



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen

Kurskod: FEKH19

Kursens titel: Examensarbete i Strategic Management

Termin: HT14

Resurser i forskningsparker

- en studie om fördelar för det enskilda företaget.

Författare:

Erik Gustafsson - 870223-3571

Matilda Sörensen - 900117-0183

Olle Elander Wistén - 860602-0272

Handledare:

Anna Thomasson

Sammanfattning:

Examensarbetets titel: Resurser i forskningsparker - en studie om fördelar för det enskilda företaget.

Seminariedatum: 16 Januari 2015

Ämne/kurs: FEKH19, Examensarbete kandidatnivå i strategic management, 15 hp.

Författare: Erik Gustafsson, Matilda Sörensen, Olle Elander Wistén

Handledare: Anna Thomasson

Fem nyckelord: Konkurrensfördelar, Resurser, Coopetition, Forskningspark, Agglomerationer

Syfte: Att studera vilka klusterspecifika resurser som företag i en forskningspark upplever ger dem konkurrensfördelar.

Metod: Via en induktiv ansats genomföra intervjuer mot företag som har verkat eller verkar på en forskningspark. En kvalitativ fallstudie görs mot ett antal företag för att hitta samband mot hur deras strategi har utvecklats.

Teoretiska perspektiv: Resurserna som företag får på forskningspark kan härledas till agglomerationer av företag. CIPM-modellen och Diamant-modellen mäter resurser på nationell och regional nivå, men vilka specifika resurser som det enskilda företaget får är inte givet.

Empiri: Företag som har verkat eller verkar fortfarande på Ideon, en forskningspark. Företagen bidrog med insikt till vilka fördelar de drog av att verka på en forskningspark och hur de fick tillgång till vägledning och det nätverk som fanns runt omkring deras verksamhet. De resurser de fick gjorde att man fick ökade möjligheter att växa.

Resultat: Forskningsparken bidrar med bra publicitet, flexibla lokaler och gemensamma arbetsytor för företag. Vidare gör närheten till andra företag att företag sparar tid och lär sig forma sin affärsplan för att kommersialisera sina produkter och tjänster.

Summary:

Title: Resources in research parks - a study on the advantages for the individual company.

Seminar date: 16th of January 2015

Course: FEKH19, Degree Project Undergraduate level, Business Administration, 15 University Credits Points (UPC) or ECTS-credits.

Authors: Erik Gustafsson, Matilda Sörensen, Olle Elander Wistén

Advisor: Anna Thomasson

Key words: Competitive advantage, Resources, Coopetition, Research Park, Agglomerations

Purpose: To study the cluster-specific resources that companies in a science park experience gives them a competitive advantage.

Theoretical perspectives: The resources that companies get at research parks can be traced to agglomerations of companies. The CIPM-theory and the Diamond-model measures resources on a national and regional level, but what specific resources that is given to the individual company is not clear.

Empirical foundation: Companies that has been based or are currently based within Ideon, a research park. The companies contributed with insight into what advantages they had by operating within a research park and how they got access to guidance and the network that existed around their operations. The resources they got made it possible to achieve increased possibilities to grow.

Conclusions: The resource park contributes with good publicity, decent facilities and shared working spaces for companies. Further on the close proximity to other companies saves time and helps shaping the business plan to commercialize their product and services.

Innehåll

1. Introduktion.....	6
1.1. Bakgrund	6
1.2. Syfte.....	8
1.3. Disposition.....	8
2. Metod.....	9
2.1. Forskningsdesign.....	9
2.1.1. Fallstudie	10
2.1.2. Empiriinsamling.....	10
2.1.3. Urval	11
2.2. Översikt av Ideon.....	12
2.3. Beskrivning av dataanalys	14
2.4. Studiens validitet och reliabilitet.....	14
2.4.1. Intern Validitet	14
2.4.2. Extern Validitet.....	15
2.4.3. Reliabilitet.....	15
3. Teoretiskt ramverk	16
3.1. Resource Based View - För att växa behöver man resurser.....	16
3.1.1. Coopetition och Economies of Agglomeration - Leder samarbete till resurser?	17
3.1.2. Immateriella resurser och dynamiska kapabiliteter - Vilka typer av resurser?.....	19
3.2. Resurser i forskningsparker	19
3.2.1. Teorier bakom kluster	20
3.3. Syntes	26
4. Empiri	28
4.1. Ideon, lokalisering och omgivning.....	28
4.2. Ideons historia	28
4.2.1. Aktörer vid Ideon - grundande	29
4.3. Företagen på Ideon	30
4.4. Resultat av intervjuer	30
4.4.1. Humankapital	31
4.4.2. Infrastruktur	31
4.4.3. Konkurrens	32
4.4.4. Stödjande industrier.....	32
4.4.5. Nätverk och samarbete	33

4.4.6. Brand Image	33
4.4.7. Övriga resurser	34
5. Analys	34
5.1. Humankapital	35
5.2. Infrastruktur	36
5.3. Konkurrens	37
5.4. Stödjande industrier	38
5.5. Nätverk och samarbete	40
5.6. Brand image	41
5.7. Övriga resurser	42
6. Slutsats och diskussion	42
6.1 Slutsats	43
6.2. Diskussion	44
6.3. Generaliserbarhet och brister	45
6.4. Förslag till vidare forskning	46
7. Referenslista	47
7.1. Akademisk litteratur och rapporter:	47
7.2. Elektroniska källor:	49
7.3. Muntliga källor:	50
8. Bilagor	51
8.1. Intervjuguide	51

1. Introduktion

I följande avsnitt avser vi att presentera bakgrunden till studien, och att redogöra uppsatsens ämne. Därefter följer syfte och ett underlag för uppsatsens disposition.

1.1. Bakgrund

Forskningsparker är områden där innovation är en nyckel. OECD definierar innovation som *“...genomförandet av en ny eller väsentligt förbättrad produkt (vara eller tjänst), eller process, en ny marknadsföringsmetod eller en ny organisationsmetod i affärsmetoder, arbetsplatsorganisation eller yttre förbindelser.”* (OECD, 2005). En sådan fysisk plats är ofta en samlokalisering med stöd från både universitet, näringsliv och regeringen, med mål att stimulera ekonomisk tillväxt med hjälp av teknologi och kunskap. Teknologin och kunskapen används för forskning och kommersialisering av produkter och tjänster till nya företag (AURP, 2014). Innovationerna som kommer ur nya produkter och tjänster är alltså nyckeln till att få nya företag att växa, enligt forskningsparker. Vidare är det en mötesplats med många nätverksskapande aktiviteter och konferensmöjligheter, samt innehar ett stort utbyte av tjänster och olika sorters affärsnätverk (SISP, 2014). Forskningsparkerna fyller därmed en funktion till att stimulera teknisk utveckling av samhället och främja tillväxt.

Genom att samla många företag skapas en agglomeration av relaterade verksamheter, något som kan kännas igen i liknande konstellationer, så som industriparter, teknologicenter och vetenskapscentrum. Gemensamt brukar sådana relaterade verksamheter med geografisk närhet kallas *“kluster”*. Forskningsparker är också ett kluster, men har en koppling mot regering och universitet, som skiljer den från andra agglomerationer. Forskningsparkerna agerar i huvudsak som en flexibel hyresvärd som bland annat låter fokuserade entreprenörer få utrymme för sina idéer och ge dem möjligheter att växa snabbt i lokalerna. Möjligheten att fokusera på sin kärnverksamhet gör att många företag kan växa snabbare i forskningsparken än utanför, enligt dess principer om att främja tillväxt (Löfsten, & Lindelöf, 2002).

Därmed är det en fördel som nystartat företag att sitta i en forskningspark, vilket gör att man erhåller någon form av en resurs som man inte får på andra platser. RBV-teori (*resursbaserad teori*), anger att resurser ger fördelar, men resurser behöver vara sällsynta och imperfekt mobila för att vara unika, något som varken kompetens eller lokaler är (Besanko, Dranove, Shanley & Schaefer, 2013: 369). Kompetensresurser för att kunna växa får man från universitet och bra fysisk lokalisering kan man få från forskningsparken, men även från andra hyresvärdar, vilket innebär att där är andra sorters resurser som ger möjligheter till ökad tillväxt.

Resurser är mer värdefulla när de är samlokaliserade inom ett enskilt företag, s.k. "*cospecialized resources*". Resursernas samspel genererar då mer värde tillsammans än var för sig. För en forskningspark är det en agglomeration av företag som genererar fördelar, då tanken är att koncentrationen skapar synergi-effekter. Gemensamma resurser mellan olika företag ger då ökad tillväxt på en forskningspark, inte individuella egna unika resurser inom ett och samma företag, som RBV-teorin utgår ifrån. Man delar infrastruktur, utbyter idéer, erhåller ett nätverk, samarbetar och får tjänster som tillhandahålls av ens hyresvärd, forskningsparken. Det kallas "*coopetition*", företagen gynnas av samverkan mer än om var och en agerar självständigt (Besanko et al, 2013: 265).

Sådana "*coopetition*"-resurser i kluster avhandlas just i Porters diamant-modell om nationell nivå och CIPM-modellen om regional nivå (Porter, 1990; Sölvell, Lindqvist, Ketels, 2003). Modellerna avhandlar hur kluster, så som en forskningspark, presterar i form av kommunikation och informationsspridning, innovation, teknologi, insatsfaktorer, kunder och konkurrens, och andra mått. Överlag innebär modellerna att man mäter prestationen på klustret som helhet på nationell och regional nivå, och vad för sorts resurser de genererar.

En forskningspark som inte tillför några aktiviteter, någon extra publicitet, gemensamma arbetsytor eller låter dess inneboende samverka, borde därför inte ge företagen

som huserar på plats någon signifikant extra tillväxt, jämfört med att husera i andra sorters agglomerationer av företag. Sådan extra tillväxt i olika kluster kan man därför mäta enligt Porters diamant-modell och CIPM-modellen. Teorin hjälper oss att förstå att samlokaliseringen i en forskningspark gynnar företagen i form av extra resurser och konkurrensfördelar. En bra forskningspark låter sina företag nå signifikant ökad tillväxt genom mer resurser, jämfört med att husera utanför den.

Företagen som huserar i en forskningspark får alltså fördelar, men nuvarande teorier anger inte vad för sorts resurser som företagen på en individuell nivå upplever att de får på en forskningspark, bara hur kluster på en nationell eller regional nivå genererar resurser. Resurser ger ju företagen konkurrensfördelar, enligt RBV-teorin. Från ett teoretiskt perspektiv är det därför en oklar koppling mellan vilka resurser som företagen får av att husera i en forskningspark jämfört med utanför, något som den här uppsatsen avhandlar. Från ett samhällsperspektiv ger det insikt till företagen vilka fördelar de får av att vara verksamma i en forskningspark, och hur det kan öka deras tillväxt.

1.2. Syfte

Genom att verka i en forskningspark får företag tillgång till resurser som ökar möjligheterna till tillväxt, men vad för sorts resurser företagen får av utbytet mellan andra företag och forskningspark i sig är inte givet enligt existerande teoretiska modeller. Syftet med studien är att studera vilka klusterspecifika resurser som företag i en forskningspark upplever ger dem konkurrensfördelar.

1.3. Disposition

I inledning har vi nu beskrivit bakgrunden till vår fråga. Vi vill studera företag som har en anknytning till en forskningspark för att se hur vad för extra resurser de har fått av att vara verksamma där. Till vår hjälp kommer vi att ha ett teoretiskt ramverk som utvecklas i kapitel

3. I metoddelen, kapitel 2, kommer vi att gå igenom hur vi väljer forskningspark och fallföretagen på forskningsparken, hur vi samlar in data, samt hur vi tänker tillämpa teorin på empirin.

