

Högskolan i Halmstad
Sektionen för Ekonomi och Teknik
Magisterprogrammet Bank och Revision VT 2011

Informationskällor vid kreditbedömning
- skillnad mellan kvinnor och mäns informationsinsamling vid
kreditbedömning -

Magisteruppsats i ämne Kreditbedömning 15 hp
Slutseminarium 110531

Författare:

Anna Ansgariusson 740211

Slobodanka Arsenic 660802

Handledare:

Per-Ola Ulvenblad

Examinator:

Arne Söderbom

Förord

Vi vill först och främst rikta ett stort tack till våra respondenter som har tagit sig tid till att ta emot oss och besvara våra frågor. Utan er hade denna studie varit omöjlig att genomföra.

Vi vill även tacka de opponenter som har kommit med god uppmuntran, feedback och konstruktiv kritik.

Ett riktigt stort tack vill vi rikta till vår handledare Per-Ola Ulvenblad för visat intresse, bra stöd, uppmuntran och konstruktiv kritik som har gjort att vi själva har utvecklats under resans gång.

Halmstad, maj 2010

Anna Ansgariusson

Slobodanka Arsenic

Sammanfattning

När ett företag är i behov av kredit för vidare utveckling eller investering är banken en viktig aktör. Kreditbedömaren måste då samla in information för att kreditbedömningen ska bli så bra som möjligt. Syftet med vår studie är att beskriva hur kvinnor och män i rollen som kreditbedömare samlar in information vid kreditbedömning av små företag och skapa en djupare förståelse av vilka likheter och olikheter finns i deras informationsinsamling samt vad det kan beror på. I vår kvalitativa studie utgår vi från det biologiska könet då vi utför personliga intervjuer med totalt tolv respondenter, sex kvinnor och sex män. Intervjuerna har utförts på bankkontor runt om i Halland. Vi bad våra respondenter beskriva hur deras egna kunskaper, erfarenheter, och osäkerhet speglar informationsinsamling. Dessutom ställde vi frågan om vad förtroendet gentemot små företaget har betydelse och om den geografiska närheten spelar roll. Därefter har vi analyserat och tolkat det insamlade materialet för att söka efter likheter och olikheter och återkopplat det till den insamlade litteraturen och tidigare forskning inom området för att skapa oss en djupare förståelse. Den insamlade empirin visar att det finns både likheter och olikheter mellan kvinnor och mäns informationsinsamling vid kreditbedömning, vilket ibland går att förklara med hjälp av deras sociala beteende. Kvinnorna i vår studie har mindre kunskaper (utbildning), men längre erfarenhet än männen. Trots det samlar både kvinnor och män in relevant information. Vid osäkerhet visar det sig att kvinnor samlar in mer mjuk information, medan männen rådgör med sina kollegor. Vid ökat förtroende gentemot små företag samlar både kvinnor och män in mindre information. Alla respondenter oavsett kön upplever att den geografiska närheten mot små företaget har betydelse, men studien visar att kvinnor påverkas mer negativt av den vid informationsinsamlingen jämfört med männen då de lättare förbiser negativ information om företaget. Då vår studie fokuserar på att generellt hitta skillnader mellan kvinnor och mäns informationsinsamling vid kreditbedömning av små företag har vi inte lagt någon större vikt på vilket bankkontor som vi har utfört intervjuerna på skulle det vara intressant att göra en liknad studie mellan bankkontor i mindre och större städer. Studien går också att genomföra på liknande sätt genom att studera kvinnor och män som kreditbedömare och att inrikta sig mot en jämförelse mellan olika företagsbranscher. Dessutom skulle det vara intressesant att undersöka skillnader mellan om den kreditsökande är kvinna eller man, då vi i vår studie har funnit att det finns skillnad i hur kreditbedömaren mottar information beroende på om företagaren är kvinna eller man.

Abstract

When a company is in need of credit for further development or investment bank is a major player. The credit assessor will need to collect information for credit assessment will be as good as possible. The aim of our study is to describe how men and women in the role of credit analysts collect information on credit by small businesses and create a deeper understanding of the similarities and differences exist in their information gathering and what it can depend on. In our qualitative study, we assume the biological sex when we carry out personal interviews with a total of twelve respondents, six women and six men. The interviews were conducted in branch offices around the province of Halland. We asked our respondents identify their own skills, experience, and the uncertainty reflects the information gathering. In addition, we asked about confidence in relation to small business are significant and of the geographical proximity plays a role. Then we have analyzed and interpreted the collected material to search for similarities and differences and re-associated it with the collected literature and previous research in the area to create us a deeper understanding. The collected empirical data shows that there are both similarities and differences between women and men gathering information on credit, which sometimes can be explained with the help of their social behavior. The women in our study have less knowledge (education), but more experience than men. Although it brings together both men and women enter the relevant information. When uncertain, it appears that women collect more soft information, while men consult their colleagues. The increased confidence against small businesses collects both men and women in less information. All respondents, regardless of gender feel that the geographical proximity of small business are significant, but the study shows that women are more adversely affected by the provision of information collection in relation to men when they easily overlook negative information about the company. Since our study focuses on the general finding differences between women and men gathering at the credit of small businesses, we have not put much weight on the branch office as we have done the interviews, it would be interesting to do a similar study among bank branches in small and large cities. The study is also possible to implement a similar manner by studying men and women as credit analysts, and to focus on a comparison between different business sectors. It would also be true interest to explore the differences between the credit applicant is male or female, then we in our study has found that there are differences in how the credit assessor receives information depending on whether the entrepreneur is female or male.

Innehållsförteckning

1. Introduktion	1
1.1 Problembakgrund	1
1.2 Problemdiskussion	2
1.3 Problemformulering	3
1.4 Syftet	3
1.5 Avgränsningar och disposition.....	4
1.5.1 Avgränsningar	4
1.5.2 Studiens fortsatta disposition	4
2. Teori	6
2.1 Teorikapitlet i korthet.....	6
2.2 Banken och små företag	7
2.2.1 Små företag	7
2.2.2 Information från små företag till banken.....	7
2.3 Kreditbedömningsprocessen	8
2.3.1 Initial kontakt	8
2.3.2 Beredning	9
2.3.3 Bedömning	9
2.3.4 Beslut.....	9
2.4 Kreditbedömare	9
2.4.1 Skillnad mellan genus och kön.....	10
2.4.2 Kvinnor och män i yrkesroller	10
2.4.3 Kreditbedömare och informationsinsamling.....	11
2.4.3.1 Kreditbedömarens kunskaper och erfarenheter.....	12
2.4.3.2 Kreditbedömarens osäkerhet	13
2.4.3.3 Förtroende mot små företag	13
2.4.3.4 Geografisk närhet mot små företag	13
2.5 Olika typer av informationskällor	14
2.5.1 Kreditupplysning.....	14
2.5.2 Information från företaget	14
2.5.3 Företagsledningen	14
2.5.4 Revisorn	15
2.5.5 Socialt nätverk.....	15
2.6 Teorimodell	15
3. Metod	17
3.1 Vetenskapligt synsätt.....	17
3.2 Val av undersökningsmetod	18
3.3 Val av ansats.....	18
3.4 Undersökningsperspektiv	19
3.5 Datainsamling.....	19
3.5.1 Primärdata	19
3.5.1.1 Urval och val av respondenter.....	20
3.5.1.2 Utförandet av intervjuer	20
3.5.2 Sekundärdata	21
3.6 Analysmetod.....	21
3.7 Studiens äkthet och trovärdighet	22
4. Empiri.....	24
4.1 Respondenternas bakgrund	24
4.1.1 Presentation av kvinnorna	24

4.1.2 Presentation av männen.....	25
4.2 Banken och små företag	25
4.2.1 Små företag	25
4.2.2 Information från små företag till banken.....	26
4.2.3 Trovärdighet av informationen.....	27
4.2.4 Referenser vid kreditbedömning	27
4.2.5 Kreditbedömarens mottagande av information	28
4.3 Kreditbedömningsprocessen	28
4.3.1 Kreditprocessens tillvägagångssätt	28
4.3.2 Den första initiala kontakten	29
4.3.3 Informationsinsamling innan och vid första mötet	30
4.3.4 Kreditbeslut redan efter första mötet med kunden	31
4.4 Kreditbedömaren	31
4.4.1 Kreditbedömarens kunskaper och erfarenheter	31
4.4.2 Kreditbedömarens osäkerhet	32
4.4.3 Förtroendet mot små företag	32
4.4.4 Geografisk närhet mot små företag	33
4.5 Olika typer av informationskällor	34
4.5.1 Kreditupplysning	34
4.5.2 Information från företaget	34
4.5.3 Företagsledningen	35
4.5.4 Revisorn	36
4.5.5 Socialt nätverk.....	37
4.5.6 De viktigaste informationskällorna	38
5. Analys.....	39
5.1 Respondenternas bakgrund	39
5.2 Banken och små företag	40
5.2.1 Små företag	40
5.2.2 Information från små företag till banken.....	40
5.2.3 Trovärdighet av informationen.....	41
5.2.4 Referenser vid kreditbedömning	41
5.2.5 Kreditbedömarens mottagande av information	42
5.3 Kreditbedömningsprocessen	42
5.3.1 Kreditprocessens tillvägagångssätt	42
5.3.2 Den första initiala kontakten	42
5.3.3 Informationsinsamling innan och vid första mötet	43
5.3.4 Kreditbeslut redan efter första mötet med kunden	43
5.4 Kreditbedömaren	43
5.4.1 Analys av variablerna och dess påverkan	44
5.4.1.1 Kreditbedömarens kunskaper och erfarenheter	44
5.4.1.2 Kreditbedömarens osäkerhet	45
5.4.1.3 Förtroende mot små företag	45
5.4.1.4 Geografisk närhet mot små företag	45
5.5 Olika typer av informationskällor	46
5.5.1 Kreditupplysning.....	46
5.5.2 Information från företaget	46
5.5.3 Företagsledningen	47
5.5.4 Revisorn	47
5.5.5 Socialt nätverk.....	47
5.5.6 De viktigaste informationskällorna	48

5.6 Analys av andra variabler.....	48
5.6.1 Analys av ålder.....	48
5.6.2 Analys av utbildning	49
5.6.3 Analys av erfarenhet.....	49
6. Slutsatser och framtida forskning.....	50
6.1 Slutsatser	50
6.2 Bidrag till forskning	52
6.3 Framtida forskning	52
Källförteckning	
Bilaga: Intervjuguide	
Figurer	
Figur 1: Kreditbedömningsprocessen. Källa: Svensson och Ulvenblad (1994).....	8
Figur 2: Teorimodell (egenarbetad)	16
Figur 3: Metodmodell (egenarbetad).....	17
Tabeller	
Tabell 1: Fördelning av bakgrund mellan kvinnorna	39
Tabell 2: Fördelning av bakgrund mellan männen.....	39
Tabell 3: Analystabell (egenarbetad)	44
Tabell 4: Sammanfattning av informationskällor (egenarbetad).....	48

1. Introduktion

I detta kapitel kommer vi att definiera vårt forskningsområde: på vilket sätt skiljer sig informationsinsamlingen åt vid kreditbedömning av små företag beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man och vad det beror på. Inledningsvis diskuterar vi vilken betydelse banken har för småföretags tillväxt eller vid nystartande av företag och att denna relation speglas av komplexitet, vilket kan bero på bristande information eller för lite information från små företag. Relationen mellan banken och företaget speglas av asymmetrisk information, vilket innebär att banken har ett underläge när det gäller information om små företag. Detta måste dock kreditbedömaren kunna se igenom och använda sig av den information som är relevant vid kreditbedömningen. Informationsinsamlingen kan skilja sig åt om kreditbedömaren är kvinna eller man och kan bero på deras sociala beteende såsom deras egna kunskaper, erfarenheter och osäkerhet. Informationsinsamlingen kan även påverkas av förtroendet mot företaget och den geografisk närhet till små företag. Detta resonemang leder oss fram till vårt teorikapitel där vi presenterar den teori som ligger till grund för vår studie.

1.1 Problembakgrund

I den ekonomiska tillväxten och skapandet av nya arbetstillfällen spelar små och medelstora företag en viktig roll (Berggren, 2003; Johannisson & Lindmark, 1996). För att små och medelstora företag ska kunna starta eller växa krävs det kapital och banken anses vara en viktig aktör (Bergström & Lennander, 2001; Collis & Jarvis, 2002; Georgas & Seward, 1998). Shaw, Marlow, Lam och Carter (2009) menar att företags ägande hänger på tillgänglighet och tillgång till icke-finansiella och finansiella resurser. Dock har det visat sig att små och medelstora företag har svårt att få finansiering, vilket kan bero på bristande och objektiv information (Carr, 2009; Landström, 2003), eller om kreditbedömaren är kvinna eller man (Bellucci, Borisov & Zazzaro, 2010; Graham, 1986). Mötet med människor speglas av olika personligheter och kommunikationspreferenser, men även av om aktörerna är kvinnor eller män (McCarthy, 2010). Bellucci et al. (2010) menar att trots att kvinnor och män använder liknande bedömningskriterier vid kreditbedömningar finns det skillnader dessa emellan. Författarna menar att kvinnor tenderar att fokusera på affärsmässiga och formella aspekter av låneansökan, medan männen i högre utsträckning använder sig av enskilda beslut och förhandlingar.

Företagsledare i små företag måste upprätthålla en god relation med långgivaren för att relationen dessa emellan ska fungera och för att kreditbedömningen ska bli så bra som möjligt (Collis & Jarvis, 2002). Enligt Johannisson och Lindmark (1996) går det inte att förstå ett litet företag utan att förstå småföretagaren, då företagarens personlighet präglar själva företaget och dess relation med omvärlden. Forskning visar att den personliga presentationen och attraktivitet från företagsledaren har en stor betydelse vid bedömningen av krediten och beviljandet av denna (Bellucci et al., 2010).

Banken har vid kreditbedömning av företag underläge när det gäller information. Företagaren försöker sätta företaget i en så positiv dager som möjligt och asymmetrisk information kan således uppstå mellan kreditbedömaren och företagsledaren (Landström, 2003). Det är både dyrt och svårt att ta fram och verifiera information (Funered, 1994). För att inte handeln på de finansiella marknaderna ska avstanna på grund av ojämn informationsfördelning, finns det aktörer som samlar in och bearbetar information. Exempel på sådana aktörer är massmedia, olika granskningsinstitut samt professionella yrkesutövare som börsmäklare, fondförvaltare

med flera (Funered, 1994). Kreditbedömare måste ta hänsyn till den asymmetriska informationen som kan uppstå och använda sig av den information som är relevant vid kreditbedömningen (Funered, 1994; Landström, 2003).

För att banken ska kunna utföra en korrekt kreditbedömning av företaget behöver banken införskaffa information, vilket kan göras på olika sätt. Ett sätt att samla in information är att granska företagets årsredovisning. Små företag i Sverige är idag redovisningsskyldiga och ska följa årsredovisningslagen och bokföringslagen vid upprättande av sin årsredovisning (FAR, 2010). Årsredovisningen ska upprättas enligt god redovisningssed och ge en rättvisande bild över företaget samtidigt som den ska vara överskådlig. Årsredovisningen ska innehålla en resultat- och balansräkning, förvaltningsberättelse och noter (FAR, 2010; Sigbladh, Lundén & Stenberg, 1999). Ett annat sätt att samla in information på är från sociala nätverk, exempelvis Rotary, Lions och idrottsföreningar (Svensson & Ulvenblad, 1994). Andra typer av informationskällor kan vara information från företagets kunder, företagsledningen, från företagets revisor eller genom att göra en kreditupplysning om företaget (NUTEK, 1993). Vi ställer oss frågande till om informationsinsamlingen skiljer sig åt beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man?

Ett viktigt moment för bankerna att bedöma vid finansiering av små företag är företagets kreditvärdighet (Andersson, 2003). Banken måste bedöma företagets vilja och framtida förmåga till att kunna återbetala krediten inklusive ränta. Syfte med kreditbedömningen är dock inte bara att bedöma företagets betalningsförmåga, utan även att undersöka vilken säkerhet företaget kan erbjuda banken (Funered, 1994). Kreditbedömare skiljer sig åt när det gäller bedömning av företagets kreditansökningar trots att det finns standardiserade och omfattande kreditpolicier för banken att följa. Kreditbesluten grundar sig på kreditbedömarens personlighet, åsikter och erfarenheter (Bellucci et al., 2010). Författarna menar att kvinnliga kreditbedömare är mer riskaverta och mer osäkra i sin kreditbedömning jämfört med manliga kreditbedömare i samma situation. Kling, Driver & Larsson (2003) menar att beroende på vilken beslutsledarstil kreditbedömaren har nås olika framgångar vid kreditbedömning.

1.2 Problemdiskussion

För att ett nytt företag ska kunna startas eller ett befintligt företag utvecklas och expandera behövs extern finansiering (Eriksson, 2006). Shaw et al. (2009) menar att kapitalet har en betydande inverkan för företagets överlevnad. En av de viktigaste kreditgivarna är banker som i första hand tillhandahåller olika former av krediter, såsom lån och checkräkningskrediter. Kritik har dock riktats mot banker när det gäller förståelsen av småföretagens önskemål och behov, samt deras bristande kunskap om företagets verksamhet. En förklaring till den bristande förståelsen skulle kunna vara att banktjänstemannen inte förmår att utföra sina arbetsuppgifter eller att hon/han inte har den kunskap som krävs (Eriksson, 2006). Forskning visar att ju närmare låntagaren är kreditbedömaren desto lättare är det att samla in information om företaget och kvalitetssäkra den (Agarwal & Hauswald, 2010).

Utöver den ekonomiska analysen av det kreditsökande företaget är det viktigt att banktjänstemannen gör en bedömning av den kredit sökandes verksamhet och betalningsmoral (Funered, 1994). Således är uppgifter om affärsidé, ledning, bokslut, budget samt säkerheter intressanta att analysera vid kreditbedömning (Bellucci et al., 2010; Green, 1996). En väl etablerad affärsrelation mellan banken och den kreditsökande ger kunskap om företagets ekonomi samt företagarens personliga egenskaper och underlättar kreditbedömningen

(Funered, 1994). Forskning visar att kvantitativ data såsom finansiell information har en stor betydelse vid kreditbedömning (Kling et al., 2003). Kreditbedömare fattar oftast beslut utifrån företagets kvantitativa data, såsom företagets årsredovisning och analyserar det i enlighet med olika beräkningsmodeller som styrs av bankens policy, regler och förfarande (Silver & Vegholm, 2009). På senare tid har det dock visat sig att kvalitativa faktorerna såsom kompetens, återbetalningsförmåga och ärlighet också spelar en allt större roll och ska tas med i kreditbedömningen (Howorth & Moro, 2006; Kling et al., 2003). Green (1996) menar att de kvantitativa uppgifterna är lättare att analysera och kommunicera och att därför dessa prioriteras före de kvalitativa uppgifterna vid kreditbedömningen. Vi ställer oss då frågan om vilken information kvinnor och män som kreditbedömare anser är mest värdefull vid kreditbedömning av små företag?

Silver och Berggren (2010) menar att en positiv och ömsesidig relation mellan banken och företaget leder till många fördelar. Bland annat har det i deras studie visat sig att banken, vid en bra relation har en ökad vilja att stödja sina företagskunder även vid lågkonjunkturer. Relationen speglas även av förtroende och den information som kreditbedömaren får ta del av. Kling et al. (2003) menar att vid informationsbrist får kreditbedömaren helt enkelt förlita sig på sin intuition och det förtroende som denne får för företagaren som person vid kreditbedömning. Värdet av informationen om företagaren som person är ett resultat av hur personlighet påverkar kommunikationen och därför måste skillnader mellan kvinnor och män som kreditbedömare beaktas (Graham, 1986).

Det finns skillnad mellan kvinnor och män när det gäller deras sökbeteende av informationskällor, vilket beror på olika kunskaper och förtroende (Barber, Dodd & Kolyesnikova, 2009). Gunneriusson (2002) menar att män dras till män för att få bekräftelse på sina kunskaper och väljer därför män före kvinnor. Författaren menar att kvinnor skapar kvinnliga nätverk, samtidigt som män har en tendens att skapa manliga nätverk. Detta handlar om en undermedveten attraktion till likasinnade individer, som har samma förståelse och som de känner förtroende för. Det finns individuella skillnader att hantera information som i sin tur påverkar kreditbedömningen till små företag (Kling et al., 2003). Kvinnor styrs av personlig tillhörighet och att främja vänskapliga relationer, medan männen bedöms som relativt självfokuserade (Barber et al., 2009). Dessutom, menar författarna, har kvinnor en tendens att både oro sig för sig själva och för andra, vilket innebär att kvinnor är mer känsligare än män. Dessa olika egenskaper påverkar i sin tur vilka informationskällor som söks vid en kreditbedömning. Vi ställer oss då frågande till vilken typ av information samlar kvinnor och män som kreditbedömare in vid kreditbedömning av små företag?

1.3 Problemformulering

Denna problembakgrund och problemdiskussion leder oss till följande problemformulering:

På vilket sätt skiljer sig informationsinsamlingen åt vid kreditbedömning av små företag beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man och vad beror det på?

1.4 Syftet

Syftet med vår studie är:

- att beskriva hur kvinnor och män samlar in information vid kreditbedömning av små företag
- att analysera och tolka likheter och olikheter vid informationsinsamling beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man

- att skapa en djupare förståelse om skillnader mellan kvinnor och mäns sociala beteende i deras roll som kreditbedömare

Vi kommer i vår studie att utgå från det biologiska könet då vi vill studera hur kvinnor och män som kreditbedömare samlar in information vid kreditbedömning av små företag. Likheter och olikheter vid informationsinsamlingen försöker vi beskriva och förstå med hjälp av det sociala beteendet hos kvinnor och män, den stereotypen att kvinnor och män uppför sig olika, det vill säga genom genus perspektivet. Skillnad mellan genus och kön beskriver vi mer utförligt i teorin under rubriken kreditbedömare.

1.5 Avgränsningar och disposition

1.5.1 Avgränsningar

I vår uppsats kommer vi att avgränsa oss till små företag. Små företag anser vi är företag som inte har mer än 50 anställda.

1.5.2 Studiens fortsatta disposition

Kapitel 2: Teori

I kapitel två kommer vi inledningsvis att presentera kapitlet i korthet. Efter det definierar vi små företag och ger en förklaring till vilken betydelse banken har för små företag och att denna relation kan speglas av förtroende och geografisk närhet, men även av asymmetrisk information. Vidare kommer vi att presentera den kreditbedömningsprocessen som ligger till grund för kreditbedömning till små företag. Därefter presenterar vi hur informationsinsamlingen kan skilja sig åt beroende på om kreditbedömaren är en kvinna eller man och vad det kan beror på. Efter det tar vi upp olika typer av informationskällor och avslutningsvis presenterar vi en egenarbetad teorimodell som ligger till grund för vår empiriinsamling.

Kapitel 3: Metod

I kapitel tre kommer vi att presentera det vetenskapliga synsättet, val av undersökningsmetod samt vilken ansats vi har valt. Därefter kommer vi att diskutera vilken perspektiv vi har fokuserat på i vår undersökning och hur vi har samlat in data. Vidare presenterar vi en modell för analysmetod som vi har använt. Vi avslutar kapitlet med en diskussion om studiens äkthet och trovärdighet.

Kapitel 4: Empiri

I det fjärde kapitlet kommer vi att redovisa den insamlade empirin som vi har tagit del av genom intervjuer med respondenterna. Vi kommer att redovisa respondenternas åsikter, tankar och funderingar kring informationsinsamling vid kreditbedömning av små företag. Framför allt kommer vi att visa hur respondenternas kunskaper, erfarenheter och osäkerhet speglar informationsinsamlingen, men även att förtroendet gentemot företaget, samt den geografiska närheten har en betydelse vid insamling av information.

