

**Senmodern nyföretagsekonomi:  
Entreprenörskap som social konstruktion**

**Monica Lindgren**

Docent, universitetslektor

och

**Johann Packendorff**

Docent, universitetslektor

Kungl Tekniska Högskolan

Skolan för Industriell teknik och management

Inst för Industriell ekonomi & organisation

100 44 Stockholm, Sverige

Tel: 08-7906777 / 08-7906058

E-post: [monica.lindgren@indek.kth.se](mailto:monica.lindgren@indek.kth.se) / [johann.packendorff@indek.kth.se](mailto:johann.packendorff@indek.kth.se)

**1. Från punkförening till internationellt musikindustricentrum**

Hultsfredsfestivalen arrangerades första gången 1986, och har numera också kompletterats med ett flertal andra återkommande musikevenemang. Kring festivalen har det också med tiden växt upp olika affärsdrivande verksamheter som sysselsätter ett stort antal personer. Innan den ekonomiskt mycket dåliga festivalen 2004 omsatte hela Rockcity-koncernen (dvs den festivaldrivande Föreningen Rockparty samt dess hel- och delägda dotterbolag) ca 72 mkr

och hade 44 heltidsanställda. Därefter följde rationaliseringar och uppsägningar och sedan kom en festival 2005 som samlade en rekordpublik till ängarna vid sjön Hulingen. Upp och ned i tvära kast, som det alltid varit i Rockcity.

Rockcity-huset köptes in och byggdes om i början av 90-talet, och ett decennium senare skedde en stor utbyggnad för att husera alla nya verksamheter och arbetsplatser. Den långa gågatan genom huset är utsmyckad med fiffiga och humoristiska saker som alla påminner om att musik i allmänhet och rockmusik i synnerhet står i fokus. Mitt i gatan finns ett fik som tjänar som samlings- och mötesplats. Inne i kontorslandskapen sitter folk lätt kaotiskt utspridda bland ljusa IKEA-möbler. Det signalerar en kultur av närhet, flexibilitet och gemensamhet.

De drivande gestalterna bakom Föreningen Rockparty är alla män födda i slutet av 50-talet eller första halvan av 60-talet. De berättar om sin uppväxt i en ganska traditionell och sömnig industriort, där nästan varje familj på något sätt var beroende av de stora fabrikerna i området. 1981 bildade kompisgänget föreningen Rockparty, och började omedelbart ringa runt till intressanta band och boka spelningar. De aktiva i föreningen hade nu gått ut skolan och gick omväxlande på arbetslöshetsunderstöd eller beredskapsarbeten för att få så mycket tid över som möjligt för att ägna sig åt sitt verkliga intresse – rockmusiken.

Att det blev en första egen festival 1986 var inte minst en tillfällighet. I brist på en ekonomisk bas att stå på blev frivilligheten och idealiteten på orten det enda sättet att få föreningen och dess verksamhet att fungera. Därefter har antalet besökare ökat stadigt över tiden, och festivalverksamheten är numera en av de mer välkända i Europa.

Kring 1990 fick inte föreningen längre använda sporthallen för sina spelningar under vintersäsongen, och kompisgänget var tvunget att ordna en ny lokal. Bygget gick att genomföra tack vare stora frivilliga insatser av ortens ungdomar, men verksamheten i huset gick med kraftiga förluster. Efter en omorganisering av styrelsen i mitten av 90-talet bestämde de sig för att utnyttja de ideella erfarenheterna för att expandera affärsverksamheter som på ett naturligt sätt kunde kopplas till musikbranschen. Föreningen hade gjort sig känd för sin förmåga att organisera, men det fanns en tveksamhet bland medlemmarna inför vinstdrivande kommersiell verksamhet.

Till att börja med såg man över vilka verksamheter som redan fanns i huset för att eventuellt sätta dem på fristående bolag. Samtidigt som avknoppningarna gav önskat resultat så såg man möjligheterna till att starta fler företag i anslutning till festivalen och föreningens verksamhet. Det som krävdes var folk med kompetens och nya idéer inom nyföretagande, och när man funnit dessa drog man igång.

1999 hade man utvecklat projektet så långt att regeringen beviljade finansiering för etablerandet av ett industriellt utvecklingscentrum med inriktning mot musik- och upplevelseindustrin i Rockcity-huset. Inom ramen för centrat började man stödja idéägare i ett tidigt skede av sitt företagande med kapital, kompetens och kontaktnät, och man agerar nu flitigt också tankesmedja för branschen genom att initiera forskningsprojekt, tillhandahålla bibliotek och databaser samt anordna universitetsutbildningar. HögskoleCentrum i Rockcity-huset har idag flera hundra studenter. Även om staten drog in sitt stöd till IUC 2005 så har man tillsammans tagit fram ett utvecklingsprogram för den svenska musikindustrin som man lagt fram för Näringsdepartementet. I ett första steg vill man få till stånd en samlad nationell satsning på musikindustrin i Sverige, men det långsiktiga målet är att skapa ett europeiskt

centrum för musikutveckling i Hultsfred. Och bredvid huset har man mutat in mark för det interaktiva musikmuséet RockZeum...

## **2. Hultsfred och det senmoderna entreprenörskapet**

Entreprenörskap är – i teori såväl som i praktik – ett område som kommit att stå allt mer i centrum för samhällsutvecklingen. Från snart sagt alla politiska läger framförs önskningar om mer nyföretagande, grundforskning, riskkapitaltillförsel etc. Och inom alla samhällssektorer finns det drivande och ambitiösa människor som efter bästa förmåga försöker förverkliga innovativa idéer och framgångsrikt introducera dem på sina respektive marknader. Om det för några årtionden sedan var politik och ideologi som stod för utvecklingskraften i samhället så är det idag egenföretagande och innovationer. På detta vis har entreprenörskapet blivit en omhuldad företeelse i samhället, personifierat genom entreprenören – den moderna ekonomins dynamiske hjälte. Entreprenörerna skall genom kreativitet, mod och kraft skapa arbetstillfällen, vitalisera gamla branscher och skapa nya, generera skatteintäkter och tillväxt... listan kan göras hur lång som helst.

