



Examensarbete, 15 hp, för  
Kandidatexamen i företagsekonomi: Bank och Finans  
VT 2019

## **Strategiorientering och finansiella bootstrappingmetoder i småföretag**

- En kvantitativ studie om småföretagares strategiorientering och dess påverkan på val av finansiella bootstrappingmetoder

Sevgi Jusufovska och Albana Krasniqi

Sektionen för hälsa och samhälle

**Authors**

Sevgi Jusufovska and Albana Krasniqi

**Title**

Strategy orientation and financial bootstrapping in small firms: A quantitative study about how strategy orientation influences the choice of financial bootstrapping methods among small firms.

**Supervisor**

Zahida Sarwary

**Co-examiner**

Anamaria Cociorva

**Examiner**

Heléne Tjärnemo

**Abstract**

This bachelor thesis aims to explore how strategy orientations influence the choice of financial bootstrapping methods among small firms. Small firms represent 96 percent of all Swedish operating companies and thus represent a significant role in the society. This because they contribute to welfare, since four out of five jobs are created by Swedish small firms. Despite their significant role in the society, they are faced with financial barriers that lead to small firms ending up in a so called financial gap. To get out of the financial gap, small firms are forced to find alternative financing methods. The alternative financing methods are called financial bootstrapping methods, which have become crucial for the survival of small firms. The strategy orientation in small firms is considered to affect the choice of financial bootstrapping methods. Thus, the study covers small business strategy orientation which has been identified based on Miles and Snow's typology.

A quantitative research approach with a positivist research philosophy has been the bases of the study which enables the result to be generalized. The survey included 84 Swedish small firms that contributed to the results of this study. Finally, the results of this study are that prospectors are positively related to the use of the owner-related and minimizing bootstrapping methods. While defenders are positively related to the use of the relationship-oriented bootstrapping method.

**Keywords**

Financial bootstrapping methods, financial gap, capital need, small firms, strategy orientation

**Författare**

Sevgi Jusufovska and Albana Krasniqi

**Titel**

Strategiorientering och finansiella bootstrappingmetoder i småföretag: En kvantitativ studie om småföretagares strategiorientering och dess påverkan på val av finansiella bootstrappingmetoder.

**Handledare**

Zahida Sarwary

**Medbedömare**

Anamaria Cociorva

**Examinator**

Heléne Tjärnemo

**Sammanfattning**

Denna kandidatuppsats syftar till att undersöka hur småföretags strategiorientering påverkar det val av alternativa finansiella bootstrappingmetoder, som småföretag väljer att tillämpa. Småföretagare motsvarar 96 procent av samtliga svenska verksamma företag och utgör därmed en betydande roll i samhället. Detta för att de ses som samhällsbärare, då fyra av fem arbetstillfällen skapas av svenska småföretag och bidrar vidare till välfärd. Trots deras betydande roll i samhället möts de av finansiella barriärer som leder till att småföretag hamnar i ett så kallat finansiellt gap. För att ta sig ur det finansiella gapet, tvingas småföretagare finna alternativa finansieringsmetoder. De alternativa finansieringsmetoderna benämns finansiella bootstrappingmetoder, vilka har kommit att bli avgörande för småföretags överlevnad. Småföretags strategiorientering anses påverka valet av finansiella bootstrappingmetoder. Således omfattas studien av småföretags strategiorientering, vilka har identifierats utifrån Miles och Snows typologi.

En kvantitativ forskningsansats med en positivistisk forskningsfilosofi har legat till grund för studien vilket möjliggör att resultatet ska kunna generaliseras. Studiens enkätundersökning omfattar 84 svenska småföretag som bidragit till studiens resultat. Slutligen är studiens resultat att prospektörer är positivt relaterade till användningen av de ägarrelaterade- och minimerande bootstrappingmetoderna. Medan försvarare är positivt relaterade till användningen av den relationsorienterade bootstrappingmetoden.

**Ämnesord**

Finansiella bootstrappingmetoder, finansiellt gap, kapitalbehov, småföretag, strategiorientering

## FÖRORD

Vi vill rikta ett stort tack till alla som visat sitt stöd till oss under vår tid på Höskolan Kristianstad. Först och främst vill vi rikta ett stort tack till Pierre Carbonnier för sitt bidrag inom det statistiska området samt Felix Terman för sina insikter gällande språk och formalia. Ytterligare tack till alla respondenter som deltagit i vår undersökning. Vi är dessutom ytterst tacksamma för det tålamod som våra familjer haft, trots alla högljudda Skype-samtal som mestadels berodde på dålig anslutning.

Slutligen vill vi rikta ett hjärtligt tack till vår handledare Zahida Sarwary för hennes uppriktighet, förtroende och stöttning genom kandidatsuppsatsens arbetsgång.

Tack!

Kristianstad, 2019

---

Sevgi Jusufovska

---

Albana Krasniqi

# Innehållsförteckning

<b>1 INLEDNING .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 BAKGRUND .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 PROBLEMATISERING .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 FORSKNINGSFRÅGA .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 SYFTE .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 BEGREPPSFÖRKLARING .....</b>	<b>6</b>
<b>1.6 AVGRÄNSNING.....</b>	<b>6</b>
<b>1.7 DISPOSITION.....</b>	<b>7</b>
<b>2 VETENSKAPLIG METOD.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 FORSKNINGSFILOSOFI .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 FORSKNINGSANSATS .....</b>	<b>9</b>
<b>3 TEORETISK REFERENS RAM .....</b>	<b>11</b>
<b>3.1 DET FINANSIELLA GAPET .....</b>	<b>11</b>
<b>3.2 FINANSIELLA BOOTSTRAPPINGMETODER .....</b>	<b>12</b>
3.2.1 Ägarfinansierad bootstrapping.....	12
3.2.2 Minimerande bootstrapping .....	13
3.2.3 Relationsorienterad bootstrapping.....	13
<b>3.3 MILES OCH SNOWS TYPOLOGI .....</b>	<b>14</b>
3.3.1 Prospektörer och valet av finansiella bootstrappingmetoder .....	14
3.3.2 Försvarare och valet av finansiella bootstrappingmetoder .....	15
<b>4 EMPIRISK METOD .....</b>	<b>18</b>
<b>4.1 URVAL OCH BORTFALL .....</b>	<b>18</b>
<b>4.2 PILOTSTUDIE .....</b>	<b>19</b>
<b>4.3 OPERATIONALISERING .....</b>	<b>19</b>
4.3.1 Kontrollvariabler.....	20
4.3.2 Beroende variabler.....	22
4.3.3 Oberoende variabler.....	24

<b>5 ANALYS</b> .....	<b>26</b>
<b>5.1 DESKRIPTIV STATISTIK</b> .....	26
<b>5.2 KORRELATION</b> .....	29
<b>5.3 RESULTAT AV REGRESSIONSANALYS</b> .....	30
<b>6 DISKUSSION OCH SLUTSATS</b> .....	<b>33</b>
<b>6.1 DISKUSSION</b> .....	33
<i>6.1.1 Diskussion och slutsats kring val av finansiell bootstrapping</i> .....	34
<i>6.1.2 Diskussion och slutsats kring val av strategiorientering</i> .....	35
<i>6.1.3 Strategiorienterings påverkan på val av finansiell bootstrapping</i> .....	35
<b>6.2 BIDRAG</b> .....	36
<b>6.3 SJÄLVKRITIK OCH FRAMTIDA FORSKNING</b> .....	38
<b>7 LITTERATURFÖRTECKNING</b> .....	<b>40</b>
<b>BILAGA 1 - ENKÄT</b> .....	<b>48</b>

## **Tabellförteckning**

Tabell 4.1:	Ägarfinansierad bootstrapping	21
Tabell 4.2:	Minimerande bootstrapping	22
Tabell 4.3:	Relationsorienterad bootstrapping	22
Tabell 5.1:	Medelvärde och standardavvikelse för respektive bootstrappingmetod	26
Tabell 5.2:	Alternativa finansiella bootstrappingmetoder	27
Tabell 5.3:	Medelvärde och standardavvikelse för respektive strategiorientering	28
Tabell 5.4:	Korrelationsmatris	29
Tabell 5.5:	Multipla regressioner	30

## **Figurförteckning**

Figur 3.1:	Uppsatsens forskningsmodell	17
------------	-----------------------------	----

# 1 Inledning

---

---

*Det inledande kapitlet av denna uppsats kommer att behandla bakgrunden kring småföretagares roll i samhället. Vidare kommer småföretagares strategiorientering och dess val av finansieringsmetod att problematiseras. Därefter kommer forskningsfråga, syfte, avgränsning, begreppsförklaring och disposition att presenteras.*

---

## 1.1 Bakgrund

År 2019 finns cirka 1,2 miljoner verksamma företag i Sverige. Drygt 96 procent av dessa motsvarar småföretag (Tillväxtverket, 2019). I en studie genomförd utav Företagarna (2019), framförs det att fyra av fem jobb skapas av små och medelstora företag sedan början på 1990-talet. Vidare resulterar detta i att småföretagare är den dominerande samhällsbäraren i samhället som skapar jobb och bidrar till välfärd. I takt med att småföretagare ökar, visar Sverige den lägsta nivån på arbetslöshet sedan tio år tillbaka (Arbetsförmedlingen, 2019) och utgör därmed en betydande roll för ekonomisk tillväxt samt innovation (Winborg & Landström, 2001; Ebben & Johnson, 2006; Ahlstrom, 2010; Soledad, Martínez, Teresa, Picazo, Ángel & Martín, 2016; Wynarczyk, Watson, Storey, Short, & Keasey, 2016).

Ekonomifakta (2013) menar att småföretagares förmåga att skapa arbetstillfällen inte har maximerats, grundat i att småföretagare möts utav barriärer för att fortsätta anställa och expandera. Den främsta barriären är svårigheter med att finansiera sin verksamhet, vilket är en barriär som fått stor uppmärksamhet i litteraturen (Stansworth & Gray, 1992; Landström, 2003, Vestling, 2016; Ghisetti & Mancinelli, 2017). Tidigt på 1990-talet uppmärksammades det finansiella gapet som innebär att företag utan säkerheten som externa finansiärer (e.g. banker) kräver, hamnar i ett finansiellt gap. Detta finansiella gap definieras som småföretagares svårigheter med att förvärva kapital till dess verksamhet (Landström, 2003).

Efter den finansiella krisen 2009 har Sveriges riksbank fått förstärka åtgärder (e.g. basel) som medfört att banker har fått minska utlåningen betydligt, vilket bidragit till den globala konjunktorens tillbakagång (Riksbank, 2010). De som framförallt kommer att beröras av de strängare åtgärderna är i synnerhet småföretagare eftersom att de saknar säkerhet (Molin,



2009). En rapport presenterad av Andersson (2018) visar att 52 procent av alla småföretagare upplever det ganska eller väldigt svårt att få extern finansiering. Samma rapport visar även att 42 procent upplever en missnöjdhet med bankernas bemötande vad gäller småföretagares behov av finansiering, där bankerna inte anses ge småföretagarna en ärlig chans. Utöver bankernas höga krav, förekommer andra faktorer som påverkar möjligheten till extern finansiering. Till exempel upplever investerare att privata företag drivs av oerfarna entreprenörer som inte hunnit marknadsföra sig samt att det inte finns tillräcklig data om verksamheterna (Jones & Jayawarna, 2010). De nämnda faktorerna leder i sin tur till att mindre företags finansiering försvåras ytterligare och att småföretag därför tvingas finna alternativa finansieringsmetoder för att underhålla sin verksamhet.

Ett samlingsord för ovannämnda alternativa finansieringsmetoder är finansiell bootstrapping (Landström, 2003; Ebben & Johnson, 2006). Malmström (2014) visar i sin forskning att cirka 95 procent av existerande mindre företag använder någon form av finansiell bootstrapping. Bootstrapping är ett relativt ungt område i litteraturen vilket innebär brist på information kring vad som påverkar småföretagares val av finansieringsmetoder (e.g. Winborg & Landström, 2001; Miao, Rutherford & Pollack, 2015; Riloff & Jones, 2018).

Winborg och Landström (2001) har presenterat 32 olika bootstrappingmetoder som vanligtvis kategoriseras i fyra grupper: ägarfinansierade-, relationsorienterade-, minimerande - och bidragsorienterade bootstrappers. Ägarfinansierad bootstrapping möter finansieringsbehovet genom att bland annat låna kapital av familj och vänner eller att familj och vänner investerar eget kapital i verksamheten (Winborg & Landström, 2001). Till skillnad från ägarfinansierad bootstrapping, kännetecknas den relationsorienterade metoden av ett nära samarbete med andra företag genom ett gemensamt inköp och nyttjande av tillgångar (Winborg & Landström, 2001; Jones & Jayawarna, 2010). Den tredje gruppen benämns minimerande bootstrapping och utgår från användning av metoder som ska minimera kundfordringar för att påskynda inbetalningar från kunder och således frigöra kapital till verksamheten (Winborg & Landström, 2001). Motsatsen till de tidigare nämnda bootstrappingmetoderna är bidragsorienterad finansieringsmetod, som kännetecknas av företag som tillämpar statliga bidrag för att finansiera sin verksamhet (Winborg & Landström 2001; Winborg, 2003).

Vilka finansieringskällor som småföretag väljer föreslås påverkas utav företagets strategiorientering (Jordan, Lowe, & Taylor, 1998; Du, Guariglia, & Newman, 2015;

Malmström 2014). En typologi kring företags strategiorientering har framförts av Miles och Snow (1978). Författarna har i sin typologi kategoriserat fyra olika strategier som benämns: prospektor, försvarare, analytiker och reaktor (Miles och Snow, 1978).

## 1.2 Problematisering

Med bakgrund i tidigare forskning, går det att identifiera ett mönster mellan de två komponenterna strategi/er och bootstrappingmetod/er (Jordan et al., 1998). Författarna påvisar att det finns växande bevis mellan småföretagares strategiorientering och val av finansieringsmetoder. Studien resulterar i betydelsefulla empiriska bevis, vilket stödjer forskning kring strategi/er och rådande finansieringsproblem bland småföretag (Jordan et al., 1998; Winborg & Landström, 2001; Winborg, 2003; Cassar & Holmes, 2003; Beck & Demirguc-Kunt, 2006). De bevis har framkommit visar att småföretagares affärsmässiga målsättningar uppnås genom en tydlig strategi som har en direkt koppling till vilken finansieringsmetod som väljs av företaget (Slater, Hult & Olson, 2007). Den typologi som framförts av Miles och Snow (1978) påstås vara bättre att utgå från, då den anses som mer stabil vid identifiering av företags strategiska position. De uppmärksammar en bredare organisationsstruktur till skillnad från tidigare nämnda typologier (Segev, 1989; Zahra & Pearce, 1990; u.r. Sarwary, 2019).

Strategierna som Miles och Snow (1978) presenterar är prospektörer, som kännetecknas av att kontinuerligt söka efter nya marknadsprodukter. Den andra strategin som presenteras är försvarare, vilka lägger vikt vid att behålla en mogen och stabil position på marknaden. Den tredje strategin är analytiker vilka karaktäriseras av att vara en blandning av en prospektor och en försvarare och slutligen reaktorer som saknar en konsekvent strategi (Miles & Snow, 1978; Shortell & Zajac, 1990; u.r. Sarwary 2019). De nämnda strategierna föreslås ligga till grund för småföretags val av finansieringskälla (cf Jordan et al., 1998).

