2018). Behind the scenes: intermediary organizations that facilitate science commercialization through entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 32(1), 104.124
<https://doi.org/10.5465/amp.2016.0133>
- Covin, J. G. & Slevin, D.P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 1(10), 75-87. Hentet fra:
<https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Method Approaches* (3.utg.): SAGE.
- Criscuolo, Gal, P. N., & Menon, C. (2017). Do micro start-ups fuel job creation? Cross-country evidence from the DynEmp Express database. *Small Business Economics*, 48(2), 393–412. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9778-x>
- Cusmano, L., Koreen, M., & Pissareva, L. (2018). *Enabling SMEs to scale up*. 2018 (7), 1-24.
<https://doi.org/10.1787/90c8823c-en>
- Dagensperspektiv (2019, 05. september). Regjeringen vil gjøre det enklere å søke offentlig støtte. Dagensperspektiv.
<https://dagensperspektiv.no/samfunnsstyring/2019/regjeringen-vil-gjore-det-enklere-a-soke-offentlig-stotte>
- Dalland, O. (2017). *Metode og oppgaveskriving* (6. utg.). Gyldendal.
- De Boer, M., Den Bosch, F.A.J. & Volberda, H.W. (1999). Managing Organizational Knowledge Integration in the Emerging Multimedia Complex. *Journal of Management Studies*. 36(3), 379–398.

- Delmar F., P. Davidsson og W. Gartner (2003): Arriving at the high-growth firm. *Journal of Business Venturing* 18(2), 189–216.
- Fagerberg, J., 2005. Innovation, a Guide to the Literature. I. *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press, 1-26.
- Feld, B. (2012). *Start-up Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Fitjar, R. D., & Alpaydın, U. A. R. (2019). Næringslivets samhandling med universiteter og høyskoler i og utenfor regionen: Funn fra en undersøkelse av norske bedrifter. I J. P. Knudsen & T. Lauvdal (Red.), *Geografi, kunnskap, vitenskap. Den regionale UH-sektorens framvekst og betydning* (s. 177–194). Cappelen Damm Akademisk.
<https://doi.org/10.23865/noasp.73.ch7>.
- Gertler, M. S. & Levitte, Y. M. (2005). Local Nodes in Global Networks: The Geography of Knowledge Flows in Biotechnology Innovation. *Industry and Innovation*, 12(4), 487–507. <https://doi.org/10.1080/13662710500361981>
- Ghauri, P. and Gronhaug, K. (2010) *Research Method in Business Studies*. (4.utg.), Pearson.
- Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Fagbokforlaget.
- Grünfeld, L.A., Lie, C.M., Aamo, A.W., Hole, P.W. & Grimsby, G. (2019). Høyvekstforetak i Norge. *Omfang, viktige kjennetegn og hva sier forskningen?* (Menon-publikasjon 32). Menon Economics.
- Hakkert, R. & Kemp, R. G. M. (2006). *An Ambition to Grow: A multidisciplinary perspective on the antecedents of growth ambitions*, EIM SCALES.
<https://ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/h200603.pdf>

- Henn, S. (2012). Transnational entrepreneurs, global pipelines and shifting production patterns. The example of the Palanpuris in the diamond sector. *Geoforum*, 43(3), 497–506. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2011.10.009>
- Henry, N & Pinch, S. (2001). Neo-Marshallian nodes, institutional thickness, and Britain's 'Motor Sport Valley': Thick or thin? *Environment and Planning. A*, 33(7), 1169–1183. <https://doi.org/10.1068/a32184>
- Hislop, D., 2009. Knowledge Management in Organizations. Oxford University Press.
- Hoang, H. & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165–187. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00081-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00081-2)
- Howells, J., Ramlogan, R. & Cheng, S. L. (2012). Innovation and university collaboration: Paradox and complexity within the knowledge economy. *Cambridge Journal of Economics*, 36, 703–721.
- Innovasjon Norge. (u.å.). Kort om oss. Innovasjon Norge. <https://www.innovasjon norge.no/no/om/kort-om-oss/>
- Innovasjon Norge. (u.å.-b). Lær om våre finansieringsordninger for oppstartbedrifter. Hentet 03. mars 2021, fra <https://www.innovasjon norge.no/no/verktøy/verktøy-for-oppstart-av-bedrift/kan-du-få-støtte-fra-innovasjon-norge/>
- Isaksen, A, & Karlsen, J. (2012). What Is Regional in Regional Clusters? The Case of the Globally Oriented Oil and Gas Cluster in Agder, Norway. *Industry and Innovation*, 19(3), 249-263. Hentet fra: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13662716.2012.669616>
- Isaksen & Nilsson. (2013). Combined Innovation Policy: Linking Scientific and Practice Knowledge in Innovation Systems. 12(21), 1919-1936. <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.722966>