Kapitel 5: Analys

I det femte kapitlet kommer vi att ge en beskrivning av det insamlade materialet och göra en jämförelse mellan respondenternas likheter och olikheter. Därefter kopplar vi de empiriska

resultaten till den insamlade teorin. Vi kommer att försöka hitta mönster och tolka informationsinsamlingen beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man. I början av kapitlet sammanfattar vi respondenternas bakgrund för att vidare ta upp deras relation till små företag samt hur kreditbedömningsprocessen går tillväga. Kreditbedömarens sociala beteende och dess påverkan på informationsinsamlingen har vi sammanställt i en egenarbetad analystabell och avslutar kapitlet med en sammanställning av respondenternas viktigaste informationskällor.

Kapitel 6: Slutsatser och framtida forskning

I det avslutande kapitlet kommer vi att besvara vår problemformulering och uppfylla studiens syfte. Vi kommer att skapa en djupare förståelse för likheter och olikheter mellan kvinnor och män i deras roll som kreditbedömare vid informationsinsamling och sammanfatta studiens viktigaste slutsatser. Avslutningsvis kommer vi att presentera vårt bidrag till forskning och ge förslag på framtida forskningen.

2. Teori

I detta kapitel redogör vi för den teori som ligger till grund för vår studie och inledningsvis sammanfattar vi teorikapitlet i korthet. Då banken anses vara en viktig finansiell källa för små företag och relationen dessa emellan speglas av förtroende, men även av en geografisk närhet, har vi under avsnittet banken och små företag redogjort för relationen mellan dessa parter. Därefter har vi visat på betydelsen av informationsinsamling för att kreditbedömningen ska bli så rättvis som möjligt och att kreditbedömaren behöver samla in information om företaget. Insamlingen av information skiljer sig åt beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man och kan påverkas av kreditbedömarens sociala beteende såsom, kunskaper, erfarenheter och osäkerhet samt förtroende och geografisk närhet till små företag. Teorikapitlet avslutas med en egenarbetad teorimodell, där vi visar att insamlingen av information kan skilja sig åt beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man och påverkas av socialt beteende.

2.1 Teorikapitlet i korthet

I teorikapitlet redovisar vi den litteratur och forskning som är relevant för vår studie. Vårt första delkapitel tar således upp *Banken och små företag*. Under detta delkapitel kommer vi att redogöra för hur den forskningen som vi har tagit del av definierar små företag. Därefter kommer vi att fortsätta med relationen mellan banken och små företag och redogöra för vilken betydelse banken har för små företag. Banken spelar en stor roll för små företag när det gäller finansiering (Berggren, 2003; Eriksson, 2006). Dock speglas relationen mellan banken och företaget av komplexitet då det kan förekomma objektiv och lite information (Carr, 2009; Landström 2003; Rauterkus 2008). Relationen mellan banken och små företag speglas av asymmetrisk information vilket gör att utlåningen till små företag blir riskfylld (Landström, 2003; Rauterkus, 2008).

I delkapitel två *Kreditbedömningsprocessen* visar vi betydelsen av informationsinsamling för att kreditbedömningsprocessen ska bli så bra som möjligt. Källan till kreditbedömningsprocessen har vi hämtat från Svensson och Ulvenblad (1994). Processen delas in i fyra steg; initial kontakt, beredning, bedömning och beslut. Under varje steg har vi utförligt visat hur processen går till och visat betydelsen av informationskällor.

I vårt tredje delkapitel *Kreditbedömaren* speglar vi kreditbedömarens roll gentemot små företag. Eriksson (2006) menar att en anpassning av kreditbedömaren gentemot små företag är nödvändig för att denne ska förstå den informationen som hon/han får ta del av. I första delkapitel redogör vi och förklarar skillnaden mellan genus och kön. Kön är det biologiska könet, kvinna eller man, medan genus står för det sociala kvinnligt eller manligt (Macheridis, 2009). Under kapitlet kvinnor och män i yrkesroller presenterar vi forskning om likheter och olikheter mellan kvinnors och mäns beteende i olika yrkesroller. Därefter kommer avsnittet kreditbedömare och informationsinsamling, där vi visar betydelsen av att samla in all tänkbar information vid kreditbedömning. Vid insamling av vår teori har det visat sig att en del forskare är överens om att kreditbedömarens sociala beteende kan ha en betydelse när det gäller insamling av information vid kreditbedömning mot små företag. Bellucci, et al. (2010) menar att beroende på hur kreditbedömaren uppfattar och mottar information påverkas deras kreditbedömning. Insamling av information skiljer sig åt beroende på kreditbedömarens förvärvade förtroende och geografisk närheten till företaget, men även på kreditbedömarens kunskaper, erfarenhet och osäkerhet. Därefter bearbetas informationen på olika vis beroende

på kreditbedömarens förvärvade förtroende till företaget och inre kunskap (Barber et al., 2009). Vi har i huvudsak valt att utgå ifrån dessa författare och deras forskning.

I det fjärde och avslutande delkapitel *Olika typer av informationskällor*, nämner vi fem exempel på informationskällor: kreditupplysning, information från företaget, företagsledningen, revisorn och socialt nätverk. Kreditupplysning anses vara en av de viktigaste informationskällorna vid kreditbedömning (Sigbladh et al., 1999). Därefter redogör vi för information från företaget, vilket är ännu en informationskälla. En del information kan komma från företagets kunder (Gomez, 2003; NUTEK, 1993), medan en del information återfinns i företagets årsredovisning (Coghill, 1976). Vid kreditbedömning bör företagsledningen ingå i analysen (NUTEK, 1993; Sigbladh et al., 1999). Detta för att företagsledningen uppfattas som en av de viktigaste faktorerna till företagets framgång och överlevnad (Broomé, Elmér & Nylén, 1998). Företagets revisor ska uttala sig om företagets räkenskaper och anses vara en viktig informationskälla (Sigbladh et al., 1999). Avslutningsvis tar vi upp socialt nätverk. Howorth och Moro (2006) menar att deltaganden i sociala nätverk och tillgången till information är en viktig del i kreditbedömningsprocessen. Avslutningsvis i teorikapitlet har vi arbetat fram en egen teorimodell som kommer att ligga till grund för vår empiriinsamling.

2.2 Banken och små företag

Traditionellt sett har bankerna varit den största källan av finansiella tjänster till små företag (Berggren, 2003; Georgas & Seward, 1998). Detta gäller både för nystartad och befintliga företag då behovet av kapital uppstår vid exempelvis investeringar, nya produktionsresurser, byggnader, maskiner eller andra resurser (Broomé et al., 1998). Dock har det förekommit viss kritik i relationen mellan små företag och banken. Det har visat sig att bankerna har haft svårt att utöka affärsrelationen gentemot företaget (Landström, 2003; Miller & Siegel, 2009). Detta kan bero på bristande information och kommunikation, för lite kunskap och förståelse för företaget, men även på bristande utbildning och för lite kunskaper från bankens sida om företagets specifika verksamhet (Miller & Siegel, 2009; Silver & Vegholm, 2009). Silver och Vegholm (2009) menar att utbildning och ökad uppmuntran förstärker förtroendet för bankernas organisationer och på så vis förbättras relationen med små företag.

2.2.1 Små företag

Benämningen på små företag har i forskningen varierat. Ang (1991) menar att små företag är företag som inte är börsnoterade och där ägaren har ett personligt betalningsansvar. I Norge benämns företagen som små om de har mellan 1 och 19 anställda (Gooderham, Tobiassen, Døving & Nordhaug, 2004). Collis, Jarvis och Skerratt (2004) benämner små företag i Storbritannien som företag med upp till 50 anställda, medan företag i USA klassas som små om de har mindre än 500 anställda (Coleman, 2000). I Sverige benämns företagen som små företag om de har mindre än 50 anställda, har en balansomslutning på mindre än 25 miljoner och inte har en nettoomsättning på mer än 50 miljoner kronor (FAR, 2010). Dessa företag klassas även som K2-företag enligt bokföringsnämndens rekommendationer. Även vi anser att företagen är små om de inte har mer än 50 anställda.

2.2.2 Information från små företag till banken

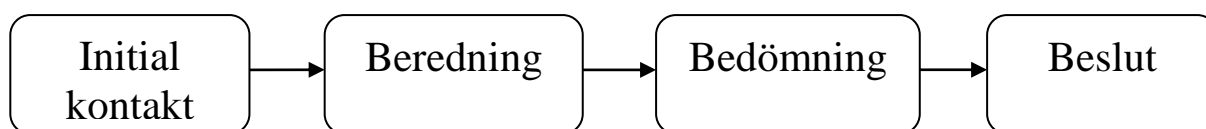
Vid kreditbedömning anser bedömaren att det är svårt att hitta en stabil grund att stå på när det gäller kreditbeslut till små företag (Rauterkus, 2008). Detta för att det finns mindre information att tillgå om små företag jämfört med större företag, vilket gör att relationen spelar en viktig roll. Relationen mellan banken och små företag speglas av förtroende, närheten till kunden, längden på relationen, men även av bankens och företagets värderingar

(Howorth & Moro, 2006). Studier av Silver och Berggren (2010) visar att en positiv relation mellan banken och små företag skapar lojala och nöjda kunder. Författarna menar att detta uppnås genom att banken är mer aktiv i sin relation med företagskunder, vilket kan göras genom att utbilda personalen istället för att satsa på teknisk utveckling och genom att ändra på värderingar inom organisationen. Förändring av värderingarna kan göras genom att bankerna försöker utveckla sitt varumärke mot små företag och på så vis förstärker relationen. Små företag anses vara viktiga kunder för banken då de ger stora vinstmöjligheter, därför är relationen mellan banken och företaget viktig (Silver & Vegholm, 2009). Författarna menar även att relationen är viktig för en effektivare service inom banken och för att små företag föredrar en nära relation med banken som de kan vända sig till vid problem, som då kan ge dem de råd som är nödvändiga.

Relationen mellan banken och små företag kan speglas av asymmetrisk information. Landström (2003) och Rauterkus (2008) hävdar att utlåningen till små företag är riskfylld på grund av asymmetrisk information. Asymmetrisk information uppstår när den ena parten har mer information än den andra och drar nytta av det (Deegan & Unerman, 2006; Eisenhardt, 1989). Småföretagsledare har naturligt mer kunskap om företaget som gör att banken hamnar i underläge när det gäller informationen (Landström, 2003; Saam, 2007; Svensson & Ulvenblad, 1994). Landström (2003) menar att företagaren försöker ställa företaget i en så positiv dager som möjligt, vilket leder till att asymmetrisk information uppstår. En erfaren kreditbedömare ska å andra sidan kunna se igenom detta och förväntas kunna urskilja vilken information som är intressant vid kreditbedömningen (Kling et al., 2003; Svensson & Ulvenblad, 1994). På så vis utjämnas den asymmetriska informationen och kan till och med vändas till en fördel för banken, då banken i regel har mer information om branschen som företaget är verksamt i (Landström, 2003).

2.3 Kreditbedömningsprocessen

Hur bankerna kombinerar informationen från olika källor är en viktig fråga att besvara vid en kreditbedömningsprocess, samtidigt som det går att konstatera att insamlandet av information är nödvändig vid en kreditbedömning (Tsai, Thomas & Yeh, 2005). En kreditbedömningsprocess går ut på att kunna fatta tillräckligt bra beslut om företagets sannolika återbetalningsförmåga inom överenskommen tid (Andersson, 2003; Sigbladh et al., 1999). Banken är villig att bevilja kredit för att själva tjäna ränta på det utlånade kapitalet, men själva bedömningsprocessen är väldigt komplex då det råder stor osäkerhet om hur företaget kommer att uppföra sig i framtiden angående kredit och räntebetalning (Andersson, 2003). För att kunna göra en kreditbedömning behöver banken införskaffa information om företaget som sedan blir bankens underlag för kreditbeslutet. Här nedan följer en kreditbedömningsprocess som är hämtad från Svensson och Ulvenblad (1994) som steg för steg visar hur en kreditbedömningsprocess kan gå till.



Figur 1: Kreditbedömningsprocessen. Källa: Svensson och Ulvenblad (1994).

2.3.1 Initial kontakt

Det första steget i kreditbedömningsprocessen är företagets möte med banken. Aktörerna i en kreditbedömningsprocess är oftast en kreditansvarig kreditbedömare och en företagets ledare

(Broomé et al., 1998). Både kreditbedömaren och kredittagaren använder sina argument i en kreditförhandling. Om en företagsledare ska lyckas med sin presentation av sitt företag hos kreditbedömaren måste presentationen vara tillfredsställande. Kreditbedömaren anser det svårt att göra en bedömning av företagsledaren vid första kontakten och går oftast på sin egen känsla för personen och på hennes/hans förmåga till att lyckas med projektet (NUTEK, 1993). För att kreditbedömaren ska fortsätta sin kreditbedömning och gå vidare i processen måste företaget passera steg ett.

2.3.2 Beredning

Vidare i kreditbedömningsprocessen presenterar företaget sin affärsidé. Det gäller för företaget att presentera denna på ett bra sätt och hitta ett system för att förmedla sina idéer till kreditbedömaren (Broomé et al., 1998). Misslyckande av presentationen av affärsidén kan bero på att den inte stämmer överens med det behov som finns för produkterna, eller att kreditbedömaren inte är mottaglig för informationen. Vidare kan ett misslyckande bero på att ett ungt företag inte har samma kunskap som ett äldre företag när det gäller att presentera sig, eller att det inte finns någon överensstämmelse mellan företagsledaren och affärsidén (NUTEK, 1993). Svensson och Ulvenblad (1994) menar att insamlandet av relevant, korrekt och aktuell information som underlag vid en kreditbedömning är ett måste för att kreditbedömningen ska bli så framgångsrik som möjligt. En kreditbedömaren kan använda sig av den information som redan finns i företagets årsredovisning (Silver, 2003; Svensson & Ulvenblad, 1994), men kan även samla in information från företagets kunder exempelvis (Gomez, 2003). Därefter görs en sammanställning av den insamlade informationen och kreditbedömaren fortsätter sin bedömning i steg tre i kreditbedömningsprocessen.

2.3.3 Bedömning

I steg tre ska kreditbedömaren göra en bedömning av företaget utifrån den informationen som den har tagit del av. Kreditbedömaren måste göra en bedömning av kreditvärdigheten hos företaget, det vill säga deras förmåga att kunna och vilja återbetala lånet inklusive ränta (Andersson, 2003; Broomé et al., 1998). Kreditbedömning av företaget görs genom olika typer av analyser, exempelvis företagets säkerheter och risker, vilka finansieringsmöjligheter som finns, men även andra analyser som är viktiga för kreditbedömaren (Broomé et al., 1998). Kreditbedömaren säkerställer sitt utlånade kapital till företaget genom företagsinteckningar eller genom pantbrev i företagets fasta egendom. Efter att kreditbedömaren samlat in informationen, sammanställt den och bedömt företagets situation tas ett beslut om lånet ska beviljas eller inte.

2.3.4 Beslut

I det sista steget ska kreditbedömaren ta beslut om krediten ska beviljas eller inte. Ibland kan vara enkelt att fastställa den tidpunkt som kreditbeslutet fattades, men ibland kan det vara svårare (Svensson & Ulvenblad, 1994). I vissa fall fattas kreditbeslut redan efter några minuter efter det att företaget och kreditbedömaren träffats och i vissa fall tar det längre tid. Om kreditbedömaren har en högsta limit på kreditbelopp som denne får bevilja kan ett förhandsbesked lämnas till företaget för att i efterhand bekräftas när ärendet har blivit avgjort på en högre nivå.

2.4 Kreditbedömaren

Kreditbedömaren har ofta en viss distans till sina kunder, detta för att de inte ska göra fel vid bedömningen av små företags krediter, men även för att det beror på bankens kultur och tradition (Eriksson, 2006). Statusen på företaget sett ur kreditbedömarenns ögon beror på om företaget redan är kund eller inte i banken (Broomé et al., 1998; Howorth & Moro, 2006).

De företag som redan är kunder i banken har en högre status än företag som inte är det (Eriksson, 2006). Statusen stiger också beroende på företagets storlek, ålder och framgång, men även på vilken dominans företaget har på orten, högre dominans ger högre status hos kreditbedömaren. Kreditbedömaren referensramar bestämmer hur omvärlden tolkas och utvecklas ständigt genom att anpassa sig till deras upplevelser. För att en kreditbedömare ska kunna tillgodogöra sig den information som ges krävs det en anpassning av kreditbedömaren, både i sin egen referensram men även gentemot företaget. Vidare menar författaren att en god relation gentemot företaget ökar kreditbedömarens förutsättningar att tillgodogöra sig och förstå informationen om företaget. En nära relation skapar ömsesidigt förtroende och en förutsättning för att företagaren skall vara öppen gentemot kreditbedömaren, samtidigt som den nära relationen innebär en risk då kreditbedömaren inte tar till sig negativ information såsom att företaget exempelvis står inför en kris.

2.4.1 Skillnad mellan genus och kön

Först och främst måste en skillnad mellan genus och kön göras (Macheridis, 2009). Med kön menas det biologiska könet, kvinna eller man, medan genus står för det sociala, kvinnligt eller manligt (Björnsson, 2003; Macheridis, 2009). Det kan handla om att den manliga stereotypen exempelvis är aggressiv, oberoende, strategisk, rationell och konkurrensinriktad, medan den kvinnliga stereotypen exempelvis är emotionell, spontan, intuitiv, samarbetsinriktad och närvarande (Barber, et al., 2009; Connell, 2003; Macheridis, 2009).

Ordet genus står för det sociala, kvinnligt eller manligt, där det sociala sammanhanget, kultur inräknat, påverkar en persons utveckling, exempelvis att pojkar ska uppträda och vara på ett visst sätt (Macheridis, 2009). Genus är intressant ur flera perspektiv, ett exempel är processperspektivet som betraktar kvinnor och män som en social konstruktion, där fokus ligger på hur kvinnor- och mäns roller uttrycks och skapas i olika sammanhang. Ett sammanhang avser hur könsskillnader påverkar mötet med människor. West och Zimmerman (1987) ser genus som en prestation av ett bestämt beteende i motsats till biologiska skillnader mellan könen. Författarna menar att det skapas skillnader mellan kvinnor och män, som inte är biologiska och naturliga. Kvinnor och män tränas till att bete sig som kvinnor och män. De tränas till att bete sig olika och blir det som de tränas till. Berggren, Gillström, Gillström och Östling (2001) anser att det behövs både kvinnors och mäns speciella styrkor. Det behövs kvinnors kommunikationsförmåga, förmåga att lyssna och utveckla relationer mellan människor, samtidigt som det behövs männens förmåga till beslutsamhet, att sätta gränser och ställa krav.

I relationen mellan banken och kunden speglas det olika personligheter, kommunikation- och lärande preferenser (McCarthy, 2010). Bankmannen tenderar att klassificera människor efter sin egen uppfattning om kunden, vilken typ av personlighet som kunden har, exempelvis om hon/han är undergiven, aggressiv eller intellektuell. Värdet av denna information är ett resultat av hur personligheten påverkar kommunikationspreferenserna och skillnader mellan genus måste beaktas vid bedömning av lärandepreferenser och kommunikationsstilar.

2.4.2 Kvinnor och män i yrkesroller

Kreditbedömaren preferenser och kulturella föreställningar om kön kan påverka deras kreditbedömning och uppfattning om låntagarens risker (Bellucci, et al., 2010). Författarna bygger sin forskning på en kvantitativ studie och menar att könsskillnader har uppkommit i frågan om låneavtal mellan kvinnor och män och kan bero på företagarens egna kapital, vilken typ av verksamhet som bedrivs, ekonomiska förbindelser, risker, företagarens kön, men även på företagarens entreprenörsförmåga. Uppfattningen om låntagarens

kreditvärdighet visar på en signifikans om kreditbedömare är kvinna eller man. Det förefaller att kvinnor ha svårt att få förståelse för att de vill bli behandlade på samma villkor som män och att män har en tendens att använda ett språk som är främmande för kvinnor (Björnsson, 2003). Det gör att kvinnor får en känsla av att de stöts bort när det gäller att förmedla viktig information, exempelvis deras vision och affärsidé. Författaren menar då att kvinnor efterfrågar rådgivare av samma kön då de känner att förståelsen för dem ökar, medan Kempf och Palan (2006) menar att information som lämnas av en man mottas bäst av en kvinna och vice versa.

Veloutsou, Paton och Lewis (2005) menar att kvinnor uppfattar informationskällor på ett trovärdigare sätt jämfört med vad männen gör. Dessutom visar det sig att kvinnor i högre utsträckning använder sig av de informationskällor som finns tillgängliga och lägger större värde på den information som de tillhandahåller i jämförelse med männen. Sridhar (1987) fann i sin studie inga skillnader mellan kvinnor och män när det gäller tiden att samla in information, antalet kontakter som användes inom organisationen, graden av informationsinsamlingen eller beroende av informella informationskällor. Däremot visade studien att kvinnor tenderar att anlita referenser i högre utsträckning än män, men däremot tar de färre personliga kontakter utanför organisationen.

Bolman och Deal (2005) har forskat om det finns skillnader i kvinnor och mäns sätt att leda och har kommit fram till att det finns fler likheter än olikheter. Skillnaderna mellan kvinnor och män är så små att det till och med diskuteras inom forskningsvärlden om skillnaderna ens har någon betydelse. Författarna ställer sig då frågande till varför det är mer män än kvinnor på de ledande positionerna i arbetslivet. Deras förklaring grundar sig på stereotypen att ledarskap är någonting manligt, att makt anses vara opassande för kvinnor, kvinnor med stor makt uppfattas i sagor och filmer som häxor samt att kvinnor har större behov av att lyckas i det privata livet och mindre behov av uppskattning och status.

Acker (1994a) poängterar att kvinnor som sitter på de ledande positioner inom organisationen har svårt att hitta sin plats bland sina manliga kollegor och att uppfattas som en av grabbarna. Jonnergård och Stafsudd (2009) har forskat om det kvinnliga och manliga i revisionsbranschen och tar upp att kvinnor har mindre tillgång till information samt inflyttande i organisationen på grund av att de inte uppfattas som en i det manliga gänget. Majoriteten av respondenterna, både kvinnor och män, i deras undersökning ansåg att det finns skillnader mellan kvinnliga och manliga revisorer. Uppfattningen grundar sig i förväntningar att revisorn är en man, att män är varandras kompisar, att kvinnor föder barn samt att män är aktiva medan kvinnor är noggranna. Män anses vara av biologiska skäl överlägsna på fysisk styrka och teknik och kvinnor på empati. Inom bankbranschen har Acker (1994b) också hittat skillnader mellan kvinnor och män som anställda. Trots att de flesta anställda i svenska banker är kvinnor, befinner sig kvinnorna på lägre positioner och får lägre lön än män. Män å andra sidan besitter högre positioner som innehåller makt och kontroll trots att de representerar minoriteten inom bankbranschen.

2.4.3 Kreditbedömare och informationsinsamling

I en kreditbedömningsprocess är det kreditbedömarens uppgift att ta beslut om ett lån ska beviljas eller inte. Kreditbedömarens uppgift är då att inhämta information om företaget genom att kommunicera med andra aktörer, eller att öppna kanaler för att kunna föra en kommunikation med de inblandade (Berggren & Lindkvist, 2001; Howorth & Moro, 2006). Kreditbedömare kan ses som en av olika aktörer eller som ett nav i kommunikationsnätverket. Barber, et al. (2009) skiljer på intern och extern informationssökning. Författarna menar att

intern informationssökning är ens eget minne eller egna kunskaper som utnyttjas före extern informationssökning. Den externa informationsinsamlingen inträffar när den interna kunskapen är låg och då söks extern information från vänner, bekanta och andra informationskällor. Fördelen med personliga informationskällor är att de anses vara trovärdiga och insamlaren respekterar deras åsikter. Oftast fattas kreditbeslut på finansiell information som är lätt att kvantifiera såsom företagets årsredovisning och allt mindre fattas kreditbeslut på icke finansiell information exempelvis ägarens karaktär (Scott, 2006). Kreditbedömare spelar en central roll vid tolkning och produktion av icke finansiell information som bör ge en mer komplett beskrivning av företaget och dess företagsledare. Utan icke finansiell information är risken stor att små företag nekas kredit på grund av ofullständiga årsredovisningar eller begränsad verksamhetshistoria, med det menas att finansiell information inte berättar hela historien om företaget. Små företag har en fördel av att kreditbedömaren använder sig av icke finansiell information. Studier visar att små banker är bättre på att samla in och använda sig av icke finansiell information än vad stora banker är (Berger, Miller, Petersen, Rajan & Stein, 2005). Trots det finns det empiriska belegg för att icke finansiell information används i liten utsträckning av kreditbedömare, vilket i sin tur kan påverka små företags finansiering. Scott (2006) menar att det finns ett samband mellan kreditbedömare och små företags lån.