Empiri beskriver sedan den forskningspark och de fallföretag som har valts ut, med en motivering till varför vi valde just dem. Därefter går vi igenom resultat från respondenter följt av analys på de resultat vi finner. Analysen är gjord med vår teoretiska referensram och visar på samband och skillnader mellan svar. Avslutningsvis för vi en kort diskussion och förslag till vidare forskning.

2. Metod

I metodkapitlet redogörs för hur vi har gått till väga för att konstruera vår empiriska grund.

Vi motiverar vårt fall samt en beskrivning utav denna. Vi motiverar även vårt val av metod och urval, samt behandlar forskningens reliabilitet och validitet.

2.1. Forskningsdesign

Den empiri som kommer att utgöra grunden för vår forskning planeras vara av både primär och sekundär natur. Primärdata karaktäriseras utav en insamling som vi själva bedriver och skiljer sig från sekundärdata, som redan ackumulerats av andra individer i ett tidigare skede. När det kommer till forskningsprojekt kan gränserna mellan de induktiva och deduktiva vara vaga eller att forskarna har valt en kombination av de båda. Vi har i data-analysen valt att tillämpa triangulering för att öka relevansen och validiteten.

Hartman (2001, s.35) riktar kritik mot bägge av dessa metoder: ”Vid den induktiva metoden utgår man ofta från en befintlig teoriram både vid datainsamling och dataanalys. Om man styrs av dessa teoriramar torde man samla in den data som man på förhand tror är mest relevant, till skillnad från det som verkligen är relevant”. Bristerna vid deduktiv metod är att

det sällan framgår hur hypoteserna har tagit fram, de är i regel starkt påverkade/begränsade av forskarens kreativitet, världsbild och forskningsfält.

2.1.1. Fallstudie

Yin (1984), definierar fallstudien som: ”En empirisk eftersökning som undersöker ett samtida fenomen i sitt verkliga sammanhang; när gränserna mellan fenomenet och sammanhanget inte är helt tydliga; när multipla beviskällor används”. I vårt fall torde det te sig fördelaktigt att använda sig av en fallstudie då det möjliggör för en djupdykning samt en analys av det specifika fallets natur. (Bryman et al, 2005, s.71). Anledningen till detta är att vi studera vårt särskilda fall djupgående.

En forskare som bedriver en fallstudie siktar ofta till att belysa unika egenskaper med fallet och detta brukar kallas för att ideografiskt synsätt (Bryman & Bell, 2005). Det bör hållas i åtanke att fallstudien har omnämnts som en svår metod, framförallt för att dess tillförlitlighet har en tendens att vara tvivelaktig (Yin, 2007). Enligt Yin är det till största del krediterbart till att tillvägagångssättet inte är systematiskt. Det är alltså av yttersta vikt att vi följer vedertagen praxis av forskare såsom Bryman et al och Yin.

2.1.2. Empiriinsamling

Med avseende på vår frågeställning kommer projektet anta en kvalitativ ansats. De metoder som oftast förekommer i kvalitativa forskningssammanhang är etnografi/deltagande observation, kvalitativa intervjuer, fokusgrupper, språkbaserade metoder för insamling och analys av kvalitativa data samt insamling och kvalitativ analys av texter och dokument (Bryman & Bell, 2005, s.298-299). Med avseende på vårt projekt har primärt valt att använda kvalitativa intervjuer, då det är fördelaktigt när individer skall berätta om sina idéer och upplevelser (Bryman et al, 2005) men även när antalet respondenter som skall intervjuas är få.

Semi-strukturerade intervjuer användes då dessa ger respondenten utrymme att fritt ventilera sina åsikter och erfarenheter. Öppna frågor torde ytterligare öka spektrumet inom

vilket vi kan hitta relevant data i respondenternas svar och vi bad även respondenterna att komma med feedback på intervjun, för att successivt kunna förbättra den.

Vi utformade samt genomförde intervjuerna med hjälp utav en av oss skapad intervjuguide med utgångspunkt i vår referensram och lade vikt vid att den skulle vara välstrukturerad på ett tematiskt sätt, att den skulle innehålla både direkta, indirekta frågor samt lämna utrymme för sonderingsfrågor. Då samtliga av oss var närvarande vid varje intervjutillfälle gav det oss möjlighet att optimera intervjun. En utav oss ställde frågorna, en annan förde protokoll och den sista följde den icke-verbala kommunikationen för att om möjligt ställa uppföljnings- eller sonderingsfrågor. Att vara fler än en vid intervjutillfälle kan även hjälpa till att belysa eventuella skevheter i resultat, något som kan vara svårt om enbart en individ genomför intervjun. (Bryman & Bell 2000 s.123).

För att stärka validiteten argumenterar Bryman och Bell (2014:310) att komplettera sin empiriinsamling med fler källor. Denna företeelse omnämns som triangulering och används för att dubbelkontrollera resultat från både kvantitativa och kvalitativa undersökningar (Deacon, Bryman & Fenton, 1998). Vi planerade alltså för, i enlighet med detta, att även använda oss av sekundärdata. Genom detta ämnade vi kunna bredda vår empirigrund och få en högre validitet i analysen och resultatet.

2.1.3 Urval

Vår frågeställning och teoretiska ramverk är centrerat kring forskningsparker och på grund av den geografiskt närliggande regionen tedde det sig naturligt att välja Ideon. Den nära anknytningen möjliggjorde även personliga intervjuer med våra respondenter något som var avgörande för vårt val.

Ideon, som ligger precis bredvid Ekonomihögskolan i Lund, bygger på att fostra innovation och främja tillväxt, något som är tanken med att utbilda studenter. Ideon har fostrat flertalet börsnoterade företag som har växt till sig rejält, så som Axis, Qlik och Active

BioTech som numera finns i närheten i nya lokaler. Det finns idag ca 350 företag med 2700 anställda fördelade över de olika företagen (Ideon, 2014). Ideon beskriver sig som ”mötesplats för visionärer, entreprenörer och riskkapital”, vilket är lämpligt för vår studie då vi eftersöker en plats som fostrar tillväxt.

Nästa steg innefattade att identifiera och lokalisera lämpliga företag där insamling av relevant information kan ske. De två primära variablerna vi först eftersökte var rent geografiska har företaget grundats på Ideon och är företaget fortfarande beläget där?. Efter identifikation av dessa företag upprättade vi en kontakt via telefon där vi efterfrågade en respondent med god insikt i företaget och dess historia. Samtliga respondenter innehade höga positioner på sina respektive företag såsom grundare, VD eller annan person med historisk insikt i företagets verksamhet.

Man kan likna vårt urvalsprojekt vid bekvämlighetsurval, där vi med avseende på vår begränsning av tid och resurs valde respondenter. Intervjusprocessen har också haft en viss snöbollseffekt, då vi har blivit tipsade om potentiella respondenter i vår telefonkorrespondens med Hans Möller, tidigare VD och numera Project Manager på Ideon. Med avseende på våra begränsade resurser var målet att genomföra 7 intervjuer men vi utförde 8 då en av respondenterna inte var helt säker om den information hen försett oss med slutligen skulle kunna användas. Vi reserverade oss också för eventuell empirisk mättnad.

2.2 Översikt av Ideon

Ideon visar sig absolut mest ha IT-företag, men även en del livsvetenskapliga bolag i sitt register. De flesta av Ideons företag har dock en grund i kunskapsintensiv forskning, oavsett en relation till Lunds Universitet eller inte. I vårt urval av företag finner det sig därför naturligt med en hög andel företag som har en bakgrund inom ämnen som har komplexa produkter och tjänster inom IT och livsvetenskap (Ideon.se, 2014). Samtliga medicintekniska

företag har startats före 2010, innan Medicon Village grundades, vilket förklarar deras närvaro på Ideon Science Park.

Medicon Village, med dess specialisering på livsvetenskapliga ämnen, hade nog lämpat sig bättre som hyresvärd ifall företagen hade grundats idag, då deras lokaler är bättre lämpade för den sortens verksamhet (Medicon Village, 2015). Vi har några avstickare med andra inriktningar, ett resultat av att vi har försökt få med en viss bredd i vår studie. Vi har även försökt få med olika storlekar på företagen. Samtliga företag har verkat under många år på Ideon. Den slutgiltiga listan över företag vi kom i kontakt med berodde på vilka vi fick access till.

Företag:	Bransch:	Antal anställda ⁴:	Grundat:
BioInvent	Medicinteknik	40 ¹	1996 ²
Bonesupport	Medicinteknik	14 ³	1999 ²
CellaVision	Medicinteknik	69 ²	1994 ²
Enzymatica	Medicinteknik	9 ²	2007 ²
Marappo/Nerdy by Nerds	Kläder	5 ¹	2011 ²
Qlik	IT	1900 ²	1993 ²
Serstech AB	Kemi	10 ¹	2002 ²
Zaplox	IT	9 ³	2010 ²

¹ = uppgift från intervju

² = uppgift från hemsida, globala siffror

³ = uppgift från www.allabolag.se , svenska siffror.

⁴ = anger totala heltidstjänster.

2.3 Beskrivning av dataanalys

Efter det att intervjuerna genomförts upprättade vi ett dokument där samtliga intervjuer transkriberades. Vi analyserade samtliga frågor individuellt och abstraherade alla svar som respondenterna gav. Efter detta kalkylerade vi proportionerna för de olika svaren, det vill säga, hur stor del av företagen som har svarat vad. Detta dokument utgjorde sedermera vår empiriska grund och som vi sedan implementerade på vårt på förhand konstruerade teoretiska ramverk till analysen.

2.4 Studiens validitet och reliabilitet

Validiteten berör i huvudsak frågan: "Undersöker vi faktiskt det vi ämnar att undersöka?" och reliabiliteten behandlar tillförlitligheten i denna undersökning. Vi kommer nu att gå igenom de olika delarna.

2.4.1 Intern Validitet

Den interna validiteten syftar till huruvida orsakssamband kan ha en signifikant inverkan på en undersökning. Enligt Bryman & Bell (2005, s.67) tenderar ett fallsnitt att brista i den interna validiteten då man enbart samlar in information ifrån ett specifikt tillfälle, eller en kortare period. Detta motverkas genom longitudinella inslag i forskningen och/eller triangulering. Då vår forskningsfråga är ganska abstrakt torde det vara svårt att observera forskningsparkens påverkan på företag genom att studera dem under en längre tid. Respondenternas svar är ytterst subjektiva beroende på deras uppfattning om vad forskningsparken har bidragit med, då immateriella resurser inte nödvändigtvis är konkret mätbart. Det som huvudsakligen styrker vår interna validitet är kompletteringen av den kvalitativa forskningen med en kvantitativ del, den så kallade trianguleringen.

2.4.2 Extern Validitet

Den externa validiteten berör frågan: ”Hur kan vårt resultat generaliseras utöver vår specifika undersökningskontext?” (Bryman & Bell, 2003, s.49) Vårt ultimata mål är att, i hög grad, kunna tillämpa vårt erhållna resultat på andra forskningsparker. Detta erfordrar en god extern validitet som i sin tur ställer mycket höga krav på ett representativt urval.

De två primära variablerna vi först eftersökte var rent geografiska; ”har företaget grundats i forskningsparken?”, ”finns företaget fortfarande i forskningsparken?”. Detta då forskningsfrågan eftersöker individer med insikt i hur det är att bedriva verksamhet i forskningsparken. Efter det att vi identifierat de företag i Ideon som kunde anses relevanta för empiriinsamlingen valde vi de som faktiskt kunde förse oss med en sådan individ. Turligt nog för oss hade ingen av våra respondenter önskan om att vara anonym, något som styrker vår externa validitet. Vår egen åsikt är att vårt urval torde vara representativt för Ideon, då vi har abstraherat information ifrån individer som innehade höga poster på både stora och små företag.