De grupper som presenterats ovan påverkar företag i olika utsträckning (Ebben & Johnsson, 2006; Jones & Jayawarna, 2010; Brush, Carter, Gatewood, Greene & Hart, 2006). Med bakgrund i tidigare forskning, går det att identifiera ett mönster mellan de två komponenterna strategi/er och bootstrappingmetod/er (Jordan et al., 1998; Winborg & Landström, 2001; Winborg, 2003). Småföretagare med en strategi som kännetecknas utav att vilja vara snabba, först ute på marknaden med nya produkter och är konkurrenskraftiga (e.g. prospektörer) skulle

ha incitament att välja de ägarfinansierade och minimerande bootstrappingmetoderna (cf Miles & Snow, 1978; cf Jordan et al, 1998; cf Winborg & Landström, 2001). Ägarfinansierad bootstrapping möjliggör snabb finansiering genom bland annat kvarhållande av lön samt användning av privata kreditkort medan minimerande tillämpar rutiner för att påskynda inbetalningar från kunder samt fördröja utbetalningar till leverantörer för att flexibelt och snabbt frigöra kapital till verksamheten (Winborg & Landström, 2001; Landström, 2003; Ebben & Johnsson, 2006). De ägarfinansierade och minimerande bootstrappingmetoderna är fördelaktiga för företag som kännetecknas utav att vara snabba och först ute på marknaden (Winborg & Landström, 2001).

Medan småföretagare vars strategi kännetecknas av att sträva efter en långsiktig och stabil position på marknaden (e.g. försvarare), skulle ha incitament att välja en relationsorienterad bootstrappingmetod (cf Miles & Snow, 1978; cf Jordan et al, 1998; cf Winborg & Landström, 2001). Relationsorienterad bootstrapping använder professionella långsiktiga relationer som medel för att tillfredsställa resursbehovet. Vid denna form av finansieringsmetod väljer företaget att utgå från gemensam användning av resurser till följd av långa relationer för att frigöra kapital till verksamheten, vilket är fördelaktigt för företag som kännetecknas utav att vara långsiktigt orienterade (Winborg och Landström, 2000).

Slutligen är denna studie ett svar på bristen av tidigare forskning kring småföretags strategier och dess potentiella påverkan på val av finansiella bootstrappingmetoder. Då finansiell bootstrapping är ett relativt ungt forskningsområde, saknas forskning kring vad som påverkar valet av dessa metoder (e.g. Winborg & Landström, 2001; Miao et al, 2015; Riloff & Jones, 2018). Tidigare forskning menar på att alldeles för lite uppmärksamhet riktas till småföretag, specifikt gällande strategi och dess koppling till val av finansieringskällor. Denna studie bidrar därmed till att lyfta och klargöra det potentiella sambandet mellan de två komponenterna strategi/er och val av bootstrappingmetod/er (Jordan et al., 1998; Winborg & Landström, 2001; Beck & Demirguc-Kunt, 2006).

### **1.3 Forskningsfråga**

Hur påverkar företagets strategiorientering valet av finansiella bootstrappingmetoder i små företag?

## 1.4 Syfte

Syftet med denna studie är att kartlägga hur småföretags strategiorientering kan påverka det val av alternativa finansiella bootstrappingmetoder som småföretag väljer att tillämpa. Med grund i det relativt unga forskningsområdet, syftar studien vidare till att svara på bristen av tidigare forskning och riktar därmed uppmärksamhet till småföretag.

## 1.5 Begreppsförklaring

**Företag:** Avser ekonomisk verksamhet vars syfte är att generera ett lönsamt resultat. Ägare kan vara allt från en person till flera personer i en grupp (Tillväxtverket, 2019).

**Småföretag:** Avser företag som har mellan 1-49 anställda och en balansomslutning på maximum 102 miljoner kronor (Europakommissionen, 2018).

**Finansiell bootstrapping:** Avser de metoder som används för att tillgodose behovet av resurser som ett företag har utan att förlita sig på extern finansiering från exempelvis nya ägare och/ eller banker (Winborg & Landström, 2001).

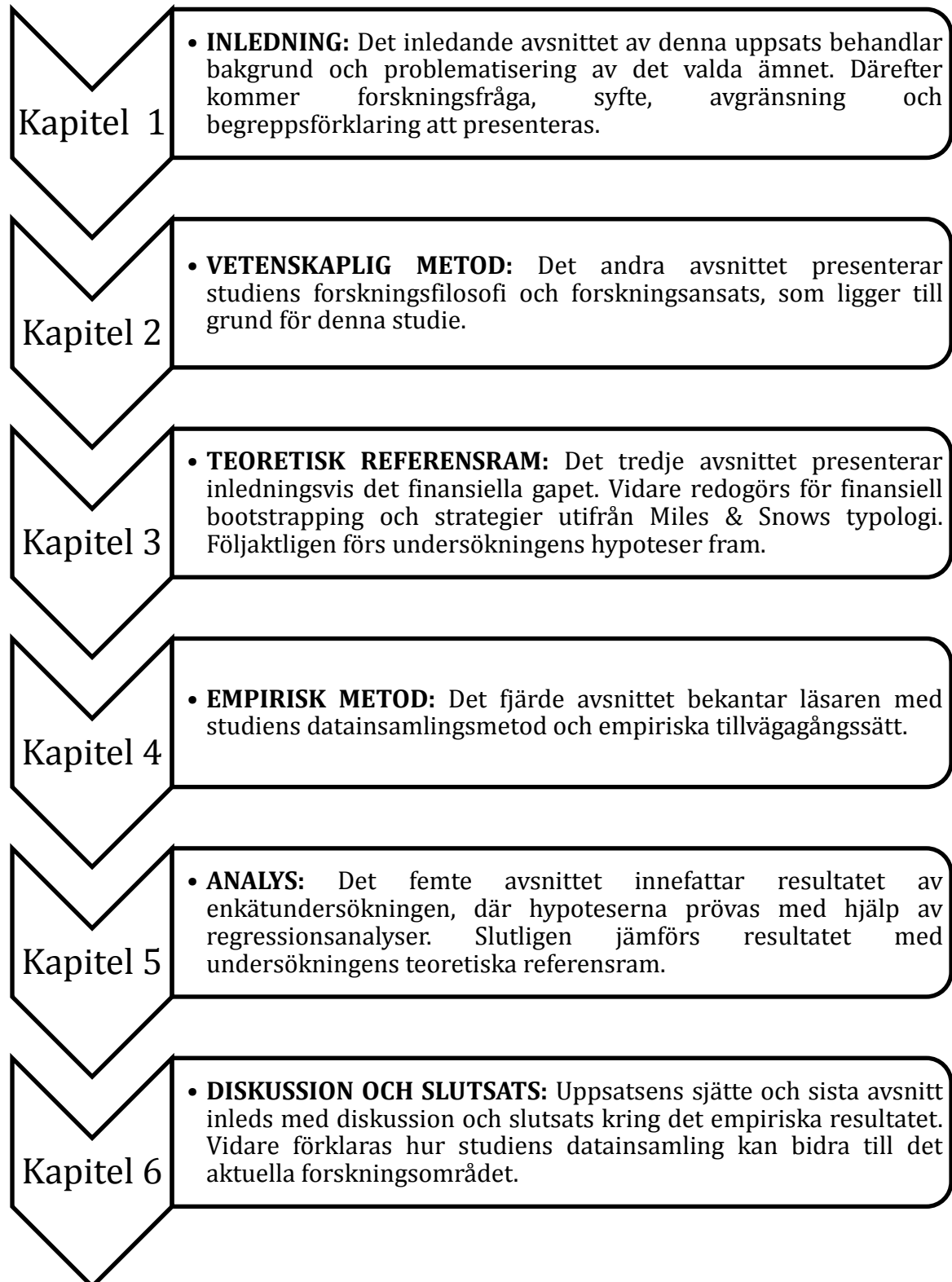
**Business Angels:** En förmögen person som investerar personligt kapital i nystartade företag i utbyte mot procentuell äganderätt i bolaget (Brettel, 2003).

**Venture Capitalists:** Investerar ofta i nystartade företag, vilka innefattar höga risker men visar på hög potential (MacMillan, Kulow & Khoylian, 1989).

## 1.6 Avgränsning

Uppsatsen kommer att avgränsas på så sätt att undersökningen enbart riktas till svenska småföretag. Studien kommer att avgränsas ytterligare genom att behandla två strategier av Miles och Snows fyra typologier samt fokusera på fyra av Winborg och Landströms fem bootstrappingmetoder.

## 1.7 Disposition



## 2 Vetenskaplig Metod

---

---

*Studiens andra kapitel kommer att behandla uppsatsens tillvägagångssätt där positivistisk forskningsfilosofi och kvantitativ forskningsansats presenteras. Därefter motiveras studiens val av den deduktiva forskningsansatsen för att slutligen problematisera denna.*

---

### 2.1 Forskningsfilosofi

En forskningsfilosofi innefattar forskningsstrategi vilken kan ses som en handlingsplan, vars syfte är att uppnå ett mål. Målet är att tydligt identifiera ett forskningsproblem. Handlingsplanen formas utav en bakomliggande idé om hur forskare ska ta itu med rådande forskningsproblem (Denscombe, 2018). Denna studie tillämpar en positivistisk forskningsfilosofi, då teorier ligger till grund för reflektioner av forskningsproblemet (Denscombe, 2018). Vidare innebär den positivistiska forskningsfilosofin en möjlighet att generera hypoteser utifrån teori, för att sedan ta ställning till förklaringar. Detta innebär att denna studie kommer att vara värderingsfri och objektiv, till skillnad från den kvalitativa metoden (Bryman & Bell 2018, Denscombe, 2018).

Deduktion, induktion och abduktion är tre metoder som används inom forskning (Lind, 2014). Den deduktiva metoden kännetecknas av ett flertal antaganden som formuleras till hypoteser, för att vidare testa/påvisa studiens syfte som bör gälla i det allmänna fallet. Motsatsen till den deduktiva metoden, är induktiv metod som utgår från empirisk data som vidare skapar ny teori. En kombination av de nämnda metoderna resulterar i den abduktiva metoden. Vid tillämpning av abduktiv metod, kombineras teorier och empiriska data. I denna studie kommer induktiv och abduktiv metod inte att användas eftersom att den induktiva metoden syftar till att utveckla teorier utifrån empiriska data medan den abduktiva metoden inte möjliggör hypotesprövningar (Lind, 2014).

Med utgångspunkt i studiens syfte tillämpas den deduktiva metoden som i jämförelse med de två andra alternativen (induktion och abduktion), på bästa sätt möjliggör en förklaring av sambandet mellan strategi och bootstrappingmetoder. Finansiell bootstrapping är ett ämne som forskats kring tidigare vilket ger ytterligare incitament att tillämpa den deduktiva metoden. Då

den positivistiska forskningsfilosofin vidare lägger fokus på fakta och siffror för att förklara orsaker till samt konsekvenser av fenomen, så förknippas detta till statistik, kvantitativa forskning och generalisering (Bryman & Bell, 2018; Denscombe, 2018). Det stora urvalet är slutligen, med utgångspunkt i den positivistiska forskningsfilosofin, viktigt för att kunna förklara forskningsproblemet och på så vis skapa validitet och reliabilitet i studien (Bryman & Bell, 2018).

## 2.2 Forskningsansats

Beroende på det syfte som studien har, fastställs om forskaren kommer att tillämpa en kvantitativ eller kvalitativ ansats. De två ansatserna kan ses som varandras motsatser, där den främsta skillnaden är hur djup forskaren vill vara i sin data. En kvantitativ forskningsansats kännetecknas av siffror som ligger till grund för studiens analys medan den kvalitativa ansatsen istället kännetecknas av ord och visuella bilder som grund till analys. Den kvantitativa metoden omfattar vidare ett stort antal kvantiteter, då det ökar sannolikheten att resultatet är statistiskt tillförlitligt och generaliserbart. Å andra sidan syftar den kvalitativa metoden till att gå på djupet gällande ett få antal kvantiteter och på så sätt skapa en djupgående studie med detaljerad information om ett visst fenomen.

Denna studie syftar till att analysera ett resultat, som avser att kartlägga och påvisa samband mellan småföretags strategiorientering och dess påverkan på det val av finansiella bootstrappingmetoder. Med grund i kvantitativ forskningsansats, kommer studien att genomföra en enkätundersökning som ska behandla finansiella bootstrappingmetoder och småföretags strategiorientering (Denscombe, 2018). Enkätundersökningen kommer att utgå från standardiserade frågor, vilket innebär att enkäten är identisk för varje respondent. Fördelen med enkätundersökning är att kunna skapa variation i insamlad data för att därefter undersöka kopplingar mellan olika variabler. Följaktligen medför kvantifiering, konsekventa normer eller riktlinjer för det aktuella forskningsområdet (Lind, 2014; Bryman & Bell, 2018). Dessutom är det lättare att bearbeta och sammanställa insamlad data från enkätundersökning, i jämförelse med en kvalitativ ansats där intervju används som datainsamlingsmetod.

Slutligen möjliggör enkätundersökningen objektivitet, givet en bra operationalisering, och lämpar sig bäst för studiens kvantitativa forskningsansats då slutsatserna avser att bli generaliserbara, givet tillräcklig mängd data. Nackdelen med denna datainsamlingsmetod, är

att respondenten känner sig begränsad på grund av de förkodade svarsalternativen. För att avhjälpa detta problem har respondenten fått möjlighet att tillägga allmänna kommentarer. Genom att erbjuda respondenten alternativet att lägga till information självant utan förkodade svarsalternativ, framkommer insiktsfull information som annars hade kunnat gå förlorad. Dessutom har denna studie utgått från väletablerade mätinstrument från tidigare studier, som undersökt vilka alternativ som respondenten behöver för att inte känna sig begränsad (Bryman, 2018; Lind, 2014; Denscombe, 2018).

Det som även möjliggörs vid en kvantitativ forskningsansats är att hypoteser kan formuleras som i sin tur testas för att eventuellt påvisa det samband som tycks föreligga. Det samband som denna studie syftar till att påvisa är hur småföretagares strategiorientering kan vara direkt relaterad till valet av finansiella bootstrappingmetod/er och tre hypoteser har därför utformats med grund i tidigare studier (Lind, 2014).



## 3 Teoretisk referensram

---



---

*Detta kapitel syftar till att redogöra för tidigare forskning som kommer att ligga till grund för studiens analys och slutsatser. Inledningsvis kommer det finansiella gapet mellan småföretagare och externa finansiärer presenteras, följt av Miles och Snows typologi samt bootstrappingmetoder. Slutligen bekantas läsaren med studiens tre hypoteser.*

---

### 3.1 Det Finansiella gapet

Det finansiella gapet kan definieras som småföretagares svårigheter gällande förvärv av kapital och egna medel via vinster för att tillföra dess verksamhet. Det finns en lång historia kring det finansiella gapet som på tidiga 1930-talet uppmärksammade ämnet, då småföretag upplevt diskriminering av finansiärer. Den så kallade MacMillan rapporten som publicerades år 1931, var den första att belysa och dokumentera problemet. Rapporten visade på att externa finansiärer hade tendens att exkludera småföretag vad gällde utlåning av kapital samt att detta var en bidragande faktor till att småföretagare upplevdes som diskriminerade (Landström, 2003). Forskningen har vidare lyft fram ett kunskapsgap, där det påstås att problemet uppstår på grund av att det föreligger brist på kommunikation av informationsfördelning mellan småföretagare och de externa finansiärerna såsom banker, *Venture Capitalists* och *Business Angels* (Landström, Löwegren 2009).