Forskningen om entreprenörskap har fått en central roll i denna nya tankevärld. I den mån entreprenörskap kan betecknas som en del av företagsekonomin (vilket långtifrån alla håller med om) så kan man med rätta hävda att det är ett av de bästa exemplen på när företagsekonomisk forskning verkligen finner en intresserad publik utanför akademien. Politiker, utredare, Vinnova-tjänstemän, affärsrådgivare, riskkapitalister – alla vill de veta hur entreprenörskapets drivkrafter ser ut, alla vill de veta vad just de kan göra för att få fram fler och bättre nya företag eller få till stånd förändringar i olika regioner. Entreprenörerna själva

har för det mesta fullt upp med att driva projekt och verksamheter, men kan i längden naturligtvis inte motstå de ofta ganska smickrande beskrivningarna av sig själva som florerar i media. Forskare, politiker, tjänstemän och entreprenörer bygger tillsammans upp en bild av entreprenörskap och entreprenörer som alla är ganska nöjda med, och som man för vidare i intervjuer, åtgärds paket, rådgivning och intervjuer.

I denna bild är entreprenörskapet intimt sammanknippad med entreprenören. Det går sällan att diskutera entreprenörskap utan att låta det förkroppsligas av enskilda personer, i så fall talar man hellre om abstrakta samhällseliga storheter som "nyföretagande" eller "innovationssystem". "Entreprenören" är i sig en stereotyp, en generaliserad föreställning om en aktiv, handlingskraftig, orädd man i sina bästa år - en man som går sina egna vägar och följer sin övertygelse oavsett vilka problem det skapar i umgänget med andra människor. Denne entreprenör förses ofta med vissa egenskaper som t ex prestationsbehov, kontrollbehov och riskbenägenhet, och antas oftast eftersträva maximal ekonomisk avkastning och tillväxt. Entreprenören beskrivs också som en uthållig och långsiktig företagsbyggare - startade företag är egentligen den enda intressanta yttringen av entreprenörskap - som efter att ha lyckats med sin idé exploaterar den under lång tid framöver. Entreprenörskap skiljs sålunda på ett dikotomiserande, svart/vitt sätt från icke-entreprenörskap - antingen är något entreprenörskap eller inte, antingen är man entreprenör eller inte. Entreprenörskapet är ideologiskt också ett i grunden gott och eftersträvansvärt fenomen i samhället, en funktion som river ned och bygger nytt för allas vårt bästa (jfr Schumpeter, 1947). Som teoretiskt fält, praktiskt fenomen och ekonomistisk ideologi så är entreprenörskap därmed en högmodern diskurs, där framsteg och tillväxt drivs fram av rationella individer på fria marknader med Schumpeters "kreativa förstörelse" som fältrop.

Fallet Hultsfred och Rockcity visade på en annorlunda bild. Inte så att alla våra föreställningar om entreprenörskap ställdes på ända, men däremot inspirerade fallet till tolkningar som avviker från de gängse. Nedan beskriver vi några av de reflektioner och slutsatser som forskningen kring Hultsfred och Rockcity genererat.

*Entreprenörskap som kollektiva handlingsprocesser* - Alla vi talade med i Hultsfred sade ”vi”, sällan ”jag”. Entreprenöriella handlingar involverar i praktiken flera personer samtidigt, även om det bara skulle vara en av dem som syns utåt. I fallet Hultsfred har man dessutom drivit flera entreprenöriella processer över åren, och i olika konstellationer. Att medvetet organisera entreprenörskap som teamarbete är alltså en central del av det nya entreprenörskapet, liksom att ständigt bygga nätverk för att få in nya entusiastiska och kompetenta personer i verksamheten. Att jobba tillsammans är också ett sätt att lära tillsammans, att utvecklas och bli ännu bättre på det man gör, men också ha kul ihop. Däremot tänker man i såväl Hultsfred som i andra fall vi studerat synnerligen instrumentellt när det gäller omgivningens invanda behov av frontpersoner; vill media ha en ensam entreprenör, då får de det. Vill banken ha en tydlig ledare eller ägare, då får de det. Hur det dagliga arbetet organiseras är dock något annat.

*Entreprenöriella processer drivs ofta – implicit eller explicit – i projektform.* I Hultsfred är de mycket bättre på att starta projekt än att sätta dem i rutindrift. Projekten är visionära, ungefärliga och bärs av energi – de har svårt att jobba med folk som vill ha standardiserade, välplanerade projekt. Att organisera målinriktade projekt utan att tappa kreativitet och känslan av frihet är något man måste behärska. Till projektformen hör också att lägga ned en del satsningar när så är befogat – att låta var sak ha sin tid. Allt man startar behöver inte leva för evigt. Alla idéer sätts inte heller i sjön på en gång, vissa ligger kvar i byrålådan ett tag medan andra kastas i papperskorgen.

*Öppenhet mot omgivningen – den som ger, den får.* Om man börjar med att inspirera andra med sina idéer och visioner, så kommer man att få mångfald tillbaka. I regel behöver man inte hålla idéer hemliga eftersom det inte finns någon annan som skulle kunna genomföra dem fullt ut i alla fall. Delar man med sig så får man nya vänner och kollegor, inte bara nya konkurrenter. Inspirationen från andra branscher än den egna hör också till öppenheten gentemot annat i tillvaron som kan utveckla organisationen.

