

Bankrelationers bidrag till små och medelstora företags exportandel

Heléne Lundberg



Bankrelationers bidrag till små och medelstora företags exportandel

Heléne Lundberg

Små och medelstora företag har stor betydelse för ett lands sysselsättning och utveckling. Denna studie, som bedrivits av Heléne Lundberg vid CER, fokuserar på om, och i så fall på vilka sätt, bankrelationer påverkar hur dessa företag lyckas med sin internationalisering i form av export. Resultaten visar bl.a. att små och medelstora företag med låg exportandel upplever att de rådgivningstjänster som deras respektive banker erbjuder underlättar affärer på internationella marknader. Forskningsresultaten har tidigare publicerats i den internationella tidskriftsartikeln "Bank relationships' contributions to SME export performance" (Lundberg, 2019).

Inledning

Små och medelstora företag (SMF) utgör vanligen minst 90 procent av det totala antalet företag och står för cirka två tredjedelar av sysselsättningen.¹ Det är således inte förvånande att de tillmäts stor betydelse för den ekonomiska tillväxten, såväl på lokal som på regional och nationell nivå.²

Internationalisering är ett sätt för SMF att växa, inte minst för de som befinner sig på en så begränsad hemmamarknad som den svenska, och export anses då vara ett passande sätt att närma sig nya marknader utomlands.³ Framgångar på exportmarknader är emellertid långt ifrån givna. Många hinder måste övervinnas och SMF är mer begränsade än större företag i tillgången till resurser av olika slag, exempelvis finansiella och kunskapsmässiga. Vad som gör export framgångsrikt bland SMF anses därför vara en viktig forskningsfråga.

Studier av vad som gör exporterade företag framgångsrika har varit inriktade på olika faktorer, exempelvis teknologi, forskning och utveckling, produktkvalitet och ledningsresurser. Banker har lyfts fram som en typ av aktör som bör kunna bidra, inte bara genom finansiering utan även genom att underlätta köp/sälj-transaktioner på andra sätt.⁴ Kunskap om den tilltänkta marknaden har länge ansetts som en viktig förutsättning för en lyckad exportsatsning.⁵ Sådan kunskap kan inhämtas genom att lära från egna erfarenheter, genom information som finns tillgänglig i tryckt form eller genom kunskap som förmedlas i samband med interaktion med affärspartners.

¹ Baas och Schrooten (2006).

² Porter (1990).

³ Chen et al. (2016).

⁴ Durkin et al. (2013).

⁵ Johanson och Vahlne (1977).

Direkta och indirekta relationer till andra företag anses kunna fungera som viktiga kanaler för informationsflöden. Även om SMF många gånger har svårare än större företag att få bankfinansiering⁶, är bankrelationerna ofta viktiga även för små företag. Studier av hur banker kan bidra till framgångsrik export är emellertid fåtaliga och har dessutom i flera fall kommit till motsägelsefulla resultat. Medan vissa studier rapporterar att en bank uppfattas som en nyckelpartner som tillhandahåller såväl finansieringslösningar som information och råd angående nya internationella marknader⁷, har andra studier på den svenska marknaden kommit till motsatt resultat.⁸ Detta skulle kunna förklaras av att jämförbarheten har brister i och med att de frågor som ställts inte varit av samma typ. Det har dessutom saknats en tydlig uppdelning i olika typer av banktjänster och olika typer av SMF. De specifika typer av support som efterfrågas kan tänkas variera utifrån faktorer som nuvarande nivå av export, företagets ålder och omsättning samt antal år som exporten har pågått.

Syfte, tidigare forskning och hypoteser

Studiens syfte är att bringa ökad klarhet i om, och på vilka sätt, exporterande små och medelstora företag kan dra nytta av sina bankrelationer. Utifrån tidigare forskning formulerades fem hypoteser.