Exempel på vad som oftast brister avseende kommunikationen parterna emellan är, å ena sidan att de som ska erbjuda kapitalet inte har full förståelse för småföretagarens verksamhet. Å andra sidan ser man ett rådande problem bland småföretagare som inte anses ha nog med kunskap kring de krav som finansiärerna ställer, alternativt att man som småföretagare saknar tillräckligt med kunskap kring vilka möjligheter till kapital som existerar. Vidare påstår Landström och Löwegren (2009) att kunskapsgapet således är en underliggande faktor till det finansiella gapet. Eisenhardt (1989) förklarar i sin studie att småföretagare ibland väljer att inte förmedla information om organisationen, vilket är ett krav från den som ska erbjuda kapital. Detta förklaras med anledningen att det finns en rädsla över att denna information ska rinna ut till företagets konkurrenter och på så vis orsaka en skada för företaget. Samtidigt kan finansiärerna känna en viss oro i att fördela kapital det kan finnas en misstanke om att företaget inte kommer

att använda kapitalet i det överenskomna syftet (Eisenhardt, 1989). För att kringgå det finansiella gapet, tillämpar småföretag alternativa finansieringsmetoder såsom finansiell bootstrapping (Ebben & Johnson, 2006; Winborg & Landström, 2001).

## 3.2 Finansiella bootstrappingmetoder

Ebben och Johnson (2006) presenterar i sin studie att stora andelen av rådande småföretag möter svårigheter med att dra till sig externa finansiärer på grund av olika faktorer som exempelvis bankernas höga krav på säkerhet, oerfarna företag och otillräcklig data (Jones & Jayawarna, 2010). På grund av de nämnda faktorerna tvingas småföretag att finna alternativa finansieringskällor för att underhålla sina verksamheter utan extern finansiering. De alternativa finansieringsmetoderna benämns finansiell bootstrapping (Landström, 2003; Ebben & Johnson, 2006).

Winborg och Landström (2000) beskriver finansiell bootstrapping som småföretags sätt att hantera verksamhetens finansiering utan stöd av externa finansiärer. Extern finansiering innebär, bortsett från svårigheten att dra till sig kapital, även kostnader för småföretag (e.g. räntekostnader). För att kunna möta kapital- och resursbehovet som verksamheten kräver, tillämpar småföretag diverse finansiella bootstrappingmetoder (Ebben & Johnson, 2006). Finansiell bootstrapping är en samling metoder som syftar till att mindre företag proaktivt möter kapital- och resursbehovet genom olika bootstrappingaktiviteter. Några exempel på aktiviteter som Winborg och Landström (2000) presenterar är att hyra utrustning för att minska kostnader, betala leverantörsskulder sent för att försena utflöde av kapital och erbjuda rabatt till kunder som betalar kontant för att påskynda inflöde av kapital. Författarna har i sin studie identifierat 32 bootstrappingmetoder som vidare kategoriserats i fyra följande grupper: ägarfinansierade-, relationsorienterade-, minimerande- och bidragsorienterade bootstrappings (Winborg och Landström, 2000). Winborg (2003) förklarar att majoriteten av företag som tillämpar den bidragsorienterade bootstrappingmetoden är relativt stora och befinner sig i en expansionsfas. Den bidragsorienterade bootstrappingmetoden kommer därför inte att behandlas i denna studie, då den inte är lämplig som bootstrappingmetod för småföretag.

### 3.2.1 Ägarfinansierad bootstrapping

Den första kategorin som Winborg och Landström (2000) presenterar är ägarfinansierad bootstrapping. Ägarfinansierad bootstrapping möter finansieringsbehovet genom att bland

annat låna kapital av familj och närstående eller att dessa investerar eget kapital i verksamheten. Utöver att låna ut eller investera kapital i verksamheten förekommer det att familj och närstående arbetar för en ersättning lägre än den rådande marknadslönen. Dessutom frigör företag som tillämpar den ägarfinansierade bootstrappingmetoden kapital, genom att kvarhålla lön, ta ut mindre lön under vissa perioder samt genom att använda privata kreditkort. De nämnda ägarrelaterade bootstrappingmetoderna anses därför vara flexibla och snabba vid framtagning av kapital. Att vara flexibla och snabba kommer till följd av de lösningar som vidtas med hjälp av familj och närstående (e.g. låna kapital eller att närstående arbetar för en ersättning lägre än marknadslönen) (Winborg & Landström, 2001). Tillämpning av denna metod ökar kapitalinflöde utan någon form av extern finansiering, vilket leder till att ägaren inte behöver betala räntekostnader (Jayawarna, Jones & Marlow, 2015). Vidare presenterar Winborg och Landström (2001) den relationsorienterade bootstrappingmetoden.

### 3.2.2 Minimerande bootstrapping

Winborg och Landström (2001) beskriver den minimerande bootstrappingmetoden som ett sätt att ta till snabba lösningar vid frigörande av kapital till verksamheten. Företagsägare som tillämpar minimerande bootstrappingmetoder, fördröjer avsiktligt utbetalningar till sina leverantörer (Landström, 2003), förkortar betalningsvillkoren (Landström & Löwengren, 2009) och sätter ränta på sena inbetalningar från kunder (Winborg & Landström, 2001). Dessa rutiner tillämpas för att påskynda inbetalningar från kunder samt fördröja utbetalningar till leverantörer för att flexibelt och snabbt frigöra kapital till verksamheten (Winborg & Landström, 2001; Landström, 2003; Ebben & Johnson, 2006).

### 3.2.3 Relationsorienterad bootstrapping

Relationsorienterad bootstrapping kännetecknas av ett nära samarbete med andra företag genom ett gemensamt inköp och nyttjande av tillgångar. Denna metod innebär bortsett från ett gemensamt nyttjande av tillgångar, även ett gemensamt nyttjande av personal, utrustning och lokaler. Dessa metoder syftar således till att minska företagets resurs- och kapitalbehov (Winborg & Landström, 2001; Ebben & Johnson, 2006). Företag som tillämpar den relationsorienterade bootstrappingmetoden lägger stor vikt vid att bygga långsiktiga relationer med samarbetspartners. Denna metod anses därför inte vara den snabbaste eller mest flexibla metoden, då det tar tid att bygga långsiktiga relationer (Winborg, 2003; Schoonjans, Van Cauwenberge & Vander Bauwhede, 2013). Slutligen kan företag frigöra kapital som kan

användas till andra investeringar inom verksamheten, som ett resultat av att ha reducerat kostnaderna genom de ovannämnda metoderna (Jones & Jayawarna, 2010).

### 3.3 Miles och Snows typologi

Tidigare forskare har med sina studier utvecklat betydande underlag för det strategiska forskningsfältet (e.g. Miles & Snow, 1978; Porter, 1980; Gupta & Govindarajan, 1984). Ett flertal författare påstår att Miles och Snows typologi är bättre att utgå från, i jämförelse med andra typologier (e.g. Porter, 1980; Gupta & Govindarajan, 1984), då den innehåller interna processer, strukturer, strategiska orienteringar och miljöfaktorer. Utöver dessa, påstås Miles och Snows (1978) typologi vara mer stabil vid identifiering av företags strategiska position, eftersom att de uppmärksammar en bredare organisationsstruktur till skillnad från tidigare nämnda typologier (Segev, 1989; Zahra & Pearce, 1990; u.r. Sarwary, 2019).

Miles och Snows typologi är ett verktyg som används för att förstå och kategorisera de typer av strategier som företag utgår från (McDaniel & Kolari, 1987). Miles och Snow undersöker samband mellan olika attribut så som produkt, marknad och teknik inom varje strategisk typ. Skillnaderna mellan dessa strategier är baserade på olika mönster av företags resurser och förmågor (Snow and Hrebiniak, 1980; Andrews, Boyne, Law & Walker, 2009; Lin et.al.,2014). Strategierna som identifierats, har kategoriserats som följande; prospektörer, försvarare, analytiker och reaktorer (Miles & Snow, 1978). Tidigare forskning påstår att småföretag inte har kunnat påvisa en framgångsrik implementering av analytikerstrategin (Rugman & Verbeke, 1988). Reaktorstrategin anses vidare vara en restkategori för företag som inte har ett konsekvent strategiskt mönster (Miles & Snow, 1978). På grund av detta kommer studien inte att behandla Miles och Snows två sistnämnda strategier, analytiker och reaktorer.

#### 3.3.1 Prospektörer och valet av finansiella bootstrappingmetoder

Prospektörer är företag som präglas av snabb expansion och fokuserar på innovation (Miles & Snow, 1978). Prospektörer är även företag som strävar efter att vara först in på marknaden med nya produkter/tjänster och riktar sig till ett brett spektrum av kunder inom olika segment (O'Regan & Ghobadian, 2005). Dessutom är prospektörer företag som antar en icke-standardiserad process för att möjliggöra snabb och flexibel innovation och expansion (Miles & Snow, 1978).

På grund av dessa egenskaper skulle prospektörer ha incitament att välja ägarrelaterade bootstrappingmetoder. Prospektörers egenskaper för snabb expansion, behov av flexibilitet och innovation skulle göra att de strävar efter att välja bootstrappingmetoder som möjliggör sådana snabba och flexibla medel (Miles & Snow, 1978; Winborg & Landström, 2001). Flera forskare hävdar att den ägarrelaterade bootstrappingmetoden är den snabbaste och mest flexibla metoden för företag att använda, eftersom de hävdar att familj och närstående är redo att låna ut kapital snabbt samt arbeta med kort varsel för en ersättning under marknadslönen (Winborg & Landström, 2001; Winborg, 2003; Jayawarna et al., 2015; Schoonjans et. al., 2013).

**Hypotes 1:** *Prospektörer är positivt relaterade till användningen av den ägarrelaterade bootstrappingmetoden.*

Som tidigare nämnt är prospektörer företag som strävar efter att expandera snabbt och har ett fokus på innovation. Dessutom använder prospektörer lättsamma processer och anses vara anpassningsbara. Med hjälp utav de lättsamma processerna kan prospektörer behålla sitt fokus på expansion, på grund av att de har en förmåga att frigöra kapital snabbt (Miles & Snow, 1978; O'Regan & Ghobadian, 2005).

Med dessa egenskaper skulle prospektörer ha incitament att även välja minimerande bootstrappingmetoder. De egenskaper som prospektörer har vad gäller snabb expansion, lättsamma processer och förmågan att frigöra kapital snabbt skulle leda till att de strävar efter att välja den minimerande bootstrappingmetoden (Miles & Snow, 1978; Winborg & Landström, 2001). Den minimerande bootstrappingmetoden frigör kapital snabbt genom att avsiktligt fördröja utbetalningar till leverantörer (Winborg, 2003) samt sätta ränta på sena inbetalningar från kunder (Winborg & Landström, 2001). På så vis frigörs kapital snabbt till verksamheten (Winborg & Landström, 2001; Landström, 2003; Ebben & Johnsson, 2006).

**Hypotes 2:** *Prospektörer är positivt relaterade till användningen av den minimerande bootstrappingmetoden.*

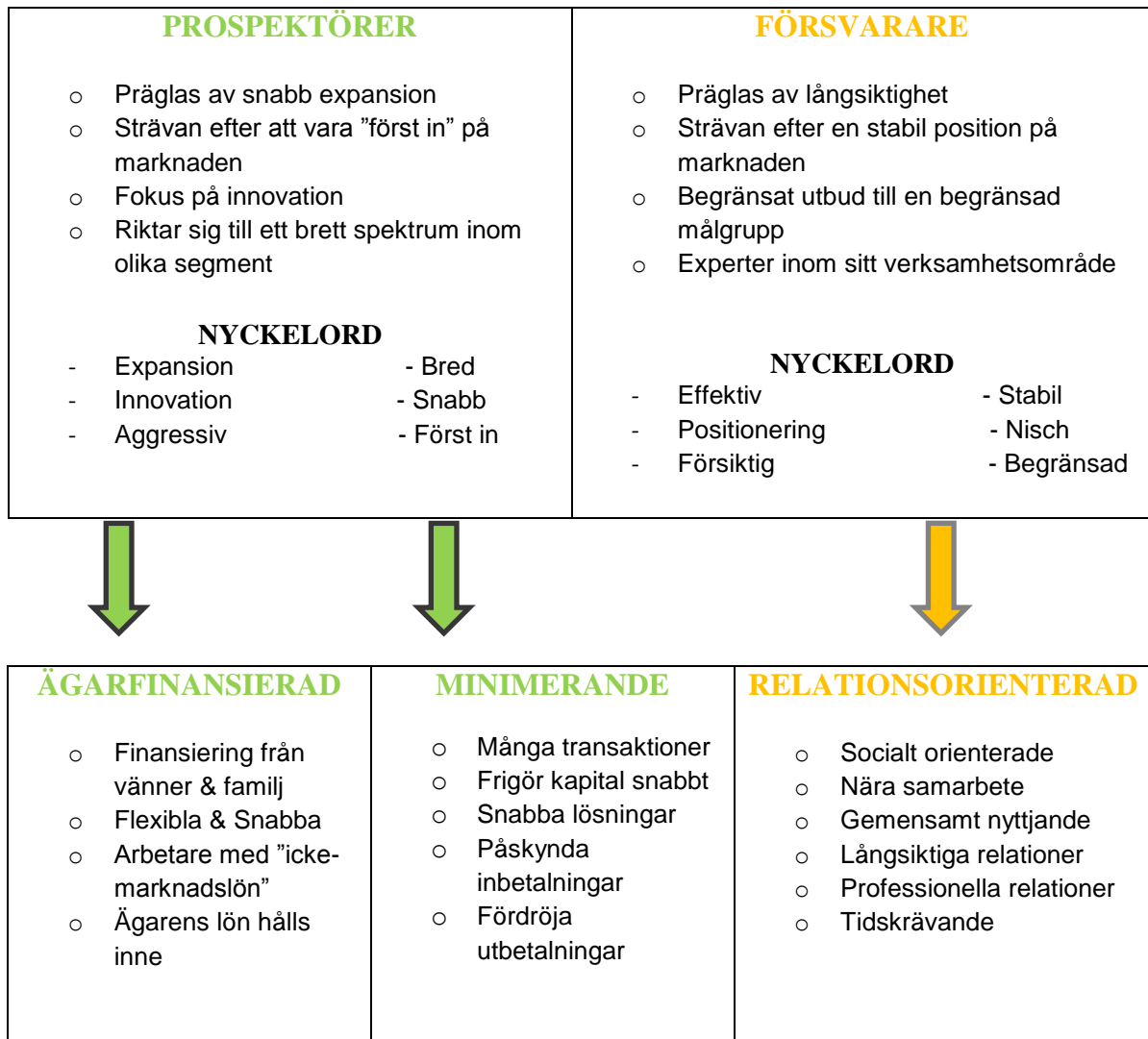
### 3.3.2 Försvare och valet av finansiella bootstrappingmetoder

Försvare är företag som präglas av långsiktighet och strävar efter en stabil position på marknaden (Miles & Snow, 1978; u.r. Sarwary, 2019). Företag med denna strategiorientering

påstås vara experter inom sitt verksamhetsområde, då de riktar ett begränsat utbud av produkter till en begränsad målgrupp. Försvarare är även företag som kännetecknas av standardiserade processer samt upprätthållandet av goda och långsiktiga professionella relationer. Vidare innebär detta att försvarare är måna om sitt rykte med sina nyckelintressenter (Miles & Snow, 1978; Slater et al., 2007; Lin, Tsai & Wu, 2014; Pinto & Curto, 2007).

