



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för ekonomi

En fallstudie om belöningsbaserad crowdfunding

A case study of reward-based crowdfunding

Caroline Blom, Natalie Kovaleff Malmenstedt, Frida Söderbäck

En fallstudie om belöningsbaserad crowdfunding

A case study of reward-based crowdfunding

Caroline Blom, Natalie Kovaleff Malmenstedt, Frida Söderbäck

Handledare: Richard Ferguson, SLU,
Institutionen för ekonomi

Examinator: Carl Johan Lagerkvist, SLU,
Institutionen för ekonomi

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: G2E

Kurstitel: Självständigt arbete i företagsekonomi C

Kurskod: EX0538

Program: Ekonomi – kandidatprogram

Fakultet: Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap (NJ)

Utgivningsort: Uppsala

Utgivningsår: 2014

Serienamn: Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi

Nr: 875

ISSN 1401-4084

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: Crowdfunding, finansiellt gap, finansiering, informationsasymmetri
agentteori, pecking order



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för ekonomi

Förord

Vi vill börja med att tacka vår handledare, Richard Ferguson, för hans stöd och engagemang under studiens gång. Ett stort tack vill vi även rikta till alla de intervjuade personerna som ställt upp. Slutligen vill vi tacka nära och kära som ställt upp i slutskedet av studien med korrekturläsning.

Uppsala, juni 2014

Caroline Blom, Natalie Kovaleff Malmenstedt, Frida Söderbäck

Abstract

New businesses are important for the Swedish economy. They contribute with jobs, innovation and prosperity. Sweden has a low start-up compared to other EU countries partly because of the difficulties for new companies to attract external capital. The financial gap illustrates this problem. The purpose of this study is to examine a new type of funding source called crowdfunding in order to investigate if this new source can help reduce the financial gap. Crowdfunding is a new internet-based funding source where capital is collected from a large audience.

This study is based on interviews with the company Prioleva and the contributors to the firm. Prioleva had, like many other small business, financing problems. They decided to try the reward-based crowdfunding in order to raise the capital needed. The campaign was a success as they managed to collect enough funds from contributors to start their project.

A literature review of previous research on crowdfunding was made to gain a deeper understanding of the subject. Financing theories and the capital problems that new and small businesses can experience was also studied. Based on these theories and collected data, the study shows that reward-based crowdfunding has the potential to reduce the financial gap by spreading and reducing the risks. However, there is more knowledge needed about the phenomenon. It has also been proven in this study that it is important that the project affect the contributors.

Sammanfattning

Nya företag är viktigt för svensk ekonomi. De bidrar till bland annat sysselsättning, innovationer och välfärd. Sverige har idag ett lågt nyföretagande i jämförelse med andra EU-länder och en av orsakerna till detta är svårigheten för dessa företag att attrahera externt kapital. Det *finansiella gapet* illustrerar denna problematik genom en utbudssida (finansiärer) och en efterfrågesida (företag), där ett gap uppstår då utbudet understiger efterfrågan på kapital. Syftet med denna studie är att studera en alternativ finansieringsform som sker via internet, för att sedan undersöka hur denna finansieringsform kan påverka det finansiella gapet. Denna finansieringsform kallas *crowdfunding* och går ut på att kapital samlas in från allmänheten. En skillnad mot traditionell finansiering är att crowdfunding går ut på att attrahera en stor publik, istället för att förlita sig på en eller en relativt liten grupp av investerare.

För att studera crowdfunding har intervjuer gjorts med företaget Prioleva samt bidragsgivare till det studerade företaget. Prioleva hade i likhet med många andra nya och små företag problem med finansiering och i ett försök att lösa detta valde de att testa *belöningsbaserad crowdfunding*. Försöket genomfördes med ett lyckat resultat då de lyckades samla in tillräckligt mycket kapital från bidragsgivarna för att kunna starta upp sitt projekt.

En litteraturgenomgång över tidigare forskning om crowdfunding gjordes för att få en djupare förståelse för ämnet. Vidare studerades teorier kring finansiering och de kapitalproblem som nya och små företag kan uppleva. Utifrån dessa teorier och insamlad data påvisar denna studie att belöningsbaserad crowdfunding har potential att minska det finansiella gapet genom att riskerna reduceras och sprids ut på fler personer. Det behövs dock mer kunskap om fenomenet för att företagare ska våga testa den nya finansieringsformen. I denna studie har det även visat sig vara av stor vikt att projektet berör och engagerar för att få människor att bidra med pengar.

Innehållsförteckning

1 INTRODUKTION	1
1.1 BAKGRUND	1
1.2 PROBLEM	2
1.3 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING	3
1.4 AVGRÄNSNINGAR	3
1.5 DISPOSITION	3
2 METOD.....	5
2.1 ANGREPPSÅTT	5
2.2 VAL AV METOD.....	5
2.3 VAL AV STUDIEOBJEKT	6
2.4 INTERVJU	6
2.5 VALIDITET OCH RELIABILITET	7
2.6 LITTERATURSÖKNING	8
2.7 ETISKA FRÅGESTÄLLNINGAR	8
3 TEORI	10
3.1 FINANSIERING	10
3.1.1 Självfinansiering	10
3.1.2 Bankfinansiering	11
3.1.3 Riskkapital	12
3.2 RISKPREFERENSER	13
3.3 AGENTTEORIN	14
3.4 INFORMATIONASASYMMETRI	15
3.5 DET FINANSIELLA GAPET	15
3.6 LITTERATURGENOMGÅNG OM CROWDFUNDING	17
4 EMPIRI	19
4.1 EMPIRISK BAKGRUND	19
4.2 INTERVJUSVAR PRIOLEVA	20
4.2.1 Belöningsbaserad Crowdfunding	20
4.2.2 Positiva aspekter	20
4.2.3 Hinder och svårigheter	21
4.3 INTERVJUSVAR FRÅN BIDRAGSGIVARE	22
4.3.1 Bidragsgivare 1	22
4.3.2 Bidragsgivare 2	23
4.3.3 Bidragsgivare 3	23
4.3.4 Bidragsgivare 4	24
5 ANALYS	25
5.1 HUR PÅVERKAR BELÖNINGSBASERAD CROWDFUNDING DET FINANSIELLA GAPET?.....	25
5.1.1 Ur företagets perspektiv	25
5.1.2 Ur finansiärernas perspektiv	26
6 DISKUSSION	29
6.1 POSITIVA ASPEKTER	29
6.2 HINDER OCH SVÅRIGHETER	30
6.3 ÖVRIGA ASPEKTER	31
7 SLUTSATSER	32
7.1 FÖRSLAG PÅ VIDARE FORSKNING	32

REFERENSER	33
TRYCKTA REFERENSER	33
INTERNETREFERENSER	35
PERSONLIGA MEDDELANDEN	36
BILAGOR	37
BILAGA 1 INTERVJUGUIDE – CHRISTOFFER STENEBERG	37
BILAGA 2 INTERVJUGUIDE – TILL PRIOLEVA	38
BILAGA 3 INTERVJUGUIDE – BIDRAGSGIVARE	39

Figurförteckning

Figur 1 – Illustration över dispositionen s. 3

Figur 2 – Riskpreferenser s. 14

Figur 3 – Det finansiella gapet s. 16

Tabellförteckning

Tabell 1 – Modell över bankens typ I- respektive typ II-fel s. 12

1 Introduktion

I detta kapitel förklaras först bakgrunden till studiens problemområde och därefter presenteras studiens problem. Slutligen presenteras syftet och frågeställning, avgränsningar samt studiens disposition.

1.1 Bakgrund

Nyblivna företag, och i synnerhet små företag, utgör en betydande roll för Sverige då de bidrar till bland annat sysselsättning, innovationer och välfärd (www, svenskt näringsliv, 2014, 1). Det är viktigt ur ett samhällsperspektiv att företag utvecklas för att kunna ersätta företag som försvinner (tillväxtanalys & tillväxtverket, 2010). Om fler startar företag ger det ökad kraft i ekonomin och förnyelse av näringslivet (www, tillväxtverket, 2014). Trots dess betydelse för Sverige så har vi i jämförelse med andra EU länder ett lågt nyföretagande (www, svenskt näringsliv, 2014, 2). I en internationell sammanställning över nyföretagande låg Sverige näst sist av de 16 EU-länder som ingick i mätningen (www, svenskt näringsliv, 2014, 3). Det är därför av stor vikt att det blir lättare att starta och driva eget företag i Sverige. En förklaring till det låga nyföretagandet är svårigheten att få tag i kapital, vilket vanligtvis är en nödvändighet för att företag ska kunna utvecklas (www, svenskt näringsliv, 2014, 4; Winborg, 2000). Framför allt är det nystartade och små företag som möter problematiken med kapitalanskaffning.

Extern finansiering är ofta en förutsättning för att små företag ska kunna starta upp, överleva och så småningom också kunna växa (Berger & Udell, 1998). Det finns flera olika finansieringsformer för företag som söker kapital (ibid). En möjlig finansieringsform är genom riskkapital från en eller få investerare. En annan form av finansiering är genom lån där företag lånar kapital mot en kostnad i form av ränta på det lånade kapitalet (Hansson, 1998). För nya och små företag är självfinansiering en vanlig finansieringskälla (Berger & Udell, 1998). Självfinansiering kan vara eget kapital som ägaren själv skjuter in i företaget eller resurser som införskaffas från familj och vänner.

Ett relativt nytt och aktuellt fenomen i Sverige är *crowdfunding* (Jacobsson, 2013). Tanken bakom crowdfunding är att det ska fungera som en finansieringsform för nya och små företag som har svårt att få tillgång till externt kapital via de mer traditionella finansieringskällorna (Lehner, 2013). Crowdfunding innebär att kapital samlas in från allmänheten, i synnerhet via internet (Belleflamme et al., 2013). De senaste åren har crowdfunding vuxit och det finns olika förklaringar till varför crowdfunding fått en sådan framväxt (Tomczak & Brem, 2013). En tänkbar förklaring är finanskrisen, som gjort det svårare för nya och små företag att införskaffa kapital från de mer traditionella finansieringsformerna, i och med att dessa blivit mer försiktiga med sina tillgångar (ibid). En annan förklaring är utvecklingen av internet och sociala medier som möjliggjort för

företag att nå ut till potentiella finansiärer över hela världen med sina idéer (Ordanini et al., 2011). Skillnaden jämfört med traditionell finansiering är bland annat att crowdfunding ska attrahera en stor publik, istället för att förlita sig på en eller ett fåtal investerare (Lehner, 2013).

Ett sätt att använda sig av crowdfunding för finansiering är genom en internetbaserad crowdfundingplattform. Företagaren kan presentera sin idé för besökarna på hemsidan och plattformen administrerar sedan insamlingen av kapital (www, FundedbyMe, 2014, 1). En svensk crowdfundingplattform är FundedbyMe som grundades i Stockholm 2011 (www, FundedbyMe, 2014, 2). De var först ut med en plattform för både en svensk och en internationell målgrupp (ibid). Ett företag som använt sig av crowdfunding på denna plattform är Prioleva, som befinner sig i uppstartsfasen av sitt projekt (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Projektet går ut på att rädda Vika knäckebröd, ett anrikt bröd som bakats i Stora Skedvi sedan 1923 (www, Vika bröd, 2014, 1). Dåvarande ägare, Leksands knäckebröd, bestämde sig för att lägga ner produktionen i Stora Skedvi och rev ut de vedeldade ugnarna (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Detta väckte starka känslor och ett engagemang för att rädda knäckebrödet.

1.2 Problem

Det finns generellt sett flera olika finansieringsformer för företag som söker kapital (Berger & Udell, 1998). De olika finansieringsformerna är vanligtvis lättare för äldre och större företag att få tillgång till än vad det är för nya och små företag (Boter et al., 1998). Detta i och med att nya och små företag vanligtvis har svårare att attrahera kapital. Det *finansiella gapet* är en teoretisk beskrivning av problemet som nya och små företag kan uppleva i samband med extern finansiering (Landström & Löwegren, 2009). Det finansiella gapet innefattar en utbudssida och en efterfrågesida där utbudssidan syftar till finansiärerna och efterfrågesidan syftar till företagen. Då utbudet på kapital från finansiärerna understiger efterfrågan på kapital hos företagen, uppstår ett finansiellt gap. Enligt Landström (2003) kan de bidragande faktorerna till det finansiella gapet både vara orsakade ur ett finansieringsperspektiv och ur ett företagsperspektiv. Ur ett finansieringsperspektiv kan det bland annat upplevas som mer riskfyllt att investera i nya och små företag, då dessa saknar legitimitet och tidigare historia. Ur ett företagsperspektiv kan gapet uppstå på grund av att små företag vanligtvis har en negativ inställning till externt kapital. På grund av faktorer som härrör till det finansiella gapet måste nya och små företag vanligtvis förlita sig på sitt närmaste nätverk, så som vänner och familj, den första tiden för att komma igång med sitt företag (Smith & Lohrke, 2008).

