

**En studie om hur hotellbranschen i  
Finland och Sverige gör  
investeringsbedömningar**

Johanna Westerbladh

Högskolan på Åland  
serienummer 36/2015

Hospitality Management

Mariehamn 2015  
ISSN 1458-1531

## Examensarbete Högskolan på Åland

<b>Utbildningsprogram:</b>	Hospitality Management
<b>Författare:</b>	Johanna Westerbladh
<b>Arbetets namn:</b>	En studie om hur hotellbranschen i Finland och Sverige gör investeringsbedömningar
<b>Handledare:</b>	Ulla Vuolteenaho-Janzon
<b>Uppdragsgivare:</b>	Datapartner Oy

### **Abstrakt:**

Detta examensarbete är en kvantitativ studie med syftet att undersöka om hotellbranschen kunde vara en alternativ marknad för Datapartner Oy. Frågeställningen jag tar upp i arbetet är vilka metoder och verktyg som används för investeringsbedömning inom hotellbranschen i Finland och Sverige.

Undersökningen baserar sig på kvantitativa nätenkäter som är gjorda i Google Forms. Enkäterna skickades ut till 40 hotell i Finland och Sverige med en omsättning på över fem miljoner euro. En enkät på finska skickades till hotellen i Finland och en enkät på svenska skickades ut till hotellen i Sverige. Enkäterna såg likadana ut. I arbetet jämförs å ena sidan hotellen i Finland och Sverige, å andra sidan granskas helheten.

Teorierna i arbetet tar upp det mest väsentliga om investeringar och investeringskalkyler. De olika metoderna för investeringsbedömning tas också upp.

Undersökningens resultat visar vilka metoder och verktyg hotellen i fråga använder sig av, och den visar även att det finns vissa utvecklingsmöjligheter för hotellens investeringsbedömning.

### **Nyckelord (sökord):**

investering, investeringsbedömning, kalkyl, metod, hotell, hotellstatistik

<b>Högskolans serienummer:</b>	<b>ISSN:</b>	<b>Språk:</b>	<b>Sidantal:</b>
2015:36	1458-1531	Svenska	38

<b>Inlämningsdatum:</b>	<b>Presentationsdatum:</b>	<b>Datum för godkännande:</b>
16.11.2015	03.12.2015	30.11.2015

**Degree Thesis**  
**Högskolan på Åland / Åland University of Applied Sciences**

<b>Study program:</b>	Hospitality Management
<b>Author:</b>	Johanna Westerbladh
<b>Title:</b>	A Study on Capital Budgeting in the Hotel Industry in Finland and Sweden
<b>Academic Supervisor:</b>	Ulla Vuolteenaho-Janzon
<b>Technical Supervisor:</b>	Datapartner Oy

**Abstract:**

This is a quantitative study with the aim to examine if the hospitality industry could be an optional market for Datapartner Oy. The issue in this study is what methods and tools are used for investment evaluation in the hospitality industry in Finland and Sweden.

The study is based on quantitative online survey made in Google Forms. The survey was sent to 40 hotels in both Finland and Sweden with revenue of over five million euros. A survey in Finnish was sent to the hotels in Finland, and a survey in Swedish was sent to the hotels in Sweden, the surveys had the same questions. On the one hand hotels in both Finland and Sweden are compared; on the other hand the entirety is analyzed as one.

The theoretical part of this study is based on investments, investment appraisals and investment appraisal techniques.

The result from this study displays what methods and tools are used by the hotels, and it also shows that there are some opportunities for development for the hotels regarding investment evaluation.

