

Vekstforetak i Norge

**Om vekstforetak, vekstforetaks dynamikk
og politikk for vekstforetak**

av

Olav R. Spilling

i samarbeid med
Per Ove Giske, Yinghua Li, Gunnar Haugerud
og Changhong Xiao

Sluttrapport fra prosjektet "Vekstforetak i Norge"
finansiert av Norges Forskningsråd, FAKTA-programmet

Forskningsrapport 5/2001

Handelshøyskolen BI
Institutt for innovasjon og økonomisk organisering

Olav R. Spilling:
Vekstforetak i Norge. Om vekstforetak, vekstforetaks dynamikk og politikk for vekstforetak

© Olav R. Spilling
2001

Forskningsrapport 5/2001
ISSN: 0803-2610

Handelshøyskolen BI
P.b. 580
1302 Sandvika
Tlf: 67 55 70 00
URL: www.bi.no

Trykkeri: Nordberg trykk

Rapporten kan bestilles fra:

Juul Møller Bøker
Tlf: 67 55 74 51
Fax: 67 55 74 50
Mail: jmbok@online.no

Forord

Denne rapporten setter søkelyset på vekstforetak i norsk næringsliv. Vekstforetaks betydning blir analysert, og det diskuteres i hvilken grad politikken har noe fokus på denne delen av næringslivet. Videre diskuteres hvordan en alternativ næringspolitisk strategi kan utvikles med sikte på å stimulere utviklingen av et større antall vekstforetak enn det vi har i dag.

Rapporten utgjør siste del av prosjektet "Vekstforetak i Norge" som har blitt gjennomført i perioden mars 1998 – februar 2001. Prosjektet er finansiert over FAKTA-programmet i Norges Forskningsråd.

På grunn av problemer med utviklingen av prosjektet i løpet av år 2000, ble prosjektet omorganisert og fikk en annen og noe forsinket framdrift enn det som opprinnelig var planlagt. Det er imidlertid å håpe at vi har kommet i land med prosjektet så noenlunde i samsvar med de intensjoner som lå til grunn for det.

Denne rapporten har blitt til i et samspill mellom flere personer. Tre studenter ved Master of Science studiet på BI ble høsten 2000 engasjert på deltid for å arbeide med deler av de analyser som er presentert i denne rapporten. De tre er: *Yinghua Li* som har arbeidet med modeller for analyse av vekstforetak slik disse er presentert i deler av kapittel 2; *Gunnar Haugerud* som har arbeidet med norsk næringspolitikk og dens innretning mot vekstforetak, slik dette er beskrevet i deler av kapittel 6; *Changhong Xiao* som har arbeidet med europeisk småforetakspolitikk og i hvilken grad denne har vært orientert mot vekstforetak. Dette er underlag for første del av kapittel 6.

Ved siden av disse tre har siviløkonom *Per Ove Giske* vært engasjert på timebasis til å gjennomføre analyser av ulike vekstkriterier basert på sysselsetting, omsetning, verdiskaping og resultatmål hentet fra regnskapsdata. Dette er presentert i kapittel 3. Det øvrige arbeidet med rapporten inklusiv redigeringen er gjort av undertegnede.

Jeg takker med dette for et konstruktivt samarbeid om rapporten. En takk rettes også til Norges Forskningsråd ved programstyret for FAKTA-programmet som ga finansiering til prosjektet og dermed muliggjorde det foreliggende arbeidet.

Til slutt en takk til kollega Lars Thue som har kommet med kritiske og konstruktive kommentarer til en tidligere versjon av denne rapporten. I noen grad er dette forsøkt fulgt opp, men alle gjenværende svakheter ved rapporten er selvsagt forfatterens eget ansvar.

Lillehammer/Sandvika 30. mars 2001

Olav R. Spilling

Innhold

Sammendrag	7
1 Betydningen av vekstforetak	9
2 Analyse av vekstforetak	13
2.1 Introduksjon	13
2.2 Hva er vekst?	14
2.3 Kriterier for vekst	16
2.4 Typologier for vekstforetak	19
2.5 Modeller for analyse av vekstforetak	21
2.6 Integrrert modell	26
3 Vekst og verdiskapning.....	29
3.1 Innledning.....	29
3.2 Verdiskapningsmål.....	29
3.3 Er det sammenheng mellom endringer i sysselsetting, omsetning og verdiskapning?	30
3.4 Oppsummering	36
4 Norges raskest voksende foretak	37
4.1 Ahrens og Partners undersøkelse.....	37
4.2 Drivkrefter bak vekstforetak.....	41
4.3 Betydningen av rammebetingelser	43
4.4 Oppsummering	45
5 Vekstforetaks dynamikk.....	47
5.1 Introduksjon	47
5.2 Utvikling av 1991-populasjonen	48
5.3 1991-populasjonens bidrag til vekst i verdiskaping	50
5.4 Utvikling av 1994-populasjonen	51
5.5 Utviklingsmønster	54
5.6 Betydningen av ikke-organiske endringer.....	56
6 Næringspolitikk og vekstforetak.....	61
6.1 Introduksjon	61
6.2 Mål og struktur for småforetakspolitikken	62
6.3 Fokus på vekst i småforetakspolitikken	67
6.4 Norsk politikk rettet mot små foretak.....	69
6.5 Oppsummering: Det manglende fokuset på vekstforetak.....	77

7	Næringspolitisk strategi for vekstforetak	79
7.1	Strategi for vekstforetak	79
7.2	Kunnskapsmessig infrastruktur	81
7.3	Mobilisering	83
7.4	Fokusering på vekstforetak	85
7.5	Konflikter i forhold til regionalpolitikken.....	87
7.6	Oppsummering	88
	Litteratur.....	91

Sammendrag

Rapporten dokumenterer den siste delen av prosjektet "Vekstforetak i Norge" der hovedmålet har vært å utvikle noen nye innsikter i dynamikken blant vekstforetak og så diskutere næringspolitikkenes rolle i forhold til vekstforetak.

Etter en innledende gjennomgang av definisjoner av vekstforetak, samt tidligere forskning på feltet og modeller som kan være grunnlag for analyse av vekstforetaks utvikling, gis det en statistisk analyse av sammenhengen mellom ulike typer av vekstkriterier. Mens vekst i sysselsetting tidligere har blitt anvendt som mål for vekst, blir her både endring i omsetning og i ulike mål for verdiskaping utprøvet. Konklusjonen på dette er at det stort sett ikke er noen sammenheng mellom endringer i verdiskaping og endringer i sysselsetting, mens det er relativt god samvariasjon mellom endringer i omsetning og endringer i verdiskaping. Dersom målet er å relatere vekst til verdiskaping, er således omsetning som kriterium for vekst et vesentlig bedre mål enn sysselsetting, og dette blir benyttet i resten av rapporten.

En oversikt over de raskest voksende foretakene i Norge i femårsperioden 1994-1999 blir presentert i kapittel fire. Selskapene som er med i rangeringen, må blant annet ha eksistert i hele perioden, omsetningen måtte være på minst 50 millioner kroner i 1999, og omsetningsveksten skal ikke være under 20 prosent mer enn to av de fem årene i perioden. Videre har det vært stilt krav om at veksten skulle være organisk, og at selskapet skulle være lønnsomt. Ut fra dette er det så generert en liste der de raskest voksende foretakene er generert. Nummer en på listen, forøvrig et firma som driver fiskeoppdrett, hadde vokst med 85% i gjennomsnitt per år.

Listen over de raskest voksende foretakene er preget av stor variasjon på bransjer og geografiske lokaliteter. Likevel står fiskerelatert virksomhet relativt sterkt på listen, mens det er relativt få virksomheter innen IKT. Basert på en spørreundersøkelse framkommer det at de viktigste forklaringene til veksten i foretaket knyttes til foretakenes ledelse og organisasjonenes evne. For utviklingen framover ligger den viktigste organisatoriske utfordringen i å rekruttere riktige personer, og tilgang til høyt utdannet arbeidsstyrke vurderes generelt som en viktig rammebetingelse. Undersøkelsen viser videre at lederne i de raskest voksende foretakene tillegger offentlige virkemidler liten betydning som en positiv bidragsyter til deres utvikling, mens reguleringer vedrørende sykelønnsordning og arbeidstidsbestemmelser framheves som de ordninger som skaper de største problemene for vekst i foretakene.

I en analyse av vekstforetaks dynamikk, framkommer det at en svært liten andel av den samlede foretaksbestanden tilfredsstiller kravet som er satt i undersøkelsen om minst 30 prosent samlet omsetningsvekst over en treårsperiode. Bare rundt tre prosent av alle foretak tilfredsstiller dette kravet. Det å være vekstforetak er ikke er noe stabilt fenomen. Når utviklingen analy-

seres over to påfølgende tre-årsperioder, viser det seg at en stor andel av de foretakene som kan klassifiseres som vekstforetak i en periode, ikke er det i den etterfølgende perioden. Mange av vekstforetakene går da over i en stabil eller stagnerende situasjon, en del blir endog nedlagt. Det å være et vekstforetak, er således i stor grad et midlertidig fenomen.

Denne undersøkelsen viser ellers at blant vekstforetak er det den organiske veksten som er dominerende, ikke-organisk vekst utgjør en relativt liten andel av den samlede registrerte veksten.

I rapportens to siste kapitler foretas en gjennomgang av næringspolitikken i ulike europeiske land og i Norge med sikte på å avklare i hvilken grad denne politikken har noen innretning mot vekstforetak. Konklusjonene på dette er relativt entydig: Til tross for den store betydningen vekstforetakene har for dynamikken i næringslivet, er de overhode ikke definert som målgruppe for næringspolitikken. Noen virkemidler vil i praksis ha størst betydning for vekstforetak og være målrettet mot disse, men dette er heller ikke eksplisitt formulert. Med dette som utgangspunkt diskuteres en mulig omlegging av næringspolitikken med sikte på å gi den en klarere innretning mot vekstforetak. Dette gjøres ved å foreslå tre strategier:

- utvikling av kunnskapsmessig infrastruktur
- generell mobilisering til entreprenørskap
- fokusering av virkemidler på vekstforetak.

Rasjonalet for dette opplegget er at en sterkere satsing på utvikling av den kunnskapsmessige infrastrukturen vil øke potensialet for å skape flere vekstforetak. Dette forutsetter imidlertid at kunnskapsinstitusjoner søkes utviklet i en mer entreprenøriell retning, det vil si at den aktiviteten som foregår i kunnskapsinstitusjonene bør utvikles med en sterkere samhandling med næringslivet og gi en klarere kommersiell orientering. Videre foreslås det at det arbeides bredt for å mobilisere folk til entreprenørskap, idet en økt tilgang av nye entreprenører og nye foretak også vil gi økt tilgang av foretak med vekstpotensial. I denne mobilisering bør det også vektlegges prosjekter med stort utviklingspotensial. Endelig foreslås det en fokusering av virkemidlene slik at de blir mer selektivt innrettet mot foretak med stort vekstpotensial, mens virksomhet som ikke har slikt potensial, bør gis mindre prioritet.

1 Betydningen av vekstforetak

Denne rapporten handler om vekstforetak i norsk næringsliv. Den retter søkelyset mot hvilken betydning vekstforetak har for den samlede næringsutviklingen, og den tar opp næringspolitikken og dens manglende fokus på vekstforetak. I forlengelse av dette diskuteres alternative, næringspolitiske strategier.

Hvorfor denne interessen for vekstforetak? Fordi vekstforetak antakeligvis representerer de mest dynamiske delene av næringslivet og har avgjørende betydning for alt man i næringspolitikken er opptatt av knyttet til nyskaping, omstilling, restrukturering og vekst. Analysene tar utgangspunkt i en voksende internasjonal forskning om vekstforetak. Så langt har denne forskningen vært mye fokusert på modeller som kan forklare hvorfor et foretak blir et vekstforetak og hva som kjennetegner vekstforetak. Det har vært mindre fokus på hvilken betydning de har for næringsutviklingen, og enda mindre på hvordan næringspolitikken kan fokusere på vekstforetak og eventuelt tilrettelegge for deres utvikling.

En underliggende antakelse for dette prosjektet er at foretak som vokser representerer den viktigste drivkraften i næringsutviklingen og derfor er av helt avgjørende betydning for den samlede dynamikken i næringslivet. Når vi skriver 'antakelse', skyldes det at dette i svært begrenset grad er analysert. Det som er rimelig dokumentert, er at en liten gruppe foretak står for en ganske betydelig andel av den av den samlede bruttoveksten i næringslivet. Det er de som vokser raskest og som skaper det meste av veksten (Storey 1994, Spilling 1996a, 2000). Det er videre grunn til å tro at det er nær sammenheng mellom det å vokse og det å være nyskapende, enten ved at vekstforetakene selv er de mest innovative foretakene, eller ved at de er de mest effektive foretakene når det gjelder å anvende og spre innovasjoner. Dette er imidlertid forhold som bør være gjenstand for framtidig forskning, og som vi ikke har hatt mulighet til å gå inn på i dette prosjektet.

Formålet med prosjektet har vært av mer anvendt karakter, nemlig å si noe om kjennetegn ved vekstforetak, hvor de forekommer og hva som er forutsetninger for deres dynamikk. I denne rapporten har fokus framfor alt vært å oppsummere innsikter som kan gi grunnlag for å diskutere næringspolitikk og muligheten for å tilrettelegge for utvikling av flere vekstforetak.

Et utgangspunkt for prosjektet er den økende internasjonale forskning om små foretak og entreprenørskap generelt, og i denne sammenheng spesielt den økende interessen for analyse av vekstforetak. Dels har prosjektet som utgangspunkt den mer populære interessen som vies vekstforetak, og som blant annet kommer til uttrykk gjennom de mange forskjellige rangeringer som gjøres av vekstforetak. Eksempler på dette er Europe's 500, Fortune 100 og Ahrens og Partners rangering av de raskest voksende foretakene i Norge og Sverige, noe vi har omtalt nærmere i kapittel 2.3 (se boks 2.1). Videre er

det et mål med prosjektet å knytte an til den gryende politiske debatten om vekstforetaks betydning. Spørsmålet er i hvilken grad økt innsikt i vekstforetak og den dynamikk de representerer kan gi holdepunkter for utvikling av en mer effektiv næringspolitikk.

Dette er i korthet bakgrunnen for det prosjektet som denne rapporten er basert på. Rapporten oppsummerer resultatene fra prosjektet "Vekstforetak i norsk næringsliv" som er finansiert av Norges Forskningsråd gjennom FAKTA-programmet. Prosjektet har arbeidet ut fra mål om å:

1. Gi en oversikt over omfanget av vekst i bedrifter og foretak i næringslivet, avklare næringsmessige og regionale variasjoner i vekst og identifisere i hvilke 'typer' foretak og bedrifter som vokser.
2. Utvikle innsikt i hvilke faktorer som forklarer vekst og hva som er sentrale barrierer mot vekst.
3. Gjennomføre en analyse av politikkimplikasjoner - hvordan og i hvilken grad er det mulig å identifisere foretak med vekstpotensialer, og hvordan kan det gjennom politiske virkemidler i større grad stimuleres til utvikling av vekstforetak.

Dette er rammen for de analyser som presenteres i denne rapporten. Siden en del teoristoff fra prosjektet er presentert i en tidligere rapport (Nyborg 1999) og en del empirisk materiale er presentert i en bok (Spilling 2000)¹, vil framstillingen i denne rapporten ikke gi en fullstendig dekning av alle analyser gjennomført i prosjektet. Hovedvekten er på analyser gjort i siste delen av prosjektet.

I den siste fasen har hovedfokus i prosjektet dels vært å gjennomføre noen reviderte statistiske analyser av vekstforetaks omfang og rolle i økonomien. Mens sysselsetting tidligere har blitt anvendt som kriterium for definisjon av vekstforetak, har det nå blitt brukt mål for verdiskaping, og en del av analysen har gått på å se på sammenhenger mellom ulike typer mål (kapittel 3). En annen del tar for seg utviklingen av vekstforetak over noen flere år for å avklare i hvilken grad det er kontinuitet i det å være vekstforetak. Resultatene avslører betydelig grad av ustabilitet og åpner for nye innsikter i dynamikken i næringsutviklingen (kapittel 4).

I prosjektets siste del er søkelyset rettet mot næringspolitikken ved å undersøke i hvilken grad det kan utvikles en politikk for å stimulere utviklingen av vekstforetak. Her det først foretatt en gjennomgang av hva som

¹ Den aktuelle boka, "SMB 2000 – Fakta om små og mellomstore bedrifter i Norge" er egentlig en rapport fra prosjektet SMB-dokumentasjon som gikk over flere år. I prosjektets siste fase ble dokumentasjonen av SMB koordinert med analysen av vekstforetak, og flere av kapitlene i boka referer fra analysene av vekstforetak. Dette gjelder følgende:

2 "Vekst i små foretak – en analyse av fire eksempler"

6 "Utviklingen av bedrifts- og foretakspopulasjoner",

7 "Omfang av vekstforetak"

9 "Ledelse, utvikling og vekst i SMB".

finnes av internasjonalt stoff vedrørende politikk rettet mot små foretak generelt og politikk for stimulering av vekstforetak spesielt (kapittel 6). Med utgangspunkt i dette har vi så tatt for oss den norske politiske virkeligheten og undersøkt i hvilken grad den har noe fokus på vekstforetak. Så diskuteres avslutningsvis alternative strategier (kapittel 7).

Konklusjonen er at næringspolitikken mangler fokus på vekstforetak. Selv om økonomisk vekst og økt verdiskaping er overordnede mål for politikken, er det mange ulike interesser som konkurrerer om politikken oppmerksomhet. I dette bildet er det ikke noe klart fokus på vekstforetak. Der som det ønskes tilrettelagt for en mer dynamisk næringsutvikling, bør fokuset på vekstforetak gjøres klarere. Mye peker i retning av at det er nær sammenheng mellom en generell satsing på nyskaping og en satsing på vekstforetak. En revitalisering av innovasjons- og fou-politikken bør derfor gå hånd i hånd med en sterkere vektlegging av vekstforetak. Dette forutsetter bedre prosedyrer for identifisering av foretak med vekstpotensial, og en klarere konsentrasjon av virkemidlene rettet mot denne type foretak.

2 Analyse av vekstforetak

2.1 Introduksjon

Mens det har vært en omfattende forskning om små foretak over de siste 20-30 årene i Europa, er interessen for vekstforetak av relativt nyere dato, idet dette ikke har blitt satt på dagsorden før ut på 1990-tallet. Bakgrunnen for dette kan være at feltet har vært igjennom en "small is beautiful"-periode der alt smått var bra uansett hva det førte til. En forklaring kan også være at det lenge har eksistert en forestilling om, noe satt på spissen, at små foretak var ensbetydende med vekst. Særlig med utgangspunkt i den amerikanske forskeren David Birch (1979, 1988) har det spredd seg forestillinger om at små foretak generelt bidro til veldig mye av veksten i næringslivet, særlig med det fokuset som var på jobbskaping.² Dette har imidlertid blitt betydelig modifisert gjennom senere analyser som faktisk viser at det bare er en relativt liten andel av alle foretak som vokser av noe omfang. De fleste små foretak vokser derimot ikke. Hovedtendensen er at de forblir små, og svært mange av dem blir også nedlagt eller reduserer virksomheten.

Det at det er relativt få foretak som vokser, betyr at et lite mindretall får en helst spesiell betydning for dynamikken i næringslivet. Storey har tidligere konstatert at blant en gruppe nystartede virksomheter, kommer femti prosent av den samlede sysselsettingsveksten fra fire prosent av alle foretakene (Storey 1994). Veksten er altså svært skjevfordelt. I Norge synes dette å være enda skjevere. Forskjellige undersøkelser viser at rundt tre prosent av alle foretak skaper rundt 60 prosent av den samlede sysselsettingsveksten (Spilling 2000).

Det at en så liten andel av foretakene har så stor betydning for den samlede utvikling, kan være noe av bakgrunnen for at det de siste årene har vært en økende interesse for vekstforetak i forskning (Davidsson 1989, Reynolds 1993, Storey 1994, Davidsson og Delmar 1997, Delmar 1998, Wiklund 1998). Interessen for vekstforetak har også ført til ulike empiriske kartlegginger av de raskest voksende foretakene (GrowthPlus 1999, Ahrens og Partners 2000, Fortune 2000 – se boks 2.1), og interessen for vekstforetak har også blitt koplet til politikk-feltet (Storey 1994, OECD 2000b), om enn i mer beskjeden grad.

Hva menes så med et vekstforetak? I utgangspunktet kan det virke som et enkelt spørsmål. Vekst er noe som gjerne måles ved hjelp av ett eller flere kvantitative mål, som sysselsetting eller omsetning. For å kvalifisere som vekstforetak må denne veksten ligge over et visst nivå over en tidsperiode, f.eks. 50 prosent over tre år. Denne typen mål er også brukt i forskningen om

² Dette er en lang historie som vi ikke bruker plass på her, for en oppsummering kan vises til Spilling 1996.

vekstforetak, men til dels på en lite reflektert måte. Videre er det svært mange nyanser i bildet, små endringer av kriteriene kan gi store utslag både med hensyn til hvilke foretak som klassifiseres som vekstforetak og hvordan de blir rangert.

Det er altså betydelige problemer knyttet til definisjonen av vekstforetak. Og ikke bare det: Foretak som vokser kan organisere den voksende aktiviteten på mange ulike måter (jfr figur 2.1), og et bestemt mål for vekst vil i varierende grad fange opp de ulike typer vekst. Dermed inngår vekstforetak i en kontekst som også kan være viktig for forståelsen av det som skjer. Dermed blir det viktig hva slags teori man legger til grunn for analysen av vekst og hvilke analytiske modeller man operasjonaliserer analysen til.

2.2 Hva er vekst?

Begrepet vekst kan ha ulike typer meningsinnhold (Penrose 1959/1995). Dels kan det brukes som et uttrykk for en ren økning i mengde målt ut fra et kvantitativt mål, som økning i omsetning eller økning i et antall ansatte. I andre tilfelle kan vekst-begrepet brukes som uttrykk for en forbedring i kvalitet. Vekst er da noe som oppnås gjennom en utviklingsprosess. Generelt er vekst en prosess, mens størrelse er knyttet til en tilstand (Penrose 1959/1995).

Når et foretak vokser, kan det utvikle organisasjonen sin på ulike måter, og i analyser av vekst må dette reflekteres. Et første utgangspunkt er at det kan skjelnes mellom organisk og ikke-organisk vekst, det vil si om veksten skjer som et resultat av interne prosesser i foretaket, eller om vekst oppnås gjennom oppkjøp eller fusjonering. Dermed kan veksten organiseres på ulike måter i og utenfor foretaket, gjennom eksterialisering, outsourcing og liknende. I tillegg til dette kan man imidlertid også tenke seg en organisering av vekst i form av en portefølje-strategi ved at drivkraften i veksten ikke er knyttet til ett bestemt foretak, men til en entreprenør som organiserer flere foretak (Rosa and Scott 1995, 1999).

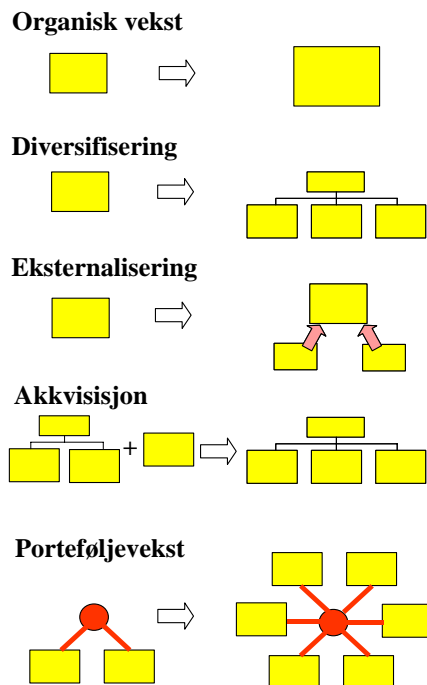
Ut fra dette kan det skjelnes mellom følgende alternative måter å organisere vekst på (etter Spilling 2000:146):

- a. organisk vekst – veksten skjer innad og som en naturlig prosess i bedriften og foretaket
- b. vekst gjennom diversifisering – deler av eksisterende virksomhet kan vokse og skilles ut i nye enheter. Dersom det skilles ut i egne foretak (datterselskap) vil sysselsettingsveksten og omsetningsveksten ikke registreres gjennom moderforetaket,
- c. vekst gjennom eksterialisering – en virksomhet kan ekspandere ved at intern virksomhet skilles ut i et frittstående selskap eller overtas av et bestående selskap som så står som underleverandør til det opprinnelige foretaket. Økt sysselsetting i den eksterialiserte virksom-

heten vil ikke registreres i det opprinnelige foretaket, derimot vil veksten kunne fanges opp i omsetningstall.

- d. vekst gjennom akkvisisjon – en virksomhet ekspanderer ved at andre foretak eller bedrifter fusjonerer inn. I slike tilfelle vil det på foretaksnivået kunne registreres både økt sysselsetting og omsetning uten at det er basert på 'reell' vekst i foretaket.
- e. porteføljevækst – enkelte entreprenører etablerer flere virksomheter som de kontrollerer gjennom eierskap. I slike tilfelle kan veksten i hver enkelt virksomhet være liten, mens veksten knyttet til den enkelte entreprenør likevel kan være betydelig. Slik vekst fanges imidlertid ikke opp gjennom statistikken siden det ikke anvendes noen form for registrering av porteføljer av foretak.

De ulike modellene for vekst er skissert i figur 2.1



Figur 2.1: Ulike modeller for vekst.

At vekst er et såpass mangfoldig fenomen, fører til at den er vanskelig å registrere i statistiske analyser knyttet til foretak og bedrifter. Det må nemlig reises spørsmål om hvilken enhet veksten skal registreres i forhold til – er

det foretak, bedrift, konsern, investor eller entreprenør? Våre statistiske kilder gir bare opplysninger om noen av disse enhetene, nemlig foretak og bedrifter. Dernest er det usikkert hvor drivkraften egentlig ligger. Det kan føre til en løsning om å analysere samlede næringsmiljøer framfor enkeltvirksomheter, slik som antydnet av Scott og Rosa (1999). Dette er imidlertid lite tilfredsstillende når poenget er å identifisere aktører. Selv om det ikke er fullt dekkende, vil vi derfor i det følgende knytte analysen til foretaksnivået, og vi betrakter dermed foretakene som de viktigste aktørene for å skape veksts.

2.3 Kriterier for vekst

Selv om vi avgrensner oss til kvantitative mål for vekst, er det en rekke alternative måter å registrere denne på. I prinsippet kan det skjelles mellom to typer kriterier for å måle vekst; enten a) knyttet til ulike typer ressurser som et foretak kontrollerer, som sysselsetting og kapital, eller b) knyttet til foretakets 'output' eller 'performance', det vil si hva foretaket på en eller annen måte 'presterer', der omsetning og verdiskaping³ er aktuelle variable (Barkham et al 1996).

De siste tjue årene har det vært meget stor oppmerksomhet i Europa rundt små foretaks rolle for å skape sysselsettingsvekst (Storey 1994, Spilling 1996a). Analyser av vekst i foretak har dermed i stor grad anvendt sysselsettingsvekst som kriterium. Dette kommer under det som foran er omtalt som et ressursorientert mål. Det andre kriteriet som har blitt mye brukt, er omsetning. Dette kommer inn under den andre kategorien, nemlig resultatorientert mål. Det er dette kriteriet som forøvrig brukes i de viktigste analysene senere i rapporten (jfr. kapittel 4 og 5).

I en systematisk studie av hvilke kriterier som benyttes for vekst, har Delmar (1998) gjennomgått 55 studier og analysert hva slags metoder som har vært anvendt for analysen, herunder hva slags kriterier som har blitt benyttet. Dette er gjengitt i tabell 2.1.