*Det är centralt att vara överens i sina grundläggande värderingar,* eftersom många idéer kan utmana gränserna för vad som normalt är tillåtet inom ens nätverk. När man i Hultsfred startade satsningen på kommersiell verksamhet så vad detta synnerligen kontroversiellt i en organisation som var van vid frivillighet och idealitet, och man fick ägna mycket tid åt att diskutera hur nysatsningarna skulle kunna passa in i föreningens verksamhet. Mindre konflikter, som t ex den ständigt pågående diskussionen om vilka artister som skall bjudas in till festivalen, har man inga problem att hantera eftersom man i grunden står på samma ideologiska grund.

*Människor är viktiga, men framför allt som bärare av något större in i framtiden.* Det gemensamma – om det nu är en förening, ett företag eller en uppsättning värderingar – är det man värnar om i grunden. I Hultsfred har det inneburit att man normalt inte framhäver sig personligen, eftersom man under föreningens tidiga år hade en allvarlig konflikt på grund av detta. Man har också valt att inte ha några ägare annat än föreningen själv, och vem som helst kan bli medlem i föreningen. I andra fall vi studerat där man har fysiska personer som ägare har man vidtagit olika åtgärder för att skydda själva verksamheten mot ägarnas kortsiktiga perspektiv.

*Inställningen till pengar som grundvärdering.* Blir man i en ideellt tillkommen organisation för intresserad av att tjäna pengar – dvs att själva vinstmotivet blir en grundvärdering – så kan hela verksamheten ändra karaktär. Det behöver inte vara negativt, men det blir annorlunda. I Hultsfred ser man vinst som ett kvitto på att man gjort något som någon annan sätter värde på, och vinsten skall användas till att skapa ny, rolig och utvecklande verksamhet. Däremot hör inte vinster till vardagen, och det är fortfarande ofta lika ont om pengar som det var i början.

*Att både avvika och tillhöra – håll balansen.* När ett gäng stökiga unga killar i punkmundering bildade en förening för att arrangera rockkonserter var detta naturligtvis något synnerligen avvikande i en prydlig småländsk stad där man arbetade på industrin på dagarna och idrottade på kvällarna. Även om grundarna numera lugnat ned sig och blivit familjefäder, så har man fortfarande ett lite dubbelt förhållande till samhället Hultsfred. Man är en aktiv del av samhällsutvecklingen, samtidigt som man fortfarande inte riktigt passar in. Denna balans försöker man upprätthålla, både genom att ta aktiv del i allt som händer på orten och genom att försöka attrahera unga, idérika och rebelliska ungdomar till sin organisation.

*Man måste akta sig för sina egna myter om sig själva.* Bara för att man avsiktligt valt att organisera sig på nya och annorlunda sätt så innebär det inte att man är skyddad från traditionella organisationsproblem. Hur väl man än vill så finns det maktstrukturer, hierarkier, intern konkurrens, könsstrukturer mm (Lindgren & Packendorff, 2005). Att ha en öppen och reflekterande hållning till den egna organisationen är alltid bättre än att övertyga varandra om dess förträfflighet. Men det är sällan lika bekvämt.



Om vi ser Hultsfred som en illustration för det senmoderna entreprenörskapet leder det oss vidare mot nya beskrivningsformer. För oss pekade detta mot att det fanns ett tydligt behov av att utveckla och förnya entreprenörskapsforskningen, dels genom att anlägga nya teoretiska perspektiv på fenomenet entreprenörskap, dels genom att utvidga den empiriska basen bortom traditionella företag. Teoretiskt innebär detta ett socialkonstruktionistiskt perspektiv på entreprenörskap (se t ex Chell; 2000; Lindgren & Packendorff, 2003). Entreprenörskap betraktas därmed som något människor konstruerar i social interaktion, som innovativa sociala processer som organiseras av människor i nätverk. Det innebär fokus på kollektiv handling snarare än på individkaraktäristika, på intersubjektiva verklighetsuppfattningar snarare än på institutionella ramverk. Detta innebär att vi – som motvikt till startande av traditionella företag t ex butiker, verkstäder - snarare förespråkar forskning kring entreprenöriella verksamheter oavsett associations- eller organisationsform. I dessa verksamheter blir det framförallt intressant hur man utvecklar, driver och möjliggör entreprenöriella processer.

I nästa avsnitt kommer vi dels att diskutera hur entreprenörskapsfältet sett ut, hur det utvecklats och den kritik som har funnits samt finns idag gentemot olika inriktningar. Detta avsnitt kan ses som en grund för att kunna förstå alternativa sätt att betrakta entreprenörskap både från teoretiskt och praktiskt perspektiv.

### **3. Entreprenörskap som akademiskt fält**

Om vi ser på entreprenörskap som akademiskt fält består det av flera olika grundläggande perspektiv och skolbildningar (Landström, 2005). En av grundarna till fältet, Joseph A

Schumpeter (se t ex 1947), gick emellan discipliner som historia, nationalekonomi och sociologi under sitt livslånga engagemang för en utvecklad entreprenörskapsteori. Även idag finner vi studier av entreprenörskap utifrån olika ämnesområden, t ex nationalekonomi, sociologi och etnografi (se t ex Landström, 2005; Swedberg, 2000; Busenitz m fl, 2003). Inom företagsekonomi har entreprenörskapsforskningen huvudsakligen inspirerats av ansatser från sociologi, psykologi, mikroekonomi och strategisk ledning. Resultaten har i första hand handlat om hur man identifierar, predicerar och stimulerar entreprenörskap (se t ex Aldrich & Baker, 1997; Venkataraman, 1997; Busenitz m fl, 2003).