2.4.3 Reliabilitet

Reliabiliteten är mer relevant vid kvantitativa undersökningar än kvalitativa (Bryman & Bell, 2005, s.49). Den interna reliabiliteten behandlar huruvida ett mått tillämpligt och konsistent och den externa huruvida ett resultat skulle bli likartat vid en ny undersökning (Bryman & Bell, 2003, s.48).

För att försäkra oss om att respondenterna skulle ge oss relevanta svar som berör vår forskningsfråga använde vi, som nämnt ovan, oss av en på förhand konstruerad intervjuguide. Detta sörjer även för att respondenterna svarar inom samma spektrum sinsemellan. Optimering av intervjuguide skedde genom en initial pilotintervju, där vi intervjuade en bekant med likartad position som våra påtänkta respondenter, samt en successiv justering av guiden efter varje intervju (Bryman & Bell, 2003, s.191). Genom att ändra frågornas

konstruktion syftade justeringen till att öka lättförståeligheten. En förändring i frågornas natur hade kunnat orsaka diskrepans respondenterna emellan och därför lämnade vi dessa oberörda.

För att kunna kontrollera överensstämmelser i frågorna och tolkning av respondenters svar har vi i enlighet med Bryman & Bell stärkt vår reliabilitet genom interbedömarreliabilitet (Bryman & Bell, 2005, s.204). Detta innebär att två (istället för en) av oss har dokumenterat, transkriberat och tolkat vid samtliga intervjutillfällen. Intrabedömarreliabiliteten behandlar tillförlitligheten hos ett test som utförs av samma forskare fast vid olika tidpunkter, på grund av tidsbegränsnings är det dock inte möjligt att kunna kontrollera denna.

3. Teoretiskt ramverk

I det teoretiska ramverket har vi valt att titta på teori om resurser eftersom det bidrar till konkurrens fördelar och det är relevant för vår studie. Därefter ställer vi oss frågan hur forskningsparker påverkar resurser samt vilka typer av resurser man erhåller. Sist men inte minst har vi använt oss av teorier för att bättre förstå forskningsparker. Då vi anser att många likheter kan dras till andra sorters kluster så har vi använt teorier som behandlar kluster.

3.1. Resource Based View - För att växa behöver man resurser

Att ett företag har en konkurrens fördel medför att företaget tjänar större vinster än genomsnittet för dess bransch. Att ha en konkurrens fördel är viktigt för att företaget ska kunna växa. Man kan skapa mer värde än sina konkurrenter på två sätt, antingen så sänker man kostnaderna eller så ökar man kundnyttan (Besanko et al., 2013: 294-295). För att kunna skapa värde och på så sätt få konkurrens fördelar behöver man resurser och kapabiliteter (Besanko et al., 2013: 305). Konkurrens fördelar är långsiktigt hållbara om man lyckas behålla dem trots konkurrenternas försök att kopiera dem (Barnay, 1991: 102). Enligt *Resource-Based View*-teorin är resurser och kapabiliteter hållbara konkurrens fördelar om de följer tre kriterier.

(1) De ska vara heterogena. De måste alltså vara speciella på något sätt, till exempel gällande effektivitet, i och med att de är speciella är efterfrågan större än tillgången på dessa resurser.

(2) De ska vara svårflyttade. Detta innebär att de inte kan säljas eller köpas på en marknad utan att medföra vissa nackdelar, till exempel kan vissa resurser minska i värde genom att bara säljas eller att de endast kan användas ihop med en annan resurs, alltså *co-specialization*.

(3) De ska ha inneboende isoleringsmekanismer. Det finns två typer av isoleringsmekanismer: Kopieringssvårigheter, att det till exempel finns juridiska hinder för kopiering eller att marknaden inte är stor nog för flera aktörer; försprång, att tidiga spelare till exempel har haft längre tid på sig att lära sig olika arbetssätt och att bygga upp ett nätverk av kunder. (Barney, 1991: 103-112).

3.1.1. Coopetition och Economies of Agglomeration - Leder samarbete till resurser?

Eftersom forskningsparker existerar så bör de rimligen ge något mervärde för företagen som sitter där, annars skulle det inte finnas något intresse av att upprätthålla dem. Forskningsparker tillför sina företag olika slags resurser och kapabiliteter genom att erbjuda tjänster såsom rådgivning och nätverksträffar. Det är dock inte bara forskningsparkens styrorgan som bidrar med resurser, även företagen som är placerade där bidrar till att lyfta varandra. Att företag som annars skulle vara konkurrenter ömsesidigt drar nytta av varandra kallas *coopetition*. Termen *coopetition* skapades av Brandenberger och Nalebuff som tyckte att Porters klassiska "*Five Forces*"-analys brister i det faktum att den endast tar upp hot och ignorerar möjligheter (Besanko et al., 2013: 264-265). *Coopetition* sker inte bara med direkta konkurrenter utan med alla aktörer som agerar med företaget, till exempel regeringen och leverantörer.

Exempel på *coopetition* är när tekniska företag strävar efter att följa samma standarder som sina konkurrenter eftersom de tillsammans kan öka vinsten i hela industrin, exempelvis enas om att DVD är det gällande filmformatet vilket reducerar kostnaderna då filmer bara

behöver produceras i ett och inte flera olika format. Ett annat exempel är när företag tillsammans med sina leverantörer ser till att höja kvaliteten på alla delar av sina produkter för att öka efterfrågan. Högre kvalitet kan resultera i mer trogna kunder och högre vinst. (Besanko et al., 2013: 264-266)

Den geografiska närhet som en forskningspark innebär, gör att det blir lättare för alla som sitter där att samarbeta. Eftersom forskningsparker är väldigt koncentrerade med ett stort antal företag på en liten yta bör man kunna hitta både företag som levererar till varandra och företag som konkurrerar direkt med varandra. Enligt Brandenberger och Nalebuffs *Value Net-analys* så kan dessa båda dessa kategorier innebära möjligheter till att gynna varandra (Besanko et al., 2013: 264-265).

En annan teori som också pekar på fördelarna med att lokalisera sig nära andra företag är *Economies of agglomeration*. Idén om *economies of agglomeration* startades tidigt i 1900-tal av Weber och är en utveckling av teorin om skalfördelar och scope-fördelar (Parr, 2001). *Economies of agglomeration* behandlar effekterna av att verka på samma plats, och delar upp i två olika typer: *internal economies* och *external economies*. *Internal economies of agglomeration* handlar om interna beslut i ett företag som ger dem fördelar genom horisontell integrering. Genom att öka sitt verkningsområde kan man utnyttja att flera produkter eller tjänster lämpar sig bra på samma geografiska plats. "*External economies of agglomeration*" handlar om förutsättningar som företaget självt inte kan råda över, men som ändå påverkar dem positivt. Ett exempel på detta är när flera företag inom samma industri verkar nära varandra vilket innebär att de kan använda samma leverantörer och på så sätt sänka kostnaderna för insatsvaror då de ger leverantören möjlighet till skalfördelar. De externa fördelarna måste inte bara gälla företag inom samma industri utan kan även appliceras på forskningsparker och andra slags kluster. I en forskningspark sänker man kostnaderna,

alternativt ökar tillgängligheten, på gemensamma tjänster så som infrastruktur och transportmöjligheter. (Parr, 2001)

3.1.2. Immateriella resurser och dynamiska kapabiliteter - Vilka typer av resurser?

Resurser behöver inte bara vara fysiska utan kan även vara immateriella. Richard Hall kartlade olika typer av immateriella resurser i sin artikel *The strategic analysis of intangible resources* (1992). De immateriella resurserna kan delas in i tillgångar och i kapabiliteter. Immateriella resurser som är tillgångar är sådant som kan registreras som tillgångar i företagets balansräkning, det som utmärker dessa är att de är skyddade enligt lag. De olika typerna av immateriella tillgångar är olika slags rättigheter och patent, kontrakt och nätverk. Immateriella resurser som är kapabiliteter kan antingen vara kunskap eller kultur. Kunskapen är de anställdas, leverantörernas och distributörernas kunskap om hela processen, kulturen är de anställdas gemensamma attityder/övertygelser/kunskap som hjälper dem att klara av förändring, att behandla kunder på rätt sätt och liknande. (Hall, 1992)

En speciell typ av kapabilitet är dynamiska kapabiliteter. Det innebär att företaget har förmåga att förändra och anpassa sig alltefter som det behövs. Till skillnad från vanliga "enkla" kapabiliteter som innebär att man har förmågan att genomföra en viss uppgift så innebär dynamiska kapabiliteter förmågan att designa hur uppgiften genomförs på bästa sätt. En dynamisk kapabilitet kan vara källan till en konkurrensfördel, till exempel hos företag som är bra på att upptäcka affärsmöjligheter, och bör därför också räknas som en resurs. (Besanko et al., 2013: 390-391)

3.2. Resurser i forskningsparker

Många av dagens forskningsparker bygger på Triple Helix-modellen, en modell som utvecklades på Stanford på 90-talet. Forskarna-som utvecklade Triple Helix hade just haft en forskningspark i området sedan länge, Stanford Research Park i USA, som etablerades 1948.

Enligt Triple Helix-modellen sker ekonomisk utveckling och innovation i ett kunskapssamhälle genom ett samarbete mellan tre olika delar av samhället: universitet, näringsliv och offentlig sektor (Leydesdorff & Etzkowitz, 1996). Ett koncept som är centralt för Triple Helix är det "Entreprenöriella Universitetet" (Zhou, 2008). Detta innebär universitet som använder sin kunskap om innovation för att skapa ny innovation, något som innebär att universitet är den drivande kraften i utvecklingen. När företagen ökar sin tekniska nivå krävs det att även utbildningens nivå stiger, ett samarbete mellan universitet och näringsliv gör att utbildningen blir interaktiv. Regeringen tar rollen som riskkapitalist då de stödjer och satsar på ny innovation. Det finns även varianter där regeringen är drivkraften, vilket är vanligare i Kina (Etzkowitz & Zhou, 2007).

3.2.1. Teorier bakom kluster

Vi anser att det finns likheter mellan forskningsparker och andra sorters kluster eftersom den geografiska koncentrationen ger synergieffekter i båda fallen.

Vi börjar med Porters diamant-modell, denna finner vi mycket relevant eftersom den handlar om hur hela industrier tenderar att koncentreras till en och samma fysiska plats. Som tidigare nämnt så drar företagen nytta av att kunna samarbeta med andra närliggande företag (Parr, 2001). Den andra teorin som vi väljer att använda heter Cluster Initiative Performance Model och fokuserar på den fysiska koncentration man kan se i kluster. Denna modell är tänkt som ett hjälpmedel för att starta kluster och täcker alla delar som påverkar klustrets framgång.

Vi tycker att dessa två modeller kompletterar varandra och ger oss tillräcklig bredd i vår studie.

3.2.1.1. Porters diamant-modell

Porters diamant-modell presenterades i *The Competitive Advantage of Nations* i början av 90-talet (Porter, 1990). Enligt Porter är konkurrens en evolutionär process och konkurrensfördelar växer fram på liknande sätt för olika företag. Detta leder till att stora

industrier ofta är koncentrerade till en eller två platser eftersom deras konkurrensfördelar har vuxit fram ur samma lokala förutsättningar. Det hemmamarknaden bidrar med är att utmana och pressa företagen till att prestera bättre, därför är den interna konkurrensen viktigare än den globala (Porter, 1990: 71). Med diamant-modellen menar Porter att närvaron av fyra olika lokala attribut fostrar företags framgång. Dessa attribut är (1) *Factor conditions*, (2) *Demand conditions*, (3) *Relating and supporting industries* samt (4) *Structure, strategy and rivalry* (Porter, 1990: 71). Två ytterligare faktorer som spelar in är Government och Chance (Porter, 1990: 73).

