

Transnationellt entreprenörskap: identifierade möjligheter och resulterande affärsverksamheter

Heléne Lundberg och Anneli Rehnfors

Denna studie, som bedrivits av Heléne Lundberg vid CER i samarbete med Anneli Rehnfors, magisterstudent vid Mittuniversitetets ekonomiprogram, fokuserar på entreprenörer med en bakgrund som migranter. Till skillnad mot flertalet studier är det migranter från utvecklade ekonomier som här står i centrum, närmare bestämt svenska och finska invandrare i Hong Kong. Studien belyser vilken typ av möjligheter de identifierade och vilka verksamheter de startat samt hur den institutionella och kulturella kontexten påverkat processen. Resultaten visar att den kulturella kompetensen avseende två så olika länder inte bara möjliggör import och export utan även tjänster i form av kulturell expertis kombinerad med lokal närvaro. Forskningsresultaten har tidigare publicerats i den internationella tidskriftsartikeln "Transnational entrepreneurship: Opportunity identification and venture creation" (Lundberg och Rehnfors, 2018).

Inledning

Stora migrationsströmmar flödar över världen, men medan vissa individer lämnar hemlandet av eget val gör andra det som ett resultat av outhärdliga förhållanden. I båda fallen konfronteras emellertid personen i fråga med två olika kulturella kontexter och i vissa fall är det stora skillnader mellan dem. Sådana skillnader kan vara utmanande att överbrygga men innebär samtidigt en möjlighet att identifiera affärsmöjligheter i form av olika typer av utbyten mellan de båda länderna. Transnationellt entreprenörskap kallas den inriktning inom internationaliseringsforskningen som uppmärksammar sådana förhållanden.¹ Flertalet studier inom denna inriktning har intresserat sig för migranter från utvecklingsländer som kommit till utvecklade ekonomier. Den bild som då tecknats har ofta varit ett entreprenörskap som mer eller mindre varit "framtvingat" på grund av svårigheter att hitta anställning.² Det är emellertid sannolikt att den "frivilliga" migranten blivit entreprenör av andra orsaker och kanske även sett andra möjligheter. För en mer komplett bild av de hinder och möjligheter som migration innebär i fråga om internationellt entreprenörskap bör därför även andra förhållanden belysas.

¹ Drori et al. (2009).

² Aliaga-Isla och Rialp (2013).

Syfte

Studiens syfte är att bidra till en mer nyanserad förståelse för vilka möjligheter som identifieras av migranter, vilka affärsverksamheter som dessa möjligheter kan resultera i och hur den institutionella och kulturella kontexten påverkar processen.

Tidigare forskning

Affärsmöjlighet är ett begrepp som ofta används utan större precision, ja ofta utan att en definition anges.³ Det har emellertid hävdats att immigranternas entreprenörskap huvudsakligen avser import⁴ och att ju mer påtaglig produkten i fråga är, desto sannolikare är det att verksamheten internationaliseras.⁵ Inom ramen för transnationellt entreprenörskap har fyra olika verksamhetsinriktningar diskuterats: finansiella tjänster, import/export av råmaterial och/eller varor, kulturell verksamhet och tillverkning.⁶ Få studier har intresserat sig för individerna bakom dessa verksamheter: entreprenörerna. De resultat som finns tyder emellertid på att entreprenöriell förmåga påverkas av erfarenheter gjorda under uppväxten, påverkan från omgivningen samt utbildning och arbetslivserfarenheter, vilket sammantaget resulterat i kunskaper och färdigheter som gynnar identifiering och utveckling av affärsmöjligheter.⁷ Exempelvis kan umgänge med erfarna entreprenörer antas möjliggöra eget företagande som en karriärmöjlighet och att affärsmöjligheter därför är värda att uppmärksammas och utvärderas. För migranter kan erfarenheter och kunskaper rörande det gamla och nya hemlandet skapa möjligheter för jämförelser och identifikation av affärsmöjligheter eftersom tidigare kunskaper anses vara en viktig grund för detta. Sådana kunskaper kan i princip erhållas på två sätt: genom egna erfarenheter eller genom att lära från andra. I en internationell affärskontext kan erfarenhetsbaserad kunskap avse tre olika nivåer: (1) kunder, marknader, konkurrenter (affärskunskap); (2) lagar, regler, normer (institutionella förhållanden) samt (3) förmåga att hantera internationella utbyten (internationaliseringskunskap). Sammantaget har detta kallats en persons internationella orientering.⁸