Givet denna mångfald av vetenskapliga rötter kan man säga att det har upplevts som väsentligt att identifiera entreprenörskapsfenomenet och skapa tydliga gränser gentemot andra fält, samtidigt som det visat sig vara en inte helt enkel uppgift (Busenitz m fl, 2003). Debatten om entreprenörskapsfältets innehåll och inriktning har pågått under flera år, och definitioner, begrepp, metodologi etc har blivit ifrågasatta (se t ex Davidsson m fl, 2001). Ett tydligt exempel på en sådan debatt är kön och entreprenörskap, där man tidigt konstaterade att nästan all entreprenörskapsforskning varit könsblind och egentligen enbart behandlat män och mäns företagande (Lindgren, 2000; Holmquist & Sundin, 2002). När entreprenörskapsforskningen överhuvudtaget behandlat kön som en analyskategori så har det snarare handlat om kroppsräkning (biologiskt kön) istället för kön som social konstruktion (Jonsson-Ahl, 2002). Jonsson-Ahl visar också på hur begrepp och egenskaper som i litteraturen beskrivs som entreprenöriella också har maskulina förtecken. På ett övergripande plan kan man säga att ifrågasättande forskning av detta slag innebär att man kritisk granskar såväl hur entreprenörskap definieras och förstås (Gartner, 1988, 2001), och vilka typer av metoder som används inom entreprenörskapsforskningen (Gartner & Birley, 2002).

I debatten har bl a framhållits att entreprenörskapsforskningen uppvisar en splittrad bild, vilket naturligtvis är problematiskt utifrån ambitionen att särskilja fältet från andra fält. Det finns allt ifrån psykologiska mikro-perspektiv som förklarar framgångsrikt entreprenörskap utifrån personliga egenskaper, till national- och regionalekonomiska makro-perspektiv som resulterar i policyrekommendationer och incitamentsstrukturer som behövs för att öka entreprenöriella handlingar i samhället (Davidsson & Wiklund, 2001). Medan flertalet forskningsinriktningar fokuserar en analysnivå i taget finns det också forskning som försöker kombinera individ och struktur, och vissa forskare hävdar t o m att studier av företagande på flera analysnivåer och med multidisciplinära teoretiska influenser är något som särskiljer entreprenörskapsforskning jämfört med annan managementforskning (Busenitz m fl, 2003; Landström, 2005). Mer konkret uttryckt synes många inom fältet för närvarande vara överens om att det unika för entreprenörskapsforskningen är att man studerar 'opportunities', dvs hur affärsmöjligheter uppstår, identifieras, analyseras och exploateras, samt vilka konsekvenserna av detta blir (Venkataraman, 1997; Shane & Venkataraman, 2000; Busenitz m fl, 2003). För att kunna göra detta på ett fullödigt sätt krävs en mångfald av perspektiv, metoder och teoretiska influenser, resonerar man.

1960-talets fokus på de psykologiska personlighetsegenskaper som kännetecknade den framgångsrike entreprenören och därmed också skilde honom (sic!) från resten av människosläktet har inte oväntat fått utstå hård kritik under senare år. Psykologerna själva har omvärderat denna tidiga forskning, och inte minst har betydelsen av kontextuella faktorer för att förklara framgångsrikt entreprenörskap framhållits. I den pågående debatten lyfter många forskare därför också fram ett generellt behov att studera sociala nätverk och entreprenöriella processer, istället för enbart individer och deras företag (Davidsson & Wiklund, 2001; Ucbasaran m fl, 2001; Gartner & Birley, 2002).

Nätverksansatsen innebär en förnyelse så till vida att den lyfter fram entreprenörens behov av kontaktnät och samhällelig infrastruktur, men har i allt väsentligt en (implicit eller explicit) normativ och instrumentell syn på relationer. Vänner och andra sociala kontakter studeras som instrument använda av entreprenören i syfte att få finansiering och lyckas med sin affärsplan. Detta implicerar en bild av att entreprenörskap kan organiseras fram precis som dagliga verksamheten i företag kan organiseras. Nätverksansatsen har egentligen inte inneburit så mycket förnyelse av entreprenörskapsforskningen som den har potential till, men däremot pekar den på relationers betydelse i skapande av entreprenöriell verksamhet. Denna insikt har tillvaratagits en växande litteratur rörande entreprenöriella team, och hur entreprenöriella processer organiseras över tiden. Ett av entreprenörskapsforskningens grundproblem är att fenomenet (dvs den framgångsrike entreprenören eller det etablerade företaget) inte kan identifieras förrän efter att det redan har hänt, vilket gör att man i stor utsträckning måste förlita sig på efterhandskonstruktioner. Viljan att studera entreprenöriella processer i realtid, över tiden, är påtaglig men inte helt enkel att realisera (Ucbasaran m fl, 2001).