Factor conditions – Faktorstörningarna är de förutsättningar för produktionsfaktorer inom ett land som ger en viss industri konkurrensfördelar av att verka i just det landet, till exempel humankapital och infrastruktur. De faktorer som ger störst konkurrensfördelar på den lokala marknaden är ofta väldigt specifika och har endast få användningsområden, till skillnad från mer generella faktorer som är mer tillgängliga överallt. (Porter, 1990: 73-85)

Demand conditions – Villkoren för efterfrågan är förutsättningar på den lokala marknaden, så som marknadens storlek, tillväxt och karaktär. En marknad med sofistikerade kunder får företagen att vilja prestera bättre i form av kvalitet och ny utveckling. (Porter, 1990: 86-99)

Relating & Supporting industries – Relaterade och stödjande industrier är industrier som är kritiska för industrin man undersöker, det kan till exempel vara leverantörer av insatsvaror. Även om insatsvaror är rörliga och går att inhandla från olika ställen så innebär en geografisk närhet möjligheter till samarbete som kan gynna båda industrier. Vilka industrier som är relaterade är olika beroende på vilken industri man undersöker, men det finns vissa industrier som generellt stödjer många olika industrier. (Porter, 1990: 100-107)

Structure, Strategy, Rivalry – Struktur, strategi och rivalitet sammanfattar den konkurrensmässiga omgivningen i vilken en industri verkar. Lokala förutsättningar påverkar

dessa tre attribut, till exempel den lokala kapitalmarknaden, lokala styrtekniker och hur organisationer vanligtvis är uppbyggda på den lokala marknaden. Rivaliteten på den lokala marknaden är viktigare än rivalitet på ett internationellt plan, rivaliteten på den lokala marknaden må hålla nere vinsterna i en industri men det är till fördel för utveckling och innovation. (Porter, 1990: 107-124)

I sin modell ställer Porter länderna i fokus. Han menar till exempel att länder skapar konkurrensfördelar när de tillåter och stödjer specialisering, när de bekostar bättre informationsspridning, samt när de pressar företag till att innovera och investera (Porter, 1990). I en artikel i Harvard Business Review skriver Porter (1998) att det viktiga med diamant-modellen är att den beskriver en dynamisk och stimulerande affärsmiljö, samtidigt drar han en viktig parapell till kluster. *“A cluster is the manifestation of the diamond at work. Proximity—the collocation of companies, customers, and suppliers—amplifies all of the pressures to innovate and upgrade.”* Han menar alltså att kluster byggs upp till att bilda diamanter, alla faktorer i klustret leder till ökad innovation och utveckling.

De studier som har gjorts där man har använt sig av Porters diamant-modell följer ofta samma spår, de utgår från ett land och en industri. Det finns många exempel på studier som förklarar en industri i ett land med hjälp av modellen. Några exempel på detta är biomedicin i Kina (Fang, 2014) och förnybar energi i Tyskland (Dögl et al., 2010).

En nackdel som vi ser med detta användningssätt är att man avgränsar sig till en specifik industri. Fördelarna som genereras i ett specifikt land eller på en geografisk plats bör troligtvis påverka flera industrier. Trots att vissa delar av Porters modell skiljer sig från industri till industri, till exempel faktortillgången, så finns det andra delar som är något mer generella, till exempel företagsklimatet och den lokala efterfrågan. För att undersöka flera industrier inom samma geografiska område har vi tittat närmare på kluster i form av forskningsparker. En teori som är något mer heltäckande gällande klustring kommer vi att

beskriva nu, nämligen Cluster Initiative Performance Model. Denna teori utger sig för att handla om kluster men vi bedömer att de kluster den behandlar mer specifikt är forskningsparker.

3.2.1.2. Cluster initiative performance model

Cluster initiative performance model, eller CIPM, är en modell framtagen av tre företagsekonomer i boken *The Cluster Initiative Greenbook* (Sölvell, Lindqvist, Ketels. 2003). De menar att kluster och Porters diamant påverkas av affärsmiljön, av makro- och mikroekonomi, samt av strategier och entreprenörmässiga aktiviteter. Mitt i all denna påverkan placerar de sin egen modell, "The Cluster Initiative", som ett slags smörjmedel mellan diamant-modellen och kluster. De definierar "cluster initiative" som följande: "*Cluster initiative: an organized effort to increase the growth and competitiveness of a cluster within a region, involving cluster firms, government and/or the research community*" (Sölvell et al. 2003: 31). Det är med anledning av denna definition vi anser att modellen bör appliceras på forskningsparker. För att förstå konceptet med klusterinitiativ har forskarna tagit fram en ny modell, "the cluster initiative performande model", eller förkortat CIPM. Denna modell är uppbyggd av fyra komponenter: (1) *settings*, (2) *objectives*, (3) *process* och (4) *performance*, där de tre första resulterar i den fjärde. Modellen är tänkt som ett verktyg att underlätta i företagens strävan att uppnå fördelarna i Porters diamant genom att bilda kluster.

Settings - Det sociala, politiska och ekonomiska klimat i vilket initiativ till klustring tas skiljer mycket mellan olika länder.

- *Ekonomiska*: Affärsklimatet har direkt påverkan på klusterinitiativets prestation, för att fånga de nationella skillnaderna i affärsklimatet adresserar modellen styrkan i den mikroekonomiska omgivningen och nivån på socialt kapital.

- *Politiska:* Initiativ till klustring kan växa fram ur politik och juridik. Modellen täcker en rad olika juridiska områden, till exempel konkurrens och miljöpåverkan, och fångar på så sätt upp statens attityd mot kluster.
- *Sociala:* Modellen täcker styrkan på klustret som initiativet hade för avsikt att uppnå. Detta inkluderar olika dimensioner såsom klustrets historia, nivån på teknologin och på konkurrensen, leverantörernas och kundernas styrka, samt klustrets betydelse för landet och regionen. (Sölvell et al. 2003: 25-26)

Objectives - Initiativ till klustring innefattar ett antal olika mål, dessa kan delas in i sex olika kategorier: (1) Research and networking, (2) Policy action, (3) Commercial cooperation, (4) Education and training, (5) Innovation and technology samt (6) Cluster expansion. Målsättningen för olika kluster kan variera, vissa kluster sätter mål som endast faller under några av dessa kategorier, medan andra klusters målsättning är bredare.

- *Research and networking:* Nätverkande är det vanligaste målet, nätverken kan vara mer eller mindre specifika. Olika slags informationsspridning är också vanligt, till exempel med hjälp av seminarier och websidor.
- *Policy action:* Detta mål handlar om att starta en dialog mellan regeringen, forskare och olika industrier. Detta kan göras för att minska administrativa hinder och på så sätt förenkla kommunikationen.
- *Commercial cooperation:* Genom att samarbeta kan man effektivisera. Detta innebär till exempel att samarbeta gällande inköp, att närvara på handelsmässor och att äska pengar från regeringen.
- *Education and training:* Detta mål handlar om att dela på kostnaderna för upplärning av personal.

- *Innovation and technology*: Kluster kan förenkla innovationsprocessen och förbättra teknologin. Detta innefattar bland annat att följa trender, att sätta standarder och att förbättra produktionsprocessen.
- *Cluster expansion*: Kluster kan också ha som mål att förbättra en regions "brand image". Detta innefattar även att verka för enskilda spin-off-företag. (Sölvell et al. 2003: 27-28)

Process - Olika kluster har olika ursprung, vissa växer fram naturligt ut en viss industri, andra startar som någon form av projekt. Gemensamt för alla kluster är att de fortsätter att utvecklas efter att de har bildats. Utvecklingen kan mätas i sex olika dimensioner: (1) *Initiation and planning*, (2) *Governance and financing*, (3) *Scope of membership*, (4) *Resources and facilitator*, (5) *Framework and consensus* samt (6) *Momentum*.

- *Initiation and planning*: Kluster kan som sagt växa fram på olika sätt. Ofta är det en drivande person, en "klusterprenör", som har en bakgrund i området som skyndar på utvecklingen. Om det är regeringens initiativ så är det ofta del av en process där organisationer på olika nivå (från nationell till lokal nivå) är inblandade.
- *Governance and financing*: Olika kluster sköts på olika sätt, staten kan vara mer eller mindre inblandad i finansieringen. Internationella företag som är inblandade i klustret kan spela en stor roll, ett annat alternativ är att ta ut en medlemsavgift för företagen i klustret.
- *Scope of membership*: Bredden på klustret avgör vilka företag som kan vara med i det. Det innebär inte bara en geografisk avgränsning utan även storlek på företag och företagen plats i värdekedjan.
- *Resources and facilitator*: De resurser som finns tillgängliga på olika kluster kan variera mycket. Dock är det gemensamt för nästan alla att bistå med någon form av hjälp så som en ledningsgrupp för klustret, en hemsida och ett kontor.

- *Framework and concensus*: Ett kluster kan antingen bygga upp en egen struktur eller använda en mall på hur det har fungerat på en annan plats. Man kan lägga mer eller mindre tid på att skapa klustret, vilket betyder att vissa kluster har tydligt formulerade mål från början medan andra inte har det. Att få alla parter att samsas i ett tidigt skede är svårt, men det är också svårt att ändra fokus i ett senare skede.
- *Momentum*: Styrkan på klustret är ett viktigt element. Ett bevis på att klustret är starkt nog är att det kan överleva förändringar i lagar och regler. Ett mått på hur starkt klustret är kan vara hur många av företagen som faktiskt är medlemmar, samt hur beroende klustret är av enskilda företag i klustret. (Sölvell et al. 2003: 29-30)

Performance - De tre första komponenterna i modellen - inställningar, mål, och process - leder alla till hur väl klustret kommer att prestera. Prestationen mäts i tre olika dimensioner: (1) Innovation and international competitiveness, (2) Cluster growth och (3) Goal fulfilment. Dessa tre dimensioner visar på hur väl klustret och dess företag står sig mot konkurrens både inom samma land och internationellt, samt huruvida det levt upp till förväntan. (Sölvell et al. 2003: 30)

Med kännedom om Cluster initiative performance model kan så kallade "klusterprenörer" eller regeringen ha alla perspektiv i åtanke när de bildar ett kluster. Att arbeta med alla delar innebär större chans att få ett lyckat och långvarigt projekt. I vår studie är vi ute efter att identifiera resurser i en forskningspark, därför tycker vi att det är väldigt relevant att känna till de olika delarna som går att undersöka i klustret som en enhet.

3.3. Syntes

Syftet med denna studie är som vi tidigare nämnt att studera vilka klusterspecifika resurser som företag i en forskningspark upplever ger dem konkurrensfördelar. Studien utgick från RBV-teorins förklaring om att resurser leder till konkurrensfördelar. Eftersom vi vill studera forskningsparker har vi använt oss av modeller skapade för kluster, då forskningsparker är en

form av kluster. Modellerna som vi har använt, Porters diamantmodell samt CIPM, hjälper oss att förstå resurser som är mer klusterspecifika. Porters diamantmodell är en modell som analyserar kluster på nationell nivå, alltså hur det kommer sig att en industri kan komma att koncentreras till ett land. CIPM analyserar kluster på en regional nivå, den mäter olika parametrar för att bedöma hur ett kluster presterar som helhet.