2.4.3.1 Kreditbedömarens kunskaper och erfarenheter

Kunskap definieras som något som man kan ta till sig och lära sig (Tonnquist, 2006). Det snabbaste sättet att skaffa sig kunskap är genom utbildning. På grund av organisationens specifika verksamhet finns det behov av en specialiserad kunskap som är anpassad till organisationen (Bolman & Deal, 2005). Vid informationsinsamling måste beslutsfattarens egenskaper och samspel gentemot motparten beaktas (Sacci & Burigo, 2008). En erfaren beslutsfattare har mer kunskaper och tenderar att använda sig av en mer riktad strategi än vad nybörjare gör vid insamling av information. Beslutsfattarens kunskaper ger dem möjlighet att sortera bort irrelevant information och koncentrera sig på den information som är relevant. När erfarna beslutsfattare lutar på den externa informationskällan tenderar de att ta avstånd från att använda sig av sina egna strategier och minska sökandet av relevant information. Barber, et al. (2009) menar att utvärderingen av informationsinsamlingen är relaterat till genus. Kvinnor är mer benägna att fatta beslut på en grundlig bearbetning av all tillgänglig information, medan män fattar beslut på relevant information.

Banker har sedan länge tillbaka utropat sin önskan av att få vara sina kunders betrodda rådgivare, medan bankens kunder har sneglat på rådgivarens erfarenhet, förtroende, ålder och kompetens (Miller & Staada, 2010). Författarna fann i sin studie att erfarenheter är något som byggs upp och arbetats fram genom flera ekonomiska cykler, vilket innebär att rutinerade banktjänstemän ger bättre råd och perspektiv till sina kunder än vad bankmän gör som befinner sig i början av sin karriär. Kreditbedömare utnyttjar sina referensramar vid bedömningen såsom tidigare kunskaper, erfarenheter och föreställningar i sin strävan efter begriplighet och struktur (Eriksson, 2006; NUTEK, 1993). En erfaren kreditbedömare förväntas lättare hitta relevant information och därmed vara mer effektiv i beslutsfattande (Andersson, 2003). Det leder vidare till att erfarna kreditbedömare förväntar sig samla mindre information än oerfarna samt söka aktivt efter information. Dock har författaren i sin studie kommit till helt motstridigt resultat. Undersökning har visat att erfarna kreditbedömare tvärtom har samlat mycket mer information än oerfarna kreditbedömare samt har varit dåliga på att välja väsentlig och relevant information.

2.4.3.2 Kreditbedömarens osäkerhet

Rydmark (2002) har forskat om hur osäkerhet påverkar beslutsfattande. Med osäkerhet menar författaren att beslutsfattaren inte har tillgång till all information och därför saknar kunskap om något relevant som behövs för att kunna fatta beslut. Osäkerhet kan också finnas trots att relevant information är tillgänglig. Osäkerheten kan bero på att beslutsfattare inte kan lita på informationen eller har svårt att tolka, bearbeta och förstå informationen. Författaren menar att minskning av osäkerhet ske genom att samla in mer information, be sina kollegor om råd eller ignorera osäkerhet. Barber et al. (2009) menar att ett sätt att minska osäkerheten är att samla in mer information och därmed tillfredsställa sökbeteendet. Graden av osäkerhet påverkar generellt behovet av struktur och bestämda regler där hög osäkerhet höjer behov av dessa (Bolman & Deal, 2005). Insamling och användning av informationskällor uppfattas olika av kvinnor och män, vilket beror på det förvärvade förtroendet, men även på insamlarens kunskaper och osäkerhet (Barber, et al., 2009). Kvinnor uppfattar i allmänhet händelser som mer riskfyllda, de antas vara mindre självsäkra jämfört med män och tenderar således att ta mindre risker, vilket leder till att informationsinsamlingen ökar (Barber, et al., 2009; Bellucci, et al., 2010).

2.4.3.3 Förtroende mot små företag

Förtroende anses vara ett av de grundläggande mänskliga behoven och handlar om att kunna hantera osäkerhet (Ekman, 2003). Enligt Runebjörk (2006) skapas förtroende med hjälp av olika faktorer exempelvis; expertkunskap, prestige, välkändhet, likhet, öppenhet, association, attraktivitet och ödmjukhet. Förtroende gentemot företag byggs på olika steg i en utvecklingsprocess, där det i steg ett handlar om den tekniska kunskapen i metoder och produkter (Miller & Staada, 2010). I andra steget utvecklas det ett engagemang där rådgivaren utgår ifrån kundens utmaningar och behov. Därefter utvecklas ett förhållande mellan rådgivaren och företaget där olika tjänster erbjuds kunden. I det sista steget börjar rådgivaren se resultat av den tiden som de arbetat med kunden och kunden får ett förtroende för rådgivaren och kan då öppna sig mer och föra mer intimare samtal. På så vis skapas en förtroendebaserad relation och den särskiljande kompetensen på den här nivån är inte den tekniska kompetensen utan det är kommunikationen som är viktig. Författarna fann i sin studie att förtroende ökade med tiden på grund av rådgivarens erfarenheter, omtanke om företaget och dess välbefinnande, men även av rådgivarens ärlighet. Företagarna känner att förtroendet stärks av att rådgivaren tror på företagaren och att de hanterar konfidentiell information professionellt. Howorth och Moro (2006) fann i sin forskning om förtroende mellan banker och företag, att förtroende påverkar besluten om banklån. Förtroende påverkas vidare av kompetens, delaktighet i samhällsaktiviteter, information från tredje part, relationens längd, relationens närhet, återbetalning samt gemensamma värderingar. Förtroende mellan kreditbedömare och små företaget skapas redan vid första möte och beror på det personliga intrycket eller är resultat av den långsiktiga relationen (Svensson & Ulvenblad, 1994). Bruns (2003) anser att förtroende i relationen mellan bank och små företag byggs på förväntningar att parterna inte kommer att handla till motpartens nackdel och på det viset skadar sin samarbetspartner. Ökat förtroende minskar också den asymmetriska informationen mellan banken och små företaget och underlättar informationsinsamling.

2.4.3.4 Geografisk närhet mot små företag

Vid informationsinsamling har den geografiska närheten en betydelse. Silver (2003) menar att banker alltid ansett det nödvändigt att låna ut lokalt eftersom informationsinsamlingen blir lättare och mer tillgänglig om banken ligger nära företaget. Det innebär att utlåning endast ska ske inom en radie som kan överblickas från kyrktornet på den lokala kyrkan, vilket kallas för ”kyrktornsprincipen”. Svensson och Ulvenblad (1994) fann i sin studie att på mindre orter har

banken en bättre personkänedom. Författarna menar att även den kredit sökandes familj och släktingar kan påverka kreditbedömningen. På lokalnivå används och utnyttjas även kreditbedömarens sociala nätverk som informationskälla, för att skapa ett tätare band mellan banken och företaget eller andra aktörer på marknaden (Silver, 2003). Enligt författaren minskar asymmetrisk information på grund av geografisk närhet mellan banken och företaget då kreditbedömaren har lättare att få tag i information som är relevant för kreditbeslut.

2.5 Olika typer av informationskällor

Företagare söker idag hjälp när det gäller finansiering av sina företag och beviljandet av lån speglar hur mycket information kreditbedömaren får ta del av (Zippwald, 2011). För att låneansökan ska bli framgångsrik menar författaren att företagaren måste tillhandahålla exakta uppgifter om hur mycket pengar som behöver lånas och vad lånet ska gå till. Detta kan göras genom prisuppgifter på utrustningen, kopior på anbud eller eventuella skuldebrev. Företagaren måste även vara öppen om information som gäller bolagets ledning, vara beredda på att lämna eventuella säkerheter och lämna detaljerad information om sin kredithistoria, samt kreditvärdighet. Vidare kan företagaren lämna kopior på bokslut, kontoutdrag och skattedeklarationer för att underlätta informationsinsamlingen. Sist av allt måste företagaren vara beredd på att svara på många frågor och visa tålamod, en kreditprocess kan ta lång tid. Efter insamlandet av information gäller det att kunna hantera informationen och bearbeta den på ett lämpligt sätt (Gunneriusson, 2002).

2.5.1 Kreditupplysning

Kreditupplysning är en av de viktigaste informationskällorna vid kreditbedömning, men fungerar även som bevakning av utlånat kapital (Sigbladh et al., 1999). Kreditupplysningen anses ha olika huvudsyften, bland annat ger den information om ett företags betalningsförmåga och vilja till återbetalning av krediten. Ett upplysningsföretag är upplysningscentralen (UC) (NUTEK, 1993; Sigbladh et al., 1999). UC kan ge information om ett företag har betalningsanmärkningar, men kan också inom 24 timmar ange risken om ett företag är på väg att hamna på obestånd (Sigbladh et al., 1999). Betalningsanmärkningar anses vara allvarliga varningstecken som uppvisar företagets oförmåga att betala sina skulder. Via UC kan kreditgivare även kontrollera om företaget har lämnat in sin årsredovisning i tid. Inom 7 månader ska årsredovisningen vara inlämnad till Pant och Registreringsverket (PRV), om inte bör kreditbedömaren bli misstänksam.

2.5.2 Information från företaget

En kreditbedömaren kan använda sig av finansiell information i form av företagets leverantörsfakturor, lönerapporter, tillverkningsregister och vinstdispositioner (Coghill, 1976). Annan information kan vara från företagets kunder (Gomez, 2003; NUTEK, 1993). Information återfinns även i företagets årsredovisning, men också i media och i rapportstudier (Coghill, 1976). Collis och Jarvis (2002) menar att extern rapportering är viktig för företagets utveckling och överlevnad. Fördelarna med att granska företagets årsredovisning är att det finns underlag till att genomföra olika finansieringsanalyser och nyckeltalsanalyser (Svensson & Ulvenblad, 1994). Nackdelar med att studera årsredovisningarna är att det i huvudsak är historisk information.

2.5.3 Företagsledningen

När kreditbedömaren gör en kreditbedömning av företaget bör företagsledningen ingå i företagsanalysen (NUTEK, 1993; Sigbladh et al., 1999). Detta för att företagsledningen uppfattas som en av de viktigaste faktorerna till företagets framgång och överlevnad, trots det ägnas det lite tid till bedömning av företagsledningen (Broomé et al., 1998). Detta beror på att

kreditbedömaren anser det svårt att beskriva och värdera företagsledningens agerande, kunskap och kompetens. Den kompetens som företaget utger sig för att ha innebär inte att företagsledaren har den kunskap som krävs för att leda och administrera företaget, utan oftast startas ett företag av personer som har en affärsidé som de tro på och vill utveckla (Sigbladh et al., 1999). Även företagets styrelse bör kontrolleras, eftersom styrelsen ofta består av de personer som är i företagsledningen, det vill säga ägaren själv och några till. En kreditbedömare kan föreslå för företaget att de kan komplettera styrelsen med utomstående personer som har kompetens, erfarenhet, kunskap och kontaktnät.

2.5.4 Revisorn

Kreditbedömaren kan använda sig av information från revisorn vid kreditbedömning av små företag (Gomez, 2003; Svensson & Ulvenblad, 1994). Företagets revisor är skyldig att lämna en revisionsberättelse där denne uttalar sig om företagets balans- och resultaträkning, företagets förslag till vinstdispositioner, företagets vinst eller förslut, samt om styrelseledamöter och företagets VD kan ges ansvarsfrihet (Sigbladh et al., 1999). Oftast föreligger det ingen kritik mot företaget från revisorn, men om revisorn mot förmodan avger en oren revisionsberättelse måste kreditbedömaren kontakta revisorn för att undersöka hur pass allvarliga bristerna är. Det är viktigt att kreditbedömaren gör en extra kontroll hos revisorn innan krediten beviljas för att se om uppgifterna är korrekta. Många gånger är ett företags problem kända för revisorn, men kreditbedömaren utnyttjar alltför sällan den informationen.

2.5.5 Socialt nätverk

Socialt nätverk är personliga relationer mellan människor som står varandra nära (Gunneriusson, 2002). Kreditbedömarens sociala nätverk kan exempelvis vara vänner, grannar eller bekanta (NUTEK, 1993). Ett annat viktigt kontaktnät för kreditbedömaren är kollegor, styrelsemedlemmar förtroendevalda eller huvudmän i bankorganisationen. Deltagande i olika sociala nätverk och tillgång till information från tredje part både skapar och påverkar det förtroende som banktjänsteman får för den kreditsökande, och som är en viktig del i kreditbedömningsprocessen (Howorth & Moro, 2006). Studier gjorda av Svensson och Ulvenblad (1994) visar att beroende på om kreditbedömaren är verksam i en småstad eller en storstad utnyttjas det sociala nätverket på olika sätt. Ju närmare låntagaren är banken desto lättare är det att samla in information om företaget (Agarwal & Hauswald, 2010; DeYong, Glennon & Nigro, 2008). Ökar avståndet mellan banken och företaget urholkas relationen och insamlingen av information blir svårare. Svensson och Ulvenblad (1994) menar att kreditbedömare i småstäder utnyttjar sitt sociala nätverk i högre utsträckning än kreditbedömare i storstäder och att kreditbedömare i småstäder dessutom underhåller denna relation. Kreditbedömare i småstäder känner oftast till de flesta invånarna på orten, är ofta engagerade i sociala aktiviteter såsom Rotary, Lions eller idrottsföreningar och samlar på så vis in information om företaget.

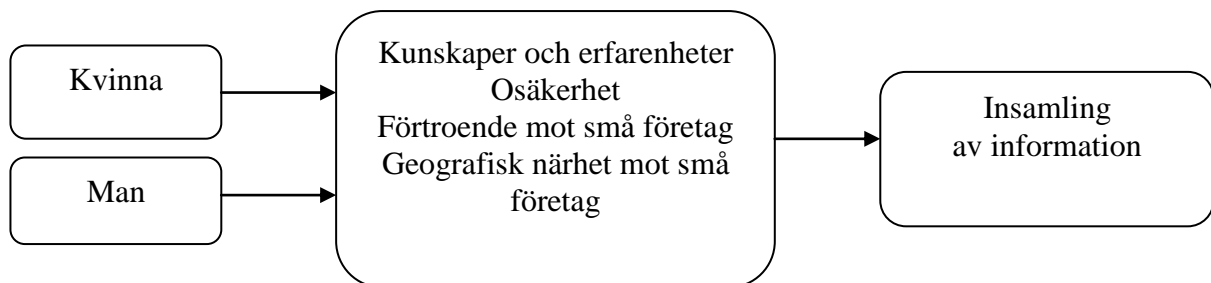
2.6 Teorimodell

Vår problemformulering lyder: *På vilket sätt skiljer sig informationsinsamlingen åt vid kreditbedömning av små företag beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man och vad beror det på?*

Informationsinsamlingen kan påverkas av om kreditbedömarens förvärvade förtroende till små företaget och kreditbedömarens inre kunskap (Barber, et al., 2009). Informationsinsamlingen kan även speglas av kreditbedömarens sociala beteende såsom kunskaper, erfarenheter och osäkerhet, men också av förtroende mot företaget och den

geografiska närheten. Företagets förtroende ökar ju längre relationen mellan banken och företaget har pågått (Broomé et al., 1998; Howorth & Moro, 2006). Graham (1986) menar att värdet på informationen om företagaren som person är ett resultat av hur personligheten påverkar kommunikation och därför måste skillnader mellan kvinnor och män som kreditbedömare beaktas. Det finns individuella skillnader att hantera informationsinsamlingen (Kling et al., 2003). Kvinnor styrs av personlig tillhörighet och att främja vänskapliga relationer, medan männen bedöms som relativt självfokuserade (Barber et al., 2009). Relationen speglas även av den geografiska närheten mellan företaget och banken, vilket leder till att informationsinsamlingen underlättas (Silver, 2003).

Här nedan har vi utformat en egenarbetad teorimodell, där vi utgår från det biologiska könet kvinna eller man. Pilarnas riktning visar att kvinnors och mäns kunskaper, erfarenheter och osäkerhet på olika vis påverkar insamling av information. Relationen mellan företaget och banken speglas av förtroende, vilket kan påverka kreditbedömarens insamling av information. Den geografiska närheten till företaget kan också påverka insamlingen av informationen.



Figur 2: Teorimodell (egenarbetad)

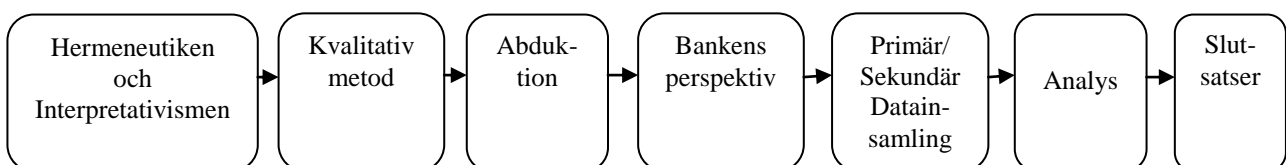
3. Metod

I detta kapitel redogörs inledningsvis vårt vetenskapliga synsätt och vilken undersökningsmetod vi har använt. Därefter visar vi vilket resonemang vi har fört vid val av ansats för vår studie. Vi kommer att utgå från en kvalitativ ansats och genomföra en fallstudie då vårt fokus är att studera skillnad mellan kvinnor och mäns informationsinsamling vid kreditbedömning av små företag. En fallstudie visar samspel mellan människor. Vi utför studien från bankens perspektiv och utgår från en abduktiv ansats. Valet av ansats grundar sig att vi anser att vi är öppna för ny information och har inga förväntningar om verklighet, samtidigt som vi ändå har utformat ett intervjuunderlag för att vara säkra på att uppfylla vårt syfte med studien. Därefter redogör vi för insamling av primär- och sekundärdata. Våra intervjuer utförs på olika banker runt om i Halland och respondenterna är både kvinnor och män som arbetare som kreditbedömare gentemot små företag. Intervjuerna genomförs med hjälp av en strukturerad intervjuguide och samtalet mellan oss och respondenten spelas in. Avslutningsvis i detta kapitel visar vi vår studies äkthet och trovärdighet. Med det menar vi att vi steg för steg förklarar hur vi har gått tillväga vid insamling av teori och empiri för att stärka äktheten och trovärdigheten i studien.

3.1 Vetenskapligt synsätt

Inom metoden finns det två vetenskapliga förhållningssätt, hermeneutik eller positivism (Patel & Davidsson, 1994). Hermeneutiken sägs vara positivismens raka motsats. Positivism utgår från att verkligheten studeras genom grundläggande antagande och generella lagar. Det centrala inom hermeneutiken är att analysera en text och skapa en förståelse av texten utifrån valt perspektiv (Bryman, 2009). En syn som bygger på tolkning och förståelse är interpretativism, som innebär en förståelse av människors beteende. Författaren menar att inom hermeneutiken går det att uppnå en förståelse av människors beteende genom kvalitativ dataanalys. Kvalitativ data är öppna samtal som är knutna till valt tema (Jacobsen, 2002). Då syftet med vår studie är att beskriva hur kvinnor och män samlar in information vid kreditbedömning av små företag utgår vi från hermeneutiken och interpretativismen. Vi vill med hjälp av en beskrivande frågeställning analysera och tolka likheter och olikheter mellan kvinnor och män vid informationsinsamling genom en kvalitativ metod. Med en kvalitativ metod kan vi skapa en djupare förståelse om skillnader mellan kvinnor och mäns sociala beteende i deras roll som kreditbedömare. Vi utgår från en abduktiv ansats genom att tolka empirin och koppla den till teorin och tvärtom. Studien kommer att genomföras från bankens perspektiv och primärdata samlas in genom öppna intervjuer med utvalda respondenter och sekundärdata i form av litteratur och tidigare forskning inom området. Därefter kommer en analys av det insamlade materialet genomföras och slutsatser av studien dras.

Här nedan följer en egenarbetad metodmodell där pilarnas riktning följer metodens uppbyggnad i studien.



Figur 3: Metodmodell (egenarbetad)

3.2 Val av undersökningsmetod

För att kunna svara på vår problemformulering har vi inlett vårt arbete med en litteraturinsamling och redovisat relevant forskning kring valt tema, samt definierat huvudbegrepp inom kreditbedömningsens område. Då vi i vår studie har valt att studera informationsinsamling, anser vi att intervjuer lämpar sig bäst för att samla in empirin. Vi får då en möjlighet att gå på djupet med kreditbedömaren och skapa oss en bild över vad som skiljer kvinnor och mäns informationsinsamling vid kreditbedömning av små företag. Därefter kan vi analysera och tolka vår empiriinsamling och svara på vår problemformulering. Således kommer vi att utgå ifrån en kvalitativ ansats. En kvalitativ ansats lämpar sig bäst när vi vill ge en beskrivning av hur människor uppfattar och förstår en situation (Bryman, 2009; Jacobsen, 2002). Kvalitativa metoder är öppna samtal som kan vara knutna till ett tema och som går på djupet (Jacobsen, 2002).

En kvantitativ ansats bygger på positivismen och en kvalitativ ansats bygger på hermeneutiken (Jacobsen, 2002). De vanligaste skillnaderna mellan kvantitativ och kvalitativ forskning är att vid en kvantitativ forskning används siffror istället för ord (Bryman, 2009; Jacobsen, 2002). Vid en kvantitativ studie får forskaren en distans till undersökningspersonerna, medan det i en kvalitativ studie uppstår en närhet. Med en kvantitativ forskning är det lättare att generalisera resultatet till en population, medan vid en kvalitativ studie försöker forskaren skapa en förståelse av kontexten som undersökningen omfattar (Jacobsen, 2002; Kvale & Brinkmann, 2009). Resultatet av en kvalitativ studie kan inte generaliseras till en population utan ska i stället generaliseras till teori (Bryman, 2009; Yin, 2003). Detta synsätt kallas analytisk generalisering (Yin, 2003). Vi är väl medvetna om att det kan uppstå ett visst generaliseringsproblem, men vi anser ändå att intervjuer lämpar sig bäst för vår studie, för att nå kreditbedömaren på djupet. Dock anser vi att vår studie går att generalisera till tidigare teorier och till andra studier i liknade situationer. Fördelar med en kvalitativ forskning är att den underlättas av närheten till respondenter, flexibilitet samt öppenhet till ny information (Jacobsen, 2002). Nackdelar med ansatsen är att den är resurskrävande och intervjuerna kan ta lång tid (Holme & Solvang, 1997; Jacobsen, 2002).

3.3 Val av ansats

Insamling av data om verkligheten kan angripas på olika sätt, deduktion, induktion eller abduktion (Trost, 2010). Den deduktiva ansatsen utgår från positivismen och går från teori till empiri, medan induktiv ansats utgår från hermeneutiken och går från empiri till teori (Bryman, 2009; Jacobsen, 2002). Då vi i vår studie utgår från teori för att utforma vårt intervjuunderlag anser vi att vår studie till viss del är deduktiv, samtidigt som vi anser att studien även är induktiv, för att vi egentligen inte har någon uppfattning om vad vi kommer att få för svar på våra frågor av våra respondenter. Vi anser därför att vår studie både är induktiv och deduktiv. Med abduktion menas att vi har en uppfattning om något omkring oss som bygger på en viss erfarenhet om problemet och av erfarenheten att det brukar vara så (Trost, 2010). Författaren menar att abduktion kan ses som ett mellanting av deduktion och induktion. Alvesson och Skoldberg (2008) förklarar abduktion som en metod som tolkar ett enskilt fall med hjälp av teoretiska mönster. Tolkningen i sig justerar vidare teoretiska mönster. Författarna ser inte abduktion som ett mellanting av induktion och deduktion utan som en självständig metod. Således anser vi att vår studie mer liknar en abduktion än enbart deduktion eller induktion, för att vi är öppna för ny information och har inga förväntningar om verkligheten. Denna information kan vi sedan återkoppla till teorin, samtidigt som vi har utformat ett intervjuunderlag som är baserat på relevant teori.