- Isenberg, D. J. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40–50.
- Jarillo, C. J. (1989). Entrepreneurship and growth: the strategic use of external resources. *Journal of Business Venturing* 4(2), 133-147.
[https://doi.org/10.1016/0883-9026\(89\)90027-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(89)90027-X)
- Jensen, M. B., Johnson, B., Lorenz, E. & Lundvall, B. A. (2007) Forms of knowledge and modes of innovation, *Research Policy*, 36(5), 680-693. Hentet fra:
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.01.006>
- Johannessen, A., Christoffersen, L., & Tufte, P. A. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg.). Abstrakt.
- Kerr, W. R. (2018). *The Gift of Global Talent: How Migration Shapes Business, Economy and society*. Stanford University Press.
- Kirzner I.M. (1973), *Competition & Entrepreneurship*. The University of Chicago Press.
- Knudsen, J.P. (2016) Innovasjons sosiokulturelle grunnlag. I Fitjar, R., Isaksen, A., & Knudsen, J. (red). *Politikk for innovative regioner*. Cappelen Damm.
- Kor, Y. Y., Mahoney, J. T., & Michael, S. C. (2007). Resources, Capabilities and Entrepreneurial Perceptions. *Journal of Management Studies*, 44(7), 1187–1212.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00727.x>
- Kruzel, A. J. (1999). Sampling in qualitative inquiry. I *Doing qualitative research*, (red). Benjamin F. Crabtree & William Millet. (2.ugt.). Sage.
- Lau, Chung-Ming. & Busenitz, L.W. (2001). Growth Intentions of Entrepreneurs in a Transitional Economy. *The people's Republic of China*, 26(1), 5-20. Hentet fra:
<https://doi.org/10.1177/104225870102600101>

- Laursen, K., Foss, N., 2003. New Human Resource Management practices, complementarities, and the impact on innovation performance. *Cambridge Journal of Economics* 27(2), 243–263.
[10.1093/cje/27.2.243](https://doi.org/10.1093/cje/27.2.243)
- London. (2016). *The base of the pyramid promise: building businesses with impact and scale*. Stanford University Press.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. D. (1996). Clarifying entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
<http://www.jstor.org/stable/258632>
- Malterud, K. (2011). *Kvalitative metoder i medisinsk forskning. En innføring*. (3.utg.). Universitetsforlaget
- Meld. St. 1 (2007-2008). *Nasjonalbudsjettet 2008*. Det kongelige nærings- og handelsdepartement.
<https://www.regjeringen.no/contentassets/b5ee735ee6994a3b9cac8b4de68fb240/no/pdfs/stm200720080001000dddpdfs.pdf>
- Meld. St. 7 (2008-2009). *Et nyskapende og bærekraftig Norge*. Det kongelige nærings- og handelsdepartement.
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-7-2008-2009-/id538010/sec2>
- Nesvik, M. & Kalstad, L.M. (2021, 12. februar). Satser tungt på digitale møter også etter koronaen – Dette har kommet for å bli. NRK. Hentet fra:
https://www.nrk.no/rogaland/digitale-moter-pa-teams-og-zoom-har-kommet-for-a-bli_-mener-nho-og-naeringsforeningen-1.15360490
- Normann, R. H., Fosse, J.K., Isaksen, A. & Jakobsen, S-E. (2014). *Kunnskapsgrunnlaget for klyngeprogrammene og delmål 3: «Flere innovative næringsmiljøer»*. (FoU-rapport nr 1/2014). Agderforskning.

<https://www.innovasjon Norge.no/globalassets/0-innovasjon Norge.no/subsites/nic/innovative-naringsmiljo---fou-1-2014.pdf>

NOU 2018: 2. (2018). Fremtidige kompetansebehov I. Norges offentlige utredninger.

<https://www.regjeringen.no/contentassets/e6acac1df4964805a34c767fa9309acd/no/pdfs/nou201820180002000dddpdfs.pdf>

NOU 2021: 4. (2021). *Norge mot 2025. Om grunnlaget for verdiskaping, produksjon, sysselsetting og velferd etter pandemien*. Norge offentlige utredninger.

<https://www.regjeringen.no/contentassets/612755ca262842329ae0a7968e66351f/no/pdfs/nou202120210004000dddpdfs.pdf>

Nyborg, G. L. (1999). *Teoretiske tilnærminger til forståelsen av vekst I små og mellomstore foretak*. (Discussions Paper 8/1999). Handelshøyskolen BI. Hentet fra:

<https://docplayer.me/106309570-Teoretiske-tilnaerminger-til-forstaelsen-av-vekst-i-sma-og-mellomstore-foretak.html>

Oxford Research (2021) Scale up (Arbeidsnotat). Oxford Research.