1.3 Syfte och frågeställning

På grund av svårigheter för nya och små företag att få tillgång till kapital är det intressant att studera en alternativ finansieringsform i Sverige. Detta för att analysera möjligheterna med denna finansieringsform för företag som är i behov av kapital. Syftet med denna studie är att studera hur crowdfunding fungerar som finansieringsform för nya och små företag som kan ha svårt att få tillgång till kapital.

Frågeställningen som ska besvaras i denna uppsats är:

- Hur påverkar belöningsbaserad crowdfunding det finansiella gapet?

1.4 Avgränsningar

Det finns olika former av crowdfunding som presenteras närmare i litteraturgenomgången. I denna uppsats har en avgränsning gjorts till att studera en av dessa former, den belöningsbaserade. Vidare görs en avgränsning till att enbart studera ett svenskt företag som har använt sig av belöningsbaserad crowdfunding via den internetbaserade plattformen FundedbyMe. Dessa avgränsningar innebär att resultatet i denna studie inte är generaliserbart till allmän finansiering, vilket inte heller är syftet med denna studie. Avgränsningarna görs för att gå in på djupet i ett specifikt fall. Ytterligare en avgränsning görs då studien endast behandlar nya och små företag.

1.5 Disposition

Figur 1 presenterar en skiss av studiens disposition.



Figur 1: Illustration över dispositionen (Egen bearbetning)

Studien inleds med kapitel 1 som är en introduktion och i denna presenteras studiens problemområde, syfte och frågeställning samt de avgränsningar som gjorts. Kapitel 2 utgörs av metodkapitlet där de valda metoderna och tillvägagångssätten presenteras. Kapitel 3

innehåller studiens teoretiska bakgrund och avslutas med en litteraturgenomgång som visar vad som tidigare skrivits om ämnet crowdfunding. Därefter följer kapitel 4 där det empiriska resultatet av den genomförda fallstudien presenteras. I kapitel 5 analyseras insamlad data utifrån den tidigare presenterade teorin. Analysen följs av en diskussion, kapitel 6, där resultaten från studien diskuteras i ett bredare perspektiv. Slutligen i kapitel 7 presenteras uppsatsens slutsatser och förslag till vidare forskning.

2 Metod

I detta kapitel presenteras de valda metoderna och varför dessa metoder ansetts mest lämpade för studiens syfte. Därefter presenteras en diskussion om etiska frågeställningar.

2.1 Angreppssätt

Det finns generellt sett två angreppssätt för studier om hur verkligheten ser ut, induktivt och deduktivt angreppssätt (Bryman & Bell, 2013). Enligt Jacobsen (2002) går det induktiva angreppssättet ut på att observationer i empirin samlas in varpå teorier sedan formuleras utifrån den insamlade empirin. Forskarna samlar in all möjlig information, eftersom inga förväntningar finns från början. Kritiker säger dock att det är omöjligt för en forskare att träda in i verkligheten utan förväntningar, eftersom ingen människa kan vara helt objektiv (ibid). Det deduktiva angreppssättet är motsatsen till det induktiva angreppssättet då forskaren utgår från befintlig teori för att formulera hypoteser som sedan testas i empirin (Bryman & Bell, 2013). Kritiker mot detta angreppssätt menar att forskaren kan begränsa sig till att enbart söka efter information som stödjer de redan framtagna hypoteserna (Jacobsen, 2002). Studien fortgår på så sätt i riktning mot de förväntningar som forskaren hade när studien startade.

I denna studie har författarna använt sig av det induktiva angreppssättet då nya teorier tillkommit under studiens gång. De slutsatser som dras i denna studie är utifrån den empiri som samlats in och analyserats. Studien kommer dock även ha ett inslag av det deduktiva angreppssättet då finansiering är ett välstuderat område och existerande teorier har använts för att hålla fokus och få en bra grund.

2.2 Val av metod

De två vanligaste sätten att införskaffa underlag till en studie är att använda sig av antingen en kvalitativ eller en kvantitativ forskningsmetod (Bryman & Bell, 2013). I en kvalitativ forskningsmetod ligger en stor vikt vid att tolka och gå på djupet med den sociala verkligheten. Den kvantitativa forskningsmetoden lägger vikt vid att samla in så mycket information som möjligt för att kunna bygga statistiska sammanställningar. För denna studies syfte anses en kvalitativ forskningsmetod vara mest lämplig. Den kvalitativa forskningsmetoden ger möjlighet för författarna att förstå kontexten, vilket behövs i denna studie för att bland annat kunna besvara frågeställningen (Yin, 2003).

I denna studie strävar författarna efter att få en så bra helhetsbild som möjligt över företaget som studeras och därför ansågs en fallstudie vara mest lämpad. Detta eftersom en fallstudie

ger en djupgående och detaljerad kunskap om det som undersöks (Yin, 2003). Svagheten med en fallstudie är att den studerar en specifik kontext och studien kan då bli svår att applicera till andra kontexter (Merriam, 1994). Syftet med denna studie är dock inte att få ett generaliserbart resultat utan att få en djupare insyn om ett företag som är finansierat med belöningsbaserad crowdfunding.

Triangulering innebär att flera metoder eller datakällor används för att öka en studies trovärdighet (Bryman & Bell, 2013). Metoderna eller datakällorna kan användas för att kontrollera varandra och på så vis blir studien mer säker. I denna studie har enbart en metod använts vid insamling av empiri. Det har dock gjorts intervjuer med respondenter som har olika relationer till problemet. Förutom att studien beaktar ett företagsperspektiv så beaktar den även bidragsgivarnas synvinkel. Flera bidragsgivare har intervjuats och deras svar har kunnat verifiera varandra vilket ökar studiens trovärdighet.

2.3 Val av studieobjekt

Undersökningsobjektet i denna studie är företaget Prioleva. Företaget har använt sig av belöningsbaserad crowdfunding via den internetbaserade plattformen FundedbyMe. Det är därför ett aktuellt fallobjekt för studiens syfte då de nyligen finansierat ett projekt med denna finansieringsform.

Intervjupersonerna i denna studie är Malin Floridan, Anders Åkerberg, Christoffer Steneberg och fyra stycken bidragsgivare. De båda ägarna, Malin Floridan och Anders Åkerberg, är utvalda eftersom de har en central roll i processen med crowdfunding för detta företag och det ansågs därför av stor vikt att få deras bild av processen. De har dessutom en omfattande bild av hur arbetet fungerat och är väl insatta i både problematiken och fördelarna med denna finansieringsform. Christoffer Steneberg har intervjuats då han skapat ett engagemang via sociala medier. För att få en utförligare bild av kontexten har även fyra stycken bidragsgivare intervjuats. Frågorna som ställts till intervjupersonerna finns i bilaga 1, 2 och 3.

2.4 Intervju

Fallstudien har bland annat genomförts i form av muntliga semistrukturerade intervjuer. Den semistrukturerade intervjun innebär att intervjuaren har i förväg utvecklade frågor som ska ställas samtidigt som utrymme ges till de som intervjuas (Bryman & Bell, 2013). Dessutom tillåter denna intervjuform att intervjuaren ställer följdfrågor till respondenterna för att få fram den relevanta information som eftersöks. Den semistrukturerade intervjun valdes då det är svårt att på förhand veta vilken riktning intervjun kommer att ta, och följdfrågor kan därför bli nödvändiga. På så vis lämnas också utrymme för oförutsedda svar som inte hade

kunnat förutses. En fördel med denna intervjuform är att den tillåter deltagarna att uttrycka det som denne anser viktigt och på så sätt fås respondenternas egna perspektiv (Burell & Kylén, 2003). Det är även viktigt att personliga åsikter från intervjuaren hålls utanför intervjun så respondenterna inte blir påverkade (Bryman & Bell, 2013).

Fallstudien har även genomförts i form av intervjuer via e-mail. Förutsättningar för intervjuer via e-mail skiljer sig åt jämfört med vanliga intervjuer. En förutsättning för att kunna delta i intervjuer via e-mail är tillgång till dator och internet samt en kunskap om hur dessa används (Bryman & Bell, 2013). Vid vanliga intervjuer kan information förmedlas via kroppsspråk och tonläge. Detta möjliggörs inte vid e-mail, dock kan känslor uttryckas även skriftligen. I skriftliga konversationer kan spontana svar missas men å andra sidan har respondenterna tid på sig att i lugn och ro fundera och skriva ner svaret så som de vill uttrycka det (ibid). Ytterligare en fördel med denna intervjuform är att intervjuarens kroppsspråk inte påverkar respondenterna, vilket kan göra att respondenterna vid vanliga intervjuer svarar det de tror att intervjuaren vill höra. Dessutom minskar eventuella fördomar eftersom påverkan av genus, etnicitet och ålder minimeras då intervjuare och respondenter inte möts.

2.5 Validitet och reliabilitet

En studies validitet handlar om i vilken utsträckning resultat stämmer överens med verkligheten (Merriam, 1994). Det finns risk vid intervjuer att respondenterna uppfattar frågorna felaktigt, vilket kan göra det svårt att bedöma trovärdigheten i en kvalitativ studie. Den utmaning som en kvalitativ forskare ställs inför är att återge respondenternas svar på ett sanningsenligt sätt (ibid). För att undvika detta problem i denna studie har en respondentvalidering genomförts. En respondentvalidering går ut på att resultaten förmedlas till de som deltagit i studien (Bryman & Bell, 2013). Detta för att få en bekräftelse på att det som förmedlas stämmer överens med det som respondenten sagt. Detta ökar dessutom studiens trovärdighet då en mer rättvis bild av företaget redovisas.

Reliabilitet är ett begrepp inom företagsekonomisk forskning som behandlar hur tillförlitlig studien är (Bryman & Bell, 2013). Med tillförlitlig menas hur sannolika och pålitliga resultaten av studien är (ibid). Begreppet syftar till frågan om resultatet skulle bli detsamma om undersökningen skulle göras om. Studien har beaktat denna aspekt genom att i metodkapitlet visa på vad som har gjorts i studien och hur detta har gjorts. Dock finns det alltid en risk att andra personen som genomför studien på samma sätt kan tolka datainsamlingen annorlunda och därmed få ett annat resultat. Dessutom kan respondenterna ge annorlunda svar på frågorna vid ett senare tillfälle.

2.6 Litteratursökning

I teorikapitlet har befintlig forskning inom relevant område använts. De utvalda akademiska artiklarna är alla peer-reviewed och har hittats på följande databaser: Primo och Web of Science. De sökord som använts är: Agency theory, asymmetric information, bank, crowdfunding, capital, equity capital, finance, financing gap, new venture, small business, venture capital. Dessa sökord har även kombinerats på olika sätt för att få fram en bred bild. Även olika stavningar och böjningar av dessa ord har använts. Artiklarna har sedan kompletteras med noggrant utvald facklitteratur.

2.7 Etiska frågeställningar

Kvalitativa studier är oftast av ett öppet slag och därför kan etiska överväganden behöva tas med i beaktning (Bryman & Bell, 2013). Enligt Bryman och Bell (2013) finns det fem områden där etiska överväganden bör göras i en företagsekonomisk undersökning, vilka tagits i beaktning i denna studie. Dessa är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitets- och anonymitetskravet, nyttjandekravet och falska förespeglningar.

Informationskravet innebär att det är viktigt att informera berörda personer om studiens syfte (Bryman & Bell, 2013). Undersökningspersonerna ska också ha information om vilka moment som ingår i studien. Inför intervjuerna till denna studie har respondenterna delgivits information om studiens syfte samt vad intervjun ska beröra för ämnen.