På grund av dessa egenskaper skulle försvarare ha incitament att välja relationsorienterade bootstrappingmetoder. Försvarares egenskaper för långsiktighet och strävan efter en stabil position på marknaden skulle leda till att de väljer bootstrappingmetoder som möjliggör långsiktiga professionella relationer (Miles & Snow, 1978; Winborg & Landström, 2001). Den relationsorienterade bootstrappingmetoden möjliggör gemensamt nyttjande av bland annat personal, utrustning och lokaler till följd av de långsiktiga professionella relationer man tidigare har byggt upp. Detta leder i sin tur till frigörandet av kapital som kan användas till andra investeringar i verksamheten (Winborg & Landström, 2001; Winborg, 2003; Jones & Jayawarna, 2010; Schoonjans et. al., 2013).

**Hypotes 3:** *Försvarare är positivt relaterade till användningen av den relationsorienterade bootstrappingmetoden.*



Figur 3.1 Uppsatsens forskningsmodell

## 4 Empirisk metod

---

---

*Studiens fjärde kapitel behandlar inledningsvis enkätundersökningens urval och bortfall. Därefter får läsaren ta del av ett avsnitt kring pilotstudien som skickades ut innan den verkliga enkäten slutfördes samt slutligen operationaliseringen med variablerna som enkäten innefattar.*

---

### 4.1 Urval och Bortfall

Frågor om urval av undersökningsenheter är viktiga oberoende av vilken typ av datainsamlingsmetod som används. Frågornas karaktär är beroende av studiens val av forskningsansats, det vill säga kvantitativ eller kvalitativ forskningsansats. I den kvantitativa forskningsansatsen är frågor kring datainsamlingens representativitet viktiga, vilka påverkar möjligheterna till generaliserbarhet (Bryman, 2018; Lind, 2014; Denscombe, 2018). I mån om generalisering, gjordes ett slumpmässigt sannolikhetsurval genom ett massutskick av enkäten till 2000 svenska småföretag (Proff The Business Finder, 2018). Denna studie utgick från ett slumpmässigt urval av småföretag, där var tredje företag hämtades från företagslistan *The Business Finder*. På så sätt har det inte funnits möjlighet att förvränga urvalet. Detta innebär således att alla småföretag har haft lika stor sannolikhet att bli utvalda. Då 96 procent av alla svenska företag motsvarar småföretag, kan en undersökning inte täcka hela populationen. Trots detta indikerar storskaliga enkätundersökningar på sannolikhetsurval, så länge urvalet är representativt för den population som efterfrågas (Denscombe, 2018).

Vid enkätundersökning som datainsamlingsmetod finns en risk att bortfall av olika slag förekommer (Bryman, 2018; Denscombe, 2018). Bortfall i denna studie kan bero på att respondenten ifråga inte faller inom ramen för urvalet småföretagare, med anställda under mellan 1-49 personer och en balansomslutning om maximum 10 miljoner euro. För att undvika bortfall i form av småföretagare som väljer att inte delta i undersökningen, har studien följt de rekommendationer som Denscombe (2018) presenterat. Författaren påstår att enkäten bör förbereda respondenten på vad som komma skall, genom att ange en uppskattning av tiden som krävs för att besvara enkäten. För att ge en större variation i respondenternas svar,



rekommenderas vidare att utgå från en sjugradig likertskala för att fånga sanningsenliga svar (Saunders et al, 2012; Denscombe, 2018).

## 4.2 Pilotstudie

Innan den egentliga enkäten för denna studie skickades ut, genomfördes en pilotstudie. Detta har gjorts för att säkerställa att enkätfrågorna mäter det som är tänkt och för att se till att undersökningen blir bra i sin helhet (Bryman, 2018). Även Denscombe (2018) rekommenderar att en pilotstudie ska genomföras för att göra en kontroll av frågorna samt undersöka om det förekommer rum för missuppfattningar, för att vidare förbättra enkätens utformning. De fem respondenter som besvarade pilotstudien var alla småföretagare inom ramen för studiens forskningsfält. På så sätt var urvalet av de fem respondenterna representativt för studiens huvudsakliga enkätundersökning och syfte.

Respondenterna fick efter pilotstudien lämna sina åsikter kring de frågor och påståenden som de besvarat. Till en början var påståendena utformade som följande exempel; *Företaget håller inne ägarens lön*. Samtliga respondenter förklarade att de upplevde påståendena som aggressiva. De påstod att om de svarade att företaget håller inne ägarens lön, var detta något som företaget alltid gör, vilket påverkade respondenternas svarsvilja. Enkätfrågorna förbättrades genom att lägga till "*Det händer att...*", vilket i den slutliga enkäten tydliggör för respondenten det som frågan syftar till att fånga upp. Det vill säga, om det händer att respektive bootstrapping metod används. De påståenden som inkluderade både familj och vänner upplevdes av respondenterna som missvisande och ospecifika. Respondenterna ansåg att dessa bör delas upp i två påståenden, då en del företag enbart får/tar hjälp av familj medan andra enbart gör detta av vänner vilket är i likhet med tidigare studier (e.g. Nilsson & Sacic, 2016; Mauritzson & Mauritzson, 2017).

## 4.3 Operationalisering

Djurfeldt och Barmark (2009) beskriver operationaliseringen som ett utav det viktigaste momentet i genomförandet av en undersökning. Momentet innebär att gå från abstrakta begrepp och övergripande frågeställningar till konkreta mätbara frågor (Saunders et al., 2012; Djurfeldt et al., 2010; Körner & Wahlgren, 2015). I uppsatsen har den teoretiska referensramen, vilken innehåller betydande teoretiska faktorer, översatts till konkreta frågor sammanställda i en enkät.

Denna studie har härletts av tidigare forsknings mätinstrument inom området för finansiella bootstrappingmetoder, där en hög intern konsistens påvisats utifrån höga *Cronbach's Alpha* värden (e.g. Winborg & Landström, 2001; Ebben & Johnson, 2006; Jones & Jayawarna, 2010; Nilsson & Sacic, 2016; Mauritzson & Mauritzson; 2017). Mätinstrument inom området strategiorientering har även härletts av tidigare forskning som har påvisat en hög intern konsistens (e.g. Shortell & Zajac, 1990; Padilla-Meléndez & del Águila-Obra, 2013; Bedford et al., 2016). Hög intern konsistens indikerar på en genomsnittlig korrelation mellan samtliga mått inom ett mätinstrument. Tumregeln för reliabilitetsmättet *Cronbach's Alpha* är att den ska överstiga 0.6 (Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna, 2012; Pallant, 2013).

Därmed har denna studie valt att utgå från de mätinstrument som påvisat ett *Cronbach's Alpha* på 0,6 eller högre i tidigare forskning. För att undersöka den interna konsistensen har en sjugradig likertskala tillämpats, då detta är ett väletablerat mätinstrument i tidigare forskning. Detta är konsekvent med de tidigare studierna som uppvisar hög intern konsistens med *Cronbach's Alpha* värden mellan 0,71 och 0,878 vid mätning av finansiella bootstrappingmetoder, medan mätningen av strategiorientering visat på *Cronbach's Alpha* mellan 0,78 och 0,92. Hög intern konsistens till följd av de höga värdena, påvisar en hög reliabilitet. Validitet förklarar i hur stor grad mätinstrumentet är relevant för det som undersökningen syftar till att mäta. Till följd av att ett flertal studier har använt samma mätinstrument och visat på ett resultat högre än 0,6 i *Cronbach's Alpha*, medförs således hög validitet för val av mätinstrument i denna uppsats (Winborg & Landström, 2001; Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna, 2012; Pallant, 2013; Denscombe, 2018).

#### 4.3.1 Kontrollvariabler

Bryman och Bell (2018) förklarar att kontrollvariabler inte är av huvudintresse, utan att de främst syftar till förtydligande av att studiens beroende variabler påverkas av oberoende variabler. Undersökningen riktas därför till att möjliggöra en analys av hur finansiell bootstrapping påverkas av de oberoende variablerna, småföretagares strategiorientering. Med tanke på att studiens enkätundersökning riktas till företagsägare inleds enkäten med deskriptiva frågor för att säkerställa att det är rätt respondent som deltar i undersökningen (Bryman & Bell, 2018). Denna studien utgår från tre kontrollvariabler som mäter storlek, om företagen erbjuder

faktura som betalningsmetod samt hur många procent av företagets aktier som ägs av familjemedlemmar.

Frågan ”*Erbjuder företaget fakturabetalning som betalningsmetod till kunder*” har använts som en sätt att kontrollera urvalet, för att tydliggöra om den minimerande bootstrappingmetoden är relevant för studien. Detta innebär således att respondenten måste erbjuda faktura som betalningsmetod för att inkluderas i urvalet. En följdfråga som lyder ”*Hur vanligt är det att kunder betalar med faktura*” har även lagts till för att få en uppfattning av i hur stor utsträckning som kunderna faktiskt använder faktura som betalningsmetod. Frågan ”*Hur många procent av företagets aktier ägs av familjemedlemmar?*” ställdes för att få fram hur många utav småföretagen som utgörs av familjeföretag. Studiens inledande frågor mättes i form av systematiska och osystematiska frågor. Med osystematiska frågor innebär att respondenter på egen hand fick svara på frågan då det inte förekom förkodade svarsalternativ (Denscombe, 2018). Vidare förklarar Denscombe (2018) att osystematiska påståenden kan resultera i att svarsfrekvensen minskar, då respondenter upplever att dessa är mer krävande att svara på samt att dessa bidrar till mer variation av data. I motsats till de osystematiska frågorna ställdes även systematiska frågor där förkodade svarsalternativ förekom vilket enligt Denscombe (2018) ger större svarsfrekvens.

Genom att tillämpa kontrollvariabler innefattas enbart företag inom rådande ramverk (Saunders et al., 2012; Bryman & Bell, 2018). Enkätundersökningen inleddes med påståenden som klassificerar vilka av respondenterna som ingår i kategorin småföretag, där storlek och betalningsalternativ alltså använts som kontrollvariabel. Med småföretag menas som tidigare nämnt, företag vars anställda inte får överskrida 49 personer, och balansomslutning som skall vara mindre än 10 miljoner euro (Europakommissionen, 2018). Winborg och Landström (2001) förklarar att företagets balansomslutning och anställda bör kontrolleras då detta avgör företagets storlek. Således blir kontrollvariabeln storlek, som är mätt via antal anställda och balansomslutning, relevant i denna studiens enkät. Enkätundersökningens inledande frågor har anställda och balansomslutning från slutet på år 2018, för att fastställa att respondenterna svarar konsekvent gällande företagets balansomslutning och antal anställda vid samma tidsperiod. I många fall är det företaget själv som väljer om de ska presentera en delårsrapport eller inte (Bolagsverket, 2019). För att underlätta för respondenten vad gäller lättillgänglighet av information gällande balansomslutning under en viss period valdes därför slutet på 2018 och inte första kvartalet på 2019 som tidsperiod. Svaren av respondenterna har angivits i svenska

kronor som sedan omvandlats till aktuell växelkurs<sup>1</sup>. På så sätt säkerställs även om respondenten faller inom ramen för studiens urval.

### 4.3.2 Beroende variabler

Som tidigare nämnt syftar denna studie till att undersöka hur småföretags strategiorientering kan påverka användningen av alternativa bootstrappingmetoder som småföretag väljer att tillämpa. Således är studiens beroende variabler de finansiella bootstrappingmetoder som har presenterats ovan (se kap 3). Beroende variabler påverkas vidare av de oberoende variablerna (Saunders et al., 2012; Denscombe, 2018). I denna studie är det som påverkar valet av de finansiella bootstrappingmetoderna, företagets strategiorientering. De finansiella bootstrappingmetoderna som småföretagare tillämpar, valdes utifrån Winborg och Landströms (2001) studie och har vidare legat till grund för mätningen av de beroende variablerna i denna studie. De mätinstrument som Winborg och Landström (2001) använder i sin studie är de vanligast använda i fältet (e.g. Winborg & Landström, 2001; Ebben & Johnson, 2006; Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna et al., 2015; Nilsson & Sacic, 2016; Mauritzson & Mauritzson; 2017). Dessutom har samtliga av dessa studier påvisat *Cronbachs Alpha* på högre än 0,6, vilket indikerar på mätinstrumentets interna konsistens. Vidare har enkätundersökningen berört de ägarrelaterade-, minimerande- och relationsorienterade bootstrappingmetoderna.

*Den ägarfinansierade bootstrappingmetoden* beskrivs av tidigare forskning som ett sätt att möta finansieringsbehovet genom att låna kapital av familj och vänner eller att ägaren investerar privat kapital i verksamheten. Det förekommer även att familj och vänner arbetar för en ersättning lägre än marknadens genomsnitt för det specifika arbetet (Winborg & Landström, 2001; Jones & Jayawarna, 2010, Jayawarna et al., 2015). Tidigare studier har mätt den ägarfinansierade bootstrappingmetoden genom att formulera påståenden som innefattar aktiviteter som kännetecknas av denna finansiella bootstrappingmetod (e.g. Winborg & Landström, 2001; Ebben & Johnson, 2006; Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna et al., 2015; Nilsson & Sacic, 2016; Mauritzson & Mauritzson; 2017). Vidare har enkäten innefattat påståenden, som formulerats i enlighet med tidigare studier för att mäta de aktiviteter som kännetecknar den ägarfinansierade bootstrappingmetoden (se tabell 4.1).

---

<sup>1</sup> I slutet på 2018 har det beräknats att 10 miljoner Euro motsvarar 102 miljoner svenska kronor (DI, 2018).