3.4 Undersökningsperspektiv

Intresset för bankens relation gentemot små företag dök tidigt upp för oss då vi tidigare i kursen har arbetat med ett PM angående kreditbedömning och informationskällors betydelse i samband med kreditbedömning till små företag. Vi genomförde då ett studiebesök på en bank där syftet var att samla in empiri till redan nämnt PM, vilket ledde till att vår nyfikenhet förstärktes ytterligare för valt tema.

Vi har valt att studera informationsinsamlingen från bankens perspektiv. Fokus ligger på kvinnor och män i deras roll som kreditbedömare, på vilket sätt de samlar in information och vad det beror på. Små företag och deras syn på problematiken har vi valt att inte studera, eftersom detta skulle ha höjt komplexiteten i vår studie och överskridit våra tidsramar för arbetet. Självklart inser vi att en studie från båda perspektiv skulle ge en bättre helhetsbild i arbetet.

Eftersom vi inte bara har för avsikt att beskriva utan också att tolka likheter och olikheter i informationsinsamlingen vid kreditbedömning av små företag, anser vi att vi har använt oss av ett analytiskt perspektiv. Vi utgår från det biologiska könet eftersom vi har valt kvinnor och män som respondenter. Likheter och olikheter i deras informationsinsamling vid kreditbedömning av små företag kommer vi att försöka beskriva, förstå, analysera och tolka med hjälp av respondenternas sociala beteende det vill säga det som kallas för genus perspektivet. Stereotypen att kvinnor och män uppför sig på ett vis sätt kommer vi att beskriva med hjälp av kreditbedömarens kunskap, erfarenhet och osäkerhet samt förtroende gentemot små företaget och den geografiska närheten till dem. Valet av variabler grundar sig i att den litteratur och forskning som vi tagit del av visar att det både finns likheter och olikheter i informationsinsamlingen beroende på kvinnor och mäns sociala beteende, därför vill vi i vår studie se om dessa likheter och olikheter även stämmer in på våra respondenter.

3.5 Datainsamling

Datainsamling kan göras genom primär- eller sekundärdata (Jacobsen, 2002). Primärdata är information som samlas in för första gången av forskaren själv genom exempelvis intervjuer. Sekundärdata är information som redan är insamlad men inte av forskaren själv utan av andra personer. Primärdata har vi samlat in genom individuella och öppna intervjuer, sekundärdata har vi samlat in genom att studera litteratur och tidigare forskning.

3.5.1 Primärdata

Genom att intervjua ett fåtal respondenter och gå på djupet i vår studie kan vi få fram relevant information om hur kvinnor och män som kreditbedömare samlar in information vid kreditbedömning av små företag. Eftersom vi går på djupet genom att intervjua kommer vi att genomföra en fallstudie. En fallstudie lämpar sig bäst vid intervjuer när fokus är på en specifik situation eller person (Kvale & Brinkmann, 2009; Yin, 2003). Den mest förekommande definitionen på fallstudie är att den fokuserar på det valda temat som ligger till grund för undersökningen (Yin, 2003). Fallstudier fokuserar på samspelet mellan människor och kontext (Jacobsen, 2002).

Fördelen med en fallstudie är att den interna giltigheten oftast är stor, vilket beror på att det är få enheter som studeras och således finns det goda möjligheter till att få relevant data (Jacobsen, 2002). Nackdelen med en fallstudie är att den är svår att generalisera till en större population eftersom det är få enheter som studeras och förhåller sig till speciella kontexter.

3.5.1.1 Urval och val av respondenter

Vi har genomfört vår studie på ett flertal olika orter i Halland eftersom vi själva bor i Halland, vilket har underlättat empiriinsamlingen. Valet av banker har skett helt tillfälligt och vi har inte lagt någon större vikt på att det måste vara någon speciell bank. Vi har satt oss ner och ringt runt till olika banker och talat om att vi skriver en uppsats och skulle vilja komma på en intervju. De banker som har valt att ta emot oss är de banker som vi har utfört våra intervjuer på. Detsamma gäller våra respondenter, även de har valts ut helt tillfälligt, då receptionisterna på bankerna har kopplat oss till kvinnor och män som är kreditbedömare till små företag. Vid en kvalitativ undersökning är målet att uppnå en så stor variation som möjligt och där det inte finns så många likartade respondenter (Trost, 2010). Författaren menar att urvalet bör vara heterogent inom en given ram, där det finns variationer, men inte mer än att endast ett fåtal personer är extrema eller avvikande.

Bankerna i vår studie kommer att vara helt anonyma, då fokus i arbete inte ligger på att hitta likheter eller olikheter mellan bankernas hantering av informationskällor, utan om kreditbedömaren är kvinna eller man. Således anser vi att bankens namn inte har någon betydelse i vår studie, utan det som är intressant är hur kvinnor och mäns sociala beteende speglar informationsinsamlingen.

Vårt urval av respondenter grundar sig på att välja kvinnor och män som kreditbedömare av små företag. Viktig för oss är att de valda respondenterna har samma befattning inom sin organisation, för att utföra studien så bra som möjligt och för att jämförelsen ska bli rättvis. Med det menar vi att storleken på bankkontoret inte spelar någon roll utan det är kreditbedömaren i sig som vi vill mäta. Valet av respondenter kan helt enkelt grunda sig i att man väljer ut de personerna som har stora kunskaper om det som ska undersökas (Jacobsen, 2002).

3.5.1.2 Utförandet av intervjuer

I början av vår intervjuguide har vi valt att ställa lite allmänna frågor till respondenten såsom om deras ålder, vad de har för utbildning, hur länge de har arbetat som kreditbedömare gentemot små företag. Detta för att öppna intervjun på ett mjukt sätt och för att respondenten ska känna sig avslappnad. Därefter bad vi respondenten ge deras beskrivning på små företag, för att vara säkra på att vi fångar rätt företag för vår studie. Vidare i intervjun bad vi respondenten beskriva hur kreditbedömningsprocessen går till och vi ställde frågor om vilken information de samlar in innan första mötet med kunden och vilken information de samlar in när de träffar kunden första gången. Därefter ställde vi frågor om deras sociala beteende, om hur deras kunskaper, erfarenheter och osäkerhet samt förtroende och geografiska närhet till små företag speglar informationsinsamlingen. Detta för att vi ville se om det finns någon skillnad i hur kvinnor och män som kreditbedömare samlar in information och vad det i så fall beror på. Avslutningsvis bad vi respondenterna tala om vilka olika informationskällor de använder sig av och vilken/vilka information/informationskällor som de tycker är viktigast vid en kreditbedömning av små företag.

Vi har vid mötet med respondenten valt att använda oss av en strukturerad intervju för att behålla fokus på valt tema. En strukturerad intervju innebär att frågorna redan är förutbestämda i en intervjuguide men utan svarsalternativ så att respondenten får utrymme för egna tolkningar och förklaringar (Jacobsen, 2002). I vår intervjuguide har vi valt att dela in frågorna under olika huvudrubriker för att lättare beskriva och tolka empirin och för att underlätta analysen. Trots det ger vi ändå respondenterna en möjlighet att med egna ord berätta och beskriva vad de anser är viktig information vid kreditbedömning mot små företag

och vilken typ av information de samlar in. Till varje huvudrubrik har vi valt att ha en del följdfrågor för att vara säkra på att vi får in tillräckligt med information för att studien ska bli så tillförlitlig som möjligt. Intervjun bör inte vara helt ostrukturerad, utan en intervjuhandledning det vill säga en översikt av vilka ämnen som ska beröras vid intervjun ska finnas (Jacobsen, 2002).

I vår empiriinsamling har vi valt att använda oss av öppna individuella intervjuer. Det innebär att vi genomför våra intervjuer med respondenten ansikte mot ansikte. En öppen intervju som datainsamling lämpar sig bäst när det är få undersökningsenheter och när fokus ligger på vad respondent säger, samt hur respondent tolkar vissa fenomen (Jacobsen, 2002). Genom detta hoppas vi kunna fånga olika nyanser och få in ny information.

För att respondenterna inte ska få någon möjlighet till att förbereda sig och styra sina svar inför intervjun har de inte fått ta del av intervjuguiden i förväg. Anledningen till detta är att vi vill få så spontana och ärliga svar som möjligt. Intervjuerna har ägt rum på respondenternas arbetsplatser för att skapa en bekväm och avslappnad atmosfär för dem och har tagit cirka en timme. Vi har under alla intervjuer både antecknat och spelat in samtalet med respondenterna, för att vara helt säkra på att vi inte missar viktig information och för att göra intervjuerna trovärdiga. Intervjuerna bör på något vis spelas in, dels för att inte tappa ögonkontakten med respondenten, men även för att minnas anteckningarna inför kommande analys (Jacobsen, 2002). Kvale och Brinkmann (2009) menar att inspelning av intervjuerna ger intervjuaren mer frihet till att koncentrera sig både på respondenten och på ämnet.

3.5.2 Sekundärdata

Vår litteraturinsamling har genomförts genom att vi har studerat litteratur om bland annat kreditbedömning och informationskällor. Vi har även vid litteraturinsamlingen använt oss av vetenskapliga artiklar och tidigare studier om hantering av informationskällor. Vid litteraturinsamling till vår referensram har vi använt Högskolan i Halmstads bibliotek samt sökning på Internet. På Högskolans bibliotek har vi sökt efter forskning i olika databaser som ABI Inform, Science Direkt, Libris och Hulda. Vi har även använt oss av Google scholar. De sökord som vi har använt är: small business, information, sources of information, credit, credit process, bankcredit, gender, doing gender, female or male behavior, loan officers och loan lenders. Dessa sökord har kombinerats på flera olika sätt för att kunna få fram den forskning som är relevant för vår studie. Dessutom har vi använt ord som experience, knowledge, details view och uncertainty för att få en djupare förståelse för vad som skiljer kreditbedömare åt. Vi har också tagit del av relevant kurslitteratur samt artiklar från kursen finansiering och extern redovisning som ingår i magisterprogrammet: bank och revision. Litteraturen och forskningen som vi har valt och som ligger till grund för vår studie har stärkt vår förståelse inom ämnet och bidragit till studiens relevans. En genomgång av litteratur förser forskaren med argument som rör betydelsen av det tema som är valt att studera (Bryman, 2009). Vidare är en bra genomgång av litteraturen ett sätt att stärka sin trovärdighet som person, genom att visa att man har införskaffat sig kunskaper om det område som forskningen ska handla om.

3.6 Analysmetod

Syftet med kvalitativ forskningsintervju är att beskriva och tolka intervjupersonernas livsvärld (Kvale & Brinkmann, 2009). Således måste den empiri som vi tagit del av på något sätt renskrivas. Då vi har använt oss av en diktafon måste informationen från respondenten överföras till pappersform. Vi har valt att ordagrant skriva ner de inspelade samtalen för att säkerställa studiens äkthet och trovärdighet, men också för att vara säkra på att inte missa viktig information. En strukturerad utskrift är början till en analytisk process och beror på

studiens syfte, men också på vilka resurser som finns tillgängliga i form av tålmodighet, tid och pengar (Kvale & Brinkmann, 2009). Fördelen med att arbeta på detta sätt anser vi är att det underlättar jämförelsen mellan respondenterna, nackdelen däremot är att det är tidskrävande. Vid utförandet av intervjuerna har båda två medverkat, vi har valt att en av oss ställer frågorna och den andra antecknar. Efter varje intervju har den som ställt frågorna avlyssnat diktafonen och ordagrant skrivit ner det som har sagts på papper och därefter har den andre också fört in sina anteckningar som har förts under intervjun, på samma papper fast med en annan färg och på så vis har en dubbelkontroll av anteckningarna utförts. Säkerställandet av information kan göras genom att två olika personer skriver ner samma avsnitt av den inspelade intervjun och sedan jämföra resultaten med varandra (Kvale & Brinkmann, 2009).

Då vi vid intervjuerna har använt oss av en strukturerad intervjuguide med huvudrubriker som återfinns i teorikapitlet har vi i vårt empirikapitel valt att sammanställa intervjuerna under vart och ett av dessa, för att lättare skapa en överblick mellan empiri och teori och för att underlätta analysen. Vi har valt att använda oss av variabler som återfinns i vår egenarbetad teorimodell såsom: kunskaper, erfarenheter, osäkerhet, förtroende mot små företag och geografisk närhet mot små företag. Kvale och Brinkmann (2009) kallar detta för meningskodning, vilket innebär att ett eller flera nyckelord knyts samman till texten för att underlätta identifiering av uttalanden. Meningen med de valda variablerna är att det ska hjälpa oss att inte missa de väsentliga bitar som vårt arbete grundar sig på. Våra variabler är de viktigaste begreppen från genomgången av vår teori. Tack vare variablerna har det varit lättare att jämföra respondenternas svar och söka efter likheter och olikheter i texten. Vidare har vi delat in de bestämda variablerna i vissa kategorier som: bakgrund, banken och små företag, kreditbedömningsprocessen, kreditbedömaren, samt olika typer av informationskällor, för att skapa en röd tråd som återkopplas till teorin. Kvale och Brinkmann (2009) menar att kodning är ett sätt att analysera empirin, genom att knyta nyckelord till en del av texten och därmed ge struktur till långa texter. Enligt författarna är målet att göra en grundlig kodning av materialet för att utveckla kategorier som fångar respondenternas erfarenheter, upplevelse och handlingar.

3.7 Studiens äkthet och trovärdighet

Vi har i vår studie valt att utgå från hermeneutiken och genomföra en kvalitativ studie genom att gå på djupet och studera ett fåtal kreditbedömaren. Det är då viktigt att vi ställer oss frågan om insamlingen av informationen vi har fått ta del av är tillförlitlig och trovärdig. Forskare använder sig av validitet och reliabilitet när de diskuterar forskningens tillförlitlighet, trovärdighet och giltighet (Jacobsen, 2002). Vid en kvalitativ studie har en del forskare helt förkastat dessa begrepp och menar att validitet och reliabilitet utgår från den kvantitativa forskningen (Bryman, 2009; Holme & Solvang, 1997; Jacobsen, 2002). Validitet utgår ifrån huruvida forskaren identifierar, observerar och mäter det hon/han vill mäta, vilket inte är det främsta intresset för kvalitativa forskare (Bryman, 2009; Holme & Solvang, 1997; Jacobsen, 2002; Trost, 2010). För kvalitativa forskare menar Bryman (2009) att det istället finns två grundläggande kriterier vid bedömningen av en kvalitativ studie, nämligen äkthet och trovärdighet. Trovärdigheten delas därefter in i tillförlitlighet, överförbarhet och pålitlighet. Dessa begrepp menar Bryman (2009) och Jacobsen (2002) motsvarar reliabilitet och intern- och extern validitet i den kvalitativa studien. Bryman (2009) menar att kvalitativ studie är tillförlitlig genom att forskaren säkerställer att studien är genomförd på ett tillförlitligt sätt och att resultatet har rapporterats till de personer som ska ta del av studien. Vi anser att vår studie är genomförd på ett tillförlitligt sätt då vi båda två har varit närvarande vid intervjuerna, spelat in samtalet och antecknat. Anteckningarna har sedan jämförts med det inspelade materialet

och på så vis har vi säkerställt informationen. Med överförbarhet menar Bryman (2009), samt Kvale och Brinkman (2009) hur studien går att överföra och genomföra i någon annan situation vid en senare tidpunkt. Vi är helt övertygade om att vår studie går att överföra i någon annan situation vid en annan tidpunkt, då vi i vår studie har förhoppningar om att vi har tillfört forskningen nya teorier om skillnaden mellan kvinnor och mäns informationsinsamling. Pålitlighet innebär att forskaren säkerställer en tillgänglig och fullständig redogörelse över hur de olika faserna i forskningsprocessen gått till, alltifrån problemformulering, till val av undersökningsspersoner, hur intervjuerna har genomförts, analys av intervjuerna och så vidare (Bryman, 2009). Vi har i vårt metodkapitel utförligt beskrivit och berättat hur vi har gått tillväga i vår uppsats, alltifrån val av ämne, hur vi valt ut våra respondenter, utförandet av intervjuer, fram till hur vi har analyserat den insamlade empirin. På så vis har vi stärkt pålitligheten i vår studie. Då vi utgår ifrån en kvalitativ studie och inte har någon avsikt att mäta ett visst beteende stödjer vi Bryman (2009). Vi har uppfyllt begreppen äkthet och trovärdighet genom att steg för steg förklara hur vi har gått tillväga i vår studie vid insamling av teori och empiri, samt att det är möjligt att genomföra liknande studier vid andra tillfällen.

4. Empiri

I det här kapitlet redovisar vi den empiri som vi har samlat in av våra respondenter. Vi har intervjuat sex kvinnor och sex män, på olika banker runt om i Halland. Vi började intervjun med att ställa lite allmänna frågor om ålder, utbildning och deras erfarenhet av kreditbedömning av små företag. Sedan bad vi respondenterna beskriva vad de anser är små företag och ställde frågan vad de tyckte om informationen från små företag, om de tycker att informationen är svårare att hantera jämfört med information från ett stort företag, om de tillhandahåller mindre information och om de upplever att det undanhålls information. Därefter bad vi dem beskriva och förklara hur kreditbedömningsprocessen går till, om de tycker att den första initiala kontakten är viktig, vilken information de samlar in innan de träffar kunden och vilken information de samlar in när de träffar kunden och om de tar kreditbeslut redan efter första mötet med kunden. Efter det ställde vi frågor om respondenternas sociala beteende om hur deras kunskaper, erfarenheter, osäkerhet, förtroende till företaget och den geografiska närheten speglar informationsinsamlingen. Avslutningsvis ställde vi frågor om vilka informationskällor de använder sig av vid kreditbedömning och vilken/vilka information/informationskällor som de anser är viktigast.

4.1 Respondenternas bakgrund

Vid mötet med respondenten började vi med att ställa lite allmänna frågor om deras ålder, deras utbildning och hur länge de har arbetet som kreditbedömare gentemot små företag. Vi valde att börja intervjun med mjuka frågor så att respondenterna kunde känna sig bekväma i rollen av att bli intervjuade. Nedan följer en presentation av varje respondent.

4.1.1 Presentation av kvinnorna

Respondent A är en kvinna som är 33 år gammal som direkt efter gymnasiet började studera på Högskolan i Halmstad på Europaekonomiprogrammet. I Halmstad läste hon i 3 år och i Wien i 1 år och har tagit magisterexamen mot finansiering. Hon har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 8 år.

Respondent B är en kvinna som är 34 år gammal som har en civilekonomisk examen från Handelshögskolan i Göteborg och diverse internutbildningar inom banken. Hon har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 8 år.

Respondent C är en kvinna som är 40 år gammal som har en gymnasium utbildning och ett påbyggnadsår mot revision. Hon har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 18 år.

Respondent D är en kvinna som är 46 år gammal som efter grundskolan gick humanistisk linje på gymnasiet och 1 år inom ekonomi. Hon började arbeta som kreditbedömare mot små företag för 20 år sedan.

Respondent E är en kvinna som är 47 år gammal som har en treårig gymnasieutbildning bakom sig inom ekonomi. Hon har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 18 år.

Respondent F är en kvinna som är 51 år gammal som har en gymnasium utbildning bakom sig och interna utbildningar inom banken. Hon har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 13 år.

4.1.2 Presentation av männen

Respondent G är en man som är 35 år gammal och har en examen i ekonomi på magisternivå. Han har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 6 år.

Respondent H är en man som är 37 år gammal. Han har en kandidatexamen i ekonomi med inriktning mot redovisning och har även läst nationalekonomi. Han har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 3 år

Respondent I är en man som är 42 år gammal. Han har en gymnasium utbildning och har arbetat som kreditbedömare i 17 år mot små företag.

Respondent J är en man som är 44 år gammal som började plugga inom bank, men hoppade av och började istället läsa geologi. Efter det började han läsa ekonomi och blev civilekonom. Han har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 8 år.

Respondent K är en man som är 47 år gammal som har en lantmästarexamen inom jordbruk och en bakgrund som ekonomirådgivare inom en redovisningsbyrå i 15 år. Han har arbetat som kreditbedömare mot små företag i 6 år.

Respondent L är en man som är 64 år gammal som har en studentexamen och 2 år från högskolan plus en diger utbildning inom banken. Han har arbetat som kreditbedömare i 20 år mot små företag.

4.2 Banken och små företag

Efter att respondenterna har talat om deras ålder och berättat vilken utbildning de har, bad vi dem att beskriva vad små företag är för dem. Detta för att vara säkra på att vi pratar om samma företag då vi har valt att avgränsa oss mot små företag. Därefter bad vi dem att berätta lite vad de ansåg om informationen från små företag, om de tillhandahåller mindre information jämfört med stora företag och om informationen som de tar del av är svårare att hantera. Vidare bad vi respondenterna själva berätta och beskriva hur trovärdig de anser informationen är som de får ta del av och om de brukar använda sig av referenser vid kreditbedömningen. Därefter frågade vi om de anser att informationsinsamling skiljer sig åt om de mottar informationen av en person med samma eller motsatt kön.

4.2.1 Små företag

Beskrivningen av små företag har i vår empiriinsamling varierat. Många av respondenterna har tyckt att det har varit en bra fråga och har inte några problem med att förklara vad små företag är för dem, medan andra har tyckt att det har varit svårare. Bland kvinnorna tycker respondent A att ett litet företag är ett företag som har ett par miljoner i omsättning, någon anställd och som har en del ut- och inlåning. Respondent B tycker att det är en företagare som har ett par anställda, ofta familjeföretag, lite mindre omsättning och mindre krediter. Respondent F tycker att det är ett företag som har en omsättning upp till 10 miljoner. Respondent D tycker att ett företag är litet när en person väljer att utveckla sin hobby till en affärsverksamhet, har mellan 1-3 anställda och en omsättning på 2-5 miljoner. Respondent C tycker att det är ett ägarledda företaget med en omsättning på max 5 miljoner, där antalet anställda inte har någon betydelse. Respondent E tycker att det kan vara olika saker som avgör att ett företag är litet. Ett företag är litet när de inte behöver så många tjänster och inte har något stort kreditbehov, men ett företag kan också vara litet beroende på vilken omsättning de har.

Bland männen tycker respondent G att ett företag är litet när de har anställda mellan 1 upptill 20 personer och en omsättning på max 20 miljoner kronor. Respondent H tycker ett företag är litet om de har mellan 1 och 10 anställda och en omsättning som inte överstiger 10 miljoner kronor. Respondent I menar att ett litet företag är en enskild firma, ett handelsbolag eller en fåmans aktiebolag. De har en omsättning mellan 5-10 miljoner och max 50 anställda. Respondent J tycker att det är ett företag som har mindre än 10 miljoner i omsättning och upptill 5 anställda. Respondent K tycker att det är ett företag med 10-15 anställda som har en omsättning på max 50 miljoner kronor. Respondent L väljer att beskriva små företag som enskilda näringsidkare, exempelvis frisörer eller caféer.

4.2.2 Information från små företag till banken

Efter att respondenterna har beskrivit vad de tycker är små företag, bad vi dem berätta lite om vad de anser om informationen från små företag. Vi ställde frågor om de tycker att informationen från små företag är svårare att hantera jämfört med stora företag, om de får in mindre information eller om de får en känsla av att små företag undanhåller information.

När det gäller kvinnorna är alla respondenter utom respondent C överens om att informationen från små företag är svårare att hantera. Respondent C säger:

”Informationen finns där, det är bara en fråga om att få fram den.”

De respondenterna bland kvinnorna som tycker att informationen är svårare att hantera menar att i ett litet företag är det ägaren själv som sköter ekonomin eller så anlitar de en revisionsbyrå. De förklarar att om det inte är ägaren själv som sköter sin egen ekonomi är de inte insatta i siffrorna, de har ingen ekonomiavdelning och har därmed ingen förståelse för betydelsen av siffrorna. Det kan i värsta fall leda till att krediten inte beviljas. I de fallen där företagen överlämnar ekonomi till en revisor får en kreditbedömare inte heller helt förlita sig på det, då kvalitén på redovisningsbyråerna kan variera.