Internationellt entreprenörskap i form av handel över nationsgränserna har en lång historia men den akademiska forskningen på företagsnivå tog fart först under den senare delen av 1900-talet. 1977 utvecklades en inflytelserik internationaliseringsmodell, den s.k. Uppsalamodellen.⁹ Den beskriver ett företags etablering på en ny internationell marknad som en gradvis process, begränsad inte minst av att det tar

³ Mainela et al. (2014).

⁴ Emontspool och Servais (2017).

⁵ Cloninger och Oviatt (2007).

⁶ Zhou (2004).

⁷ Shane (2000).

⁸ Dichtl et al. (1990); Eriksson et al. (1997).

⁹ Johanson och Vahlne (1977).

tid att utveckla kunskap om nya marknader avseende andra aktörer (kunder, leverantörer och konkurrenter) liksom om den institutionella och kulturella kontexten. I dessa texter antas företaget starta verksamheten på sin hemmamarknad för att senare, efter en konsolideringsfas, ta steget ut på internationella marknader. Transnationellt entreprenörskap har en annan teoretisk utgångspunkt. Den tar sin början i att entreprenören migrerat och därigenom tillägnat sig kunskap om två olika marknader. De flesta studierna har fokuserat på import till det nya hemlandet från det gamla hemlandet. I dessa fall bedrivs således en internationell verksamhet direkt från starten. Sådana skillnader tyder på att det behövs fler studier som klargör likheter och skillnader med andra former av entreprenörskap.¹⁰

Transnationella entreprenörer har att ta hänsyn till externa förhållanden och villkor som kan hindra eller stödja verksamheten. Vissa institutionella aspekter, som stabil politisk omgivning, tydlig och transparent affärslagstiftning samt få byråkratiska krav anses gynna entreprenörskap.¹¹ Kultur är ett paraplybegrepp som innefattar en uppsättning delade värderingar, uppfattningar och förväntade beteenden.¹² Att lära sig förstå och verka inom en ny kontext är ofta en tidskrävande process men den lägger grunden för att entreprenören ska kunna identifiera och utveckla möjligheter i sitt nya hemland.¹³

Tillvägagångssätt

Som undersökningsmetod valdes intervjuer. Dessa genomfördes via Skype med fyra finska och tre svenska migranter nu boende i Hong Kong. De hade bott i Hong Kong i 5-29 år och var i åldrarna 29-57. Hong Kong är sedan 1997 en så kallad "särskild administrativ region" i södra Kina, vilket innebär att den kunnat behålla ett eget ekonomiskt och politiskt system som anses vara mycket företagervänligt, både avseende att starta och bedriva affärsverksamhet.¹⁴ I det här fallet skedde således migrationen från en utvecklad ekonomi till en annan.

Huvudteman för intervjuerna och den påföljande analysen var "hur det hela började", vilken typ av verksamhet de nu bedrev och den institutionella och kulturella kontextens betydelse för verksamheten. Utfallet av detta beskrivs närmare i tabell 1.

¹⁰ Drori et al. (2009).

¹¹ Klapper et al. (2004)

¹² Hofstede (1980).

¹³ Johanson och Vahlne (1977).

¹⁴ Mok (2005).

