

Innhold

Del 1

SPØRSMÅL OG BEGREPSAVKLARINGER	13
---	----

KAPITTEL 1

Introduksjon til entreprenørskap	15
---	----

Jan Inge Jenssen, Lars Kolvereid og Truls Erikson

Bokens formål	15
Hva er entreprenørskap?	16
Entreprenørskap og innovasjon	18
Entreprenørskap i ulike kontekster	18
Kapital er viktig	19
Hjelpere	20
Hvorfor entreprenørskap?	21
Bokens innhold	21
Oppsummering og avslutning	22

KAPITTEL 2

Potensielle entreprenører	24
--	----

Lars Kolvereid

Teorien om planlagt atferd	24
Entreprenørielle intensjoner	29
Etableringsforsøk	32
Effekten av utdanning	34
Strategier for å øke entreprenørskapspotensialet	35
Oppsummering	36
Øvingsoppgave	36
Case: Drago AS	37

Del 2

FØR ETABLERINGEN	41
-------------------------------	----

KAPITTEL 3

Forretningsplanen	43
<i>L. Øystein Widding, NTNU og Handelshøgskolen i Bodø</i>	
Hva skal man med en forretningsplan?	43
Hva er en forretningsplan?	44
Internt verktøy	44
Eksternt verktøy	45
Entreprenøren som kunnskapsleder	46
Forretningsplanens dynamiske karakter	47
Fra aksjon til visjon - tur/retur - elementer og rekkefølge	47
Visjon og forretningsidé	48
Visjon	48
Forretningsideen	49
Beskrivelser av dagens status	49
Team	50
Produkt- og tjenestekonsept	51
Marked	51
Analysen	55
Målsettinger	57
Strategier	57
Økonomi	61
Garnityr	63
Oppsummering	64

KAPITTEL 4

Etableringsprosessen	65
<i>Øystein Hatteland, Universitetet i Stavanger</i>	
Livssyklusmodeller	67
Syvfasemodellen	69
Oppdage ideen	71
Utrede/teste ideen	72
Mobilisering	73
Etablering	75
Tilpasning	76
Vekst	78
Modning eller tilbakegang	79

Ikke-sykliske modeller	80
Dilemmabeskrivelse av entreprenørskap	80
Eksempler på ikke-sykliske modeller	82
Sammenfatning	88

KAPITTEL 5

Organisering av næringsvirksomhet/gründervirksomhet	89
--	-----------

Trygve Bjerkås, Universitetet i Agder

Organisasjonsformer	92
Oversikt over organisasjonsformene	92
Enkeltpersonforetak (eneeierforetak)	93
Ansvarlig selskap / selskap med delt ansvar	100
Aksjeselskap	108
Norskregistrert utenlandsk foretak (NUF)	117
Samvirkeforetak	118
Momenter ved valg av organisasjonsform	120
Litt om virksomhetens rettigheter til oppfinnelser mv.	122

KAPITTEL 6

Grunnprinsipper innen elektronisk forretningsdrift for entreprenørskap ...	126
---	------------

Rotem Shneur og Bjørn-Tore Flåten

Introduksjon	126
Internett og verdiskaping	127
Egenskaper og begrensninger ved Internett	128
Verdiskaping	129
IKT-innføring	131
Digital verdikjede og forretningsmodell	132
Digital verdikjede	133
Samarbeid på tvers av kanaler	134
Forretningsmodeller	135
Suksesskriterier for digitale oppstartsbedrifter	139
Sammendrag	142

Kapittel 7

Born Globals - det nye norske næringsliv	144
---	------------

Arild Aspelund og Øystein Moen,

Institutt for industriell økonomi og teknologiledelse, NTNU

Hvorfor Born Globals?	144
Hvorfor nå?	146
Hvilke konsekvenser har Born Globals?	148

Hva skiller Born Globals fra andre typer bedrifter?	149
Typiske lederutfordringer i Born Globals	151
Fremtiden for norsk internasjonalt næringsliv	154
Sammendrag	156