**Key words:**

investment , investment analysis , calculation , method, hotels, statistics

<b>Serial number:</b>	<b>ISSN:</b>	<b>Language:</b>	<b>Number of pages:</b>
2015:36	1458-1531	Swedish	38

<b>Handed in:</b>	<b>Date of presentation:</b>	<b>Approved on:</b>
16.11.2015	03.12.2015	30.11.2015

## Innehållsförteckning

1. INLEDNING.....	3
1.1. Bakgrund till ämnesval .....	3
1.2. Syfte.....	3
1.3. Problemområde och frågeställningar.....	3
1.4 Bakgrund till ämnesval .....	3
1.5. Avgränsningar.....	3
1.6. Arbetets disposition .....	3
1.7. Tidigare forskning.....	4
2. TEORI.....	5
2.1. Investering .....	5
2.2. Investeringsbedömning .....	5
2.3. Investeringskalkylen .....	6
2.4. Metoder för investeringsbedömningar .....	7
2.4.1. Payback-metoden .....	7
2.4.2 Den diskonterade payback metoden .....	7
2.4.2. Nuvärdemetoden .....	7
2.4.3. Internräntemetod .....	8
2.4.4. Modifierad internränta.....	8
2.4.5. Annuitetsmetod .....	8
2.4.6. Nuvärdeskvot .....	8
2.4.7. Ekonomiskt mervärde.....	10
2.5. Investeringsprocessen .....	11
2.6. Beslutsfattande.....	14
2.7. Investeringsmanual .....	15
2.8. Datapartner Oy.....	15
2.8.1. Invest for Excel .....	15
2.9. Marknadssituationen för hotellföretag .....	16
2.10. Hotellstatistik i Sverige och Finland .....	17
2.10.1. Hotellstatistik i Stockholm och Helsingfors .....	17
2.11. Upplevelserummet .....	17
3. METOD .....	19
3.1. Urvalsmetod.....	19
3.2. Insamlingsmetod .....	19
3.2.1. Kvantitativa enkäten .....	19
3.2.2. Enkät .....	20
3.3. Analysmetod .....	22
3.4. Etik .....	22
4. RESULTAT .....	23
4.1. Presentation av resultat av enkät .....	23
4.2. Analys.....	32
4.3. Reliabilitet och validitet .....	33

4.3.1. Reliabilitet .....	34
4.3.2. Validitet.....	34
5. SLUTSATS .....	35
5.1. Förslag på vidareforskning.....	36
6. KÄLLFÖRTECKNING .....	37

# 1. INLEDNING

---

## 1.1. Bakgrund till ämnesval

Detta examensarbete handlar om investeringsbedömning inom hotellbranschen i Sverige och Finland. Jag valde detta ämnet för att det är något jag är intresserad av, men också har mycket mer att lära mig om. Jag valde detta ämne även för att jag känner att det är en central del att kunna, och veta mycket om, om man arbetar som chef inom ett stort hotell. Detta är också ett beställningsarbete för Datapartner Oy i Borgå, som gör dataprogrammet Invest for Excel som är en avancerad programvara för kassaflödesbaserad modellering vid investeringsbedömning, affärsplanering och värdering.

## 1.2. Syfte

Syftet med undersökningen är att med hjälp av enkäter ta reda på om hotellbranschen kunde vara en alternativ marknad för Datapartner Oy.

## 1.3. Problemområde och frågeställningar

Den frågeställning arbetet besvarar är: Vilka metoder och verktyg för investeringsbedömning används inom hotellbranschen i Finland och Sverige?

## 1.4 Teoretisk referensram

Arbetet baseras på teorier om investeringar och investeringsbedömningar samt olika metoder för att granska ett hotells lönsamhet över hela livscykeln. I arbetet tar jag även upp marknadssituationen för hotell, upplevelserummet samt lite statistik.

## 1.5. Avgränsningar

Jag väljer att inte ta upp hela branschen utan endast hotell i Sverige och Finland som omsätter mer än fem miljoner euro.