Oxford Research (2021, 09. april). Oxford Research setter fokus på vekst.

<https://oxfordresearch.no/2021/04/09/oxford-research-setter-fokus-pa-vekst/>

OECD (2005). Oslo Manual The measurement of scientific and technological activities.

Guidelines for collecting and interpreting innovation data (3. Utg.). OECD.

<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5889925/OSLO-EN.PDF.pdf/60a5a2f5-577a-4091-9e09-9fa9e741dcf1?t=1414781154000>

OECD/European Commission (2021). The Missing Entrepreneurs 2021. Policies for inclusive entrepreneurship and self-employment. OECD. <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>.

Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. John Wiley.

- Politis, D. (2008). Business angels and value added: what do we know and where do we go? *Venture Capital (London)*, 10(2), 127–147.
<https://doi.org/10.1080/13691060801946147>
- Proff forvalt. (u.å.). Proff segmentering. Hentet fra:
<https://www.proff.no/laglister?samplerFilter=true>
- Regjeringen. (2006). Klyngeeffekter i den maritime næring – er de reelle og har de skattemessig relevans? (Vedlegg 1).
https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kilde/fin/hdk/2006/0016/ddd/pdfv/283889-27_maritimt_vedlegg.pdf
- Reve, T. (2014). Innovasjon, s. 14-15. Magma. Hentet fra: <https://old.magma.no/innovasjon>
- Ries, E. (2011). *The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses* (p. 320). Crown Business.
- Rypestøl, J. O. (2014). Banebrytende nyetableringer? (FoU-rapport nr. 8). Agderforskning.
- Saunders, M.N.K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research methods for business students* (6. Utg.). Pearson.
- Schumpeter, J. A. (2012 (1934)). *The Theory of Economic Development*. New Brunswick, Transaction Publisher.
- Schumpeter, J.A. (1934/1938). *The Theory of economic development*. Harvard University Press.
- Schutjens, V & Völker, B. (2010). Space and Social Capital: The Degree of Locality in Entrepreneurs' Contacts and its Consequences for Firm Success. *European Planning Studies*, 18(6), 941–963. <https://doi.org/10.1080/09654311003701480>
- Shane, S. A. (2003). A general theory of entrepreneurship: *The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar.

- Shane, & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
<https://doi.org/10.5465/AMR.2000.2791611>
- Spigel B. (2017a) The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice* 41(1):49-72.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/etap.12167>
- Spigel. (2020). *Entrepreneurial ecosystems: theory, practice and futures*. Edward Elgar Publishing.
- Spigel, B., & Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems: Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 151–168. <https://doi.org/10.1002/sej.1268>
- Spilling, O. R., Moen, Ø., Bjørnåli, E. S., Finne, H. & Sørheim, R. (2011). *Høyvekstforetak – utfordringer, behov og virkemidler. En analyse gjennomført for innovasjon Norge*. (Rapport 36/2011). NIFU.
<https://nifu.brage.unit.no/nifu-xmlui/bitstream/handle/11250/282027/NIFUrapport2011-36.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Sage.
- Stam. (2013). Knowledge and entrepreneurial employees: a country-level analysis. *Small Business Economics*, 41(4), 887–898. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9511-y>
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759–1769.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>

- Stam, E. & Bosma, N. (2015). Local policies for high-growth firms. I Audretsch, D.B., Link, A. N. & Walshok, M. (Red.). *The Oxford handbook of local competitiveness*. Oxford University.
- Stam, W., Arzlanian, S. & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152–173. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002>
- Stam, E. & Spigel, B. (2018). Entrepreneurial ecosystems. I. Blackburn, R., Clercq, D. D. & Heinonen J. (Red). *The Sage Handbook of Small Business and Entrepreneurship*, 407-422. Sage.
- Timmons, J.A. (1999). *New Venture Creation, Entrepreneurship For The 21st Century*. McGraw-Hill.
- Venkataraman, N. (1989). Strategic orientation of business enterprises; the construct, dimensionality, and measurement. *Management Science*, 35(8), 942-962
<http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.35.8.942>
- Wiklund, J. & Shepherd, D. A. (2003b) Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), 1919–1941. <https://doi.org/10.1046/j.1467-6486.2003.00406.x>
- Wiklund, J. (1998). Small Firm Growth and Performance. *Entrepreneurship and Beyond*. [Doktorgradsavhandling]. Jönköping International Business School.
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:3910/FULLTEXT02.pdf>
- Zahra, S. A., Jennings, D.F. & Kuratko, D.F. (1998). The antecedents and consequences of firm-level entrepreneurship. The state of the field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(2), 45-64. Hentet fra: [10.1177/104225879902400205](https://doi.org/10.1177/104225879902400205)
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O. (2013). *Metodebok for mediefag*. (4. utg.). Fagbokforlaget.