Samtyckeskravet innebär att de deltagande personerna gör detta av frivillighet (Bryman & Bell, 2013). Dessa ska också vara medvetna om att de har rätt att avbryta deltagandet. Det är ett av det mest debatterade etiska områdena eftersom en dold observation bryter mot denna princip. De intervjuade personerna till denna studie är tillfrågade och har deltagit i intervjuerna på frivillig basis. Alla semistrukturerade intervjuer har bandats med tillåtelse från de deltagande respondenterna. Ingen dold observation har utförts.

Konfidentialitets- och anonymitetskravet innebär att alla medverkande personer och uppgifterna dessa lämnar ska behandlas konfidentiellt (Bryman & Bell, 2013). Uppgifterna som fås ska dessutom förvaras så att ingen utomstående kommer åt dessa. De medverkande personerna har informerats om och godkänt att deras namn publiceras i denna studie.

Nyttjandekravet innebär att uppgifterna som samlas in under studiens gång enbart får användas för studiens syfte (Bryman & Bell, 2013). Uppgifter som samlats in har enbart använts till denna studie. Detta har också de deltagande personerna informerats om.

Falska förespeglningar innebär att undersökningspersonerna inte ska få felaktig eller vilseledande information från forskarna (Bryman & Bell, 2013). En medvetenhet om detta

har funnits genom studiens gång för att undvika felaktigheter och missförstånd i kommunikationen med respondenterna.

3 Teori

I detta kapitel presenteras först självfinansiering, banklån och riskkapital för att få en bild av traditionell finansiering. Därefter presenteras riskpreferenser, agentteorin, informationsasymmetri och det finansiella gapet för att skapa ett teoretiskt ramverk för studiens frågeställning. Slutligen presenteras en litteraturgenomgång av befintlig litteratur om crowdfunding.

3.1 Finansiering

Det finns olika finansieringsformer för nyetablerade och små företag som söker kapital (Landström & Löwegren, 2009). De olika finansieringsformerna är optimala vid olika tidpunkter i företagets livscykel (Berger & Udell, 1998). I nya och små företag utgör till exempel självfinansiering den vanligaste finansieringsformen och när företagets tillväxtpotential ökar har de lättare att få tillgång till riskkapital och banklån.

Enligt Landström (2003) har småföretagare en negativ inställning till externt kapital som kan förklaras med Myers pecking order-modell. Enligt denna modell så styrs företagare av en hierarkisk ordning vid val av finansieringskällor där företagare i första hand föredrar internt genererade medel, i andra hand lånekapital och i tredje hand externt ägarkapital. Den bakomliggande orsaken till denna hierarkiska ordning beror på rädslan att tappa kontrollen över företaget. På grund av detta vill företagare i första hand finansiera sin verksamhet med eget genererat kapital. Företagaren anser sig ha bättre information om bland annat företagets risker och framtid än vad externa investerare har och vill därför inte lämna ifrån sig ägandet. Företagare tenderar dock att ändra sina preferenser beroende på situationen deras företag befinner sig i (Winborg, 2000). Företagare som är i behov av kapital är mer positiva till tanken att ta in externt kapital än de företagare som inte känner ett kapitalbehov. Dessutom tenderar mer riskbenägna företagare att använda sig av externt ägarkapital i större utsträckning än de mindre riskbenägna.

De olika finansieringskällorna i den hierarkiska ordningen presenteras närmre i nästkommande avsnitt. Internt genererade medel presenteras i form av självfinansiering, lånekapital som bankfinansiering och slutligen presenteras externt ägarkapital som riskkapital.

3.1.1 Självfinansiering

Självfinansiering är när företagaren finner lösningar på resursbehov utan att använda sig av extern finansiering som skapar förpliktelser för företaget (Andrén et al., 2003). Exempel på

detta är eget kapital som ägaren själv skjuter in i företaget (Berger och Udell, 1998). Det kan även vara de vinster som sparas i företaget istället för att delas ut till ägarna. Tillgång till eget kapital kan möjliggöra för företaget att få tillgång till externt kapital i ett senare skede, då det ur en finansiärs perspektiv ser bra ut att ägaren är beredd att satsa på företaget i fråga (Andrén et al., 2003). En avsaknad av eget kapital ses däremot ofta som något negativt, eftersom potentiella finansiärer kan fundera över varför ägarna själva inte är beredda att satsa pengar i företaget. Ett annat exempel på självfinansiering är de resurser som införskaffas från företagarens personliga nätverk, så som vänner och familj, och som inte skapar någon förpliktelse från företaget (Berger & Udell, 1998). Det är vanligt att företagaren vänder sig till det närmsta nätverket i företagets introduktionsfas.

Det kan vara viktigt med självfinansiering i ett tidigt skede för att komma igång med sitt företag (Andrén et al., 2003). Landström och Löwegren (2009) menar att självfinansiering även är en fördel för företagaren eftersom denne behåller kontrollen över sin verksamhet. Behovet av externa finansieringskällor minimeras vilket innebär ett oberoende för företagaren. Dessutom sparas tid och pengar på att inte behöva söka och utvärdera potentiella investerare. Nackdelar med självfinansiering är dock att tillgången till likvida medel vanligtvis inte är lika stor som vid extern finansiering, och mindre kapital gör det svårare att växa (ibid). Berger och Udell (1998) menar även att relationen kan förstöras till det närmsta nätverket om något går snett med företaget och kapitalet inte kan betalas tillbaka.

3.1.2 Bankfinansiering

Ett banklån innebär att företaget lånar kapital av banken mot en ränta på det lånade kapitalet (Landström & Löwegren, 2009). Med banklån upprätthåller företagaren sin ägarstyrning samtidigt som företagaren kan få tillgång till stora summor pengar (Ueda, 2004). Banklån utgör den viktigaste externa kapitalkällan för små företag (Andrén et al., 2003). Det är dock svårare för små företag att få tillgång till banklån än vad det är för större företag eftersom dessa anses medföra ett större risktagande (Landström, 2003).

Att bevilja ett banklån innehåller risker eftersom det bland annat kan vara svårt för banken att bedöma entreprenörens trovärdighet, kapacitet och motivation (Storey, 1994). Banker är ofta försiktiga med utlåning till små företag är för att de vill undvika kreditförluster, typ II fel, se tabell 1 (Landström & Löwegren, 2009). Små företag kan anses som en riskfylld investering men samtidigt vill bankerna inte gå miste om att finansiera projekt som i framtiden kan bli lönsamma, typ I-fel, se tabell 1 (Storey, 1994). När en ny kredit ska tas gör banken en samlad bedömning av låntagaren (Landström & Löwegren, 2009). Detta för att finna vilka företag som har potential att långsiktigt finnas kvar och därmed har kapacitet att återbetala lånet till kreditgivaren. Bedömning görs även för att finna vilka företag som troligtvis inte kommer att lyckas. Detta för att enligt tabell 1, hamna i fältet korrekt beslut (ibid).

Tabell 1: Modell över bankens typ I- respektive typ II-fel (Egen bearbetning av Landström & Löwegren, 2009)

	Beviljad kredit	Avslagen kredit
Projekt framgångsrikt	Korrekt beslut	Typ I-fel
Projekt misslyckat	Typ II-fel	Korrekt beslut

Det finns en risk för bankerna vid finansiering av nystartade företag eftersom dessa sällan kan visa upp en lång meritlista (Landström & Löwgren, 2009). Många bedömningar av nystartade företag är alltså förenade med osäkerhet eftersom att företaget inte har någon tidigare historia och affärsidén är oprövad. Det är därför viktigt att entreprenören har en realistisk och trovärdig affärsplan att visa upp för få banken att våga satsa på idén och bevilja lånet, något som vanligtvis kräver mycket tid att utveckla (ibid). Bankerna tar även hänsyn till företagarna som personer och det eventuella förtroende som de uppbringar (Landström, 2003). Detta förtroende är en viktig aspekt för företag i kreditbedömningen och kan påverka till exempel vilken ränta företagaren får på det lånade kapitalet (Berger & Udell, 1995).

Bankerna använder sig vanligtvis av säkerheter för att minska risken vid utlåning till nya och små företag (Andrén et al., 2003). Tanken bakom säkerheter är att banken, även om projektet misslyckas, ska få tillgång till resurser som täcker utlåningen (Storey, 1994). En säkerhet visar också att entreprenören själv tror och är villig att satsa på projektet eftersom denne annars inte skulle vara villig att lämna säkerheter. Det är vanligt att säkerheten är personlig till företagaren, så som dennes hus eller annat av värde (Andrén et al, 2003). Det finns dock problem vid värdering av den lämnade säkerheten (Storey, 1994). Banken gör en pessimistisk värdering av till exempel ett hus eftersom det finns en risk att huset kan minska i värde och behöva säljas vid en sämre tidpunkt. Entreprenören och ägaren till huset gör en annan bedömning, då denne vill värdera huset till marknadsvärdet och inte till ett värde som motsvarar värsta möjliga scenario. Att som företagare ge en personlig säkerhet innebär en risk om företaget inte kan betala tillbaka lånet, eftersom företagaren då riskerar att förlora kontrollen över sina tillgångar (Andrén et al, 2003)

3.1.3 Riskkapital

Riskkapital är en annan form av extern finansiering och är ett samlingsnamn för alla de tillskott av kapital till ett företag som inte är lån (Berger & Udell, 1998). Genom en riskkapitalinvestering går en riskkapitalist in som ägare i företaget under en begränsad tid

med förväntning om framtida avkastning på investeringen. En riskkapitalist tar vanligtvis en större risk än till exempel banker i och med att en säkerhet inte tas för insatsen (Nielsen, 1994). Två exempel på riskkapital är venture capital och informellt riskkapital (Landström & Löwegren, 2009).

Venture capital är en form av riskkapital där huvudsakligen professionella investerare investerar i mindre onoterade företag (Berger & Udell, 1998). Företag som venture capitalisterna investerar i är ofta företag som befinner sig i tillväxtfasen (Landström & Löwegren, 2009). Målsättningen med investeringen är att erhålla en långsiktig avkastning och avkastningskraven är oftast högre ju tidigare i företagsprocessen investeringen görs (ibid). Detta beror på att riskerna oftast är högre tidigare i företagets utveckling. Förutom den rena kapitalinsatsen innebär ofta venture capital även att investeraren tar ett aktivt ägarengagemang (Berger & Udell, 1998). De flesta investeringar görs i storstadsområden och har på senare tid koncentrerats till färre och större företag, vilket gör det svårt för små företag utanför storstäderna att få tillgång till denna investeringsform (Landström & Löwegren, 2009). Det är dessutom en relativt omfattande och komplicerad process att finna venture capital och kräver mycket förberedande arbete för företaget. Det positiva med venture capital är att det oftast rör sig om mycket stora summor kapital, något som kan vara till stor hjälp för att driva företaget framåt (ibid).

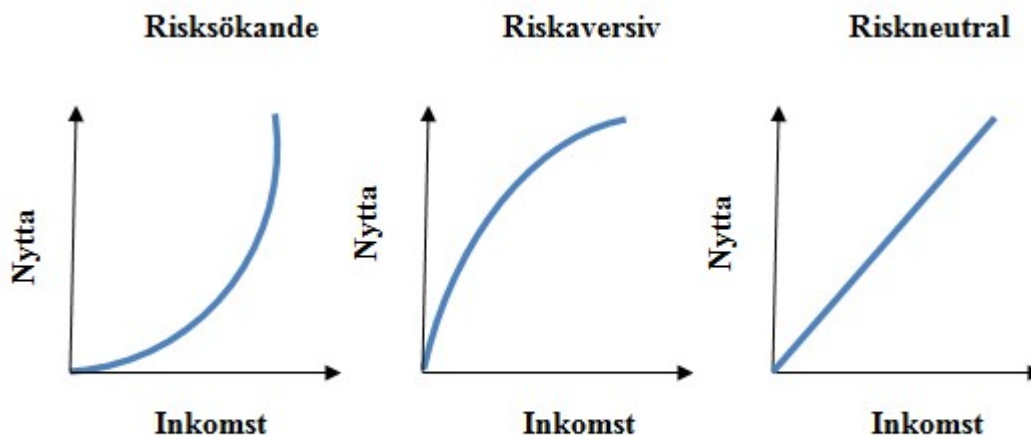
Den informella riskkapitalmarknaden består av privatpersoner som investerar ägarkapital i onoterade företag, utan att de har någon familjär koppling till det (Landström & Löwegren, 2009). De mest aktiva på denna marknad är så kallade affärsänglar (ibid). Fördelen med affärsänglar är att de kan tillföra mycket resurser i företaget i form av både kapital, kompetens och kontakter. Affärsänglar är vanligtvis välutbildade och har erfarenhet sedan tidigare investeringar, vilket kan vara till nytta för företaget de investerar i (Haines et al, 2003). Helle (2004) menar att affärsänglar som aktivt engagerar sig i ett företag minskar risken att företaget misslyckas. Affärsänglarna investerar oftast i ett tidigt skede av företagets utveckling och de kan därför vara en viktig finansieringskälla för unga företagare (Haines et al., 2003).

