

MANGE IVÆRKSÆTTERVIRKSOMHEDER MANGLER KOMPETENCER

Nye beregninger fra DEA peger på, at en stor andel af nye danske iværksættervirksomheder mangler kompetencer særligt inden for salg og markedsføring. Kompetencer, som er afgørende for virksomhedens overlevelseschancer og langsigtede vækst.

Danmark har mange dygtige iværksættere og vækstvirksomheder, men vi har brug for endnu flere levedygtige iværksættere, der har ambitionerne og kompetencerne til at vækste.

Analyser viser, at mangel på viden og kompetencer – i særdeleshed stærke kompetencer inden for salg og markedsføring samt produktion - mindsker nye virksomhedens overlevelseschancer betydeligt og hæmmer deres langsigtede vækst.¹

For at blive klogere på, hvilke kompetencer de danske iværksættervirksomheder har, har DEA i en ny undersøgelse spurgt godt 1.100 iværksættervirksomheder, hvilke kompetencer – om nogle - der er mangel på i deres virksomhed.

Resultaterne peger på, at iværksættervirksomhederne i særlig grad mangler kompetencer inden for salg og markedsføring. Hele 36 pct. af virksomhederne angiver, at de mangler netop disse kompetencer.

Hver fjerde iværksættervirksomhed angiver, at de mangler kompetencer inden for forskning og udvikling, og hver femte virksomhed mangler kompetencer inden for regnskab og finansiering. Samme tendens gør sig gældende ift. virksomhedernes behov for højtuddannede kompetencer i produktionen.

OM BEREGNINGERNE

DEA har spurgt 1150 iværksættere om:

Er der mangel på kompetencer i din virksomhed på nogle af følgende områder? (Svarmuligheder: ikke relevant, ja, nej)

- Forskning og udvikling
- Salg og markedsføring
- Regnskab og finansiering
- Højtuddannede kompetencer i produktionen

Iværksættervirksomheder er i den forbindelse identificeret som ejere af enkeltmandsvirksomheder, I/S'er og ApS'er, etableret i perioden 2009-2011, hvor omsætningen i året efter etableringen var på mindst ½ mio. kr. Fordeling af virksomhedernes størrelse kan ses i figur 1.

¹ Siepel, J., Cowling, M. & Coad, A. (2012) Long-run growth and survival of UK high tech firms. Nesta Working Paper Series.

Figur 1: Virksomhedens størrelse

| | |
|--------------------|------|
| 0 ansatte | 20 % |
| 1 ansat | 42 % |
| 2 - 5 ansatte | 28 % |
| Mere end 5 ansatte | 10 % |

At 20 pct. af virksomhederne har "0 ansatte" skyldes, at ejer i særligt enkeltmandsvirksomheder kan være den eneste medarbejder, men ikke er registreret som ansat.

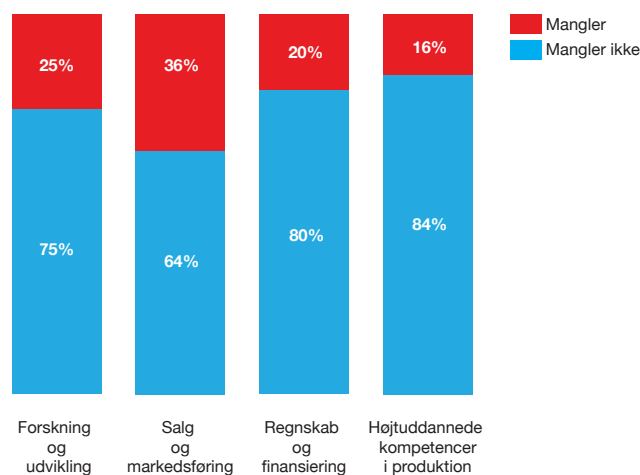
RESULTATER

Ser vi på de iværksættervirksomheder, som enten svarede ja eller nej til spørgsmålet om, hvorvidt de mangler kompetencer i virksomheden inden for hhv. salg og markedsføring, regnskab og finansiering, forskning og udvikling samt højtuddannede kompetencer i produktion, viser resultaterne, at der er et tydeligt udækket behov hos iværksættervirksomhederne inden for salg og markedsføring. 36 pct. af virksomhederne angiver, at de mangler kompetencer inden for salg og markedsføring.

25 pct. af virksomhederne mangler kompetencer inden for forskning og udvikling. 20 pct. mangler kompetencer inden for regnskab og finansiering og 16 pct. mangler højtuddannede kompetencer i produktionen. 47 pct. af virksomhederne angiver, at de slet ikke mangler kompetencer.

Figur 2: Andel af virksomheder som mangler kompetencer inden for forskellige områder

Kilde: DEA. Egne beregninger baseret på spørgeskema



DEA har undersøgt om iværksættervirksomhedernes størrelse, branche, geografiske placering eller ejerform

kan være afgørende faktorer for, hvorfor virksomhederne mangler kompetencer, men finder ingen markante sammenhænge, som kan forklare forskellen på manglen på kompetencer.