Tabell 1. Företagen och deras affärsidéer

| Informant | Affärsidéer | Antal anställda |
|-----------|---|-----------------|
| A | Konsultföretag. Började med att hjälpa företag i hemlandet att sälja till producenter i Kina. Efter hand även kunder från andra länder i Europa, Asien samt i USA. | 22 |
| B | Köpte en bra web-kamera i Hong Kong till ett billigt pris och såg en möjlighet att sälja sådana till hemlandet. Sedan utökad med fler produkter och tidvis även sålt till två andra länder. | 23 |
| C | Exporterar produkter från Hong Kong och Kina, ursprungligen till hemlandet, sedan till tre ytterligare länder. | 1 |
| D | Började med import av träprodukter till Hong Kong från hemlandet, efter hand utökad till ytterligare en marknad i Asien och liknande import från fyra andra länder. | 10 |
| E | Produktionsstöd i form av val och kvalitetskontroll av leverantörer i Kina för företag i hemlandet. Även mindre uppdrag från företag i andra länder. | 5 |
| F | Tjänster i form av rekrytering, kvalitetskontroll, produktutveckling och compli-ance (regelefterlevnad) avseende tillverkande företag i Kina. Ursprungligen kunder från hemlandet, senare från flera andra länder i Europa samt USA och Australien. | 32 |
| G | Tjänster i form av förslag på leverantörer, kvalitetskontroll och compli-ance (regelefterlevnad) avseende tillverkande företag i Kina, senare även i andra asiatiska länder. Ursprungligen kunder från hemlandet, därefter även från Australien. | 10 |

Resultat och slutdiskussion

Den transnationelle entreprenören

Studiens resultat styrker de slutsatser som dragits i tidigare forskning avseende att tidigare erfarenheter gynnar entreprenörskap då 5 av de 7 informanterna (A, B, C, D och F) hade egen tidigare erfarenhet av entreprenörskap och/eller tidigare erfarenhet från en sådan miljö. Flertalet hade dessutom akademisk utbildning men de tonade själva ner betydelsen av denna trots att flera hade utbildat sig i Asien. Detta går emot resultat i tidigare forskning som betonat värdet av utbildning men skulle kunna förklaras av att de redan på annat sätt tillägnat sig en "internationell orientering" genom ett flertal resor till, och vistelser i, andra länder än det ursprungliga hemlandet. Möjligheten att på detta sätt tillägna sig en internationell orientering är sannolikt större för migranter från utvecklade ekonomier då resande och boende utomlands normalt förutsätter ett kvalificerat internationellt orienterat arbete eller en god privatekonomi. Dessa visar vikten av att inte betrakta migranter, och i förlängningen deras entreprenöriella möjligheter, som en homogen grupp.

Studien visar i likhet med tidigare studier, att migranter kan ha grundlagt en internationell orientering genom sin kännedom om två länder, inte minst eftersom utbyten mellan dessa länder ofta utgör grunden för deras entreprenörskap. Till skillnad mot tidigare studier pekar emellertid denna studie på att entreprenörskapet

inte behöver vara drivet av svårigheter på arbetsmarknaden,¹⁵ vilket sannolikt är kopplat till deras bakgrund i en utvecklad ekonomi. De har inte lämnat sitt land på grund av nödtvång, utan för att de sett spännande möjligheter som lockat dem att ta detta steg.

Det transnationella företaget

Transnationellt företagande har hittills främst beskrivits som import av varor eller processer till det nya hemlandet från ursprungslandet på basis av individens kontakter i ursprungslandet.¹⁶ Denna studie visade emellertid att detta visserligen var fallet för två av informanterna men att några bedrev verksamheter "i motsatt riktning", dvs. från det nya hemlandet Hong Kong eller grannlandet Kina till ursprungslandet (Sverige eller Finland) och i några fall verksamhet "i båda riktningarna", dvs. både export och import mellan dessa länder. Även en fjärde, tidigare ouppmärksam affärsmodell identifierades: fyra av informanterna hade nämligen som affärsidé att underlätta internationell handel. Genom att lära sig behärska olika kontexter hade de tillägnat sig en värdefull kompetens för att undvika onödiga missförstånd och annan friktion i sina affärsutbyten. Genom att agera mellanhand i sådana affärsrelationer kan de erbjuda en "genväg" till den kompetens som annars skulle vara tids- och kostnadskrävande för företag att bygga upp på egen hand. Denna typ av tjänster är sannolikt vanligt förekommande i internationell handel men har trots detta inte uppmärksammats i någon större utsträckning i tidigare forskning avseende internationella affärer. Detta är olyckligt, inte minst inom den transnationella forskningen, eftersom migranter tycks ha förutsättningar för att verka inom detta område. Värt att notera är även att entreprenörerna i denna studie ursprungligen fokuserade på det nya hemlandet och ursprungslandet men att verksamheterna på kort tid utvidgades till att även omfatta andra marknader.