Den informella riskkapitalmarknaden är även heterogen, den består av olika investerare som letar efter olika typer av företag (Landström & Löwegren, 2009). På så sätt har olika typer av företag möjlighet att finna en investerare. En nackdel är dock att den ekonomiska avkastningen är mycket viktig för finansörerna och det ställer höga avkastningskrav på företaget (ibid). Det kan även vara svårt för företagare och finansörer att hitta och nå varandra. Dessutom förlorar företagaren en del av äganderätten till sitt företag, och på så sätt även inflytandet, vilket många företagare ser som något negativt (Winborg, 2000).

3.2 Riskpreferenser

Enligt Pindyck och Rubinfeld (2009) har människor generellt sett tre olika inställningar till risk: Risksökande, riskaversiv och riskneutral. Alla tre formerna kan beskrivas utifrån nyttan

av att få en monetär utdelning. I figur 2 presenteras dessa individuella riskpreferenser. En risksökande person föredrar att ta risker och väljer en osäker inkomst före en säker (ibid). Detta gäller även om den osäkra inkomsten har ett lägre värde än den säkra. En person som är riskaversiv undviker risker och väljer en säker inkomst före en osäker (ibid). En riskneutral person varken undviker eller föredrar risk och är därför neutral mellan en säker och en osäker inkomst (ibid). Personer kan växla mellan dessa olika inställningar i olika lägen.



Figur 2: Riskpreferenser (Egen bearbetning av Pindyck & Rubinfeld, 2009)

3.3 Agentteorin

Agentteorin baseras på att det finns en överenskommelse mellan två aktörer, principalen och agenten (Jensen & Meckling, 1976). Principalen är uppdragsgivaren och agenten den som tar sig an uppdraget (Rapp & Thorstenson, 1994). Överenskommelsen ingås med den kunskap som finns vid tidpunkten för överenskommelsen, och eftersom utfallet visar sig först i framtiden finns det en osäkerhet för principalen, beslutet sker därmed under risk. Teorin utgår även ifrån att principalen och agenten har olika egenintressen och att de agerar utifrån dessa (Jensen & Meckling, 1976). I detta fall beskrivs principalen lättast som finansiären och agenten som företagaren. Om båda partner är nyttomaximerare finns det skäl att tro att agenten inte alltid kommer att agera i bästa intresse för principalen. Detta då agenten har mer information än principalen och kommer att försöka maximera sin egen nytta.

3.4 Informationsasymmetri

Informationsasymmetri innebär att ena parten har mer information än den andra parten och det förekommer då ett informationsunderläge och ett informationsövertag (Vos et al., 2007).

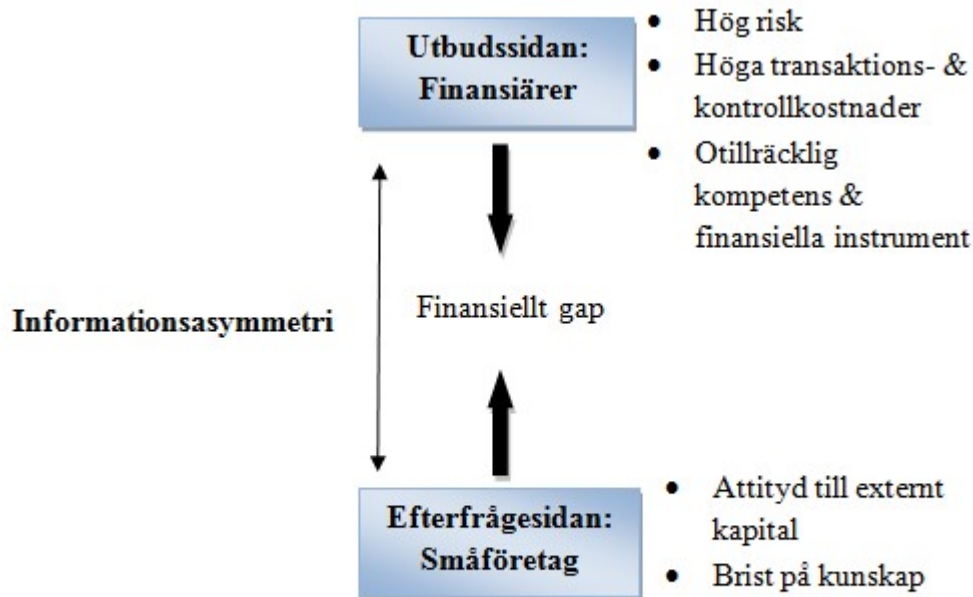
Den ena parten kan på så sätt utnyttja den andres okunskap. Desto mer information den ena parten besitter i jämförelse med den andre, desto större är informationsasymmetrin.

Informationsasymmetrin skulle inte finnas om det rådde en perfekt marknad, med fullständig information tillgänglig för båda parter (Tucker & Lean, 2003). Detta är dock inte fallet för finansmarknaden då företagaren vanligtvis har mer information än vad finansiärerna har (Hedelin, 1994). För att minska informationsasymmetri mellan företag och finansiärer krävs det att företag lämnar ut information om deras framtidsutsikter till finansiärerna (ibid). Detta upplevs dock ofta som riskfyllt för företagen då det bland annat är viktigt att den information de delger inte sprids vidare till företagets konkurrenter.

Två problem som kan uppstå för finansiären på grund av informationsasymmetri brukar benämnas adverse selection och moral hazard (Winborg, 2000). Dessa begrepp kan beskrivas utifrån agentteorin (Husted, 2007). Adverse selection är informationsproblem som kan uppstå vid ingåendet av ett avtal mellan två partner (ibid). Agenten har mer information vid ingåendet av avtalet än principalen och utnyttjar detta informationsövertag genom att undanhålla viktig information. På grund av detta är det svårt för finansiären att urskilja vilka investeringar som är bra och vilka som är dåliga. Moral hazard är, till skillnad från adverse selection, informationsproblem som kan uppstå efter det att avtalet har ingåtts (ibid). Ofta uppkommer moral hazard på grund av att det är svårt att övervaka den andra parten. Till exempel kan finansiären inte vara säkra på att företagaren använder kapitalet till det sagda ändamålet.

3.5 Det finansiella gapet

Det finansiella gapet syftar till att illustrera problematiken för nyetablerade småföretag att få tillgång på externt kapital (Vos et al., 2007). Det huvudsakliga skälet till varför det finansiella gapet uppstår är att det finns en informationsasymmetri mellan finansiären och företaget, se figur 3. Det finansiella gapet innehåller en utbudssida och en efterfrågesida (Winborg, 2000). Utbudssidan kan beskrivas som finansiärerna och deras vilja att erbjuda kapital till nya och små företag. Efterfrågesidan kan beskrivas som företagen och deras behov av externt kapital. Det finansiella gapet uppstår då utbudet understiger efterfrågan (Vos et al., 2007).



Figur 3: Det finansiella gapet (Egen bearbetning av Landström, 2003)

Debatten om småföretags kapitalanskaffningsproblem har pågått sedan lång tid tillbaka (Landström, 2003). Redan på 1930-talet diskuterades problem för små företag att få tillgång till externt kapital. Det var den så kallade "MacMillan-rapporten" i Storbritannien som var först ut med att hävda att det råder ett finansiellt gap mellan företag och finansiärer (Tucker & Lean, 2003). Diskussionerna kring fenomenet har sedan fortsatt och en mängd litteratur och utredningar har genomförts, både utomlands och i Sverige, för att ta reda på om det råder ett finansiellt gap för små företag eller inte (Landström, 2003). Resultaten från dessa studier är mycket varierande då en del studier visar på att det råder ett finansiellt gap medan andra studier antyder att det finansiella gapet för små företag inte är stort. Landström (2003) menar att dessa olika resultat var väntat då kapitalmarknaden förändras över tid och ser olika ut för olika länder. De som hävdar att det finns ett finansiellt gap menar att det finns olika bidragande faktorer till varför det uppstår. Traditionellt sätt har forskningen till största del fokuserat på finansiärernas perspektiv på finansiering och hur utbudssidan inte kan eller vill möta efterfrågan (Winborg, 2000). Under senare tid har dock även företagens perspektiv uppmärksammats och hur de agerar i förhållande till kapitalbehovet.

Ur ett finansieringsperspektiv är en bidragande faktor till uppkomsten av det finansiella gapet att finansiärerna förknippar nya och små företag med hög risk (Tucker & Lean, 2003). Detta beror delvis på att dessa företag vanligtvis inte har några historiska referenser att visa upp. Det är heller inte helt ovanligt att små företag, särskilt de nya, går i konkurs och upplöses (Storey, 1994). En ytterligare anledning är att det finns transaktions- och kontrollkostnader som blir för höga för finansiärer och därför väljer de ofta att avstå från att gå in i tidiga skeden och i små företag (Landström, 2003). I och med att kostnaden och tiden som går åt för att följa upp investeringen är den samma som investering i ett större företag

så styrs investeringarna ofta till större företag och större investeringar. Slutligen antas det att finansiärer ofta har otillräcklig kompetens och finansiella verktyg för att hantera investeringar i små företag, särskilt de nya företagen (ibid). Detta då dessa finansiella verktyg ofta är anpassade för att analysera större etablerade företag.

Ur ett företagsperspektiv kan en bidragande faktor till det finansiella gapet vara företagens negativa inställning till externt kapital (Landström, 2003). Den bakomliggande orsaken till den negativa attityden till externt kapital beror ofta på rädslan att tappa kontrollen över företaget. En annan bidragande faktor är att småföretagaren kan ha låg kunskap om vilken information som krävs för att tillgodose finansiärernas intressen (Landström, 2003). Dessutom känner sig småföretagare oftast tryggare med finansieringsalternativ de känner till och har generellt dålig kunskap om vilka olika finansieringsalternativ som finns tillgängliga (Tucker & Lean, 2003).

3.6 Litteraturgenomgång om crowdfunding

Crowdfunding är ett relativt nytt begrepp och studier är i dagsläget därför begränsade inom ämnet (Lehner, 2013; Mollick 2013). I ett akademiskt sammanhang befinner sig crowdfunding i en evolutionär förändring som gör det svårt för en vedertagen definition (Mollick, 2013). Ett flertal liknande definitioner har dock gjorts av forskare. Det gemensamma för dessa definitioner är att crowdfunding ses som ett sätt att införskaffa kapital från allmänheten, där fokus ligger på att samla många små belopp istället för att begära en stor summa från en enda finansiär (Tomczak & Brem, 2013; Belleflamme et al., 2013; Mollick 2013; Wheat et al., 2013). Detta sker vanligast via en webbaserad plattform (Tomczak & Brem, 2013; Belleflamme et al., 2013; Mollick 2013).

Framväxten av crowdfunding har gjort det möjligt att söka kapital på ett annat sätt än traditionella finansieringsformer (Wheat et al., 2013). Crowdfundings framväxt den senaste tiden beror delvis på den tekniska utveckling som möjliggjort för individer att interagera med varandra via internet och sociala medier (Ordanini et al., 2011). På så sätt har det blivit enklare för företag och finansiärer att finna varandra. En annan tänkbar orsak till att crowdfunding vuxit de senaste åren är på grund av finanskrisen (Tomczak & Brem, 2013). Krisen har gjort det svårare för nystartade företag att få tillgång till externt kapital via de mer traditionella finansieringsformerna då dessa blivit mer försiktiga med sina tillgångar.