## 1.6. Arbetets disposition

I det inledande kapitlet av min uppsats klargörs min motivering och bakgrunden till mitt ämnesval samt uppsatsen syfte och problemområde. I kapitel två kan man läsa om teoridelen av mitt arbete. Teoridelen börjar med investeringar och investeringsbedömningar och fortsätter med att beskriva Datapartner Oy. Till sist i teorierna tar jag upp hotelldelen. Under kapitel tre beskrivs metodiken och mitt tillvägagångssätt av den empiriska delen av mitt examensarbete. I kapitel fyra

presenteras en sammanställning av resultatet från undersökningen. Analys av undersökningens resultat samt slutsats och förslag på vidareforskning finns under kapitel fem.

### **1.7. Tidigare forskning**

Det finns flera undersökningar inom ämnet investeringsbedömningar inom hotell, men inte specifikt inom området jag undersöker.

Stanley Atkinson och Stephen LeBruto har år 1997 gjort en liknande undersökning över *kapital-budgeteringsmetoder som används av hotell och spel industrin*. (Atkinson & LeBruto, 1997) Där kom de fram till att hotell och spel industrin använder sig av diskonterade kassaflödestekniker, och internräntan är den som används oftast. Företagen som deltog i studien var medvetna om olika tekniker som är tillgängliga för kapitalbudgetering, men denna del av besöksnäringen använde inte mer tekniken än de gjorde år 1990.

## 2. TEORI

---

### 2.1. Investering

Med investering menas att man placerar för att spara på lång sikt. Investeringar är ett måste för att ett företag skall växa, därför definierar investeringar ofta företagets långsiktiga framgång (Kinnunen J., 2000, s. 177). En dåligt planerad investering däremot binder företagets resurser och kapital i onödan, vilket företagets ekonomiska läge inte nödvändigtvis överlever. Situationen stegras mer, om investeringen i fråga är stor i förhållandet till företagets storlek. Investeringar och deras beslut är en stor del av företags strategiska planering och det slutliga ansvaret för korrekt bedömning och tidsplanering ligger på företagets ledning (Neilimo K, 2010, ss. 206-207, 215).

Investeringsbeslutet får företag att avstå från att utnyttja befintliga resurser idag till t.ex. utdelningar eller högre löneutbetalningar för att istället använda resurserna för att förverkliga mål och visioner för framtiden. Investeringen är utnyttjande av resurser som är framåtsyftande (Bergknut Per, 1993, s. 14).

Gränsen för vad som räknas som en investering är hårfin och skiljer sig mellan företag till företag. Det är framförallt två faktorer som bestämmer om det är fråga om en investering: tidskonsekvenserna och värdet på resursutnyttjandet. Ett resursutnyttjande vars konsekvenser inte sträcker sig mer än två till tre år i framtiden brukar vanligtvis inte betraktas som en investering. Samma gäller om värdet på utnyttjade resurser är förhållandevis litet så ser man inte på handlingen som en investering även om tidskonsekvenserna är stora (Bergknut Per, 1993, ss. 16-17).

Själva investeringsbeslutet bygger ofta på gissningar om hur företagets förutsättningar kommer att bli i framtiden. Det händer allt för ofta att dessa gissningar går fel. I denna turbulenta värld är investeringar ofta ett vågspel även fast företaget gör allt som står i deras makt för att möta det oförutsedda (Bergknut Per, 1993, s. 17).

### 2.2. Investeringsbedömning

Varje beslut man tar om att köpa någonting som man kan använda i framtiden är i princip ett investeringsbeslut. Det kan vara allt från att köpa nya vårskor till att satsa många miljoner på en ny fabrik i Kina. Oberoende vilket av besluten man tar, skorna eller fabriken, så måste kostnaderna vägas upp mot nyttan i framtiden som investeringen



ger. Investeringsbedömning handlar om att utifrån givna förutsättningar välja att endast genomföra de investeringar där den framtida nyttan överstiger kostnaden. (Armerin Fredrik, 2014, s. 7)