#### **4. Mot en socialkonstruktionistisk ansats**

Trots denna bild av entreprenörskapsforskningen som pluralistisk och stadd i dynamisk utveckling verkar det som att fältet (om man ser till de artiklar som presenteras på konferenser och som är publicerade i ledande journals) är överens om *hur man skall teoretisera* – dvs hur entreprenörskapsforskning skall bedrivas och varför. Detta syns tydligast i avsaknaden av vetenskapsfilosofiska grundantaganden i forskningen när man argumenterar för såväl

befintliga som nya forskningsansatser (Aldrich & Baker, 1997). Indikationer på detta kan vi finna på flera olika håll i den pågående debatten om entreprenörskapsforskningens utveckling som ett vetenskapligt fält. Gartner & Birley (2002) gör en genomgång av entreprenörskapsforskningen och pekar på bristen på kvalitativa studier i litteraturen och menar att det finns en institutionaliserad tro på kvantitativa studier. Däremot finner vi hos dem ingen diskussion om varför kvalitativ eller kvantitativ metod ursprungligen utvecklades och användes inom entreprenörskapsforskningen, dvs argument som förbinder forskningens syften med dess metoder. I Davidssons m fl (2001) analys av entreprenörskapsfältet konstateras en livlig utveckling i termer av definitioner, forskningsproblem, metoder och teorier, men inte i termer av någon diskussion kring underliggande syn på verklighet, kunskap och ideologi. Forskningsdebatten inom fältet handlar mer om att förfinna existerande forskningspraktiker och anpassa dessa till nya teorier och empiriska fenomen utan att ifrågasätta den syn på människor, kunskap och "sanning" som ligger bakom dessa forskningspraktiker. Busenitz m fl (2003) är av den uppfattningen att framväxande fält som entreprenörskap måste diskutera och definiera ontologiska och epistemologiska positioner, men samtidigt har de inte själva något att tillföra denna diskussion trots sin ganska tydliga bild av vart fältet är på väg. I Dery & Toulouse (1996) kritiska översikt hävdar de att nya forskningsresultat inom entreprenörskap bedöms i relation till etablerad forskningspraktik – implicit betyder detta att ny kunskap i entreprenörskap bara är legitim om etablerade definitioner, forskningsfrågor, metoder och teorier har använts.

Med bakgrund av ovanstående sammanfattar vi nedan de viktigaste utgångspunkterna för kritiken och går därmed vidare för att utveckla vilken forskningsagenda som en socialkonstruktionistisk ansats kan föra med sig.

En första kritik gentemot entreprenörskapsfältet rör grundläggande föreställningar där litteraturen fortfarande utgår från att entreprenörskap kan mätas och stimuleras på ett objektivt och neutralt sätt, vilket inrymmer ett flertal problem. Ur ett socialkonstruktionistiskt perspektiv existerar inte entreprenörskapet utanför människors meningsskapande, vilket gör idealen om objektivitet och neutralitet obsoleta. Vidare är det också svårt att hävda att det finns kausala samband mellan olika faktorer och variabler (som t ex att ökat utbud av riskkapital med automatik innebär ökat nyföretagande) eftersom olika individer och grupper dels tolkar världen olika, dels agerar i en verklighet som för dem har en komplexitet som de kausala modellerna svårligen kan fånga.

För det andra låter man nästan alltid enskilda individer förkroppsliga entreprenörskap, trots att de flesta entreprenöriella handlingar utförs av människor i samverkan. Individfokuseringen i entreprenörskapsforskningen har funnits med sedan fältet föddes, och är nu så självklart accepterad i samhället att det i princip inte går att tala om entreprenörskap utan att först identifiera en entreprenör. Entreprenören är den moderne mönsterbrytande hjälten som slår sig fri och bygger upp självständighet, oberoende och rikedom. Ur ett konstruktionistiskt perspektiv är det svårt att hävda något sådant – människor skapar saker och ting i interaktion med andra, må det så vara idéer, 'opportunities', organisationer, projekt etc. Därtill kommer att många entreprenöriella handlingar sker i olika teamliknande konstellationer snarare än kring en ensam drivande person.

För det tredje operationaliseras entreprenörskap – i brist på bättre data – ofta som nyregistrerade bolagsbildningar, vilket utesluter en mångfald av entreprenöriella handlingar som utförs inom befintliga organisationer och inte resulterar i bildandet av traditionella företag – det kan handla om föreningar, projekt, evenemang mm. Förutom att detta exkluderar

mycket entreprenörskap och många entreprenörer ur teoribildningen så innebär det också att befintliga etablerade bilder av var entreprenörskap är befästs ytterligare.

För det fjärde studeras i alltför hög grad traditionellt maskulina och kapitalintensiva branscher, vilket innebär att entreprenöriella handlingar som utförs av t ex kvinnor och etniska minoriteter negligeras samt att vissa sektorer som t ex kultursektorn exkluderas (jfr fallet Hultsfred). Bilden av den typiske entreprenören är också en någorlunda mogen vit man – kvinnor, invandrare, ungdomar och åldringar tillhör tydligen inte detta utvalda släkte. Djupstuderar man t ex kvinnors företagande så visar det sig ofta att själva företagen klarar sig nog så bra som mäns företag, men att associationsformer, inställning till tillväxt, kontextuella hinder mm ser annorlunda ut (Holmquist & Sundin, 2002).

## **5. Utvecklingslinjer**

Vilka utvecklingslinjer kan vi då se i den moderna entreprenörskapsforskningen, betraktad ur ett socialkonstruktionistiskt perspektiv? Ja, först och främst måste man väl konstatera att diskussionen kring entreprenörskapsforskningens tillkortakommanden blir alltmer intensiv och också legitim. Även i fältets ”hårda kärna”, de USA-baserade tidskrifterna *Journal of Business Venturing* och *Entrepreneurship: Theory & Practice*, är det numera acceptabelt att åtminstone peka på behovet av kvalitativa metoder, processuella inriktningar och tolkande ansatser (se t ex Gartner & Birley, 2002). Vill man däremot kritiskt granska fältets ideologiska utgångspunkter (se t ex Ogbor, 2000) får man hålla sig annorstädes, sannolikt därför att ett aldrig så litet erkännande av förekomsten av ideologiska utgångspunkter skulle omkullkasta självbilden av neutralitet och objektivism.