När vi ställde frågan om de anser att de tillhandahåller mindre information från små företag tyckte Respondent E och F bland kvinnorna att de tillhandahåller mindre information, medan respondent D menar att det beror på situationen hur öppen företagaren är. Respondent A, B och C tycker inte att de tillhandahåller mindre information och respondent A förklarar att en del företagare säger:

”Här är allt, ta det du behöver.”

Bland kvinnorna upplever respondent B, C och E att små företag undanhåller information, men trots det anser respondent B och E att informationen som undanhålls kommer fram förr eller senare. Respondent A, D och F anser inte att små företag undanhåller information medvetet utan att det beror i så fall på företagarens okunskap och inget annat.

När det gäller männen tycker inte respondent G, I och L att informationen är svårare att hantera, medan respondent H, J och K ansåg att det beror på situationen. Respondent H, J och K förklarar att en enskild näringsidkare har bara en balans- och resultaträkning som gör det svårare att granska, medan ett aktiebolags årsredovisning går att hämta från bolagsverket och är granskad av en revisor som är en kvalitetsstämpel på att det är rätt siffror som är redovisade. Respondent K menar även att kvalitén på siffrorna från revisorn kan variera.

Bland männen tycker respondent G, I och J att de tillhandahåller mindre information från små företag jämfört med stora företag. Respondent G förklarar att det beror på att små företag har mindre bokföringssystem och en egen liten ekonomifunktion. Respondent H, K och L anser inte att de tillhandahåller mindre information från små företag.

Bland männen är det inte någon som upplever att små företag undanhåller information. Respondent G, H, J och K förklarar att det i så fall inte sker medvetet och respondent G anser att det i så fall beror på okunskap.

4.2.3 Trovärdighet av informationen

Till våra respondenter ställde vi frågan om de upplevde att informationen som de tar del av är trovärdig. På den frågan svarar respondent A, B, D och F att de anser att informationen är trovärdig. Respondent D och F menar att informationen blir mer trovärdig om årsredovisningen är reviderad och går genom revisorn, då förtroendet gentemot revisorer är stor. Respondent C och E tycker att det bero på fall till fall, men att det oftast märks om inte informationen är trovärdig. Respondent E säger att det gäller att komma så nära sanningen som möjligt med rätt kalkyler, periodiseringar och avskrivningar.

Männens upplevelse om att informationen är trovärdig går lite isär och svaren är mer tvetydiga. Respondent J tycker att informationen är trovärdig, men om någon information utelämnas och kommer fram senare faller trovärdigheten. Detta stödjer även respondent K som menar att informationen som han tar del av för det mesta är trovärdig, men att han ibland har blivit förvånad över att det inte var som han trodde. Respondent H säger att en årsredovisning från ett aktiebolag är trovärdig, men informationen från en enskild näringsidkare går inte att lita på fullt ut då den inte är granskad av revisorn. Han tycker även att information på nätet om företaget är bra, men att den informationen får tas med en nypa salt. Respondent I och L tycker att informationen är trovärdig och respondent L säger att ju bättre koll företagaren har på sin budget, desto större trovärdighet för informationen får han. Den sjätte och sista mannen respondent G säger:

”Jag utgår alltid från att informationen är trovärdig tills motsatsen är bevisad, märker jag att kunden ljugar avslutas den relationen omgående.”

4.2.4 Referenser vid kreditbedömning

När vi frågade kvinnorna om de använder sig av referenser vid kreditbedömning svarade respondent A, C och E att de inte gjorde det. Respondent A säger att hon inte använder sig av det, men att hon egentligen borde göra det. Respondent C tycker att det är svårt att hitta relevanta referenser när det gäller små företag och att det oftast blir revisorn som används som referens. Respondent E berättar att hon har blivit erbjuden det, men att hon ansett att det inte har behövts på grund av att banken ligger på en liten ort. Respondent F säger att hon använder sig av referenser när hon känner sig osäker och då händer det att hon tar kontakt med företagets blivande kunder. Respondent B och D svarar att det har förekommit att de har använt sig av referenser.

Av männen svarar respondent I att han aldrig har använt sig av referenser vid kreditbedömning. Respondent G och H använder sig bara av referenser om det är en kund inom samma bank som ska byta till deras bankkontor, då brukar de ringa till det gamla kontoret och fråga vad de har för erfarenheter av kunden. Respondent K använder sig bara av referenser internt inom banken och brukar stämna av med sina kollegor. Respondent J menar att om kunden lämnar referenser skulle han använda sig av det. Respondent L säger att det

händer att han använder sig av referenser men att det inte sker så ofta utan han försöker bilda sig en egen uppfattning om olika branscher.

4.2.5 Kreditbedömarens mottagande av information

När vi ställde frågan till våra respondenter om det finns någon skillnad i hur de mottar information, om de får den från en person med samma eller motsatt kön, svarade respondent D, E och F att det finns skillnad. De upplever att kvinnor som företagare är mer pålästa, är mer förberedda, mindre självsäkra, mer försiktiga och ber nästan om lov att få låna pengar jämfört med hur män som företagarna är. Vidare upplever respondent F att männen är mer självsäkra, tar för sig mer, tar för givet att de får lånet beviljat och anser inte att det finns några problem med att få lånet beviljat. Respondenterna D, E och F tycker att kvinnor som företagare är mer känslomässiga och mer öppna jämfört med männen. De tycker också att det går att få ut mer information av kvinnor som företagare och att de är måna om att få förklara vad som ligger bakom siffrorna. Respondent A, B och C tycker inte att det spelar någon roll vilket kön det är på företagaren. Respondent B tycker inte att det spelar någon roll om företagaren är en kvinna eller en man, utan det viktigaste är hur personen för fram informationen. Vidare menar respondent B att får hon inte förtroende för kunden tycker hon att informationen som hon får ta del av blir mindre värd.

När vi ställde samma fråga till männen upplevde endast respondent L att det fanns skillnad i hur han mottog informationen. Respondent L menar att kvinnor som företagare är mer pålästa, mer detaljerade och ger oftast väldigt bra beskrivningar på sin affärsidé. Respondent G, H och I menar att det bero inte på könet på företagaren, utan det beror på personkemin, vilken typ av affärsidé det är frågan om, vilket engagemang de har, vilken betalningsförmåga som finns, säkerheter och borgen. Respondent J och K ställer sig väldigt tveksamma till frågan och respondent J berättar:

”Jag skulle vilja säga nej, men jag vet inte om jag kan det. Jag vill inte döma någon person i förhand, utan jag vill ge alla som kommer in här samma chans.”

4.3 Kreditbedömningsprocessen

Vidare i intervjun kom vi till kreditbedömningsprocessen och vi bad respondenterna fritt berätta hur kreditbedömningsprocessen går till gentemot små företag. Efter det ställde vi frågan om vilken typ av information de samlar in innan de träffar kunden och vilken information som de samlar in när de träffar kunden. Därefter bad vi respondenterna berätta vad de anser om den första kontakten med företaget, hur viktig den är och om de tar kreditbeslut redan efter första mötet med företagaren. Respondenterna har i sin beskrivning av kreditbedömningsprocessen valt att skilja mellan ett befintligt eller ett nystartat företag.

4.3.1 Kreditprocessens tillvägagångssätt

Bland kvinnorna menar respondent A, E och F att om det är ett nytt företag skickar vi dem till nyföretagarcentrum där de får hjälp med att upprätta en likviditets- och en resultatbudget och göra en affärsplan. Respondent B, C och D har inte skilt på nystartat eller befintligt företag. Respondent F menar att en annan orsak till att ALMI kopplas in som partner är att de då blir tre som delar på risken. Respondent F berättar att:

”Bara det gör att 80 % av alla som vill starta ett företag inte kommer tillbaka efter att ha fått andras uppfattningar om att deras affärsidé inte håller.”

Respondent A och B fortsätter att berätta om det är ett nystartat företag vill de hellre träffa kunden på deras företag i stället för på banken, för att lättare bilda sig en uppfattning om vad kunden håller på med, vilken typ av verksamhet de bedriver och så vidare. Respondent B, C, D och E förklarar att de samlar in siffror från företagets årsredovisning och om det är det sent på året samlar de in färskare siffror för att då anses årsredovisningen vara historia. De gör en kreditupplysning via UC för att se så att det inte finns några betalningsanmärkningar. Respondent E säger:

”En anmärkning är ingen anmärkning, medan två, tre stycken talar om vilken typ av person det är.”

Två av kvinnorna, respondent C och E tycker även att mjuk information är lika viktig, såsom att företagarens familj är med på det hela och stöttar. Lika viktig är information om företagaren själv som person. Respondent C säger:

”Det beror inte bara på affärsidén, den kan vara bra men det kan vara fel person för den. Så personen i fråga är viktig, det finns alltid en magkänsla om vilka som kommer att lyckas och vilka som inte gör det.”

Även bland männen visade det sig att respondent G och J skickar ett nytt företag till nyföretagarcentrum där de får en läxa att göra. Läxan innehåller kalkyler, affärsplan, budgetar och en analys över hur marknaden ser ut. Respondent I förklarar att vid kreditbedömning finns det ingen mall att följa, utan processen går till på olika vis. Det som avgör hur processen går till speglas av bankens risk. Han säger:

”Om banken får en högre risk, leder det till att kreditbedömningen blir svårare.”

Respondent H, K och L berättar att de samlar in siffror, tar in kreditupplysningar och stämmer av med kunden om vad pengarna ska användas till. Respondent J och L berättat att även mjuk information är viktig och måste beaktas i processen. Respondent L tycker att vid första träffen är det inte så viktigt om det inte finns exakta siffror, utan det är om affärsidén håller. Vidare förklarar respondent L att det allra viktigaste i hela processen är den mjuka informationen, såsom om du är gift, har familj, kan du offra den tiden som krävs och så vidare. Han säger:

”De som överlever de första två, tre åren fixar det, men en familj går inte att fixa tillbaka och banken vill inte medverka till en skilsmässa. Det är jätte viktigt att ha med sig, siffror och banken är en sak, men det viktiga är att ha en förstående familj.”

4.3.2 Den första initiala kontakten

Bland kvinnorna är alla sex respondenter helt överens om att den första initiala kontakten med företaget är oerhört viktigt och att det första mötet kan vara avgörande för en kredit. Respondent F säger:

”Kunden har mellan 20 och 30 sekunder på sig att göra det först intrycket bra.”

En av kvinnorna, respondent B åker gärna ut till företaget för att se hur det har det. Får hon en känsla av att där är stökigt, fastigheten är inte underhållen eller att de rent av har glömt bort att hon ska komma dit får hon svårt att ändra sin uppfattning om företaget hur bra siffrorna än ser ut. Respondent C förklarar att får hon inte förtroende för kunden och inte den informationen som hon behöver utan känner ett motstånd från kundens sida avbryts

samarbetet med en gång. Respondent D förklarar att öppnar sig inte kunden tar hela processen mycket längre tid och säger:

”Det är viktigt att vi stämmer ihop för annars hör jag inte vad kunden säger och kunden lyssnar inte på mig. Stämmer inte personkemi byter vi i banken handläggare.”

När det gäller männen och deras syn på den första initiala kontakten med företaget skiljer det sig åt. Respondent G menar att det inte är så viktig, och säger:

”Jag bedömer inte personen det är helt fel sätt att arbeta på.”

Respondent J säger att det är viktig men att han inte lägger så stor vikt på det, då både han och kunden kan ha en dålig dag. Vidare förklarar han att vid första mötet bjuder båda till och försöker sätta sig i en så positiv dager som möjligt. Respondent H kan ibland få en känsla av att det är någon annan som skickat dit kunden och att de egentligen inte vill starta ett företag. Respondent I, K och L är helt överens om att den första kontakten med företaget är viktigt. De liksom kvinnorna menar att personkemin är viktig och att de får en magkänsla av åt vilket håll samarbetet lutar åt. Respondent L säger:

”Det första intrycket får man bara en gång, det finns ju bara då alltså och never again.”

Han förklarar att om företaget står för ordning och reda bäddar det för ett gott samarbete och han kan känna sig tryggare till att fatta rätt beslut.

4.3.3 Informationsinsamling innan och vid första mötet

Innan första mötet med företaget visar det sig att alla sex respondenter som är kvinnor är väl pålästa och förberedda för att möta kunden. De samlar in information om företagaren, gör en kreditupplysning, kollar företagets hemsida, tar fram bokslut, pratar med revisorn, samlar in information om styrelsen och kollar kontona om de redan är kund i banken. Är det en ny kund förklarar respondent B att hon redan i telefonen frågar om företagets organisationsnummer och därefter samlar in information på nätet, kollar var företaget ligger eller vilken fastighet de befinner sig i. Respondent A säger:

”Om jag inte gör det grundligt, blir det svårt att ställa de rätta frågorna till företagaren.”

Information som kvinnorna samlar in vid första mötet med kunden skiljer sig inte så mycket ifrån information som samlas in före första mötet, men kvinnorna menar att vid första mötet får företagaren beskriva lite mer vad de sysslar med och företagets affärsidé diskuteras. Vid första mötet kollar de om företaget har gjort sin läxa och tagit med sig budgetar, vilka kunder de antas få och hur de ska klara sig innan de har fått betalt, hur marknaden ser ut, försäkringar och hur mycket de behöver låna.

Även männen är pålästa innan första mötet med kunden och alla respondenter utom respondent J anser att det går att samla in information innan första mötet med kunden. Han menar att han inte vill vara för påläst, utan vill hellre vara ett blankt blad och låta kunden själv berätta om sitt företag. Respondenterna som samlar in information innan de träffar kunden samlar in information via nätet genom att googla på företaget, kollar deras hemsida, tar ibland en kreditupplysning, hämtar hem företagets årsredovisning, vem som är firmatecknare via bolagsverket, registreringsbevis och om det finns delägare i andra bolag.

Informationen som männen samlar in vid första mötet är företagets senaste balans- och resultaträkning, bokslut, budget, balansrapporter och vad de har tänkt sig prestera i framtiden. Dessutom menar respondent I att vid det första mötet är det oerhört viktigt att personkemin stämmer för att samarbetet ska fungera. Respondent H och L säger att vid det första mötet samlar de inte bara in ekonomisk information utan ställer även frågor, som hur mår du och familjen, det är precis lika viktigt som siffror. Sedan går det alltid att få budgeten skickad i efterhand.

4.3.4 Kreditbeslut redan efter första mötet med kunden

Av respondenterna är fem av kvinnorna helt överens om att de kan ta ett kreditbeslut redan efter första mötet och får en magkänsla åt vilket håll beslutet lutar åt. Respondent F förklarar att hon inte får lov att ta egna kreditbeslut utan det måste alltid vara minst två som bedömer och beslutar om kredit. Däremot tycker hon liksom de andra kvinnor att det alltid finns en magkänsla åt vilket håll det lutar. Respondent E säger:

”Ibland kan jag vara negativ, men för att kunden ska få en ärlig chans ber jag mina kollegor om hjälp. Jag får inte färgas, min personlighet gentemot kunden får inte färgas.”

Bland männen får inte respondent G, H och I fatta kreditbeslut själva, men de liksom de övriga männen är överens om att det finns en magkänsla åt vilket håll det lutar. Respondent H förklarar att det alltid finns riskbranscher exempelvis restaurangbranschen, där det finns svarta pengar i omlopp, kriminalitet och många konkurser. Respondent I menar att ska krediten beviljas efter första mötet är det viktigt att personkemin stämmer, att all information har kommit fram, men även vilket belopp det är frågan om. De andra tre männen, respondent J, K och L anser att kreditbeslut kan tas direkt efter första mötet och respondent L menar att det även går att lösa över ett telefonsamtal.

4.4 Kreditbedömaren

Vidare i intervjun bad vi respondenterna beskriva hur deras egna kunskaper, erfarenheter och osäkerhet påverkar informationsinsamlingen. Därefter ställde vi frågor om hur förtroendet och den geografiska närheten mot små företaget har en inverkan på informationsinsamlingen.

4.4.1 Kreditbedömarens kunskaper och erfarenheter

Bland kvinnorna speglar respondent D sina kunskaper och erfarenheter i att hon kan tala om för kunden vilken information som saknas och vad som måste inhämtas för att hon ska kunna fortsätta sitt arbete. Respondent B menar att hennes kunskaper och erfarenheter gör att hon kan stanna upp i vissa punkter och låta kunden berätta mer när hon känner att hon behöver mer information. Respondent C menar att hon har blivit effektivare genom att hon kan ställa de rätta frågorna och menar att hon har fått en bättre magkänsla för vad som känns rätt eller fel. Respondent A menar att om hon känner sig tveksam i början, lägger hon inte ner lika mycket tid innan hon träffar kunden utan försöker lära sig av de misstag som hon har gjort. Respondent E och F säger:

”Med åren skapar man sig en ytlig kunskap som går att utnyttja, men att man även måste våga visa att man inte kan allting, för kunden är ju specialist inom sitt område.”

”Man lär sig hur man ska bete sig och hur man ska gräva fram informationen, men med ökad erfarenhet minskar inte kraven på den information som jag samlar in.”

Av männen menar respondent I och J att de har lärt sig av sina kunskaper och erfarenheter att samla in information enligt ett visst mönster och att samla in relevant information. Respondent G menar att trots sin erfarenhet tar han inte bort någon information som kanske inte är så relevant för det skulle minska hans vidsynthet. Respondent H, K och L menar att med hjälp av erfarenheten vet man vilka branscher som fungerar och vilka som inte gör det, var riskerna finns, vilka fallgroparna som kan uppkomma och det går alltid att tala om för kunden.

4.4.2 Kreditbedömarens osäkerhet

Vid frågan om hur osäkerheten speglar kreditbedömningen och leder till mer eller mindre informationsinsamling går svaren isär. Respondent F tycker att hennes osäkerhet minskar och hon blir mer självsäker i sin roll som kreditbedömare om hon tidigare har träffat en kund i samma bransch, vilket leder till att mindre information samlas in. Respondent A och C menar att när de är osäkra samlar de in mer mjuk information såsom att lyssna på marknaden och andra personer i sin omgivning eller googlar de på kunden. Respondent B menar att mindre osäkerhet leder till att mindre information samlas in. Respondent D och E säger:

”Har jag inte förstått allt vad kunden säger så måste jag fråga mer. Jag vill begripa allt, annars vågar jag inte.”

”Om det är ett högre belopp så visst samlar jag in mer information, det måste jag säga, det är ju en osäkerhetsfaktor.”

Bland männen förklarar respondent K att om det är ett företag eller en bransch som han inte känner till så mycket, så samlar han in mer information. Respondent J menar att om han redan har samlat in all den information som går att samla in och han fortfarande är osäker på vilket beslut han ska ta eller om han har en otäck magkänsla, ber han sina kollegor eller sin chef om hjälp. Respondent H säger att osäkerheten hänger ihop med hur hög krediten är. Respondent L menar att osäkerheten minskar med erfarenheten, men att det även hänger ihop med hur hög krediten är. Respondent I tycker att det finns ett samband mellan osäkerhet och kreditbeslut, men att han inte själv får ta några egna kreditbeslut. Respondent G menar att osäkerheten minskar med tiden och leder till att han vågar ställa de obekväma frågorna, men att det även har med erfarenheten att göra.

4.4.3 Förtroendet mot små företag

Vi ställde frågan till våra respondenter om de ansåg att förtroendet ökade ju längre relationen mellan banken och företaget pågår och om de i så fall leder till att de samlade in mindre information. Alla kvinnor är helt överens om att förtroende ökar ju längre relationen har pågått. Det som skiljer dem åt det är insamlandet av information. Alla respondenter utom respondent F menar att de inte behöver samla in all bakgrundsinformation om exempelvis vilken bransch företaget är aktiva i och vilken som är deras affärsidé. Däremot menar kvinnorna att det inte går att sitta säkert, utan att de måste samla in information om företagets siffror och uppdatera sig om vad som har hänt sedan de sågs sist. Respondent F säger:

”Nej, det är alltid samma procedur, information är färskvara och kan ändra sig under hela tiden, det spelar ingen roll om jag har förtroende för kunden.”

Även männen är överens om att relationen speglas av förtroende. Däremot är det endast respondent H, I, J och K som anser att informationsinsamlingen minskar. De menar att de inte alltid behöver gå igenom samma procedur och ställa frågor om affärsidé och liknande, vilket

leder till att de samlar in mindre information och blir inte lika grundliga i sin informationsinsamling. Respondent G och L tycker till och med att de får större tillgång till mer information från kunden ju längre relationen varar. Detta för att det byggs upp ett förtroende och kunden blir mer villig till att berätta om sitt företag.

4.4.4 Geografisk närhet mot små företag

Vi ställde frågan om geografisk närhet till företaget spelar någon roll och om det i så fall finns en risken att negativ information förbises. Även här är alla sex kvinnor överens om att den geografisk närhet till företaget är oerhört viktig och att det är så de jobbar på banken. Bland annat förklarar respondent A att de är den lilla banken på den lilla orten och med det menar hon att på en liten ort åker de ut och träffar kunden, medan i en storstad får företagen inte ens en personlig rådgivare. Respondent F säger:

”När det gäller att låna pengar är det kyrktornsprincipen som gäller, för vi kan inte marknaden som ligger utanför.”

När det gäller frågan om negativ information förbises vid en nära relation är respondent A, C, D och F överens om att den risken finns. Respondent A menar att det är en nackdel av den nära relationen och respondent C hävdar att det kan gå lite fort ibland och att hon inte tar in all information. Respondent E anser inte att hon förbiser negativ information och säger:

”Man får aldrig sitta i knäet på kunden, utan man måste ju titta på kunden med öppna ögon och alltid värdera och granska den information som kommer in både skriftligt och muntligt.”

Respondent B ställer sig tveksam till frågan och menar att det kan både vara positivt och negativt med en nära relation, men att hon har en förmåga till att tro att alla människor vill göra rätt för sig tills motsatsen är bevisad.

Även bland männen är alla överens om att geografisk närhet har en betydelse och att det är lokalt som banken jobbar. Respondent G och H säger:

”Ju närmare vi är kundens vardag och ju mer man är delaktig desto snabbare kan man hjälpa till om det händer något.”

”Vi jobbar i närområdet enligt den gamla kyrktornsprincipen. Här känner vi till marknaden och vi känner till kunden på ett helt annat sätt.”

När det gäller frågan om de förbiser negativ information anser respondent H, J och L att den risken är stor när man lär känna kunden bättre. Respondent J förklarar att risken är stor men att han ändå försöker jobba så professionellt som möjligt och inte utelämna någon information. Han säger att han försöker vinkla upp det hela och tänka på det positiva också. Respondent G och I säger:

”Om jag som kreditbedömare har en nära personlig relation till den kreditsökande leder det till att en annan kreditbedömare går in, annars är jag jävig och det minskar risken att något ska bli fel.”

”Företaget är ingen personlig vän och skulle en sådan relation uppstå avsäger jag mig ärendet annars blir jag jävig.”

Respondent K är bestämd i sin åsikt och berättar att det inte finns någon risk att negativ information förbises och säger:

”Man måste vara professionell och rak mot kunden. Man måste skilja på personlig och affärsmässig relation. Det är en viktig gräns att dra.”

4.5 Olika typer av informationskällor

I slutet av intervjun frågade vi vilka olika typer av informationskällor respondenterna använder sig av. Vi frågade om de samlar in information genom kreditupplysning, information från företaget och information från revisorn.. Därefter frågade vi om de själva är delaktiga i någon typ av socialt kontaktnät och om de i så fall använder det som informationskälla. I den sista frågan bad vi respondenterna berätta och förklara vilken/vilka information/informationskällor som de anser är viktigast och avslutningsvis frågade vi om de själva hade något att tillägga.

4.5.1 Kreditupplysning

Alla kvinnor i vår empiriinsamling använder sig av kreditupplysning som informationskälla. Respondenterna menar att systemen fungerar så, att så fort de lägger upp en ny kredit på en kund följer automatiskt en kreditupplysning med. Däremot visar det sig att de använder sig av kreditupplysningen på olika sätt. Respondent B förklarar att processen ibland inte går så långt att en kreditupplysning behöver tas, utan samarbetet avbryts med en gång. Respondent D förklarar att egentligen är all information i en kreditupplysning historisk information förutom kundens betalningsanmärkningar. Hon får medhåll av respondent F som menar att om kunden har en betalningsanmärkning måste hon se vad det är för något, men att det alltid ringer en klocka att man ska vara observant. Hon fortsätter att förklara och säger:

”Den första interna signalen är hur kunden sköter sig i banken, kreditupplysningen är den andra externa signalen hur kunden sköter sig.”