³ Vi kommer tilbake til ulike operasjonaliseringer av begrepene i neste kapittel. En vanlig anvendelse av verdiskapingsbegrepet, som blant annet er benyttet i prosjektet "Verdiskapende Norge", er følgende: Brutto verdiskaping = driftsresultat + lønn + avskrivninger (Fjeldstad et al. 2000:26).

Tabell 2.1: Indikatorer for vekst i et utvalg av undersøkelser av vekst. Kilde: Delmar 1998.

Indikator	Hyppighet
Omsetning/salg	17
Sysselsetting	16
Flere indikatorer	10
Performance	7
Markedsandel	3
Eiendeler (Assets)	1
Ikke rapportert	1
Sum	55

Det framgår av denne undersøkelsen at en klar majoritet av studiene har anvendt enten omsetning eller sysselsetting som vekstkriterier, i tillegg har en del studier anvendt flere indikatorer. Ved siden av dette er det noen studier som har anvendt såkalte 'performance'-kriterier, i denne sammenheng er dette subjektive vurderinger basert på hvor tilfreds foretaket er med sin utvikling. Noen ganske få studier har ellers anvendt markedsandel og eiendeler (assets).

Når man anvender kvantitative mål for vekst, må man ta standpunkt til ytterligere flere kriterier. Et viktig spørsmål er om man måler veksten i absolutte eller relative størrelser, idet dette gir nokså store forskjeller i resultater. I sin studie skjelnet Delmar mellom følgende metoder for å beregne veksten:

- absolutt
- relativ
- log absolutt
- log relativ.

I de studerte undersøkelsen hadde over halvparten brukt relative mål, mens noe mindre andeler hadde benyttet absolutte mål og logaritmiske mål.

I tillegg til dette må det ved analyse av vekst også tas standpunkt til hvilken tidsperiode det skal skje i forhold til, er det eksempelvis ett eller flere år, og beregnes måltallene for hele perioden samlet eller som gjennomsnitt for intervaller innenfor perioden. Det er en rekke tekniske forhold som man må forholde seg til, og som vi delvis vil komme tilbake til når vi presenterer våre egne empiriske resultater senere i rapporten.

Ett forhold som ikke er berørt i analysen til Delmar, men som vi har kommentert tidligere, er hvilken enhet målingen skal skje i forhold til. Det naturlige her er å benytte bedrifter eller foretak⁴ siden det er dette vi enklest vil kunne få opplysninger om. Men i praktiske undersøkelser er det da viktig å gjøre avgrensninger, f.eks. i forhold til datterselskap i større konserner, slik at man har data knyttet til enheter som representerer selvstendige aktører.

⁴ Det er viktig å være klar over næringsstatistikkens definisjoner av bedrift og foretak. Et foretak er den juridiske enheten som kan bestå av flere bedrifter. En bedrift er en funksjonell enhet som f.eks. en produksjons- eller salgsavdeling jfr. Spilling 2000.

Ved siden av dette kan det også være aktuelt å stille andre krav til de foretakene man undersøker, for at de skal kunne godkjennes som vekstforetak, f.eks. krav om uavhengighet i forhold til andre foretak. I noen tilfelle kan også anvendes mer spesielle krav, som at det skal være en entreprenør knyttet til foretaket gjennom en minste eierandel. Men i et slikt tilfelle vil fokus være like mye på entreprenøren knyttet til foretaket som vekstforetaket i seg selv.

Slike typer kriterier anvendes i flere av de rankingene over de raskest voksende foretakene som nå årlig utarbeides i ulike deler av verden. I boks 2.1 er det gitt en sammenstilling av hvilke kriterier som gjelder i tre slike undersøkelser, nemlig:

- Europe's 500 – Europas 500 raskest voksende foretak
- Fortune 100 – USAs hundre raskest voksende foretak
- Ahrens og Partners rangering av de førti raskest voksende foretak i Norge.

Disse rankingene har det til felles at alle anvender relativ omsetningsvekst som hovedkriterium og at det stilles krav om en minste størrelse. For øvrig varierer det en god del hva slags tilleggskriterier som anvendes, for eksempel med hensyn til tidsperiode, krav til lønnsomhet, krav om organisk vekst, entreprenørens rolle og avhengighetsrelasjoner.

Når det gjelder de konkrete resultatene av disse rankingene, vil vi spesielt komme tilbake til Ahrens og Partners rangering i kapittel 4.

Boks 2.1: Oversikt over anvendte kriterier for rangering av de hurtigst voksende foretak.

Europe's 500 (1999): Rangeringen gjelder i forhold til selskaps utvikling fra 1993 til 1998.

Krav til å komme med på rankingen:

1. *Entreprenørs involvering*: Entreprenøren eier minst 15% av ikke børsnoterte selskapet (eller minst 5% dersom det er børsnotert)
2. *Uavhengighet*: Selskapet skal ikke høre til noe annet selskap eller gruppe. Ingen institusjonell eier skal eie mer enn 50% av selskapet.
3. *Vekst i omsetning*: Omsetningsveksten skal være på minst 50% mellom 1993 og 1998. Det skal i tillegg være en minste sysselsettingsvekst på 33%
4. *Organisk vekst*: Både vekst i omsetning og sysselsetting skal i alle fall for en del være organisk, det vil si at foretak som bare har vokst gjennom akquisisjon er ekskludert.
5. *Overskudd*: Selskapene må ha gått med overskudd i 1998 eller i 1999, eller dersom dette ikke er tilfelle, skal det ikke være problemer knyttet til underskuddene. Siden teknologibaserte foretak ofte går med underskudd i forbindelse med tidlig rask vekst, har det blitt gjort unntak for noen foretak.
6. *Min/maks størrelse*: Selskapene skulle ha minst 50 sysselsatte i 1993 og ikke over 5000 sysselsatte i 1993.

7. *Alder*: Foretakene skulle være minst tre år gamle, det vil si at de er grunnlagt senest i 1996.
(Kilde: GrowthPlus 1999: Europe's 500. Europe's most dynamic entrepreneurs.)

Fortune's 100 fastest-growing companies (2000).

Krav til å komme med på rankingen:

1. Basert i USA
2. Har vært operative i minst tre år
3. Har en markedsverdi (market capitalization) på minst 50 millioner dollar
4. Minst 30% årlig relativ vekst i omsetning og utbytte
5. Overskudd (i siste periode)

Rankingen er basert på score for vekst i omsetning, EPS (earnings per share) og "stock-market return".

(Kilde: Fortune 2000/no 17)

Ahrens og Partners rangering av vekstforetak i Norge (2000), gjelder for foretak i perioden 1994-99.

1. Omsetning på minst 5 millioner NOK i 1994 og 50 millioner i 1999
2. Minst 50 sysselsatte i gjennomsnitt i 1999
3. Gjennomsnittlig driftsmargin (driftsoverskudd i forhold til omsetningen) i perioden 1994-1999 skal være positiv
4. Omsetningsveksten skal ikke være under 20% i mer enn to av de fem årene i perioden 1994-99
5. Salg til en enkeltkunde skal ikke overstige 50%
6. Veksten skal være organisk (i beregningene korrigeres det for eventuell vekst oppnådd gjennom akkvisisjon)

(Kilde: Ahrens og partners 2000.)

2.4 Typologier for vekstforetak

Innenfor forskning om små foretak generelt og vekstforetak spesielt er det i liten grad utviklet typologier (Spilling 1996b). I analyser av vekstforetak er tilnærmingene i hovedsak basert på enkle klassifiseringer ut fra om foretak vokser eller ikke vokser (Storey 1994), eller ut fra en gradering av vekstens tempo slik som Reynolds (1993) som rangerte fra "high performers" til "typical performers" og "declining performers". Det har også vært trukket inn analogier til dyr og eksempelvis skjelnet mellom elefanter, mus og gaseller.⁵ Se for øvrig sammenstillingen i boks 2.2.

Et kjennetegn ved disse typologiene er at de er basert på meget enkle kriterier. Det er for eksempel ingen av de refererte som inkluderer mer sammensatte kriterier, eksempelvis slik som er brukt for rangeringene av de raskest voksende foretakene (jfr boks 2.1). Et unntak fra dette er Vyakarnam et al (1998) som definerte et hurtigvoksende foretak (high growth firm) som

⁵ David L. Birch i foredrag på International Council of Small Business, Stockholm 1996.

et foretak som økte salget med femten prosent per år over minst tre år, hadde minst 10 prosent i overskudd og som økte antall ansatte.

Boks 2.2: Typologier av vekstforetak.

Reynolds 1993	high performers strong performers good performers typical performers declining performers
Storey 1994	failures, trundlers, flyers
Smallbone, Leigh and North 1995	high growth strong growth moderate growth stable declining
Birch 1996	elephant, mouse, gazelle
Delmar and Davidsson 1998	steady absolute sales growers acquisition growers employment growers one-shot growers super growers steady over-all growers erratic sales growers

At typologier for vekstforetak er såpass lite utviklet, kan tas som et uttrykk for at forskningen om vekstforetak er i en tidlig utviklingsfase. Som kommentert av Delmar (1998) har feltet vært lite metodisk utviklet, og dette var utgangspunktet for bl.a. en bred statistisk analyse gjennomført av Delmar og Davidsson (1998) der utviklingsmønstrene i et stort antall svenske foretak ble analysert ved å bruke en rekke forskjellige vekstkriterier og så gjennomføre clustre-analyse. Dette ga grunnlag for en typologi der det skjelnes mellom nokså forskjellige mønstre for vekst, og der veksten kan oppnås på forskjellige måte (jfr. boks 2.2). Dette viser at vekst langt fra er noe entydig slik man kan få inntrykk av i tidligere forskning på feltet.

2.5 Modeller for analyse av vekstforetak

Når utviklingen av vekstforetak skal analyseres, vil man ofte være interessert i å identifisere faktorer som har betydning for at et foretak lykkes i å vokse eller ikke. For å gjøre slike analyser, er det utviklet mange modeller som trekker fram ulike typer faktorer (Gibbs and Davies 1990).

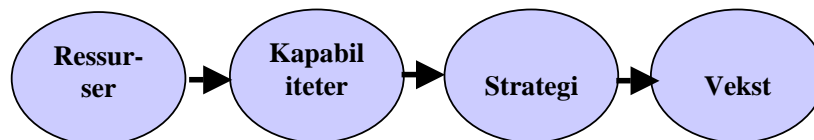
Et utgangspunkt for slike modeller er at vekst oppfattes som et sentralt mål for et foretaks utvikling, idet en antar at det er nær sammenheng mellom hvor godt et foretak fungerer generelt (performance) og foretakets vekst (Wiklund 1998). Mange fremhever at vekst er en viktig strategi for små foretak (Storey 1994), og det er foreslått at vekst er den mest hensiktsmessige indikatoren for et foretaks måloppnåelse (Brush og van der Werf 1992). Men det kan også rensoneres på vekst til fordel for vektlegging av overskudd (Zahra 1991). I de modellene som er gjennomgått i det følgende, er det vekst som er valgt som det sentrale målet for foretakenes utvikling.

Den ressursbaserte modellen

Når man skal studere vekstforetak, er det naturlig å gå tilbake til klassikeren innenfor feltet, nemlig Edith Penrose som i 1959 presenterte sin studie "The theory of the growth and the firm" (Penrose 1959/1995). Denne studien introduserte det som senere har blitt karakterisert som det ressursbaserte perspektivet, som analyserer foretak ut fra de ressursene det organiserer:

Thus, a firm is more than an administrative unit; it is also a collection of resources the disposal of which between different uses and over time is determined by administrative decision" (Penrose 1959/1995:24).

I henhold til denne forståelsen av foretak, kan veksten sies å bli bestemt av de produksjonsmuligheter som eksisterer ut fra de produktive ressursene som et foretak kontrollerer og måten det organiserer og utnytter disse ressursene på. I henhold til denne modellen er foretakets ressurs og kapabiliteter utgangspunktet for å formulere en strategi, som igjen er grunnlaget for vekst (figur 2.2). De ressursene et foretak har kan klassifiseres i ulike typer, som finansielle, teknologiske, fysiske, menneskelige, organisatoriske og renommé (Hofer og Schendel 1978). Et foretaks kapabiliteter gjelder derimot de egenskaper ved et foretak som gjør det i stand til å koordinere og utnytte sine ressursene (Stalk, Evans og Shulman 1992). Derfor er det ut fra det ressursbaserte perspektivet slik at foretakslederen må velge en hensiktsmessig strategi for å få mest mulig ut av foretakets ressursene og kapabiliteter (Grant 1991).



Figur 2.2: Ressursbasert modell for analyse av vekst (Grant 1991).

Imidlertid vil ikke alle ressurser som et foretak kontrollerer kunne bidra til vekst. Bare de ressurser som på en eller annen måte er unike, vil bidra til at foretaket utvikler seg bedre enn andre foretak og kan realisere høy vekst. Videre lever foretaket i en konkurranseøkonomi, og den konkurransemessige verdien av ressurser kan økes eller reduseres avhengig av forskjellige ytre forandringer, som teknologisk endring, konkurrenters adferd, og endringer i markedet (Porter 1991:108).

Entreprenør-modellen

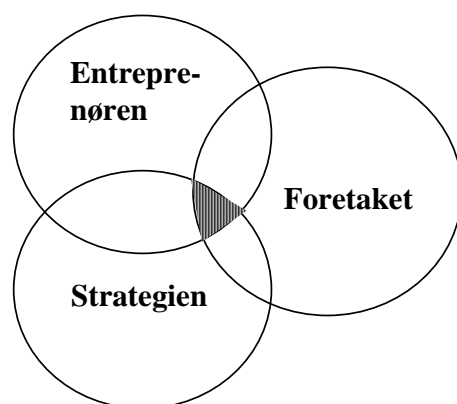
Et problem med den ressursbaserte modellen for analyse av vekst, er at den ikke tar direkte hensyn til at motivasjonen hos entreprenøren kan ha stor betydning for foretakets utvikling. Det kan videre være vanskelig å forutse hvilken utvikling et lite foretak vil ha:

In any case, the decision to search for opportunities is an enterprising decision requiring entrepreneurial intuition and imagination and must precede the 'economic' decision to go ahead with the examination of opportunities for expansion (Penrose, 1959/1995:34).

I nyere forskning om utvikling av foretak har nettopp dette blitt vektlagt. Eksempelvis har Davidsson (1991) utviklet en forklaringsmodell for vekst basert på motivasjon som hovedfaktor, og der motivasjonen for vekst i foretaket forklares ut fra underliggende faktorer som evne, behov og muligheter. Her gjøres det i analysen et skille mellom hvordan evne, behov og muligheter på den ene siden kan sies å foreligge 'objektivt', og på den andre side den subjektive forståelsen entreprenøren selv har, det vil si hvordan han eller hun *oppfatter* sin evne til vekst, samt hvilke behov og muligheter det er for å realisere dette (Spilling og Jordfald 1998).

En viktig forskjell mellom store og små foretak er den nære sammenhengen det er i små foretak med hensyn til ledelse og eierskap, og ofte vil også ledelsen av slike foretak bli ivaretatt av den som har startet foretaket, det vil si entreprenøren (Spilling 1998). Mer generelt er det i slike sammenhenger tendenser til å gjøre begrepet leder synonymt med entreprenør (Vyakarnam et al 1998). Selv om det ikke er dekkende å sette likhet mellom de to (Spilling 1998), kan det likevel være praktisk for den type analyse vi er inne på her. Poenget er å analysere ulike sider ved lederen og entreprenøren, og identifisere egenskaper ved vedkommende som kan forklare vekst.

David Storey har i en sammenstillende analyse av faktorer som forklarer vekst formulert en modell som vektlegger tre hovedfaktorer, nemlig entreprenøren, foretaket og strategien (figur 2.3). For hver av disse hovedfaktorene kan et stort antall variable eller karakteristika undersøkes. Poenget med modellen er at vekst bare finner sted i foretak som tilfredsstillende et begrenset antall kombinasjoner av egenskaper ved de tre hovedfaktorene. De fleste kombinasjoner gir ikke vekst, det er bare en mindre andel av alle foretak som tilfredsstillende de krav som må til for å gi vekst. Forskningens mål er således å identifisere de faktorer og kombinasjoner av disse som må være tilfredsstillende for å gi vekst.



Figur 2.3: Storey's modell for analyse av vekst (Storey 1994).

Det har vist seg å være ganske komplisert. Det avsløres en langt mer mangfoldig virkelighet enn det analysemodellen kan gi inntrykk av. Av de rundt femti forskningsarbeider om vekst som Storey har gjennomgått, framkommer en god del forskjellige og tildels motstridende resultater. Dette kan blant annet henge sammen med at ulike metodiske tilnærminger har vært benyttet, og det har vært stilt ulike spørsmål i ulike prosjekter. – Man får ikke svar på andre spørsmål enn de man stiller, og måten man stiller spørsmålene på vil også være avgjørende for hva slags resultater som oppnås. Det kan imidlertid også være en forklaring på situasjonen at området vekstforetak er et så komplisert felt at det ikke er mulig å utvikle enkle modeller som forklarer de viktigste sammenhengene.

Det er således ikke mulig å gi en entydig oppsummering av resultatene i denne forskningen, men noen hovedtendenser kan trekkes fram: Blant egenskaper knyttet til entreprenøren er det tendenser til at det er sammenhenger mellom motivasjon, alder, utdanning, tidligere erfaring og hvorvidt entreprenøren er et team, og tilbøyeligheten til vekst i foretaket. Når det gjelder

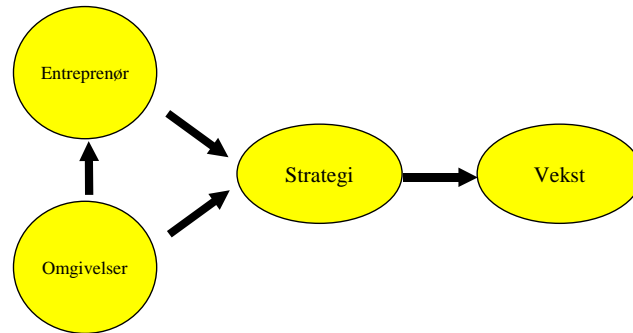
foretaket, er det tendenser til at yngre og mindre foretak vokser mer enn eldre og større foretak. Videre påpekes at det er sammenhenger mellom næringer og vekst – i noen næringer er sannsynligheten for at et foretak skal vokse mye større enn i andre næringer. Tilsvarende er det visse sammenhenger mellom lokalisering og vekst. Endelig, når det gjelder strategi, ser det særlig ut til å være positiv sammenheng mellom vekst og det at det arbeides aktivt med produktutvikling og markedsposisjoner. Men også andre faktorer kan ha betydning (Storey 1994).

Det viktigste bidraget fra entreprenørmodellen er dens vektlegging av entreprenørskapet for å forstå vekst. Her ligger en viktig drivkraft i utviklingen av foretak. Det er også forskning som peker i retning av, slik som nevnt foran, at mulighetene for å vokse synes å være større dersom entreprenørskapet gjennomføres av et team, det vil si to eller flere personer (Barkham et al 1996).

Omgivelses- og strategiperspektivet på vekst

Mange forskere er enige om at forskjellige strategier kan følges under de samme betingelser i omgivelsene. Det er åpent for ulike strategiske valg. Det finnes to hovedtilnærminger til å studere hvordan omgivelsene influerer på et foretaks strategi. Porter (1980, 1985) og Fombrun og Wally (1989) argumenterer for at det er de 'harde fakta' knyttet til omgivelsene som influerer strategivalg, slik som konkurrenter, vekstmuligheter, teknologi, produkters livssyklus, turbulens og usikkerhet. Andre framhever betydningen av hvordan foretaksledelsen oppfatter omgivelsene, og hvordan dette influerer på strategiutformingen. Begge tilnærminger gir viktige bidrag og kan anvendes i samme modell for analyse (Dess og Beard 1984), noe som er forsøkt illustrert i figur 2.4.

Det kan derfor argumenteres for at det i analysemodellen både må inkluderes objektive omgivelsesfaktorer og de subjektive oppfatninger av disse faktorene (Miles et al 1978). Porter (1985) har identifisert to hovedfaktorer som hindrer et nytt foretak i å starte: strukturelle barrierer og reaksjoner fra eksisterende foretak. Porter argumenterte videre for at et foretak som har resultater over gjennomsnitt, har dette i kraft av sin konkurransevne. Han identifiserte tre generiske strategier som alle foretak kan utvikle uavhengig av foretakenes alder og næring; dette gjelder å konkurrere på kostnader, på differensiering, eller på fokusering. Hver av disse strategiene gir ulike veier til konkurransefortrinn.



Figur 2.4: Omgivelses-strategi-perspektivet for analyse av vekst.

Små foretak har antakelig større behov for å tilpasse sin strategi til omgivelsene enn større foretak, og nettopp dette blir ofte framhevet som en viktig forskjell på store og små foretak (Jenning og Beaver 1997). Dette perspektivet innebærer et alternativ til den ressursbaserte modellen siden fokus er på foretakets relasjoner til sine omgivelser heller enn på interne prosesser i foretaket.

Fasemodellen for vekst

En mye benyttet modell for analyse av utviklingsmønstre i foretak er fase-modellen. I følge denne gjennomgår et foretak ulike faser i sin utvikling. Etter hvert som foretakene gjennomgår de ulike faser, opplever de likartede problemer knyttet til de forskjellige fasene, og problemene er særlig store ved overgang fra en fase til en annen (Adizes 1989). Foretakene, særlig de mindre, oppfattes som å gå gjennom en sekvens av vekstfaser. Det varierer hvor mange faser utviklingen deles inn i, dette kan være fra tre-fire (Steinmetz 1969, Velu 1980) til fem (Greiner 1972, Churchill and Lewis 1983) eller opp til så mange som ti faser (Deeks 1976). Selv om det har blitt utviklet mange forskjellige modeller, er de konseptuelt nokså like. Det er derfor hensiktsmessig å betrakte dem som en type modell, og vi vil i det følgende holde oss til en fem-fase modell.

En slik modell har blant annet blitt foreslått av Scott og Bruce (1987) og innebærer at et foretak utvikles gjennom oppstartfasen (unntfangelse) til overlevelse, vekst, ekspansjon og modning. Når et foretak er i en bestemt fase, foregår det en jevn eller rolig utvikling. I overgangen mellom fasene kan det derimot være en turbulent og krisepreget utvikling der foretaket gjennomgår mer radikale endringer. Denne fasemodellen er gjengitt i tabell 2.2.

Tabell 2.2: Fem-fase modell for foretaksutvikling. Etter Storey 1994 (s. 121) som igjen er basert på Scott og Bruce 1987.

Fase	Ledelsens rolle	Ledelsesstil	Organisasjonsstruktur
Oppstart	Direkte styring/ veiledning	Entreprenøriell, individualistisk	Ustrukturert
Overlevelse	Veiledning	Entreprenøriell, administrativ	Enkel
Vekst	Delegering, koordinering	Entreprenøriell, koordinerende	Funksjonell, sentralisert
Ekspansjon	Desentralisering	Profesjonell, administrativ	Funksjonell, desentralisert
Modning	Desentralisering	Overvåking (Vaktbikkje)	Desentralisert, funksjonell/ produktorientert

Det er videre implisert i modellen at ledelse og organisasjon i foretaket endres ved overgang mellom fasene, og slik at et foretak i den siste fasen vil være radikalt annerledes enn i den første fasen.

Det viktigste bidraget fra denne type modeller er å understreke at det å vokse medfører å gjennomgå faser som innebærer ulik organisering, ulik ledelsesrolle og ledelsesstil i foretaket. Å lede et stort og modent foretak er noe ganske annet enn å lede et foretak i oppstartfasen. Mens det første påkaller egenskaper som kjennetegner entreprenører, vil det andre som hovedtendens legge vekt på overvåking og desentralisering.

Slike modeller må imidlertid ikke tolkes dit hen at alle foretak gjennomgår alle fasene. Tvert imot er det slik at de fleste foretak ikke kommer lenger enn til fase en eller to, og det kan også være store variasjoner med hensyn til hva slags ledelsesstil og organisasjonsstruktur som anvendes i ulike faser. Overgangen mellom faser kan også variere (Storey 1994). Derfor må ikke slike modeller tas for bokstavelig, men mer brukes som en hjelp til å utvikle et begrepsapparat som gir grunnlag for å forstå noen prosesser som er sentrale for foretak som vokser.

2.6 Integreert modell

Med utgangspunkt i den foregående gjennomgangen er det i det følgende forsøkt skissert sammen en modell som skal samle de ulike perspektiver på å forklare vekst. Nå er det riktignok slik at man må konsentrere seg om noen perspektiver, det er ikke mulig å inkludere 'alle' forhold i analysen. Men det er likevel ønskelig å forsøke å utvikle en mer generisk modell som ivaretar, i alle fall på et visst aggregert nivå, de ulike typer faktorer som er dekket av de modellene vi har beskrevet.

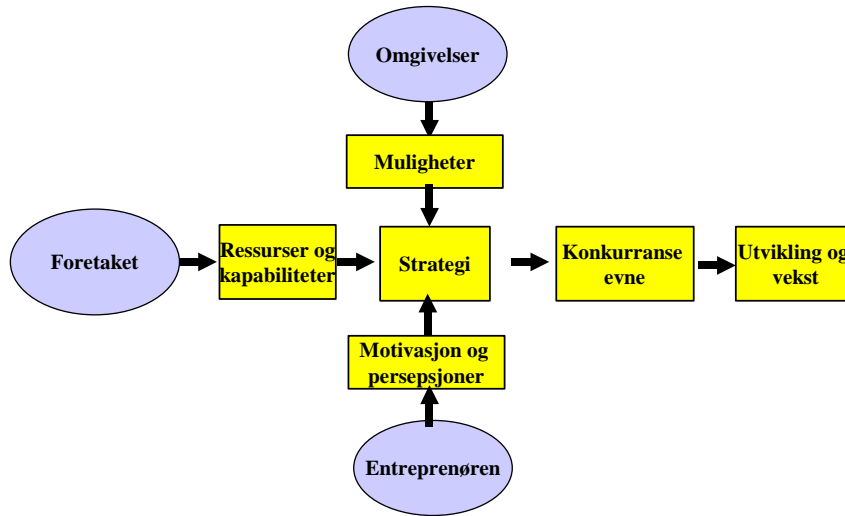
De ulike modellene legger hovedvekten på ulike aspekter av prosesser eller relasjoner som antas å ha betydning for å forklare vekst. Ressurser, for eksempel, gir foretak et vekstpotensial, men disse må utnyttes for å gi resul-

tater. Evnen til å utnytte ressursene kan formuleres i kapabiliteter, men fortsatt er det ikke tatt eksplisitt hensyn til entreprenøren eller lederen som handlende aktør.

Om vi går til strategi-perspektivet, kan det hevdes at strategier er tilpasset de omstendigheter som foretaket er i (Jenning og Beaver 1997). Strategier er basert på manipulering av en begrenset mengde ressurser, og reflekterer personlige preferanser og holdninger av foretakets entreprenør eller leder. Slik vil strategien være nært relatert til, og begrenset av, både ressursbasen til foretaket og foretakets omgivelser, så vel som entreprenørens motivasjon.

I følge Porter (1985) er konkurransen helt avgjørende for suksess eller fiasko for et foretak. Konkurransestrategien har som mål å etablere en profittabel og levedyktig posisjon i forhold til de krefter som bestemmer konkurransen. Han legger vekt på konkurranseevne som avgjørende for foretakets utvikling og resultater. Konkurranssevnen henger nøye sammen med og springer ut av foretakets evne til verdiskaping. Konkurranssevne gjelder hvordan et foretak praktiserer de tre generiske konkurransestrategiene (Porter 1980) for å oppnå høy vekst, nemlig konkurranse på kostnader, differensiering eller fokusering. I det lange løp er det fundamentale grunnlaget for å oppnå en utvikling over gjennomsnittet at foretaket klarer å opprettholde vedvarende konkurransefortrinn.