Medan små företag kan välja, eller vara tvungna, att bygga sin verksamhet på basis av lån från familj och vänner så är större företag ofta beroende av lån från banker.⁹ Företags storlek kan många gånger kopplas till internationalisering och av det skälet formuleras den första hypotesen enligt följande:

H1: SMF med hög exportandel lägger stor vikt vid lån och krediter från banker för finansieringen av sin internationella verksamhet.

Som tidigare nämnts kan banker erbjuda andra tjänster utöver finansiering, exempelvis i samband med betalningar. Det verkar troligt att ju mer internationell verksamhet ett företag bedriver, ju mer kommer det att behöva olika former av transaktions- och valutatjänster för att kunna bedriva sin verksamhet. Den andra hypotesen lyder därför:

H2: SMF med hög exportandel upplever att deras banks transaktions- och/eller valutatjänster är av stor betydelse för deras förmåga att göra affärer utomlands.

Internationell verksamhet kräver även kunskap. Den kunskap som företaget besitter eller på annat sätt har tillgång till formar en "kunskapskorridor" som påverkar hur

⁶ Yazdanfar och Öhman (2015).

⁷ Boter och Lundström (2005).

⁸ Lindstrand och Lindbergh (2011).

⁹ Kumar och Rao (2015).

genomförbara olika möjligheter bedöms vara. Föga förvånande med tanke på deras begränsade resurser, inte minst i fråga om personal, är SMF ofta beroende av rådgivning från externa parter.¹⁰ Relationer till externa aktörer är emellertid resurskrävande att utveckla varför SMF ofta har en relativt begränsad mängd direkta relationer. De kan därför ha problem att hitta någon att vända sig till för information och rådgivning i frågor om internationalisering. Bankrelationer har ofta visat sig vara långvariga och betydelsefulla för SMF¹¹ och banker är i allt högre utsträckning verksamma på internationella marknader genom egna filialer eller partners.¹² De bör därför ha förutsättningar att kunna bidra med rådgivning och kunskap till SMF. Det verkar dock sannolikt att företag som har en hög exportandel upplever ett lägre behov av sådan rådgivning och kunskapsöverföring från sin bank än företag med begränsad erfarenhet av andra marknader. "Nybörjare" är sannolikt också mer flexibla och mottagliga för råd än de mer erfarna eftersom de förstnämnda inte har hunnit utveckla egna rutiner för hantering av exportprocesser. Hypotes 3 och 4 lyder därför som följer:

H3: SMF med låg exportandel upplever att de rådgivningstjänster som banken erbjuder är av stor betydelse för deras förmåga att göra affärer på internationella marknader.

H4: SMF:s med låg exportandel upplever att deras banks kunskap om internationella marknader innebär stora fördelar.

Slutligen skulle banker kunna dela med sig av sina egna kontakter med andra internationella aktörer, såsom jurister med kunskap om internationella affärer, varigenom SMF genom att skapa relationer med sådana aktörer skulle få "direktlinjer" till både kunskap och nätverk.¹³ Sådan hjälp att hitta bra partners borde inte minst vara värdefull för mindre erfarna företag. Den femte hypotesen lyder därför:

H5: SMF med låg exportandel drar i sin internationella affärsverksamhet stor fördel av sin banks kontakter med andra internationella aktörer.

Studiens metod

Hypoteserna testades genom en enkätundersökning på ett urval av svenska SMF. Utifrån listor över exporterade SMF upprättade av SCB kontaktades totalt 214 företag i Jämtland, Västernorrland, Gävleborg, Västmanland och Halland, varav 168 (78,5 %) accepterade att delta och 135 företag (63 %) lämnade fullständiga svar på den del av enkäten som avsåg denna delstudie. Undersökningen genomfördes på plats hos

¹⁰ Silver et al. (2015).

¹¹ Durkin et al. (2013).

¹² Ambos et al. (2009).