**Tabell 4.1** Ägarfinansierad bootstrapping

---

<b>Q12</b>	Det händer att företaget håller inne ägarens lön
<b>Q13</b>	Det händer att företaget använder ägarens privata kreditkort för verksamhetens räkning
<b>Q14</b>	Det händer att företaget skaffar kapital till verksamheten genom att ägaren arbetar för andra företag vid sidan om det egna företaget
<b>Q15</b>	Det händer att företaget anställer familj till lägsta tillåtna marknadslön
<b>Q16</b>	Det händer att företaget anställer vänner till lägsta tillåtna marknadslön
<b>Q17</b>	Det händer att företaget lånar kapital av ägarens familj för att finansiera verksamheten
<b>Q18</b>	Det händer att företaget lånar kapital av ägarens vänner för att finansiera verksamheten

---

*Den minimerande bootstrappingmetoden* beskrivs av tidigare forskning som ett sätt att ta till snabba lösningar vid frigörande av kapital till verksamheten. Vid tillämpande av minimerande bootstrappingmetoder, fördröjer företaget avsiktligt utbetalningar till sina leverantörer (Landström, 2003), förkortar betalningsvillkoren (Landström & Löwengren, 2009) och sätter ränta på sena inbetalningar från kunder (Winborg & Landström, 2001). Tidigare studier har mätt den minimerande bootstrappingmetoden genom att formulera påståenden som innefattar aktiviteter som kännetecknas av denna finansiella bootstrappingmetod (e.g. Winborg & Landström, 2001; Ebben & Johnson, 2006; Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna et al., 2015; Nilsson & Sacic, 2016; Mauritzson & Mauritzson, 2017). De påståenden som formulerats i enlighet med tidigare studier för att mäta den minimerande bootstrappingmetoden finns i nedanstående tabell (4.2).

**Tabell 4.2** Minimerande bootstrapping

---

<b>Q22</b>	Det händer att företaget förhandlar längre betalningsvillkor med leverantörer
<b>Q23</b>	Det händer att företaget avsiktligt försenar betalningar till leverantörer
<b>Q24</b>	Det händer att företaget erbjuder förmåner vid förskotts betalning från kunder
<b>Q25</b>	Det händer att företaget använder dröjsmålsränta vid försenade betalningar av kunder

---

*Den relationsorienterade bootstrappingmetoden* beskrivs av tidigare forskning som en metod vars fokus ligger på ett nära samarbete med andra företag genom gemensamma inköp och nyttjande av tillgångar. Denna metod innebär även gemensamt nyttjande av personal, utrustning samt lokaler och syftar således till att minska företagets resurs- och kapitalbehov (Winborg & Landström, 2001; Ebben & Johnson, 2006). Tidigare studier har mätt den relationsorienterade bootstrappingmetoden genom att formulera påståenden som innefattar aktiviteter, vilka kännetecknas av denna finansiella bootstrappingmetod (e.g. Winborg & Landström, 2000; Ebben & Johnson, 2006; Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna et al., 2015;

Nilsson & Sacic, 2016; Mauritzson & Mauritzson; 2017). Följande påståenden har formulerats i enlighet med tidigare studier (se tabell 4.3).

**Tabell 4.3** Relationsorienterad bootstrapping

---

<b>Q19</b>	Det händer att företaget delar lokaler med andra företag
<b>Q20</b>	Det händer att företaget delar anställda med andra företag
<b>Q21</b>	Det händer att företaget delar utrustning till verksamheten med andra företag

---

### 4.3.3 Oberoende variabler

Studiens oberoende variabler blir således strategierna prospektörer och försvarare som presenteras i Miles och Snows (1978) typologi. Syftet med tillämpning av oberoende variabler, är att undersöka vilken inverkan dessa har på de beroende variablerna, finansiella bootstrappingmetoder (Stanko, Bonner & Calatone, 2007; Körner & Wahlgren, 2015). Vidare har påståendena fördelats i två kategorier som riktar sig till respektive strategiorientering, prospektörer och försvarare. Trots att det finns en mättnad i teoretiska fältet för strategiorientering, finns det brist på operationalisering av mätinstrumentet. Således formulerades följande mätinstrument med grund i tidigare studiers definitioner och utifrån nyckelord som beskriver vardera strategi (e.g. Miles & Snow, 1978; Shortell & Zajac, 1990; O'Regan & Ghobadian, 2005; Padilla-Meléndez & Águila-Obra, 2013; Bedford et al., 2016; u.r. Sarwary, 2019).

Ytterligare ett mätinstrument har lagts till i enkäten som omfattar företagets strategiorientering, för att säkerställa svar kring strategiorientering om det ovanstående mätinstrumentet i form av påståenden skulle falla. Det andra mätinstrumentet går ut på att markera Företag A eller Företag B, beroende på vilken utav dessa som kännetecknar respondentens företag bäst, där Företag A kännetecknar prospektörer och Företag B kännetecknar försvarare. Detta mätinstrument har använts som en kontrollgrupp, för att möjliggöra en jämförelse mellan denna studies påståenden och kontrollgruppen med Företag A och B. Anledningen till införandet av ytterligare ett mätinstrument kring företags strategiorientering, är för att se om respondenternas svar är konsekventa vilket ökar legitimiteten i undersökningen. Mätinstrumentet för kontrollgruppen är även konsekvent med tidigare väletablerade studier som undersökt företags strategiorientering (e.g. Miles & Snow, 1978; Shortell & Zajac, 1990; Padilla-Meléndez & Águila-Obra, 2013; Bedford, Jones, Johnson, Pickles, Charman & Gliga, 2016).

*Prospektörer* definieras av tidigare studier som företag vilka strävar efter att expandera snabbt med fokus på innovation. De anses som anpassningsbara då de använder lättsamma processer för att på så vis behålla sitt fokus på expansion. Med grund i tidigare forsknings definitioner av prospektörer, har påståenden formulerats för att fånga de presenterade nyckelorden; expansion, innovation, “först-in” och bred (se figur 3.1) (Miles & Snow, 1978; Shortell & Zajac, 1990; O’Regan & Ghobadian, 2005; Padilla-Meléndez & Águila-Obra, 2013; Bedford et al., 2016; u.r. Sarwary, 2019). Första nyckelordet expansion, har mätts genom följande påstående; *Företaget strävar efter att expandera snabbt*. Vidare har innovation mätts genom påståendet; *Företaget har ett fokus på innovation*. För att fånga upp nyckelordet “Först in” har följande påstående formulerats; *Företaget vill vara först in på marknaden med lansering av nya produkter/tjänster*. Det sista nyckelordet bred, mättes genom påståendet; *Företaget har ett stort sortiment av produkter/tjänster som riktas till en bred målgrupp*.

*Försvarare* definieras av tidigare studier som företag vilka präglas av långsiktighet och strävar efter en stabil position på marknaden. Försvarare påstås vara experter inom sitt verksamhetsområde, då de riktar ett begränsat utbud av produkter/tjänster till en begränsad målgrupp. Med grund i tidigare forsknings definitioner av försvarare, har påståenden formulerats för att fånga de presenterade nyckelorden; positionering, stabil, begränsad och effektiv (se figur 3.1) (Miles & Snow, 1978; Shortell & Zajac, 1990; O’Regan & Ghobadian, 2005; Padilla-Meléndez & Águila-Obra, 2013; Bedford et al., 2016; u.r. Sarwary, 2019). Nyckelorden stabil samt positionering, mättes genom följande påstående; *Företaget strävar efter en stabil position på marknaden med sina produkter/tjänster*. Vidare mättes nyckelordet begränsad, genom påståendet; *Företaget har ett fokuserat sortiment av produkter och tjänster som riktas till en begränsad målgrupp*. Det sista nyckelordet effektiv, har formulerats till; *Företaget ägnar primär uppmärksamhet åt att förbättra effektiviteten i sitt befintliga verksamhetsområde*.

## 5 Analys

---

---

*Detta kapitel behandlar det empiriska resultatet för studien. Inledningsvis presenteras den deskriptiva statistiken för kontrollvariablerna, beroende variablerna samt de oberoende variablerna. Därefter presenteras korrelationsmatris samt en multipel regressionsanalys för de tre modellerna, vilka syftar till att förklara vad resultaten innebär för studiens hypoteser.*

---

### 5.1 Deskriptiv statistik

Genom enkätundersökningen erhöles 89 svar, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 4,5 procent då enkäten skickades ut till 2000 svenska företag. Vidare uteslöts fem utav dessa på grund av att de inte föll inom den givna ramen för småföretag. Företagen som hamnade i bortfallet översteg gränsen för antalet anställda som för närvarande ligger mellan 1-49 personer och/eller översteg gränsen för maximal balansomslutning om 10 miljoner euro vid slutet av 2018 (Europakommissionen, 2018). Av de 84 respondenterna är 76,2 procent män, 22,6 procent kvinnor samt 1,2 procent som inte ville ange sitt kön. Medelåldern för respondenterna är 54 år där medelvärdet för arbetad tid i företaget motsvarar 19 år.

*Deskriptiv statistik för kontrollvariablerna framgick i undersökningens inledande frågor, där storleken mättes i form av antal anställda och balansomslutning. Enkätundersökningen resulterade i ett genomsnitt på sex anställda, där lägst var en medan högst var 44 antal anställda. Vidare framgick det av respondenternas svar, att den genomsnittliga balansomslutningen på slutet av 2018, motsvarade 12 miljoner svenska kronor. Enkätundersökningen visade även att respondenterna har arbetat i företaget i genomsnitt 19 år, samtidigt som den genomsnittliga tiden för hur länge företaget varit verksamt är 26 år. I denna studie definieras familjeföretag som ett företag där ägaren är en familjemedlem vars ägande motsvarar minst 20 procent av bolagets aktier (Isakov & Weisskopf, 2015). Således visar studiens undersökning att 83 procent av företagen är familjeföretag. I dessa företag ägs i genomsnitt 70 procent av företagets aktier av familjemedlemmar. Slutligen erbjuder samtliga företag faktura som betalningsmetod gentemot sina kunder, varav 93 procent angav att kunder ganska eller väldigt ofta väljer faktura som betalningsmetod.*



*Deskriptiv statistik för de beroende variablerna*, finansiella bootstrappingmetoderna, visade på att samtliga respondenter använder någon form av finansiell bootstrappingmetod. Detta innebär således att resultatet inte är i enlighet med Malmströms (2014) studie som visade att cirka 95 procent av existerande småföretag använder finansiella bootstrappingmetoder (se kap 1.1). Denna studie har därmed påvisat att småföretag tillämpar finansiella bootstrappingmetoder i större utsträckning. Vidare framgår det av resultatet att de två aktiviteter som tillämpas i högst grad är; *Det händer att företaget delar lokaler med andra företag* samt *Det händer att företaget delar utrustning till verksamheten med andra företag* (se tabell 5.1). Således är den sistnämnda aktiviteten i kontrast till det resultat som Winborg och Landström (2001) presenterat, där det framgår att aktiviteten *Det händer att företaget delar utrustning till verksamheten med andra företag* är en av de minst tillämpade aktiviteterna. Vidare visar resultatet av denna studie att de två minst tillämpade aktiviteterna är; *Det händer att företaget anställer vänner till en ersättning lägre än marknadens genomsnitt* och *Det händer att företaget lånar kapital av ägarens vänner för att finansiera verksamheten* (se tabell 5.1).

Tabell 5.1 Medelvärde och standardavvikelse för respektive bootstrappingmetod

Bootstrappingmetoder	Medelvärde	Standardavvikelse	Cronbach's Alpha
<b>Ägarrelaterad bootstrapping</b>	<b>2,09</b>	<b>1,250</b>	
Det händer att företaget håller inne ägarens lön	2,50	2,148	
Det händer att företaget använder ägarens personliga kreditkort för verksamhetens räkning	2,51	2,039	
Det händer att företaget skaffar kapital till verksamheten genom att ägaren arbetar för andra företag vid sidan om det egna företaget	1,95	1,783	<b><math>\alpha = 0,838</math></b>
Det händer att företaget anställer familj till en lägsta tillåtna marknadslön	2,19	1,807	
Det händer att företaget anställer vänner till en ersättning lägre än marknadens genomsnitt	1,39	1,030	
Det händer att företaget lånar kapital av ägarens familj för att finansiera verksamheten	2,61	1,951	
Det händer att företaget lånar kapital av ägarens vänner för att finansiera verksamheten	1,46	1,217	
<b>Minimerande bootstrapping</b>	<b>3,07</b>	<b>1,299</b>	
Det händer att företaget förhandlar längre betalningsvillkor med leverantörer	2,06	1,524	
Det händer att företaget avsiktligt försenar betalningar till leverantörer	1,80	1,412	<b><math>\alpha = 0,736</math></b>
Det händer att företaget erbjuder förmåner vid förskotts betalning från kunder	1,87	1,342	
Det händer att företaget använder dröjsmålsränta vid försenade betalningar av kunder	2,80	1,950	
<b>Relationsorienterad bootstrapping</b>	<b>3,24</b>	<b>1,598</b>	
Det händer att företaget delar lokaler med andra företag	3,18	1,870	<b><math>\alpha = 0,878</math></b>
Det händer att företaget delar anställda med andra företag	2,75	1,612	
Det händer att företaget delar utrustning till verksamheten med andra företag	2,87	1,848	

I den tredje spalten i ovanstående tabell framgår reliabilitetsmättet, även kallat *Cronbach's Alpha*. Vad gäller den ägarrelaterade bootstrappingmetoden, påvisas en *Cronbach's Alpha* på 0,838, medan den relationsorienterade bootstrappingmetoden resulterar i 0,878 och slutligen den minimerande bootstrappingmetoden som visar *Cronbach's Alpha* på 0,736. Samtliga metoder överstiger tumregeln på att reliabilitetsmättet ska överstiga 0,6 och visar således på hög intern konsistens (Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna et al., 2015; Pallant, 2013). Därmed

kommer samtliga finansiella bootstrappingmetoder som sammanställts i de tre grupperna ägarfinansierad-, relationsorienterad- och minimerande bootstrapping, att inkluderas i vidare analys. Ytterligare finansiella bootstrappingmetoder som framkom i enkätundersökningen presenteras i nedanstående tabell (se tabell 5.2).

**Tabell 5.2** Alternativa finansiella bootstrappingmetoder

<b>Alternativa finansiella bootstrappingmetoder</b>
Företaget använder sig av underkonsulter i alla uppdrag
Företaget äger en BRF lokal för att hålla nere avgifter
Företaget använder checkkredit
Företaget får koncernbidrag
Företaget lånar rörelsekapital via internet till hög ränta

*Deskriptiv statistik för de oberoende variablerna*, småföretags strategiorientering, visade på att samtliga respondenter tillämpar någon form av strategiorientering. Vid det första mätinstrumentet som behandlade strategiorientering i form av påståenden, framkom det att 38 procent av företagen kännetecknar sig som prospektörer varav 62 procent kännetecknar sig som försvarare. Vid det andra mätinstrumentet, där val av företag skulle markeras med ett kryss, valde 35 procent av respondenterna att de kännetecknas av Företag A (prospektörer) medan resterande 65 procent av Företag B (försvarare). Resultatet är i enlighet med tidigare studier som påvisat att den vanligast förekommande strategiorienteringen bland småföretag är försvarares strategityp (Conant, Mokwa & Varadarajan, 1990; James & Hatten, 1995). Detta kan förklaras genom att majoriteten av denna studies respondenter motsvarade familjeföretag, vilket är i enlighet med Daily och Dollinger (1991) som påstår att familjeföretag har en positiv relation till försvarares strategiorientering.