Männen ger samma svar att systemen är uppbyggda på det viset och går inte att kringgå. Respondent K menar att det inte går att lämna en kredit utan kreditupplysningen och att den inte får vara äldre än tre månader. Respondent J förklarar att det är ju en fråga om hur vägledande den är, det kan ju vara saker och ting som ligger långt bak i tiden. Är det exempelvis en betalningsanmärkning kan den ju ha sin förklaring och det är viktigt att kolla upp orsaken. Han förklarar att bara för att det finns en betalningsanmärkning behöver det inte betyda att kunden blir nekad kredit. Respondent L säger att det är viktigt att kolla den externa informationen såsom kreditupplysning för att se om det finns några restförda skattekrav, betalningsanmärkningar, eller rent av försvunna identiteter. Med försvunna identiteter menar respondent L att det är det nya nu att stjäla andras identiteter. Respondent H berättar att det är viktigt att kolla upp betalningsanmärkningar, skatteskulder eller annat som gör att krediten inte blir beviljad.

4.5.2 Information från företaget

Alla sex kvinnor samlar in alla typer av företagsinformation som de kan komma åt. Respondent F samlar in företagets årsredovisning, lönerapporter, leverantörsfakturer eller information från kunder och media. Om det är ett aktiebolag kollar hon upp vilka konkurrenter kunden har, tittar i Affärsdata hur deras bokslut ser ut och vilka som är företagets kunder. Respondent E granskar inventarielista, budgetar, årsredovisning vid aktiebolag och deklaration vid enskild firma. Respondent D berättar att hon tittar på årsredovisningen, kundfordringar så att hennes kund inte blir bank åt sina egna kunder och får

vänta på betalning, men även leverantörsfakturor för att se så att den kreditsökande inte ligger efter med betalningarna. Respondent C säger att hon samlar in information om kunder och marknaden som den kreditsökande befinner sig i. Respondent B samlar in information om företaget genom att kolla bokslut, fastighetsregister och googlar på företaget eller företagsledaren. Dessutom stämmer hon av med sina kollegor och ser hur snacket går om kunden, om det finns noteringar om att de tidigare blivit nekade krediter och vad det i så fall beror på. Den sjätte och sista kvinnan, respondent A berättar att hon alltid samlar in företagets årsredovisning och om kunden kommer sent på året vill hon ha in årets siffror fast att de är preliminära. Därefter kollar hon på bolagsverket vilka som är firmatecknare och om företagets investering ska vända sig mot en större kund tar hon även kontakt med den kunden.

Av männen samlar respondent H in information från företagets hemsida genom att googla om företaget. Dessutom samlar han in information från bilregistret, kollar fastighetstaxering och vilka personer som är med i bolaget. Detta håller även respondent I med om och berättar vidare att kommer företagaren i slutet av året och vill ha ett lån krävs färsk siffror om företagets ekonomi. Respondent L samlar in information om kunden på banken genom att kolla räntor, amorteringar och tiden för lånen, dessutom samlar han in information från företagets revisor. Respondent K samlar in information från företagets revisor. Respondent J säger att det är väldigt sällan att han samlar in information från företagets kunder, eller leverantörsfakturor och den typen av information. Informationen samlar han in från media, där han kan se vilka som är företagets kunder. Respondent G samlar endast in företagets årsredovisning.

4.5.3 Företagsledningen

När vi kom till frågan om respondenterna använder sig av företagsledningen och styrelsen som informationskälla svarade alla kvinnorna utom respondent A att de gjorde det. Respondent A säger att hon inte behöver granska företagsledning då banken finns på en liten lokal ort där alla känner alla och därför anser hon inte att det är nödvändigt. Respondent F menar att fast att det är bolaget som lånar pengarna, är det trots allt företagsledaren som lånar dem. Hon fortsätter att förklara att företagsledaren kan ha en jättebra affärsidé, men att det inte är rätt person till att driva den och att det är värre än tvärtom. Respondent E tycker att det är viktigt att veta vem som är med i styrelsen dels för att den måste vara komplett, men också för att det ibland kan finnas med namn som inte klingar så bra i affärssammanhang. Hon får medhåll av både respondent B och D som tycker att det är viktigt att veta vilka som sitter med i styrelsen. Respondent B säger att det går att titta på historiken på varje person i styrelsen via upplysningscentralen för att se så att ingen av dem har någon betalningsanmärkning. Respondent C säger att hon granskar bara företagsledningen och styrelsen om det är ett nytt företag.

Av männen granskar alla utom respondent I företagsledningen och styrelsen. Respondent I förklarar att det i små företag kanske är ägaren själv och deras hustru/man som sitter i styrelsen och därför granskas den inte. Vidare tycker han att om företaget har en extern styrelse så blir det genast mer ordning och reda. Respondent H säger att han tar reda på vilka som är funktionärerna i företaget och kollar upp vilka uppdrag de har haft tidigare. Han förklarar vidare att om det är en ledamot som har många konkurser bakom sig, ser han det som ett orosmoment. Han får även medhåll av respondent K som tycker att om det är någon styrelseledamot som har betalningsanmärkningar så kan det påverka krediten. Respondent G och J tycker att det är viktigt att kolla vilka som sitter med i styrelsen och vad de har för relation till varandra. Respondent L säger att det är ju styrelsen och personerna som är företaget, så det är jätte viktigt. Han fortsätter att berätta:

”Vi får signaler från UC om det byts revisor, eller om någon ledamot avgår eller om det blir någon förändring i styrelsen. Den mjukvaran är oerhört viktig. Det kan vara så att de säljer företaget till en helt främmande person som tömmer och blåser bolaget, så står vi det med obetalda krediter.”

4.5.4 Revisorn

Vi ställde fråga till våra respondenter om de använde sig av revisorn som informationskälla och om de samlade in mer information om det visar sig att revisorn har lämnat en oren revisionsberättelse. Respondent A, B och D svarar ja, att de använder sig av revisorn som informationskälla. De andra respondenterna C, E och F menar att de också använder sig av revisorn, men att det beror på olika saker. Respondent F säger att revisorn har sekretess och kan inte lämna ut information utan företagets tillåtelse, men att hon till 95 % brukar få tillåtelse av kunden att ta kontakt med revisorn. Hon fortsätter att berätta att det även beror på vilken revisionsbyrå som företaget har anlitat om det går att lita på informationen. Med det menar hon att om det är en väl etablerad revisionsbyrå så litar hon mer på den informationen som hon får ta del av. Respondent F får medhåll av respondent C som berättar att det är viktigt att veta vem revisorn till företaget är, det är en kvalitetsstämpel på informationen. Respondent C fortsätter att berätta att hon inte kontaktar revisorn vid en ny kredit utan hon använder sig bara av revisorn om företaget ska genomgå stora förändringar. Respondent E menar bara för att företaget får en ren revisionsberättelse från revisorn kan hon inte lita på all den information som står i den, utan hon måste själv ifrågasätta vissa punkter. Hon har varit med om att revisorn lämnat en ren revisionsberättelse trots att det har funnits fel i den på tre olika punkter, som revisorn själv inte varit medveten om, som uppdagades när hon som kreditbedömare ifrågasatte informationen. Dessutom säger respondent E:

”Det finns ju olika revisorer som har olika kunskaper om olika branscher, en revisor som är bra för ett företag behöver ju inte vara bra för ett annat.”

Alla sex kvinnorna samlar in mer information om de ser en oren revisionsberättelse, men respondent A, E och F tycker att det även beror på varför den är oren. Respondent F säger:

”Visst, det ringer alltid en klocka, men oftast är det skatten som är inbetald för sent, så man får göra en bedömning ut efter varför den är oren.”

Hon får medhåll av både respondent A och E som förklarar att det alltid blir en oren revisionsberättelse om skatten är för sent inbetald och att det är inte lika farligt som om företaget har varit tvungna att upprätta en kontrollbalansräkning för att hälften av aktiekapitalet är förbrukat, då måste mer information samlas in. Respondent A fortsätter att berätta att varje kund är uppkopplad gentemot UC och så fort det görs en förändring i företaget får banken reda på det.

När det gäller männen svarar respondent I och K ja på frågan att de använder sig av revisorn som informationskälla. De andra fyra svarar också ja, men väljer att utveckla sitt svar på frågan. Respondent H säger att revisorn har sekretess, men får han okej från kunden pratar han alltid med revisorn för att se vad revisorn har lämnat för kommentarer i revisionsberättelsen om företagets årsredovisning. Respondent G tycker att det beror på vilken revisionsbyrå som har granskat bokföringen åt företaget. Med det menar han att han måste titta på hur stor sannolikheten är att informationen är korrekt och tillförlitlig, vilket speglas i revisionsbyrån. Han fortsätter och säger:

”Det beror på vem som är revisor, det finns revisorer som är mer noggranna än andra och som sköter sitt jobb medan andra inte gör det.”

Respondent J förklarar att det inte är alla verksamheter som har en formell revisor, men säger att finns det en revisor så försöker han skapa en bra relation med denne. Respondent L berättar att det nu har inträtt en ny lagändring att mindre företag inte behöver använda sig av en auktoriserad revisor och att banken i sig inte har tagit något policybeslut huruvida de ska kräva en reviderad årsredovisning eller inte. Han berättar att det är jätteviktigt att årsredovisningen är reviderad för att kunna ta rätt kreditbeslut och att han för egen del kommer att kräva ett reviderat årsbokslut för att kunna fatta kreditbeslut.

Alla sex respondenterna av männen är helt överens om att de samlar in mer information om företaget har fått en oren revisionsberättelse, men de liksom kvinnorna tycker att det även beror på varför företaget har fått det. Respondent G, I, J och L tycker att om företaget är sena med skatten är det inte lika allvarligt som om de har varit tvungna att upprätta en kontrollbalansräkning. Respondent J berättar vidare att om det är så att de har förbrukat halva sitt aktiekapital är det extremt viktigt att banken och företaget har en bra relation så att banken helt plötsligt inte säger upp krediten för det skulle vara ödestigande för företaget. Respondent H och K pratar med kunden om de ser en oren revisionsberättelse och ber dem förklara varför det har blivit som det har blivit. Respondent K fortsätter och säger:

”Ibland kan jag få en förklaring som jag tycker är helt okej och så går vi vidare, om det är något allvarligt så tackar vi nej till krediten.”

4.5.5 Socialt nätverk

Respondent A och F är inte delaktiga i något socialt nätverk vari sig privat eller genom jobbet och använder då inte heller sitt sociala kontaktnät som informationskälla. Däremot berättar respondent F att det inom banken finns de som är medlemmar i exempelvis Rotary, Guldmorgon, Lions eller hantverksföreningen. Hon fortsätter att berätta att hon själv kan sakna den biten med att vara medlem. De andra fyra kvinnorna är delaktiga i någon typ av socialt nätverk antingen privat eller via jobbet. Respondent D är medlem i LRF och respondent E är medlem i Rotary. Respondent C berättar att det finns en lokal styrelse på banken som träffas ungefär fem gånger om året och att det är det ända sociala kontaktnät som hon medverkar i. Respondent B säger att han privat är engagerad i sociala kontaktnät, men inte via jobbet.

Respondenterna B, C, D och E tycker att de på något vis använder sig av sitt sociala kontaktnät som informationskälla. Respondent B, C och D säger att de inte stänger av öronen om de får höra något, men att de alltid stämmer av med sina kollegor om de har hört samma sak. Respondent D säger att är det någon information som hon ska ta del av så brukar hon tids nog få den av kunden. Respondent E menar att det är en fördel när man bor på en liten ort att alla känner alla och vet lite här och där.

Av männen är respondent G inte vari sig privat eller via jobbet medlem i något socialt nätverk och använder då inte heller det som någon informationskälla. Han anser att det bara förekommer en massa skvaller och tycker inte att det är relevant information, utan han menar att han samlar in information om kunderna från sina kollegor. Respondent I är delaktig i socialt nätverk, men använder inte det vid kreditbedömning då han anser att informationen som han får ta del av bara är skvaller. Respondent H berättar att han är kassör både i en samhällsförening och i en bostadsförening, men att han inte använder sig av den

informationen som han får ta del av vid en kreditbedömning. Respondent J är delaktig i sociala nätverk både privat och i jobbet. Han tycker att han använder sig av sitt sociala nätverk, fast säger att det är mer hans väns nätverk som han använder sig av. Med det menar han att det är den personen och den har en relation med den och så vidare. Han säger:

”Jag vill inte vara dömande utan jag försöker vara blank när jag får in en person här, så att den får en chans att presentera sig själv och sina idéer.”

Respondent K säger att han har ett stort nätverk via jobbet, men inte privat och att han absolut använder sig av sitt sociala nätverk som informationskälla. Respondent L berättar att han har ett jätte stort nätverk både privat och från bankens sida och säger att det är guld värt vid en kreditbedömning, samtidigt som han vet att det uppskattas från kundens sida.

4.5.6 De viktigaste informationskällorna

Vid frågan om vilken eller vilka information/informationskällor som respondenten anser är viktigast svarar respondent E att det är den ekonomiska biten, historisk information, resultat och framåtriktad information som är den viktiga. Respondent A, C, D och F menar att det är personen bakom företaget som är viktigast. Respondent F utvecklar svaret och förklarar att alla bitar är viktiga var för sig, men det första personliga mötet är jätte viktigt. Sedan är det kreditupplysningen som är viktig, en gång dålig betalare, alltid dålig betalare. Respondent B säger:

”Det viktigaste för mig är kundens återbetalningsförmåga och det är det som ska sättas först, säkerheter är sekundärt. Får jag tillbaks pengarna som jag har lånat ut på goda grunder så är det nummer ett.”

När männen svarar på samma fråga svarar respondent H att det är risken och säkerheten som är avgörande. Respondent I menar att det är personen bakom företaget som är det viktigaste, dess engagemang och deras motiv till varför man vill starta ett företag. Respondent J säger att det är den ekonomiska informationen som är viktig men att den är historisk och måste kompletteras med färsk information. Respondent G menar att allt har en betydelse och det viktigaste är att företagaren sköter sin ekonomi, men han visar även betydelsen av att det är rätt man på rätt plats och säger:

”Det är viktigt att personen som driver företaget har en förmåga till att kunna sälja, för allt som vi gör är att sälja, varor eller oss själva.”

Detta stödjer även respondent K och L som berättar att det är den mjuka informationen som är avgörande såsom, personen och dess engagemang i företaget. Respondent L ber oss att verkligen betona att det är den mjuka informationen som är viktig och säger:

”Det som blir mycket viktigare i framtiden är alltså hur man mår som privatperson, alltså det är de mjuka delarna som är viktig, jag kan inte betona hur viktig den är. Man funkar ju bättre på jobbet om man mår bra, man behöver ju bara gå till sig själv, är det kinkigt hemma så speglar det hela dagen, man kan inte koncentrera sig då.”

5. Analys

I det här kapitlet kommer vi under varje avsnitt att jämföra respondenternas likheter och olikheter med varandra, återkoppla resultaten från den empiriska undersökningen till teorikapitel och analysera resultatet. Vi börjar detta kapitel med att sammanfatta empirinsamlingen av respondenternas kön, ålder, utbildning och erfarenhet i två tabeller, en för kvinnorna och en för männen. Detta för att lättare kunna återkoppla analysen till respondenternas bakgrund. Därefter analyserar vi och tolkar hur kvinnor och män upplever relationen gentemot små företag och fortsätter kapitlet med kreditbedömningsprocessen. I avsnittet kreditbedömare börjar avsnittet med en sammanfattning av hur respondenternas kunskaper, erfarenheter, osäkerhet, förtroende mot små företag och hur den geografiska närheten mot små företag påverkar informationsinsamlingen. Vi kommer att analysera och tolka kvinnor och mäns sociala beteende, deras likheter, olikheter och återkoppla det till teorin. Vidare kommer avsnitt om olika informationskällor och avslutas med en tabell över de informationskällor som enligt respondenterna är de allra viktigaste vid en kreditbedömning. I slutet diskuterar vi analys av andra tänkbara variabler som kreditbedömarnas ålder, utbildning och erfarenhet av kreditbedömning mot små företag.

5.1 Respondenternas bakgrund

För att underlätta analysen och lättare skapa sig en uppfattning av respondenternas bakgrund, såsom kön, ålder, utbildning och hur länge de har arbetat som kreditbedömare mot små företag har vi börjat kapitlet med två tabellsammanfattningar av empirin. En för kvinnorna och en för männen. Respondent A och B har någon form av högskoleexamen, medan respondent C, D, E och F har gymnasium kompetens. Av männen har alla respondenter utom respondent I någon form av högskoleexamen. Nedan har vi sammanställt två egenarbetade tabeller som visar respondenternas kön, ålder och utbildning, samt hur många år de har arbetat som kreditbedömare mot små företag

Kön: kvinna	Ålder	Utbildning	Kreditbedömare mot små företag (antal år)
Respondent A	33 år	Högskole/univ.examen	8 år
Respondent B	34 år	Högskole/univ.examen	8 år
Respondent C	40 år	Gymnasium	18 år
Respondent D	46 år	Gymnasium	20 år
Respondent E	47 år	Gymnasium	18 år
Respondent F	51 år	Gymnasium	13 år

Tabell 1: Fördelning av bakgrund mellan kvinnorna

Kön: man	Ålder	Utbildning	Kreditbedömare mot små företag (antal år)
Respondent G	35 år	Högskole/univ.examen	6 år
Respondent H	37 år	Högskole/univ.examen	3 år
Respondent I	42 år	Gymnasium	17 år
Respondent J	44 år	Högskole/univ.examen	8 år
Respondent K	47 år	Högskole/univ.examen	6 år
Respondent L	64 år	Högskole/univ.examen	20 år

Tabell 2: Fördelning av bakgrund mellan männen

Acker (1994b) har hittat skillnader mellan kvinnor och män anställda i bankbranschen och menar att trots att det finns fler kvinnor anställda i banken, jämfört med män besitter kvinnorna en lägre position. Bolman och Deal (2005) har inte funnit några skillnader i kvinnor och mäns sätt att leda och har kommit fram till att det finns fler likheter än olikheter. Vi har funnit i vår studie att kvinnor har lägre kunskaper (utbildning) jämfört med männen, men de har totalt sätt en längre erfarenhet som kreditbedömare mot små företag. Resultatet av studien både motsäger sig och stödjer sig i tidigare forskning, då både kvinnorna och männen i studien har samma positioner.

5.2 Banken och små företag

Under detta avsnitt ger vi en analys av hur respondenterna upplever relationen mellan dem och företaget. Vi börjar avsnittet med att analysera respondenternas syn på små företag och därefter hur de upplever att informationen från små företag är. Vi fortsätter därefter avsnittet med att analysera och tolka hur respondenterna uppfattar informationen om den är trovärdig eller inte och om det förekommer att de använder sig av referenser vid informationsinsamlingen. Avslutningsvis tar vi upp hur kreditbedömare mottar information om informationen kommer från en person med samma kön eller motsatt kön.

5.2.1 Små företag

Av kvinnorna tycker respondent A och D att det är antalet anställda och omsättning som avgör om företaget är litet eller stort. Respondent B, C och F tycker att det är omsättningen som avgör, medan respondent E menar att små företag behöver mindre krediter och mindre behov av tjänster. Av männen anser respondent G, H, I, J och K att det är omsättningen och antalet anställda som avgör, medan respondent L menar att små företag är företag som drivs av enskilda näringsidkare. Gooderham et al. (2004) har valt att benämna företagen som små om de har mellan 1 och 19 anställda. Företagen är små om de har mindre än 50 anställd (Collis et al., 2004). Coleman (2000) anser att företagen är små om de har upp till 500 anställda. Företag är små om de inte är börsnoterade och där ägaren har ett personligt betalningsansvar (Ang, 1991). Respondenternas benämning av små företag stödjer Sveriges benämning av små företag, då företagen är små om de har mindre än femtio anställda, balansomslutning på mindre än tjugofem miljoner och en nettoomsättning som inte överskrider femtio miljoner kronor (FAR, 2010). Således stödjer sig våra respondenters beskrivning av små företag i tidigare forskning, då antalet anställda och omsättning har stor betydelse.

5.2.2 Information från små företag till banken

Alla kvinnorna utom respondent C tycker att det är svårare att hantera informationen från små företag jämfört med ett stort företag. Av männen är det endast respondent H, J och K som tycker att informationen är svårare att hantera. Informationen från små företag är bristfällig och objektiv (Carr, 2009; Landström, 2003). Att informationen är svårare att hantera beror på att banker har svårt att utöka sin affärsrelation gentemot små företag (Landström, 2003, Miller & Siegel, 2009). Miller och Siegel (2009), samt Silver och Vegholm (2009) menar att det beror på för lite kunskap och förståelse för företaget, samt bristande information, kommunikation, bristande utbildningar och för lite kunskaper från bankens sida om företagets specifika verksamhet. Studien visar att kvinnor har svårare att hantera information från små företag, vilket kan ge stöd i teorin då kvinnorna har lägre kunskaper (utbildning) jämfört med männen.

Av kvinnorna tycker respondent E och F att de tillhandahåller mindre information från små företag, medan A, B, C och D inte tycker att de gör det. Bland männen tycker G, I och J att de

tillhandahåller mindre information från små företag, medan respondent H, K och L inte tycker det. Vid kreditbedömning av små företag har kreditbedömaren en osäker grund att stå på, vilket beror på att det finns mindre information att tillgå i små företag jämfört med stora (Rauterkus, 2008). Författaren menar att relationen gentemot små företag kan utvecklas genom att bankerna blir mer aktiva i sin relation, vilket kan göras genom att utbilda personalen mer och genom att ändra värderingarna inom organisationen. Studien visar att männen jämfört med kvinnorna upplever att de tillhandahåller mindre information, vilket stödjer sig i teorin, då det finns mindre information att tillgå, men kan också bero på att männen har mindre erfarenheter som kreditbedömare jämfört med kvinnorna.

Respondent B, C och E av kvinnorna tycker att små företag undanhåller information, medan A, D och F inte tycker att de undanhåller information. Ingen av männen anser att små företag undanhåller information. Kvinnornas åsikter kan förklaras i teorin som asymmetrisk information och innebär att banken har underläge när det gäller information, då företagsledaren har mer kunskap om företaget än vad banken har (Deegan & Unerman, 2006; Eisenhardt, 1989). Enligt Jonnergård och Stafssudd (2009) har kvinnor mindre tillgång till information på grund av att de inte uppfattas som en i det manliga gänget. Män har också en tendens att använda ett språk som är främmande för kvinnor (Björnsson, 2003). Kvinnorna i studien upplever att små företag undanhåller information, vilket kan ge stöd i teorin som asymmetrisk information, men även att kvinnorna har mindre kunskaper (utbildning) och då får svårare att hantera informationen eller att de upplever att män pratar ett språk som de inte förstår.

5.2.3 Trovärdighet av informationen

Respondenterna A, B, D och F av kvinnorna tycker att informationen som de får ta del av är trovärdig, medan C och E anser att det beror på och att sanningen oftast kommer fram. Av männen är det respondent G, I och L som anser att informationen är trovärdig, medan H, J och K tycker att det bero på fall till fall. För att en kreditbedömare ska tillgodose sig den information som de får ta del av krävs en anpassning i kreditbedömarens referensram gentemot företaget (Eriksson, 2006). Veloutsou et al. (2005) menar att kvinnor uppfattar informationskällor på ett trovärdigare sätt jämfört med männen och att kvinnor dessutom sätter ett högre värde på den informationen som de tillhandahåller. Bankmannen har en tendens att klassificera människor efter sin egen uppfattning om kunden (McCarthy, 2010). Studien visar att kvinnorna i högre utsträckning jämfört med männen upplever att den information som de får ta del av är trovärdig, vilket stödjer tidigare forskning.