¹³ Silver och Thyr (2015).

företagen för att säkerställa att relevanta personer besvarade enkäten och att eventuella oklarheter skulle kunna redas ut.

Den beroende variabeln exportandel mättes som andelen av den totala försäljningen som kommer från export. Den uppgiften hämtades från den information som lämnades i enkäten eftersom den vanligtvis inte framgår av offentliga handlingar. I fråga om bankrelationen uppmanades respondenterna att utgå från sin viktigaste bankrelation. Hur de oberoende variablerna mättes framgår av tabell 1. Respondenterna tog ställning till dessa påståenden på en skala från 1 till 7 där 1 representerar "Jag håller inte alls med om detta påstående" och 7 "Jag instämmer helt i detta påstående".

Tabell 1. Huvudvariablernas operationalisering

Variabel	Påståenden
Finansiering	Lån och krediter från vår bank har varit av stor betydelse för finansieringen av våra internationella affärer.
Transaktionstjänster	Transaktions- och/eller valutatjänster från vår bank har varit av stor betydelse för vår förmåga att göra affärer utomlands.
Rådgivning	Rådgivning från vår bank har varit av stor betydelse för vår förmåga att göra affärer utomlands.
Kunskap	Vår bank har kunskap om internationella marknader som vårt företag har dragit stora fördelar av.
Kontakter	Vår bank har kontakter med andra internationella aktörer som vårt företag har dragit stora fördelar av.

För hypotestesterna användes även sju kontrollvariabler: företagsstorlek (mätt som omsättning), omsättning per anställd, företagets ålder, bankrelationens längd (antal år i fyra intervall: <5, 6-10, 11-15, >16), internationaliseringskunskap genom hur länge företaget exporterat (antal år) och antalet utländska marknader samt företagets proaktivitet i form av tid och övriga resurser som läggs på att söka internationaliseringsmöjligheter (utifrån påståendet "I vårt företag lägger vi en ansevärd mängd tid och resurser på att söka nya internationella affärsmöjligheter" (skala 1-7)). I resultatpresentationen är utgångspunkten att signifikansnivån ska vara högst 0,05, d.v.s. sannolikheten att hypotesen bekräftas trots att den är felaktig ska inte vara högre än 5 procent.

Resultat

H1, att SMF med en stor exportandel lägger stor vikt vid lån och krediter från banker för finansieringen av sin internationella verksamhet, bekräftades. Sambandet var mycket tydligt. Ett exempel är att för två hypotetiska företag motsvarar en tioprocentigt högre exportandel för det ena att det värde som tillmäts finansiering från banken i genomsnitt är tre steg högre på skalan 1-7.

I H2 gjordes antagandet att SMF med hög exportandel upplever att deras banks transaktions- och/eller valutatjänster är av stor betydelse för deras förmåga att göra affärer utomlands. Resultatet visade emellertid att detta samband även påverkas av det antal marknader som företaget är verksamt på. Sambandet bör därför i stället formuleras som: *Ju högre exportandel, ju viktigare är de transaktions- och/eller valuta-tjänster som tillhandahålls av banken för företags förmåga att verka utomlands, för ett litet antal marknader. Effekten avtar när antalet marknader ökar.* Resultaten innehåller ingen förklaring till detta resultat, men utfallet indikerar att företagen hittar andra vägar, och eventuellt andra samarbetspartners, för att hantera transaktions- och/eller valutatjänster när deras verksamhet på andra marknader börjar bli ett vanligt fenomen.

H3 utgjordes av antagandet att SMF med låg exportandel upplever att de rådgivningstjänster som banken erbjuder är av stor betydelse för deras förmåga att göra affärer på internationella marknader. Liksom för H1 uppmättes här en signifikant effekt. Om ett hypotetiskt företag exempelvis har 10 procent högre exportandel än ett annat så är den vikt som tillmäts bankens rådgivningstjänster 2,5 steg lägre på skalan 1-7.