### **2.3. Investeringskalkylen**

Investeringar är beslut man tar vars konsekvenser sträcker sig över en lång tid. Man definierar investeringar som en resurs insats som i framtiden ger konsekvenser. Själva investeringskalkylen är bara en del av hela investeringsprocessen. (Andersson, 2008, ss. 293-316)

Det finns olika sorters karaktär på investeringar och därför sätter de också olika krav på lönsamhet. De olika investeringarna är expansionsinvesteringar, ersättningsinvesteringar, desinvestering, rationaliseringsinvesteringar och tvångsinvesteringar. Expansionsinvesteringar betyder att man utvidgar sin kapacitet, det kan vara i form av en ny tjänst eller en expansion av lokalen. Ersättningsinvesteringar betyder att man byter ut befintliga resurser mot nya. I en hotellreception byts inredningen ut för att ge ett fräscht första intryck till gästerna. Desinvestering innebär totala motsatsen mot expansionsinvestering. Rationaliseringsinvesteringar är investeringar där ny teknik möjliggör rationellare hantering i driften.

Tvångsinvesteringar är investeringar man måste göra för att t.ex. EU eller lagstiftningens förändringar kräver åtgärder. Exempel på en tvångsinvestering är då freon blev förbjudet, då tvingades många hotell och restauranger göra stora investeringar i kyl-och frysrum. (Nilsson, 2002, s. 65) (Bergknut Per, 1993, s. 16)

En investering innebär att man skaffar eller skapar någonting av bestående värde genom att använda ett större kapital. Det finns olika anledningar till att investeringskalkylering används. Exempel på dem är att man vill öka företagets intäkter, man vill minska kostnader, man måste ersätta gammal utrustning, man måste miljöinvestera eller göra finansiella investeringar. Investeringskalkylen är underlaget när företaget skall besluta om de överhuvudtaget skall göra en investering, om det är lönsamt eller inte, eller vilket av alla alternativ som är lönsammast. Det behövs flera underlag för att fatta det viktiga beslutet och det är många saker som man måste ta hänsyn till. (Tullgren, 2002, ss. 107-125)

Det finns två olika investeringar, expansionsinvestering eller nyinvestering och ersättningsinvestering eller reinvestering. Den förstnämnda betyder att kapaciteten utvidgas, medan den andra betyder att man byter ut befintliga resurser och att kapaciteten behålls. (Andersson, 2008)

Man kan också dela in investeringar i operativa- och strategiska investeringar. Operativa investeringar innebär nya möbler, maskiner osv, medan strategiska investeringar innebär nybyggen eller t.o.m. uppköp av företag. (Niskanen J, 2007, s. 299)

## **2.4. Metoder för investeringsbedömningar**

Det finns flera olika metoder att använda sig av då man gör investeringsbedömningar.

### **2.4.1. Payback-metoden**

Payback-metoden är den enklaste investeringskalkyleringsmetoden. Den är likviditetsinriktad och inkluderar inga ränteöverväganden. Payback-metoden går ut på att den investering som snabbast har återbetalat sig med inbetalningsöverskott är den förmånligaste, och den man därefter väljer. Payback-metoden är den vanligaste kalkylmetoden vid investeringar. Ibland används enbart den, som enda kalkylmetod, medan den i andra fall används som grovsällningsinstrument för att få fram några investeringsalternativ. (Andersson, 2008, ss. 300-301)

### **2.4.2 Den diskonterade payback metoden**

Det blir hela tiden vanligare att payback-tiden beräknas med hänsyn till kalkylräntan. Innan additionen genomförs måste beloppen diskonteras till nuvärdet. Denna metod ger ett riktigare resultat då det även beaktar kapitalkostnader (Andersson, 2008, ss. 297-298).