I nedanstående tabell framgår medelvärde och standardavvikelse för respektive strategiorientering. Vidare visar resultatet i enkätundersökningen att den strategi som tillämpas i högst grad av småföretag är *Företaget strävar efter en stabil position på marknaden med sina produkter/tjänster* (4,54) tätt följt av *Företaget har ett fokuserat sortiment av produkter/tjänster som riktas till en begränsad målgrupp* (4,44) (se tabell 5.3). De båda strategierna ingår i kategorin försvarare, som visade högst medelvärde som helhet, vilket styrks av ovanstående resultat, där försvarare utgör en majoritet av undersökningens respondenter. Enkätundersökningen resulterade vidare i att småföretagare å andra sidan minst tillämpar strategierna *Företaget strävar efter att expandera snabbt på marknaden* (2,79) följt av

Företaget vill vara "Först-in" på marknaden med lansering av nya produkter/tjänster (2,81). Vidare inkluderas dessa strategier i kategorin prospektörer, som påvisade lägst medelvärde som helhet, där prospektörer utgör en minoritet. Även här överstiger reliabilitetsmättet, *Cronbach's Alpha*, tumregeln på 0,6. Prospektörer påvisade ett *Cronbach's Alpha* på 0,899 medan försvarare visade 0,911 (se tabell 5.3), vilket tyder på en hög intern konsistens (Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna et al., 2015; Pallant, 2013).

Tabell 5.3 Medelvärde & Standardavvikelse för respektive strategiorientering

Strategiorientering	Medelvärde	Standardavvikelse	Cronbach's Alpha
<b>Prospektörer</b>	<b>2,91</b>	<b>1,543</b>	
Företaget strävar efter att expandera snabbt på marknaden	2,79	1,857	<b>α= 0,899</b>
Företaget har ett fokus på innovation i produkter/tjänster	3,13	1,925	
Företaget vill vara "först in" på marknaden med lansering av nya produkter/tjänster	2,81	1,936	
Företaget har ett stort sortiment av produkter/tjänster som riktas till en bred målgrupp	3,12	2,148	
<b>Försvarare</b>	<b>3,79</b>	<b>1,738</b>	
Företaget strävar efter en stabil position på marknaden med sina produkter/tjänster	4,54	2,203	<b>α= 0,911</b>
Företaget har ett fokuserat sortiment av produkter/tjänster som riktas till en begränsad målgrupp	4,44	2,108	
Företaget ägnar primär uppmärksamhet åt att förbättra effektiviteten i sitt befintliga verksamhetsområde	4,25	2,173	

## 5.2 Korrelation

Författarna Körner och Wahlgren (2015) påstår att vid statistiska undersökningar anses stickprovsstorlek vara stort då det överstiger 30 stycken respondenter. Vid stora stickprov anses materialet vara normalfördelat, trots eventuella avvikelser. Ju större stickprovsstorlek, desto större avvikelse från normalfördelningen tillåts (Pallant, 2013). Materialet för denna studie testades och visade sig inte vara normalfördelat. De 84 respondenterna motsvarar ett stort stickprov och det insamlade materialet kan därför hanteras som om det vore normalfördelat (Körner & Wahlgren, 2015). Vidare kommer variablerna att beräknas med hjälp av *Pearson's Correlation*.

Korrelation anger styrkan av ett samband mellan variabler och anges oftast i form av en korrelationskoefficient, där riktningen utläses genom negativ eller positiv korrelation. Korrelationskoefficienten kan anta värden mellan 1 och -1, vilket innebär perfekt positivt respektive perfekt negativt samband. En positiv korrelation innebär att höga värden på den ena variabeln även motsvarar höga värden på den andra variabeln, medan låga på den ena variabeln motsvarar låga värden på den andra variabeln. När det å andra sidan föreligger en negativ korrelation, innebär det att vid ökning i den ena variabeln sker en minskning i lika stor utsträckning i den andra variabeln. Sker det däremot en minskning i den ena variabeln, kommer det att ske en ökning i lika stor utsträckning i den andra variabeln (Körner & Wahlgren, 2015;

Bryman & Bell, 2018). Korrelationen förklarar dock inte hur variablerna påverkar varandra, utan enbart i vilken utsträckning sambandet föreligger (Pallant, 2013; Bryman & Bell, 2018; Körner & Wahlgren, 2015).

I nedanstående tabell framgår korrelationen mellan studiens variabler som innefattades vid Pearson's korrelationstest. Positiv korrelation påvisades mellan *Försvare* och *Relationsorienterad bootstrapping*, med en korrelationskoefficient på 0,423. Vidare framkom positiva samband mellan *Verksamma* och *Tid i företaget* (0,401), *Ägarrelaterad bootstrapping* och *Prospektörer* (0,340), *Storlek* och *Verksamma* (0,276) samt *Familjeägda aktier* och *Verksamma* (0,226). Det som även framgår av korrelationsmatrisen nedan är den negativa korrelationskoefficienten på -0,352, vilken föreligger mellan de två variablerna *Prospektörer* och *Försvare*. Vidare framkom negativa samband även mellan *Ägarrelaterad bootstrapping* och *Försvare* (-0,291) samt *Ägarrelaterad bootstrapping* och *Verksamma* (-0,218). I tabellen nedan undersöks även om multikollinearitet förekommer, det vill säga när variablerna i regressionsmodellen är korrelerade i väldigt hög utsträckning. Detta anses i sin tur vara ett problem, då det inte går att hålla isär effekterna av de variabler som undersöks (Pallant, 2013). Högsta värdet i nedanstående tabell motsvarar 0,423 (se tabell 5,4) vilket inte överstiger tumregeln om 0,9 för multikollinearitet (Pallant, 2013).

**Tabell 5.4** Pearson's Correlation

	1	2	3	4	5	6	7	8
1 Tid i företaget								
2 Verksamma	,401**							
3 Storlek	-0,137	,276*						
4 Försvare	0,053	-0,028	0,1					
5 Prospektörer	-0,039	0,182	0,004	-,352**				
6 Minimerande bootstrapping	0,086	-0,071	-0,121	-0,018	0,196			
7 Relationsorienterad bootstrapping	-0,063	0,011	-0,066	,423**	-0,017	0,008		
8 Ägarrelaterad bootstrapping	-0,004	-,218*	-0,165	-,291**	,340**	0,071	-0,074	
9 Familjeägda aktier	0,111	,226*	-0,038	-0,047	-0,094	-0,213	-0,151	-0,123

n=84

\*\*p<0,01

\* p<0,05

### 5.3 Resultat av regressionsanalys

För att testa studiens hypoteser, hur strategiorientering påverkar valet av finansiella bootstrappingmetoder, genomfördes multipla regressioner. Med hjälp av en regressionsanalys går det att undersöka om ett statistiskt säkerställt samband finns mellan två eller fler variabler, i detta fall mellan strategiorientering och finansiella bootstrappingmetoder (Körner & Wahlgren, 2015). Analysen i denna studie kommer att vara av multivariat typ, då den används

för att beskriva samvariation mellan variabler genom mätning av dess bakomliggande faktorer (Pallant, 2013). Nedanstående tabell visar de resultat som framkommit av den multipla regressionen där varje modell syftar till att besvara studiens hypoteser. Modell ett och två utgår från signifikansnivån fem procent då det är den högst rekommenderade risken att utgå från vid hypotesprövning. Modell tre utgår däremot från signifikansnivå på 10 procent och innebär således en högre risk. Slutsatserna vad gäller modell tre bör därför tolkas med viss aktsamhet (Körner & Wahlgren, 2015).

**Tabell 5.5** Multipla Regressioner

Variabler	Ägarrelaterad bootstrapping		Minimerande bootstrapping		Relationsorienterad bootstrapping	
	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	$\beta$	Std.Error	$\beta$	Std.Error	$\beta$	Std.Error
<b>Kontrollvariabler</b>						
Storlek	-0,036	0,101	-0,090	0,114	-0,223	0,129
Aktier i familj	-0,002	0,003	-0,006†	0,003	-0,005	0,004
Tid i företaget	0,020	0,014	0,020	0,016	-0,023	0,018
Verksamma	0,022*	0,009	-0,006	0,010	0,014	0,011
Försvare	-0,141	0,077	0,017	0,088	0,431***	0,099
Prospektörer	0,274**	0,089	0,195†	0,100	0,119	0,114
<b>Total Regression</b>						
Adjusted R <sup>2</sup>	0,198		0,057		0,179	
F-värde	5,449		2,921		8,176	
SER	1,121		1,270		1,438	
Högsta VIF	1,532		1,532		1,532	
Sig.	0,001**		0,090†		0,002**	
<b>n=84</b>						
<b>*** p&lt;0,001; ** p&lt;0,01; * p&lt;0,05; †p&lt;0,1</b>						

*Modell 1* visar att prospektörer har en positiv påverkan på användningen utav ägarrelaterad bootstrapping. Således innebär det att Hypotes 1 accepteras ( $\beta=0,274$   $p<0,05$ ). Utifrån tabellen ovan går det att utläsa att *Adjusted R Square*<sup>2</sup> för modell 1 är 19,8 procent. Detta innebär att 19,8 procent av variationen i den ägarrelaterade bootstrappingmetoden, förklaras av att företaget kännetecknas av att vara en prospektör. De resterande procenten är enligt Djurfeldt och Barmark (2009) andra påverkande element som inte omfattas av denna studie. Även F-värdet<sup>3</sup> styrker acceptansen av Hypotes 1 med ett värde på 5,449.

*Modell 2* visar att prospektörer har en positiv påverkan på användningen utav minimerande bootstrapping. Således innebär det att Hypotes 2 accepteras med signifikansnivå på 10 procent ( $\beta=0,195$   $p<0,1$ ). *Adjusted R Square* är 5,7 procent vilket är betydligt lägre än de resterande

<sup>2</sup> Ett högre värde på Adjusted R Square indikerar på bättre förklaringskraft (Djurfeldt & Barmark, 2009).

<sup>3</sup> F-värde större än 4,9 tyder på signifikant regression (Djurfeldt & Barmark, 2009).

modellerna. F-värdet är vidare 2,921, vilket tyder på att regressionen inte är signifikant enligt (Djurfeldt & Barmark, 2009). Med grund i detta bör resultatet gällande Hypotes 2 tolkas med viss aktsamhet.

*Modell 3* visar att försvarare har en positiv påverkan på användningen utav relationsorienterad bootstrapping. Således innebär det att Hypotes 3 accepteras ( $\beta = 0,431$   $p < 0,05$ ). 17,9 procent av variationen i den relationsorienterade bootstrappingmetoden, förklaras genom att företaget kännetecknas av försvarares strategiorientering. Vidare styrker F-värdet på 8,176 att modellen är signifikant (Djurfeldt & Barmark, 2009)

## 6 Diskussion och slutsats

---

---

*I det sjätte och sista kapitlet behandlas den slutgiltiga diskussionen som jämför teori och det empiriska resultatet av denna studie. Vidare kommer regressionsanalysen och resultat att diskuteras. Därefter kommer företags strategiorientering och dess påverkan på val av finansiell bootstrapping samt vilken påverkan kontrollvariablerna haft på resultatet att framföras. Slutligen presenteras studiens slutsatser, bidrag, begränsningar samt självkritik och tips inför framtida forskning.*

---

### 6.1 Diskussion

Småföretagares utgör en betydande roll i samhället, då de skapar arbetstillfällena och bidrar till välfärd (Winborg & Landström, 2001; Ebben & Johnson, 2006; Ahlstrom, 2010; Soledad et al; Wynarczyk, et al 2016). Trots detta möts de av barriärer vid finansiering av sin verksamhet, då externa finansiärer såsom banker avslår utlåning av kapital på grund av olika anledningar (e.g. brist på säkerhet). Detta leder i sin tur till att ett finansiellt gap uppmärksammas (Stansworth & Gray, 1992; Landström, 2003, Vestling, 2016; Ghisetti & Mancinelli, 2017). För att ta sig ur det finansiella gapet, tvingas småföretagare finna alternativa finansieringsmetoder som benämns finansiella bootstrappingmetoder (Winborg & Landström, 2001). Dessa metoder har i sin tur kommit att bli avgörande för småföretags överlevnad.

Med tanke på att finansiella bootstrappingmetoder är ett ungt forskningsområde, saknas vidare forskning kring vad som påverkar valet av dessa finansieringsmetoder (e.g. Winborg & Landström, 2001; Miao et al, 2015; Riloff & Jones, 2018). Med grund i tidigare studier har det föreslagits att det finns ett mönster mellan de två komponenterna strategi/er och finansiella bootstrappingmetod/er (Jordan et al., 1998). Trots detta finns det bristande forskning om hur strategi påverkar valet av finansiella bootsrappingmetoder. Strategiorienteringarna som denna studie utgått från, är de som Miles och Snow (1978) presenterat i sin typologi. Denna studie utgår från en kvantitativ forskningsmetod med syftet att undersöka hur strategiorientering påverkar valet av finansiella bootstrappingmetoder. Således svarar studien på uppmaning av Jordan et al., (1998), som hävdar att valet av finansiella bootstrappingmetoder är ett svar på hur företag finansiellt stöder verksamheten. En enkätundersökning har genomförts och resulterat i 84 småföretags deltagande.

### 6.1.1 Diskussion och slutsats kring val av finansiell bootstrapping

Till skillnad från Malmströms (2014) studie, framgår det i denna studie att samtliga småföretagare använder någon form av finansiell bootstrappingmetod. Vidare påvisade denna studie att tillämpningen av finansiella bootstrappingmetoder bland småföretag har ökat i jämförelse med tidigare studier (e.g. Winborg & Landström, 2000; Ebben & Johnson, 2006; Jones & Jayawarna, 2010; Jayawarna et al., 2015; Nilsson & Sacic, 2016; Mauritzson & Mauritzson, 2017). Detta kan bero på de förstärkta åtgärderna som banker fått ta till efter den finansiella krisen år 2009 bland småföretag, då den slutliga revideringen fastställdes år 2017 (e.g. basel IV).

Vidare framgår det att de två mest tillämpade aktiviteterna är; *Det händer att företaget delar lokaler med andra företag* samt *Det händer att företaget delar utrustning till verksamheten med andra företag*. Således är den sistnämnda aktiviteten motsatsen till det resultat som Winborg och Landström (2000) presenterat, där det framgår att aktiviteten *Det händer att företaget delar utrustning till verksamheten med andra företag* är en av de minst tillämpade aktiviteterna. Anledningen till detta kan vara det faktum att småföretagarna i denna studie har varit verksamma i genomsnitt 26 år. Detta i sin tur tyder på att småföretagarna etablerat relationer med andra företag som således leder till att de tillämpar aktiviteter som ingår i den relationsorienterade bootstrappingmetoden.

De minst tillämpade finansiella aktiviteterna i studiens resultat är; *Det händer att företaget anställer vänner till en ersättning lägre än marknadens genomsnitt* samt *Det händer att företaget lånar kapital av ägarens vänner för att finansiera verksamheten*, vilka faller inom kategorin ägarfinansierad bootstrapping (Winborg & Landström, 2001). Detta är inte i enlighet med tidigare forskning (e.g. Jones & Jayawarna, 2010; Ebben & Johnson, 2006; Landström, 2003). Då resultatet i denna studie medförde att cirka 83 procent av småföretagen är familjeföretag, kan anledningen till att just dessa två metoder tillämpas minst bero på att familjeföretag inte vill beblanda vänner i familjeverksamheter. Den ägarfinansierade bootstrappingmetoden, tillämpas enligt Jones och Jayawarna (2010) mestadels av nystartade företag. De företag som ligger till grund för denna studies empiriska data, har i genomsnitt varit verksamma i 26 år och kan vidare förklara anledningen till att aktiviteterna inom den ägarfinansierade bootstrappingmetoden tillämpats minst.