Med utgangspunkt i Porters referanseramme har vi i figur 2.5 skissert et forslag til integrert modell for analyse av sammenheng mellom konkurranseevne og vekst, der konkurransevnen videre er relatert til de viktigste faktorene vi har diskutert i forbindelse med de tidligere modellene.



Figur 2.5: Forslag til en integrert modell for analyse av vekst.

Det bør understrekes at poenget med en slik modell ikke er å gi svar på hvordan ting alle ting henger sammen, men å tilrettelegge for en forståelse av *noen* sammenhenger og gi en referanse som sammenhenger kan analyseres *i forhold* til. I denne sammenheng er det behovet for å ha et grunnlag for å diskutere næringspolitikken og dens implikasjoner i forhold til vekstforetak. Dette kommer vi tilbake til i de to siste kapitlene.

3 Vekst og verdiskaping

3.1 Innledning

Formålet med dette kapitlet er å se systematisk på ulike kriterier for vekst, med et særlig fokus på verdiskaping, og så se på hvilken sammenheng det er mellom ulike målene. Som det er kommentert tidligere i rapporten, er de vanligste indikatorer som brukes for vekst knyttet til omsetning og sysselsetting, mens indikatorer knyttet til verdiskaping praktisk talt ikke har forekommet i forskningen på området. Det er derfor viktig å få studert dette nærmere. Vi vil særlig se på hva slags sammenheng det er mellom verdiskapingsmålene og sysselsetting og omsetning.

Det er analysert endringer i sysselsetting og omsetning og hvilke sammenhenger det er mellom disse og endringer i verdiskaping. Som mål for verdiskaping er benyttet brutto verdiskaping, driftsresultat og resultat før skatt. I tillegg har vi lagt til grunn endring i egenkapital og totalkapital som alternativt mål for vekst, men også for å se på sammenhengen mellom endringer i disse variablene og utviklingen i egenkapital og totalkapital. Utbytte er tatt med som kontrollvariabel. Det kan videre være interessant å se om det er sammenheng mellom utbetaling av utbytte og vekst i størrelse og verdiskaping, og samtidig se dette i forhold til utviklingen i egenkapitalen.

Boks 3.1: Mål for vekst og økonomisk verdiskaping.

Brutto verdiskaping: Driftsresultat + avskrivninger + lønn og sosiale kostnader.

Driftsresultat: Resultat før renter og skatt

Resultat: Resultat før ekstraordinære poster og skatt

Utbytte: Regnskapsmessig avsetning av inneværende års disponible overskudd.

Egenkapital: Sum aksjekapital og annen egenkapital

Totalkapital: Sum kortsiktig gjeld, langsiktig gjeld og egenkapital.

3.2 Verdiskapningsmål

Ulike mål kan tas i bruk når et foretaks lønnsomhet og verdiskaping skal vurderes med utgangspunkt i tall fra regnskapene. Vi har lagt til grunn brutto verdiskaping, driftsresultat og resultat før skatt, jfr boks 3.1.

Brutto verdiskaping er benyttet som mål og uttrykk for den verdien som skapes for alle involverte i foretaket, inkludert ansatte, kreditorer, eiere og offentlige myndigheter. Måltallet kan ses som en form for driftsmargin

som ikke utelukkende ses fra en bedriftsøkonomisk side, men også som en tilnærming til mål for verdiskapning sett fra et sosialøkonomisk perspektiv.

Driftsresultat er uttrykk for den verdiskapning som relateres til et foretaks ordinære aktiviteter og som kommer kreditorene, eierne og de offentlige myndigheter til gode. Resultat før skatt er benyttet som mål for den del av verdiskapningen som tilfaller eierne og offentlige myndigheter i form av skatt etter dekning av forpliktelser til foretakets kreditorer.

Verdiskapningsvariable med utgangspunkt i regnskapene er alltid omgitt med støy, det vil si variasjoner knyttet til eksempelvis selskapenes måte å føre regnskap på. Variasjoner i disse variablene kan derfor uttrykke helt andre forhold enn variasjoner i den reelle verdiskapningen. Graden av støy varierer mellom foretak. For noen foretak kan regnskapene gjengi kontantstrømmene rimelig godt, for andre kan regnskapene gi et svært misvisende bilde. Regnskapsstørrelser og forholdstall beregnet med utgangspunkt i disse må derfor brukes med varsomhet.

I undersøkelsen av hvordan de ulike mål for vekst og verdiskapning henger sammen, har vi tatt utgangspunkt i regnskapsopplysninger for foretak registrert i perioden 1992-97. For å holde datamengden på et overkommelig nivå, er det valgt ut foretak med minst 20 millioner i omsetning eller minst 20 sysselsatte i 1994. Det er videre et krav at foretakene skal ha eksistert i hele femårsperioden som undersøkelsen gjelder. Populasjonen som undersøkelsen gjelder er på vel 8.700 foretak.

3.3 Er det sammenheng mellom endringer i sysselsetting, omsetning og verdiskapning?

Resultater av undersøkelsen er presentert i de etterfølgende tabellene. Til grunn for undersøkelsen ligger analyser av endringer i de variablene som er skissert foran. Endringene kan beregnes på flere måter, og vi har benyttet følgende mål for endring i de ulike variable:

- gjennomsnittlig årlig prosentvis endring i perioden 1992-97
- samlet prosentvis endring for hele perioden 1992-97
- samlet absolutt endring for hele perioden 1992-97.

Alle beregninger er gjort for alle næringer samlet. Det kan tenkes at det er variasjoner mellom næringer, men det er ikke undersøkt. Resultater av korrelasjonsanalysen mellom de ulike endringsvariable er gjengitt i tabell 3.1, og her er det en tabell for hver av de tre måtene endringene er beregnet på.

Det mest slående med denne analysen er at endringer i sysselsettingen ikke gir noen sammenheng med endringer i de andre variablene så lenge vi holder oss til relative endringer. Korrelasjonskoeffisientene er så nær null

som det er mulig å komme. Den eneste sammenhengen som er signifikant, er mot brutto verdiskaping når endringen er beregnet relativt for hele perioden (tabell 3.1.B). Men her er sammenhengen til overmål negativ – økning i brutto verdiskaping gir faktisk reduksjon i sysselsetting.

Dette innebærer med andre ord at når vi er opptatt av vekst i verdiskaping, er relative sysselsettingsendringer uegnet som indikator for vekst på foretaksnivået. Heller ikke mellom sysselsetting og omsetning er det noen statistisk sammenheng. Det innebærer med andre ord at organisatoriske endringer av den typen som er diskutert tidligere som ledd i vekststrategier er viktige (kapittel 2.2), og at sysselsetting som indikator på foretaksnivå dermed ikke fanger opp endringer i verdiskaping på en hensiktsmessig måte.

En tilleggsforklaring på den manglende samvariasjonen mellom sysselsetting og brutto verdiskaping, kan være at bransjer og industrier er avhengige av å få på plass infrastruktur og organisasjon før foretaket begynner å generere inntekter, noe som er tilfellet for kapital- og investeringsintensive bransjer som for eksempel telekommunikasjonssektoren.

Mens sysselsetting viser seg som uegnet indikator for vekst i verdiskaping, forholder det seg vesentlig annerledes for omsetning. Her viser dataene at det er signifikante sammenhenger mellom endringer i omsetning og endring i brutto verdiskaping for alle måter å beregne endringene på. Selv om korrelasjonen kan sies å være noe lav, 0,2 for årlige prosentvise endringer, og 0,3 ved prosentvis endring over hele perioden, er den klart signifikant. En virkelig høye korrelasjonskoeffisient får vi derimot når endringen beregnes i absolutte verdier, da er den på 0,6.

Konklusjonen på dette er dermed at endringer i omsetningen gir en mye bedre indikator for endringer i verdiskapingen, enn det sysselsetting gir. Det er derfor langt å foretrekke å bruke omsetningsendringer som indikator for vekst i verdiskapingen. Dette styrkes ellers av at omsetningsendringene også har flere positive korrelasjoner mot de øvrige økonomiske resultatvariable som er benyttet i analysen.

Tabell 3.1: Korrelasjonsanalyser av endringer i omsetning, sysselsetting og verdiskapingsmål 1992-97.

A. Endringer basert på gjennomsnittlig årlig prosentvis endring.

	Om- setning	Syssel- setting	Brutto verdiskapn.	Drifts- resultat	Res. før skatt	Utbytte	Egen- kapital	Total- kapital
Omsetning	1,000							
Sysselsetting	0,001	1,000						
Bto. verdiskapning	0,202***	-0,016	1,000					
Driftsresultat	0,009	0,004	0,307***	1,000				
Resultat før skatt	0,038**	0,002	0,922***	0,266***	1,000			
Utbytte	-0,005	0,000	0,002	0,135***	0,106***	1,000		
Egenkapital	0,031**	0,003	-0,867***	-0,396***	-0,849***	0,014	1,000	
Totalkapital	0,012	0,004	-0,897***	-0,420***	-0,873***	0,012	0,960***	1,000

Signifikant på nivå: * 0,05 **0,01 ***0,001

B. Endringer basert på relativ endring (%) for hele perioden.

	Om- setning	Syssel- setting	Brutto verdiskapn	Drifts- resultat	Res. før skatt	Utbytte	Egen- kapital	Total- kapital
Omsetning	1,000							
Sysselsetting	0,003	1,000						
Bto. verdiskapning	0,304***	-0,054***	1,000					
Driftsresultat	0,063***	-0,019	0,857***	1,000				
Resultat før skatt	0,050***	0,008	0,808***	0,856***	1,000			
Utbytte	-0,002	-0,003	0,002	0,004	0,002	1,000		
Egenkapital	-0,004	0,018	-0,524***	-0,521***	-0,500***	-0,001	1,000	
Totalkapital	0,013	0,019	-0,884***	-0,916***	-0,911***	-0,001	0,567***	1,000

Signifikant på nivå: * 0,05 **0,01 ***0,001

C. Endringer basert på absolutt endring for hele perioden.

	Om- setning	Syssel- setting	Brutto verdiskapn.	Drifts- resultat	Res. før skatt	Utbytte	Egen- kapital	Total- kapital
Omsetning	1,000							
Sysselsetting	0,297	1,000						
Bto. verdiskapning	0,630***	0,178***	1,000					
Driftsresultat	0,529***	0,000	0,930***	1,000				
Resultat før skatt	0,478***	0,230***	0,884***	0,911***	1,000			
Utbytte	0,321***	0,001	0,405***	0,442***	0,476***	1,000		
Egenkapital	0,377***	0,008	0,608***	0,626***	0,622***	0,459***	1,000	
Totalkapital	0,238***	0,100***	0,602***	0,649***	0,584***	0,358***	0,784***	1,000

Signifikant på nivå: * 0,05 **0,01 ***0,001

Analysene indikerer videre at det er høy positiv korrelasjon mellom vekst i brutto verdiskapning, driftsresultat og resultat før skatt, med unntak av korrelasjon mellom vekst i brutto verdiskapning og vekst i driftsresultat basert på gjennomsnittlig prosentvis årlig endring, som viser en noe svakere sammenheng.

Endringen i avsetning til utbytte viser liten eller ingen sammenheng med veksten i de andre variablene som er omfattet av analysen. Dette kan forklares ved at utbytte ofte er gjenstand for skatteplanlegging og at norske selskaper tradisjonelt sett utbetaler lite utbytte til sine eiere. Videre er det grunn til å tro at få foretak foretar utbetaling av utbytte i perioder med vekst. Dette vil selvfølgelig være avhengig av hvor kapitalintensiv virksomheten er og hvorvidt investeringene går med til å finansiere selve driften eller ikke.

Vekst målt ved endring i egenkapital og totalkapital viser liten eller ingen sammenheng med vekst målt ved endring i omsetning og sysselsetting. Ser vi på sammenhengen mellom vekst i brutto verdiskapning, driftsresultat og resultat før skatt, og vekst i egenkapital og totalkapital, er det til dels sterk negativ korrelasjon mellom disse målene, dog med unntak av beregningene basert på absolutt endring som viser en klar positiv sammenheng. Dette er noe oppsiktsvekkende og vanskelig å forklare.

I de neste to tabellene, tabell 3.2 og 3.3, har vi sett mer detaljert på samvariasjonen mellom endringer i henholdsvis sysselsetting og omsetning i forhold til de andre variablene. Begge tabeller gjelder prosentvise endringer for hele perioden.

Tabell 3.2 vedrørende endringer i sysselsettingsendringer viser at blant de vel 6000 foretakene som det foreligger data for i denne undersøkelsen, er det hele 30 prosent som har hatt en negativ sysselsettingsutvikling i perioden. På den andre siden er det en relativt liten andel på 18 prosent som har vokst mer enn 100 prosent over femårsperioden. Dette bekrefter det vi har konstatert i tidligere undersøkelser (Spilling 2000) at det er en relativt liten andel av foretak som vokser mye (i sysselsetting).

For omsetningen er tendensen tilsvarende, som vist i tabell 3.3, om enn med noe andre tall. Vel 20 prosent har hatt en negativ omsetningsutvikling, mens rundt 23 prosent har hatt mer enn en dobling av omsetningen over perioden.

Tabellene viser videre at det er en viss sammenheng mellom endringer i sysselsetting og endringer i omsetning. Vekst i sysselsetting gir som hovedtendens også vekst i omsetning, men det er hele tiden store variasjoner. For eksempel er det blant foretakene med en høy sysselsettingsvekst noen foretak som har en negativ omsetningsutvikling, og tilsvarende er det blant de med en negativ sysselsettingsutvikling ganske store andeler som har positiv omsetningsutvikling.

Tabell 3.2: Samvariasjon mellom sysselsettingsendringer og omsetning og verdiskapingsvariable. Gjelder prosentvis endring for hele perioden 1992-97.

		Relativ endring (%) i sysselsetting							
		< -50	-50 - 0	0 - 25	25 - 50	50 - 100	100-200	200<	Alle
Relativ endring (%) i omsetning									
Ant. foretak		(645)	(1340)	(1197)	(979)	(1080)	(677)	(471)	(6389)
< -50		48,5	3,3	1,3	0,5	0,8	0,9	0,6	6,2
-50 - -5		15,8	26,0	8,0	6,7	5,7	2,2	1,9	10,9
-5 - 0		3,3	6,6	4,2	2,9	1,8	1,8	2,8	3,6
0 - 30		9,6	31,1	28,8	20,3	19,5	16,8	8,3	21,7
30 - 60		7,9	17,6	27,4	25,5	19,4	15,4	8,3	19,0
60 - 100		5,3	8,9	18,8	23,1	19,9	16,5	11,3	15,4
100 - 200		4,0	4,0	8,4	16,1	24,5	26,1	20,4	13,7
200<		5,6	2,5	3,1	4,8	8,3	20,2	46,5	9,4
Alle		10,1	21,0	18,7	15,3	16,9	10,6	7,4	100,0

Relativ endring (%) i brutto verdiskapning									
Ant. foretak		(668)	(1369)	(1227)	(1002)	(1120)	(711)	(516)	(6613)
< -50		50,7	6,8	2,9	2,1	3,8	4,2	6,6	9,0
-50 - 0		17,8	33,5	12,4	9,6	7,4	4,6	3,3	14,5
0 - 25		6,7	23,3	20,0	14,7	12,4	10,1	5,4	15,1
25 - 50		5,4	15,7	25,8	20,8	15,5	11,5	6,6	16,1
50 - 100		8,1	12,2	24,6	29,9	25,5	19,0	11,6	19,7
100 - 200		4,3	4,8	10,4	16,9	25,9	26,7	17,2	14,5
200 - 500		4,0	2,3	2,4	4,5	7,1	18,8	28,3	7,5
500<		2,8	1,3	1,5	1,6	2,2	4,9	20,9	3,6
Alle		10,1	20,7	18,6	15,2	16,9	10,8	7,8	100,0

Relativ endring (%) i driftsresultat									
Ant. foretak		(668)	(1369)	(1227)	(1003)	(1120)	(710)	(516)	(6613)
< -300		10,6	10,6	10,4	9,5	11,2	11,7	18,4	11,2
-300 - -100		27,1	15,3	10,7	8,0	9,6	8,2	10,1	12,4
-100 - 0		34,9	28,8	23,4	25,1	19,0	19,7	12,4	23,9
0 - 100		10,3	19,2	22,3	20,7	22,6	19,4	14,3	19,3
100 - 250		7,3	12,4	15,2	16,2	17,0	18,5	11,4	14,3
250 - 750		5,8	8,0	11,7	14,0	12,0	13,4	16,3	11,3
750<		3,9	5,7	6,3	6,6	8,7	9,2	17,1	7,5
Alle		10,1	20,7	18,6	15,2	16,9	10,7	7,8	100,0

Relativ endring (%) i res. før skatt									
Ant. foretak		(677)	(1371)	(1230)	(1004)	(1124)	(712)	(517)	(6635)
< -500		8,6	8,9	9,0	11,1	9,8	9,8	12,4	9,7
-500 - -150		15,2	0,1	12,9	10,4	8,6	7,7	11,2	11,4
-150 - -50		33,4	0,2	15,3	12,9	12,0	12,6	9,1	16,9
-50 - 0		15,1	0,1	12,9	13,3	13,8	13,9	15,1	13,5
0 - 100		10,6	0,1	17,0	16,5	16,5	16,2	10,1	15,1
100 - 300		5,9	0,1	14,0	16,1	18,1	14,5	11,8	14,0
300 - 1000		5,8	0,1	11,1	11,3	11,7	13,9	14,9	10,7
1000<		5,5	0,1	7,7	8,4	9,4	11,4	15,5	8,7
Alle		10,2	20,7	18,5	15,1	16,9	10,7	7,8	100,0

Tabell 3.3: Omsetningsendringer i forhold til endringer i sysselsetting og verdiskapingsvariable. Gjelder prosentvis endring for hele perioden 1992-97.

Relativ endring (%) i omsetning								
	< -50	-50 - 0	0 - 30	30 - 60	60 - 100	100 - 200	200+	Alle
Relativ endring (%) i sysselsetting								
Antall foretak	(396)	(930)	(1387)	(1217)	(984)	(875)	(600)	(6389)
< -50	79,0	13,2	4,5	4,2	3,5	3,0	6,0	10,1
-50 - 0	11,1	47,0	30,1	19,4	12,1	6,1	5,7	21,0
0 - 25	4,0	15,7	24,9	27,0	22,9	11,4	6,2	18,7
25 - 50	1,3	10,1	14,3	20,5	23,0	18,1	7,8	15,3
50 - 100	2,3	8,7	15,2	17,2	21,8	30,3	15,0	16,9
100 - 200	1,5	2,9	8,2	8,5	11,4	20,2	22,8	10,6
200<	0,8	2,4	2,8	3,2	5,4	11,0	36,5	7,4
Alle	6,2	14,6	21,7	19,0	15,4	13,7	9,4	100,0
		20,8			56,2		23,1	
Relativ endring (%) i brutto verdiskapning								
Antall foretak	(515)	(1089)	(1549)	(1339)	(1083)	(971)	(750)	(7296)
< -50	82,3	16,2	2,9	1,9	2,7	3,0	9,1	10,9
-50 - 0	10,9	53,2	18,3	6,3	2,5	1,4	0,9	14,4
0 - 25	2,3	17,6	37,6	16,5	5,5	1,4	1,2	15,0
25 - 50	1,4	5,2	25,5	33,7	14,1	5,7	1,9	15,5
50 - 100	1,7	3,8	11,6	32,6	47,2	20,2	3,7	19,2
100 - 200	0,6	1,1	2,4	6,7	23,7	49,5	15,1	13,6
200 - 500	0,6	1,7	1,0	1,7	3,7	15,6	35,9	7,1
500<	0,2	1,3	0,7	0,4	0,6	3,2	32,3	4,3
Alle	7,1	14,9	21,2	18,4	14,8	13,3	10,3	100,0
Relativ endring (%) i driftsresultat								
Antall foretak	(515)	(1091)	(1549)	(1339)	(1082)	(971)	(750)	(7297)
< -300	6,2	13,4	7,2	8,9	11,0	13,1	23,3	11,4
-300 - -100	39,6	19,0	11,7	9,3	7,8	10,0	7,2	13,0
-100 - 0	37,9	39,1	33,3	23,2	14,3	9,0	6,3	23,8
0 - 100	5,4	13,5	24,7	27,6	23,9	16,7	7,3	19,2
100 - 250	6,0	6,2	12,2	17,5	21,0	19,8	10,0	13,9
250 - 750	2,3	4,3	7,2	9,1	15,2	18,4	19,5	10,7
750<	2,5	4,5	3,7	4,5	6,7	13,1	26,4	7,9
Alle	7,1	15,0	21,2	18,4	14,8	13,3	10,3	100,0
Relativ endring (%) i res. før skatt								
Antall foretak	(516)	(1101)	(1549)	(1339)	(1083)	(971)	(750)	(7309)
< -500	5,6	10,6	6,5	8,7	8,9	13,2	22,0	10,3
-500 - -150	16,9	13,8	11,4	10,5	12,6	11,4	10,9	12,1
-150 - -50	49,6	28,7	20,2	13,2	9,4	9,8	6,9	17,9
-50 - 0	9,1	14,4	14,7	11,7	7,9	4,7	4,3	10,3
0 - 100	6,6	14,4	20,1	20,2	16,7	12,2	6,0	15,3
100 - 300	5,6	7,3	13,8	18,4	19,1	18,6	10,3	14,1
300 - 1000	2,9	5,6	8,3	10,2	15,9	15,9	16,8	10,8
1000<	3,7	5,1	5,2	7,3	9,5	14,2	22,8	9,1
Alle	7,1	15,1	21,2	18,3	14,8	13,3	10,3	100,0

Tabellene illustrerer ellers at det er store forskjeller i samvariasjonen med brutto verdiskapning. Mens sysselsettingsendringer gir svært stor spredning på endringer i verdiskapningen, er det vesentlig klarere sammenhenger

mellom omsetningsendringer og endringer i verdiskaping. Eksempelvis ser man av tabell 3.2 at blant foretak med en sysselsettingsvekst på over 100 prosent er det veldig stor variasjon i endringer i verdiskapingen. Det er til og med en god del som er i nærheten av null eller har en negativ utvikling i brutto verdiskaping. I kontrast til dette viser tabell 3.3 at foretak med høy omsetningsvekst gjennomgående også har høy vekst i bruttoverdiskaping, og det er relativt små andeler i nærheten av null eller som er negative. Dette utdypet det vi har poengtert tidligere om at omsetningsendringer gir en mye bedre indikator i forhold til endringer i verdiskaping enn det sysselsettingsendringer gir.

3.4 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett på sammenhengen mellom vekst målt ved endring i omsetning og sysselsetting, og vekst i verdiskaping. Vi har benyttet både absolutt, relativ og gjennomsnittlig årlig endring for sysselsetting, omsetning og verdiskapningsvariablene.

Analysene indikerer at resultatene er følsomme med hensyn til om man legger til grunn absolutt, relativ eller gjennomsnittlig årlig prosentvis endring som uttrykk for vekst, og dette er forhold som er viktig å være bevisst på i analyser av vekst. Den viktigste konklusjonen i kapitlet er ellers den manglende sammenhengen mellom sysselsettingsendringer og endringene i de andre variablene som er undersøkt. Dette gir som konklusjon at sysselsetting er lite egnet som indikator for vekst når det er verdiskaping som er i fokus, mens omsetning gir en langt bedre indikator.

Det er ellers viktig å understreke at det kan benyttes ulike mål for verdiskaping, og at samvariasjonen med omsetningsendringer varierer med hva slags mål man bruker. Den beste sammenhengen får vi i forhold til endringer i brutto verdiskaping.

4 Norges raskest voksende foretak

4.1 Ahrens og Partners undersøkelse

De siste to årene har konsultentselskapet Ahrens og Partners gjennomført undersøkelser av de raskest voksende selskapene i Norge og Sverige. Den siste av disse, som ble gjennomført i år 2000, ble gjennomført i et delvis samarbeid med BI.⁶ I denne undersøkelsen er identifisert de raskest voksende foretak i Norge i perioden 1994-1999, og resultatene av dette presenteres i dette kapitlet. Først gjennomgås rankinglisten over de raskest voksende foretakene. Deretter presenteres en del vurderinger fra foretakene som er innhentet gjennom en spørreundersøkelse, og som er relevante for vår analyse av politikkenes betydning for vekstforetak.

I tabell 4.1 og 4.2 er presentert oversikt over de fremste vekstforetakene i Norge i perioden 1994-1999. Tabell 4.1 gir oversikt over de førti raskest voksende foretakene som er norskeide, mens tabell 4.2 gir oversikt over de seks raskest voksende utenlandsk eide foretakene.

Som det er gjennomgått i kapittel 2, må slike undersøkelser baseres på en rekke utvalgsriterier. Hvordan slike kriterier anvendes, varierer fra undersøkelse til undersøkelse (jfr. også boks 2.1 i kapittel 2). Det kan ha en god del å si for resultatene hvordan utvalgsriteriene utformes. I dette tilfellet er foretakene rangert etter omsetningsutviklingen i femårsperioden 1994-1999, og de må for øvrig tilfredsstillende følgende utvalgsriterier

- omsetning på minst 5 millioner i 1994 og 50 millioner i 1999
- minst 50 sysselsatte i 1999 (gjennomsnitt over året)
- driftsmarginen skal være positiv i gjennomsnitt i perioden
- omsetningsvekst ikke under 20 prosent mer enn to av de fem årene i perioden
- salg til enkeltkunde skal ikke overstige 50 prosent
- veksten skal være organisk.

⁶ Undersøkelsen er basert på et standard opplegg utviklet av Ahrens og Partners. Det ble imidlertid også gjennomført en oppfølgende spørreundersøkelse til de raskest voksende foretakene, og denne undersøkelsen er utformet og gjennomført i samarbeid med Handelshøyskolen BI.

Tabell 4.1: De 40 raskest voksende foretak i Norge 1994-1999. Gjelder norskeide foretak. Kilde: Ahrens og Partners 2000.