Hypotes 4 och 5, att SMF:s med låg grad av export upplever att deras banks kunskap om internationella marknader innebär stora fördelar, respektive att SMF med låg grad av export i sin internationella affärsverksamhet drar stor fördel av sin banks kontakter med andra internationella aktörer, bekräftades däremot inte. Av studien framgår emellertid inte om detta beror på att bankerna saknar förmåga att bidra med detta eller om de har förmågan men väljer att avstå från den möjligheten.

Slutdiskussion

Studien bidrar till att förklara de tidigare motsägelsefulla resultaten genom att visa betydelsen av att nyansera bilden och inte se SMF som en homogen grupp. Även bankernas olika typer av tjänster bör utvärderas separat. De erfarna företagen, som har en hög exportandel och agerar på många marknader, betonar vikten av finansiering, men tycks i övriga avseenden efterfråga bankers stöd i olika avseenden i lägre grad än de företag som fortfarande har en begränsad erfarenhet av exportverksamhet. Det bristande intresset för bankers kunskap om internationella marknader, liksom bankers kontakter med andra internationella aktörer, kan bero på att företagen i fråga inte förväntar sig sådana tjänster och därför heller inte frågar efter dem. Det är emellertid troligt att utfallet också kan bero på att bankerna heller inte erbjuder dessa tjänster. Sammantaget tycks den potential som bankerna kan besitta för att underlätta för SMF att få "direktlinjer" till både kunskap och nätverk¹⁴ inte tas tillvara i någon större utsträckning.

¹⁴ Silver och Thyr (2015).

Referenser

- Ambos, T. C., Schlegelmilch, B. B., Ambos, B. och Brenner, B. (2009), "Evolution of organisational structure and capabilities in internationalising banks: The cee operations of unicredit's vienna office". *Long Range Planning*, Vol. 42, Nr. 5-6, s. 633-653.
- Baas, T. och Schrooten, M. (2006), "Relationship banking and SMEs: A theoretical analysis". *Small Business Economics*, Vol. 27, Nr. 2-3, s. 127-137.
- Boter, H. och Lundström, A. (2005), "SME perspectives on business support services: The role of company size, industry and location". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 12, Nr. 2, s. 244-258.
- Chen, J., Sousa, C. M. och He, X. (2016), "The determinants of export performance: A review of the literature 2006-2014". *International Marketing Review*, Vol. 33, Nr. 5, s. 626-670.
- Durkin, M., McGowan, P. och Babb, C. (2013), "Banking support for entrepreneurial new venturers: Toward greater mutual understanding". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 20, Nr. 2, s. 420-433.
- Johanson, J. och Vahlne, J.-E. (1977), "The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business Studies*, Vol. 8, Nr. 1, s. 23-32.
- Kumar, S. och Rao, P. (2015), "A conceptual framework for identifying financing preferences of SMEs". *Small Enterprise Research*, Vol. 22, Nr. 1, s. 99-112.
- Lindstrand, A. och Lindbergh, J. (2011), "SMEs' dependency on banks during international expansion". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 29, Nr. 1, s. 65-83.
- Lundberg, H. (2019), "Bank relationships' contributions to SME export performance". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 37, Nr. 5, s. 1143-1164.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. London: Macmillan.
- Silver, L., Lundahl, N. och Berggren, B. (2015), "Revisiting control aversion: The role of financiers in connecting entrepreneurs to the marketplace". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 22, Nr. 3, s. 417-432.
- Silver, L. och Thyr, A. (2015), "Reflektioner, slutsatser och utblickar". I Öhman, P. och Lundberg, H. (Red.) *Trovärdighet och förtroende i ekonomiska relationer*, Lund, Studentlitteratur, s. 239-250.
- Yazdanfar, D. och Öhman, P. (2015), "Debt financing and firm performance: An empirical study based on Swedish data". *Journal of Risk Finance*, Vol. 16, Nr. 1, s. 102-118.