5.2.4 Referenser vid kreditbedömning

Av kvinnorna är det respondent A, C och E som använder sig av referenser utanför banken, medan respondent B, D och F inte använder sig alls av referenser. Av männen är det respondent J, K och L som använder sig av referenser internt i banken, medan respondent G, H och I inte använder referenser. Barber et al. (2009) skiljer på intern och extern informationsinsamling. Författarna menar att den interna informationsinsamlingen är den egna kunskapen som utnyttjas före den externa och när den interna kunskapen är låg söks extern information från vänner, bekanta och andra informationskällor. Fördelen med de personliga informationskällorna menar författarna är att de anses vara trovärdiga och insamlaren respektera deras åsikter. Sridhar (1987) fann i sin studie att kvinnor har en tendens att i högre utsträckning anlita sig av referenser, men att de däremot tar färre personliga kontakter utanför organisationen. Studien visar att kvinnor i högre utsträckning jämfört med männen använder sig av referenser utanför banken, medan männen mer använder sig av referenser internt i banken. Det kan grundas sig i att kvinnor har lägre kunskaper (utbildning)

och ger stöd till tidigare forskning, samtidigt som det motsäger sig tidigare forskning då studien visar sig att kvinnor tar mer kontakter utanför banken.

5.2.5 Kreditbedömarens mottagande av information

Av kvinnorna anser respondent D, E och F att det finns skillnad i hur de mottar information beroende på om företagaren är kvinna eller man, medan respondent A, B och C menar att det inte finns någon skillnad. Av männen är det endast respondent L som anser att det finns skillnad i hur han mottar information beroende på företagarens kön. De andra männen anser att det inte har någon betydelse vilket kön företagaren har. McCarthy (2010) menar att mötet med människor speglas av olika kommunikationspreferenser och personligheter, men även om aktörerna är kvinnor eller män. Trots att kvinnor och män använder liknande bedömningskriterier vid kreditbedömning finns det skillnader dessa emellan (Bellucci et al., 2010). Kempf och Palan (2006) menar att information som lämnas av en man mottas bäst av en kvinna och vice versa. Björnsson (2003) menar att kvinnor upplever att män pratar ett annat språk och att de då får en känsla av att de stöts bort när de ska förmedla sina visioner och affärsidé, således efterfrågar de en kreditbedömare av samma kön. Studien visar att kvinnorna i högre utsträckning jämfört med männen upplever att det finns skillnader i hur de mottar information. Det ger stöd i tidigare forskning då det finns skillnader i hur kvinnor och män uppfattar informationsinsamlingen, men även om företagaren är kvinna eller man. Detta ger ett bidrag till ny forskning.

5.3 Kreditbedömningsprocessen

Under detta avsnitt ger vi en beskrivning av hur kreditbedömningsprocessen går till och visar hur viktig den första initiala kontakten med företaget är. Därefter ger vi en beskrivning av den första initiala kontakten med kunden, vilken information som samlas in före- och vid första mötet med kunden och om de som kreditbedömare tar kreditbeslut redan efter första mötet.

5.3.1 Kreditprocessens tillvägagångssätt

Alla kvinnorna och alla männen tycker att det är mycket lättare att ta ett kreditbeslut om företaget redan är kund i banken. Broomé et al. (1998), samt Howoth och Moro (2006) menar att statusen på företaget sett ur kreditbedömarens ögon ökar om företaget redan är kund i banken. I början av kreditbedömningsprocessen menar både kvinnorna och männen att de samlar in information om företagets finansiella ställning. Dessutom samlar även respondent C och E av kvinnorna och respondent J och L av männen in icke finansiella informationen. Scott (2006) menar att det även måste tas hänsyn till den icke finansiella informationen, såsom ägarens karaktär annars kommer små företag att i högre utsträckning nekas kredit då de inte alltid har fullständiga års- eller verksamhetsredovisning. I studien visar det sig att både kvinnorna och männen tycker att det är lättare att fatta kreditbeslut om företaget redan är kund i banken, vilket stödjer sig i tidigare forskning då företaget får status ju längre relationen har pågått.

5.3.2 Den första initiala kontakten

Alla kvinnorna och respondent I, K och L av männen är helt överens om att den första initiala kontakten med kunden är oerhört viktig. Presentationen som företagsledaren ger av företaget måste bli bra för att denne ska lyckas (Broomé et al., 1998). Det går inte att förstå ett litet företag utan att förstå småföretagare då företagarens personlighet präglar företaget (Johannisson & Lindmark, 1996). Det har även i teorin framkommit att kreditbedömare har svårt att göra en bedömning av företagsledaren vid första mötet och att kreditbedömaren då använder sin egen intuition till att bedöma om företagsledaren kommer att lyckas med projektet eller inte (NUTEK, 1993). Enligt Jonnergård och Stafsudd (2009) styrs kvinnor av

empati. De är väldigt emotionella, samarbetsinriktade och närvarande (Barber, et al., 2009; Connell, 2003; Macheridis, 2009). Kvinnor styrs av en personlig tillhörighet och att främja vänskapliga relationer, medan männen bedöms som relativt självfokuserade (Barber et al., 2009). Kvinnornas syn på den första initiala kontakten i studien motsäger sig tidigare forskning då de absolut inte har svårt att göra en bedömning av företagsledaren vid första mötet.

5.3.3 Informationsinsamling innan och vid första mötet

Alla kvinnorna och alla männen utom en man, respondent J samlar in information om företaget innan de träffar kunden. Svensson och Ulvenblad (1994) menar att för att en kreditbedömning ska bli så framgångsrik som möjligt måste relevant, korrekt och aktuell information samlas in. I kreditbedömningsprocessen är det kreditbedömarens uppgift att samla in information och kommunicera med andra aktörer (Berggren & Lindkvist, 2001; Howorth & Moro, 2006). Veloutsou et al. (2005) fann i sin studie att kvinnor jämfört med männen i högre utsträckning använder sig av alla de informationskällor som finns tillgängliga. Studien visar att alla kvinnorna och alla utom en man samlar in information innan mötet med kunden, vilket stödjer sig i tidigare forskning då kvinnor i högre utsträckning använder sig av alla informationskällor som finns tillgängliga.

Informationen som kvinnorna och männen samlar in vid första mötet med kunden skiljer sig inte så mycket åt än den informationen som de samlar in när de träffar kunden. Däremot visar det sig att respondent H och L av männen även samlar in icke finansiell information. Berger et al. (2005) menar att små banker är bättre på att samla in icke finansiell information jämfört med stora banker. Männen i studien samlar in mer icke finansiell information jämfört med kvinnorna. Detta stödjer tidigare teorier, då mindre banker är bättre på att samla in mer icke finansiell information, men det ger ett bidrag till nya teorier då det endast är männen som samlar in icke finansiell information.

5.3.4 Kreditbeslut redan efter första mötet med kunden

Alla kvinnorna utom respondent F, som inte får fatta kreditbeslut själv, kan ta kreditbeslut redan efter första möte med kunden. Av männen kan respondenterna J, K och L ta kreditbeslut redan efter första mötet med kunden. Tre av männen, respondenterna G, H och I får inte ta kreditbeslut själva. Svensson och Ulvenblad (1994) menar att det ibland är lätt att fastställa tidpunkten när kreditbeslutet fattas, medan de andra gånger kan vara svårare. Beroende på vilken beslutsledarstil kreditbedömaren har kan olika framgångar i kreditbedömningen nås (Landström, 2003). Manliga kreditbedömare är riskaverta och självsäkra i sin kreditbedömning, medan kvinnor är mindre självsäkra och mer rädda för att ta risker i sin kreditbedömning (Bellucci et al., 2010). Kvinnor i vår studie känner sig säkra att fatta kreditbeslut redan efter första möte med kunden och detta motsäger sig teorin att kvinnor är osäkra och vill inte ta risker.

5.4 Kreditbedömaren

Vi börjar detta avsnitt med en analys av våra undersökningsvariabler. Våra undersökningsvariabler är kunskaper, erfarenheter, osäkerhet samt förtroende och geografisk närhet mot små företag. Vidare diskuterar vi hur var och en av variablerna påverkar informationsinsamlingen vid kreditbedömning beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man.

5.4.1 Analys av variablerna och dess påverkan

Tabellen nedan visar en jämförelse mellan våra respondenter, kvinnor och män, i deras kunskaper, erfarenheter och osäkerhet, samt deras förtroende mot små företag och vilken betydelse den geografiska närheten mot små företag har. Det i sin tur påverkar informationsinsamlingen. Respondenternas kunskaper mäts i deras utbildning och deras erfarenheter mäts i hur länge de har arbetat på banken. Tonnquist (2006) menar att kunskap är något man lär sig och tar till sig och det snabbaste sättet att skaffa sig kunskap på är genom utbildning. Andersson (2003) kom i sin studie fram till att erfarna kreditbedömare samlar in mer information än oerfarna och att erfarna kreditbedömare har svårt att urskilja vad som anses vara väsentlig information. Respondenternas osäkerhet mäts i deras personliga uppfattning. Rydmark (2002) menar att osäkerhet finns hos beslutsfattare för de inte har tillgång till all information, saknar kunskap till att kunna fatta beslut eller för att de inte kan bearbeta eller förstå informationen. Förtroendet mot små företag mäts i relationens längd, respondentens uppfattning om företaget och den informationen som kreditbedömaren får ta del av från företagaren. Silver och Berggren (2010) menar att relationen speglas av förtroende och den information som kreditbedömaren får ta del av. Den geografiska närheten mellan kreditbedömaren och företaget mäts i respondentens individuella kontakt med företaget, vilket i sin tur kan leda till mer eller mindre informationsinsamling. Agarwal och Hauswald (2010) menar att ju närmare kreditbedömaren är låntagare desto lättare är det att kvalitetssäkra informationen.

Sammanfattningen i tabellen nedan visar att både kvinnors och mäns kunskaper och erfarenheter påverkar informationsinsamlingen genom att de fokuserar på att samla in relevant information. Kvinnornas osäkerhet resulterar i ökad insamling av mjuk information, såsom information om företagaren eller branschen. Mäns osäkerhet resulterar i att de söker mer information i form av rådgivning av sina kollegor inom banken. Förtroende mot små företag oavsett om kreditbedömaren är kvinna eller man resulterar i mindre informationsinsamling. Geografisk närhet mot små företag har mer negativ påverkan på kvinnornas informationsinsamling, jämfört med männen.

Undersöknings- variabler	Kvinnors påverkan på informationsinsamling	Mäns påverkan på informationsinsamling
Kunskaper och erfarenheter	Insamling av relevant information	Insamling av relevant information
Osäkerhet	Insamling av mjuk information	Rådgör med kollegor
Förtroende mot små företag	Mindre informations-Insamling	Mindre informations-Insamling
Geografisk närhet mot små företag	Mer negativ påverkan	Mindre negativ påverkan

Tabell 3: Analystabell (egenarbetad)

5.4.1.1 Kreditbedömarens kunskaper och erfarenheter

Kvinnorna har färre högskole/universitets examensutbildningar jämfört med männen, däremot har de totalt sett en längre erfarenhet inom banksektorn. En erfaren beslutsfattare har mer

kunskaper och tenderar att använda sig av en mer riktad strategi än vad nybörjare gör vid insamling av information (Sacci & Burigo, 2008). Författarna menar att en beslutsfattares kunskaper ger dem möjlighet att sortera bort den information som är irrelevant och koncentrerar sig på den information som är relevant. Det finns skillnader i kvinnor och mäns sökbeteende av informationskällor (Barber et al., 2009). Kvinnor fokuserar på all tillgänglig information som de bearbetar grundligt och män fokuserar på relevant information. Andersson (2003) kom i sin studie fram till att erfarna kreditbedömare samlar in mer information än oerfarna och att erfarna kreditbedömare har svårt att urskilja vad som anses vara västenlig information. I studien visar det sig att kvinnorna och männen använder sina kunskaper och erfarenheter genom att de samlar in relevant information och skiljer sig inte åt om kreditbedömaren är kvinna eller man, vilket ger stöd åt tidigare forskning.

5.4.1.2 Kreditbedömarens osäkerhet

När kvinnorna är osäkra samlar de in mer mjuk information, medan männen vid osäkerhet rådgör med sina kollegor. Insamling och användning av informationskällor uppfattas olika av kvinnor och män, vilket beror på insamlarens kunskaper, erfarenheter och osäkerhet (Barber et al., 2009). Rydmark (2002) menar att beslutsfattaren är osäker om den inte har tillgång till all information och saknar därför kunskap om något relevant som behövs för att kunna fatta beslut. Osäkerhet kan också finnas trots att relevant information är tillgänglig. Osäkerheten kan bero på att beslutsfattare inte kan lita på informationen eller har svårt att tolka, bearbeta och förstå informationen. Studien visar att när respondenterna känner sig osäkra samlar de in mer information, vilket stödjer tidigare forskning. Däremot skiljer sig studien åt då kvinnor vid osäkerhet tenderar att samla in mer mjuk information, medan männen vid osäkerhet rådgör med sina kollegor, vilket är ett bidrag till ny teori.

5.4.1.3 Förtroende mot små företag

Alla kvinnorna tycker att förtroende mot små företaget ökar ju längre relationen har pågått, och alla kvinnor utom respondent F, som inte har rätt att fatta kreditbeslut själv, samlar in mindre information vid ökat förtroende. Även männen anser att relationen speglas av förtroende gentemot varandra och respondent H, I, J och K samlar in mindre information vid ökat förtroende. Respondenterna G och L anser till och med att de får mer information vid ökad förtroende. Förtroende ökar med tiden på grund av rådgivarens erfarenheter, omtanke om företaget och dess välbefinnande, men även av rådgivarens ärlighet (Miller & Staada, 2010). Förtroendet påverkas av kompetens, delaktighet i samhällsaktiviteter, information från tredje part och relationens längd (Howorth & Moro, 2006). Förtroende skapas redan vid första mötet mellan banken och företaget, vilket beror på det personliga intrycket (Svensson & Ulvenblad, 1994). Relationen speglas av förtroende och den information som kreditbedömaren får ta del av (Silver & Berggren, 2010). Graham (1986) menar att värdet på informationen om företagaren som person är ett resultat av hur personligheten påverkar kommunikation och därför måste skillnader mellan kvinnor och män som kreditbedömare beaktas. Kvinnor fokuserar på att utveckla relationer, har förmåga att lyssna och kommunicera (Berggren et al., 2001). Respondenternas förtroende mot små företag i studien stödjer tidigare forskning då både kvinnorna och männen samlar in mindre information vid ökat förtroende.

5.4.1.4 Geografisk närhet mot små företag

Alla kvinnorna tycker att den geografiska närheten till företaget har betydelse. Av kvinnorna anser respondent A, C, D och F att det finns en risk att negativ information förbises. Även männen anser att geografisk närhet har betydelse, men endast respondent H, J och L anser att det finns en risk att den nära relationen leder till att negativ information förbises. Svensson

och Ulvenblad (1994) fann i sin studie att på mindre orter har banken en bättre personkännedom. Ju närmare låntagaren är kreditbedömaren desto lättare är det att samla in information om företaget och kvalitetssäkra den (Agarwal & Hauswald, 2010). Eriksson (2006) menar att kreditbedömare ofta har en viss distans till sina kunder för att de inte ska göra något fel vid kreditbedömningen, men även för att bankens kultur och tradition är sådan. Vidare menar författaren att en nära relation innebär en risk då inte kreditbedömaren tar till sig negativ information såsom att företag exempelvis står inför en kris. Det finns individuella skillnader att hantera informationsinsamlingen (Kling et al., 2003). Kvinnor styrs av personlig tillhörighet och att främja vänskapliga relationer, medan männen bedöms som relativt självfokuserade (Barber et al., 2009). Vid en geografisk närhet mellan banken och företaget minskar den asymmetriska informationen då kreditbedömare har lättare att få tag i information som är relevant för kreditbeslut (Silver, 2003). Studien visar att kvinnorna lättare jämfört med männen förbiser negativ information vid en geografisk närhet till företaget, vilket ger stöd åt tidigare forskning. Däremot ger studien inget stöd åt tidigare forskning att den asymmetriska informationen skulle minska vid en geografisk närhet då kvinnorna i studien upplever att små företag undanhåller information.

5.5 Olika typer av informationskällor

Under detta avsnitt ger vi en beskrivning av vilka informationskällor respondenterna använder sig av. Avslutningsvis i detta avsnitt visar vi vilken/vilka information/informationskällor som respondenterna anser är viktigast.

5.5.1 Kreditupplysning

Alla kvinnorna och alla männen använder sig av kreditupplysning som informationskälla. Kreditupplysningen är den viktigaste informationskällan (Sigbladh et al., 1999). Författarna menar att via en kreditupplysning kan kreditbedömaren få upplysningar om företaget har betalningsanmärkningar, vilket anses vara en allvarlig varningsklocka då företaget har en oförmåga att betala sina skulder. Kreditupplysningen ger även information om företagets betalningsförmåga och vilja till att återbetala krediten. Låntagarens kreditvärdighet visar på en signifikans om kreditbedömaren är en kvinna eller en man, men även på vilken typ av verksamhet som bedrivs, företagets egna kapital, ekonomiska förbindelser och risker (Bellucci et al., 2010). Respondenternas användning av kreditupplysning i studien som informationskälla skiljer sig inte åt om kreditbedömaren är kvinna eller man, vilket ger ett stöd åt tidigare forskning.

5.5.2 Information från företaget

Alla kvinnor samlar in information om företaget. Alla männen utom respondent G samlar också in information om företaget. Coghill (1976) menar att en kreditbedömare kan samla in finansiell information i form av företagets leverantörsfakturor, lönerapporter, tillverkningsregister, vinstdispositioner, men även från årsredovisningen, media och rapportstudie. Det går även att samla in information från företagets kunder (Gomez, 2003; NUTEK, 1993). Kreditbesluten skiljer sig åt trots att det finns standardiserade och omfattande kreditpolicier för banken att följa (Funerud, 1994). Oftast fattas kreditbeslut på finansiell information för att den är lätt att kvantifiera (Green, 1996; Scott, 2006). Scott (2006) menar att det finns ett samband mellan kreditbedömare och små företags lån. Studien visar att både kvinnor och män som kreditbedömare samlar in information från företaget, vilket ger stöd åt tidigare forskning.

5.5.3 Företagsledningen

Fem av kvinnorna samlar in information om företagsledningen. Det är endast respondent A av kvinnorna som inte gör det. Av männen är det endast respondent I som inte samlar in information om företagsledningen. De andra männen gör det. När kreditbedömaren gör en kreditbedömning bör företagsledningen ingå i företagsanalysen (NUTEK, 1993; Sigbladh et al., 1999). Företagsledningen uppfattas som en av de viktigaste faktorerna till företagets framgång och överlevnad, trots det ägnas det lite tid till bedömning av företagsledningen (Broomé et al., 1998). Även företagets styrelse bör kontrolleras, eftersom styrelsen oftast består av de personer som är i företagsledningen, det vill säga ägaren själv och någon/några till (Sigbladh et al., 1999). Information om företagets affärsidé, ledning, bokslut, budget, samt säkerheter är intressanta att analysera vid en kreditbedömning (Bellucci et al., 2010, Green, 1996). Uppfattningen om låntagarens kreditvärdighet visar på en signifikans om kreditbedömaren är en kvinna eller man (Bellucci et al., 2010). Kvinnorna och männen i studien samlar in information om företagsledningen och ger således stöd i tidigare forskning då informationen anses vara en av de viktigaste faktorerna.

Respondenten I är den enda respondenten bland männen som inte samlar in information om företagsledningen. Han är den enda bland männen som endast har gymnasium utbildningen, men i gengäld är han av dem som har den längsta erfarenhet inom kreditbedömningen. Detta går emot Andersson (2003) och resultat i hans studie då han kom fram till att erfarna kreditbedömare samlar in mer information än oerfarna.

5.5.4 Revisorn

Respondent A, B och D av kvinnorna använder sig av revisorn som informationskälla, medan respondent C, E och F inte använder revisorn som informationskälla. Däremot visar det sig att alla kvinnorna samlar in mer information om de ser en oren revisionsberättelse. Respondent I och K av männen använder sig av revisorn som informationskälla, medan G, H, J och L inte gör det. Alla männen samlar in mer information om de skulle se en oren revisionsberättelse från företaget. Kreditbedömare kan använda sig av revisorn som informationskälla (Gomez, 2003, Svensson & Ulvenblad, 1994). Om företaget får en oren revisionsberättelse är det viktigt att kreditbedömaren samlar in mer information från revisorn innan krediten beviljas för att se så att alla uppgifter är korrekta (Sigbladh et al., 1999) Författarna menar att många gånger är problemen som företaget har kända för revisorn och att kreditbedömare alltför sällan utnyttjar informationen som revisorn har. Jonnergård och Stafsudd (2009) kom i sin studie fram till att kvinnor har mindre tillgång till information och mindre inflytande då de inte uppfattas som en i det manliga gänget. Studien visar att både kvinnorna och männen använder sig av revisorn som informationskälla och samlar in mer information vid oren revisionsberättelse, vilket tidigare forskning har visat. Däremot skiljer sig denna studie mot tidigare forskning, då tidigare forskning visar att kvinnor har mindre tillgång till information, vilket kvinnorna i den här studien inte har.

5.5.5 Socialt nätverk

Respondent B, C, D och E av kvinnorna är delaktiga i socialt nätverk och använder sig av sitt sociala kontaktnät som informationskälla. Av männen är respondent H, I, J och K delaktiga i socialt nätverk, men endast H, J och K använder sig av sitt sociala kontaktnät som informationskälla. Deltagandet i olika sociala nätverk och tillgången till information från tredje part både påverkar och skapar förtroende från kreditbedömaren gentemot den kreditsökande (Howorth & Moro, 2006). Beroende på om kreditbedömaren är verksam i en storstad eller på en mindre ort utnyttjas det sociala nätverket på olika vis (Svensson & Ulvenblad, 1994). Författarna menar att kreditbedömare på mindre orter utnyttjar sitt sociala

nätverk i en högre utsträckning än en kreditbedömare i en storstad och dessutom underhåller de relationen. Ju närmare låntagaren är banken desto lättare är det att samla in information om företaget (DeYong et al., 2008). Kvinnor har en tendens att skapa kvinnliga nätverk, medan män skapar manliga nätverk (Gunneriusson, 2002) Författaren menar att det är en undermedveten attraktion som gör att man dras till likasinnade individer, som har samma förståelse och som man känner förtroende för. Studien ger stöd åt tidigare forskning då det visar sig att kreditbedömare oavsett kön använder sig av sitt sociala nätverk som informationskälla.

5.5.6 De viktigaste informationskällorna

Av sex kvinnor är det respondent A, C, D och F som tycker att informationen om personen bakom företaget är den viktigaste informationskällan. Respondent E tycker att den ekonomiska informationen om företaget är viktigast och respondent B tycker att informationen om företagets risker och dess säkerheter är den viktigaste informationen.

Av sex män är det respondent I, K och L som tycker att personen bakom företaget är den viktigaste informationskällan. Respondent G och J tycker att den ekonomiska informationen om företaget är viktigast och respondent H tycker att informationen om företagets risker och säkerhet är viktigast.

I nedanstående tabell har vi sammanfattat informationen/informationskällor som respondenterna tycker är de viktigaste vid insamling av information.

Personen bakom företaget	Ekonomisk information	Riskerna och säkerheterna
4 kvinnor Respondent A, C, D, F	1 kvinna Respondent E	1 kvinna Respondent B
3 män Respondent I, K, L	2 män Respondent G, J	1 man Respondent H

Tabell 4: Sammanfattning av informationskällor (egenarbetad)

5.6 Analys av andra variabler

Under det här avsnittet ger vi en analys av andra variabler än de variabler som från början var med i vår studie. Vi har grupperat respondenterna i deras ålder, utbildning och erfarenhet oavsett kön för att se om det finns likheter och olikheter i informationsinsamlingen.