IVÆRKSÆTTERES EGNE KOMPETENCER

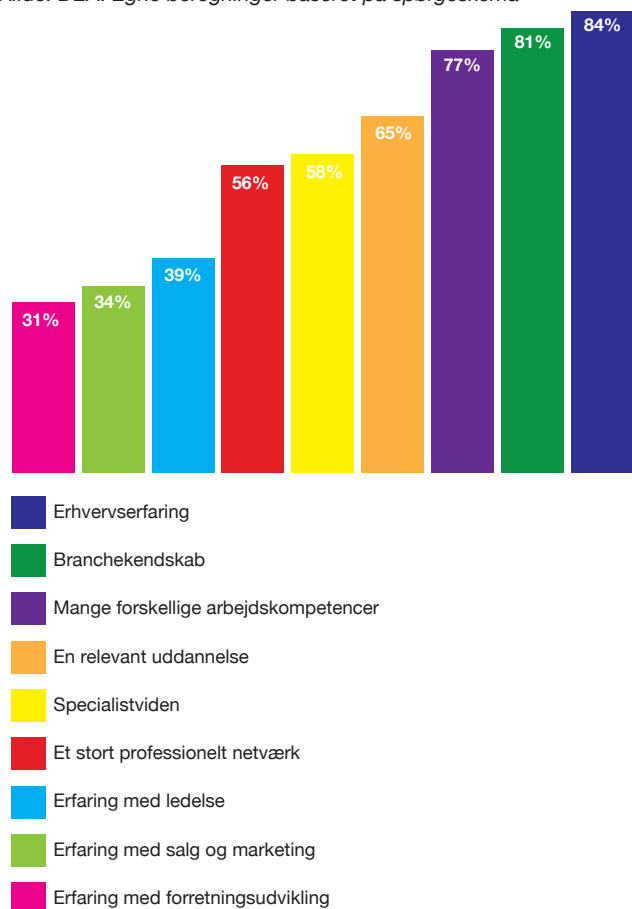
For en stor del af de adspurgte virksomheder gælder det (jf. figur 1), at de kun beskæftiger iværksætteren/ ejeren selv eller har en medarbejder ansat. Derfor er det relevant at se nærmere på, hvilke kompetencer iværksætteren selv er i besiddelse af.

Resultaterne peger på, at de danske iværksættere er rimelig godt klædt på, især mht. erhvervs erfaring, branchekendskab og en kombination af forskellige arbejds-kompetencer. Som det ses af figur 4, mener over 75 pct. af iværksætterne, at de besidder de ovennævnte kompetencer. Mellem 55 pct. og 65 pct. af iværksættere angiver, at de har en relevant uddannelse, specialistviden og et stort professionelt netværk.

Interessant er det, at under 40 pct. af iværksættere mener, at de enten i høj grad eller i meget høj grad har erfaring med salg og marketing – kompetencer, som er afgørende for fremtidig vækst og overlevelsessevne.

Figur 3: Iværksætternes egne kompetencer

Kilde: DEA. Egne beregninger baseret på spørgeskema



STYRK IVÆRKSÆTTERKOMPETENCER

Andelen af vækstiværksættere i Danmark er lav sammenlignet med andre lande. I 2009 var andelen af vækstiværksættere i Danmark 0,3 pct. Det placerer Danmark i bunden af OECD-landene, hvor kun USA og Frankrig har lavere andel af vækstiværksættere.²

² Erhvervsstyrelsen (2012), "Iværksætterindeks 2012 – Vilkår for iværksættere i Danmark", side 35.

Men når en fjerdedel af virksomhederne i DEAs undersøgelse finder, at de mangler kompetencer i forskning og udvikling, og når over en tredjedel samtidig vurderer, at deres kompetencer i forretningsudvikling samt salg og markedsføring er mangelfulde – så peger det i retning af, at der er potentiale for at forbedre denne position og øge vækstmulighederne ved at have de rette kompetencer.

Hvad skal der så til for at styrke iværksætterkompetencerne i Danmark? Først og fremmest bør hele uddannelsessystemet – fra folkeskole til forskerskole – sætte turbo på udviklingen af nye undervisnings- og læringsformer, som fremmer lysten til at sætte nye ting i værk og føre dem ud i livet.

Herudover bør der være bedre muligheder for at tage fag i fx forretningsudvikling samt salg og marketing på tværs af de videregående uddannelser – uanset, om man læser til litteraturvidenskab, lærer eller laborant. Det kræver ikke alene, at elever og studerende skal på skolebænken – også lærerne skal lære nye kunster, så de kan formidle ny viden om iværksætteri.

Der har da også i de senere år været stigende politisk fokus på at styrke rammebetingelserne for iværksættere, blandt andet i forhold til regulering, adgang til kapital og vidensspredning samt iværksætterkompetencer og iværksætterkultur. Resultatet er, at de danske rammebetingelser for iværksætteri er faldet fra en 6. plads i 2009 til en 10. plads blandt OECD-landene i 2012. Danmark scorer godt på parametre som markedsadgang og videnskabelse- og spredning, men halter efter førerfeltet, når det gælder iværksætterkultur. At vores placering under ét er forværret siden 2009 skyldes ikke, at de danske rammevilkår er forværret, men at vores konkurrenter har været bedre end os til at løfte rammevilkårene.³

Selve iværksætterkulturen kan påvirkes, selvom det er et langt, sejt træk. Udover skolegang kan det blandt andet ske via eksponering overfor rollemodeller og vækstvirksomheder.⁴ Samtidig må vi ikke glemme, at vi er oppe mod en udbredt lønmodtagerkultur, der risikerer at hæmme den iværksætterlyst- og kultur, som eksempelvis undervisning og oplysning gør en positiv forskel for.

Der findes ingen mirakelkur til flere iværksættere. Alle gode kræfter skal i spil, så vi sikrer, at Danmark også i fremtiden kan byde ind med endnu flere levedygtige iværksættere.

Yderligere kontakt:
Forskningschef Martin Junge
Mob: +45 5126 0204
mj@dea.nu



³ Erhvervs- og Byggestyrelsen (2009), "Iværksætterindeks 2009 – Vilkår for iværksættere i Danmark", side 77 og Erhvervsstyrelsen (2012), "Iværksætterindeks 2012 – Vilkår for iværksættere i Danmark", side 11.

⁴ Note 4: DEA (2013), "Holdninger og iværksættere"