Som nämnts blir det allt vanligare med kvalitativa metoder och tolkande ansatser i entreprenörskapsforskningen, inte minst den skandinaviska (Holmquist & Sundin, 2002; Steyaert, 1997; Lindgren & Packendorff, 2003). Däremot är det fortfarande så att den skandinaviska entreprenörskapsforskning som uppmärksammas mest internationellt i stort följer den anglosaxiska kvantitativa och normativa modellen. Vi ser även en utveckling där nya teoretiska influenser som t ex genusteori, maktperspektiv och kulturteori används för att förnya analyserna av entreprenörskapet – inte minst för att lyfta fram de annars så negligerade ideologiska dimensionerna. Empiriskt ser vi också en breddning bortom enskilda entreprenörer, deras företag och deras kontext – mot att också inbegripa entreprenöriella team, icke-företagsbundet entreprenörskap, icke-vinstdrivande entreprenörskap och rentav icke lagligt entreprenörskap. Vi skall se närmare på dessa förändringar i termer av metodologiska, teoretiska och empiriska utvecklingslinjer, linjer som naturligtvis ofta intimt hänger samman men likväl indikerar vartåt fältet är på väg.

Metodologiskt så menar vi att det sker en utveckling där man i ökad omfattning försöker vara med där entreprenörskapet blir till, snarare än att som så ofta annars enbart avläsa dess resultat och praktiska konsekvenser. Vi har ovan nämnt ambitionen även bland kvantitativt orienterade forskare att studera entreprenöriella processer i realtid, och det processuella perspektivet på entreprenörskap har därmed lyfts fram som en viktig del av framtidens entreprenörskapsforskning (Davidsson m fl, 2001). Själva det entreprenöriella projektet är då det som studeras, och syftet är att finna mönster i hur dessa utvecklas över tiden och vad som leder till framgångar och misslyckanden. På den kvalitativa sidan motsvaras detta av etnografiska studier, deltagande observation och aktionsforskning – som alla syftar till en djupgående förståelse för hur människor tillsammans skapar entreprenöriella handlingar och



processer (Steyaert, 1997; Clarysse & Moray, 2004). Liknande ambitioner finns i den framväxande narrativa traditionen inom entreprenörskap (Hjorth & Steyaert, 2004), där människors berättelser om handlingsprocesser ligger till grund för analyser av vilka diskurser om entreprenörskap och entreprenörer som finns i samhällen och enskilda organisationer. En entreprenöriell process är då att betrakta som en episod där människor i interaktion producerar och reproducerar föreställningar om entreprenörskap. Detta kan man studera i olika former av intervjusituationer liksom genom olika deltagande/aktörsorienterade ansatser.

Teoretiskt är entreprenörskapsfältet rent allmänt svåröverskådligt beroende på dess karaktär som praktikinära fält med en mångfald av disparata vetenskapliga influenser. Begränsar man synvidden till att ”enbart” omfatta de riktningar som kan hänföras till företagsekonomi så är mångfalden fortfarande stor – uppvisandes allt ifrån mikroekonomiska analyser av riskkapitalförsörjning till identitetsteoretiska individstudier av organisationsstartande människor (Landström, 2005). Denna mångfald finner vi även i den skandinaviska företagsekonomins forskningsproduktion på området. Skall man våga sig på att formulera några utvecklingslinjer beträffande den skandinaviska organisationsteoretiskt inspirerade entreprenörskapsforskningens teoretiska influenser i det senmoderna nuläget så kan man säga att det finns interaktionistiska och ideologikritiska tendenser.

Med ’interaktionism’ avser vi då intresset för teoribildningar som kan bidra till en ökad förståelse för hur människor i samverkan konstruerar entreprenöriella processer. Exempel på sådana teoribildningar – utöver den i entreprenörskapsforskningen så väletablerade nätverksteorin – är socialpsykologi, kulturteori, projektledningslära och teorier om lärande. Frågor rörande hur idéer växer fram i samspel mellan människor och hur handlingsprocesser förlöper blir då intressanta, liksom hur sociala och professionella nätverk blir en del av

processerna. Grundtanken i denna tendens är kollektivistisk – genom att betrakta entreprenöriella processer som skapade av flera människor i interaktion snarare än orkestrerade av en ensam individ så kommer man att se andra saker och analysera andra företeelser än vad man annars hade gjort (Lindgren & Packendorff, 2003).

Det finns också en tydlig tendens mot ett ökat inslag av ideologikritiska teoretiska influenser. Entreprenörskapsforskningen bidrar – sin förmenta neutralitet och objektivitet till trots – till att både reproducera och motverka politiska föreställningar i samhället, och det blir allt vanligare med forskning som lyfter fram just detta (se t ex Ogbor, 2000). Entreprenörskapet som ett hyllat begrepp och entreprenören som en hyllad hjälte är en konsekvens av västerländsk marknadsliberalism och individualism, och begreppens moraliska värde är därmed djupt subjektiva. Entreprenörskap och entreprenörer definieras regelmässigt som 'goda krafter' i samhället, vilket innebär att de som inte passar in på bilden av den stereotype entreprenören - som t ex kvinnor eller människor ur etniska minoriteter – exkluderas och därmed inte förväntas vara just 'goda krafter' i samhällsekonomin utveckling. Frågan om hur begrepp växer fram och institutionaliseras, och vilka konsekvenser det får för människors begränsningar och möjligheter i samhället blir därmed centrala. Teoretiska insikter om makt (Lindgren & Packendorff, 2005), genus (Jonsson-Ahl, 2002; Holmquist & Sundin, 2002) och mångfald blir då allt vanligare inslag i en emancipatorisk entreprenörskapsforskning som syftar till att medvetandegöra människor om entreprenörskapsbegreppets strukturskapande påverkan på deras livsvärldar. Utövande av entreprenörskap kan både ses som ett sätt att skapa icke-hierarkiska relationer i och med att man samfälligt agerar och handlar för att skapa frihet och handlingsutrymme för människor. Detta samtidigt som det också skapar nya hierarkiska relationer i nya konstellationer (jfr Lindgren & Packendorff, 2005).