Nr	Foretak	Bransje	Årlig økning omsetning siste 5 år (%)	Omset- ning 99 (mill kr)	Årlig relativ endring i omsetning (%)					Sysse- satte 1999
					99- 98	98- 97	97- 96	96- 95	95- 94	
1	DÅFJORD LAKS AS	Fiskeoppdrett	85	260	50	86	45	244	0	52
2	INFOCARE ASA	IKT, IT-service	84	238	31	13	31	160	185	351
3	PAN FISH ASA	Fiskeoppdrett	83	1 910	46	81	114	179	-6	1134
4	TIERN AS	Handelsvarer, 10-kroners marked	67	99	55	39	25	121	96	110
5	IKM GRUPPEN AS	Mekanisk produksjon og service	64	574	11	98	53	67	89	1070
6	BY THE WAY AS	Veikroer, overmatting	55	80	30	63	3	187	-7	500
7	FJORD LINE AS	Cruisetransport, shipping	53	520	93	26	13	-2	136	492
8	NOR EIENDOMSMEGLING OSLO AKERSHUS AS	Eiendom	49	75	35	9	68	58	73	65
9	POWEC A/S	Kraftelektronikk til telecomindustri	47	437	43	98	42	30	21	170
10	OLSTEN PERSONAL NORDEN AS	Vikarbyrå, utleie av arbeidskraft	46	1 877	25	54	44	63	44	604
11	FOLLALAKS HOLDING A/S	Fiskeoppdrett	45	193	41	2	95	20	69	75
12	MARINE FARMS A/S	Fiskeoppdrett	44	165	34	29	56	85	16	90
13	BREVIK CONSTRUCTION AS	Skipsverft, offshore	43	268	-11	82	118	45	-20	108
14	VMETRO ASA	Prod. av data og elektronikk for prosesskontroll	42	210	39	11	61	63	36	68
15	TOMRA SYSTEMS AS	Returemballasje	42	2 169	49	46	42	49	22	1724
16	EUROPARK AS	Parkeringselskap	41	460	58	48	16	47	34	291
17	HADELANDPRODUKTER AS	Totalleverandør til elektronikkindustrien	40	285	60	42	12	63	24	370
18	ACTINOR SHIPPING A/S	Maritim transport, shipping, utleie av skip, befraktning	39	1 482	27	147	36	4	-16	125
19	OIS CONTRACTING AS	Flyteplattformer, faste installasjoner i Nordsjøen	39	121	-29	51	17	42	115	200
20	KARLSEN BRØDRENE AS	Klimaanlegg	37	122	-10	38	55	26	77	90
21	JACOBSEN BRØDRENE HANDEL AS	Butikkhandel, service, husholdningsapparater, data	35	116	24	14	27	63	48	52
22	ELITE SERVICE PARTNER AS	Rengjøring og vaktmestertjenester	35	70	23	27	26	75	23	450
23	MIDNOR GROUP AS	Fiskeoppdrett, handel med fisk og skalldyr	34	233	24	18	53	20	58	99
24	AKER MØRE MONTASJE AS	Mekanisk verksted	34	116	35	34	-36	139	0	126
25	TOTEN BYGG OG ANLEGG AS	Byggevirksomhet, tekniske konsulent tjenester	33	101	25	53	1	36	51	95
26	NORDIC VLSI ASA	Design og konstruksjon av integrerte kretser	32	73	-20	34	42	22	80	95

27	MULTIBYGG ING OG ENTREPRENØRFORR AS	Ingeniør og entreprenørvirksomhet	32	150	24	13	43	16	62	70
28	NORLANDSBANKEN ASA	Bank	31	2 013	36	31	123	-53	20	520
29	ECO BYGG AS	Byggevirksomhet	30	70	29	-15	79	-3	60	55
30	VASSBAKK & STOL AS	Utleie av bygge- og anleggsmaskiner, godstransport	30	253	21	20	56	16	36	220
31	SCANFISH HOLDING AS	Eksport av fiskeprodukter	29	380	8	28	66	48	-3	65
32	PETROLEUM GEO-SERVICES ASA	Oljevirksomhet, produksjon og tjenesteyting	29	6 135	31	29	24	44	17	3950
33	RAPP HYDEMA AS	Produksjon av skipsmotorer	29	162	24	-8	17	62	49	115
34	UGLAND NORDIC SHIPPING AS	Sjøfart, offshore	28	602	34	57	22	21	7	460
35	MI (MERKANTILT INSTITUTT AS)	Utdanning, undervisning	27	102	30	49	29	21	7	140
36	SPONSOR SERVICE ASA	Sponsorvirksomhet, markedsføring	26	418	44	39	1	29	19	80
37	ORKLA FINANS ASA	Finansvirksomhet, aksjemegling, fondsforvaltning	26	370	30	-27	58	61	9	52
38	BYGGTORGET AS	Byggevirksomhet, eiendomsforvaltning	26	112	24	9	68	6	23	64
39	ASKVIK HENRIK J SØNNER AS	Skipsverft, fritidsbåter	26	83	11	43	27	6	42	71
40	BORGEN AGATHON AS	Byggevirksomhet	25	168	48	16	37	45	-19	102

Tabell 4.2: De 6 raskest utenlandsk eide foretak i Norge 1994-1999. Kilde: Ahrens og Partners 2000.

Nr	Foretaksnavn	Bransje	Årlig økning omsetning siste 5 år (%)	Omset- ning 99 (mill kr)	Årlig relativ endring i omsetning (%)					Sysse- satte 1999
					99- 98	98- 97	97- 96	96- 95	95- 94	
1	BANKPOWER AS	Vikarbyrå, bemanningstjenster	110	188	26	-1	60	184	282	450
2	AON GRIEG AS	Forsikringsmegling	60	163	174	95	1	28	-1	143
3	YIT INDUSTRIER AS	Entreprenørvirksomhet, vedlikehold, rør -og stålkonstruksjoner	56	95	63	58	39	-41	164	65
4	IFS NORGE AS	Salg og utvikling av programvare	50	297	42	99	27	53	29	251
5	NORISOL NORGE AS	Offshorevirksomhet rettet mot verft- og skipsindustri	49	146	94	101	31	84	-65	125
6	SUNRISE MEDICAL AS	Tekniske hjelpemidler	27	168	28	4	23	43	38	70

Resultatene av undersøkelsen viser en interessant liste av foretak. Et slående trekk er hvor blandet listen er med foretak fra et bredt spekter av bransjer. Det er altså ikke slik at vekstforetak bare forekommer i bestemte bransjer, noe som samsvarer med tidligere undersøkelser på feltet (Spilling 2000). Dernest er det interessant å merke at fiskerelatert næringsvirksomhet står relativt sterkt. Representanter for denne næringen er nummer en og tre på listen, og ytterligere fire foretak fra samme næring følger lenger ned på listen. En annen næring som står sterkt, er maritim virksomhet. Det er ellers stor spredning på industri og forskjellige typer tjenesteytende virksomhet.

Noe som kan være verdt å merke seg i denne undersøkelsen, er det lille innslaget man har av IKT-relatert virksomhet, nemlig bare tre stykker (nr 2, 14 og 31), noe som er gjort til et poeng i mediedekningen av undersøkelsen.⁷ Dette passer forsåvidt inn i et mønster der det kan konstateres at IKT-næringen ikke står spesielt sterkt i Norge (Fjeldstad et al 2000, Reve og Jacobsen 2001). Til sammenlikning kan det nevnes at den tilsvarende listen for de raskest voksende foretakene i Sverige er sterkt dominert av IKT. Hele 22 av de 40 hører til i denne gruppen, herunder nummer en og tre på listen. Men resultatene må nok også sees på bakgrunn av at den tidsperioden veksten er beregnet over, går helt tilbake til 1994. Mange av de IKT-foretakene som har vokst fram i Norge i senere tid, og det er vittrilig en del,⁸ har ikke eksistert i så langt tid. Det kan derfor godt tenkes, for å ikke å si at det er sannsynlig, at resultatene ville bli noe annerledes om undersøkelsesperioden i stedet var de siste tre årene.

Uansett er imidlertid disse resultatene viktige for å gi et nyansert bilde av at dynamiske foretak i Norge forekommer i mange bransjer og på mange geografiske lokaliteter. Vekstforetak er ikke et fenomen ensidig knyttet til sentrale strøk og noen få næringer.

Flere andre forhold ved listen kan kommenteres. Ett poeng er den store spredningen på størrelsesgrupper. Knytted størrelse til sysselsatte, er i overkant av halvparten av foretakene på den norske listen store foretak ved utgangen av perioden. Grensen for store foretak er da satt til ett hundre sysselsatte. Følges EU-inndeling med grense på 250 sysselsatte, er andelen store foretak på listen under en tredjedel.

Men disse tallene viser samtidig at andelen av store foretak er svært overrepresentert på listen. Mens andelen store foretak (over ett hundre sysselsatte) bare utgjør under en prosent av samlet antall foretak i norsk næringsliv, utgjør de altså over halvparten av de raskest voksende foretakene.

⁷ Dagens Næringsliv 11.09.00 med hoveoppslag på forsiden: "Fiskeri danker ut IT", og bl.a. oppslagene "Saken er fisk" og "Glade lakser i Loppa" inne i avisen.

⁸ Jfr. eksempelvis Kapital Datas regelmessige oversikter over de 500 største IKT-foretakene i Norge.

Et annet poeng er at det er ganske få foretak som har en betydelig årlig omsetningsvekst som pågår kontinuerlig over flere år. Blant de foretakene som har kommet med på rangeringen, er laveste gjennomsnittlige årlige vekst i omsetningen 25 prosent, mens de høyeste er på vel 80 prosent. En årlig omsetningsvekst på noe over tjue prosent kan tilsynelatende virke lavt, men det er altså et svært lite antall foretak som klarer å holde en slik veksttakt over en femårsperiode.

I neste kapittel blir dette fulgt opp med en analyse av et mye større utvalg av vekstforetak over tre-årsperioder. Vi får her understreket hvor krevende det er å opprettholde en sammenhengende vekst over lengre tid, og hvor liten andel foretak som faktisk lykkes i dette.

4.2 Drivkrefter bak vekstforetak

Etter at rangeringen av de raskest voksende foretakene var avklart, ble det gjennomført en spørreundersøkelsen til foretakene for å få inn opplysninger rundt hva som er de viktigste drivkreftene for foretakenes vekst, og hvilken betydning ulike rammebetingelser har. Svar er mottatt fra ca tre fjerdedeler av foretakene. De viktigste resultatene er presentert i tabell 4.3-4.6.

Det viktigste motivet for vokse er i følge ledernes egne vurderinger å øke verdien av selskapene for eierne. Dernest vurderes det som viktig å vokse for å overleve, og spenningsmotivet er framtrepende for en del foretak.

Når det gjelder årsaken til at foretakene har vokst, forklares dette først og fremst med interne forhold. Foretakets ledelse får høyest score, deretter følger organisasjonens evne. Forhold som voksende markeder og godt forretningskonsept vurderes også av mange ledere som viktig. Men det er altså kombinasjonen av ledelse og organisasjonens evne (kapabilitet) som er det sentrale. Det er med andre ord *interne krefter* i foretaket som framheves som det sentrale, mens eksterne faktorer som voksende markeder og ekspanderende kunder ikke tillegges så stor vekt.

Heller ikke tillegges tilgangen til risikokapital særlig stor betydning. Det betyr sannsynligvis at for de fleste av disse foretakene har veksten vært basert på selvfinansiering. Når foretakslederne vurderer finansieringsbehovet framover, endres imidlertid bildet noe. En større andel av foretakene mener da at tilgang til risikokapital har stor eller svært stor betydning for vekst, særlig er dette sentralt dersom vekst skal sikres gjennom oppkjøp.

Tabell 4.3: Foretaksledernes vurdering av faktorer som har betydning for foretakenes vekst (N=31).

Faktor	Betydning*)				Score
	1	2	3	4	
<i>Hvilken betydning har følgende momenter hatt for at ditt foretak har vokst fram til nå?</i>					
Målet er å bli større enn konkurrentene	15	8	4	4	1,9
Vi vil skape et stort foretak	10	12	6	3	2,1
Det er spennende	10	4	9	8	2,5
Det vil øke verdien for eierne	4	3	8	16	3,2
Det er nødvendig for å overleve	7	5	8	11	2,7
<i>Hva er de viktigste årsakene til at foretaket har vokst?</i>					
Voksende markeder	6	8	9	8	2,6
Ekspanderende kunder	12	9	9	1	2,0
Unikt konsept (produkt/tjeneste)	10	7	7	7	2,4
Organisasjonens evne	3	4	15	9	3,0
Foretakets ledelse	1	1	13	15	3,3
<i>Hvor viktig har tilgangen på risikokapital vært de siste fem årene for</i>					
den organiske tilveksten	14	6	6	5	2,1
eventuelle oppkjøp	19	4	4	4	1,8
<i>Hvor viktig vil tilgangen på risikokapital være for vekst i årene som kommer for....</i>					
den organiske tilveksten	6	12	8	5	2,4
eventuelle oppkjøp	5	8	6	12	2,8

*) Betydning graderes 1-4, 1= ingen betydning, 2= noe betydning, 3= stor betydning 4 svært stor betydning

På spørsmål om hva som er de viktigste strategiske og organisatoriske utfordringene for selskapenes vekst framover (tabell 4.3), framheves det å rekrutteres riktige personer som det viktigste. En stor andel av lederne angir dette som det aller viktigste, og ingen angir dette som minst viktig. Deretter følger det å utvikle lederskapet i selskapet.

Dette støtter opp om hva som ble framhevet som viktigste forklaringer bak selskapenes vekst, der hovedfaktorene var ledelse og organisasjonens evne. Dette er forhold som selskapene ser som viktige å utvikle videre for å sikre framtidig vekst.

Ved siden av dette er det flere andre faktorer som tillegges stor betydning, som det å posisjonere selskapet i markedet og skape og vedlikeholde selskapets unikhet, og det å utvikle den kompetansen selskapene trenger, men disse scorer en god del lavere enn rekruttering.

Tabell 4.3 Foretaksledernes vurderinger av de største strategiske og organisatoriske utfordringer for foretakenes vekst (N=31).

	Viktighet*)					Score
	1	2	3	4	5	
<i>Hva ser du som de største strategiske utfordringene for foretakets vekst framover?</i>						
Posisjonere selskapet i markedet	6	1	6	10	8	3,4
Skape og vedlikeholde selskapets unikhhet	2	4	13	4	8	3,4
Holde tritt med markedsutviklingen	4	3	11	8	5	3,2
Utvikle nye konsepter – produkter eller tjenester	3	9	5	9	5	3,1
Ekspandere virksomheten internasjonalt	13	8	5	3	2	2,1
<i>Hva ser du som de største organisatoriske utfordringene for foretakets vekst framover?</i>						
Rekruttere riktige personer/ personligheter	0	2	7	11	11	4,0
Finne den kompetansen selskapet trenger	3	8	2	13	5	3,3
Skape et enhetlig selskap	4	8	11	6	2	2,8
Utvikle lederskapet i selskapet	1	0	12	11	7	3,7
Dele og formidle tankegang om rask vekst i organisasjonen	7	9	4	7	4	2,7

*) Viktighet graderes 1-5 1=minst viktig, 5 mest viktig

4.3 Betydningen av rammebetingelser

Med rammebetingelser menes i denne sammenheng ulike eksterne forhold som har betydning for foretakenes utvikling, herunder også offentlige virkemidler. En oversikt over hvilke spørsmål som er stilt og vurderinger som er gitt, foreligger i tabell 4.4.

Blant de faktorer som er vurdert som å ha betydning i forhold til lokalisering av foretakene, er det tilgang til høyt utdannet arbeidsstyrke og infrastruktur som scorer høyest, med henholdsvis 2,9 og 2,7. Det betyr at det er klare flertall blant lederne som vurderer disse faktorene som enten å ha stor betydning eller svært stor betydning. Det er svært få som mener at disse faktorene ikke har betydning. Man kan ellers merke seg at faktorer som tilgang til kvalifiserte leverandører og investeringskapital betyr mindre som lokaliseringsfaktorer. Og tilgang til FoU-virksomhet betyr for de fleste ingen ting. Det samme gjelder offentlige støtte- og finansieringsordninger som scorer lavest og som ingen av foretakslederne mener har noen betydning for deres lokalisering.

Det bør understrekes at disse faktorene er vurdert som lokaliseringsfaktorer, det vil si hvilken betydning de har for foretakenes valg av lokaliseringssted. Selv om en faktor scorer lavt i en slik sammenheng, er det ikke dermed sagt at faktoren generelt sett ikke har noen betydning. Dette blir spesielt diskutert i rapportens siste kapittel der betydningen av kunnskapsmessig infrastruktur blir gjennomgått.

På spørsmål om hvilke offentlige rammebetingelser som har skapt problemer for veksten i foretakene, er det særlig to faktorer som peker seg ut

som problematiske. Det gjelder sykelønnsordningen og arbeidstidsbestemmelserne. Klare flertall av lederne framhever at disse faktorene har skapt store problemer eller svært store problemer. Dette er for øvrig ikke særlig overraskende, idet det er faktorer som ved en rekke anledninger har vært framhevet som problematiske i forhold til dynamikken i næringslivet.

Tabell 4.4: Foretaksledernes vurderinger av betydningen av ulike rammebetingelser (N=31).

Faktor	Betydning*)				Score
	1	2	3	4	
<i>Hvordan vil du karakterisere viktigheten av følgende innsatsfaktorer for lokaliseringen av ditt selskap?</i>					
Tilgang på høyt utdannet arbeidsstyrke	4	4	11	11	2,9
Tilgang på resultater av FOU-virksomhet	19	8	2	1	1,5
Tilgang på investeringskapital	11	13	3	3	1,9
Tilgang på kvalifiserte leverandører	9	7	10	4	2,2
Infrastruktur	4	6	11	9	2,7
Offentlige støtte/finansieringsordninger	24	6	0	0	1,2
<i>I hvilken grad mener du at offentlige rammebetingelser på følgende områder har skapt problemer for vekst i ditt foretak:</i>					
Kapitalbeskatning	14	10	4	2	1,7
Skatt på arbeide	10	11	5	4	2,0
Selskapsbeskatning	16	9	5	1	1,7
Investeringsavgift	13	9	5	3	1,9
Sykelønnsordningen	7	6	7	11	2,7
Arbeidstidsbestemmelser (begrenset bruk av overtid mm)	9	3	9	10	2,6
Begrenset bruk av midlertidige tilsetninger	14	4	6	7	2,2
Behandling av regulerings- og byggesaker	20	2	4	4	1,7
<i>Nedenfor er listet opp noen hovedtyper av offentlige virkemidler som er forvaltet gjennom SND, Norges Forskningsråd, fylkeskommuner og kommuner m.v. Angi i hvilken grad disse har bidratt til veksten i ditt foretak.</i>					
Tilgang risikokapital	23	2	2	4	1,6
Lån og tilskudd til investeringer og bedriftsutvikling	18	8	4	1	1,6
Lån og tilskudd til forsknings- og utviklingsarbeid	24	2	4	1	1,4
Veiledning	24	3	2	0	1,2

*) Betydning graderes 1-4, 1= ingen betydning, 4= svært stor betydning

Av andre faktorer som flere av lederne mener skaper problemer, kommer begrensninger i bruk av midlertidige tilsetninger og skatt på arbeid (arbeidsgiveravgift). Investeringsavgiften trekkes også fram. Her må det imidlertid bemerkes at det er et flertall av lederne som mener at disse to siste faktorene i mindre grad er et problem enn bestemmelsene knyttet til sykelønn og arbeidstid.

Et interessant resultat fra denne undersøkelsen er hvor liten betydning offentlige virkemidler tillegges. Vi har spurt om betydningen av tilgang på risikokapital, lån og tilskudd til investeringer og bedriftsutvikling, samt lån og tilskudd til forsknings- og utviklingsarbeid. Hovedtendensen er meget klar – majoriteten av lederne tillegger ikke dette noen som helst betydning for veksten i deres foretak, og det er bare noen helt få som sier at det har hatt stor eller svært stor betydning. Det samme gjelder offentlig veilednings-tjeneste som foretakslederne ikke tillegger noen betydning.

Det bør igjen understrekes at disse resultatene må vurderes i forhold til den måten spørsmålene er stilt på, og at det er relatert til de hurtigst voksende foretakene i Norge. At disse foretakene ikke tillegger de aktuelle ordningene noen betydning for deres egen vekst, er ikke ensbetydende med at ordningen ikke generelt har en positiv effekt i forhold til næringslivet. Men det er samtidig tankevekkende at virkemidlene vurderes som så uinteressante i forhold til vekstutviklingen i disse foretakene.

Det kan ellers kommenteres at vi har fått undersøkt i hvilken grad noen av de raskest voksende foretakene har utnyttet ordninger i SND. Det framkommer da at i sju av foretakene som inngår på listen har SND et engasjement i form av lån eller tilskudd siste fem år. De fleste av disse engasjementene er relativt beskjedne, på under en million kroner. Bare tre av engasjementene gjelder beløp på flere millioner kroner.

Vi har ikke tilsvarende opplysninger om eventuelle engasjement fra andre kilder, eksempelvis Norges Forskningsråd.

4.4 Oppsummering

Hovedkonklusjonen på denne undersøkelsen er at den primære drivkraften til vekst i foretakene ligger i foretakene selv og i den motivasjon og evne foretakene har gjennom sin ledelse og organisering for å skape vekst. I alle fall i henhold til ledernes egen forståelse av situasjonen, er det her hoveddrivkraften ligger. Ulike eksterne forhold oppfattes som å ha liten betydning som drivkrefter for å skape vekst.

De eksterne faktorene ser derimot ut til å ha størst betydning ved at de kan skape vansker for vekst. Det er særlig offentlige reguleringer gjennom sykelønnsordningen og arbeidstidsbestemmelser som framheves som vekstbegrensende faktorer.

Offentlige virkemidler har liten direkte betydning som bidragsyttere til veksten i disse foretakene, uten at en dermed skal konkludere at virkemidlene ikke har noen som helst betydning. Men denne betydningen er kanskje primært av mer indirekte karakter. Resultatene tyder på at tilgang til høyt utdannet arbeidskraft er en viktig lokaliseringsfaktor, det samme gjelder infrastruktur av forskjellig type, og dette er selvsagt noe som påvirkes gjennom politikken.

Sammenhengene her vil vi komme mer tilbake til i rapportens to siste kapitler der vi fokuserer med på hvordan politikken påvirker og hvordan den kan legges om for i større grad å påvirke vekstforetak.

5 Vekstforetaks dynamikk

5.1 Introduksjon

Vi har tidligere i rapporten gjennomgått ulike kriterier for vekst. Vi har diskutert ulike modeller for analyse av vekstforetak og hvilke faktorer som påvirker vekst. Konklusjonen på dette er at vekstforetak kan defineres og analyseres på mange måter, og valg av ulike definisjoner og analysemodeller gir forskjellige resultater og ulike typer innsikter. Valg av definisjoner og tilnæringsmetoder har således stor betydning for hva man får ut av en analyse av vekstforetak.

Ett av kjennetegnene ved tidligere forskning om vekstforetak, i alle fall den forskningen som foretas av personer knyttet til de dominerende forskningsmiljøer innen entreprenørskap og små foretak i Europa, er at vekstforetak bare har blitt analysert over en periode, og at man ikke har sett på hva slags kontinuitet det er i et foretaks utvikling over flere perioder. Riktignok har vi analysen av Delmar og Davidsson (1998) som analyserer ulike typer vekstforløp og konstaterer at vekst kan skje etter mange forskjellige mønstre. Noen av disse innebærer at veksten skjer ujevnt over tid. Men den underliggende implikasjonen av denne forskningen er likevel at et vekstforetak er et vekstforetak, og dermed at et vekstforetak ikke også kan være et foretak som stagnerer eller legger ned. Men er det egentlig slik?

For å undersøke dette har vi identifisert vekstforetak i to påfølgende treårsperioder og analysert hvilken sammenheng det er mellom vekstforetakene i de to periodene. I tillegg har vi tatt for oss hvilken betydning organiske og ikke-organiske komponenter har for den veksten vi kan registrere.

Utgangspunktet for denne analysen er foretak registrert i Bedrifts- og foretaksregistret i periodene 1991-94 og 1994-97. For hver periode er det identifisert de foretakene som eksisterte i hele perioden, hadde en minste omsetning ved utgangen av perioden på 10 millioner kroner, og som hadde vokst med minst 30 prosent i samlet omsetning i løpet av perioden. Utvalgs-kriteriene er altså en kombinasjon av følgende:

- 1) krav til å ha eksistert i hele perioden,
- 2) relativ vekst i omsetningen,
- 3) et minstekrav til omsetning.

Det bør videre understrekes at analysen er gjort for foretak. I analysen har vi først valgt 1991-94-populasjonen og sett på hva som skjedde med den i etterfølgende periode, deretter har vi tatt 1994-97-populasjonen og sett hva som skjedde med den i den foregående perioden.

5.2 Utvikling av 1991-populasjonen

Vi kaller de vekstforetakene som ble identifisert i den første perioden (1991-94) for 1991-populasjonen. Det var i alt 5100 foretak som tilfredsstilte kravene for å bli identifisert som vekstforetak i denne perioden. Disse foretakene utgjorde 2,7% av den samlede foretaksbestanden registrert i 1991, noe som understreker at selv med et så beskjedent vekstkrav (årlig omsetningsvekst på under ti prosent⁹) så er det en svært liten andel av foretakene som kommer med.

De 5100 vekstforetakene i 1991-populasjonen fordeles over hele spektret av størrelsesgrupper, over to tredjedeler blant små virksomheter med under 20 millioner i omsetning i 1991. Det er også stor spredning av foretakene med hensyn til hvor stor relativ vekst i omsetningen de har hatt i perioden. Her gir materialet en tilnærmet lik tredeling – rundt en tredjedel har under 50 prosent omsetningsvekst i perioden, en tredjedel har vokst med mellom 50 og 100 prosent, og en tredjedel har minst hundre prosent vekst i omsetningen (tabell 5.1).

Tabell 5.1: 1991-populasjonen av vekstforetak etter omsetning i 1991 og relativ omsetningsvekst 1991-94.

Omsetning 1991 (mkr)	Foretak i 1991		Relativ omsetningsvekst 1991-94 (%)			
	Antall	%	30-49	50-99	100-199	200 +
1-4	454	8,9	0	0	47	407
5-9	1431	28,1	315	513	414	189
10-19	1558	30,5	630	598	240	90
20-49	1020	20,0	424	395	134	67
50-99	320	15,2	118	135	47	20
100-999	296	5,8	133	111	37	15
1000+	21	0,4	7	8	4	2
Total	5100		1627	1760	923	790
%		100,0	31,9	34,5	18,1	15,5

Utvalgskriterium: Foretak som har eksistert i hele perioden, med minst 10 millioner i omsetning i 1994 og en minste omsetningsvekst fra 1991 til 1994 på 30%.

Hvordan gikk det så med disse foretakene i den etterfølgende perioden? Det er belyst i den neste tabellen (5.2) der det for de 5100 foretakene er vist hvilken omsetningsendring de hadde i perioden 1994-97. Denne tabellen gir et ganske klart uttrykk for at det å være et vekstforetak ikke er noe varig. Av alle vekstforetakene fra den første perioden, er det bare rundt en tredjedel (32.2%) som fortsetter å være vekstforetak etter de samme kriteriene i den neste perioden. En tredjedel er det vi har kalt stabile, dvs. med en omsetningsvekst på mellom 0 og 30 prosent. Resten, og det gjelder hele 40 pro-

⁹ Når det er en samlet vekst på 30% over en tre-årsperiode innebærer det at årlig relativ vekst følger av likningen $(1+x)^3=1,3$; som gir $x=0,92$, det vil si en årlig relativt vekst på ca 9,2%.

sent, har redusert omsetningen sin, og nesten halvparten av disse har endog avvirket virksomheten.

Vi har i tidligere analyser (Spilling 2000) vist at det er stor turbulens i næringslivet ved at foretak og arbeidsplasser skiftes ut i stort tempo. I disse analysene har vekstforetakene blitt tillagt stor betydning for veksten i sysselsetting og verdiskaping.

De data som legges fram her, gir grunnlag for videre utvikling av denne kunnskapen. Dataene viser nemlig at det å være vekstforetak er et høyst ustabil fenomen. At et foretak er et vekstforetak i en periode, gir langt fra noen garanti for at det også er et vekstforetak i en etterfølgende periode. Faktisk er det bare et mindretall blant foretakene i 1991-populasjonen. Det var bare en tredjedel som klarte å opprettholde rollen som vekstforetak i den etterfølgende perioden, og var det som vi vil kalle 'fortsatte' vekstforetak.

Tabell 5.2: 1991-populasjonen av vekstforetak etter omsetning i 1994 og relativ omsetningsvekst 1994-97.