### 6.1.2 Diskussion och slutsats kring val av strategiorientering

Till skillnad från Rugman och Verbeke (1988), framgår det av studiens resultat att de mest tillämpade strategierna är; *Företaget strävar efter en stabil position på marknaden med sina produkter/tjänster (4,54)* tätt följt av *Företaget har ett fokuserat sortiment av produkter/tjänster som riktas till en begränsad målgrupp (4,44)*. De båda strategierna ingår i kategorin försvarare, vilket stämmer överens med undersökningen som påvisat att försvarare är den strategiorientering som förekommer mest bland småföretagare. Vidare resulterade enkätundersökningen i att småföretagare å andra sidan minst tillämpar strategierna *Företaget strävar efter att expandera snabbt på marknaden (2,79)* följt av *Företaget vill vara "Först-in" på marknaden med lansering av nya produkter/tjänster (2,81)*. De båda strategierna ingår i kategorin prospektörer.

Studien resulterade i cirka 35 procent prospektörer och resterande 65 procent försvarare. Anledningen till att resultatet i denna studie skiljer sig från tidigare forskning (Rugman & Verbeke, 1988) kan bero på de förutsättningar som finns på marknaden vid en viss tidpunkt (Miles & Snow, 1978). Enligt Miles och Snow (1978) är det ganska vanligt att ett företag ändrar strategiorientering beroende på hur marknaden utvecklas. Även Chaganty (1978) förklarar att miljö kan vara en påverkande faktor till vilken strategiorientering företaget tillämpar och förklarar således varför resultatet i denna studie skiljer sig från tidigare forskning som grundats i andra miljöer. Rugman och Verbekes (1988) studie grundas på företag i mer volatila marknader medan denna studien påvisat en majoritet av familjeföretag, vilka inte anses vara för volatilitet. Å andra sidan kan resultatet i denna studie bero på att prospektörer enligt Smith, Guthrie & Chen (1986) oftast kännetecknas av att vara större företag medan försvarare för det mesta kännetecknas av att vara småföretag.

### 6.1.3 Strategiorienterings påverkan på val av finansiell bootstrapping

Utifrån regressionsanalysen går det att påvisa att prospektörer är positivt relaterade till användningen av den ägarrelaterade bootstrappingmetoden. Detta innebär att Hypotes 1 accepteras. Prospektörers egenskaper för snabb expansion, behov av flexibilitet och innovation gör att de väljer den ägarrelaterade bootstrappingmetoden. Den ägarrelaterade bootstrappingmetoden karaktäriseras av att möjliggöra snabb och flexibel likviditet, då familj är redo att snabbt låna ut kapital och arbeta för en ersättning lägre än marknadslönen (Winborg & Landström, 2001; Winborg, 2003; Jayawarna et al., 2015; Schoonjans et. al., 2013).

Den andra hypotesen visar sig i regressionsanalysen vara signifikant på 10 procent, vilket innebär att Hypotes 2 accepteras. Anledningen att hypotesen stöds kan bero på att den minimerande bootstrappingmetoden visade sig vara snabb eller flexibel, vilket prospektörer kännetecknas av (Miles & Snow, 1978). Prospektörer är således positivt relaterade till användningen av den minimerande bootstrappingmetoden.

Regressionsanalysen visar vidare att försvarare är positivt relaterade till användningen av den relationsorienterade bootstrappingmetoden. Hypotes 3 accepteras således också. Försvarares egenskaper för långsiktighet och strävan efter en stabil position på marknaden med produkter/tjänster, leder till att de tillämpar den relationsorienterade bootstrappingmetoden. Den relationsorienterade bootstrappingmetoden möjliggör gemensamt nyttjande av personal, lokaler och utrustning till följd av de långsiktiga professionella relationer företagen tidigare har byggt upp. Detta leder i sin tur till frigörandet av kapital som kan användas till andra investeringar i verksamheten (Winborg & Landström, 2001; Winborg, 2003; Jones & Jayawarna, 2010; Schoonjans et. al., 2013). Med tanke på att försvarare utgörs av en majoritet på 65 procent, där företagen i genomsnitt varit verksamma i 26 år, styrks resultatet ytterligare eftersom att företagen har haft gott om tid att bygga upp relationer med andra aktörer på marknaden.

## 6.2 Bidrag

Denna studie bidrar med empiriskt resultat till fältet inom finansiella bootstrappingmetoder, där denna studie migrerar Miles och Snows typologi till området som har efterfrågats av tidigare forskare (e.g. Jordan et al., 1998). I samband med det finansiella gapet har det blivit allt viktigare att belysa de alternativa finansieringsmöjligheter som finns för småföretagare. Denna studie visar att strategiorientering är en avgörande komponent, för att förklara hur företag väljer finansiella bootstrappingmetoder. Således blir det aktuellt och av stor betydelse att belysa ämnet finansiell bootstrapping för att vidare skapa större förståelse för fenomenet.

*Det teoretiska bidraget* för denna studie är att strategiorientering har påvisats vara en avgörande komponent som förklarar valet av finansiella bootstrappingmetoder. På så vis har det för ämnet, finansiella bootstrappingmetoder, skapats större förståelse för bakomliggande orsaker till valet av de olika bootstrappingmetoderna och vidare bidragit till ökade kunskaper kring området till

småföretags överlevnad. Till skillnad från tidigare studier, utgick denna studie ifrån Miles och Snows (1978) typologi, som låg till grund för hypoteserna vilka visades vara signifikanta. I svensk kontext finns idag inte mycket forskning kring Miles och Snows typologi (1978). Detta i sig är ett bidrag, då tidigare forskning inte har tillämpat Miles och Snows (1978) typologi i relation till finansiella bootstrappingmetoder. Således har de två fälten strategiorientering och finansiella bootstrappingmetoder knutits ihop. Slutligen har den bakomliggande faktorn, småföretags strategiorientering, identifierats som en påverkan på val av finansiella bootstrappingmetoder.

*Det empiriska bidraget* för denna studie är de resultat som visat på hur småföretags strategiorientering i Sverige har påverkat valet av finansiella bootstrappingmetoder. Resultatet som framkommit genom den kvantitativa forskningsansatsen, påvisar ett samband mellan småföretags strategiorientering och dess val av bootstrappingmetoder. Majoriteten av svenska småföretag kännetecknas som försvarare och tillämpar mest den relationsorienterade bootstrappingmetoden. Vidare har det framkommit att samtliga småföretag använder någon form av finansiella bootstrappingmetoder, vilket visar att användningen har ökat med åren i kontrast till tidigare studier. Detta kan slutligen förklaras utav de förstärkta reglerna av basel.

*Det metodologiska bidraget* för denna studie är främst att denna studie skapat ett nytt sätt att operationalisera på. Tidigare forskning som har mätt företags strategiorientering, har utgått från enkla slutna svarsalternativ, där respondenten fått besvara genom att markera det alternativ som företagets strategi kännetecknar. Conant et al., (1990) diskuterar att detta inte skapar variation i svaren samt att detta kan bidra med motvillighet för respondenterna att kategorisera företaget. Denna studie utformade således påståenden som gav respondenten möjligheten att besvara utifrån en sjugradig likertskala. Mätningen i form av påståenden påvisade hög intern reliabilitet, vilken innebär att även framtida forskning kan använda detta mätinstrument vid mätning av strategiorientering.

*Det samhällliga bidraget* är slutligen att denna studie tagit till sig tidigare studiers vägledning gällande framtida forskning och småföretag. Tidigare studier menar på att alldeles för lite uppmärksamhet riktas till småföretag (Winborg & Landström, 2001; Miao et al, 2015; Riloff & Jones, 2018), vilket denna studie valt att belysa. Finansiell bootstrapping som småföretagare tillämpar, är ett relativt ungt forskningsområde, vilket tyder på att tidigare forskning saknas vad gäller de bakomliggande faktorerna till val av finansiella bootstrappingmetoder.

Småföretag som skapar arbetstillfällen i samhället behöver bättre policy om hur de kan överkomma finansiella barriärer som de ställs inför. Slutligen har en större förståelse skapats för bakomliggande orsaker gällande användningen av finansiella bootstrappingmetoder, vilket medför att dessa kan tillämpas i högre utsträckning. På så vis har rådande studie uppmärksammat småföretagare med alternativa finansieringssätt som inte involverar externa finansiärer.

### **6.3 Självkritik och framtida forskning**

Som tidigare nämnt motsvarar småföretag 96 procent av alla företag i Sverige där denna studie representerar en liten andel utav dessa. De 84 respondenter som denna undersökning innefattade är i likhet med tidigare studier inom rådande forskningsområde. För att kunna öka generaliserbarheten av studiens resultat, hade svarsfrekvensen kunnat vara större.

Denna studie är ett första steg i att knyta ihop strategi och val av finansiella bootstrappingmetoder. Däremot hade en kvalitativ studie kunnat fånga upp motiven bakom valet. En kvalitativ studie hade även kunnat fånga upp vilka barriärer eller möjligheter som småföretag upplever ställas inför, vid val utav de olika finansiella bootstrappingmetoderna. Vidare förekommer risken att respondenterna inte har svarat på enkäten trovärdigt. Dock genomfördes en pilotstudie för att säkerställa tydlighet i enkäten och på så sätt öka graden av ärliga svar från respondenterna. Dessutom har denna studie utgått från en signifikansnivå på 10 procent vid regression av Modell 2, trots att fem procent är fördelaktigt (Körner & Wahlgren, 2015). Trots detta har även tidigare studier inom samma forskningsfält utgått från 10 procent.

Framtida forskning bör sträva efter en ökad svarsfrekvens och även tillämpa en kvalitativ forskningsansats innan den kvantitativa. Genom att tillämpa en kvalitativ forskningsansats innan en kvantitativ, kan ett mer önskvärt resultat uppnås med mer djupgående information kring påverkan på företags val av finansieringskällor. Detta utgör därmed grunden till den kvantitativa undersökningen (Bryman & Bell, 2018; Denscombe, 2018). Vidare kan större förståelse skapas för både de kontroll, beroende och oberoende variablerna och dess orsakssamband. För mer signifikant resultat, kan material testas med flera olika kontrollvariabler för att undersöka hur de påverkar sambanden variablerna emellan. Slutligen uppmanas framtida forskning att inkludera Miles och Snows (1978) samtliga strategier på stora

företag. Således möjliggörs att även Winborg och Landströms (2001) samtliga finansiella bootstrappingmetoder kan inkluderas, som i denna studie uteslöts på grund av att de inte var tillämpbara på småföretag.

## 7 Litteraturförteckning

Ahlstrom, D. (2010) 'Innovation and growth: how business contributes to society', *The Academy of Management Perspectives*, Vol. 24, No. 3, pp.11–24.

Andersson, A. (den 29 Juni 2018). *Företagslån*. Hämtat från [www.xn--fretagsln-d3a3p.se](http://www.xn--fretagsln-d3a3p.se):  
<https://www.xn--fretagsln-d3a3p.se/smaforetagare-har-klara-finansieringssvarigheter/> Mars 2019

Andrews, R., Boyne, G. A., Law, J., & Walker, R. M. (2009;2007;). Centralization, organizational strategy, and public service performance. *Journal of Public Administration Research and Theory: J-PART*, 19(1), 57-80. doi:10.1093/jopart/mum039

Arbetsförmedlingen. (den 14 Januari 2019). *Arbetsförmedlingen*. Hämtat från [www.arbetsformedlingen.se](http://www.arbetsformedlingen.se):<https://arbetsformedlingen.se/omoss/press/pressmeddelanden?id=F60E6A26D2D3E3ED> Maj 2019

Assarsson, M. (den 21 September 2018). *Småföretagarna*. Hämtat från [www.småföretagarna.se](http://www.småföretagarna.se):<https://ff.se/smaforetagarna-som-bidrar-till-samhallet-varje-dag/> Mars 2019

Beck, T., & Demircuc-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking and Finance*, 30(11), 2931-2943. doi:10.1016/j.jbankfin.2006.05.009

Bedford, R., Jones, E. J., Johnson, M. H., Pickles, A., Charman, T., & Gliga, T. (2016). Sex differences in the association between infant markers and later autistic traits. *Molecular autism*, 7(1), 21.

Bolagsverket. (den 21 Januari 2019). *Bolagsverket*. Hämtat från [www.bolagsverket.se](http://www.bolagsverket.se):  
<https://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/arsredovisning/delar/rapporter-1.3353> Maj 2019

Brettel, M. (2003). Business angels in Germany: a research note.

Brush, C. G., Carter, N. M., Gatewood, E. J., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2006). The Use of Bootstrapping by Women Entrepreneurs in Positioning for Growth. *Venture Capital*, 8(1), 15-31.

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (Upplaga 3). Stockholm: Liber.

Bryman, A., & Bell, E. (2018). *Business Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.

Chaganti, R., (1987), "Small business strategies in different industry growth environments", *Journal of Small Business Management*, Vol. 25, No 3, pp. 61-68.

Conant, J. S., Mokwa, M. P. and Varadarajan, R., 1990, "Strategic types, distinctive marketing competencies and organizational performance: a multiple measures-based study", *Strategic Management Journal*, Vol. 11 No. 5, pp. 365-383.

Daily, C. M., & Dollinger, M. J. (1991). Family firms are different. *Review of Business*, 13(1-2), 3-6.

Denscombe, M. (2016). *Forskningshandboken- för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur.

DI. (2018). *Valutor*. Hämtad 30 april, 2019, från <http://www.di.se/indikatorer/valutor/>

Djurfeldt, G., & Barmark, M. (2009). *Statistisk verktygslåda 2 : multivariat analys*. Lund: Studentlitteratur.

Du, J., Guariglia, A., & Newman, A. (2015). Do social capital building strategies influence the financing behavior of chinese private small and Medium-Sized enterprises?

*Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 601-631. doi:10.1111/etap.12051

Ebben & Johnson, 2006, *Bootstrapping in small firms: An empirical analysis of change over time*

Eisenhardt, Kathleen M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *The Academy of Management Review*. Vol. 14, No. 1, pp. 57-74.

Ekonomifakta. (den 2 Oktober 2013). *Ekonomifakta*. Hämtat från [www.ekonomifakta.se](http://www.ekonomifakta.se):  
<https://www.ekonomifakta.se/Artiklar/2013/Oktober/250-000-jobb-kravs-for-lagst-arbetsloshet/> Mars 2019

Ekström, M. (2002) Generalisering, vetenskapliga slutledningar och modeller för förklarande samhällsvetenskap. I B. Danermark, M. Ekström, L. Jakobsen & J. C. Karlsson (red.), *Att förklara samhället* (s. 159-216). Lund: Studentlitteratur

Europeiska kommissionen. (den 16 Januari 2018). Europeiska kommissionen. Hämtat från Europeiska kommissionen: [http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendlyenvironment/sme-definition\\_sv/](http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendlyenvironment/sme-definition_sv/) Mars 2019

Företagarna. (den 6 Mars 2019). *Företagarna*. Hämtat från [www.foretagarna.se](http://www.foretagarna.se):  
<https://www.foretagarna.se/nyheter/gavleborg/2019/mars/de-ar-jobbskaparna-valfardsbyggarna-och-samhallsbararna/> Mars 2019

G, C., & S, H. (2003). Capital structure and financing of SMEs: Australian evidence. *Accounting and Finance*, 43(2), 123-147. doi:10.1111/1467-629X.t01-1-00085

Ghisetti, C., Mancinelli, S., Mazzanti, M., & Zoli, M. (2017). Financial barriers and environmental innovations: evidence from EU manufacturing firms. *Climate Policy*, 17(sup1), S131-S147

Gupta, A. K. and Govindarajan, V., 1984, "Business unit strategy, managerial characteristics, and business unit effectiveness at strategy implementation", *Academy of Management Journal*, Vol. 27 No. 1, pp. 25-41.