Den institutionella och kulturella kontexten

Att den institutionella och kulturella kontexten är betydelsefull för företagandet betonades av informanterna i denna studie. De prisade unisont förhållandena i Hong Kong och betonade att detta i hög grad varit bidragande till att de valt att bosätta sig där. Kontextuella skillnader hade emellertid även en annan påverkan. Flertalet hade inledningsvis identifierat affärsmöjligheter i grannlandet Kina men valde trots detta att förlägga sin verksamhet till Hong Kong. För de informanter som valt att basera verksamheterna på att agera mellanhänder utgjorde deras förmåga att överbrygga skillnader mellan institutionella och kulturella kontexter mellan i första hand Kina och deras respektive ursprungsländer grunden för deras verksamhet.

¹⁵ Aliaga-Isla och Rialp (2013).

¹⁶ Portes et al. (2002).

Referenser

- Aliaga-Isla, R. och Rialp, A. (2013), "Systematic review of immigrant entrepreneurship literature: Previous findings and ways forward". *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 25, Nr. 9-10, s. 819-844.
- Cloninger, P. A. och Oviatt, B. (2007), "Service content and the internationalization of young ventures: An empirical test". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31, Nr. 2, s. 233-256.
- Dichtl, E., Koeglmayr, H.-G. och Mueller, S. (1990), "International orientation as a precondition for export success". *Journal of International Business Studies*, Vol. 21, Nr. 1, s. 23-40.
- Drori, I., Honig, B. och Wright, M. (2009), "Transnational entrepreneurship: An emergent field of study". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 33, Nr. 5, s. 1001-1022.
- Emontspool, J. och Servais, P. (2017), "Cross-border entrepreneurship in a global world: A critical reconceptualisation". *European Journal of International Management*, Vol. 11, Nr. 3, s. 262-279.
- Eriksson, K., Johanson, J., Majkgard, A. och Sharma, D. D. (1997), "Experiential knowledge and cost in the internationalization process". *Journal of International Business Studies*, Vol. 28, Nr. 2, s. 337-360.
- Hofstede, G. (1980), "Motivation, leadership, and organization: Do american theories apply abroad?". *Organizational Dynamics*, Vol. 9, Nr. 1, s. 42-63.
- Johanson, J. och Vahlne, J.-E. (1977), "The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business Studies*, Vol. 8, Nr. 1, s. 23-32.
- Klapper, L., Laeven, L. och Rajan, R. (2004). *Business environment and firm entry: Evidence from international data*. Policy Research Working Paper Series 3232, The World Bank.
- Lundberg, H. och Rehnfors, A. (2018), "Transnational entrepreneurship: Opportunity identification and venture creation". *Journal of International Entrepreneurship*, Vol. 16, Nr. 2, s. 1-26.
- Mainela, T., Puhakka, V. och Servais, P. (2014), "The concept of international opportunity in international entrepreneurship: A review and a research agenda". *International Journal of Management Reviews*, Vol. 16, Nr. 1, s. 105-129.
- Mok, K. H. (2005), "Fostering entrepreneurship: Changing role of government and higher education governance in hong kong". *Research Policy*, Vol. 34, Nr. 4, s. 537-554.
- Portes, A., Guarnizo, L. E. och Haller, W. J. (2002), "Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation". *American Sociological Review*, Vol. 67, Nr. 2, s. 278-298.
- Shane, S. (2000), "Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities". *Organization Science*, Vol. 11, Nr. 4, s. 448-469.
- Zhou, M. (2004), "Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergencies, controversies, and conceptual advancements 1". *International migration review*, Vol. 38, Nr. 3, s. 1040-1074.