Omsetn	Foretak i 1994		Relativ omsetningsutvikling 1994-97 (%)						
	Antall	%	-100	-99/-50	-49/-1	0-29	30-49	50-99	100+
1994									
10-19	2155	42,3	388	141	257	647	266	297	159
20-49	1747	34,3	353	159	262	443	214	210	106
50-99	602	11,8	103	58	83	156	100	75	27
100-999	541	10,6	95	54	88	122	80	66	36
1000+	55	1,1	11	7	13	14	5	2	3
SUM	5100		950	419	703	1382	665	650	331
%		100,0	18,6	8,2	13,8	27,1	13,0	12,7	6,5

Det kan være grunn å kommentere at vi har to typer feilkilder som kan ha relativt stor innflytelse på resultatene. Det ene gjelder at ved omorganisering av selskap, f.eks. ved endring av selskapsform eller vesentlig endring av eierforholdene, vil dette i statistikken formelt registreres som en deregistrering og en nyregistrering. Vi så i tabell 5.2 at nesten 20 prosent av 1991-populasjonen ble registrert som nedlagt i den etterfølgende perioden. En del av dette kan altså skyldes omregistreringer uten at det behøver å innebære noen vesentlig endring av virksomheten. Dette innebærer at vi i statistikken får en for høy turbulens og et kunstig frafall. Vi har imidlertid ingen mulighet for å kontrollere betydningen av denne feilkilden med data vi har tilgang til.

Det andre forholdet gjelder at vi i analysen hittil ikke har skjelnet mellom organisk og uorganisk vekst. Det er den organiske veksten som har størst interesse for vår analyse, og det kan godt tenkes at mye av de endringer vi har registrert skyldes ikke-organiske endringer. Dette kommer vi tilbake til i

siste delen av kapitlet (kapittel 5.6), men som vi viser der, er den ikke-organiske endringene stort sett relativt begrenset.

5.3 1991-populasjonens bidrag til vekst i verdiskaping

Bakgrunnen for å interessere seg for vekstforetak er at disse foretakene har en spesielt stor betydning for utviklingen av verdiskapingen. I tabell 5.3 har vi summert opp omsetningstall for 1991-populasjonen og hvilke bidrag den ga til vekst både i perioden 1991-94 og den etterfølgende perioden 1994-97. I tabellen har vi først summert omsetningen i de registrerte foretakene for hvert av årene 1991, 1994 og 1997, i tillegg har vi beregnet endringskomponentene for de to periodene. Siden utvalget per definisjon består av foretak som har vokst i den første perioden, får vi her bare en positiv endringskomponent. I den andre perioden får vi derimot både en positiv og negativ endringskomponent, siden det i denne perioden er en del av foretakene som reduserer virksomheten eller legger ned.

Mens de 5100 foretakene i 1991 hadde en samlet omsetning på 248 milliarder kroner, var denne økt til 480 milliarder i 1994. Disse foretakene hadde altså samlet en vekst i omsetningen sin på over 90 prosent. Det er altså en betydelig vekst disse foretakene bidrar til.

I den etterfølgende perioden går det derimot tilbake idet summen av omsetningen i alle foretakene faller fra 480 til 457 milliarder. Dette er imidlertid en netto-endring, bak tallene skjuler det seg både foretak som har fortsatt å vokse, og foretak som har innskrenket og foretak som har lagt ned. De foretakene som har vokset, har bidratt med over 100 nye milliarder i omsetning, men dette motvirkes av de foretakene som har innskrenket eller lagt ned, idet omsetningstapet fra disse er på nesten 130 milliarder.

I forhold til en debatt som har gått tidligere om betydningen av små foretak i forhold til å skape vekst er forøvrig det som kan leses ut av tabell 5.3 interessant stoff. Her er det vanskelig å identifisere noen systematiske forskjeller mellom store og små foretak. Med den klassifisering som er gjort av foretakene etter omsetning i startåret, er de relative endringskomponentene omtrent av samme størrelsesorden. Med unntak av den minste størrelsesgruppen er veksten i de ulike gruppene om trent like store – den ligger rundt hundre prosent. Den minste gruppen ligger vesentlig høyere, det skyldes at denne gruppen starter på et veldig lavt nivå, og det skal da mindre til for å få til en flerdobling av virksomheten. Man kan imidlertid merke seg at det absolutte vekstbidraget for denne gruppen for 1991-94 er mindre, tildels vesentlig mindre, enn for de øvrige størrelsesgruppene. Det er dermed, med dette ene avviket, ikke slik at noen størrelsesgruppe gir vesentlig større relativt vekstbidrag enn andre.

Tabell 5.3: Registrerte vekstforetak i perioden 1991-94.

Omsetn 1991 mill kr	Foretak 1991	Sum omsetning (mrd kr)			Endringskomponenter omsetning					
		1991	1994	1997	Vekst mrd kr	1991-94 %	Vekst94-97 mrd kr	Tap 94-97 mrd kr	Netto94-97 mrd kr	%
1-4	454	1,2	11,0	8,9	9,8	825,5	2,7	-4,8	-2,1	-19,3
5-9	1431	10,3	22,9	25,3	12,6	122,2	9,0	-6,6	2,4	10,5
10-19	1558	21,2	39,5	38,8	18,2	85,9	10,9	-11,6	-0,6	-1,6
20-49	1020	30,3	70,4	60,2	40,1	132,3	15,2	-25,4	-10,2	-14,5
50-99	320	21,7	45,1	54,7	23,4	108,0	21,4	-11,8	9,6	21,4
100-999	296	75,0	129,3	135,9	54,3	72,4	38,6	-32,1	6,5	5,1
1000+	21	88,0	161,3	133,2	73,4	83,4	8,5	-36,6	-28,1	-17,4
SUM	5100	247,7	479,5	457,1	231,8	93,6	106,4	-128,9	-22,5	-4,7

Generelt ligger det i dette at vekstforetak er en ustabil gruppe foretak. Vekst i en periode er langt fra noen garanti for vekst i den neste perioden. Og som vi ser, samlet sett generer det som var vekstforetak i en periode ikke noen netto vekst i den etterfølgende perioden.

5.4 Utvikling av 1994-populasjonen

Det er gjennomført samme prosedyre for analyse av foretak i perioden 1994-97 og identifisert vekstforetak etter samme kriterier som tidligere: Minimum 10 millioner i omsetning i 1997 og minst 30 prosent omsetningsvekst fra 1994 til 1997. Vi står da igjen med vel 7200 foretak. Dette utgjør 3,9 prosent av det samlede registrerte antall foretak i 1994, altså en noe høyere andel enn i forrige periode. Dette kan dels skyldes noe inflasjon i perioden, slik at kravet på minste omsetning på 10 millioner betyr noe mindre i 1997 enn i 1994. Men den viktigste forklaringen er nok av konjunkturmessig art. Mens perioden 1991-94 var relativt turbulent i norsk økonomi, har det vært en gunstigere utvikling i den etterfølgende perioden. Dette har antakelig gjort det lettere å lykkes som vekstforetak i denne perioden.

En oversikt over 94-populasjonen av vekstforetak er gitt i tabell 5.4. Når man sammenlikner denne med den tilsvarende tabellen for 91-populasjonen, ser man temmelig identiske strukturer med samme fordeling på størrelsesgrupper i utgangsåret, og også nokså lik fordeling på vekstgrupper. Mindre foretak utgjør den store majoriteten av vekstforetakene, og det er en tilnærmet tredeling på vekstgrupper: En tredjedel med omsetningsvekst på mellom 30 og 50 prosent, en tredjedel mellom 50 og 100, og en tredjedel som minst har doblet omsetningen.

Tabell 5.4: 1994-populasjonen av vekstforetak i forhold til omsetning i 1994 og relativ omsetningsvekst 1994-97

Oms. 1994	Foretak i 1994		Relativ omsetningsvekst 1994-97 (%)			
	Antall	%	30-49	50-99	100-199	200+
1-4	654	9,1	0	0	70	584
5-9	2162	29,9	400	781	681	300
10-19	2102	29,1	749	817	383	153
20-49	1405	19,4	574	536	206	89
50-99	466	6,5	201	176	55	34
100-999	406	5,6	172	143	63	28
1000+	29	0,4	17	8	1	3
Total	7224		2113	2461	1459	1191
%		100,0	29,2	34,1	20,2	16,5

Vi har tidligere sett på utviklingen av 91-populasjonen av vekstforetak, og så da at foretakene i den etterfølgende perioden var det bare en mindre andel som fortsatt opprettholdt sin rolle som vekstforetak. For å gjøre tilsvarende analyse av 1994-populasjonen måtte vi hatt data for 1997-2001, noe som av naturlige årsaker ikke er mulig å gjøre på en stund. I stedet har vi gått den andre veien og sett på hva som var situasjonen for 1994-populasjonen i perioden før, det vil si perioden 1991-94. Resultatene av dette er gitt i tabell 5.5.

Disse dataene avslører samme type turbulens som det vi så for 1991-populasjonen av vekstforetak. Å være vekstforetak i en periode innebærer ikke at man nødvendigvis er et vekstforetak i den foregående perioden. Av tabellen framgår det at så mye som 30 prosent av foretakene ble startet i den foregående perioden. Av de øvrige foretakene var det hele 15 prosent som hadde omsetningsstagnasjon i foregående periode og vel tjue prosent hadde bare en lav vekst (under 30 prosent). Den gjenværende gruppen, som hadde en vekst på over 30 prosent, utgjorde omtrent en tredjedel.

Tabell 5.5: 1994-populasjonen av vekstforetak i forhold til omsetning i 1994 og relativ omsetningsvekst i den foregående perioden 1991-94

Omsetn	Foretak i 1994			Relativ omsetningsutvikling 1991-94(%)				
	1994	Antall	%	Etablert	-100/-1	0-29	30-49	50-99
1-4	654	9,1	400	88	87	22	18	39
5-9	2162	29,9	789	292	496	104	228	253
10-19	2102	29,1	530	311	539	219	249	254
20-49	1405	19,4	294	232	346	175	189	169
50-99	466	6,5	75	70	119	59	84	59
100-999	406	5,6	61	70	95	52	71	57
1000+	29	0,4	3	8	8	2	3	5
SUM	7224		2152	1071	1690	633	842	836
%		100,0	29,8	14,8	23,4	8,8	11,7	11,6

Hva slags bidrag har så 1994-populasjonen gitt til vekst i verdiskapingen? Det har vi gitt en oversikt over i tabell 5.6. Sum omsetning for disse foretakene utviklet seg fra 229 milliarder i 1991 til 307 i 1994 og videre til 606 i 1997. I den perioden foretakene var registrert som vekstforetak, oppnådde de altså omtrent en dobling av omsetningen. Det er en utvikling nokså nært den 1991-populasjonen hadde i sin periode. I den første perioden hadde også 1994-populasjonen en netto vekst, selv om det var noen foretak som stagnerte.

Også i denne tabellen ser vi samme tendens som kommentert i forhold til tabell 5.3, nemlig at de relative endringskomponentene stort sett er uavhengig av størrelse. Det er bare den minste gruppen av foretak som gir et vekstbidrag på mange hundre prosent, for alle de andre ligger den nokså nært hundre.

Tabell 5.6: 1994-populasjonen av vekstforetak, utvikling i periodene 1991-94 og 1994-97

Omsetn	Foretak	Sum omsetning (mrd kr)				Endringskomponenter omsetning					
		1994	1991	1994	1997	Vekst 9194	Tap 9194	Netto endring 9194	Vekst 9497		
1994		mrd kr	mrd kr	mrd kr	mrd kr	mrd kr	mrd kr	mrd kr	%	mrd kr	%
1-4	654	2,1	1,8	15,9	1,2	-1,5	-0,4	-17,2	14,1	801,7	
5-9	2162	9,6	15,6	35,9	7,9	-1,9	6,0	62,3	20,3	130,1	
10-19	2102	19,3	28,3	57,4	12,2	-3,2	9,0	46,6	29,1	103,0	
20-49	1405	29,7	42,9	84,8	17,2	-4,0	13,2	44,5	41,9	97,7	
50-99	466	23,2	32,3	65,2	12,5	-3,4	9,1	39,4	32,9	101,8	
100-999	406	76,2	109,1	214,9	41,2	-8,3	32,9	43,2	105,8	97,0	
1000+	29	69,1	76,8	132,3	14,5	-6,8	7,7	11,1	55,5	72,3	
SUM	7224	229,1	306,7	606,3	106,7	-29,1	77,6	33,9	299,6	97,7	

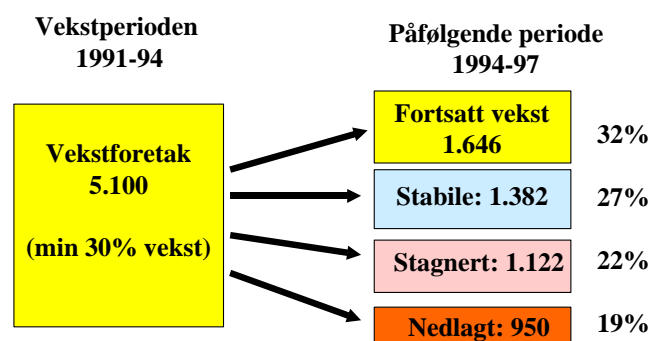
5.5 Utviklingsmønster

Bak de mange tallene går det igjen et relativt enkelt mønster som støtter opp om en evolusjonær forståelse av utviklingsprosessen. For det første har vi det grunnleggende mønstret om at foretaksbestanden generelt sett er i kontinuerlig endring. Foretak kommer og går, og tilgangene og avgangene av foretak utgjør ganske store andeler av den samlede populasjonen. På kort tid blir relativt store andeler skiftet ut. Blant de som overlever, skjer det også store endringer, noen vokser, andre innskrenker. Dette mønstret har vi beskrevet nokså systematisk tidligere (Spilling 2000).

Innenfor dette generelle mønstret med foretakspopulasjoner som er i kontinuerlig endring, har vi hittil hatt en forståelse av at vekstforetak har vært noe stabilt i den forstand at det har vært relativt entydig hva et vekstforetak er. Materialet her viser at det langt fra er tilfelle. Analysen viser at det er stor ustabilitet med hensyn til om et vekstforetak er et vekstforetak. Også innenfor denne gruppen har vi tilganger og avganger. Foretak som er vekstforetak i en periode, kan være noe annet i en annen periode - dersom de i det hele tatt eksisterer.

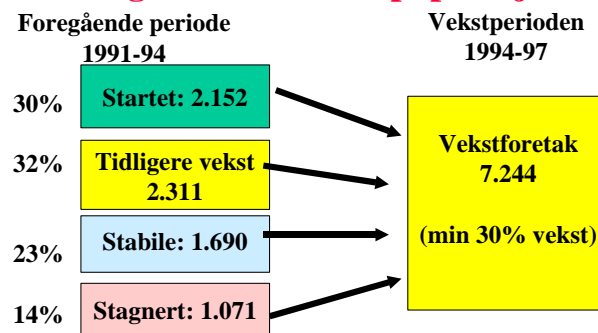
Disse utviklingsmønstrene er oppsummert for henholdsvis 1991- og 1994-populasjonen av vekstforetak i figurene 5.1 og 5.2. For 1991-populasjonen fortsetter bare rundt en tredjedel av foretakene som vekstforetak, de øvrige to tredjedeler går over i andre utviklingsmønstre, dels som stabile, dels som stagnerende eller endog som nedlegging. Tilsvarende er det for 1994-populasjonen, der har vi har data om den foregående perioden. Bare en tredjedel var vekstforetak i den foregående perioden. De øvrige var enten stabile, stagnerende, eller under oppstarting.

Utviklingsmønster 1991-populasjonen



Figur 5.1: Sammenstilling av 1991-populasjonens utviklingsmønster

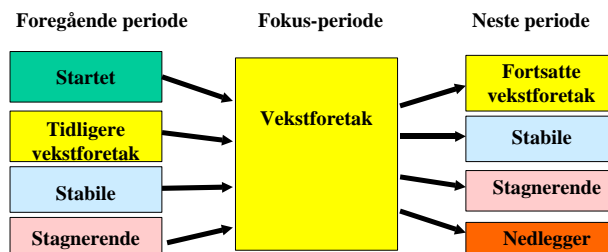
Utviklingsmønster 1994-populasjonen



Figur 5.2: Sammenstilling av 1994-populasjonens utviklingsmønster

Av dette avtegnes et mer generelt utviklingsmønster som er oppsummert i figur 5.3. Her defineres en fokusperiode som vekstforetakene identifiseres i forhold til, og så skisserer hva som er disse foretakenes status i perioden før og perioden etter. Det generelle mønstret er dermed at av de vekstforetakene som vi har definert i den bestemte perioden, er det bare en tredjedel som var i samme kategori i perioden før, og tilsvarende er det bare en tredjedel som var det i den påfølgende perioden. Å være et vekstforetak er således et midlertidig fenomen.

Helhetlig modell vekstforetak



Figur 5.3: Generelt utviklingsmønster for vekstforetak

5.6 Betydningen av ikke-organiske endringer

Til slutt i dette kapitlet skal vi gjøre et forsøk på å identifisere betydningen av ikke-organiske endringer i analysen av vekstforetak. Vi er primært interessert organisk vekst, det vil si vekst som skjer 'naturlig' innenfor rammen av en organisasjon, i motsetning til den veksten som 'kunstig' tilføres en organisasjon gjennom oppkjøp, fusjonering o.l. Bakgrunnen for dette er at vi er interessert i de aktørene som skaper veksten, og vi antar da at det er de aktørene som organiserer den virksomheten som veksten skjer i, som 'skaper' veksten.¹⁰

Tidligere i denne analysen har vi ikke tatt hensyn til slike endringer. Den analysen vi har gjort foran kan da være misvisende ut fra to forhold:

1. Endringer i omsetningen kan skyldes ikke-organiske endringer ved at annen virksomhet integreres, eller deler av egen virksomhet overføres til en annen organisasjon. Dels kan dette føre til at noen foretak urettmessig blir registrert som vekstforetak, dels kan det føre til at noen foretak ikke bli registrert som vekstforetak fordi den veksten de har realisert har blitt overført til et annet foretak.
2. Selskap som omorganiseres, f.eks. ved endringer i eierforhold, kan føre til en ny formell selskapsdannelse, noe som vil gi en deregistrering og en nyregistrering i statistikken. I noen tilfelle vil imidlertid dette skje uten at det influerer vesentlige på den 'egentlige' virksomhetens utvikling. En slik virksomhet vil imidlertid bli identifisert som et foretak som har blitt avviklet.

Slike forhold kan vi i noen grad avdekke i analysen dersom vi parallelt følger utviklingen av både foretak og bedrifter. I databasen har vi nemlig årlige opplysninger både på foretaks- og bedriftsnivå. Vi kan derfor i noen grad takle problemstillinger knyttet til det første punktet.

Måten å gjøre dette på er å følge utviklingen av foretak og bedrifter parallelt, og å identifisere bedriftsenheter som skifter foretakstilørighet. En bedriftsenhet som overføres fra ett foretak til et annet, vil nemlig beholde sin opprinnelige bedriftsidentifikasjon, samtidig som foretaksidentifikasjonen vil endres. På denne måten kan vi identifisere i alle fall noen uorganiske endringer.

¹⁰ Dette er nok en forenkling som kan illustreres ved et eksempel der et foretak kjøper en enhet fra et annet foretak og integrerer det i egen virksomhet. Dette vil føre til en aktivitetsøkning (omsetningsvekst) i foretaket som vi vil klassifisere som ikke-organisk. Et foretak vil imidlertid normalt ikke være i stand til å kjøpe opp et annet foretak uten å ha skaffet seg en finansiell evne til å gjøre dette. Det kan skje på flere måter (egen inntjening, emisjon osv), men uansett vil det da ha skapt en 'vekst' som legger grunnlaget for ekspansjonen. Dette kan være grunnlag for nye studier av vekstforetak, men vi har ikke mulighet for å følge det opp i denne rapporten.

Ut i fra dette er det gjennomført analyser for å identifisere i hvilken grad endringer i omsetningen for de to populasjonene av vekstforetak skyldes akkvisisjon av bedriftsenheter. Dette er gjort ved at vi i databasen for bedrifter og foretak i perioden 1991-97 først har registrert alle bedrifter som har skiftet foretakstilhørighet. Derneft har vi registrert hvilke foretak som har avgitt disse bedriftene og hvilke foretak som har overtatt dem. Dette har vi gjort for de fullstendige populasjonene av foretak, og vi har derneft identifisert hvilke av foretakene i de to populasjonene av vekstforetak som har vært berørt av slike transaksjoner.

Resultatene av denne analysen er presentert i tabellene 5.7 og 5.8 for henholdsvis 1991- og 1994-populasjonen av vekstforetak. Det framkommer her noen interessante resultater vedrørende betydning av ikke-organiske endringskomponenter.

For det første kan det konstateres at uorganisk vekst utgjør en relativt liten andel av samlet registrert omsetningsvekst i vekstforetakene. For 1991-populasjonen var samlet vekst i perioden 1991-94 på 232 milliarder kroner, men bare en vekst på 26 milliarder skyldes akkvisisjon av annen virksomhet, og dette utgjør bare 11 prosent av veksten. I tillegg kommer at det også ble avgitt virksomhet som tilsvarte 3 milliarder, slik at netto-endringene på grunn av akkvisisjon ble noe mindre. Det meste av veksten er altså organisk.

Det samme bildet får man ved å se på 1994-populasjonen av vekstforetak. I den perioden de er identifisert som vekstforetak (1994-97) var den samlede veksten registrert på foretaksnivå på 300 milliarder kroner, mens veksten som kan tilføres akkvisisjon av annen virksomhet bare var på 11 milliarder kroner, dvs. fire prosent av samlet vekst. Her er det også en del av bildet at veksttap som følge av avgitt virksomhet faktisk var større, nemlig på 22 milliarder kroner. Det betyr at den samlede veksten på foretaksnivå er noe større enn de før angitte 300 milliarder kroner. Vi kan dermed konkludere at, så langt denne registreringsmetodikken er dekkende (jfr kommentarer senere) at den organiske veksten er den helt dominerende blant vekstforetak. Uorganiske komponenter spiller liten rolle.

Tabell 5.7: Omsetningsendringer og bedriftsendringer i 1991-populasjonen av vekstforetak.

	Periode			
	1991-94		1994-97	
Totalt antall foretak i populasjonen: 5100:				
<i>Endringer bedrifter:</i>				
Antall bedrifter avgitt	87		1234	
Antall bedrifter som har kommet til	762		455	
Omsetning (mrd kr)				
Sum omsetning ved inngang til perioden	248		480	
Endring av omsetning på foretaksnivå i perioden:				
Vekst	232		106	
Tap	0		128	
Sum omsetning ved utgangen av perioden	480		457	
Endring i omsetning på grunn av bedriftstransaksjoner				
Vekst på grunn av tilførsel av bedrifter	26	11%	11	10%
Tap på grunn av avgang av bedrifter	3	-	-61	48%

Tabell 5.8: Omsetningsendringer og bedriftsendringer i 1994-populasjonen av vekstforetak.

	Periode			
	1991-94		1994-97	
Totalt antall foretak i populasjonen: 7224:				
<i>Endringer bedrifter:</i>				
Antall bedrifter avgitt	127		346	
Antall bedrifter som har kommet til	1192		816	
Omsetning (mrd kr)				
Sum omsetning ved inngang til perioden	157		223	
Endring av omsetning på foretaksnivå i perioden:				
Vekst	82		300	
Tap	-16		0	
Sum omsetning ved utgangen av perioden	223		606	
Endring i omsetning på grunn av bedriftstransaksjoner				
Vekst på grunn av tilførsel av bedrifter	24	29%	11	4%
Tap på grunn av avgang av bedrifter	5	31%	22	-

Dette gjelder imidlertid bare for de periodene som de to populasjonene er identifisert som vekstforetak. I perioden før og etter er derimot bildet noe annerledes. For 1991-populasjonen ser vi at en stor del av det som tapes av omsetning i den etterfølgende perioden (1994-97) skyldes avgivelse av bedriftsenheter, hele 48% av omsetningstapet skyldes dette. Av den videre

vekst er det derimot ikke noen større andel enn før som skyldes akkvisisjon, denne andelen er på 11 prosent. For 1994-populasjonen viser dataene at de ikke-organiske endringskomponentene betydde relativt mye i perioden før (1991-94). Både for registrert vekst og registrert tap på foretaksnivå utgjør de ikke-organiske komponentene rundt 30 prosent.

Dette er ingen fullstendig analyse av hvilken betydning ikke-organiske komponenter har for endringer i næringslivet. Men så langt disse analysene har lyktes i å identifisere vekstforetak og splitte opp på organiske og ikke-organiske komponenter, kan vi konkludere at foretak som vokser i overveiende grad gjør dette som et resultat av organiske prosesser. Videre kan vi konstatere at det er en relativt begrenset andel av vekstforetakene som er berørt av ikke-organiske endringer i den perioden de er registrert som vekstforetak. Dette dreier seg for begge populasjoner om rundt 15 prosent.

Dette behøver imidlertid ikke å gi noe fullstendig bilde av hvilken betydning akkvisisjon har for vekst. Det kan jo tenkes at akkvisisjon i en tidligere fase er en viktig forutsetning for vekst i en etterfølgende fase. Dataene for 1994-populasjonen kan gi en indikasjon i denne retning, idet antall akkvirte bedrifter var større i fasen 1991-94 enn i fasen fra 1994.

Videre kan det være grunn til å merke seg utviklingen av 1991-populasjonen i den påfølgende perioden (1994-97) der så mye som halvparten av den omsetningen som tapes, skyldes avgivelse av bedrifter. Det betyr at omstrukturering av foretakene er en viktig mekanisme i vekstforetakenes videre utvikling, og dette kan gi grunnlag for videre utvikling av den modellen vi har skissert tidligere. Her ligger det mange muligheter for å gå videre i analyser av vekstprosesser og hvilken betydning organisatoriske endringer har for vekst.

6 Næringspolitikk og vekstforetak

6.1 Introduksjon

I dette kapitlet skal vi diskutere i hvilken grad politikken har noen innretning mot vekstforetak. Aktuelle spørsmålsstillinger er på hvilken måte næringspolitikken er relevant for vekstforetak; i hvilken grad har næringspolitikken noe fokus på vekstforetak. Hvilken betydning har denne politikken for vekstforetak; og på hvilken måte kan det eventuelt utvikles en mer effektiv politikk for å stimulere til utvikling av flere vekstforetak.

Rasjonalet for å stille disse spørsmålene er antakelsen om at vekstforetak har en særskilt betydning for dynamikken i næringslivet. Det er de som representerer den viktigste drivkraften i utviklingen. De er 'motorer' så og si, de gir føringer i utviklingsprosessene og drar andre med seg. Av den grunn kan det være grunnlag for å argumentere for at næringspolitikken bør ha et særskilt fokus på vekstforetak og kanalisere en betydelig del av sine ressurser og sin oppmerksomhet mot disse.¹¹

Utgangspunktet for denne analysen er småforetakspolitikken. Siden det er små foretak som i hovedsak rekrutterer til å bli vekstforetak, er det innenfor småforetakspolitikken vi vil forvente å finne fokus på vekstforetak. Men også andre deler av næringspolitikken kan være relevant, som forsknings- og innovasjonspolitikken.

De siste tjue-tredve årene har det vært en stor interesse for små og mellomstore foretak i en rekke land. Denne interessen har, spesielt blant politikere, kanskje særlig vært begrunnet ut fra den antakelsen man har hatt om små foretaks betydning for å skape arbeidsplasser. Mange forskningsarbeidere har analysert små foretaks rolle i denne sammenheng (Birch 1979, 1988, Storey 1982, 1994, Loveman og Sengenberger 1991, Isaksen og Spilling 1996, Spilling 1996a). Mens det opprinnelig var nokså generelle og tildels forenklete og feilaktige generaliseringer rundt små foretaks rolle, har det etter hvert blitt utviklet mer nyanserte syn på små foretaks rolle i forhold til vekst.