Båda modeller anger alltså fördelar med klustring, men ingen av dem går djupare in på individuell nivå. Vi avser att fylla denna lucka och ta reda på hur enskilda företag upplever de resurser/fördelar som diamantmodellen och CIPM beskriver på högre nivå. För att hitta resurser på mikronivå hämtar vi faktorer från makronivå och mesonivå som vi vill studera.

Makronivå
Diamantmodellen



Mesonivå
CIPM



Mikronivå
Enskilda företag

Makro	Meso	Mikro
Resurser enligt diamantmodellen:	Resurser enligt CIPM: (tagna från <i>objectives</i> -delen)	Resurser som vi vill undersöka:
<ul style="list-style-type: none"> Närhet till specifika eller sällsynta insatsfaktorer, t ex personal med en viss kompetens och infrastruktur Krävande och sofistikerade kunder i hemlandet Stödjande industrier i hemlandet, t ex närhet till leverantör av insatsvaror Tuff konkurrensmässig omgivning och rivalitet i hemlandet 	<ul style="list-style-type: none"> Nätverk och informationsspridning Kommunikation mellan regering, forskare och industrier Samarbete och effektivisering Upplärning av personal Innovation och teknologi Brand image 	<ul style="list-style-type: none"> Humankapital Infrastruktur Konkurrens Stödjande industrier Nätverk och samarbete Brand image Övriga resurser

4. Empiri

I empirikapitlet beskriver vi den forskningspark som vi har funnit lämplig, den inriktning och de företag som huserar i forskningsparken, samt en tabell över de företag vi har kommit i kontakt med på denna forskningspark. Genom att gå igenom bakgrunden till forskningsparken kan man tydligt se de övergripande resurser som kan kopplas mot respondenternas egen uppfattning. Vidare går vi igenom de intervjuer som har gjorts med företagen, utan djupare analys av den teoretiska referensramen, utan en beskrivning av de samlade resultat som vi har funnit.

4.1. Ideon, lokalisering och omgivning

Ideon i Lund, med sin närhet till universitet, är tänkt som kunskapscentrum med centrum för forskning och industri. Med nya byggnader som ESS och Max IV går Lunds ”kunskapsstråket” över universitet, Ideon, Medicon Village och ut mot nya området Brunshög, något som kopplar ihop den akademiska kompetens som finns i Lund. Precis bredvid Ideon Science Park, har *Medicon village* vuxit fram i Astra Zenecas gamla lokaler.

Astra Zeneca avvecklade sin verksamhet i Lund år 2010 och lokalerna hade använts till forskning av livsvetenskapliga ämnen, något lämpade de sig ytterligt för fortsatt liknande forskning. Genom att vara nära Ideon kan man använda dess inkubatorer och affärsmöjligheter, även om Medicon Village räknas som självständigt från Ideon. På så vis är Ideon en aktör att räkna med i området, som med sitt etablerade affärsnätverk kan hjälpa dess grannar att växa ytterligare.

4.2. Ideons historia

Ideon grundades 1983 och var Sveriges första forskningspark, något som bidrar med erfarenhet och starka band inom regionen (Ideon.se, 2014). Det var mycket konkurser och nedläggning bland företag i Malmö under 80-talet, något som gjorde att man tog ett optimistiskt initiativ till att stimulera tillväxt i regionen. Man hämtade då inspiration från

bl.a. Stanford och forskningsparken Heriot-Watt i Skottland, något som har framkommit i intervjuer med grundarna av Ideon (Keeble et al, 1998).

Från att ha haft ca 100 företag 1988 har man organiskt växt till dagens antal av 350 stycken - något som gör forskningsparken till Sveriges största, och totalt under åren har där funnits 900 företag, varav 76 % har haft nära anknytning till universitet. Det har också varit ökad tillväxttakt på senare år. Ideon är en av 65 stycken organisationer som driver forskningsparker i Sverige, samtliga har fokus på att fostra innovation (SISP, 2014).

4.2.1. Aktörer vid Ideon - grundande

Ser man till historieböckerna kan man urskilja en initial skeptisism hos universitetet gällande grundandet av Ideon. I många byggen av forskningsparker är universitet den drivande faktorn, men så var inte fallet med Sveriges första (Bengtsson & Lind, 2005). I Ideons fall var universitet nästan fientligt för idén från början, men har sedermera öppnat upp för idén och blivit mer entreprenöraktigt självt. Lunds Universitets rektor vid Ideons planeringsfas, Nils Stjernquist, var rädd att mista nyckelpersoner till näringslivet från universitet men hade också ideologiska skäl mot bygget. Universitetet ville heller inte investera några pengar i forskningsparken då förhållandet mot dåvarande regeringen var känsligt.

Detta ändrade sig så småningom när Ideon hade blivit mer väletablerat, men det gjorde också att universitet självt investerade i forskningspatent och statliga bidrag. Dåvarande landshövdingen hade kontakter både med IKEA, för finansiering; med regeringen, för skattefördelar mot just finansieringen; med Ericsson, för etablering av storföretag. På så vis var det mest den regionala styrningen som var den drivande kraften. Man ville få igång ekonomin i regionen, efter det tidigare ekonomiska nedsvinget man hade upplevt.

4.3. Företagen på Ideon

Det gjordes en studie år 2013 i samband med Ideons 30-årsjubileum, man kom fram till att utflyttade och överlevande företag sen 2003 har växt med mer än 1 miljard kronor i omsättning per år (Ahlgren, 2013). Vidare har Ideon sedan starten etablerat nästan 700 företag och 10 000 jobb. IT-företagen har fördubblats i antal sedan 2003 när förra undersökningen om Ideon gjordes, medan antalet livsvetenskapliga bolag har halverats, som följd av det intilliggande Medicon Village, som sedan 2010 just inriktar sig mot livsvetenskapliga bolag.

IT-företag är överrepresenterade i studien, vilket antyder att Ideon är rätt arena att etablera sig hos om man vill nå lönsamhet och tillväxt. Av nya företags grundare är det 32 % från Lunds Universitet, varav 67 % kommer från LTH, en koppling till andelen IT-företag. Endast 31 % av företagen på platsen har något sorts samarbete med universitet, trots att universitet finns i närheten. Detta kan möjligtvis förklaras av universitets negativa inställning vid Ideons skapande.

För redan etablerade svenska och utländska företag som vill vara närvarande i regionen är innovationsdynamiken viktig, då en befintlig marknad är lätt tillgänglig med den snabbbrörliga innovation och utveckling som Ideon ger. I huvudsak gör koncentrationen av kunskap och infrastruktur på Ideon att en entreprenör tillgodoses med verktyg i form av nätverk och stöd, vilket gynnar den ekonomiska utvecklingen enligt forskningsparkens principer.

4.4. Resultat av intervjuer

Intervjuerna har efter frågornas karaktär och resurserns titel. Delarna behandlar företagens personal, infrastruktur, konkurrens, stödjande industrier, nätverk och samarbete, brand image, övriga resurser. Varje respondent kan ge flera svar.

4.4.1. Humankapital

Vid studie av de branscher som företagen verkar i forskningsparkerna är kunskapsintensiva vilket speglar den personal som finns anställd hos företagen. Ideon ger en bra bild av företagen, de ger seriositet och som en av respondenterna uttryckte det “*ett intryck av att kunna bli uppfinnare*”. På så vis ger Ideon en bra publicitet till kunskapsintensiva företag som behöver rekrytera medarbetare när de växer snabbt.

Nyckelkompetens är som tidigare nämnt bland det viktigaste företagen har, då de inte har någon unik tillgång till fysiska resurser. Närheten till Lunds Universitet har gjort att företagen kan hämta ung och kreativ arbetskraft, samtidigt som personalen inte behöver flytta så långt då Ideon finns precis bredvid. Med det sagt verkar det som om bara ett av företagen har startats direkt på universitet, övriga bolags grundare har haft verksamhet inom näringslivet innan man har startat eget, även om de har akademisk utbildning i grunden. Som nämnt i inledningen av denna studie kan det vara i entreprenörers bakgrund att de har en större marknadskännedom och mer erfarenhet av att kommersialisera produkter jämfört med studenter på ett universitet (Sandström, 2014).

4.4.2. Infrastruktur

Då de flesta av företagen spelar på en global marknad har lokal infrastruktur i form av vägar och vägleder spelat mindre roll. Regionala satsningar på bredband är dock ett måste för IT-företag som levererar digitaliserade tjänster. Internet-baserade kommunikationslösningar har gjort det möjligt att upprätthålla distributionsnätverk över hela Europa. Att etablera försäljning och partnerskap trots sin ringa storlek har därför varit avsevärt enklare än för bolag som startades 20 år tidigare. 75 % av respondenterna anger också att närheten till Kastrup flygplats gör att man enkelt kan ta sig ut i världen. Att förlägga verksamhet till Jönköping, Östersund eller Luleå hade varit omöjligt enligt företagets egen utsago.

4.4.3. Konkurrens

Alla utom ett företag har i princip ingen lokal konkurrens, utan har direkt satsat på en global marknad. Ett starkt fokus och flexibilitet på marknadsförändringar har varit givet för att kunna behålla konkurrenskraft på den globala marknad som företagen verkar på. Företagen har tagit tillvara på den snabba utvecklingen, till exempel växande kapacitet för datorkraft eller ekologiska trender. Trots finansiella kriser och stora förändringar anser de flesta av respondenterna att det är kompetens och hårt arbete som lönar sig. Att ha en nischad produkt kan därför anses vara en styrka - men med en nischad produkt är en global marknad enda valet. Den svenska marknaden är för liten att fokusera på ensamt, även om den ger en sidoinkomst.

4.4.4. Stödjande industrier

Ideon har, som leverantör av infrastruktur, gett ett tydligt intryck av att kunna vara flexibla för växande företag som snabbt behöver större lokaler. På så vis stannar en del företag lite längre, något som kan ses tydligt av att samtliga företag vi har kommit i kontakt med är minst 7 år gamla. Det är upp till företagen själva att välja hur aktiv man vill vara i forskningsparken, men Ideon verkar ge företagen den miljö de behöver för att kunna fokusera på tillväxt och kärnverksamhet, samt öka tillväxttakten mer än om företagen hade verkat utanför.

Med aktiviteterna stödjer Ideon företagen till att kunna nätverka med andra företag, och låter de enkelt komma i kontakt med de inkubatorer, riskkapitalister och andra tjänster som sitter vägg i vägg. Ideon stödjer tydligt företagen med att kunna växa i den takt de förmår, genom snabba lokalbyten och mycket flexibilitet. I övrigt är företagen överlag kunskapsbaserade, och har virtuellt sett inga kritiska fysiska leverantörer utöver internetleverantör och andra kommunikationslösningar för att kunna sprida information.

4.4.5. Nätverk och samarbete

Ideon huserar 350 företag på en relativt liten yta (Ideon, 2014). Några av företagen har använt den rådgivning som finns, tillgång till inkubator och avancerade tjänster, andra har deltagit på aktiviteter och nätverksträffar medan några endast har använt Ideon som hyresvärd. I samtliga fall är det oundvikligt när man delar entré, lunchrestaurang och parkering att inte påverka varandra till någon grad. Vidare kan liknande företag och gemensamma arbetsytor göra att man kan få kapabiliteter och synergi-effekter med de andra företagen som är verksamma i forskningsparken.