Del 3

UNDER ETABLERINGEN	159
---------------------------------	-----

KAPITTEL 8

Forretningsidé og produktutvikling	161
<i>Magne Våge og Jan Inge Jenssen, Universitetet i Agder</i>	
Produktplanlegging og kilder til nye ideer	162
Kundebehov og nye forretningsmuligheter	162
Evaluering av forretningsmuligheter	163
Produktutviklingsprosessen	164
Konseptutvikling	165
Faser i konseptutviklingsarbeidet	165
Kartlegging av behov	165
Eksempel: Automatisk lensepumpe	168
Bearbeiding av data fra kundeintervju	170
Organisering av kundebehovene	170
Kundebehovenes relative viktighet	171
Preliminær produktspesifikasjon	172
Konseptgenerering	174
Konseptgenereringsprosessen	175
Konseptvalg	176
Konsepttesting	179
Systemkonstruksjon	179
Detaljkonstruksjon	180
Testing og forbedring	180
Produksjonsklargjøring	180
Noen råd	181
Oppsummering	181

Kapittel 9

Entreprenøriell markedsføring:

Markedsføringsprosessen i nyetablerte bedrifter	183
<i>Frode Fjelldal-Soelberg og Frank Lindberg</i>	
Innledning	183
Historikk	184

Hva er entreprenøriell markedsføring?	185
Entreprenørskap	186
Markedsføring	187
Forskningsinteressen innenfor entreprenøriell markedsføring	188
Entreprenøriell markedsføring definert	192
Prosessforståelsen	193
Fasemodeller	193
Sykliske modeller	196
Ikke-sykliske modeller (idiografiske)	199
Implikasjoner	200
Innovasjon av produktkonsept og merkevare	200
Identifisere kunder/målgrupper («kunde for kunde»)	203
Interaktiv markedsføring (kommunikasjon via vareprat)	204
Uformell informasjonsinnhenting (bruk av personlig nettverk)	210
Konklusjon	211

KAPITTEL 10

Organisering og nettverk	214
<i>Jan Inge Jenssen, Universitetet i Agder</i>	
Ressurser og legitimitet	215
Hva er nødvendig for å bygge nettverk?	216
Gunstige nettverk	216
Tillit i nettverk	218
Maktkilder og betalingsmidler i nettverksbygging og ledelse	219
Innsikt i avhengigheter	221
Styre og daglig ledelse	222
Innkjøp eller egenproduksjon	223
Kompetanse og teamutvikling	225
Organisasjonsstruktur	226
Endringer gjennom livssyklusprosesser	229
Ledelse	231
Oppsummering	233

KAPITTEL 11

Finansiering av vekstbedrifter	235
<i>Roger Sørheim, Institutt for industriell økonomi og teknologiledelse, NTNU</i>	
Hvilke bedrifter har behov for ekstern finansiering?	236
Om ulike finansieringskilder for vekstbedrifter	237
Offentlige virkemidler	237
Innovasjon Norge	237

Banker	238
Private investorer	238
Lottoinvestorene (lav kompetanse og lav aktivitet)	239
«Tradere» (lav kompetanse, høy aktivitet)	240
Kompetente investorer (høy kompetanse, lav aktivitet)	240
«Business angels» (høy kompetanse, høy aktivitet)	240
Institusjonelle venturefond	241
Om anvendelsen av ulike finansieringskilder	242
Forvaltning av eierskapet - investorens ståsted	244
Før investering	244
Etter investering	245
Sosial kapital	246
Erfaring som entreprenør/bedriftsleder	246
Erfaring i bransjen	247
Erfaring som forretningsutvikler	247
Motivator	247
Gi et «kvalitetsstempel»	247
Kapitalinnhenting - entreprenørens ståsted	248