Isakov, D., & Weisskopf, J. P. 2015, Pay-out policies in family firms, *J. Corp. Finance*



James, W. and Hatten, K. J., 1995, "Further evidence on the validity of the self typing paragraph approach: Miles and Snow strategic archetypes in banking", *Strategic Management Journal*, Vol. 16 No. 2, pp. 161-168.

Jayawarna, D., Jones, O., & Marlow, S. (2015). The influence of gender upon social networks and bootstrapping. *Scandinavian Journal of Management*, 31 (3), 316-329.

Jones, O., & Jayawarna, D. (2010). Resourcing new businesses: social networks, bootstrapping and firm performance. *Venture Capital*, 12 (2), 127-152.

Jordan, J., Lowe, J., & Taylor, P. (1998). Strategy and financial policy in UK small firms. *Journal of Business Finance & Accounting*, 25(1-2), 1-27.

Körner, S., & Wahlgren, L. (2015). *Statistiska metoder*. Lund: Studentlitteratur

Landström, H. (2003). *Småföretaget och kapitalet*. Stockholm: SNS förlag.

Landström, H., & Löwegren, M. (2009). *Entreprenörskap och företagsetablering: Från idé till verklighet* (1. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.

Lin, C., Tsai, H., & Wu, J. (2014). Collaboration strategy decision-making using the miles and snow typology. *Journal of Business Research*, 67(9), 1979-1990.  
doi:10.1016/j.jbusres.2013.10.013

Lind, R. (2014). *Vidga vetandet - En introduktion till samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur

MacMillan, I. C., Kulow, D. M., & Khoylean, R. (1989). Venture capitalists' involvement in their investments: Extent and performance. *Journal of business venturing*, 4(1), 27-47.

Malmström, M. (2014). Typologies of bootstrap financing behavior in small ventures.

Mauritzson, A & Mauritzson, O. 2017. Finansiell bootstrapping i småföretag: En kvantitativ studie om hur infödda företagare och invandrarföretagares sociala samt professionella nätverk

påverkat valet av finansiell bootstrapping. Kandidatuppsats, Högskolan Kristianstad.  
Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:939174/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2019-03-01]

McDaniel, S. W., & Kolari, J. W. (1987). Marketing strategy implications of the Miles and Snow strategic typology. *Journal of Marketing*, 51(4), 19-30.

Miao, C., Rutherford, M. W., & Pollack, J. M. (2015). A REVIEW AND META-ANALYSIS OF THE NOMOLOGICAL NETWORK OF BOOTSTRAPPING IN SMALL FIRMS (SUMMARY). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 35(6), 5.

Miles, R. and Snow, C., 1978, *Organization Strategy, Structure and Process*, McGraw-Hill, New York.

Molin, J. (den 1 September 2010). *Riksbank*. Hämtat från [www.riksbank.se](http://www.riksbank.se):  
[https://www.riksbank.se/globalassets/media/avdelningar/svenska/afs/finansskrisen-2007-2009/molin\\_pv2010\\_1.pdf](https://www.riksbank.se/globalassets/media/avdelningar/svenska/afs/finansskrisen-2007-2009/molin_pv2010_1.pdf) Mars 2019

Nilsson, I & Sacic, Z. 2016. Finansiell bootstrapping i SME: En kvantitativ studie om hur ett starkt socialt och affärsmässigt nätverk påverkar valet av bootstrappingmetoder. Kandidatuppsats, Högskolan Kristianstad. Tillgänglig: <http://hkr.diva-portal.org/smash/get/diva2:939174/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2019-03-01]

O'Regan, N. and Ghobadian, A., 2005, "Innovation in SMEs: the impact of strategic orientation and environmental perceptions", *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 54 No. 2, pp. 81-97.

Padilla-Meléndez, A. & Águila-Obra, A.R. (2013). Web and social media usage by museums: Online value creation. *International Journal of Information Management*, 33: 892-898.

Pallant, J. (2013). *SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using SPSS*. Maidenhead: McGraw-Hill Education.

Persson, J. (den 26 Februari 2019). *Tillväxtverket*. Hämtat från [www.tillvaxtverket.se](http://www.tillvaxtverket.se):  
<https://tillvaxtverket.se/statistik/foretagande/basfakta-om-foretag.html> Mars 2019

Pinto, J. C., & Curto, J. D. (2007). The organizational configuration concept as a contribution to the performance explanation: The case of the pharmaceutical industry in Portugal. *European Management Journal*, 25(1), 60-78.

Porter, M. E., 1980, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free Press, New York, NY.

Proff The Business Finder. (2018). Proff. Retrieved from Proffs hemsida:  
<https://www.proff.se/segmentering>

Riloff, E., & Jones, R. (2018). A Retrospective on Mutual Bootstrapping. *AI Magazine*, 39(1).

Rugman, A. M., & Verbeke, A. (1988). Does competitive strategy work for small business?. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 5(3), 45-50.

Sarwary (2019) "Strategy and Capital budgeting techniques: The moderating role of entrepreneurial structure"(Working paper).

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research methods for business students*. New York: Pearson Education Limited.

Schoonjans, B., Van Cauwenberge, P., & Vander Bauwhede, H. (2013). Formal business networking and SME growth. *Small Business Economics*, 41 (1), 169-181.

Segev, E., 1989, "A systematic comparative analysis and synthesis of two business-level strategic typologies", *Strategic Management Journal*, Vol. 10 No. 5, pp. 487-505.

Shortell, S. M. and Zajac, E., 1990, "Perceptual and archival measures of Miles and Snows strategic types: a comprehensive assessment of reliability and validity", *Academy of Management Journal*, Vol. 33 No. 4, pp. 817-832.

Slater, S. F., Hult, T. M. and Olson, E. M., 2007, "On the importance of matching strategic behaviour and target market selection to business strategy in high-tech markets", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 35 No. 1, pp. 5-17.

Smith, K.G., Guthrie, J.P., Chen, M-J., (1986), "Miles and Snow's typology of strategy, organisational size and organisational performance", *Academy of Management Proceedings*, pp. 45-49.

Snow, C. C., & Hrebiniak, L. G. (1980). Strategy, distinctive competence, and organizational performance. *Administrative Science Quarterly*, 25(2), 317-336. doi:10.2307/2392457

Soledad, M., Martínez, C., Teresa, M., Picazo, M., Ángel, M., & Martín, G. (2015). Policies to promote entrepreneurial activity and economic performance. *Emerald*, 53(9), 2073-2087.

Stanko, M., Bonner, J., & Calantone, R. (2007). Building commitment in buyer–seller relationships: A tie strength perspective. *Industrial Marketing Management*, 36 (8), 1094-1103.

Stanworth, J., & Gray, C. (1992). Enterprise education: action-based research with training policy implications. *International Small Business Journal*, 10(2), 11-23.

Sveriges Riksbank. (2011). Den nya bankregleringen Basel III. Hämtat från <http://www.riksbank.se/sv/Finansiell-stabilitet/Finansiella-regelverk/Aktuella-regleringsforandringar/Den-nya-bankregleringen-Basel-III/> Mars 2019

Vestling, M. (2016). Barriärer och drivkrafter för effektiviseringsamt förutsättningar vid spillvärmeåtervinning: En fallstudie av Tegera Arena.

Winborg, J. (2003). Pengar är inte alltid lösningen - Användningen av finansiell bootstrapping i små företag. In H. Landström, *Småföretaget Och Kapitalet* (pp. 29- 44). Stockholm: SNS.

Winborg, J., Landström, H., Centrum för innovations-, entreprenörskaps- och lärandeforskning (CIEL), Akademin för ekonomi, teknik och naturvetenskap, Sektionen för ekonomi och teknik (SET), & Högskolan i Halmstad. (2001). Financial bootstrapping in small businesses: Examining small business managers' resource acquisition behaviors. *Journal of Business Venturing*, *16*(3), 235-254. doi:10.1016/S0883-9026(99)00055-5

Wynarczyk, P., Watson, R., Storey, D. J., Short, H., & Keasey, K. (2016). *Managerial labour markets in small and medium-sized enterprises*. Routledge.

Zahra, S. A., & Pearce, J. A. (1990). Research evidence on the Miles-Snow typology. *Journal of management*, *16*(4), 751-768.

## Bilaga 1 - Enkät

Våra namn är Sevgi Jusufovska och Albana Krasniqi och vi skriver vår kandidatuppsats inom bank och finans på Högskolan Kristianstad. Kandidatuppsatsen handlar om småföretags strategiorientering och dess påverkan på val av finansiella bootstrappingmetoder. Ditt deltagande som respondent är i denna studie frivilligt och alla svar kommer att behandlas konfidentiellt. Enkäten tar ungefär 4-5 minuter att besvara och vi uppskattar ert svar senast den 10:e maj 2019.

Vänligen kontakta oss på [sevgi.jusufovska0001@stud.hkr.se](mailto:sevgi.jusufovska0001@stud.hkr.se) vid eventuella frågor.

### 1. Jag är

- Man  
 Kvinna  
 Annat  
 Vill ej ange

### 2. Vänligen ange din ålder

\_\_\_\_\_

### 3. Vänligen ange vilken position du har i företaget

\_\_\_\_\_

### 4. Vänligen ange hur länge du har jobbat i företaget

\_\_\_\_\_

### 5. Vänligen ange hur länge företaget varit verksamt

\_\_\_\_\_

### 6. Vänligen ange vilken bransch företaget är verksamt inom

\_\_\_\_\_

### 7. Vänligen ange hur många anställda företaget hade på slutet av 2018

\_\_\_\_\_

**8. Vänligen ange i MSEK hur stor företagets balansomslutning var på slutet av 2018**

---

**9. Vänligen ange hur många procent av företagets aktier som ägs av familjemedlemmar (med familjemedlemmar menas blodsband, äktenskap, partnerskap, syskonskap eller samboförhållande)**

---

**10. Erbjuder företaget fakturabetalning som betalningsmetod till kunder?**

JA

NEJ

**11. Hur vanligt är det att företaget betalar med faktura?**

Aldrig

Väldigt ofta

1

2

3

4

5

6

7

**Vilka bootstrappingmetoder använder företaget sig av?**

*Bootstrapping* är en kombination av metoder som minimerar det totala kapitalkravet, förbättrar kassaflödet samt nyttjar personliga finansieringskällor. *Bootstrapping* innebär således att företaget använder alternativa metoder för att finansiera sin verksamhet istället för att använda sig av bank och andra externa aktörer vid finansiering. Vänligen ta ställning till användningen av följande bootstrappingmetoder på en skala 1–7 (1: Inte alls till 7: I stor utsträckning).

**12. Det händer att företaget håller inne ägarens lön**

Inte alls

I väldigt stor utsträckning

1

2

3

4

5

6

7

**13. Det händer att företaget använder ägarens personliga kreditkort för verksamhetens räkning**

1            2            3            4            5            6            7

**14. Det händer att företaget skaffar kapital till verksamheten genom att ägaren arbetar för andra företag vid sidan om det egna företaget**

1            2            3            4            5            6            7

**15. Det händer att företaget anställer familj till lägsta tillåtna marknadslön**

1            2            3            4            5            6            7

**16. Det händer att företaget anställer vänner till lägsta tillåtna marknadslön**

1            2            3            4            5            6            7

**17. Det händer att företaget lånar kapital av ägarens familj för att finansiera verksamheten**

1            2            3            4            5            6            7

**18. Det händer att företaget lånar kapital av ägarens vänner för att finansiera verksamheten**

1            2            3            4            5            6            7

**19. Det händer att företaget delar lokaler med andra företag**

1            2            3            4            5            6            7

**20. Det händer att företaget delar anställda med andra företag**



1 2 3 4 5 6 7

**21. Det händer att företaget delar utrustning med andra företag**

1 2 3 4 5 6 7

**22. Det händer att företaget förhandlar längre betalningsvillkor med leverantörer**

1 2 3 4 5 6 7

**23. Det händer att företaget avsiktligt försenar betalningar till leverantörer**

1 2 3 4 5 6 7

**24. Det händer att företaget erbjuder förmåner vid förskottsbetalning från kunder**

1 2 3 4 5 6 7

**25. Det händer att företaget använder dröjsmålsränta vid försenade betalningar av kunder**

1 2 3 4 5 6 7

**26. Det händer att företaget använder sig av en annan metod/er, mitt företag använder:**

---

**Vilken strategiorientering har företaget?**

Vänligen läs och besvara nedanstående påståenden som beskriver företags strategiorientering. Ingen av dessa påståenden är nödvändigtvis "bra" eller "dåliga". Ta ställning till beskrivningen av strategiorientering på en skala 1–7 (1: Stämmer inte alls till 7: Stämmer helt)

**27. Företaget strävar efter att expandera snabbt på marknaden****Instämmer inte****Instämmer helt**

1            2            3            4            5            6            7

**28. Företaget har ett fokus på innovation i produkter/tjänster**

1            2            3            4            5            6            7

**29. Företaget vill vara "först in" på marknaden med lansering av nya produkter/tjänster**

1            2            3            4            5            6            7

**30. Företaget har ett stort sortiment av produkter/tjänster som riktas till en bred målgrupp**

1            2            3            4            5            6            7

**31. Företaget strävar efter en stabil position på marknaden med sina produkter/tjänster**

1            2            3            4            5            6            7

**32. Företaget har ett fokuserat sortiment av produkter/tjänster som riktas till en begränsad målgrupp**

1                      2                      3                      4                      5                      6                      7

**33. Företaget ägnar primär uppmärksamhet åt att förbättra effektiviteten i sitt befintliga verksamhetsområde**

1                      2                      3                      4                      5                      6                      7

**34. Vilken strategiorientering kännetecknar ert företag bäst?**

**Välj det alternativ nedan som beskriver ert företag bäst!**

1. Företag A
2. Företag B

**FÖRETAG A**

- Företaget möter marknadens behov med nya lovande produkter/tjänster
- Företaget är ”först in” på marknaden med nylanserade produkter/tjänster
- Företaget övervakar åtgärder som konkurrenter inom samma verksamhetsområde vidtar
- Företaget fokuserar på att erbjuda mer välutvecklade produkter/tjänster än sina konkurrenter

**FÖRETAG B**

- Företaget upprätthåller sin nisch inom sin marknad genom att erbjuda en relativt stabil uppsättning av produkter/tjänster
- Generellt ligger företaget INTE i framkant med nylanserade produkter/tjänster
- Företaget tenderar att ignorera förändringar som inte har en direkt inverkan på aktuella verksamhetsområdet
- Företaget koncentrerar sig på att göra bästa möjliga jobb inom sitt befintliga verksamhetsområde