Det finns flera olika internetbaserade plattformar i världen där man kan välja att sprida sin crowdfundingkampanj och de flesta av dessa är relativt likartade (Wheat et al., 2013). Kampanjen läggs upp på plattformen för att sprida ut företagets affärsidé och för att kunna nå potentiella finansiärer (Belleflamme et al. 2013). Sociala medier, såsom Twitter, Facebook och bloggar, fungerar även som ett sätt att vädja till potentiella finansiärer och skapa uppmärksamhet kring kampanjen (Wheat et al., 2013). Entreprenörens sociala nätverk

har även visat sig vara en viktig komponent för att komma igång med crowdfundingkampanjen (Mollick, 2013).

Finansiering med crowdfunding kan genomföras genom olika former. Ur litteraturen kan fyra former av crowdfunding identifieras: Donationsbaserad, belöningsbaserad, aktiebaserad och lånebaserad (Mollick, 2013; Belleflamme et al., 2013). Den första formen, donationsbaserad crowdfunding, beskrivs som en ren donation där finansiärerna skänker pengar till de finansierade företaget (Mollick, 2013). I denna form av crowdfunding förekommer ingen typ av motprestation från företaget. Den andra formen, belöningsbaserad crowdfunding, kräver någon form av motprestation från det finansierade företaget till finansiärerna. Denna motprestation kan bestå av en särskild förmån som erbjuds finansiärerna. Det kan till exempel vara att finansiärerna erbjuds ett köp av produkten i förväg eller att de får en gåva för att de gått in med kapital. Genom denna typ av crowdfunding kan företagare samla in kapital utan att individer blir aktivt involverade i företaget eller att eget kapital och vinster behöver delas. Den tredje formen av crowdfunding, aktiebaserad crowdfunding, innebär att finansiärerna köper aktier i företaget (Belleflamme et al., 2013). Finansiärerna får i sin tur deläggande i de finansierade företaget. Slutligen beskrivs lånebaserad crowdfunding som en form där finansiering görs genom ett lån från finansiären till den finansierade (Mollick, 2013). Vid lånebaserad crowdfunding förekommer en motprestation från den finansierade då finansiären får tillbaka det satsade beloppet och även förväntar sig en avkastning på investerat kapital. Detta är dock inte alltid fallet i crowdfundingprojekt utan finansiären kan vara mer intresserad av att låna ut pengar till ett företag som skapar samhällsnytta, än att få avkastning på investerat kapital (ibid).

Studier har visat att finansiering inte behöver vara det enda målet med crowdfunding (Mollick, 2013; Ordanini et al, 2011). Fenomenet har även använts för att påvisa behovet av en föreslagen produkt, vilket kan leda till finansiering från mer traditionella källor. Crowdfunding har dessutom använts i marknadsföringssyfte för att skapa intresse och bygga konkurrensfördelar i ett tidigt utvecklingsskede av en produkt. Omvänt kan bristande efterfrågan göra det enkelt för grundarna att upptäcka att intresse för produkten inte finns, och således avbryta projektet i tid.

4 Empiri

I detta kapitel ges först en bakgrund till det undersökta företaget och sedan presenteras intervju svaren från det intervjuade företaget och företagets bidragsgivare.

4.1 Empirisk bakgrund

Knäckebrödet Vika bröd började bakas 1923 av företaget Vika bröd (www, Vika bröd, 2014, 2). Knäckebrödet bakades på traditionellt sätt och handgräddades i vedeldade ugnar. Vika brödet köptes sedan upp av Leksandsbröd som fortsatte produktionen i fabriken i Stora Skedvi, Dalarna. Efter en 90-årig tradition av hantverksmässigt gräddat knäckebröd var fabriken 2013 tvungen att läggas ned (www, FunderbyMe, 2014, 3). Produktionen upphörde helt, vilket gjorde att 31 bagare förlorade arbete (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Prioleva vill nu återuppta knäckebrödstillverkningen i Stora Skedvi och börja tillverka det handgjorda knäckebrödet igen. Prioleva är ett företag som sedan tidigare driver en liten saluhall i Stora Skedvi (ibid). Förutom att bedriva saluhallen så levererar de även lokalproducerade matkassar i Dalarna.

Företaget Prioleva har sedan start profilerat sig med närproducerad mat av hög kvalitet (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Priolevas saluhall är belägen i direkt anslutning till Vika bröds före detta fabrik. I anslutning till saluhallen fanns möjlighet för kunderna att gå in i ett visningsrum där de kunde beskåda knäckebrödsproduktionen. Knäckebrödet kunde sedan köpas i saluhallen och genom detta samarbete skapades synergieffekter.

När ägarna till Prioleva, Malin Floridan och Anders Åkerberg (pers. med., 2014), fick reda på att leksandsbröd skulle lägga ned produktionen ville de rädda knäckebrödet. I och med knäckebrödets långa historia och tradition väcktes starka känslor både i bygden och från andra håll. Till exempel kom förtvivlade äldre farbröder in i butiken veckorna innan stängning. Dessa hade ätit knäckebrödet under 40 år och var upprörda över att knäckebrödet nu skulle försvinna (ibid). Ett annat exempel är Christoffer Steneberg som är uppvuxen med knäckebrödet. Efter att ha läst en notis i DN att vika brödet skulle läggas ner bestämde han sig samma dag för att starta en grupp på Facebook kallad "Rädda Vika brödet" (pers. med., Steneberg, 2014). Det blev ett stort engagemang nästan på en gång och idag är det över 7000 följare på sidan (ibid). Steneberg tror att det stora engagemanget kring projektet beror på att nedläggningen berörde många människor och att detta är en viktig faktor för att lyckas med en crowdfundingkampanj.

4.2 Intervjusvar Prioleva

4.2.1 Belöningsbaserad Crowdfunding

När Prioleva bestämde sig för att återuppta produktionen av knäckebrödet började alternativa finansieringsformer ses över (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Detta då Prioleva är ett litet företag med begränsade resurser. De hörde i samma veva talas om finansieringsformen crowdfunding via en granne som genomfört ett lyckat crowdfundingprojekt och bestämde sig då för att se över möjligheterna med detta. Prioleva är ett exempel på ett företag som lyckats samla in pengar via crowdfunding. De befinner sig nu i uppstarten med att använda kapitalet till det insamlade syftet (ibid). De anser att det i slutändan blev mycket bättre än vad de väntat sig och att det är värt otroligt mycket när man är ett litet företag med begränsade resurser.

De vände sig ganska omgående till crowdfundingplattformen FundedbyMe för att underlätta insamlingen till projektet som gick ut på att samla in kapital för uppbyggnad av nya ugnar (pers. med, Floridan & Åkerberg, 2014). Att fokus för att samla in kapital var riktat till just ugnarna berodde på att det var ett konkret mål. Dessutom är ugnarna en central del i knäckebrödsbakning och något den gamla traditionen kretsar kring. Insamlingen genomfördes sedan med belöningsbaserad crowdfunding, vilket innebär att alla bidragsgivare får någon slags belöning tillbaka från Prioleva (ibid). Denna belöning beror på bidragets storlek. Till exempel får bidragsgivare som ger 200 kr en personlig inbjudan till den officiella invigningen (ibid). Ett bidrag på 500 ger förutom inbjudan även ett paket av den allra första produktionen av brödet (ibid). Vid beloppet 10 000 erbjuds bidragsgivaren plus tre vänner en guidad tur av bageriet där det finns möjlighet att träffa bagarna (ibid). I samband med detta blir sällskapet bjudna på middag i Stora Skedvi.

Plattformen som Prioleva valde att vända sig till använder sig av ett gränsbelopp (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Detta gränsbelopp bestämmer företaget själv hur högt det ska vara. För att projektet ska dra igång måste gränsbeloppet uppnås. Det finns även en teknisk spärr vid användandet av plattformen som innebär att kapital för projektet endast samlas in under 45 dagar och sedan avslutas insamlingen (ibid).

4.2.2 Positiva aspekter

Enligt Floridan & Åkerberg (pers. med., 2014) är en fördel med att använda sig av plattformen FundedbyMe att det finns ett minimum för hur mycket projektet totalt måste samla ihop för att påbörjas. Om inte målet nås behöver inte heller projektet genomföras. Detta medförde att crowdfunding förutom en finansieringsform också var ett sätt för Prioleva att undersöka efterfrågan på produkten. Floridan & Åkerberg (ibid) var villiga att satsa på idén och de personer som bidrog blev som ett kvitto på att intresse fanns på

marknaden. De fick ihop cirka 600 000 kronor från cirka 700 personer, vilket upplevdes som ett starkt stöd och engagemang för projektet (ibid).

Gränsbeloppet som Floridan och Åkerberg (pers. med., 2014) bestämde fungerade som en slags säkerhet för de som har bidragit med kapital. Det beror på att bidragsgivarna får tillbaka det givna beloppet om gränsbeloppet inte uppnåts. Gränsbeloppet fungerade även som en säkerhet för Priolevas del ifall insamlingen inte skulle lyckats. Detta eftersom att de då inte hade behövt betala något till FundedbyMe för att ha undersökt marknaden. Crowdfundingen har bidragit med mycket uppmärksamhet till företaget Prioleva (pers. med, Floridan & Åkerberg, 2014). De har fått mycket mediautrymme inte bara i lokala medier utan även i rikstäckande medier så som Svenska dagbladet och Dagens nyheter. Personerna bakom företaget har även blivit inbjudna att föreläsa vid olika evenemang för att berätta om sina erfarenheter av crowdfunding. De har dessutom blivit kontaktade av andra företag som erbjuder sina tjänster gratis för att också få synas och ta del av uppmärksamheten runt solskenshistorien (ibid). Detta sammantaget har gett gratis publicitet vilket även lockat folk till saluhallen.

Floridan och Åkerberg (pers. med., 2014) tror att en viktig faktor för att deras projekt lyckades är att projektet berörde och på så sätt skapades ett engagemang. I och med Vika brödets specialitet, handgjort och vedeldat knäckebröd, skapades en debatt vid nedläggningen. I dag bakas inte knäckebröd på detta vis och många ville därför behålla den gamla traditionen vid liv. Det fanns väldigt mycket känslor runt produkten vilket de anser vara en av förutsättningar för att crowdfunding ska lyckas. Förutom engagemang tror Floridan och Åkerberg (ibid) att det krävs kompetens för att kunna påbörja och driva ett sådant projekt.

Bagarna som tidigare arbetade med produktionen har lång erfarenhet och en unik skicklighet. Dessa arbetslösa bagare hoppas företaget på att åter igen kunna erbjuda arbete så att deras kunskaper kommer till användning.

4.2.3 Hinder och svårigheter

Målgruppen för detta projekt spelade en betydande roll (pers. med, Floridan & Åkerberg, 2014). Vika brödet har en äldre målgrupp som visade sig ha svårt att använda sig av den internetbaserade plattformen. Detta på grund av att de uppfattade plattformen som teknisk svår och en bölig procedur. I och med detta fick Floridan och Åkerberg (ibid) gå ut parallellt med sitt bankgiro för att underlätta för dessa. Insättningar på bankgirot medförde att Floridan och Åkerberg (ibid) inte hade samma information om bidragsgivarna. Plattformen är väl anpassad för att kunna spåra vem som har bidragit med pengar. Detta har skapat mer arbete i och med att de måste komma ut med information och belöningar till bidragsgivarna.

I plattformen finns det en teknisk spärr som innebär att pengar för projektet endast får samlas in under 45 dagar (pers. med, Floridan & Åkerberg, 2014). Detta uppfattades som ett hinder av Floridan och Åkerberg då det ansågs vara för kort tid. Till exempel så startades denna insamling i december 2013 vilket inte sågs som den mest optimala månaden eftersom den perioden innehåller andra utgifter (ibid). Samtidigt ansågs det viktigt att komma ut med projektet runt advent då det är en av högtiderna för Vika brödet. De bestämde sig därför för att förlänga projektet vid sidan om plattformen genom bankgirot. Detta skapades som tidigare nämnt mer arbete för dem. Ytterligare en nackdel med den begränsade tidsramen är att de första 30 % av kapitalet är svårast att få in innan insamlingen börjar rulla på (ibid). När den första delen av pengarna väl kommit in är det kanske inte så lång tid kvar på kampanjen.