Att verka i en forskningspark ger ökade resurser att använda för att nå tillväxt, enligt företagens egen utsago. På så vis ökar en närvaro på Ideon företagets tillgång av tid och andra kapabiliteter - något som är en bristvara för entreprenörer och nystartade företag. På så vis gynnar det nystartade företag extra mycket att verka nära andra företag, utöver ren resursdelning från den gemensamma hyresvärden får man tillgång till samarbete som ger ökad tillväxt. Det verkar generellt sett dock som de flesta ser Ideon som en bra grogrund för mindre företag oavsett nyttjandegrad; det är en fördel att kunna nätverka med omgivningen och ha möjlighet att påverka varandra.

4.4.6. Brand Image

Ett av företagen har fått bidrag av svenska och europeiska bidragsfonder. Det visar sig att Ideon har, förutom att ge publicitet och en bra image till företagen, dragit till sig statligt kapital för fortsatt forskning. På så vis ger en plats i Ideons lokaler möjligheter att växa snabbare som ett resultat av mer publicitet, något som kanske inte hade varit möjligt om man hade varit placerad utanför. Regeringen eller regionen har dock inte haft något direkt inflytande mot företagen, så som att gå in med krav, rådgivning eller annat som kan påverka företagen, trots att de har varit med i processen av att bilda Ideon från första början. Inflytandet går på så vis inte vidare från Ideon till företagen som huserar där, utöver att

företag som verkar i vissa industrier passar bättre in på Ideons profil än andra, exempelvis medicinteknik och IT-företag. Detta beror på att lokalerna lämpar sig för den sortens verksamhet, och lämnar då ute exempelvis tunga industrier.

4.4.7. Övriga resurser

I intervjuerna med företagen undersökte vi vad det var som hade skapat företagets styrkor till att börja med, och vad det var som upprätthöll dem. Detta för att länka dem med Ideons profil och den forskningsrapport som kom ut 2013. I hälften av fallen kan man se att produkten och affärsidén har varit en avgörande faktor för att nå tillväxt. Nära tillgång till kapital har även varit en stor faktor för många av företagen, i övrigt varierade svaren. Hos samtliga har stor tillgång till bra kompetens spelar stor roll, både i form av en bred akademisk kompetens, men även personliga egenskaper har varit avgörande. Detta kan möjligtvis länkas till att många av företagen är uppstartsföretag, och alla personer med idéer inte har kraften att förverkliga en affärsidé eller kommersialisera en produkt. Personliga egenskaper är därför lika viktigt som kompetens.

5. Analys

I analys-delen går vi först igenom resultat som kommer från intervjuerna och tolkar både företagens intryck, hur detta svarar mot forskningsparkens statistik samt respondenternas intryck av forskningsparken. En applicering av det teoretiska ramverket på forskningsparken följer intervju-genomgången med stöd av respondenternas svar.

Vid en första anblick gav Ideon intryck av att vara en hyresvärd med mervärde. Ideon tillhandahåller aktiviteter, workshops och andra evenemang för den som vill, men aktivitetsnivån är upp till hyresgästerna själva. Vill man inte vara med på utbytet innanför väggarna, passar vilken annan hyresvärd som helst bra. Utbytet är inte något som hade skett i

en företagspark, industripark eller andra löst sammansatta kluster som inte har samma sorts öppna lokaler. Det är här Ideons styrka ligger, att ge möjligheter, att vara en grogrund för att forma idéer genom koncentration. Det är inte Ideon i sig som ensamt gynnar företagen, det är också andra företag som erbjuder tjänster eller huseras i samma lokaler. Koncentrationen gör sig påmind i den bemärkelsen att man inte kan undvika andra företag helt, och onekligen blir påverkad av de runt om kring sig. På så vis får nystartade företag en knuff framåt i sin tillväxt.

5.1. Humankapital

Resurs i kluster enl Porter: → Närhet till kompetent personal

Resurs i kluster enl CIPM: → Effektiv upplärning av personal

Ideon är som känt en högteknologisk forskningspark och det ter sig naturligt att en av de mest essentiella insatsfaktorerna är "specialiserad" arbetskraft. Samtliga respondenter var överens att den främsta fördelen med Ideon ligger i synergien med närliggande akademiska institut och tillgången till den specifika arbetskraft som detta medför.

Företagen på Ideon hämtar inte bara personal från universitetet utan även från varandra, detta ser vi som ett tydligt exempel på när företag som annars hade konkurrerat samarbetar och ökar effektiviteten, alltså *coopetition* (se kapitel 5.5. *Nätverk och samarbete*). Eftersom alla företag i nätverket har samma möjligheter så ser vi det inte som någonting negativt att man "stjäl" personal från varandra, rätt man på rätt plats gör mer nytta; det är snarare en möjlighet till ökad innovation och idéspredande. Vi kan alltså se att närheten till kompetent personal finns på Ideon, dels på grund av universitetet och dels på grund av alla som redan arbetar på Ideons olika företag. Vi kan också konstatera att företagen utnyttjar detta för att spara in på upplärning av personal, genom att anställa från varandra sprider företagen kompetens utan att behöva lära upp på nytt. När vi jämför våra svar med de resurser som diamantmodellen och CIPM identifierar på nationell respektive regional nivå, ser vi tydligt att de enskilda företagen drar stor nytta av humankapitalet i forskningsparken. Både närheten till

kompetent personal och effektiviteten i upplärningen kan bekräftas som en resurs för det enskilda företaget.

5.2. Infrastruktur

Resurs i kluster enl Porter: → Tillgång till god infrastruktur

En annan mycket viktig faktor vid sidan om tillgången till humankapital är Ideons infrastruktur. En respondent framhöll att en god internetuppkoppling var en viktig faktor som gjorde att de valde Ideon, då uppkopplingar av dessa slag ej var särskilt vanligt när företaget grundades. Majoriteten av våra respondenter påpekade vikten av Ideons goda kommunikationsmöjligheter och nästan samtliga angav närheten till Kastrup som livsviktig för deras verksamhet. Företagen är små, men verkar på en global skala och behöver därför kommunicera med partner, kunder och egna kontor över hela världen.

Det är inte Ideon som organisation som bygger vägar och startar busslinjer, dock finns det anledning att tro att kommunikationen i området är så pass utvecklad på grund av att Ideon finns där, mycket folk arbetar i området som ett resultat av Ideons storlek. Detta märks framförallt på den omfattande regelbundna busstrafik som går till och från forskningsparken. Alla företag tillsammans gör området attraktivt vilket får den offentliga sektorn att vilja satsa pengar på bättre kommunikationsmöjligheter, vilket i sin tur bidrar med effektivitet till alla som är placerade där.

Eftersom samtliga av våra respondenter är mer eller mindre beroende av dels en god internetuppkoppling, dels av närhet till Kastrup flygplats, dels av bra bussförbindelser; kan vi se att infrastrukturen som Porter tar upp verkligen är en resurs för de enskilda företagen i forskningsparken.

5.3. Konkurrens

Resurs i kluster enl Porter:

→ Tillgång till krävande kunder

→ Konkurrensmässig omgivning och rivalitet

Porter menar att en hård lokal konkurrens främjar en organisations internationella konkurrensfördelar och ökar dess behov att förbättra och förändra. Om samtliga närliggande organisationer åtnjuter en viss faktor, till exempel billig arbetskraft, krävs det att organisationerna hittar söker andra möjligheter till differentiering. Som tidigare nämnt upplevde samtliga respondenter en avsaknad av lokal konkurrens, till största del på grund av att deras företagsverksamheter helt enkelt är för nischade eller nydanande för att ens verka på en lokal, regional eller nationell nivå. Detta gäller även konkurrensen om kunder. En stor del av våra respondenter siktade på den internationella marknaden direkt och slopade att först börja på den nationella marknaden.

Ingen av respondenterna angav en lokal eller nationell efterfråga som en orsak till en bibehållen internationell konkurrensfördel och även detta torde kunna grundas i att företagsverksamheterna i vår fallstudie var relativt nischade.

Enligt teorin ska alltså både nära tillgång till kunder, och rivalitet mot andra företag fungera som en fördel för företaget. Krävande kunder på hemmamarknaden pressar företagen att prestera bättre vilket gör att de klarar sig bättre även internationellt. I och med att nästan samtliga av våra fallföretag har satsat direkt på den internationella marknaden så kan vi inte räkna kunderna som en resurs i forskningsparken. Även rivaliteten verkade frånvarande i forskningsparken, detta antagligen för att alla satsar på sin egen unika nisch och om de har konkurrenter så finns de någon annanstans i världen. Därför stryker vi även rivalitet som potentiell resurs för de enskilda företagen i forskningsparken.

5.4. Stödjande industrier

Resurs i kluster enl Porter:

→ Närhet till stödjande industrier, t ex leverantörer

Resurs i kluster enl CIPM:

→ Kommunikation mellan regering, forskare och industrier

När vi frågade våra respondenter om stödjande industrier fick vi skäl att anta att Skånes universitetssjukhus och Lunds universitet torde vara två av Ideons mest viktiga stödjande industrier. Dessa förser inte bara Ideon med kompetent personal utan även andra utbyten såsom forskning, och en ökad publicitet för regionen. En respondent som basade för ett biomedicinskt företag angav att deras verksamhet ej hade varit möjlig utan dessa två industrier i närliggande region.

En relaterande industri som skiljer sig från företag till företag är insatsvaror. Gällande tillgången av insatsvaror menade de flesta av respondenterna att de inte drog någon särdeles stor nytta av det geografiska läget när de interagerade med leverantörer av insatsvaror och detta torde vara till största del på grund av att majoriteten av de företag vi har intervjuat inte använder sig av någon större mängd fysiska insatsvaror.

Även Ideon som organisation stödjer sina företag genom tillhandahållandet av olika tjänster. Dessa tjänster har använts i olika av våra respondenter, mestadels i förhållande till hur stora deras organisationer är. Ett av de mindre företagen vi intervjuade drog stor nytta av Ideon när de sökte någon som kunde hjälpa dem med avtalsskrivande och vart de skulle vända sig när de eftersökte en viss kompetens. Det största företaget såg i dagsläget enbart Ideon enbart som hyresvärd, dock är detta föga förvånande då de på grund av sin framgång och storlek ej finner något behov av hjälp utifrån.

Det är värt att nämna att två av respondenterna benämnde Ideon som en mycket flexibel och tillmötesgående hyresvärd, något som har hjälpt dem att möta en dynamisk marknad.

Ideon ger sina företag tillgång till rådgivning i det mesta som har med företagande att göra. Vad som gäller på de enskilda företagens egna områden får de själva räkna ut, men de delar som är generella för alla företag, så som organisationsbyggande och kontaktsökande, kan de hjälpa till med. Rådgivningen ger nystartade företag bättre chanser att klara av de första åren, de tränar upp nyföretagarens kapabilitet att driva ett företag. Ett av de yngsta företagen vi har intervjuat påstod sig ha haft enorm nytta av rådgivningen se fått och att de inte hade klarat sig lika bra utan den.

Det finns skäl att tro att de större företagen har utvecklat sin förmåga att kunna agera snabbt och ta rätt beslut vid rätt tid. Det syns inte minst på att flera av företagens tillväxt kan krediteras ett specifikt tillvaratagande eller tillfälle, exempelvis att datorkapaciteten plötsligt har ökat. En av respondenterna påstod direkt att deras framgång har berott på förmågan att agera snabbt. Detta är en dynamisk kapabilitet som mycket väl kan ha formats ur att företagen snabbt har fått lära sig grunderna i företagande, och att Ideon har försett dem med nödvändiga stöd hjul under processen. Vi kan dock inte säkert veta hur företagens distinkta dynamiska kapabiliteter uppstår och därför är detta endast en spekulaton.