Et tilbakeblikk på utviklingen av småforetakspolitikken gir grunnlag for å framheve Storbritannia som et foregangsland. Antakelig før noe annet land

¹¹ Som kommentert i kapittel 1 må det understrekes at dette foreløpig er antakelser. Så langt vi kjenner til, er det ikke gjennomført teoretiske eller empiriske studier som analyserer hvilken rolle vekstforetak har for den samlede dynamikken i næringslivet. Det som i stor grad kjenner seg igjen i forskningen om vekstforetak, er at man studerer vekstforetak som et interessant fenomen i seg selv, uten å gi dette noen nærmere begrunnelse. Det forhold at vekstforetakene, som utgjør en svært begrenset andel av det samlede antall foretak, står for en betydelig andel av bruttoveksten i sysselsetting og verdiskaping, kan imidlertid tas som en indikator på at vekstforetak har en særlig rolle.

ble der små foretaks rolle satt på dagsorden gjennom en offentlig utredning, den såkalte Bolton Committee (1970). Etter dette har det fulgt en lang rekke utredninger og initiativ for å sette problemstillinger knyttet til små foretak på dagsorden i mange europeiske land. I følge De (2000) er det de tyngre europeiske landene som har vært drivkrefter i dette, ved siden av UK var det Tyskland og Frankrike som satte spørsmålene på dagsorden utover på 1970-tallet. For øvrig var de nordiske landene relativt tidlig ute, spesielt Sverige som startet forskning og bygget fagmiljøer på dette området allerede på slutten av 1960-tallet (Ramström 1967, 1975).

På 1980-tallet ble feltet også interessant for EU, og temaet ble tatt opp i det yngste direktoratet – DG XXIII – som har ansvar for sektorer dominert av små foretak (De 2000), og som har spilt en viktig rolle i utviklingen av småforetakspolitikken i flere EU-land.

6.2 Mål og struktur for småforetakspolitikken

Politikken rettet mot små foretak har i følge David Storey i hovedsak konsentrert seg om to områder, nemlig sysselsetting skapt av små foretak og små foretaks problemer med å skaffe finansiering (Storey 1994:253). Samtidig hevdet Storey at politikken rettet mot små foretak er svakt utviklet og dårlig begrunnet. Den er ikke i noe land basert på noe slikt som et 'White Paper', det vil si et dokument som gjennomgår hele bredden i feltet småforetakspolitik, som gir en begrunnelse for den eksisterende utformingen av politikken, og som angir klare kriterier som kan brukes for å vurdere om politikken gir de ønskede resultater eller ikke. I stedet er politikken fragmentarisk og iverksatt 'stykkevis og delt'.

I følge de Koning, Snijders og Vianen (1992, referert i Storey 1994) er de fire viktigste målene for småforetakspolitikken blant EUs medlemsland følgende:

- diversifisering
- økt konkurranse
- styrking av produksjonskjeden
- sysselsetting.

Et viktig poeng for denne politikken er vektlegging av konkurranse. En effektiv konkurranse forutsetter et stort antall aktive foretak. De Koning et al vektla videre små foretaks rolle i produksjonskjeden, blant annet har de viktige roller som underleverandører til større foretak og som distributører av produkter fra større foretak gjennom roller som grossister, detaljister og transportører. I tillegg så de på små foretak som viktige for utvikling av større diversifisering ved at de er leverandører av spesialiserte produkter og tjenester. Endelig er sysselsettingsargumentet sentralt for å støtte opp om små foretak. I perioder preget av stor arbeidsledighet har dette gitt spesiell

motivasjon for å utvikle en politikk rettet mot små foretak ut fra deres betydning for å skape sysselsetting (Storey 1994:258).

Selv om det er variasjoner i småforetakspolitikken i ulike land, er det et felles trekk at den må samordnes innenfor rammen av en mer generell økonomisk politikk som gjerne vektlegger følgende punkter (De 1994):

- skape sysselsetting
- stimulere økonomisk vekst
- økte konkurransevnen
- regional og strukturell utvikling.

Det er viktig at småforetakspolitikken er forankret i en helhetlig forståelse av den økonomiske politikken, og i følge De (2000) går det en viktig forskjell mellom de landene der politikken har en slik forankring, og der den ikke har det:

In countries where this is not the case, SME policy, or whatever is labelled as such, tends to be little more than a collection of programs introduced on a piecemeal basis at different times and for different purposes. In contrast, in countries that have conceptually incorporated SME policy into the framework of general economic policy, it can be identified as a policy line of its own, with a concept and defined fields of activity. It then serves the same overall objectives as other lines of economic policy, in a manner comparable to a violinist in an orchestra (De 2000:90).

I en bred analyse av britisk småforetakspolitik har Storey (1994) utviklet et rammeverk for å beskrive politikken (tabell 6.1). Denne er strukturert i seks hovedområder, nemlig makroøkonomisk politikk, deregulering og forenkling, sektor- og problemspesifikke virkemidler, finansielle virkemidler, indirekte assistanse og relasjoner.

Dette rammeverket dekker et ganske bredt spekter av områder, og det kan være usikkert hva som er småforetaksfokuset innenfor de forskjellige områdene. Poenget er vel at det meste som er listet opp, har interesse i forhold til næringsutviklingen generelt og er uavhengig av størrelsen på foretakene. Men innenfor hvert område kan det iverksettes virkemidler som tar utgangspunkt i problemer som er spesielle for små foretak. Eller det kan gjelde problemer som små foretak opplever i større grad enn større foretak. Eksempelvis er det ikke vanskelig å finne beskatningsordninger som er spesielt relevante for små foretak og som relativt sett betyr mindre for større foretak, jfr f.eks. den norske debatten om delingsregler. På den annen side vil det på områder som renter og inflasjon være vanskeligere å tenke seg en spesiell småforetaksrelatert politikk.

Tabell 6.1: Områder for småforetakspolitik i UK. (Kilde: Storey 1994:269)

1 Macro policies

- interest rates
 - taxation
 - public spending
 - inflation
 - 2 Deregulation and simplification
 - cutting 'red tape'
 - legislative exemptions
 - legal form
 - 3 *Sectoral and problem-specific policies*
 - high-tech firms
 - rural enterprises
 - community enterprises
 - coops
 - ethnic businesses
 - 4 *Finance assistance*
 - business expansion scheme/enterprise investment scheme
 - loan guarantee scheme
 - enterprise allowance scheme/business start-up scheme
 - grants
 - 5 *Indirect assistance*
 - information and advice
 - business growth training/other training
 - consultancy initiative
 - 6 *Relationships*
 - small business division
 - lobbyist/policy formulation
-

Innenfor området deregulering og forenkling står man i hovedsak overfor felter som har like stor interesse for store som små foretak, men det argumenteres ofte med at små foretak relativt sett har større problemer med mye offentlige oppgaver enn store foretak på grunn av deres begrensede ressurser. Eksempelvis innenfor selskaps- og regnskapslovgivningen kan det etableres ordninger som tar hensyn til mindre virksomheter, som for eksempel krav om aksjekapitalens størrelse og ulike reguleringer for regnskapsføringen.

Innenfor de fire resterende hovedområdene i Storeys oversikt er det enklere å se at det er relevant og mulig å utforme virkemidler spesielt rettet mot små og mellomstore virksomheter. Det er enkelt å avgrense sektorer der hoveddelen av virksomhetene er små (håndverk, husflid, detaljhandel, etniske virksomheter osv), eller gjøre geografiske avgrensninger som i hovedsak inkluderer små foretak. Eller man kan rett og slett plukke ut de små foretakene innenfor et bestemt område, slik som for eksempel innenfor høyteknologi-feltet. Tilsvarende er det vel kurant å utforme finansielle virkemidler og såkalte indirekte ordninger (veiledning, trening) og relasjonsbyggende tiltak der målgruppen avgrenses til bestemte virksomheter ut fra deres størrelse.

Imidlertid, som anført av Storey i hans analyse (1994), er grunnlaget for småforetakspolitikken relativt begrenset utviklet. Dels er det indikatorer på at småforetakspolitikken har begrenset virkning, som innenfor deregulering og forenkling og trening av småforetaksledere. Storey stiller også spørsmål ved berettigelsen av 'the enterprise industry' – den veilednings- og konsulenttjeneste som har små virksomheter som sin spesielle målgruppe. Til tross for omfattende studier av dette feltet i England, har man ikke klart å dokumentere noen nær sammenheng mellom rådgivnings- og informasjonsvirksomheten og hvordan de enkelte foretak utvikles.

På den annen side påpeker også Storey felter der småforetakspolitikken har hatt en positiv virkning. Dette gjelder for det første programmer for støtte til teknologibaserte foretak. Analyser indikerer at slike programmer har hatt stor betydning for utvikling av nye foretak. Det andre gjelder mer generelle finansieringsordninger rettet mot småforetak som ser ut til å ha en positiv virkning for etablering av nye foretak og nye arbeidsplasser.

At politikkfeltet overfor småforetak kan struktureres på mange måter, er selvsagt ingen overraskelse. En variant av å strukturere feltet er utviklet av De (2000) og gjengitt i tabell 6.2. Dette skjemaet er relativt strukturert og anviser i stor grad konkrete virkemidler rettet mot SMB. Dette skjemaet har også den fordel at det er relativt problem- eller områdefokusert. Her er eksempelvis sentrale områder som oppstartinger, eksport og internasjonalisering, forskning og utvikling ført opp som egne politikkområder. Det gis dermed ganske gode anvisninger på hva småforetaksfeltet egentlig dreier seg om.

Samtidig møter vi i denne modellen også samme type problemer som i andre oppsett, nemlig at det kan være vanskelig helt konkret å identifisere en del av et område som spesifikke i forhold til små foretak. Det gjelder f.eks. feltene knyttet til arbeidskraft og byråkrati. Det er imidlertid selvfølgelig mulig å iverksette spesielle tiltak som reduserer belastningen på de minste foretakene ved å gi dem unntak fra en del reguleringer, eller å gi dem støtte i forhold til bestemte problemstillinger. Men i praksis er det nok begrenset hvor langt man kan gå med denne typen strategier.

Tabell 6.2: Oversikt over politikk og virkemidler i forhold til små foretak (etter De 1994).

TYPE	INSTRUMENTS	FEATURES OR OBJECTIVES
Start- Ups		
	(Un)returnable grants or subsidies	Linked to specific characteristics of a start-ups
	Subsidised loan	Requires founder's equity of min. 15% ; lined to start-up capital and equipment
	Loan guarantee	Often unsecured, covering up to 80% if the loan sum
	Guarantee to provide of venture capital participative loans	Offered to providing agents or individuals
	Public venture capital funds	Venture capital for start-ups in new sectors with new technologies
	Tax holiday	First 1 to 3 years
	Information lines, offices and booklets	Offer general start-up specific information
	Feasibility studies	Identify viable projects
	Consultancy services	Vouchers or reimbursements on start-up consultancy
	Entrepreneurship courses	Business plan, accounting, taxation
	Start-up centres or parks	Offer infrastructures
Finance		
	(Un)returnable grants or subsidies	Linked to specific business issues
	Subsidised loan	Linked to specific investment or to start-ups
	Loan guarantee	Secure on average some 75% of a loan
	Guarantee to providers of venture capital participants loans	Offered to providing agents or individuals
	Second Markets	Modified publication and /or entry thresholds
Export and internationalisation		
	Information supply	Foreign Markets, communion payment modalities, shipments, etc
	Grant	Export projects, feasibility studies, etc
	Wage Subsidy	For export-related specialised staff
	Training	On export related issues, (Duties, technical requirement forwarding, etc)
	Export guarantee	Issued for the foreign purchaser, commonly covers up to 80%
	Subsidised loan	Export channels, related investment abroad
Information		
	Central Information Sources	Support overviews and booklets, one-stop shops on local level
	Fast-track access to information	Website with "case sensitive" search engines

R&D	
Accessible public research and R&D centres	Contracted research at “reduced” fees
Budgets for networking and co-operation	Granted to research centres and universities for building up networks with SME
Wage subsidies	For R&D related staff
Guarantee to providers of venture capital participative loans	Offered to providing agents or individuals investing in innovative SME and / or Start-up
Grants and tax redemption	For costs incurred by innovative projects or implementation of new technologies
Labour	
Modified labour regulations	Modification referring to limited contracts, working hours, lower minimum wages for SMEs
Reduced social security contributions	On the employment of disadvantaged, unemployed, the young and /or for small business in general
Wage subsidy	Limited duration , for small business on hiring the unemployed
Grants and tax redemption	For SMEs employing additional personnel
Red Tape	
Simply regulatory requirements	Exemptions or “easy track” for SMEs (i.e., simplified licensing, permits or reporting requirements)
Reduce regulation	Abolishment of duplications, modification of burdensome requirements
Reform the tax system	Simplified tax collection, statements via email

Kilde: De (2000)

6.3 Fokus på vekst i småforetakspolitikken

Hittil har vi i dette kapitlet bare gjennomgått småforetakspolitikken nokså generelt og gitt oversikt over hva slags virkemidler som er utviklet. Vår interesse er imidlertid ikke politikken overfor småforetak generelt, men mer spesifikt i hvilken grad denne politikken fokuserer på vekstforetak og om det er utviklet virkemidler som er rettet inn spesielt mot denne gruppen. Vi fortsetter å holde oss på det internasjonale nivået i vår gjennomgang, mens vi i siste del av kapitlet vil gå inn på den norske politikken.

Det synes nokså karakteristisk for småforetakspolitikken at den i liten grad har noe eksplisitt fokus på vekstforetak. Gjennomgangen av hvordan småforetakspolitikken er definert, viser et bredt og differensiert rammeverk, men uten at det der er noe fokus på vekstforetak. Dette er litt underlig på bakgrunn av kunnskapen om at en svært liten andel av foretakene – de som vokser mest - står for en vesentlig del av bruttoveksten i næringslivet.

En gjennomgang av den siste utgaven av OECDs analyse av småforetak og politikk (OECD 2000) bekrefter dette. Det er ikke noe klart vekstfokus hva politikken angår. Eller for å si det enda tydeligere: Det er rett og slett ikke tema i OECDs gjennomgang av småforetakspolitikken i hvilken grad den skal ha noen spesiell innretning mot vekstforetak. Derimot fokuserer publikasjonen på flere spesialtemaer, herunder gis det også en profilering av vekstforetak. I dette ligger det at vekstforetak må være politisk interessant, men politikken er ikke i seg selv tematisert. Det som foreligger likner mer på en demografisk studie av vekstforetak. Publikasjonen oppsummerer også småforetakspolitikken i hvert enkelt medlemsland, men heller ikke i disse er politikken innretning mot vekstforetak gjort til noe tema (OECD 2000).

Konklusjonen på dette er altså at det i Europa ikke er utviklet noen småforetakspolitik med fokus på vekstforetak, og dette til tross for de mange forestillinger som på ulikt grunnlag har framhevet små foretaks betydning for vekst.

På den andre siden er hele næringspolitikken i stor grad innrettet mot å bidra til vekst i økonomien. Men da er det formulert som allment mål og gjelder hele den samlede økonomiske utvikling, uten at den har noe fokus på bestemte typer foretak. Virkemidlene er allmenne, og diskriminerer ikke mellom ulike typer foretak.

Denne gjennomgangen viser altså at den generelle økonomiske og næringspolitikken, som i utgangspunktet har som overordnet mål å bidra til vekst, ikke har funnet det hensiktsmessig å utvikle noe system for å identifisere foretak med et stort vekstpotensial og utvikle virkemidler rettet mot denne relativt lille gruppen av foretak. I alle fall finner vi ikke dette formulert som noe overordnet grep i det vi har hatt tilgang til av litteratur om temaet.

En liten modifikasjon på dette er at det likevel kan være bestemte virkemidler som i praksis retter seg mot foretak med særlig store vekstpotensial, men uten at de eksplisitt er formulert som strategier for å støtte vekstforetak. Et slikt område er virkemidler rettet mot styrking av venture kapital funksjonen i en økonomi. Venture kapitalen er i stor grad organisert med sikte på å identifisere foretak med et spesielt stort vekstpotensial, men dette utgjør normalt svært små deler av det næringspolitiske virkemiddelapparatet.

Det kan også være andre virkemiddelområder som i noen grad støtter opp om vekstforetak, eksempelvis spesielle skattereduksjoner iverksatt for å tiltrekke tyngre internasjonal etableringer, eller IKT-politikk som skal stimulere utviklingen av IKT-sektoren. Men ingen av disse områdene er vel egentlig orientert tydelig mot vekstforetak.

Et mulig interessant eksempel på en nasjonal næringsstrategi i denne sammenheng er den såkalte 20-prosent-strategien som implementeres i Irland. Denne innebærer at Enterprise Ireland (EI), som er det viktigste nasjonale organet i næringspolitikken konsentrerer sin innsats om de tjue

prosent av deres potensielle kunder som søker vekst (Kuusisto, Fahmy og Arnold 2000:48). I forhold til disse har EI en proaktiv rolle, mens andre kunder kun får reaktiv støtte. I dette ligger det altså at virkemiddelbruken konsentreres om de foretakene som antas å ha størst vekstpotensial. Det tilbys tilpassede løsninger for hvert enkelt foretak basert på grundige analyser.¹² Det er imidlertid uklart hva som er det teoretiske grunnlaget for denne strategien, og hva som egentlig ligger i den angitte andelen på 20 prosent.

Konklusjonen er altså relativt entydig: Vekstforetak er i svært liten grad noe eksplisitt mål i næringspolitikken i Europa, og det er derfor en lang vei å gå før en slik politikk er utviklet. Det eneste mer systematiske unntaket vi finner i forhold til dette, er Irland, men her gjenstår det å utvikle mer kunnskap rundt grunnlaget for satsingen.

6.4 Norsk politikk rettet mot små foretak

Det blir ofte framhevet at Norge har en næringsstruktur dominert av små og mellomstore foretak, og at disse har stor betydning for landets verdiskaping. I internasjonal sammenheng er det imidlertid ikke noe spesielt med norsk næringsstruktur når det gjelder betydning av små foretak. Vi ligger omtrent på et europeisk gjennomsnitt med vel 99 prosent av alle foretak som små og mellomstore, og disse har rundt 60 prosent av samlet sysselsetting og omsetning (Spilling 2000). Vi har da benyttet en grense på hundre sysselsatte for store foretak. De tyngre, industrialiserte landene som Tyskland, England og Frankrike har noe sterkere konsentrasjon i store foretak enn det Norge har, mens særlig de sydeuropeiske landene har noe mindre andeler. Det viktigste skille mellom de tyngst industrialiserte landene og Norge er ikke andelen av store foretak (over hundre sysselsatte) – den ligger i alle land på rundt en prosent eller lavere – men at Norge har få svært store foretak med flere titusen sysselsatte.

Politikken rettet mot små foretak i Norge har en relativt lang historie. Den første stortingsmeldingen som fokuserte på temaet kom allerede i 1978 (st.meld. 22, 1977-78), og siden da har temaet jevnlig stått på dagsorden. Typisk nok var temaet den gangen bare avgrenset til industri, mens det senere har blitt utvidet til også å inkludere de øvrige næringer. Men selv om temaet har vært oppe med jevne mellomrom, også utover på 1990-tallet, har det aldri vært et dominerende tema i den norske politikken. Små foretak og entreprenørskap har i stor grad blitt henvist til omtale i noen mindre avsnitt. De sentrale temaene har derimot vært knyttet til ensidige industristeder, bransjer med omstillingsproblemer og olje- og energipolitikken.

¹² <http://www.enterprise-ireland.com/solutions-finance.asp>: "Finance for growth" 19.02.01.

I det følgende vil vi se på hvordan målene for næringspolitikken og noen strategier for små foretak er formulert i den siste stortingsmeldingen om næringspolitikken.¹³ Hovedmålet for næringspolitikken er å bidra til økt verdiskaping i samfunnet og gjennom dette legge grunnlaget for velferd og sysselsetting. Det skal tilrettelegges for utvikling av lønnsom næringsvirksomhet, og næringspolitikken skal bidra til å at det er attraktivt å etablere og utvikle næringsvirksomhet i Norge.

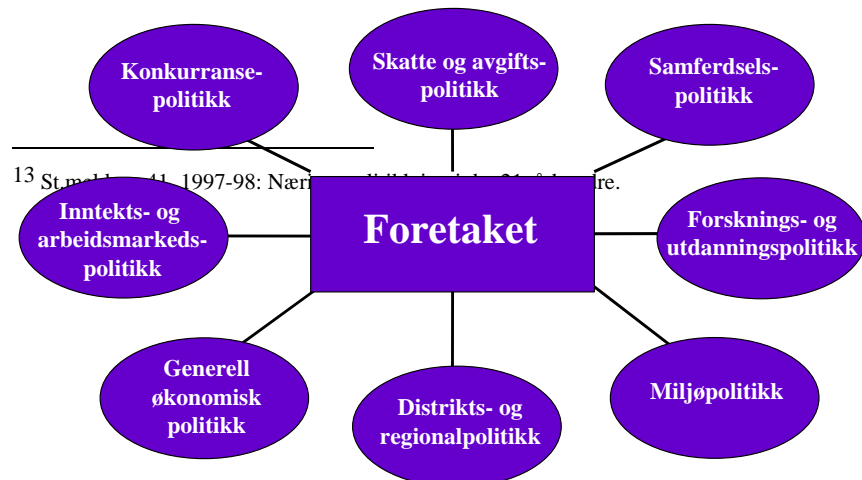
Hele næringspolitikken oppfattes som å ha betydning for muligheten til å starte og utvikle virksomheter. Næringspolitikken skjer i et brytningsfelt mot en rekke andre politikkområder slik som illustrert i figur 6.1.

Hurtige endringer i samfunns- og næringsliv understreker betydningen av å ha et helhetlig syn på alle aspekter ved politiske beslutninger som påvirker næringslivet. Forskjellige politikkområder må vurderes i sammenheng. Ut fra en vurdering av alle aspekter som har betydning for næringslivets konkurransevne, legges det opp til at det skal føres en koordinert politikk som kan bidra til at Norge blir en av de fremste i den framtidige globale økonomien.

I næringsmeldingen er det fire strategiske områder som er fokusert, og disse skal forme grunnlaget for den nye næringspolitikken: (1) Det skal bli lettere å etablere og drive bedrifter. Målet er å lette administrative og reguleringsmessige byrder som påvirker foretakene, spesielt SMB. (2) Det skal satses på utvikling av kunnskap og kompetanse. (3) Det skal legges til rette for et allsidig og miljøvennlig næringsliv i hele landet. (4) Det skal legges til rette for at norsk næringsliv kan utnytte mulighetene i en globalisert økonomi (st.meld. nr. 41, 1997-98 s 37-42).

Politikken skal videre åpne for kreativitet og godta at ikke alle vil lykkes. Næringspolitikken skal bidra til å stimulere evnen til å omstrukturere, til å være innovativ og forbedre lønnsomheten i næringslivet. Det skal fokuseres på forskning, teknologi- og kompetanseutvikling, kapitaltilgang og utvikling av infrastruktur.

Fra slutten av 1980-årene og de etterfølgende ti årene har det skjedd et betydelig skifte i norsk næringspolitikk. Fokus har blitt endret fra sektor spesifikke mål til sektor overgripende eller næringsnøytrale mål. Det har skiftet fra konsentrasjon om markedsimperfeksjoner for spesifikke næringer til bredere mål som regional utvikling, forskning og utvikling, og til generelle rammebetingelser for SMB.



¹³ St.meld. nr. 41, 1997-98: Næringspolitikken.

Figur 6.1: Politikkområder som er viktige for næringspolitikken (St meld 41 (1997-98): s. 43)

I 1998 ble det lagt fram en handlingsplan rettet mot små foretak.¹⁴ Utgangspunktet for denne var et ønske om å markere betydningen av SMB i næringslivet, og å markere vilje til å satse mer systematisk på dette feltet enn tidligere. Sentrale områder i handlingsplanen var blant annet å redusere skjemaveldet, stimulering til kompetanseutvikling og rekruttering av arbeidskraft i SMB, og bedre tilgangen på risikokapital. I handlingsplanen er også skatte- og avgiftsregler kommentert, uten at det ble gitt noen svar på problemstillinger som ble ansett som særlig sentrale for SMB. Generelt må det nok i ettertid konstateres at handlingsplanen har hatt mer funksjon som en symbolsk markering som ikke har hatt stor gjennomslagskraft i praksis.

At politikken rettet mot småforetak i stor grad har en mer symbolsk betydning, bekreftes også av formuleringer i statsbudsjettet for 2001¹⁵ der punktene i handlingsprogrammet fra 1998 er gjentatt, men på en nokså summarisk måte, og uten signalisering av noen form for nytt engasjement på feltet.

Derimot representerer dette statsbudsjettet en viss utvikling av næringspolitikken gjennom en større vektlegging av kompetanseutvikling gjennom satsing på FoU ved at næringslivet kan få dekket inntil 25 prosent av kostnader ved innkjøp av FoU-tjenester for universitet, høyskoler og institutter. Det er satt av en ramme på 200 millioner kroner til dette. Det skjer parallelt med en viss opptrapping av midler til forskning, og ved utvikling av nye tiltak som skal øke tilgangen av risikovillig kapital, som såkornfond og etablering av investeringsselskap som partnerskap mellom privat og offentlig kapital.

Det kan ellers konstateres at det i næringspolitikken ikke kan identifiseres noen form for eksplisitt fokusering av vekstforetak. Vekstforetak, og politisk tilrettelegging for utvikling av disse, er slik sett et ikke-tema. Det umuliggjør ikke at vekstforetak i noen grad kan være fokusert mer indirekte gjennom ulike ordninger, men det er i alle fall ikke noe tydelig satsingsområde.

SND

SND, Statens nærings- og distriktsutviklingsfond, er det viktigste organet for implementeringen av næringspolitikken. SNDs mål er å fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling både i distriktene og landet

¹⁴ Nærings- og Handelsdepartementet: Det skal bli enklere å drive bedrift i Norge.

¹⁵ NHD St. prp. nr. 1 (2000-2001). Statsbudsjettet for 2001.

forøvrig.¹⁶ SND tilfører kapital og iverksetter tiltak som skal bidra til økt verdiskaping, nyskaping, utbygging og bedre utnyttelse av landets ressurser. SND er løpende involvert i flere enn 15.000 foretak.¹⁷ En oversikt over programmer og ordninger som er forvaltet gjennom SND er gitt i tabell 6.3.

Det faktum at SND mottar midler og forvalter virkemidler på vegne av fem forskjellige departementet, har tradisjonelt redusert SNDs autonomi. Dette kan understrekes ved at det foreligger 186 forskjellige målformuleringer vedrørende hva SND skal oppnå. Disse er dels vage og generelle og vanskelige og realisere, andre er konkretisert i usedvanlig stor grad, noe som gjør det komplisert å drive SND (Arnold et al 2000).

SND Invest AS ble opprettet ut fra at foretak, spesielt SMB, har vanskeligheter med å få tilstrekkelig risikokapital. Målet med SND Invest er å finansiere virksomheter med potensial for lønnsom utvikling og vekst, og lette tilgang til finansiering. Selskapet skal delta som eier med samme forventninger til avkastning som andre eiere. SND Invest skal ha en balansert portefølje av engasjementer når det gjelder risiko, investeringenes størrelse, foretaks størrelse og utviklingsfase. Dette innebærer at engasjementene går til selskap som har vært i virksomhet en stund. SND Invest utøver et aktivt skap i de foretakene de er engasjert i, og kan bidra med kompetanse i foretakenes strategi- og utviklingsprosess. Gjennom sin deltakelse i ulike foretak utvikles også et verdifullt nettverk mellom de foretakene de investerer i. SND Invest fokuserer på innovasjon i eksisterende foretak med et visst langsiktig perspektiv, med typisk fem til sju års deltakelse.