En ytterligare svårighet var gränsbeloppet som krävdes av plattformen (pers. med, Floridan & Åkerberg, 2014). Detta på grund av att det är svårt att sätta gränsbeloppet så att det varken är för högt eller för lågt. Vid ett för högt belopp kanske inte tillräckligt med kapital samlas in och projektet läggs ner. Vid ett för lågt belopp kanske projektet inte går att genomföra trots att detta har utlovats till bidragsgivarna. Om insamlingen nått upp till det uppsatta gränsbeloppet tar dessutom FundedbyMe ut en avgift på 6 % av det insamlade beloppet (ibid).

Plattformen har dessutom haft en del tekniska problem under projekttiden (pers. med, Floridan & Åkerberg, 2014). Till exempel fungerade inte vissa nivåer när bidragsgivare ville gå in och ge pengar. FundedbyMe använder sig av PayPal vid transaktion av pengar och uppstod tekniska problem skyllde de ofta på varandra. Floridan och Åkerberg (ibid) uppfattade det som att plattformen inte hade de rutiner som behövs för att lösa vissa problem i och med att FundedbyMe är relativt ungt. De tyckte dessutom att fokus för plattformen låg på att växa och sprida sig ännu mer i världen.

FundedbyMe hade förvarnat om att 10-15 % av de som sagt sig vara villiga att bidra till projektet skulle falla bort (pers. med, Floridan & Åkerberg, 2014). Detta på grund av att när transaktionen väl ska dras mot slutet av kampanjen krävs det täckning på kontot. Är bidragsgivarens konto då tomt kan ingen transaktion ske. Detta inträffade även i Floridan och Åkerberg fall, vilket innebar att vissa bidrag ej kom dem till handa.

4.3 Intervjusvar från bidragsgivare

4.3.1 Bidragsgivare 1

Bidragsgivare 1, Helena Forsén (pers. med., 2014), bidrog med 1 000 kr till Priolevas crowdfundingkampanjen. Den informationen Forsén hade om företaget var den hon funnit på FundedbyMe men förutom det visste hon egentligen ingenting om företaget. Forsén (ibid) tycker att livsmedelsindustrin fått en för stor påverkan på den svenska matkulturen.

Att ge ett bidrag var då ett sätt att stötta småskalighet och entreprenörskap. Forsén har tidigare kämpat med olika egna projektet och kände på så sätt empati med de som drog igång denna crowdfundingkampanj.

Forsén (pers. med., 2014) bortsåg från eventuella risker med kampanjen och agerade bara med hjärtat vid bidraget. Detta eftersom hon hoppades på att företaget skulle få kapital till en ny ugn och att den småskaliga knäckebrödstillverkningen skulle kunna dra igång igen.

Forsén

(ibid) ansåg att det var krångligt att det krävdes PayPal för att bidra med pengar via plattformen. Trots att hon redan öppnat ett PayPal konto sedan tidigare så uppfattades det som en onödig procedur.

4.3.2 Bidragsgivare 2

Bidragsgivare 2, Rolf Kroon (pers. med., 2014), bidrog med 500 kronor till Priolevas crowdfundingkampanj. Kroon kände till knäckebrödet men visste ingenting om själva företaget innan bidraget. Den information han sedan fick om företaget fick han via facebooksidan "Rädda vikabröd". Anledning till att Kroon bidrog var för att han kände väldigt starkt för Vikabrödet.

Kroon (pers. med., 2014) var medveten om riskerna men ansåg att han var villig att ta dem för att få tillbaka knäckebrödet. Han tror dock inte att han kommer ställa upp på något liknande igen för något annat företag. Vid bidraget använde sig Kroon inte av plattformen FundedbyMe utan föredrog att använda sig utav Floridan och Åkerbergs öppnade bankgiro. Det tog ett tag för honom att hitta det bankgironummer han skulle föra över bidraget till men annars upplevde han inga problem.

4.3.3 Bidragsgivare 3

Bidragsgivare 3, Sten Sahlholm (pers. med., 2014), bidrog med 500 kronor till Priolevas crowdfundingkampanj via FundedbyMe. Sahlholm har ingen koppling till Stora Skedvi och visste inte var företaget var placerat. Det han visste var att Leksandbröd lagt ned produktionen och att det handbakade knäckebrödet skulle försvinna. Han bidrog med pengar för att om möjligt få tillbaka ett gott knäckebröd.

Sahlholm (pers. med., 2014) kommenterade riskerna med "*Jag har väl lagt pengar på dummare saker*". Han är glad om knäckebrödet kommer ut på marknaden igen men en förlust av det beloppet han bidrog med spelade ingen större roll. Själva bidragsprocessen på FundedbyMe upplevde han inga hinder eller problem med (ibid). Dock tyckte han att det var lite konstigt att han inte fick någon bekräftelse på att pengarna hade registrerats i hans namn.

4.3.4 Bidragsgivare 4

Bidragsgivare 4, Jörgen Steen (pers. med., 2014), bidrog med 1000 kronor till Priolevas crowdfundingkampanj via FundedbyMe. Steen bor i Dalarna och kände till kampanjen via sitt arbete i en inkubator, samt läst tidningar och sociala medier som skrivit om kampanjen. Han var med och bidrog med pengar då han sympatiserade med tanken att rädda den gamla hantverkstraditionen i bageriet (ibid) Dessutom tyckte han att de gamla ägarna, Leksandsbröd, skötte sin avveckling av verksamheten dåligt. Därför ville han gärna stödja en småskalig satsning för att köra vidare.

Steen (pers. med., 2014) var medveten om riskerna med kampanjen och visste att det inte fanns några garantier för uppstart. Han anser dock att risker finns i alla former av investeringar och att man inte satsar mer än man är beredd att förlora. Så länge det fanns ett ärligt uppsåt med kampanjen så kunde han leva med ett eventuellt misslyckande. Vid bidragsprocessen uppfattade Steen en hel del krångel (ibid). Det var bland annat svårt att registrera sig på FundedbyMe och ett flertal försök fick göras innan han lyckades. Även när pengarna skulle dras via PayPal så uppstod problem, vilket han också hört att andra personer varit med om. Till slut lyckades i alla fall transaktionen.

5 Analys

I detta kapitel analyseras insamlad data utifrån de tidigare presenterade teorierna. Analysen ligger till grund för att kunna besvara studiens frågeställning.

5.1 Hur påverkar belöningsbaserad crowdfunding det finansiella gapet?

5.1.1 Ur företagets perspektiv

Små företag har vanligtvis en negativ inställning till externt kapital vilket illustreras i pecking order-modellen (Landström, 2003). Modellen utgår ifrån att företag undviker externt kapital då de strävar efter ett oberoende. Vid riskkapital går investeraren ofta in med ett aktivt ägarengagemang i företaget (Berger & Udell, 1998). Prioleva har inte tagit in några delägare i företaget då de använt sig av belöningsbaserad crowdfunding (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). På så sätt har de ursprungliga ägarna behållit kontrollen över företaget. Detta är också målet enligt pecking order-modellen (Landström, 2003).

Den negativa attityden till extern finansiering kan även bero på att nya och små företag generellt sett har dålig kunskap om tillgängliga finansieringsformer och känner sig trygga i de finansieringsalternativ de känner till (Tucker & Lean, 2003). Begreppet crowdfunding är relativt nytt och alla känner därför inte till denna typ av finansieringsmöjlighet. Den bristande kunskapen kan hindra många företag att använda sig av crowdfunding. Floridan & Åkerberg (pers. med., 2014) hörde talas om crowdfunding från en granne som använt denna finansieringsform med lyckat resultat. Detta gjorde att de vågade satsa på crowdfunding som finansieringsform.

Det är vanligt att företag i ett tidigt skede söker stöd från sitt närmaste nätverk (Berger & Udell, 1998). Det beror bland annat på att dessa företag har svårt att attrahera andra finansiärer. En risk vid att vända sig till personer i sitt närmaste nätverk är att relationen kan förstöras till dem om något går fel (ibid). I Priolevas fall så fanns ett starkt engagemang med många drivna själar vilket skapade ett nätverk (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Detta nätverk blir större än vid traditionellt stöd från familj och vänner. Om Priolevas projekt inte drar igång så kan relationen förstöras till det skapade nätverket. Nätverket upplevdes som viktigt för Prioleva eftersom de första 30 % av det insamlade kapitalet är svårast att få in och kampanjen är begränsad till endast 45 dagar (ibid).

Vid extern finansiering uppoffrar företagaren mer för sin finansiering än vid självfinansiering. Banklån kräver vanligtvis någon form av säkerhet för utlånat kapital, till

exempel företagarens privata villa (Andrén et al., 2003). Detta gör att företagaren riskerar att förlora viss kontroll över sina tillgångar. Vid banklån betalas även ränta på det lånade kapitalet, vilket gör att företagaren förlorar en del av de eventuella vinster som företaget skapat. När riskkapital används uppoffrar företagaren en del av sitt ägarskap för finansiering (Berger & Udell, 1998). Företagaren förlorar då viss kontroll över sitt företag och måste även dela eventuella vinster. Vid självfinansiering uppoffrar inte företagaren lika mycket eftersom företagaren själv sätter in pengar i företaget och då inte behöver skuldsätta sig eller dela sitt ägarskap. På så vis behåller företagaren kontrollen över företaget och då även alla eventuella vinster. Belöningsbaserad crowdfunding är i mångt och mycket likt självfinansiering eftersom företagaren inte behöver uppoffra lika mycket som vid banklån eller riskkapital. Prioleva behövde varken skuldsätta sig eller ge upp sitt ägarskap för finansieringen (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014).

Nya företag har ingen tidigare historik att visa upp, vilket innebär att investerare förknippar dessa med högre risk (Tucker & Lean, 2003). Finansiärer efterfrågar vanligtvis historik för att kunna göra en bedömning av företaget vid övervägande av investering. Detta gör att nya företag vanligtvis har svårare att attrahera finansiärer. För att minska denna risk använder sig banker av säkerheter (Andrén et al., 2003). Säkerheten är vanligtvis kopplad personligt till företagaren. Då Prioleva använt sig av belöningsbaserad crowdfunding behövs ingen säkerhet på kapitalet utan företaget lägger istället sitt förtroende som ”säkerhet”. Genom detta undviks problematiken som kan uppstå om projektet inte lyckas och företagaren blir personligt återbetalningsskyldig.

5.1.2 Ur finansiärernas perspektiv

Finansiärer kan ha olika riskpreferenser vid investering (Pindyck & Rubinfeld, 2009). En investering görs i utbyte mot en förväntad framtida avkastning på investerat kapital. Den förväntade avkastningens storlek beror dels på hur stor investeringen är och dels på hur stor risken är att inte få någon avkastning på investerat kapital. Större investering och större risk medför vanligtvis att den förväntade avkastningen måste vara högre. Den förväntade avkastningen är vanligtvis monetär som till exempel ränta på banklån eller en del av vinsten. Med belöningsbaserad crowdfunding kan den monetära belöningen, i detta fall, jämföras med de gåvor som utlovats till bidragsgivarna. Ingen av de intervjuade bidragsgivarna nämnde dessa belöningar som incitament för att bidra med pengar (pers. med., bidragsgivare 1, 2, 3 & 4, 2014). Bidragsgivarnas drivkrafter till doneringen såg relativt lika ut, för deras del handlade det inte om att få ta del av den monetära belöningen, utan den förväntade avkastningen var snarare att göra en god sak. Detta upplevde de att de fått enbart genom att bidra till Prioleva, oavsett hur det slutgiltiga resultatet av projektet blivit. De upplevde alltså en låg risk eftersom de redan fått sin förväntade avkastning enbart genom att bidra. Skulle risken upplevts som hög hade de enligt teorin om riskpreferenser förmodligen krävt en högre ersättning (Pindyck & Rubinfeld, 2009).