5.6.1 Analys av ålder

Vi har börjat med att gruppera respondenterna i olika åldersgrupper. I gruppen mellan 30-40 år hamnar respondenterna A, B, G och H. I gruppen 41-50 år hamnar respondenterna C, D, E, I, J och K. Den sista gruppen 51 år och uppåt består av respondenter F och L. De respondenter som mest har något gemensamt när det gäller informationsinsamlingen är de respondenter som återfinns i gruppen 51 år och uppåt. De upplever att informationen som de samlar in är trovärdig och de anser att det finns skillnader i hur de mottar information om information kommer från en kvinna eller en man. Dessutom anser de att risken är stor att negativ information förbises vid geografisk närhet mot små företag. Respondenterna F och L i denna grupp har varken samma utbildning eller lika lång erfarenhet.

5.6.2 Analys av utbildning

När vi har grupperat respondenterna efter deras utbildning får vi två grupper. Den ena gruppen med respondenterna C, D, E, F och I som har gymnasium utbildning och den andra gruppen med respondenterna A, B, G, H, J, K och L som har högskole/universitetsutbildning. Informationsinsamlingen mellan grupperna visar inga väsentliga skillnader.

5.6.3 Analys av erfarenhet

När vi har grupperat våra respondenter enligt deras erfarenhet får vi även här två grupper. I den ena gruppen med 0-15 års erfarenhet hamnar respondenterna A, B, F, G, H, J, samt K och i den andra gruppen hamnar respondenterna C, D, E, I och L som har mer än 16 års erfarenhet som kreditbedömare mot små företag. I gruppen med längre erfarenhet upplever alla respondenter att de kan fatta kreditbeslut direkt efter första möte med kunden. Då bara respondent L har högskole/universitets utbildning i den andra gruppen kan den gemensamma nämnaren för gruppen vara att de har långa erfarenhet av kreditbedömning av små företag.

6. Slutsatser och framtida forskning

I vårt avslutande kapitel kommer vi att besvara vår problemformulering och uppfylla vårt syfte med studien. Vi kommer att presentera de slutsatser som vi har kommit fram till genom att visa vilka diskussioner som vi har fört kring ämnet, samt att presentera vårt bidrag till forskningen och ge de förslag som vi tycker ligger till grund för framtida forskning. Informationsinsamlingen vid kreditbedömning av små företag skiljer sig åt i vissa avseende beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man och kan ibland förklaras i deras sociala beteende. Kvinnorna har lägre kunskaper (utbildning) jämfört med männen, men har i gengäld längre erfarenheter. Både kvinnornas och männens kunskaper och erfarenhet resulterar i att relevant information samlas in. Vid osäkerhet samlar kvinnorna in mer mjuk information, medan männen mer rådgör med sina kollegor. Dock minskar både kvinnornas och männens informationsinsamling vid ökat förtroende för små företaget. Den geografiska närheten mot små företaget påverkar kvinnorna i högre utsträckning jämfört med männen då de lättare förbiser negativ information.

6.1 Slutsatser

Under detta avsnitt kommer vi att presentera de slutsatser som vi har kommit fram till och således besvara studiens problemformulering och uppfylla dess syfte.

Syftet med vår studie är:

- att beskriva hur kvinnor och män samlar in information vid kreditbedömning av små företag
- att analysera och tolka likheter och olikheter vid informationsinsamling beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man
- att skapa en djupare förståelse om skillnader mellan kvinnor och mäns sociala beteende i deras roll som kreditbedömare

I vår studie valde vi att ställa några delfrågor innan vår huvudfråga. Vi ställde oss frågande till om informationsinsamlingen skiljer sig åt beroende på om kreditgivaren är kvinna eller man. Vilken information kvinnor och män som kreditbedömare anser är mest värdefull och vilken typ av information samlar kvinnor och män som kreditbedömare in vid kreditbedömning av små företag? Dessa delfrågor gav studiens problemformulering.

Vår studies problemformulering är: *På vilket sätt skiljer sig informationsinsamlingen åt vid kreditbedömning av små företag beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man och vad beror det på?*

Studie visar att informationsinsamlingen vid kreditbedömning av små företag skiljer sig åt i vissa avseende beroende på om kreditbedömaren är kvinna eller man och kan ibland förklaras i respondenternas sociala beteende. Kvinnorna i studien har mindre kunskaper (utbildning) jämfört med männen, men har i gengäld totalt sett mer erfarenheter som kreditbedömare mot små företag. Både kvinnorna och männen utnyttjar sina kunskaper och erfarenheter genom att samla in relevant information vid kreditbedömning. De har lärt sig att ställa de svåra och jobbiga frågorna och samla in information enligt vissa mönster. Trots det upplever kvinnorna att informationen från små företag är svårare att hantera och att små företagare har en tendens att underhålla information. Männen å andra sidan tycker jämfört med kvinnorna att de tillhandahåller mindre information från små företag, jämfört med stora företag. Deras upplevelser menar Miller och Siegel (2009), samt Silver och Vegholm (2009) kan bero på för lite kunskap och förståelse för företaget, bristande information och utbildningar,

kommunikationsproblem och för lite kunskaper från bankens sida om företagets specifika verksamhet.

- Slutsatsen är att kvinnorna har mindre kunskaper (utbildning) och högre erfarenheter jämfört med männen, men både kvinnorna och männen har lärt sig att samla in relevant information.

Kvinnornas osäkerhet speglar sig i att de samlar in mer mjuk information, medan männen vid osäkerhet rådgör med sina kollegor. Både kvinnorna och männen kan (alla utom de respondenter som inte får ta kreditbeslut själva) fatta ett beslut redan efter första gången de träffar kunden. Trots det samlar kvinnor generellt sätt in mer information än männen då de samlar in all tillgänglig information som finns. Rydmark (2002) menar att osäkerhet kan finnas trots att all relevant information finns tillgänglig. Totalt sätt använder sig kvinnorna av mer referenser jämfört med männen och då externt. Om männen skulle använda sig av referenser skulle det ske internt inom banken. Sridhar (1987) fann i sin studie att kvinnor har en tendens att i högre utsträckning anlita sig av referenser, men att de däremot tar färre personliga kontakter utanför organisationen.

- Slutsatser är att vid osäkerhet samlar kvinnor in mer mjuk information medan männen rådgör med sina kollegor. Slutsatsen är även att kvinnor i första hand använder sig av externa referenser medan männen använder sig av interna referenser, vilket motsäger sig teorin.

Alla respondenter i studien oavsett om kreditbedömaren är kvinna eller man menar att förtroendet ökar ju längre relationen varar. Samtidigt upplever kvinnorna att små företag undanhåller information. Dessutom tycker kvinnorna i studien jämfört med männen att den informationen som de får ta del av är trovärdig. Barber et al. (2009) förklarar det med att kvinnor styrs av en personlig tillhörighet och främjar vänskapliga relationer, medan männen bedöms som relativt självfokuserade. Veloutsou et al. (2005) menar att kvinnor uppfattar informationskällor på ett trovärdigare sätt och sätter högre värde på informationen som de tillhandahåller jämfört med männen. Ett ökat förtroende leder till att den kreditsökande kan öppna sig mer och föra ett intimare samtal med kreditbedömaren (Miller & Staada, 2010).

- Slutsatsen är att både kvinnorna och männen samlar in mindre information vid ökat förtroende mot små företag. Trots det upplever kvinnorna att små företag undanhåller information.

Studien visar att alla respondenterna, oavsett deras kön, anser att den geografiska närheten har en betydelse. Den geografiska närheten mot små företaget påverkar kvinnorna mer negativt jämfört med männen, då de anser att det finns en risk att negativ information om företaget förbises med den nära relationen. Männen å andra sidan är mer professionella och menar att risken inte är så stor då de avsäger sig ärendet om det uppstår en för nära relation. Kvinnornas farhågor stödjer sig i teorin då Eriksson (2006) menar att en nära relation kan leda till att negativ information förbises. Jonnergård och Stafsudd (2009) förklarar det med att kvinnor styrs av empati.

- Slutsatserna vi kan dra av detta är att oberoende av kön anser alla respondenterna att den geografiska närheten har betydelse, men att kvinnor påverkas mer negativt av den geografiska närheten mot små företaget, jämfört med männen då de lättare förbiser negativ information om företaget.

I studien visar det sig att både kvinnorna och männen i sin roll som kreditbedömare anser att det är personen bakom företaget som är den viktigaste informationskällan. Alla respondenterna både kvinnorna och männen samlar in information från kreditupplysningar och lika många kvinnor och män samlar in information om företaget. Kvinnorna samlar även in mer information jämfört med männen från sitt sociala nätverk och från revisorn. Alla kvinnor och alla män utom en man samlar in information om företagsledning, trots att denna man har den längsta erfarenheten och har jobbat längst. Slutsatserna vi kan dra av detta är att trots kvinnornas långa erfarenhet samlar de in mer information än männen, vilket överensstämmer med teorin. Vår studie motsäger sig dock teorin då mannen som har längst erfarenhet inte samlar in information om företagsledningen. Andersson (2003) menar att erfarna kreditbedömare samlar in mer information än icke erfarna och har svårt för att välja ut den information som är väsentlig och relevant. Vidare upplever kvinnorna att det finns mer skillnader i informationsinsamlingen om de mottar information från en kvinna eller en man i jämförelse med män.

6.2 Bidrag till forskning

Under detta avsnitt kommer vi att visa vår studies bidrag till forskningen. Vi har kommit fram till att vår studie på många sätt bidrar till ny forskning, då studien i många avseenden motsäger sig tidigare teorier och på så vis bidrar till nya.

Vår studie visar att kvinnorna har samma befattning inom banken som männen. Detta är helt emot tidigare teorier, då Acker (1994b) menar att kvinnor inom banksektorn har lägre positioner jämfört med männen. Sridhar (1987) menar att kvinnor tar färre personliga kontakter utanför organisationen, vilket är helt emot vår studie då denna visar att kvinnor använder sig mer av externa referenser utanför banken jämfört med männen. Kvinnorna upplever även att det finns skillnader i hur de mottar informationen om den kommer från en kvinna eller en man, vilket även är förslag till framtida forskning. Inte heller har kvinnorna svårt att bedöma företagsledaren redan vid första initiala kontakten som tidigare forskning visar (NUTEK, 1993). Studien visar även att män å andra sidan är mycket flitigare jämfört med kvinnorna att samla in icke finansiell information. Resultat av vår studie visar att kvinnor upplever att de kan fatta kreditbeslut direkt efter första möte med kunden, vilket inte överensstämmer med tidigare forskning då denna visar att kvinnor är osäkra och inte vill ta risker (Bellucci et al., 2010). Vår studie visar att när kvinnor är osäkra samlar de in mer mjuk information medan männen vid osäkerhet rådgör med sina kollegor. Kvinnorna i studien upplever att små företag undanhåller information, vilket inte minskar den asymmetriska informationen vid en geografisk närhet. Detta är emot tidigare teorier då Silver (2003) menar att asymmetrisk information minskar vid geografisk närhet. Sammanfattningsvis har kvinnorna i studien inte tillgång till mindre information som tidigare forskning av Jonnergård och Stafsudd (2009) visar.

6.3 Framtida forskning

I detta avsnitt kommer vi att presentera våra förslag till framtida forskning. En liknande studie som vi har gjort skulle mycket väl kunna utföras fler gånger fast i andra situationer.

Då vår studie fokuserar på att generellt hitta skillnader mellan kvinnor och mäns informationsinsamling i deras roll som kreditbedömare mot små företag har vi inte lagt någon större vikt på vilket bankkontor som vi har utfört intervjuerna på. Därför skulle det i framtiden vara intressant att göra en likadan studie mellan bankkontor i mindre och större städer. Studien skulle också gå att genomföra på liknande sätt och studera kvinnor och mäns informationsinsamling vid kreditbedömning mot små företag som är verksamma i olika

företagsbranscher. Dessutom skulle det vara intressant att undersöka skillnader i informationsinsamling om den creditsökande är kvinna eller man, då vi i vår studie har funnit att det finns skillnad i hur kreditbedömaren mottar information beroende på om information kommer från en kvinna eller en man.

Vidare skulle det självklart vara intressant att genomföra liknande studie med samma undersökningsvariabler som vi använt i vår studie mot större företag för att se om det finns väsentliga skillnader i informationsinsamlingen om det creditsökande företaget är litet eller stort.

Källförteckning

- Acker, J. (1994a). Om "administrative man" vare kvinna. I L. Sjöstedt (Red.), *Om man vare kvinna* (s. 11-28). Uppsala: Ord & Form AB.
- Acker, J. (1994b). The gender regime of Swedish banks. *Scandinavian journal of management*, 10 (2), 117.
- Agarwal, S., & Hauswald, R. (2010). Distance and Private Information in Lending. *The Review of Financial Studies*, 23, 2757.
- Alvesson, M., & Sköldberg, K. (2008). *Tolkning och reflektion*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Andersson, P. (2003). Är gammal i gamet äldst? Beslutsprocesser hos erfarna och oerfarna kreditbedömare. I H. Landström (Red.), *Småföretaget och kapitalet* (s. 90-114). Stockholm: SNS Förlag.
- Ang, J. S. (1991). Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management. *The Journal of Small Business Finance*, 1, 1-13.
- Barber, N., Dodd, T., & Kolyesnikova, N. (2009). Gender differences in information search: implications for retailing. *The Journal of Consumer Marketing*, 26, 415.
- Bellucci, A., Borisov, A., & Zazzaro, A. (2010). Does gender matter in bank-firm relationships? Evidence from small business lending. *Journal of Banking & Finance*, 34, 221.
- Berger, A. N., Miller, N. H., Petersen, M. A., Rajan, R. G., & Stein, J. C. (2005). Does function follow organizational form? Evidence from the lending practices of large and small banks. *Journal of Financial Economics*, 76, 237.
- Berggren, B. (2003). Tillväxt och lönsamhet i små företag. I H. Landström (Red.), *Småföretaget och kapitalet* (s. 45-64). Stockholm: SNS Förlag.
- Berggren, C., Gillström, L., Gillström, L., & Östling, B. (2001). *Praktiskt ledarskap*. Malmö: Liber.
- Berggren, C. & Lindkvist, L. (2001). *Projekt – organization för målorientering och lärande*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Bergström, S., & Lennander, G. (2001). *Kredit och säkerhet*. Uppsala: Iustus Förlag AB.
- Björnsson, B. (2003). Finns en bank även för kvinnor? Småföretagares erfarenheter av rådgivningsmöten i bank. I H. Landström (Red.), *Småföretaget och kapitalet* (s. 134-150). Stockholm: SNS Förlag.
- Bolman, L. G., & Deal, T. E. (2005). *Nya perspektiv på organisation och ledarskap*. Lund: Studentlitteratur.

- Broomé, P., Elmér, L., & Nylén, B. (1998). *Kreditgivning till företag*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Bruns, V. (2003). Kreditprocessen ur bankens och det växande ägarledda företags perspektiv. I H. Landström (Red.), *Småföretaget och kapitalet* (s. 115-133). Stockholm: SNS Förlag.
- Bryman, A. (2009). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB.
- Carr, M. (2009). The Forest for the Trees. *Business Credit*, 111, 12.
- Coghill, R. (1976). Financial information—How and where to get it. *Community Banker*, 87, 46.
- Coleman, S. (2000). Access to Capital and Terms of Credit: A Comparison of Men- and Woman-Owned Small Business. *Journal of Small Business Management*, 38, 37-52.
- Collis, J. & Jarvis, R. (2002). Financial information and management of small private companies. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9, 100-110.
- Collis, J., Jarvis, R., & Skerratt, L. (2004). The demand for the audit in small companies in the UK. *Accounting and Business research*, 34, 87-100.
- Connell, R.W. (2003). *Om Genus*. Uddevalla: Daidalos AB.
- Deegan, C., & Unerman, J. (2006). *Financial Accounting Theory*. London: Mc Graw Hill.
- DeYong, R., Glennon, D., & Nigro, P. (2008). Borrower-lender distance, credit scoring, and loan performance: Evidence from informational-opaque small business borrowers. *Journal of Financial Intermediation*, 17, 113.
- Ekman, G. (2003). *Från prat till resultat*. Malmö: Liber AB.
- Eriksson, K. (2006). *Utveckling av kundrelationer inom bank- och finansmarknader*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Eisenhardt, K. M. (1989) Agency Theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 1, 1-13.
- FAR SRS Samlingsvolym (2010). Stockholm: FAR SRS Förlag AB.
- Funered, U. E. (1994). *Bankernas risktagande*. Lund: Santérus Förlag AB.
- Georgas, M. E., & Seward, M. (1998). Ten principles of small business banking. *America's Community Banker*, 9, 24.
- Gomez, C. (2003). Application of scoring systems in trade credit assessment. *Business Credit*, 105, 56.

- Gooderham, P. N., Tobiassen, A., Doving, E., & Nordhaug, O. (2004). Accountants as Sources of Business Advice for Small Firms. *International Small Business Journal*, 5, 4-22.
- Graham, J. D. (1986). Analyzing Lending Incentives. *The Bankers Magazine*, 169, 62.
- Green, E. (1996). *Kreditbedömning och intuition – ett tolkningsförslag*. Lund: University Press.
- Gunneriusson, H. (2002). *Sociala nätverk och fält*. Uppsala: Uppsala University Tryck & medier.
- Holme, I. M., & Solvang, B. K. (1997). *Forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Howorth, C., & Moro, A. (2006). Trust within Entrepreneur Bank relationships: Insights from Italy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, 495-517.
- Jacobsen, D. I. (2002). *Vad, hur och varför?* Lund: Studentlitteratur AB.
- Johannisson, B., & Lindmark, L. (1996). *Företag företagare företagsamhet*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Jonnergård, K., & Stafssudd, A. (2009). Om kvinnligt och manligt i revisionsbranschen. I C. Angelfors, & E. Schömer (Red.), *En bok om genus* (s. 177-204). Göteborg: Intellecta Infolog.
- Kempf, D. S., & Palan, K. M. (2006). The effects of gender and argument strength on the processing of word-of-mouth communication. *Academy of Marketing Studies Journal*, 10, 1.
- Kling, K., Driver, M. J., & Larsson, R. (2003). Hantering av mänskliga fallgropar vid kreditbedömning av små företag. I H. Landström (Red.), *Småföretaget och kapitalet* (s. 67-89). Stockholm: SNS Förlag.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Landström, H. (2003). De små företagens kapitalförsörjning. I H. Landström (Red.), *Småföretaget och kapitalet* (s. 11-25). Stockholm: SNS Förlag.
- Macheridis, N. (2009). *Projektaspekter*. Lund: Studentlitteratur AB.
- McCarthy, E. (2010). Tailoring Client Communications. *Journal of Financial Planning*, 12, 20.
- Miller, N. T., & Siegel, G. (2009). The Whole Enchilada: Attracting the Full Small Business Relationship. *Commercial Lending Review*, nov/dec, 19.
- Miller, N. T., & Staada, G (2010). The Trusted Advisor in Small Business and Middle-Market Banking. *Commercial Lending Review*, sep/oct 2010, 3.
- NUTEK (1993). *Riskbedömning – bankens riskbedömning vid kreditgivning till nystartade företag*. Bankman i nätverk. Stockholm: Gotab.

- Patel, R., & Davidsson, B. (1994). *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Rauterkus, A. (2008). Credit Availability and Lending Risk: A Review of Recent Research. *Commercial Lending Review*, 37, 4.
- Runebjörk Werner, I. (2006). *Ditt personliga varumärke*. Malmö: Liber AB.
- Rydmark, J. (2002). *Beslut under osäkerhet*. Göteborg: Förvaltningshögskolan/Göteborgs universitet.
- Saam, N. J. (2007). Asymmetry in information versus asymmetry in power: Implicit assumptions of agency theory? *The Journal of Socio-Economics*, 36, 825-840.
- Sacci, S., & Burigo, M. (2008). Strategies in the Information Search Process: Interaction Among Task Structure, Knowledge, and Source. *The Journal of General Psychology*, 135, 252.
- Scott, J. A. (2006). Loan Officer Turnover and Credit Availability for Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 44, 544.
- Shaw, E., Marlow, S., Lam, W., & Carter, S. (2009). Gender and entrepreneurial capital: implications for firm performance. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1, 25.
- Sigbladh, R., Lundén, B., Stenberg, V. (1999). *Kreditbedömning*. Uddevalla: Media Print.
- Silver, L. (2003). Lokala skillnader i bankers kreditbedömning av små och medelstora företag. I H. Landström (Red.), *Småföretaget och kapitalet* (s. 151-170). Stockholm: SNS Förlag.
- Silver, L., & Berggren, B. (2010). The Close Relationship Strategy – Corporate brand development in banking. *Journal of Brand Management*, 17, 289.
- Silver, L., & Vegholm, F. (2009). The dyadic bank – SME relationship; Customer adaptation in interaction, role and organisation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16, 615.
- Sridhar, M. R. (1987). Information and Communication Behaviour of Women Space Technologists. *Management*, 17, 301.
- Svensson, K., & Ulvenblad, P-O. (1994). Bankmäns hantering av krediter till små företag – en studie ur ett informationshanteringsperspektiv. Halmstad: ADE-tryck.
- Tonnquist, B. (2006). *Projektledning*. Stockholm: Bonnier Utbildning AB.
- Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur AB.

Tsai, H-T., Thomas, L. C., & Yeh, H-C. (2005). An economic model for credit assessment problems using screening approaches. *The Journal of the Operational research Society*, 56, 836.

Veloutsou, C., Paton, R. A., & Lewis, J. (2005). Consultation and reliability of information sources pertaining to university selection: Some questions answered? *The International Journal of Education Management*, 19, 279.

West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender and Society*, 1(2), 125-151.

Yin, R. K. (2003). *Case Study Research, Design and Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Zippwald, R. (2011). Seven Steps to Winning a Small Business Loan. *Financial Executive*, 1.

Bilaga: Intervjuguide

Bakgrund

Kan du berätta lite om din bakgrund?

- Kön, ålder
- Vilken utbildning har du?
- Hur länge har du arbetat som kreditbedömare mot små företag?

Banken och små företag

Hur definierar du små företag?

Vad tycker du om informationen som du får från små företag?

- Anser du att informationen från små företag är svårare att hantera i jämförelse med informationen från stora företag och varför?
- Tycker du att du som kreditbedömare tillhandahåller mindre information från små företag vid en kreditbedömning jämfört med stora företag?
- Upplever du att små företag undanhåller information som skulle kunna påverka kreditbedömning?
- Den informationen som du får ta del av, upplever du att den informationen är trovärdig?
- Använder du dig av referenser vid kreditbedömningen av små företag?
- Upplever du att det finns skillnad i hur du mottar information om du får den av en person av samma kön eller av motsatt kön?

Kreditbedömningsprocessen

Hur går kreditbedömningsprocessen till?

- På vilket sätt är den första initiala kontakten med företaget viktigt för att ett fortsatt samarbete ska fungera?
- Vilken information samlar du in innan första mötet med företaget?
- Vilken information samlar du in vid första mötet med företaget?

Händer det att kreditbedömningsbeslut tas med en gång efter första mötet med kunden och vad beror det på?

Kreditbedömare

Hur utnyttjar du dina egna kunskaper och erfarenheter vid insamling av information?

Hur påverkar din egen osäkerhet informationsinsamlingen?

- Leder det till att du samlar in mer eller mindre information?

Relationen mellan banken och företaget speglas av förtroende, anser du att företagets förtroende ökar ju längre samarbetet pågått?

- Om ja, leder det till att insamlingen av information minskar?

Spelar geografisk närhet mellan banken och företaget någon roll för dig som kreditbedömare?

- Vid en nära relation är det svårare att förbise negativ information om företaget?

Olika typer av informationskällor

Använder du kreditupplysning som en informationskälla vid kreditbedömning?

Vilka olika typer av företagsinformation använder du dig av?

Exempelvis årsredovisning, lönerapporter, leverantörsfakturer eller information från kunder och media.

Granskar du och använder du företagsledningen och styrelsen som informationskälla och på vilket sätt?

Använder du revisorn som informationskälla?

- Om företaget har fått en oren revisionsberättelse samlar du då in ytterligare information från revisorn om varför företaget har fått det?

Är du delaktig i något socialt nätverk?

- Använder du socialt nätverk som informationskälla?

Vilken information/informationskälla tycker du är viktigast i kreditbedömningsprocessen och varför?