Empiriskt så letar man – inte minst mot bakgrund av de nya teoretiska influenserna – efter entreprenöriella människor, handlingar och processer på allt fler ”platser” i samhället. Bortom de inregistrerade bolagsbildningar sker det ständigt en mängd entreprenöriella handlingar i befintliga organisationer, i projekt, i ideella föreningar, i det civila samhället – ja rentav bland brottslingar och terrorister (Lindgren, 2000; Rehn & Taalas, 2004). Det gemensamma för dessa handlingar är att de innebär ett slags ’gränsarbete’ i samhället, där institutionaliserade mönster bryts och föreställningar från olika håll möts och korsbefruktar varandra. I en del fall skapas ekonomiska vinster, ibland sociala vinster, ibland inget alls. Även om en del av erfarenheterna från studier av sådana entreprenöriella handlingar regelmässigt exkluderas från entreprenörskapsfältet (som t ex projektbaserat entreprenörskap och livsstilmässiga innovationer) eller stämplas som avvikande särfall i fältets gränstrakter (som t ex socialt entreprenörskap eller intraprenörskap) så torde det finnas mycket ur dessa studier som kan förbättra förståelsen även för det traditionella, företagsbundna entreprenörskapet.

Avslutningsvis menar vi att om man applicerar ett socialkonstruktionistiskt perspektiv på entreprenörskap ger det vid handen att entreprenörskap och entreprenörer är konstruktioner av människor i interaktion. Människor kan ses som aktiva i den bemärkelsen att de tolkar och skapar verkligheten, på samma gång som dessa tolkningar och konstruktioner vanligtvis sker inom de institutionaliserade normernas för-givet-tagna ramverk. Det här antyder att entreprenörskap och/eller entreprenörer existerar genom tolkningar gjorda av individer, grupper av individer och olika kulturer i samhället (Berger & Luckmann, 1966). Granskar man detta kritiskt leder också detta till inkludering och/eller exkludering till/från entreprenörskapskategorin.

Givet denna position kan entreprenörskap som ett vetenskapligt fält också ses som en social konstruktion baserad på inter-subjektiva föreställningar hos praktiker, politiker och forskare, snarare än som en uppsättning lagar och odiskutabla sanningar. Exempel på sådana populära institutionella föreställningar är var entreprenörskapet står att finna (speciella sektorer och industrier i ekonomin), vad entreprenörskap betyder (skapa företag och få dem att växa fort), vem som är entreprenör (en karismatisk man) och entreprenörens tankesätt (hängivenhet, risktagande och prestationsorientering). Det här socialt konstruerade fältet skapas och omskapas hela tiden när politiker formulerar ideologi och beslutar om lagar och regler, när forskare utvecklar nya teoretiska bidrag och initierar nya typer av frågor, och när praktiker lanserar nya företag med olika grader av medvetenhet om hur politiker och vetenskapsmän uppfattar deras företagsamhet.

Detta påverkar direkt synen på vad kunskap om entreprenörskap betyder och hur sådan kunskap blir till. Från ett socialkonstruktionistiskt perspektiv blir det då väsentligt att söka kunskap om hur individer och kollektiv uppfattar, definierar, producerar och reproducerar entreprenöriella handlingar i samhället. Vetenskaplig kunskap om entreprenörskap innebär därmed en ökad förståelse för hur dessa individer och kollektiv – subjektivt och inter-subjektivt – konstruerar sina entreprenöriella handlingar som processer (Fletcher, 2003; Lindgren & Packendorff, 2003). Givet att entreprenörskap och entreprenörer är socialt konstruerade begrepp är det därför meningsfullt att skapa kunskap om de interaktionsprocesser i vilka begreppen är producerade och reproducerade (Steyaert, 1997; Clarysse & Moray, 2004). I dessa interaktionsprocesser kommer frågor om 'hur' och 'varför' i fokus, framförallt målsättningen om förståelse. Traditionell entreprenörskapsforskning antyder vanligen normativa 'hur' och 'varför' frågor - varför och hur möjligheter uppstår, varför och hur vissa människor kan utnyttja dem, vilka konsekvenserna är av den här

exploateringen för individer, aktieägare och samhället (Venkataraman, 1997). Medan ett socialkonstruktionistiskt perspektiv istället innebär deskriptiva /tolkande frågor om hur och varför möjligheter, entreprenörer, entreprenöriella processer och entreprenörskap konstrueras i sociala interaktioner mellan människor. Frågeställningar som hur människor tillsammans konstruerar nätverk, hur maktrelationer konstrueras, hur kön konstrueras, hur människor internaliserar olika entreprenörskapsvanor/identiteter är exempel på frågor som kan ställas och analyseras utifrån hur de beskriver varandra och sina interaktioner. Det antyder också att det blir av mindre intresse att göra deduktiva studier med färdiga operationaliserade begrepp, eftersom kunskap och begrepp är skapade i interaktion mellan människor och deras tolkade omgivning. Med den här synen på entreprenörskap kan inte kunskap ses som objektiv och sann, utan snarare som konstruktioner skapade i social interaktion.