Tabell 6.3 Virkemidler administrert av SND

Program	Formål	Type
BIT programmet	Bransjeorientert IT program. Utvikling av IT-løsninger på bransjenivå.	Tilskudd
Bygdeutviklingsmidler	Bygdeutviklingsmidlene er avsatt over jordbruksavtalen, og skal fremme lønnsom næringsutvikling innen og i tilknytning til landbruket ved å: <ul style="list-style-type: none"> • Medvirke til at det etableres og/eller utvikles småskalapregede virksomheter/tiltak. • Fremme tiltak som legger forholdene til rette for næringsutvikling i lokalsamfunnet. 	Tilskudd og lån
Distriktsutviklings-tilskudd	Næringsutvikling i distriktene (ikke-fysiske investeringer) - fremme et konkurransedyktig og lønnsomt næringsliv gjennom investeringer og bedriftsutviklingstiltak knyttet til nyetableringer, nyskaping, omstilling og kompetanseheving. Gjelder de fleste typer næringsvirksomhet.	Tilskudd

¹⁶ Fra SNDs presentasjonsbrosjyre

¹⁷ SNDs hjemmeside www.snd.no, 28.10.00.

Etablererstipend	Stimulere flere personer til å starte egen næringsvirksomhet som kan skape lønnsomme arbeidsplasser	Tilskudd
Etablering med ny teknologi ENT	Nyetableringer med ny teknologi. SND har øremerket egne rammer til finansiering av rådgivning under nyskappingsprosessen. Målet er å kvalifisere nye lønnsomme produktideer med et potensial for kommersialisering	Finansiering og rådgivning
Finansiering av fiskeflåten	Finansiering av fiskefartøy. Fiskeflåten har adgang til alle SNDs produkttyper på lik linje med øvrige næringer. SND har en øremerket låneordning for fiskeflåten - grunnfinansieringslån. Disse lånene innvilges med sikkerhet i fartøy og utstyr, ofte i samfinansiering med private banker. Det kan også ytes lån til utviklingsprosjekter.	Lån
FORNY programmet	Kommersialisering av forskningsresultater –programmet kan gi støtte til gode ideer som er oppstått i forsknings- og undervisningsmiljøene og som har behov for videreutvikling og assistanse for å bli realisert	Tilskudd/ rådgivning
FRAM programmet	Ledelse og strategiutvikling i SMB	Kompetanse utvikling
Industrielle forsknings- og utviklingskontrakter IFU	Forsknings- og utviklingskontrakter for SMB. Formålet er å stimulere til nært samarbeid om produktutvikling mellom en kundebedrift og en eller flere leverandørbedrifter.	Tilskudd
Investeringsfondene	To fond: Investeringsfondet for Nordvest-Russland og Investeringsfondet for Sentral- og Øst-Europa. De representerer et tilbud til norske bedrifter og investorer som ønsker å etablere seg i disse områdene. SND tilbyr i tillegg til kapital og kompetanse også et bredt nettverk	Egenkapital, rådgivning, nettverk
JEV	Joint European Venture - gir finansiell støtte til SMB i EU/EØS som ønsker å danne et Joint Venture, nemlig å finansiere strategisk samarbeid mellom SMB over landegrensene	Tilskudd
Lavrisikolån	Lavrisikolån. Kan brukes til å delfinansiere lønnsomme investeringer i driftsutstyr og bygninger eller som generell likviditetstilførsel. Låneordningen opereres på kommersielle vilkår.	Lån
NT-programmet	Innovative foretak i Nord-Norge - eksisterende og nye teknologibedrifter som har vilje og evne til nyskaping. Bistand til utvikling av produkter og/eller produksjonsmetoder. Prosjektet skal være teknologisk avansert og ha et stort markedspotensial.	Tilskudd
NUMARIO programmet	Oppdrett av nye arter. (Gjennomføres i samarbeid med Norges Forskningsråd. Krav til betydelig egeninnsats.)	Tilskudd
Offentlige forsknings- og utviklingskontrakter – OFU	En OFU-kontrakt er en forpliktende avtale mellom en offentlig etat og en norsk bedrift som påtar seg å utvikle og levere et nytt produkt eller løsning til etaten. Formålet er omstilling og markedsorientering i norsk	Tilskudd

	næringsliv, samtidig som ordningen skal bidra til å effektivisere offentlig forvaltning.	
Programmet Nyskaping	Støtte til nyskappings prosjekter basert på en ny forretningside, ny teknologi eller et nytt produkt. Programmet er innrettet mot såvel oppfinnere, gründere, nyskapere, forskere og utviklingsmiljøer. Prosjektene vurderes ut fra markedsmulighetene og utsiktene til en fremtidig lønnsom verdiskaping.	Tilskudd, lån
Prosjektutviklings-tilskudd	Prosjektutvikling med utspring i forsknings- og utviklingsaktiviteter. Informasjons- og kommunikasjonsteknologi er et satsingsområde for ordningen.	Tilskudd
Regional Omstilling	Skape ny virksomhet i regioner med ensidig næringsgrunnlag. I samarbeid med fylkeskommunen, lokalkommunen, representanter for det lokale næringsliv og lokale hjørnesteinsbedrifter, skal SND utarbeide en strategi for omstilling og utvikling av næringslivet i området.	Tilskudd
Risikolån	Lån med høy risiko. Kan dekke de aller fleste formål knyttet til bedriftsfinansiering, som investeringer i bygg, maskiner og driftstilbehør til effektivisering og ekspansjon, fusjoner, struktur- og samarbeidstiltak; innføring av ny teknologi og utnyttelse av forsknings- og utviklingsresultater. I tillegg kan denne lånetypen benyttes ved sanering/refinansiering, omstrukturering eller reorganisering	Lån
Statens Miljølån	Lån knyttet til miljøprosjekter. Fondet skal stimulere bedrifter til å ta i bruk og videreutvikle mer miljøeffektiv teknologi.	Lån
Tilskudd til bedriftsamarbeid og nettverk	Utvikling av bedriftssamarbeid og nettverk med sikte på nyskaping og kompetanseheving	Tilskudd
Tilskudd til SMB i sentrale strøk	Denne ordningen gjelder utenfor det geografiske virkeområdet for de bedriftsrettede distriktpolitiske virkemidlene. Tilskuddene kan bevilges til små og mellomstore bedrifter med sikte på nyskaping og utnyttelse av eksisterende og nye produkters markedsmuligheter. Bedriftene må selge sine varer til markeder hvor de er direkte eller indirekte utsatt for internasjonal konkurranse.	Tilskudd
Tilskuddsfondet for Nordvest-Russland	Utvikling av næringsaktivitet i Nordvest-Russland ved å styrke samarbeidet mellom norske og russiske bedrifter. Bedrifter som gir positive ringvirkninger i Sør-Varanger kommune skal prioriteres.	Tilskudd
SND Invest AS	Egenkapital. SND Invest er i dag landets største aktive investor i små og mellomstore bedrifter gjennom investeringer i mer enn 200 virksomheter.	Egenkapital

Kilde: Det alt vesentlige tabellen har blitt satt opp på grunnlag av informasjon om finansieringsordninger under SND fra www.bedin.no 23.02.01.

SND og SND Invest representerer til sammen et ganske bredt spekter av virkemidler, og det er betydelige kapitalbeløp som forvaltes årlig. Selv om det underliggende målet er å bidra til økt verdiskaping og nyskaping, har ikke organisasjonen noe klart fokus på vekstforetak. Dette har heller ikke, så langt vi er kjent med, vært oppe som noe tema i forbindelse med organisasjonens arbeid med strategiutvikling eller den evalueringen som ble avsluttet siste år (Arnold et al 2000). Derimot har organisasjonen et klarere fokus på nyskaping, i og med at det føres statistikk der alle engasjementer klassifiseres i forhold til grad av nyskaping, og det er politiske rammebetingelser som i økende grad vektlegger betydningen av å dreie virkemidler mot det nyskappende. Det kan være en sammenheng mellom å satse på nyskaping og det å satse på vekstforetak, uten at vi har særlig sikker kunnskap om slike sammenhenger.

Samtidig er det imidlertid et sentralt aspekt ved SND at organisasjonen er utsatt for mange kryssende forventninger som gjør ledelse og utvikling av organisasjonen vanskelig, og som dermed også gjør det vanskelig å fokusere virkemidlene på noen få og avgrensede mål.

Det er et mangfold av programmer som forvaltes gjennom SND, oversikten i tabell 6.3 skulle illustrere dette ganske tydelig. Det synes samtidig klart at betydelige deler av disse programmene har liten interesse i forhold til å stimulere til vekstforetak. De virkemidler som ligger nærmest opp mot å stimulere foretak med et stort vekstpotensial, er antakelig programmer knyttet til FoU, nyskaping og høy risiko, som f.eks. FORNY, IFU- og OFU-ordningen, NT-programmet, Nyskappingsprogrammet og programmet for SMB i sentrale strøk. Vi vil også anta at SND Invest kommer i denne gruppen. Men vi har ikke nærmere kunnskap som kan underbygge en slik antakelse mer systematisk.

I evalueringen av SND framgår det at organisasjonen gjennomgående har gjort en god jobb i forhold til de rammebetingelser den har (Arnold et al 2000), og at den ”støtter generelt bedrifter med godt potensial” (s ii). Imidlertid framgår det også av evalueringen at SND i stor grad er en søknadsbehandlende organisasjon som hovedsakelig forholder seg reaktivt til omgivelsene. Der er imidlertid prosesser på gang som går i retning av å utvikle organisasjonen til å innta en mer proaktiv rolle, og dette kommer antakelig også til å bli et viktig poeng i den kommende stortingsmeldingen om SND (forventes å foreligge i mars 2001). En mer proaktiv rolle vil være en forutsetning dersom organisasjonen skal bli mer fokusert i sin programforvaltning og f.eks. skal fokusere sterkere på vekstforetak.

Norges Forskningsråd

Langsiktig satsing på ny kunnskap og ny teknologi åpner for nye muligheter for økt verdiskaping, og slik satsing er av de viktigste faktorene for utvikling av et konkurransedyktig næringsliv. Det er derfor en viktig del av næringspolitikken i Norge å satse på forskning og utvikling som er brukerorientert og har et markedsrettet og teknisk-industrielt fokus.

I utgangspunktet har Norge en relativt svak posisjon når det gjelder FoU-aktivitet, og ligger relativt lavt sammenliknet med andre OECD-land. Dette gjelder særlig næringslivets egen FoU-innsats, noe som delvis kan forklares ved at Norge har en næringsstruktur preget av næringer med relativt lav FoU-intensitet (St.meld. nr 41, 1997-98: s98). Det er et sentralt politisk mål å øke landets FoU-innsats, selv om dette har blitt fulgt opp i noe varierende grad.

I henhold til statsbudsjettet for 2001 (St.prp. nr 1, 2000-2001) har Norges Forskningsråd en ramme for sin virksomhet på 2,7 milliarder kroner. Alle program administrert gjennom NFR har et sterkt fokus på forskning og utvikling. Innenfor NFR er Industri og Energi det området som i størst grad organiserer næringsrettet og brukerstyrt forskning. Her forvaltes rundt 20 forskjellige programmer med ulike mål, de fleste med et sterkt foretaksrettet (brukerrettet) fokus.

Forskningsrådet arbeider mot hele næringslivet, men med konsentrasjon innenfor visse fag- og næringsområder. Det er også spesielle programmer som har som særlig mål å nå ut til små og mellomstore foretak. I Industri og energi var det i 1999 255 foretak med mindre enn ett hundre sysselsatte som mottok en samlet finansiering på ca 155 millioner kroner. Disse foretakene utgjør rundt 61 prosent av alle norske foretak som var kontraktspartnere med forskningsrådet gjennom Industri og energi, og de mottok 40 prosent av den samlede forskningsfinansieringen til kontraktspartnerne. I tabell 6.4 er det gitt en oversikt over noen resultater for brukerstyrt forskning, hvor totalt 417 foretak har vært kontraktspartnere.

Tabell 6.4: Utvalgte industrielle resultater knyttet til Industri og Energis brukerstyrte FoU-prosjekter, 1999.

Typer resultater	Antall
Nye og forbedrede metoder, modeller og prototyper	646
Registrerte patenter	96
Inngåtte lisensavtaler	27
Nye og forbedrede produkter	390
Nye og forbedrede prosesser	234
Nye og forbedrede tjenester	150
Etablering av nye foretak	21
Nye forretningsvirksomhet i eksisterende foretak	83
Innføring av ny teknologi i foretak som deltar aktivt i prosjekter	259
Innføring av ny teknologi i foretak som ikke deltar aktivt prosjekter	407

Kilde: Norges Forskningsråd, Industri og energi. Årsrapport 1999 (tabell 4.2, s. 12).

Det klart overordnede mål for den næringsrettede og brukerstyrte forskningen er å bidra til økt verdiskaping i Norge. Når man gjennomgår porteføljen av foretak i Industri og energi, framkommer det ikke noe klart fokus på vekstforetakene. Hovedfokuset er på forskning og utviklings-aktiviteter blant kontraktspartnerne, og blant disse er, som vi har sett foran, majoriteten SMB.

Men selv om det ikke er noe klart fokus på vekstforetak, kan det være en sammenheng mellom det å fokusere på FoU og det å stimulere utvikling av vekstforetak. I motsetning til det vi har sett tidligere i forvaltningen av SND-midler er midler i NFR entydig rettet mot nyskaping og teknologiutvikling. For å vurdere prosjekter, anvendes et system kalt PROVIS, der prosjekter vurderes i forhold til aspekter som generell prosjektkvalitet, innovasjon, forskningsinnhold, internasjonal orientering, bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk verdi.

Det kan være en sammenheng mellom flere av disse faktorene og vekstpotensial, men det er nesten litt påfallende at det ikke er noe klart eksplisitt vekstfokus i noen av disse kriteriene, så lenge det er økt verdiskaping som er det overordnede målet for NFR. For å oppnå økt verdiskaping må nødvendigvis en volum-komponent være sentralt.

Ellers kan forskningsrådet i stor grad karakteriseres som en søknadsorientert organisasjon, selv om det kan ligge en god del proaktivitet i forskningsrådets arbeidsform som for en stor del er basert på programmer med definerte mål.

For tiden (januar/februar 2001) er forskningsrådet inne i en avsluttende fase i utvikling av ny strategi. Her er siktemålet å oppnå større integrasjon mellom fag og disipliner og innovasjonsaktivitet i næringslivet. En viktig side ved dette strategiarbeidet er at man skiller mellom eksisterende og nytt næringsliv, og på denne måten er bevisst at mye av den framtidig nyskapingen vil komme i næringsliv som ikke eksisterer i dag. Den framtidige strategien vil videre innebære konsentrasjon på bestemte områder, som IT og bioteknologi.

6.5 Oppsummering: Det manglende fokuset på vekstforetak

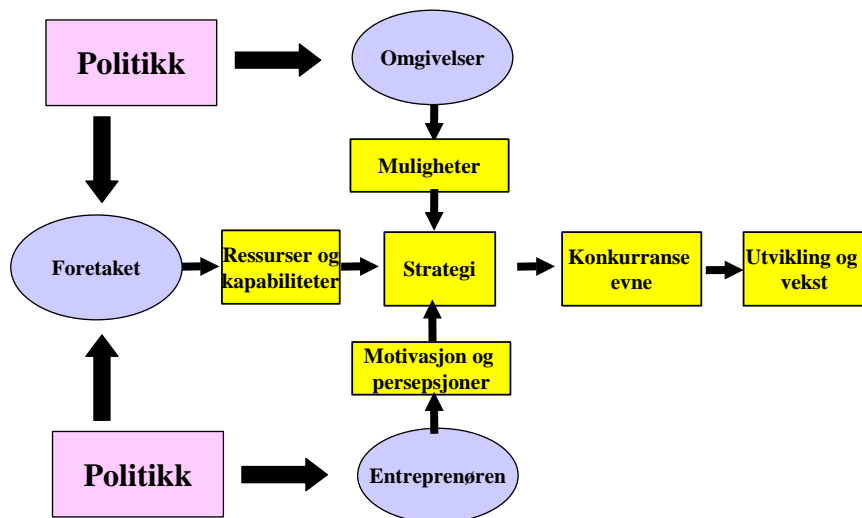
Mange flere sider ved norsk næringspolitikk kunne vært gjennomgått, som f.eks. SIVA, fiskeripolitikken, landbrukspolitikken og regionalpolitikken. Men en slik gjennomgang ville neppe fått fram et annet bilde enn det vi har gitt foran om at vekstforetak og det potensialet de representerer er lite fokusert i næringspolitikken. Snarere representerer flere av de nevnte feltene områder som har et klart annet fokus enn vekstforetak.

Hovedkonklusjonen på denne gjennomgangen er derfor at næringspolitikken ikke har noe klart fokus på vekstforetak. Den fokuserer på generell økonomisk vekst og økt verdiskaping, men tillegger ikke vekstforetakene noen spesiell rolle som de mest effektive driverne for å skape vekst. Selv om vi mangler et godt teoretisk grunnlag for å hevde det, vil vi i alle fall reise spørsmålet om man ved en slik manglende fokusering, fraskriver seg selv muligheten til å iverksette en politikk som kunne vært mer effektiv i forhold til det overordnede målet om økt verdiskaping.

7 Næringspolitisk strategi for vekstforetak

7.1 Strategi for vekstforetak

Det er i det foregående dokumentert at næringspolitikken, både i Norge og Europa, så og si totalt mangler fokus på vekstforetak. Det er situasjonen til tross for at det er en god del generell interesse for temaet, og vi har indiksjoner på at vekstforetak har en sentral rolle for dynamiske prosesser i næringslivet. Det synes derfor på tide å begynne å diskutere i hvilken grad næringspolitikken kan få en mer målrettet fokusering på vekstforetak, og om dette kan medføre en mer effektiv anvendelse av næringspolitiske ressurser når det overordnede målet er å bidra til økt verdiskaping.



Figur 7.1: Forslag til en integrert modell for analyse av vekstforetak

Som utgangspunkt for denne diskusjonen vil vi gå tilbake til den modellen som ble utviklet tidligere i rapporten (kapittel 2, figur 2.5) og som vi gjentar i figur 5.1 med den modifikasjon at politikk nå er kommet inn som en faktor. Denne modellen beskriver mekanismer som vi antar er sentrale for utviklingen av vekstforetak. Den tar utgangspunkt i tre hovedfaktorer, nemlig:

- entreprenøren
- foretaket
- omgivelsene.

I samsvar med teori om entreprenørskap oppfatter vi entreprenøren som den sentrale drivkraften i utviklingen (jfr. Spilling 1998, Spilling et al 2000). Dette er den eller de personene som organiserer og utvikler foretaket og som gir viktige premisser for om et foretak skal vokse eller ikke. Avgjørende i denne sammenheng er hvilken motivasjon entreprenøren har for å utvikle et vekstforetak, og hvilken oppfatning (persepsjon) vedkommende har av mulighetene for å realisere vekst. Den neste faktoren er selve foretaket som entreprenøren organiserer, og de ressurser og kapabiliteter dette har i forhold til å muliggjøre vekst. Den tredje faktoren er omgivelsene og hva disse representerer med hensyn til infrastruktur, konkurrenter og faktorforhold, og hvilke muligheter dette gir for vekst.

Utviklingen av et foretak er en komplisert interaktiv prosess der det skjer et mangfoldig samspill av faktorer internt i foretaket og mellom foretaket og en rekke eksterne faktorer. Som vi har vært inne på tidligere (kapittel 2), er det mange forhold som skal spille sammen for at et foretak skal kunne lykkes i å realisere vekst. Det er i et slikt perspektiv politikken må vurderes. Spørsmålet er hvordan politikken kan få et fokus mot vekstforetak og stimulere til at det utvikles flere vekstforetak, og at vekstforetakene kan få optimale utviklingsmuligheter.

Gjennom den skisserte modellen vil vi kunne identifisere områder som politikken må adressere for å ha noen rolle i forhold til vekstforetak. For det første må den adressere entreprenørene og de potensielle entreprenørene som vil være aktuelle i framtida. Poenget her er å utvikle humankapitalen i entreprenøriell retning – flere må bli orientert mot entreprenørskap. Blant dem som orienterer seg mot entreprenørskap, må det være flere som er motivert for vekst og som er tilstrekkelig mulighetssøkende til at de kan bidra til å realisere vekst.

For det andre må politikken fokusere på de foretakene som har vekstpotensial. Dette kan dels skje ved generelle innsatser gjennom å gjøre tilgangen av kritiske ressurser (kompetanse, kapital osv) allment lettere tilgjengelig ved utvikling av hensiktsmessig infrastruktur, dels kan det skje ved å adressere foretak med spesielt stort vekstpotensial og utvikle programmer som støtter opp om og tilrettelegger for deres utvikling.

For det tredje må politikken fokusere på omgivelsene i bred forstand, dels ved å bidra til utvikling av faktorforhold som er optimale i forhold til framtidig næringsutvikling, dels ved å bedre på rammebetingelser som virker veksthemmende.

Med utgangspunkt i dette kan det tenkes en tredelt strategi som vektlegger følgende¹⁸:

- kunnskapsmessig infrastruktur
- mobilisering
- fokusering.

Dette vil være rammen for den videre diskusjonen i denne rapporten.

7.2 Kunnskapsmessig infrastruktur

Utviklingen av den kunnskapsmessige infrastrukturen er det sentrale grunnlaget for den framtidige næringsutvikling. Innovasjon og entreprenørskap – de prosesser som er grunnlaget for utviklingen av det framtidige næringslivet – har kunnskap i ulike former som sitt grunnlag. Den framtidige evnen til utvikling av et konkurransedyktig næringsliv vil i stor grad stå og falle med evnen til å utvikle denne infrastrukturen. Med kunnskapsmessig infrastruktur menes da hele systemet som utvikler, formidler og overfører kunnskap, som det offentlig finansierte FoU-systemet, næringslivets FoU-aktivitet og det offentlige og private finansierte utdanningssystemet. Når det gjelder det siste, er vi særlig opptatt av det som skjer på høyere nivå.

Tenkning her er basert på en forestilling om at jo mer utviklet og velfungerende denne strukturen er, jo større er forutsetningene for å generere vekstforetak. Det er ikke dermed sagt at en oppgradert kunnskapsmessig infrastruktur er en tilstrekkelig betingelse for å sikre utvikling av flere vekstforetak og dermed få til en effektiv økning av verdiskapingen, men vi antar at det i alle fall er en nødvendig betingelse.

Dette gir to strategier, nemlig 1) en kraftig oppgradering av den kunnskapsmessige infrastrukturen, og 2) organisering av denne infrastrukturen slik at den får en klar entreprenøriell orientering. Disse to strategiene kommenteres kort i det følgende.

Når det gjelder oppgradering av den kunnskapsmessige infrastrukturen, synes det å være så bred enighet om nødvendigheten av dette, at det ikke argumenteres nærmere for dette her. Det bør være tilstrekkelig å vise til anbefalingene i Hervik-utvalgets innstilling om "Ny giv for nyskaping" (NOU 2000:7) som allerede er under implementering, og anbefalinger fra Reve og Jakobsen (2001) på grunnlag av prosjektet "Det verdiskapende Norge" som er knyttet til følgende punkter (s. 333-339):

- øke totale FoU-investeringer til høyeste OECD-nivå
- doble FoU-investeringer innen privat sektor
- styrke kvaliteten på alle utdanningsnivåer

¹⁸ Denne inndelingen er sterkt influert av tenkningen som ligger bak utviklingen av den nye strategien i området Industri og energi i Norges Forskningsråd, og som ble diskutert i et møte med direktør Erik Skaug i desember 2000.

- øke innsatsen innen etterutdanning til høyeste OECD-nivå
- deregulere forsknings- og utdanningssektoren for å oppnå bedre samspill med næringslivet
- spesialisere forskning og utdanning mot sterke næringsklynger.

Det ligger i dette føringer i retning av konsentrert innsats der Norge har mulighet til å være i front, og det er rimelig ut fra at et lite land ikke har muligheter til å prioritere alle områder. Og det er høyst naturlig med en slik konsentrasjon ut fra at det er i bestemte næringer at det ligger spesielt store utviklingsmuligheter, som marin bioteknologi og IKT. Men samtidig er det viktig å være seg bevisst at vekstforetak forekommer i alle næringer, om enn med variabel hyppighet. Muligheter for utvikling av nye og voksende næringsområder kan finnes på svært mange områder. Det er derfor viktig å føre en åpen og interaktiv kunnskapspolitik der man ikke er for fastlåst i det som oppfattes som de sterke nasjonale klyngene i ett bestemt tidspunkt. Klynger er også noe som kommer og går. Alt er foranderlig og transformeres over i nye strukturer, og det må unngås innesperring i bestemte strukturer.

Et korrektiv i forhold til den nasjonale klyngetenkningen kan derfor være å se på de dynamiske regionale næringsmiljøene som representerer mange nyanser i forhold til de områdene som for tiden er erklært som de nasjonale klyngene med størst potensial.

Det andre punktet i strategien vedrørende kunnskapsinfrastrukturen gjelder å gjøre den entreprenøriell, det vil si at den må organiseres på en slik måte at i alle fall sentrale deler av den har en klar orientering mot næringsmessige anvendelser og at det er effektive insentiver for en kommersiell orientering av den faglige aktiviteten. Uten å gå inn i debatten om forholdet mellom grunnforskning og anvendt forskning, er det grunn til å understreke at kunnskap har liten verdi dersom den ikke kommer til anvendelse – den må brukes til noe. I næringsmessig sammenheng er de viktigste kanalene for å omsette kunnskap til praksis gjennom innovasjon og entreprenørskap. Med innovasjon tenkes da på nyskapsprosesser i bestående foretak, mens entreprenørskap er knyttet til utvikling av nye foretak. For begge funksjoner gjelder at kommersialisering er det sentrale, det vil si at kunnskapen må omsettes i noe som har et forretningsmessig potensial.

Selv om slike forhold i stigende grad erkjennes, er det et godt stykke igjen før næringspolitikken får en klar entreprenøriell orientering (jfr Spilling et al 2000). Det er imidlertid interessant å konstatere hvordan dette perspektivet i stigende grad aksepteres og påvirker tenkningen rundt framtidig organisering. Den klare brukerorienteringen av en del programmer i Norges forskningsråd og programmer som FORNY og ENT finansiert av SND er uttrykk for dette, og den pågående organisering av forskningsparker, kunnskapsparker, inkubatorer og innovasjonsselskap peker i samme retning. Som nevnt tidligere er også det pågående strategiarbeidet i Norges Forsk-

ningsråd, der det ufødte næringslivet er en del av målgruppa for framtidig aktivitet, et viktig uttrykk for dette.

Det er videre interessant å konstatere at Hervik-utvalgets utredning vedrørende tiltak for økt FoU i næringslivet flere ganger kommenterer entreprenørskapsperspektivet (NOU 2000:7). Samtidig viser imidlertid denne utredningen at perspektivet har hatt begrenset gjennomslagskraft blant toneangivende økonomer, og det er et godt stykke igjen før 'tradisjonell' økonomisk teori integrerer entreprenørskapsperspektivet på en tilfredsstillende måte (jfr. Wennekers og Thurik 1999).

I debatten framover er det derfor av stor betydning å ha et klart fokus på hvordan kunnskapsinstitusjoner organiseres slik at den entreprenørielle dimensjonen blir mest mulig effektiv. Det er mye forsøk og utviklingsarbeid som må til.

Et annet poeng som kan være verdt å kommentere, er hvor mange måter kunnskap kan komme til anvendelse på, og hvor mange måter innovasjoner kan omsettes i en forretningsmessig praksis. Eksempelvis kan et foretak være svært innovativt selv om det ikke selv har fou-aktivitet. Dette kan skje ved at det er applikasjonsorientert, dvs at det bare tar i bruk ny teknologi som andre har utviklet og utnytter det forretningsmessig (Autio 1995, Spilling 1998). Et annet eksempel er at kunnskap og innovasjoner også spres gjennom det som kan kalles imitative etableringer (Spilling 1998) der nye virksomheter, eksempelvis konsulenter, etableres mer eller mindre som direkte kopier av andre foretak, men der de etableres på nye steder eller går inn i markeder som ikke har slike tjenestetilbud fra før.