En orsak till varför finansiärer är försiktiga med att låna ut eller gå in med kapital till nya och små företag är för att de förknippar dessa med hög risk (Tucker & Lean, 2003). Utifrån den information som samlats in om Prioleva kan det konstaterats att med belöningsbaserad crowdfunding sprids riskerna ut på fler personer. Prioleva hade cirka 700 personer som tillsammans la cirka 600 000 kronor (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Detta är ett sätt att komma runt problemet med hög risk som finns i traditionella finansieringsformer. Bankfinansiering och riskkapital handlar vanligtvis om relativt höga belopp (Storey, 1994; Landström & Löwegren, 2009). Därmed är det belopp som riskerar att förloras större än vid crowdfunding. Med crowdfunding lägger bidragsgivarna vanligtvis inte lika höga belopp i och med att det är många personer som bidrar. Därmed förlorar varje person inte lika mycket om något går snett.

Vid riskkapital finns en förväntan på återbetalning och avkastning av det investerade kapitalet (Berger & Udell, 1998). Återbetalning och avkastning är något som krävs vid bankfinansiering (Landström & Löwegren, 2009). Risken finns hela tiden kvar tills riskkapitalisten eller banken fått detta. Vid belöningsbaserad crowdfunding finns bara risken att bidragsgivarna inte får ut sin utlovade belöning om projektet misslyckas då bidragsgivarna redan gett upp beloppet de donerat. De intervjuade bidragsgivarna var medvetna om riskerna men var villiga att ta risken för att syftet med projektet upplevdes som något bra (pers. med., bidragsgivare 1, 2, 3 & 4, 2014). Alla ville ha tillbaka knäckebrödsproduktionen, vilket värdesattes högre än att bidra till ett eventuellt misslyckat projekt.

Enligt agentteorin finns en osäkerhet för principalen vid en investering och beslutet sker därmed under risk (Jensen & Meckling, 1976). Den osäkerhet som principalen upplever beror bland annat på att agenten har mer information än principalen. Detta förhållande kan beskrivas utifrån den informationsasymmetri som kan uppstå mellan finansiären och företaget (Vos et al., 2007). Finansiärerna har mindre information än vad Prioleva har eftersom det är svårt för ett företag att tillgodose finansiärerna med all information. Vid crowdfunding är det fler finansiärer än vid traditionell finansiering vilket innebär att fler finansiärer behöver sätta sig in i företaget. I denna studie framkom det att tre av bidragsgivarna inte hade information om Prioleva sedan tidigare (pers. med., bidragsgivare 1, 2 & 3, 2014). En bidragsgivare hade till exempel fått all sin information om företaget via Facebookgruppen "Rädda Vikabrödet" (pers. med., bidragsgivare 2, 2014). Två andra bidragsgivare hade fått all sin information om företaget via plattformen FundedbyMe (pers. med., bidragsgivare 1 & 3, 2014). Det uppfattades inte ha så stor betydelse att de inte hade all information om företaget. Den information som bidragsgivarna kunde tillgodogöra sig var via plattformen och sociala medier. Kampanjen på Facebook spred Priolevas budskap då över 7000 personer gillat sidan (pers. med., Steneberg, 2014). Medlemmar har där kunnat diskutera med varandra om det som berör processen kring att rädda Vikabrödet och informationen har på så sätt kunnat delas mellan dessa. Trots mindre mängd information valde bidragsgivarna att bidra med pengar till projektet.

Adverse selection är informationsproblem som brukar uppstå vid ingåendet av ett avtal mellan två parter (Husted, 2007). På grund av detta är det svårt att urskilja vilka investeringar som är bra och vilka som är dåliga. Vid riskkapital förväntar sig finansiärerna avkastning på investerat kapital (Berger & Udell, 1998). Bidragsgivarna i Priolevas fall har vid investeringen istället fått utlovat en belöning (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Det visade sig dock att det viktigaste för alla bidragsgivarna var själva syftet med investeringen (pers. med., bidragsgivare 1, 2, 3 & 4, 2014). De utlovade belöningarna nämndes inte av någon av bidragsgivarna som en orsak till investeringen (ibid). Alla bidragsgivare kände starkt för det småskaliga knäckebrödet och var mer intresserade av att hjälpa företaget än belöningen i sig. Att bidra till en god sak var tillräckligt för att de skulle uppleva att de gjort en bra investering.

Det är vanligt att företag och finansiärer har olika egenintressen och agerar utifrån dessa (Husted, 2007). Moral hazard uppstår då bidragsgivarna inte kan vara säkra på att kapitalet kommer att användas till det sagda ändamålet (ibid). Prioleva åtar sig att genomföra projektet och förvalta kapitalet till det sagda ändamålet (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). Det finns dock inga säkerheter eller garantier för att Prioleva kommer att genomföra projektet och därför uppstår även moral hazard i detta fall. Finansiärerna får helt enkelt lita på det företag de investerat i. Bidragsgivarna bidrog med så pass små belopp att risken för att kapitalet inte används till det sagda ändamålet bortsågs. En av bidragsgivarna använde uttrycket "*Jag har väl lagt pengar på dummare saker*" (pers. med., bidragsgivare 3, 2014).

6 Diskussion

I detta kapitel diskuteras belöningsbaserad crowdfunding i ett vidare perspektiv.

6.1 Positiva aspekter

Genom denna studie har det i likhet med vad som framkommit i tidigare forskning (Mollick, 2013) visat sig att crowdfunding är mer än bara en finansieringsform. Finansieringsformen har även fungerat i marknadsföringssyfte och för att testa marknaden. För Prioleva visade det sig även vara ett bra sätt för marknadsföring då historien uppmärksammades i media (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). De har även fått annan uppmärksamhet då de till exempel har blivit inbjudna till olika evenemang för att berätta om sitt projekt. Andra företag har erbjudit dem sina tjänster gratis för att få ta del av uppmärksamheten. Denna publicitet kan vara viktig och tacksam i ett ungt projekt och då företaget är litet med en begränsad budget. Det var även ett bra sätt att testa produkten för att se om det fanns en efterfrågan på marknaden. Om efterfrågan inte funnits hade Prioleva inte betalat något för att ha testat intresset på marknaden. I Priolevas fall fick de ihop cirka 700 bidragsgivare, vilket upplevdes som ett bra kvitto på att intresse faktiskt fanns på marknaden (pers. med., Floridan & Åkerberg, 2014). I och med bidragsgivarnas engagemang för produkten har Prioleva nu en grupp ambassadörer innan produkten ens lanserats. Dessa bidragsgivare pratar förmodligen gott om projektet och information om produkten kan därmed spridas i ett tidigt skede.

De flesta investeringar med riskkapital sker i storstadsområden och har på senare tid koncentrerats till färre och större företag (Landström & Löwegren, 2009). Crowdfunding begränsar inte den geografiska platsen för investerarna utan gör det möjligt för dessa att investera trots att projekten befinner sig på avlägsna plaster. Detta kan göra att små företag som har svårt att få tillgång till storstädernas kapitalutbud får en chans på kapitalmarknaden. I det här fallet blev det lättare för Prioleva, som ligger på landsbygden, att få kapital eftersom crowdfunding vanligen sker via internet. Plattformen fungerar som en mötesplats för finansiärer och företag. Vanligtvis kan det vara svårt och tidskrävande för dessa att finna varandra (Landström & Löwegren, 2009). Genom den internetbaserade crowdfundingplattformen vet investerarna var de ska leta. Flera bidragsgivare visste inte om var den fysiska platsen för företaget låg men genom internet kunde bidragsgivare och företaget finna varandra ändå (pers. med., bidragsgivare 1, 2 & 3, 2014).

Lyckas projektet samla in kapital genom crowdfunding kan det vara en möjlighet att i ett senare skede attrahera andra traditionella investerare. Dessa traditionella investerare kan då se att det finns intresse för projektet och då vara villiga att investera. Då har också företaget en historik att visa upp för de traditionella investerarna. På så vis kan belöningsbaserad crowdfunding fungera som ett komplement till andra traditionella finansieringsformer för

företag som har svårt att få tillgång till kapital. Författarna i denna studie är dock medvetna om att en annan bild hade kunnat framkomma om till exempel bidragsgivare som gett högre belopp hade gått att nås. Dessa bidragsgivare kanske hade en annan syn på risken och krävt mer information än bidragsgivare som gett lägre summor.

6.2 Hinder och svårigheter

Genom denna studie har det visat sig att det i samband med belöningsbaserad crowdfunding uppkommit problem. Floridan och Åkerberg (pers. med., 2014) behövde öppna ett bankgiro för insamling av kapital vid sidan om plattformen eftersom många upplevde problem med denna. Till exempel hade den äldre målgruppen svårt att använda sig av plattformen. Att det fanns svårigheter bekräftades även av de intervjuade bidragsgivarna där två av bidragsgivarna tyckte att det var krångligt att PayPal krävdes för att kunna bidra med pengar (pers. med., bidragsgivare 1 & 4, 2014). Dessutom uppstod problem när pengarna väl skulle dras (pers. med., bidragsgivare 4, 2014). Detta problem har denna bidragsgivare även hört att andra bidragsgivare upplevt. Floridan och Åkerberg (pers. med., 2014) hörde även att vissa bidragsnivåer inte fungerade för bidragsgivarna. Ett annat problem som uppstod var vid registreringen på FundedbyMe, då bidragsgivaren fick försöka flera gånger innan registreringen genomfördes (pers. med., bidragsgivare 4, 2014). Dessutom upplevde en annan bidragsgivare att det var konstigt att ingen bekräftelse på donationen kom honom tillhanda (pers. med., bidragsgivare 3, 2014).

I studien har det visats att grundkonceptet med crowdfunding fungerade men att de tekniska svårigheter som tidigare nämnts behöver lösas för att crowdfunding ska fungera på ett optimalt sätt. Tanken med en plattform är att den ska underlätta insamling av kapital för företaget och att det ska vara en smidig process för de som vill bidra med pengar. Fungerar inte detta så finns risk att pengar går förlorade då personer som vill bidra med pengar ledsnar på att försöka. För företagets del kan tekniskt strul innebära ökad administration vilket tar både tid och resurser, vilket företaget förmodligen tänkt undvika i och med användningen av plattformen.

Det är viktigt att crowdfunding inte utnyttjas av oseriösa aktörer. Används till exempel inte kapitalet till det sagda ändamålet kommer förtroendet för investeringsformen förmodligen minska. Eftersom det är en så pass ny investeringsform är det viktigt att aktörer enbart ser positiva aspekter för att våga använda sig av crowdfunding. Får crowdfunding dåligt rykte finns det risk att hela konceptet går förlorat. Det är även viktigt att företaget håller sitt löfte till bidragsgivarna. Prioleva har tack vare deras crowdfundingkampanj fått ett stort nätverk. I detta fall står inte detta nätverk lika nära företagarna som om till exempel bara familjen skänkt pengar. Det är dock fler personer som relationen kan förstöras till. Skulle företaget missköta sig så skulle förmodligen förtroendet tappas hos nätverket som gått in med pengar. Detta skulle för Priolevas del förmodligen slå ganska hårt mot deras andra verksamhet som

bedrivs i saluhallen, då många av de som gått in med pengar kommer från byn och dessa kunder skulle då kunna tappas.

6.3 Övriga aspekter

Agentteorin utgår vid traditionell finansiering från att investeraren är principalen och uppdragsgivare (Jensen & Meckling, 1976). Företaget är agenten som tar sig an uppdraget att förvalta det investerade beloppet. Bidragsgivarna kan ses som principaler och företaget som agenter även vid crowdfunding men det kan även finnas ett motsatt förhållande.

Agenten kan nu ses som bidragsgivare och principalen som företaget. Uppdraget ges av företaget till bidragsgivarna i och med att de ber om kapital, och bidragsgivarna tar sig an uppdraget genom att hjälpa företaget med kapital. Finansieringsformen crowdfunding kan därför anses påverka den traditionella synen på förhållandet mellan finansiärer och företagare.

Efter att ha studerat belöningsbaserad crowdfunding anser författarna att denna finansieringsform gränsar till välgörenhet. Som tidigare nämnts är det viktigt att projektet väcker känslor precis som vid välgörenhet för att få människor att bidra med pengar. Det måste bevisas att företaget är i behov av kapital och behöver bidragsgivarnas hjälp. Denna finansieringsform passar därför troligtvis bättre till projekt än till bundna organisationer, eftersom ett projekt ger en mer konkret bild av vad företaget behöver kapital till.

7 Slutsatser

I detta kapitel presenteras de slutsatser som har kunnat dras utifrån studien samt förslag på vidare forskning.