I diamantmodellen inkluderar Porter till exempel närhet till leverantörer som en av resurserna i ett kluster, detta passar inte in i forskningsparken dels för att forskningsparken innehåller många olika industrier som kräver olika leverantörer av insatsvaror, dels för att företagen i många fall använder sig av endast en liten mängd fysiska insatsvaror. Detta gör att vi kan stryka leverantörer som en resurs i forskningsparken. Porter tar upp fler stödjande och relaterade industrier, vilket även CIPM gör.

Resurserna i forskningsparken ligger i att kommunikationen med dessa industrier blir bättre eftersom forskningsparken bidrar med tillväxt vilket andra industrier är intresserade av att upprätthålla. En sådan "industri" är den offentliga sektorn som kan hjälpa till ekonomiskt och som bidrar med kompetens både genom universitetet och genom sjukhuset, då vi redan

har behandlat humankapital som resurs räknar vi inte med den här också. Ett annat exempel är Ideon som organisation och alla tjänsteföretag som bidrar till att företagen lär sig samt att de kan fokusera på sin kärnverksamhet, detta stöd innebär en resurs för de enskilda företagen då de hjälper företagen att utveckla dynamiska kapabiliteter.

5.5. Nätverk och samarbete

Resurs i kluster enl CIPM:

→ Nätverk och god informations-spridning

→ Samarbete och effektivisering

→ Innovation och teknologi

Majoriteteten av respondenterna ansåg att Ideon erbjuder en central hubb i ett nätverk som är exceptionell på att bistå med kontakter. I vissa fall driver de aktivt nätverket (till exempel workshops och seminarier) som våra respondenter tagit del av och i andra fall är de bara den gemensamma nämnaren i nätverken.

Respondenterna framhöll att samarbete med Ideon och andra företag i forskningsparken inte är ovanligt, något vi tolkar som att Ideon genererar framgång genom kollaboration istället för framgång genom konkurrens och tävlingslystenhet. Detta kan man tydligt se genom att Ideon tillgodoser sina klienter med stora gemensamma ytor.

Som vi nämnt tidigare så lägger respondenterna stor vikt vid kompetens samt bra personal och företagen på Ideon hämtar inte bara personal från universitetet utan även från varandra. Som vi redan har nämt i analysen av humankapital så ser vi detta utbyte av personal som ett bra exempel på *coopetition*, det är en möjlighet till ökad innovation och idéspridande.

CIPM menar att ett kluster bidrar med nätverkande, samarbeten och innovation. I och med att företagen samarbetar med varandra både affärsrelaterat och personalrelaterat kan vi se att samarbete är en resurs som företagen upplever. Innovation blir också en konsekvens av denna resurs, men bör kanske inte nämnas som en resurs i sig. Den viktigaste resursen i denna kategori är dock nätverket, som också är grunden till att samarbete kan äga rum. Samtliga

respondenter upplevde nätverket som en resurs, oavsett om de deltog aktivt i nätverket eller inte, därför kan vi bekräfta att detta är en resurs som den enskilda företagen erhåller i forskningsparken.

5.6. Brand image

Resurs i kluster enl CIPM: → Brand image

Ett av målen med att starta en forskningspark är att förbättra regionens brand image, detta verkar vara en viktig faktor för våra fallföretag. Som nämnt tidigare så beskrev en av respondenterna att Ideon bidrar till känslan få vara en uppfinnare och detta lockar folk inte bara från universitetet utan även från näringslivet. Organisationer såsom Ericsson Mobile Communications, Ernst & Young, Max IV, ESS och Medicon Village är exempel på verksamheter som har placerat sig på och runt Ideon först efter det att dess största tillväxt har skett (Bengtsson & Lind, 2005; Ahlgren, 2013). Dessa verksamheter bidrar till vad som verkar vara en av Ideons, och hela regionens, allra största resurser: *brand image*. Flera av fallföretagen säger att den välrenommerade företagsfloran på och runt Ideon skänker legitimitet och intresse åt deras egna organisation och även att de har gynnats av den publicitet de har fått av att sitta på Ideon.

En av respondenterna berättade att journalister varit intresserade av att publicera alster med dem just eftersom de sitter på Ideon, och att detta i sin tur har hjälpt tillväxten en bit på traven. En annan respondent påpekade att deras tyska samarbetspartners var mycket imponerade av att de sitter på Ideon, eftersom de såg Ideon som "Skandinaviens Silicon Valley". Som vi nämnt tidigare så har vissa av fallföretagen lyckats få statligt bidrag eller EU-bidrag, detta kan vara en konsekvens av den positiva image de får av att sitta på Ideon.

Precis som teorin beskriver så bidrar forskningsparken med positiv image till företagen. Samtliga respondenter har på något sätt upplevt fördelar av den positiva bild som Ideon har utåt, denna brand image är en resurs som de enskilda företagen får ta del av.

5.7. Övriga resurser

Både infrastruktur och kapital är återkommande faktorer i nästan samtliga intervjuer och regeringen har, som vi tidigare nämnt, haft viss påverkan på forskningsparken då de har bidragit med infrastruktur och statligt kapital. Ingen av respondenterna har uppmärksammat att det skulle vara regeringen som ligger bakom dessa bidrag, trots att det torde vara två viktiga indirekta anledningar till varför företagen finns placerade på Ideon. Vad däremot nästan samtliga respondenter var överens om är att tur nästan alltid har någon betydelse för hur väl de har lyckats. Det är ofta en slump vad som avgör både hur framgångsrika företagen är men också vilka vägval de tar när de utvecklar sitt företag. Exempel på tursamma förhållanden som har påverkat våra respondenter är att datorerna ökade sin kapacitet vid rätt tillfälle eller att en eko-trend uppstod vid rätt tillfälle. Om slumpen kan påverka företagen så innebär det givetvis att man även kan drabbas av otur, två sådana fall som nämndes i intervjuerna var flygattentatet den 11 september 2001 och finanskrisen 2008.

Tur är en av faktorerna som Porter tar upp i sin diamant-modell. Tur eller otur har uppenbarligen haft en betydelse för många av respondenterna, vi tycker dock inte att tur kan räknas som en resurs. Detta för att det handlar om ytterst slumpmässiga förhållanden som inte har med forskningsparken att göra. Dock vill vi återkoppla till dynamiska kapabiliteter; slumpen drabbar alla men med den rådgivning man kan få på Ideon lär man sig att bemöta de motgångar som sker och lär sig förändra sig, för att kunna hantera dem.

6. Slutsats och diskussion

I detta kapitel presenterar vi en först en slutsats av den analys som har genomförts och de resultat som har framkommit av studien. Därefter följer en diskussion, studiens generaliserbarhet går igenom, eventuella brister med studien och förslag till vidare forskning.

6.1 Slutsats

Under studiens genomförande har vi sett några tydliga samband mellan respondenternas svar. Ideon är en forskningspark som presterar högt, har goda anor och ger bra publicitet. I grund och botten är Ideon en väldigt flexibel hyresvärd lokaliserad på ett ypperligt läge i regionen, med kommunikationslösningar som passar små och nischade bolag. Läget i regionen och Ideons publicitet gör att man ger en god brand image till de företag som huserar på plats, och attraherar bra humankapital, dels genom ett utbyte mellan företagen själva (rätt man på rätt plats) och från det närliggande universitetet. Ur vår analys torde man kunna abstrahera slutsatsen att Ideon som forskningspark har bidragit med resurser i form av tid och kostnadsbesparingar, närmare bestämt på marknadsföring och publicitet, lokaler samt tillgång till andra företag och tjänster.

Vidare har närheten till andra företag på Ideon och de många nätverksytorna och aktiviteterna gjort att många företag enkelt kan köpa in tjänster från andra företag, då de ligger vägg i vägg. På så vis ger företagen varandra immateriella resurser, i form av utbyte av information, delning av idéer och snabb tillgång till vägledning, kapital och andra tjänster. Eftersom den höga koncentrationen av företag på liten yta sparar man tid och pengar på förbättrade kommunikationsmöjligheter. Som nämnt är det även enkelt att flytta humankapital med så många nära besläktade företag på en liten yta, något som effektiviserar de företag som huserar på plats.

Närheten att kunna bolla idéer och utveckla affärsplaner över en lunch, en aktivitet eller ett formellt möte i de gemensamma lokalerna har gjort att företagen är snabba och smidiga, och vägleds bort från naiva enkelriktade affärsplaner. Grundarna lär sig att tänka dynamiskt, och företagen får således "dynamiska kapabiliteter". De får kontinuerlig vägledning i entreprenörskap, affärsutveckling och kommersialisering av produkter och tjänster, om de själva vill, något som behövs på en ständigt föränderlig marknad.

Rådgivningen verkar också ha gjort att "turen" har ökat, så som ett företag nämnde "mer träning ger mer tur".

6.2. Diskussion

Syftet med denna studie var att ta reda på vad forskningsparker tillför till företagen som är placerade där. Med hjälp av relevant teori har vi konstruerat en egen teoretisk modell och sedan använt denna i vår analys. Modellen går ut på att ta reda på vilka resurser ett företag erhåller om man förlägger verksamheten på en forskningspark. Studien är praktiskt relevant eftersom den pekar på vinsterna med att sitta i en forskningspark och företag som tar till sig denna information kan därför komma att omplacera sig till en forskningspark för att på så sätt öka sin tillväxt. Studien är också teoretiskt relevant; vi anser oss tillföra kunskap till teorin eftersom tidigare studier kring olika former av kluster inte behandlar de enskilda företagens vinning på att placera sig där. Detta är en kunskapslucka som vi nu har fyllt, om än bara för forskningsparker. Tillämpning på andra agglomerationer kan vara möjlig, med det låter vi vidare forskning titta på.

Som nämnt är slutsatsen i vår studie att forskningsparker bidrar med resurser i form av dynamiska kapabiliteter, tid, publicitet, allokering av humankapital och en starkare etablering av företags nätverk i deras tidiga skeden. Företag som sitter i en forskningspark lär sig att agera snabbt samtidigt som forskningsparken ger dem möjligheten att växa snabbt. Entreprenörer som kan ta tillvara på denna möjlighet gynnas därför av att förlägga sin verksamhet till en forskningspark. Vi avslutar därför diskussionen med ett citat av superentreprenören Niklas Zennström, som var sommarpratade i P1 år 2013: "*Det är inte de stora som slår de små, utan de snabba som slår de långsamma*" (Sveriges Radio, 2013).

6.3. Generaliserbarhet och brister

Vi anser att det ges en tydlig bild av att en god forskningspark som inte bara tillgodoser företagen med publicitet och lokaler utan även möjligheter att samarbeta med varandra och aktiviteter, kan göra att forskningsparkerna presterar bättre. Beroende på graden av forskningsparkens prestation anser vi därför att prestationen som helhet går att tillämpa på hur mycket mer immateriella resurser som företagen för. Med det sagt så hade det trots en empirisk mättnad inte skadat med fler intervjuer, andra branscher och definitivt andra forskningsparker som empiri-underlag. Detta kan motiveras med att vi avgränsade oss till få branscher, nämligen de som var vanligast förekommande på forskningsparken. Det bör tilläggas att detta beror på forskningsparkens inriktning, och forskningsparker med andra inriktningar hade kunnat visa andra resultat.

Företag inom en viss bransch borde alltså finna det lämpligt att förlägga sig till forskningsparker med en profil som passar deras verksamhet. Vidare är syntesen inte tillämpningsbar på andra sorters agglomerationer av företag, ex. teknologikluster eller vetenskapscentrum. Syntesen är konstruerad just för forskningsparker och en eventuell mer generell syntes hade gjort att man hade kunna jämföra olika sorters kluster som ger varandra extra resurser. CIPM-teorin är nära här och mer generell, men avhandlar inte specifikt resurser mellan företagen. För att kunna genomföra studien på just forskningsparker ansåg därför vi att viss vinkling av syntesen krävdes, något som avsmalnade framtida tillämpningsområden till endast forskningsparker.