Poenget er da at man kan ha innovative og kunnskapsoverførende næringsstrukturer selv om den direkte kontakten mellom FoU-institusjoner og næringslivet er begrenset, og selv om den målbare FoU-aktiviteten i den enkelte virksomhet er neglisjerbar.

Dette er ikke noe argument mot at det ikke skal satses på opptrapping av fou-innsats i næringslivet, men poenget er at man må ha et differensiert syn på hvordan innovative næringsystemer fungerer, og at man i de næringspolitiske strategiene har blick for det mangfold av utviklingsmekanismer som virker.

7.3 Mobilisering

Det andre hovedpunktet i strategien for å legge grunnlaget for et større antall vekstforetak, er at man arbeider med mobilisering til innovasjon og entreprenørskap. Den underliggende tenkningen her er at jo flere som arbeider med ideutvikling og blir orientert mot kommersielle muligheter, jo større blir tilfanget av konsepter som kan lykkes som vekstforetak. Dels kan man her tenke seg breddestrategier – jo flere som prøver å gjøre noe, jo flere med vekstpotensial vil kunne utvikles. Men i tillegg kan det tenkes mer vekst-

fokusert mobilisering, det vil si at man bevisst søker å motivere potensielle entreprenører og innovatører til å tenke i en vekstdimensjon.

Denne strategien skal bygge videre på den strategien som er skissert foran og som innebar en klarere entreprenøriell organisering av den kunnskapsmessige infrastrukturen. Dette gir en mobiliseringsstrategi som går langs flere dimensjoner:

- økt satsing på entreprenørskap i alle nivåer i skoleverket – utvikling av mulighetssøkende kulturer
- klarere poengtering av vekstpotensialer i entreprenørskaps-stimulerende tiltak, spesielt innenfor høyere utdanning og FoU-institusjoner
- organisering av kampanjer og konkurranser for å øke oppmerksomheten mot entreprenørskap, dels 'folkelig' orienterte kampanjer, dels mer fokuserte opplegg mot bestemte fagmiljøer eller næringsmiljøer
- stimulere privat kapital til i større grad å gå inn i risikoprojekter – utvikling av en finansiell entreprenørkultur
- utvikling av konkurransedyktige rammebetingelser (offentlige reguleringer) som stimulerer til mer entreprenørskap og å satse på vekstorienterte prosjekter.

Poenget med disse strategiene er å stimulere til økt mangfold i tenkning og strategier rundt nyskaping. Det må utvikles mer mulighetsorienterte og mulighetssøkende kulturer. Dels er utdanningssystemet på ulike nivåer viktige arenaer for dette, dels er det i de ulike næringsmiljøene at slike kulturer i større grad må utvikles, og dels er det i kapitalmiljøene.

Et viktig poeng kan være knyttet til det siste momentet. Tilgangen til risikokapital framheves ofte som en flaskehals i forhold til nyskaping og entreprenørskap. Det vises da gjerne løsninger av typen institusjonaliserte ordninger som venture kapital, investeringsfond, såkornfond o.l., og private investorer og gruppen business angels trekkes også fram. Alle disse momentene er vel og bra, og bør utvikles videre. Men disse vil alltid ha begrenset rekkevidde. Et venture kapital selskap vil gjerne avgrense porteføljen sin til noen titalls engasjementer, og det samme gjelder forskjellig investerings-selskap såkornfond o.l. Årlig startes det imidlertid i størrelsesorden 20-30.000 nye foretak (Spilling 2000), og det største potensialet for å få fram risikokapital til så mange nye virksomheter, ligger i vanlig privat kapital.

For mange nye virksomheter er den viktigste finansieringskilden privat kapital – det gründeren klarer å samle sammen av egne midler og bidrag fra nær familie og andre. Dette skjer i det sosiale miljøet og gjennom det personlige nettverket til gründeren, noe som betyr at viktige insentiver så vel som barrierer for entreprenørskap ligger her. I store deler av dette 'nære' private kapitalmarkedet er det lite tradisjon for å bruke penger på risikokapital. Midler plasseres derimot i stor grad i eiendom, eksempelvis egen bolig.

Ved å stimulere i alle fall deler av dette markedet til å kanalisere en større del av ressursene over i oppstartprosjektet, vil man kunne bidra til stor økning av nye prosjekter. Målet må derfor være å utvikle en mer risiko-orientert investeringskultur i befolkningen. For å oppnå dette, trenges antakelig effektive incentiver, som skatteincentiver.

Dette er diskutert i Hervik-utvalgets innstilling vedrørende nyskaping, men ikke fulgt opp med konkrete forslag. Dette synes imidlertid å være et viktig område som bør vurderes i en framtidig næringspolitisk strategi.

Det siste punktet under mobiliseringsstrategier gjelder offentlige rammebetingelser i forhold til entreprenørskap. Her tenkes for det første på reguleringer som gjør det vanskelig for foretakene å agere fleksibelt og som gjennom dette skaper barrierer mot vekst. Eksempler på slike reguleringer er bl.a. arbeidsbestemmelser, begrensninger i overtidsbruk og midlertidige tilsetninger. For det andre gjelder det beskatningsregler som skaper problemer både i forhold til rask ekspansjon av virksomhet, aktivt eierskap og generasjonsskifte i familievirksomheter. Gjengangere i debatten rundt dette er opsjonsreglene, formuesbeskatningen, delingsreglene og arveavgiften, og her er det ikke noe mer å si enn her bør det bare skjæres igjennom og få gjort noe med problemene.

Til sist, men ikke minst, bør det i alle mobiliseringsstrategier fokuseres systematisk på den skjeve kjønns sammensetningen blant entreprenører og ledere i næringslivet. Ubalansen er ganske formidabel, og det er en lang vei å gå for man har en tilfredsstillende balanse mellom kjønnene når det gjelder entreprenørskap og ledelse i norsk næringslivet (Spilling og Berg 2000). Dette er spesielt viktig når det gjelder FoU- og teknologirelatert virksomhet, og kanskje i enda større grad når det gjelder vekstorienterte virksomheter, idet kvinner nesten er fraværende som organisatorer av denne typen virksomhet. Samtidig representerer kvinner – i den grad man skal holde seg til en mer nytte-orientert betraktning – et potensial for økt mangfold og kreativitet i næringslivet. Det er i et slikt perspektiv liten tvil om at en bedre balanse mellom kjønnene også vil kunne bidra til økt dynamikk. Her kreves det imidlertid systematiske strategier og omfattende satsinger for å kunne gjøre noe med skjevhetene (Spilling og Foss 2001).

7.4 Fokusering på vekstforetak

Det siste punktet i denne strategien er å utvikle en langt mer fokusert og proaktiv strategi i forhold til vekstforetak. Poenget er da at man må utvikle metoder for å identifisere foretak med stort vekstpotensial, og man må tilrettelegge ulike virkemidler med sikte på å gi disse foretakene romslige utviklingsmuligheter. Dette innebærer at man må

- utvikle systemer for å identifisere foretak med stort vekstpotensial

- tilrettelegge virkemidlene med sikte på å gi vekstforetak romslige utviklingsmuligheter
- utvikle rapporteringssystemer som evaluerer foretakenes utvikling i forhold til realisert vekst i verdiskapingen.

Dette reiser flere prinsipielle spørsmål. Det første og mest grunnleggende er i hvilken grad det faktisk er mulig å identifisere foretak med stort vekstpotensial. Det er på dette området som på de fleste andre; all utvikling i næringslivet er uforutsigbar. Entreprenørskap er prinsipielt en uforutsigbar prosess. I tråd med en evolusjonær forståelse av næringsutviklingen er de grunnleggende utviklingsprosesser knyttet til variasjon og utvelgelse, og der det kun gjennom mange forsøk oppnås suksess i noen få (kfr. bl.a. Aldrich 1999).

På den annen side er det ikke noe nytt at man i praksis lever med uforutsigbarhet, det gjelder også virkemidlene slik de håndteres i dag. Realismen i et hvert prosjekt må vurderes, potensialet for lønnsomhet vil være usikkert osv. Men man har allerede i virkemiddelapparatet metoder for å gjennomføre slike vurderinger, og forholde seg til usikkerhet og risiko. Å begynne å fokusere mer systematisk på foretak med vekstpotensial innebærer derfor egentlig ikke noe annet enn å ta i bruk noen nye kriterier for vurdering av prosjekter. Men slike kriterier må altså utvikles.

Her vil det sannsynligvis kunne være ting å hente, både fra forskningen om vekstforetak, og f.eks. fra erfaringer som investeringsselskap og venture kapital selskap har fra denne type vurderinger. Dette er jo virksomheter som i stor grad rendyrker det å vurdere konsepter i forhold til vekstpotensial.

Forvaltningen av virkemidlene må så organiseres slik at man for det første utvikler en proaktiv adferd som søker etter de interessante prosjektene, og som eventuelt også gir stimulanser til å utvikle dem der det er store potensialer. Dernest må virkemidlene, eller i alle fall deler av dem, organiseres med stor grad av fleksibilitet for å tilby de interessante prosjektene mest mulig tilpasset oppfølging. Dette vil antakelige stille strenge krav til kompetansen i de organisasjoner som forvalter virkemidlene.

Et siste og svært sentralt punkt, er at man driver systematisk oppfølging av de ulike engasjementene, og at det utvikles rapporteringssystemer som følger prosjektene etter resultatvariable som gjør det mulig å evaluere den praksis man følger for vurdering og oppfølging av prosjektene. Dette er vesentlig for å utvikle lærende organisasjoner.

Det vises for øvrig til den praksis som Enterprise Ireland har utviklet gjennom sin såkalte 20-prosent strategi, det vil si at de konsentrerer seg om de 20 prosent av sine potensielle kunder som har det største vekstpotensialet og følger opp disse på en proaktiv måte, mens det resterende av kundemassen håndteres mer reaktivt (Kuusisto et al 2000). Det vil antakelig være interessant lærdom å hente fra Enterprise Ireland's praksis, samtidig som

man også bør ta forbehold om at det teoretiske grunnlaget for denne type praksis er lite utviklet.

7.5 Konflikter i forhold til regionalpolitikken

Som vi har vært inne på tidligere, utøves næringspolitikken i skjæringsfeltet mellom flere politikkområder, og prioriteringer innenfor næringspolitikken kan stå i konflikt med prioriteringer innenfor andre politikkområder. Som vi også har kommentert tidligere, er særlig SND utsatt for et komplekst sett av kryssende forventninger og krav som gir organisasjonen svært lite handlefrihet. Dersom man skal orientere næringspolitikken mot en klarere prioritering av vekstforetak, vil ikke disse konfliktene bli mindre.

Spesielt vil det være problemer i forhold til regionalpolitikken, siden de næringspolitiske virkemidlene er et så sentralt grunnlag for denne. Et viktig utgangspunktet er at det pågår en ganske sterk omstrukturering med betydelig avfolkning i de fleste bygde- og kystkommuner, og en nokså entydig konsentrasjon til byområder, særlig de større byene. Det er også betydelige sentrum-periferi-problemer knyttet til kompetanseutvikling og næringsdynamikk. De mest kompetente deler av befolkningen, i alle fall målt i forhold til utdanningsnivå, bor i de sentrale strøk, og har klare preferanser i forhold til dette. Det er også i de sentrale strøk at man gjennomgående finner den høyeste dynamikken i næringslivet, f.eks. målt i etableringsrater og vekstkraft.

Dersom man i næringspolitikken skal satse enda sterkere på utviklingen av kunnskapsmessig infrastruktur, kompetansebasert næringsutvikling og vekstforetak, vil disse konsentrasjonstendensene bare forsterkes ytterligere, fordi potensialet for utvikling av tyngre kunnskapsmiljøer og vekstforetak først og fremst finnes i de sentrale strøk av landet. Det er riktignok regionale nyanser i dette, men det er likevel en klar hovedtendens. En av disse nyanseene ser man ved å studere listen over de førti raskest voksende foretak i Norge (jfr. kapittel 4) der flere fiskerelaterte virksomheter kommer høyt opp på listen, disse er delvis lokalisert i regionale områder. Ut fra at fiskeri-relatert næringsvirksomhet antakelig er den næringen som har det største vekstpotensialet i Norge, gir dette godt rom for utvikling av i alle fall noen regionale næringsmiljøer. Også flere andre klynger åpner for i noen grad interessante regionale utviklingsmuligheter.

Grunnlaget for den regionale konsentrasjonen er å finne i at et dynamisk næringsmiljø er avhengig av at man har en viss 'kritisk masse' av aktører og næringsvirksomhet. For at et næringsmiljø skal ha slagkraft, må det representere et mangfold. Det vil gjerne være i spenningsfeltet som skapes av et slikt mangfold at det oppstår mange nye muligheter. Selv om begrepet 'kritisk masse' ikke er noe entydig, og dessuten vil kunne variere med for eksempel hva slags næringssektor man arbeider med, bør det være en viss

størrelse på en region. Og satsingen innenfor en region bør legge opp til å utvikle et dynamisk samspill mellom de sentrale og perifere delene av regionen.

På denne bakgrunn vil det arbeidet som for tiden pågår i Kommunaldepartement rundt begreper som regionale verdiskapingsmiljøer og robuste regioner stå sentralt.¹⁹ Det vil ha stor betydning for hvilke rammer det vil være for større selvstendighet blant næringspolitiske aktører til å konsentrere virkemidlene slik at de gir større uttelling i forhold til vekst i verdiskapingen.

Ideen med robuste regioner bør utvikles slik at det gir regioner av noe størrelse, slik at den har en viss kritisk masse og et visst mangfold. En robust region bør inneholde områder som har en viss grad av vekst og dynamikk. I regionale utviklingsstrategier bør det så fokuseres på regionenes samlede potensialer for utvikling. Dette bør for eksempel innebærer at landets organisering på det regionale nivået konsentreres til færre enheter enn det vi har i dag, f.eks. ved en halvering eller mer av antall fylkeskommuner. En effektiv utvikling av den kunnskapsmessige infrastrukturen forutsetter en sterk konsentrasjon om de miljøer som finnes i universitetsbyene og en del andre bymiljøer. Med såpass store regionale enheter vil det kunne åpnes for vesentlig større fleksibilitet i bruk av virkemidlene, og gjennom dette åpne for en mer effektiv verdiskapingspolitikk enn det som er tilfellet i dag.

7.6 Oppsummering

Hovedpoenget med denne rapporten har vært å rette oppmerksomheten på vekstforetak. Det har hittil vært liten interesse for dette temaet i Norge. Det er i rapporten, og særlig i det som er publisert tidligere fra prosjektet, forsøkt gitt noen analyser av hva som særpreger slike foretak og hvilken betydning de som drivkrefter for den samlede næringsutvikling og dermed for utviklingen i landets verdiskaping.

For det andre har det vært et hovedpoeng å diskutere næringspolitikken i lys av vekstforetak, og drøfte alternative næringspolitiske strategier der vekstforetak blir en klar målgruppe. Næringspolitikken utmerker seg foreløpig med at den overhode ikke reflekterer hvilken betydning vekstforetak har. Det er ikke utviklet virkemidler spesielt rettet mot denne gruppen. Dette er forøvrig på linje med hva som synes å være rådende i de fleste andre europeiske land. Bare enkelte virkemidler kan sies å ha vekstforetak i fokus, men da uten at dette er eksplisitt formulert. Og det skjer eventuelt uten at de aktuelle virkemidlene er basert på noen spesifikk kunnskap om vekstforetak eller

¹⁹ Arbeidet med disse begrepene skjer i forbindelse med den nye regionalmeldinga som forventes lagt fram i mars 2001.

er basert på beslutningskriterier der veksten i enkeltforetaket er noen viktig dimensjon.

På dette grunnlag er det derfor et stort potensial for å endre politikken og gjøre den mer målrettet mot vekstforetak. Det antas at dette kan bidra til en effektivisering av politikken i forhold til hovedmålet om å tilrettelegge for økt verdiskaping. Det skisseres tre hovedstrategier for dette, nemlig en kraftig oppgradering av den kunnskapsmessige infrastrukturen som samtidig må gis en mye mer entreprenøriell innretning, samt å arbeide med generell mobilisering og mer spesifikk fokusering på vekstforetak i forvaltningen av virkemidlene.

Det teoretiske grunnlaget for en slik politikkutvikling er nokså begrenset, og det vil framover være stort behov for å utvikle kunnskapsgrunnlaget rundt vekstforetak på flere måter. Dels trengs mer kunnskap om vekstforetak og deres dynamikk, dels trengs mer kunnskap om hvilken betydning de har i den samlede næringsutvikling, og ikke minst trengs det mer kunnskap om hvordan politikken faktisk kan innrettes på en målrettet måte mot vekstforetak, og hvilken betydning en slik innretning faktisk vil ha på vekstforetakenes utvikling.

Litteratur

- Adizes, I. (1989). *Corporate Lifecycles: How and why corporations grow and die and what to do about it*. NJ, Englewood Cliffs.
- Aldrich, Howard. 1999. *Organizations evolving*. London, Thousand Oaks, New Dehli: Sage Publications.
- Arnold, E, L. Hatling, J. Hauknes, K. Smith og T.J. Thoresen (2000): Evaluering av SND 1993-1999. Technopolis, Albatross Consulting og STEP-gruppen.
- Autio, Erkko. 1995. "Four types of innovators: a conceptual and empirical study of new, technology-based companies as innovators." *Entrepreneurship & Regional Development* 7:233-248.
- Barkham, R., G. Gudgin, et al. (1996). *The determinants of small firm growth. An inter-regional study in the United Kingdom 1986-90*. London, Jessica Kingsley Publishers.
- Birch, D. L. (1979). *The Job Generation Process*. Massachusetts: MIT.
- Birch, D. L. (1988). *Job Creation in America. How our Smallest Companies Put the Most People to Work*. New York: The Free Press.
- Bolton Committee (1970). *Problems of Small Firms*. London
- Brush, C. G. and P. A. van der Werf (1992). A comparison of methods and sources for obtaining estimates of new venture performance. *Journal of Business Venturing* 8: 183-195.
- Churchill, C. and V. L. Lewis (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review* 61(3): 30-50.
- Davidsson, P. (1989). Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth, Stockholm School of Economics.
- Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm growth. *Recent Research in Entrepreneurship*. L. G. Davies and A. A. Gibb. Aldershot, UK, Avebury.
- Davidsson, P. and F. Delmar (1997). High-growth firms: Characteristics, job contribution and method observations. Mannheim.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (2000). Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth. In D. L. Sexton & H. Landström (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Blackwell.

- De, D. (1994). *Mittelstand und Mittelstandspolitik in den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union* (SME Policy in the Member States of the European Union). Stuttgart: Poeschel.
- De, D. (2000). SME policy in Europe. In D. L. Sexton & H. Landström (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Blackwell.
- Deeks, J. (1976) The small firm owner manager: Entrepreneurial behavior and management practice. Praeger, New York.
- Delmar, F. (1998). Measuring growth: Methodological Considerations and Empirical Results. Stockholm, ESBRI.
- Delmar, F. and P. Davidsson (1998). A taxonomy of high growth firms, Entrepreneurship & Small Business Research Institute, Stockholm, and Jönköping International Business School, Jönköping.
- Dess, G. G. and D. W. Beard (1984). Dimensions of organizational task environments. *Administrative Science Quarterly* **29**: 52-73.
- Fjeldstad, Ø. D., E. Andersen, et al. (2000). Verdiskaping og internasjonal konkurransedyktighet i norsk IKT-sektor, Handelshøyskolen BI.
- Fombrun, C. J. and S. Wally (1989). Structuring small firms for rapid growth. *Journal of Business Venturing* **4**(2): 107-222.
- Gibb, A. and L. Davies (1990). In Pursuit of Framework of Development of Growth Methods in Small Business. *Journal of Small Business Management* **9**(1): 15-31.
- Grant, R. G. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review* **33**(3): 114-135.
- Greiner, L. E. (1972). Evolution and revolution as organization grow. Harvard Business Review, July/August issue, 37-46.
- Hofer, C. and D. Schendel (1978). *Strategy Formulation: Analytic Concepts*. St. Paul, MN: West.
- Isaksen, A., & Spilling, O. R. (1996). *Regional utvikling og små bedrifter*. Kristiansand: Høgskoleforlaget.
- Jenning, P. and G. Beaver (1997). The performance and competitive advantage of small firms: A management perspective. *International Small Business Journal* **1**(1): 19-30.
- Koning, A. C. P. d., J. A. H. Snijders, et al. (1992). SME Policy in the European Community. EC.

- Kuusisto, J., S. Fahmy and E. Arnold. (2000). "SND in an international context. ALMI, ANVAR, Enterprise Ireland, Finnvera and NUTEK." : Technopolis.
- Loveman, G. and W. Sengenberger (1991). The Re-emergence of Small-Scale Production: An International Comparison. *Small Business Economics*, 3, 1-37.
- Miles, R. E.; C.C. Snow, A.D. Meyer et al. (1978) Organizational Strategy, Structure, and Process; Academy Of Management. The Academy Of Management Review, Mississippi State; Vol. 3, Iss. 3; pg. 546
- Nyborg, G. L. (1999). Teoretiske tilnærminger til forståelsen av vekst i små og mellomstore foretak. Discussion paper 8/1999. Handelshøyskolen BI.
- OECD (1997). *Best Practice Policies for Small and Medium-Sized Enterprises*. Paris.
- OECD (2000). *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*.
- O'Farrel, P. N. and D. M. W. N. Hitchens (1988). Alternative theories of small-firm growth: a critical review. *Environment and Planning A* 20: 1365-1383.
- Penrose, E. (1959/1995). *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford University Press.
- Porter, M. E. (1980). *The Competitive Strategy*. New York, The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Comeptitive Advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York, The Free Press.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1991). Toward a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal* 12: 95-117.
- Poutziouris, P., M. Binks, et al. (1998). A Problem-based phenomenological growth model for small manufacturing firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 6(2).
- Ramström, D. (red.). 1967. *Mindre företag - problem och villkor*. Stockholm: Prisma.
- Ramström, D. (red.). 1975. *Små företag stora problem*. Stockholm: Norstedts.
- Reve, T. og E. W. Jakobsen (2001). *Et verdiskapende Norge*. Oslo, Universitetsforlaget.

- Reynolds, P. D. (1993). High performance entrepreneurship: What makes it different? *Frontiers of Entrepreneurship Research 1993*. N. C. Churchill, S. Birley, W. D. Bygrave et al, Babson College: 88-101.
- Rosa, P. and M. Scott (1995). Some comments on the unit of analysis in entrepreneurship research on growth and start-up. RENT IX - Research in Entrepreneurship, Piacenza, Italy.
- Rosa, P. and M. Scott (1999). The prevalence of multiple owners and directors in the SME sector: implications for our understanding of start-up growth. *Entrepreneurship and Regional Development* **11**(1): 21-37.
- Scott, M. and R. Bruce (1987) Five Stages of Growth in Small Business; Long Range Planning, London; **20**(3): 45-53.
- Smallbone, D., R. Leigh, et al. (1992). High Growth Performance in Small and Medium Sized Manufacturing Enterprises. Towards the Twenty-First Century. In: M. Robertson, E. Chell and C. Mason. *The Challenge for Small Business*. Manchester, Nadamal Books: 209-234.
- Spilling, O. R. (1996a). Do Small Firms Create Jobs? *Journal of Entrepreneurship Culture*, **4**, 147-161.
- Spilling, O. R. (1996b). SMB-typologi: om klassifisering av små og mellomstore bedrifter, Handelshøyskolen BI/Norges Forskningsråd.
- Spilling, O. R. (1998). Om entreprenørskap. I Spilling, O.R. (red.) *Entreprenørskap på norsk*. Bergen, Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. og B. Jordfald (1998). Analyser av entreprenørskap. I Spilling, O.R. (red.) *Entreprenørskap på norsk*. Bergen, Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. and N.G.Berg. (2000). "Gender and small business management: the case of Norway in the 1990s." *International Small Business Journal* 18:38-59.
- Spilling, O. R. og L. Foss. (2001) (under utgivelse). "Kjønn, entreprenørskap og politikk." i *Kjønnspektiver på entreprenørskap*, redigert av N.G. Berg og L. Foss. Oslo: Abstrakt.
- Spilling, O. R., J. A. Roppen, et al. (2000). *Entreprenørskap som strategi for regional utvikling*, Handelshøyskolen BI.
- Spilling, O.R. (red). (2000). *SMB 2000 - fakta om små og mellomstore bedrifter i Norge*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Stalk, George; Evans, Philip; Shulman, Lawrence E. (1992). Competing on Capabilities: The New Rules of Corporate Strategy. *Harvard Business Review*; Boston, Vol. 70, Iss. 2: 57-70.

- Steinmetz, L. L. (1969) Critical stages of small business growth. *Business Horizons*, Vol. 12, iss 1: 29-34.
- Storey, D. J. (1982). *Entrepreneurship and the New Firm*. London: Croom Helm.
- Storey, D. J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London and New York: Routledge.
- Velu, R. (1980). The development process of the personally managed enterprise. European Foundation for Management Development, 1-21.
- Vyakarnam, S., R. Jacobs et al. (1998). Exploring the formation of entrepreneurial teams: The key to rapid growth business? *Journal of Small Business and Enterprise Development* **6**(2).
- Wennekers, S. and R. Thurik (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics* **13**(1): 27-55.
- Wiklund, J. (1998). *Small firm growth and performance*. Jonkoping, Johan Wiklund and Jonkoping International Business School.
- Zahra, S. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An explorative study. *Journal of Business Venturing* **6**: 259-285.

Offentlige utredninger mm

- Nærings- og Handelsdepartementet (udatert): Det skal bli enklere å drive bedrift i Norge. (Ble lansert i 1998).
- St. prp. nr. 1 (2000-2001). Statsbudsjettet for 2001. Nærings- og handelsdepartementet.
- St.meld. nr. 22 (1977-78) Små og mellomstore industribedrifter.
- St.meld. nr. 41, (1997-98) Næringspolitikk inn i det 21. århundre.
- NOU 2000:7. Ny giv for nyskaping. Vurdering av tiltak for økt FoU i næringslivet.

Institutt for innovasjon og økonomisk organisering

Institutt for innovasjon og økonomisk organisering driver forskning og undervisning knyttet til sentrale tema innen innovasjon, næringsøkonomi og bedriftshistorie med vekt på elektrisitetsstudier. Aktiviteten på instituttet er hovedsakelig knyttet til fire sentra innen feltene *næringsutvikling*, *samvirkeforskning*, *næringslivshistorie* og *energistudier*. Store deler av instituttets virksomhet blir finansiert gjennom oppdragsforskning fra det norske næringsliv. Sentrale samarbeidspartnere er blant annet Norsk Hydro, Telenor, Statkraft og Vegdirektoratet.

Instituttets webadresse: <http://web.bi.no/innovasjon>

Kort om forfatteren

Olav R. Spilling er professor i næringsutvikling. Han er utdannet sivilingeniør fra tidligere Norges Tekniske Høyskole, og har i mange år arbeidet med forskning og undervisning innenfor områdene lokal og regional utvikling, små og mellomstore bedrifter og entreprenørskap. Han har også analysert de næringsmessige virkninger av OL på Lillehammer. I den senere tid har han publisert flere norske bøker og internasjonale artikler innenfor temaene små bedrifter og entreprenørskap. For tiden arbeider han med prosjekter vedrørende entreprenørskapets betydning for utviklingen av ledende high tech byer i Europa og kjønnsdimensjonens betydning for entreprenørskap og foretaksledelse. Han er også involvert i et europeisk prosjekt om små foretaks betydning.