Den belöningsbaserade crowdfundingen har genom denna studie visat sig ha potential att minska det finansiella gapet. Det ger företag som har svårt att finna likvida medel en alternativ möjlighet till finansiering. Genom crowdfunding vänder sig företaget till många personer där varje person ger en mindre summa pengar. På så vis påverkas principal-agent förhållandet. Att det är fler personer som finansierar påverkar även riskerna, som sprids ut på fler personer. Dessutom är det belopp som varje person riskerar att förlora mindre. Denna riskreducering ser författarna som den främsta anledningen till att det finansiella gapet eventuellt kan minska. En ytterligare fördel med crowdfunding är att ägarförhållandet inte påverkas genom att ta in externt kapital, vilket även det är en bidragande faktor till att det finansiella gapet uppstår.

En annan bidragande faktor till det finansiella gapet är att småföretagare ofta känner sig trygga i de finansieringsformer de känner till. Det finns i dagsläget lite kunskap om fenomenet och det kan därför bli svårare att få företagare att testa crowdfunding. Dessutom har det i denna studie framkommit att det finns en del tekniska svårigheter med plattformen som behöver övervinnas. Ett ytterligare problem som kvarstår är att crowdfunding är beroende av det närmaste nätverket i ett första steg för att få andra personer att hoppa på idén. De som inte har ett närmaste nätverk att förlita sig på får då svårare att genomföra en kampanj. Dessutom har det visat sig i denna studie att det är viktigt med en kampanj som engagerar och berör.

7.1 Förslag på vidare forskning

Det finns många områden som kan studeras vidare för att få en ökad kunskap om crowdfunding. Denna studie har enbart behandlat belöningsbaserad crowdfunding och det vore därför intressant att bredda underlaget till att även studera de övriga crowdfundingformerna. Denna studie har till exempel inte inkluderat donationsbaserad, aktiebaserad och lånebaserad crowdfunding. Det vore dessutom intressant att gå vidare med en djupare undersökning av belöningsbaserad crowdfunding. Denna studie har till exempel bara intervjuat fyra stycken bidragsgivare som vardera gav ett belopp på max 1000 kronor. Intervjuer med bidragsgivare som lämnat större belopp skulle kunna ge ytterligare aspekter på problematiken. En ytterligare intressant aspekt är att göra en jämförande fallstudie med andra företag som använt crowdfunding för att se likheter och skillnader dem emellan. Slutligen skulle en fördjupad kunskap kunna fås genom att komplettera en kvalitativ studie med en kvantitativ studie. Ett exempel på en kvantitativ studie är en enkätundersökning till en större mängd bidragsgivare.

Referenser

Tryckta referenser

- Andrén, N., Eriksson, T., Hansson, S. 2003. *Finansiering*. Malmö. Viber ekonomi.
- Belleflamme P., Lambert T. & Schwienbacher A. 2013. Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venture*, pp. 1-25.
- Berger, A., & Udell, G. 1995. Relationship Lending and Lines of Credit in Small Firm Finance. *The Journal of Business*, Vol. 68, pp. 351-381.
- Berger, A., & Udell, G. 1998. The economics of small business finance: The roled of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking & Finance*, 22(68), pp. 613-673.
- Boter A., Kjellberg A., Lundström A., Öhman C. 1998. *Svensk småföretagspolitik: struktur, resultat och internationella jämförelser*. Stockholm, Stiftelsen forum för småföretagsforskning.
- Bryman, A., & Bell, E. 2013. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm. Liber.
- Burrell, K., & Kylén, J. 2003. *Metoder för undersökande arbete – sju stegsmodellen*. Stockholm. Bonnier Utbildning AB.
- Haines, G., Madill, J J., Riding, A L. 2003. Informal investment in Canada: financing small business growth. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol.16(3-4), p.13(28).
- Hansson, S., 1998. *Finansiering*. Malmö. Liber AB.
- Hedelin, J. P. 1994. Nyföretagarlån: en undersökning av en stödform för nyföretagande. Stockholm. Riskforskningsgruppens rapportserie 1400-2000.
- Helle, P. 2004. *Affärsänglar - att investera i tillväxtföretag*. Stockholm. Ekerlids förlag.
- Husted, B. W. 2007. Agency, information, and the structure of moral problems in business. *Organization Studies*, Vol.28(2), pp. 177-195.
- Jacobsen, D. I. 2002. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Lund. Studentlitteratur.
- Jacobsson, J. 2013. Kreativ lösning för småföretag på jakt, *Svenska dagbladet*.

Jensen, M. C. & Meckling, W.H. 1976. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, Vol 3, pp. 305-360.

Landström H. (Red.). 2003. *Småföretaget och Kapitalet, svensk forskning kring små företags finansiering*. Kristianstad. SNS Förlag.

Landström, H., & Löwegren, M. 2009. *Entreprenörskap och företagsetablering: Från idé till verklighet*. Lund. Studentlitteratur AB.

Lehner, O. M. 2013. Crowdfunding social ventures: a model and research agenda. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 15:4, pp. 289-311.

Merriam, Sharan B. 1994. *Fallstudien som forskningsmetod*. Lund. Studentlitteratur.

Mollick, E. 2013. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, Vol.29(1), pp. 1-16.

Nielsen, T. 1994. *Risikkapitalboken*. Alingsås. Millhill förlag.

Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., Parasuraman, A. 2011. Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal Of Service Management*, Vol.22(4), pp.443-470.

Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L. 2009. *Microeconomics*. New Jersey. Pearson Education

Rapp, B., & Thorstenson, A. 1994. *Vem skall ta risken?* Lund. Studentlitteratur.

Smith, D., & Lohrke, F. 2008. Entrepreneurial network development: Trusting in the process. *Journal of Business Research*, pp. 315-322.

Storey, D. J. 1994. *Understanding the small business sector*. London. International Thomson Business Press.

Tillväxtanalys & Tillväxtverket. 2010. *Tillväxtfakta – så växer Sverige och dess regioner*. Ödeshög: AB Danagårds Grafiska.

Tomeczak, A., Brem, A. 2013. A conceptualized investment model of crowdfunding. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 15:4, pp. 335-359.

Tucker, J., Lean, J. 2003. Small firm finance and public policy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 10 Iss: 1, pp. 50 - 61.

- Yin, R. 2003. *Case study research – design and methods*. Thousand Oaks. Sage Publications.
- Ueda, M. 2004. Banks versus venture capital: project evaluation, screening, and expropriation. *Journal of Finance* 59, pp. 6001–6621.
- Vos, E., Yeh, A. J. -Y., Carter, S., & Tagg, S. 2007. The happy story of small business financing. *Journal of Banking & Finance*, 31(9): pp. 2648-2672.
- Wheat, RE., Wang, YW., Byrnes, JE., Ranganathan, J. 2013. Raising money for scientific research through crowdfunding. *Trends In Ecology & Evolution*, pp.71-72.
- Winborg, J. 2000. *Financing Small Business - Developing our Understanding of Financial Bootstrapping Behavior*. Halmstad. Halmstad universitet.

Internetreferenser

FundedByMe <http://www.fundedbyme.com>

1. What is funded by me, hämtad 2014-04-30

<https://www.fundedbyme.com/en/what-is-fundedbyme/#what-is-crowdfunding>

2. What is funded by me, hämtad 2014-04-17

<https://www.fundedbyme.com/en/what-is-fundedbyme/#what-is-crowdfunding>

3. Handgräddat knäckebröd / Hand made crispbread, hämtad 2014-04-23

<https://www.fundedbyme.com/en-us/campaign/2880/handgraddat-knackebrod-i-vedeldadeugnar/#.U1ZmDMdjHoE>

Nationalencyklopedin <http://www.ne.se>

Peer review, hämtad 2014-05-14

<http://www.ne.se/peer-review>

Prioleva AB <http://www.prioleva.se>

Handgräddat knäckebröd från vedugnar i Stora Skedvi, hämtad 2014-04-05

<http://prioleva.se/visthusboden/bakning.aspx>

Svenska dagbladet <http://www.svd.se>

1. Kreativ lösning för småföretag på jakt, hämtad 2014-04-07

http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/tema/smaforetag/kreativ-losning-for-smaforetag-pajakt_8668050.svd

2. Kreativ lösning för småföretag på jakt, hämtad 2014-04-17

http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/tema/smaforetag/kreativ-losning-for-smaforetag-pajakt_8668050.svd

Svenskt näringsliv <http://www.svensktnaringsliv.se>

1. Sverige behöver fler företagare, hämtad 2014-04-03
<http://www.svensktnaringsliv.se/fragor/nyforetagande/>
2. Sverige behöver fler företagare, hämtad 2014-04-03
<http://www.svensktnaringsliv.se/fragor/nyforetagande/>
3. Sverige behöver fler företagare, hämtad 2014-04-15
<http://www.svensktnaringsliv.se/fragor/nyforetagande/>
4. Finansieringsproblem stoppar företagandet, hämtad 2014-05-15
http://www.svensktnaringsliv.se/fragor/nyforetagande/finansieringsproblem-stopparforetagandet_578639.html

Tillväxtverket

Fler och växande företag, hämtad 2014-05-15

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/flerochvaxandeforetag.4.418280eb12db85acaec80003590.html>

Vikabröd <http://www.vika-brod.se>

1. Vikabröd Grundas, hämtad 2014-04-07 <http://www.vika-brod.se/788.php>
2. Vikabröd Grundas, hämtad 2014-04-05
<http://www.vika-brod.se/788.php>

Personliga meddelanden

Forsén, Helena, intervju via e-mail, 2014-05-15

Floridan, Malin, personlig intervju, 2014-04-22

Kroon, Rolf, intervju via e-mail, 2014-05-12

Sahlholm, Sten, intervju via e-mail, 2014-05-14

Steen, Jörgen, intervju via e-mail, 2014-05-12

Steneberg, Christoffer, personlig intervju, 2014-04-15

Åkerberg, Anders, personlig intervju, 2014-04-22

Bilagor

Bilaga 1 Intervjuguide – Christoffer Steneberg

1. Kan du berätta lite om dig själv?
2. Vad har du för koppling till Vika brödet?
3. Hur kommer det sig att du startade gruppen ”Rädda Vika bröd” på Facebook?
4. Var det ett stort engagemang?
5. Varför eller varför inte engagerade folk sig?
6. Hur många följare har sidan?
7. Vad har diskuterats på sidan?
8. Har Facebooksidan skapat mediautrymme i andra kanaler?
9. Tror du att crowdfunding fungerar för alla företag?

Bilaga 2 Intervjuguide – till Prioleva

1. Kan ni berätta om er själva och er bakgrund?
2. Kan ni berätta om företaget och dess bakgrund?
3. Hur kommer det sig att ni ville rädda Vika brödet?
4. Hur kommer det sig att ni valde crowdfunding som finansieringsform?
5. Vilka eller vilken crowdfundingform har ni använt er av?
6. För- och nackdelar med de olika formerna?
7. Hur gick ni tillväga för att samla in pengar?
8. Hur kommer det sig att ni valde FundedbyMe?
9. Hur funkar FundedbyMe?
10. För- och nackdelar med FundedbyMe?
11. Behövde ni lägga ner tid/arbete på att få in pengar eller sköttes det via plattformen?
12. När påbörjade ni crowdfundingkampanjen och hur långt har ni kommit?
13. Hur många har gått in och bidragit?
14. Hur kommunicerar ni med bidragsgivarna?
15. Har det uppstått några hinder på vägen?
16. På vilket sätt har ni fått uppmärksamhet genom ert sätt att finansiera er?
17. Tror ni att det har skapats mer uppmärksamhet runt företaget genom crowdfunding än om ni gjort på ”traditionellt sätt”?
18. Vad ser ni för fördelar med crowdfunding?
19. Tror ni att alla företag kan använda sig av crowdfunding?

Bilaga 3 Intervjuguide – Bidragsgivare

1. Varför valde du att bidra med pengar till kampanjen?
2. Vad tänker du kring att bidra med pengar till ett företag/projekt där det inte finns några garantier för uppstart?
3. Hur mycket bidrog du med?
4. Bidrog du via plattformen FundedbyMe? Om inte hur bidrog du?
5. Var det en smidig och lätt process?
6. Dök några hinder upp när du skulle bidra?
7. Hur mycket visste du om företaget/projektet du bidrog med pengar till?