Intervjuar-effekter kan ha förekommit också, även om en av oss har intervjuat och två har tagit anteckningar, så tolkas resultaten utifrån en mestadels teoretisk bakgrund från universitet, inte den praktiska bakgrund som många personer med lång arbetslivserfarenhet (ex. grundare) har. Det bör också därför noteras att eventuella feltolkningar kan ha förekommit, samt att respondenterna inte delar med sig av viktig information som hade kunnat bidra till forskningen. Vidare är samtliga företagen svenska, och uppvuxna i Lund.

Detta kan resultera i viss hemmablindhet och lokalpatriotism vilket gör att man ser fördelar med den lokala regionen och vinklar därför svaren dit. Intervjuer med fallföretag som verkar på i forskningspark i norra Sverige hade troligen dragit liknelser till varför de var lokaliserade på plats i den forskningsparken istället.

Fallföretagen arbetade för det mesta på global marknad direkt, något som understryker vikten av att forskningsparken genererade publicitet som nådde utanför landets gränser. En forskningspark i ett större land hade möjligtvis inte hjälpt företagen mot en internationell expansion direkt. Syntesen är därför ytterst tillämpningsbar på forskningsparker som finns och verkar i ett litet land där många företag expanderar snabbt internationellt, i linje med Porters diamant-modell.

6.4. Förslag till vidare forskning

Tydligt kan man se att även om vi fann en empirisk mättnad, finns det behov av att tillämpa intervjuer på fler företag, mot fler branscher och mot olika storlek och ålder, för att verifiera generaliserbarheten. Fler fallföretag hade ökat validiteten i studien, och en utökning av studiens omfattning är ett bra första förslag på vidare forskning. Andra marknader (och därmed forskningsparker som inriktar sig på andra marknader) hade möjligtvis visat andra resultat, varpå förslag ges till expansion mot fler branscher, och inte bara medicinteknik och IT. Ideon var gynnsamt för oss med dess närhet till universitetet, men andra agglomerationer av företag så som teknologiparker och större kluster hade kanske visat andra resultat. Kista eller Medicon Valley (ej att förväxla med Medicon Village - som är en del av just Medicon Valley) hade lämpat sig som bra kandidater för att fortsätta studien på.

Vidare hade man kunnat undersöka de dynamiska kapabiliteter som nya företag lär sig utveckla på forskningsparkerna, som gör att de vågar och kan forma sina affärsplaner för att kunna kommersialiseras.

7. Referenslista

7.1. Akademisk litteratur och rapporter:

Ahlgren, K., 2013. *Ideon - forskningsparkens roll för tillväxt, innovation och utveckling i regionen. Förändringar mellan 2003 och 2013*. Lund: Lunds Tekniska Högskola.

Barney, J., 1991. *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. Journal of Management March 1991 vol 17: 99-120.

Bengtsson, L., Lind, J. 2005. *Emergence and development of high-tech activity in three European university locations*. Lund: Department of Business Administration.

Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M., & Schaefer, S. 2013. *Economics of strategy* (6th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

Bryman, A. & Bell, E. 2003. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber

Bryman, A. & Bell, E. 2005. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber

Bryman, A. & Bell, E. 2011. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber.

Dögl, C; Holtbrügge, D. 2010 Competitive advantage of German renewable energy firms in Russia - An empirical study based on Porter's diamond. *Journal for East European Management Studies*. 1/1/2010, Vol. 15, Issue 1, p. 34-58; Rainer Hampp Verlag

Etzkowitz, H., Zhou, C. 2007. *Regional innovation initiator: the entrepreneurial university in various triple helix models*. Singapore: Triple Helix 6th Conference theme paper, May 2007.

Fang, J. 2014. Competitiveness Analysis for China's Biopharmaceutical Industry based on Porter Diamond Model. *Journal of Chemical & Pharmaceutical Research*. Vol. 6 Issue 5, p477-485.

Gozzo, M., Runnbeck, M. 2013. *Skifte i världshandeln - effekter av finanskrisen*. Stockholm: Business Sweden.

Hall, R. 1992. *The strategic analysis of intangible resources*. Strategic Management Journal, February 1992. Volume 13, Issue 2, pages 135–144.

Jacob, M. 2006. Utilization of social science knowledge in science policy: Systems of Innovation, Triple Helix and VINNOVA. *Social Science Information*. Vol 45(3), pp. 431–462.

Joroff, M., Frenchman, D., Rojas, F. 2009. *New Century City Developments*. Boston, MA: MIT Center for Real Estate.

Keeble, D., Lawson, C., Lawton Smith, H., Moore, B., Wilkinson, F. 1998, *Internationalisation Processes, Networking and Local Embeddedness in Technology-Intensive Small Firms*. Cambridge, UK: ESRC Centre for Business Research.

Ketels, C., Lindqvist, G., Sölvell, Ö. 2006. *Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies*. Stockholm: Center for Strategy and Competitiveness.

Leydesdorff, L., Etzkowitz, H. 1996. *A triple helix of academic-industry-government relations: Development models beyond 'capitalism versus socialism'*. Current Science: 25 April 1996, Vol. 70, No. 8, pp: 690-693.

- Löfsten, H., & Lindelöf, P. 2002. *Science Parks and the growth of new technology-based firms—academic-industry links, innovation and markets*. Research Policy: 1996, 31(6), 859-876.
- OECD. 2005. *Oslo Manual - Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition*. Paris: OECD Publications centre.
- Parr, JB. 2001. **Agglomeration economies: ambiguities and confusions**. Environment and Planning A 2002, volume 34, pages 717-731.
- Porter, M E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. London and Basingstoke: The Macmillan Press LTD.
- Runiewicz-Wardyn, M. 2009. *Innovations Systems and learning processes in the EU and US regions*. Warsaw: Kozminsky University.
- Sandström, C. 2014. *Var skapades Sveriges 100 främsta innovationer?* Göteborg: Chalmers Tekniska Högskola.
- Sölvell, Ö., Lindqvist, G., Ketels, C. 2003. *The Cluster Initiative Greenbok*. Stockholm: Bromma Tryck AB.
- Sölvell, Ö. 2014. *Konkurrenskraften inom svenska Life Science kluster*. Stockholm: Forum för Health Policy
- Yin, R. K. 1984. *Case Study Research: Design and Methods*. Newbury Park, CA: Sage, pp. 23.
- Yin, R. K., & Nilsson, B. 2007. **Fallstudier: design och genomförande**. Liber.
- Ylinenpää, H., 2011, *Science Parks, Clusters and Regional Development*. Luleå: Luleå University of Technology.
- Zhou, C. 2008. *Emergence of the entrepreneurial university in evolution of the triple helix*. Journal of Technology Management in China, 2008, Vol. 3 Iss 1 pp. 109-126

7.2. Elektroniska källor:

Association of University Research Parks (AURP), hämtad 11/11 2014.
<http://www.aurp.net/what-is-a-research-park>

Ideon, hämtad 11/11 2014. <http://www.ideon.se/om-ideon/>

Ideon - Historia, hämtad 25/11 2014. <http://www.ideon.se/om-ideon/ideon-science-park/historia/>

Ideonbloggen, - Ensam var stark, hämtad 25/11 2014.
<http://blogg.ideon.se/index.php/2014/10/ensam-var-stark/>

International Association of Science Parks and Areas of Innovation (IASP), hämtad 11/11 2014. <http://www.iasp.ws/few-words>

Lundin, M., & Alicedotter, A. 2014. SISP kommenterar regeringens budgetproposition. **MyNewsDesk**. <http://www.mynewsdesk.com/se/sisp/pressreleases/sisp-kommenterar-regeringens-budgetproposition-1072908>. Hämtad: 2014-11-11

Medicon Village. 2014. Hämtad 15/1 2015. <http://www.mediconvillage.se/sv/om>

Porter, M., 1998. *Clusters and the New Economics of Competition*. HBR November 1998. Hämtad 27/11 1998. <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition/>

Svensk författningssamling - Förordning om ändring i förordningen (2009:1101) med instruktion för Verket för innovationssystem, (SFS 2012:973), hämtad 25/11 2014
<http://rkrattsdb.gov.se/SFSdoc/12/120973.PDF>

Sveriges Radio. 2013. Niklas Zennström. Hämtad 10/1 2015.
<https://sverigesradio.se/sida/avsnitt/216122?programid=2071>

Swedish Incubators & Science Parks (SISP), hämtad 11/11 2014.
<http://www.sisp.se/medlemmar>

Swedish Incubators & Science Parks (SISP), Om Science Parks, hämtad 19/12 2014.
<http://www.sisp.se/om-science-parks>

Stanford University. **The Triple Helix Concept**.
http://triplehelix.stanford.edu/3helix_concept. Hämtad 2/12 2014.

The United Kingdom Science Park Association (UKSPA), hämtad 25/11 2014.
<http://www.ukspa.org.uk/members/our-members>

7.3. Muntliga källor:

Presentation av de personer vi har intervjuat, med datum, företag, namn, titel, mailadress och telefonnummer.

Datum	Företag	Namn	Titel	E-mail	Telefon
<i>Personliga intervjuer:</i>					
2 dec 2015	Enzymatica	Ulf Blom	Executive VP Marketing and Operations	ulf.blom@enzymatica.se	046-2863100
3 dec 2015	Qlik	Henric Cronström	VP Product R&D	Henric.Cronstrom@qlik.com	010-2097714
5 dec 2015	Bonesupport	Eva Lidén	VP R&D	eva.liden@bonesupport.com	0462865376
<i>Telefonintervjuer:</i>					
3 dec 2015	CellaVision	Yvonne Mårtensson	VD	Yvonne.Martensson@cellavision.se	046-2864400
4 dec 2015	Marappo/Nerdy by Nerds	Peter Arneryd	Market	peter@nerdybynerds.com	076-3496443
5 dec 2015	Serstech AB	Peter Höjerback	CEO	ph@serstech.com	070-9759000
8 dec 2015	Zaplox	Magnus Friberg	VD	magnus.friberg@zaplox.com	070-6580760
9 dec 2015	BioInvent	Michael Oredsson	VD	michael.oredsson@bioinvent.com	070-7188930

8. Bilagor

Nedan följer de frågor som vi har använt till intervjuerna.

8.1. Intervjuguide

1. Skulle du kunna redogöra för de faktorer som har skapat företagets tillväxt?
2. Skulle du kunna redogöra för de faktorer som gör att ni kan bibehålla era konkurrensfördelar/tillväxt?
3. Har den lokala konkurrensen hjälpt ert företag att nå konkurrensfördelar utomlands och i så fall på vilket sätt?
4. I vilken utsträckning har tillgången till fysiska resurser (råmaterial) spelat någon roll?
5. I vilken utsträckning har tillgång till humankapital spelat någon roll?
6. I vilken utsträckning har den lokala infrastrukturen spelat någon roll (bra vägar, kommunikation, internetuppkoppling, närliggande flygplatser)?
7. Hur stor påverkan har tur/timing haft?
8. Har Ideon bidragit till er tillväxt eller förmåga att fortsätta växa och i så fall på vilket sätt?
9. Vad anser du vara den största fördelen med Ideon?
10. Har ni uppfattat några uttalade mål från Ideons håll och stämmer dessa med vad Ideon faktiskt bidrar med?
11. Varför valde ni att placera ert företag i Ideon?