Del 4

ETTER ETABLERINGEN	251
---------------------------------	-----

Kapittel 12

Økonomistyring i oppstartsbedrifter	253
--	-----

Truls Erikson og Daniel Leunbach, Senter for entreprenørskap, UiO

Lønnsomhetsvurderingsmetoder	255
Bidragsanalyse	255
Dekningspunktanalyse	256
Budsjettmodell etter bidragsmetoden	258
Bidragskalkylen i en investeringsmodell	259
Kort om avskrivninger	260
Kort om sensitivitets- og scenarioanalyse	261
Venturekapitalmetoden	262
Modellbegrensninger	264
Etterord	265

Kapittel 13

Utfordringer i et vekstselskap	266
---	-----

Kim Richter, Ernst & Young

Gründer som aktiv eier i et vekstselskap	266
--	-----

Eierskap og ledelse	268
Godt eierskap og god virksomhetsledelse	268
Balansen mellom vekst og «Corporate Governance»	269
God selskapsledelse forutsetter en helhetlig virksomhetsstyringsmodell ...	271
Visjon og mål	272
Strategi	273
Organisering og styringsfilosofi	274
Styring og kontroll	276
Systemer, mennesker og prosesser	278
Vekst eller exit	279

Del 5

BETYDNINGEN AV ENTREPRENØRSKAP I DET NORSKE SAMFUNN ... 283

KAPITTEL 14

Strategisk entreprenørskap - verktøy for utvikling i etablerte bedrifter 285

Odd Jarl Borch¹, Einar Lier Madsen² og Einar Rasmussen, ¹Handelshøgskolen i Bodø, Universitetet i Nordland, ²Nordlandsforskning

Nyskappingsutfordringer i næringslivet	286
Strategisk entreprenørskap som bedriftsutvikling	286
Hva er strategisk entreprenørskap?	286
Ressurser som byggeklosser og tilpasningsredskap	289
Strategi og ressurser for eksploatering	289
Entreprenørskap og ressurser for utforskning	290
Dynamiske kapabiliteter som endringsrutiner	291
Hvordan få til bedriftsutvikling ved hjelp av dynamiske kapabiliteter?	292
Hvilke dynamiske kapabiliteter trenger bedriften?	293
Dynamiske kapabiliteter som kobler visjon og ressurser	294
Dynamiske kapabiliteter som skaper nye kompetanseressurser	296
Dynamiske kapabiliteter som kobler bedriften til eksterne ressurser ...	298
Dynamiske kapabiliteter som balanserer fortid, nåtid og fremtid	301
Kapabiliteter som kobler interne og eksterne ressurser i nye ressurskonfigurasjoner	303
Avslutning	305

Kapittel 15

Kjønn og entreprenørskap i Norge 307

Lene Foss, Handelshøgskolen i Tromsø og Elisabet Ljunggren, Nordlandsforskning

Det norske arbeids- og utdanningsmarkedet	308
Norske kvinners entreprenørskap - en oversikt	309

Vekstambisjoner hos etablerere i Norge	312
De ulike kapitaltypene og entreprenørskap	314
Finansiell kapital	314
Sosial kapital	315
Menneskelig kapital	317
Personlige motiver	318
Tilgang på kapital for kvinnelige etablerere	319
Private investeringsselskap	320
Delvis privateide fond – såkornfond	321
Offentlig finansiering	322
Utfordringer for framtidig politikk og forskning	323
En oppsummering av hva som er viktig i Norge	323
Anbefalinger for utvikling av politikk	324
Anbefalinger til deg som vil starte egen bedrift	325

KAPITTEL 16

Entreprenørskap i det norske samfunnet	327
---	-----

Lars Kolvereid og Jan Inge Jensen

Entreprenørskap er viktig for Norge	327
Nasjonale variasjoner i entreprenørskap	327
Motivasjon, kompetanse og forretningsideer	328
Rammebetingelser for entreprenørskap	329
Nyetablerte bedrifter	329
Myndighetenes rolle	332
Generelle virkemidler	333
Selektive virkemidler	334

Redaktør- og forfatterpresentasjon	339
---	-----

Litteraturliste	345
------------------------------	-----