Givet att neutral, objektiv sanning inte är ett relevant kriterium för att bedöma kunskap om entreprenörskap borde det innebära en diskussion också kring *ideologiska* dimensioner som hur vi legitimerar vår forskning, vår syn på forskningsetik och forskarrollen i empiriskt arbete. Detta borde också i synas i rapporteringen av forskningen (Hosking & Hjorth, 2004). Eftersom vi i vår kultur har en institutionaliserad syn på entreprenörskap och entreprenörer som önskat och uppbyggt fenomen i samhället, kan entreprenörskapsteori på det sättet ses som en inkluderande/exkluderande konstruktion som påverkar den allmänna synen på vad som är entreprenörskap och vad som inte är det, vilka som är entreprenörer och vilka som inte är det, vad som är gott entreprenörskap och vad som är ont entreprenörskap (jfr Rehn & Taalas, 2003). Forskningens betydelse kommer därav också att behöva bedömas i termer av hur vi utmanar institutionaliserade barriärer i vår väg för att integrera nya teoriområden t ex kön och entreprenörskap (Holmquist & Sundin, 2002; Jonsson-Ahl, 2002), hitta nya metoder för forskning (Steyaert, 1997; Gartner & Birley, 2002; Hjorth & Steyaert, 2004), hitta

entreprenörskap i nya kontexter och identifiera entreprenörer utanför gängse empiriska forskningsfält (Lindgren & Packendorff, 2003).

## Referenser

- Aldrich, H.E. & Baker, T. (1997). "Blinded by the cites? Has there been progress in entrepreneurship research?" I Sexton, D.L. & Smilor, R.W. (red.) *Entrepreneurship 2000*. Chicago: Upstart.
- Berger, P.L. & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. Harmondsworth: Penguin.
- Busenitz, L., West, G.P. III, Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G.N., & Zacharachis, A.L. (2003). "Entrepreneurship research in emergence: Fifteen years of entrepreneurship research in management journals." *Journal of Management* 29(3), 285-308.
- Chell, E. (2000). "Towards researching the "opportunistic entrepreneur": a social constructionist approach and research agenda." *European Journal of Work and Organisational Psychology* 9, 63-80.
- Clarysse, B. & Moray, N. (2004). "A process study of entrepreneurial team formation: the case of a research-based spin-off." *Journal of Business Venturing* 19(1), 55-79.
- Davidsson, P., Low, M.B., & Wright, M. (2001). "Editors introduction: Low and Macmillan ten years on: achievements and future directions for entrepreneurship research." *Entrepreneurship: Theory and Practice* 25(4), 5-15.
- Davidsson, P. & Wiklund, J. (2001). "Levels of analysis in entrepreneurship research: current practice and suggestions for the future." *Entrepreneurship: Theory and Practice* 25(4), 81-99.
- Dery, R. & Toulouse, J-M. (1996). "Social structuration of the field of entrepreneurship: a case study." *Revue Canadienne des Sciences de l'Administration* 13(4), 285-305.
- Fletcher, D.E. (2003). "Framing organisational emergence: discourse, identity and relationship." I Steyaert, C. & Hjorth, D. (red.) *New Movements in Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.

- Gartner, W.B. (1988). "Who is an entrepreneur? is the wrong question." *American Small Business Journal* 12(4), 11-31.
- Gartner, W.B. (2001). "Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development." *Entrepreneurship: Theory and Practice* 25(4), 27-39.
- Gartner, W.B. & Birley, S. (2002). "Introduction to the special issue on qualitative methods in entrepreneurship research." *Journal of Business Venturing* 17(5), 387-395.
- Hjorth, D. & Steyaert, C. (red.) (2004). *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Holmquist, C. & Sundin, E. (red.) (2002). *Företagerskan: Om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS Förlag.
- Hosking, D-M. & Hjorth, D. (2004). "Relational constructionism and entrepreneurship: Some key notes." I D. Hjorth & C. Steyaert, red., *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Jonsson-Ahl, H. (2002). *The making of the female entrepreneur: a discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*. (Akad. Avh.) Jönköping: Jönköping International Business School.
- Landström, H. (2005). *Entreprenörskapets rötter* (3:e uppl.). Lund: Studentlitteratur.
- Lindgren, M. (2000). *Kvinnor i friskolor*. Örebro: Forum för småföretagsforskning.
- Lindgren, M. & Packendorff, J. (2003). "A project-based view of entrepreneurship: towards action-orientation, seriality and collectivity." I Steyaert, C. & Hjorth, D. (red.) *Entrepreneurship: New Movements*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Lindgren, M. & Packendorff, J. (2005). "Entrepreneurship as a way to unlock hierarchical organizing? On the construction of power in collective entrepreneurial processes." Uppsats presenterad vid 21th EGOS Colloquium, 30 Jun – 2 Jul 2005, Berlin, Tyskland.



- Ogbor, J.O. (2000). "Mythicising and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies." *Journal of Management Studies* 37(5), 605-35.
- Rehn, A. & Taalas, S. (2004). "Of crime and assumptions in entrepreneurship." I Hjorth, D. & Steyaert, C. (red.) *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Schumpeter, J.A. (1947). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.
- Shane, S.A., & Venkataraman, S. (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research." *Academy of Management Review* 25, 217-26.
- Steyaert, C. (1997). "A qualitative methodology for process studies of entrepreneurship." *International Studies of Management and Organization* 27(3), 13-33.
- Swedberg, R. (red.) (2000). *Entrepreneurship: A Social Science View*. Oxford: Oxford University Press.
- Ucbasaran, D., Westhead, P. & Wright, M. (2001). "The focus of entrepreneurial research: contextual and process issues." *Entrepreneurship: Theory and Practice* 25(4), 57-80.
- Venkataraman, S. (1997). "The distinctive domain of entrepreneurship research." I Katz, J.A. (red.) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Volume 3. Greenwich: JAI Press.