### **2.4.2. Nuvärdeometoden**

När nuvärdeometoden används då investeringsbedömningar skall göras diskonteras alla betalningar till nutidpunkten. Man tänker på att 5 000 € är i dagsläget värda mer än om t.ex. fem år. Varför detta görs är för att ett belopp som fås idag kan placeras och ge ränta och det är den ränteaspekten som nuvärdeometoden tar hänsyn till. För att kunna jämföra två belopp så måste de omräknas till samma tidpunkt. Det är vanligast att man omräknar det framtida beloppet till ett belopp i nutid, när man gör detta så nuvärdesberäknar man beloppet. (Tullgren, 2002, ss. 112-113)

Nuvärdemetodens grundprincip är att man diskonterar alla betalningar till nutidpunkten. Beslutsregeln om man skall välja nuvärdemetoden är att investeringen klarar av avkastningskraven, dvs. kalkylräntekraven, om nuvärdet är positivt. Om vi väljer mellan flera investeringsalternativ så skall vi välja det alternativ som har högsta nuvärde, eller högsta kapitalvärdeskvot. (Andersson, 2008, ss. 301-304)

#### **2.4.3. Internräntemetod**

Internräntemetodens grundprincip är att man skall beräkna den räntesats som en investering avkastar, detta kallas för internräntan. En investering klarar avkastningskraven om internräntan är högre än kalkylräntan. Om vi väljer mellan flera investeringsalternativ ska vi alltid välja det med högst internränta (Andersson, 2008, ss. 305-306).

#### **2.4.4. Modifierad internränta**

Den modifierade internräntan antar att positiva kassaflöden återinvesteras genom firmans kapitalkostnad samt att de initiala utläggerna finansieras med företagets finansieringskostnader. Alltså återger den modifierade internräntan mer exakt hur kostsamt och hur lönsamt ett projekt är. (investopedia, 2015)

#### **2.4.5. Annuitetsmetod**

Annuitetsmetoden går ut på att investeringarna fördelas jämnt över investeringens livslängd i lika stora års annuiteter (Andersson, 2008, s. 306). Då annuitetsmetoden används ska man först diskontera alla framtida kassaflöden till ett nuvärde genom att använda sig av nuvärdemetoden. När nuvärdet är framtaget så delar man upp det i lika stora delar och sprida ut det i jämna annuiteter över investeringens hela ekonomiska livslängd. Om man skall jämföra olika investeringsalternativ som har olika livslängd är annuitetsmetoden att föredra. Investeringar som ger en positiv annuitet kan accepteras, andra investeringar skall förkastas. (Annuitetsmetoden och annuitet vid investering , 2015).

#### **2.4.6. Nuvärdeskvot**

När man jämför olika investeringar kan det vara mer intressant att veta vilken investering som per satsad euro ger mest pengar tillbaka, än det absoluta beloppet utan hänsyn till grundinvesteringen. Man kan göra detta genom att dela nuvärdet eller nettonuvärdet med grundinvesteringen då får man fram nuvärdeskvoten eller nettonuvärdeskvoten. Begreppen kallas ibland för kapitalvärdeskvot.

Nettonuvärdeskvoten (NNK) och nuvärdeskvoten (NK) beräknas såhär:

$$NK = \frac{NV}{G}$$

$$NNK = \frac{NNV}{G}$$

NV – Nuvärde

NNV – Nettonuvärde

G – Grundinvesteringen

NK – Nuvärdeskvot

NNK – Nettonuvärdeskvot

Nuvärde:

Alla intäkter minus alla kostnader förutom investeringar diskonterade (omräknade) till samma tidpunkt.

Nettonuvärde:

Alla intäkter minus alla kostnader diskonterade (omräknade) till samma tidpunkt.

Nettonuvärdeskvoten ska vara över noll och nuvärdeskvoten skall vara över ett för att investeringen ska komma att vara lönsam. Mest lönsam är det alternativ som har högst kvot. (Nuvärde - Vad är nuvärde?)

#### 2.4.7. Ekonomiskt mervärde

Ekonomiskt mervärde är ett ekonomiskt lönsamhetsmått som förkortas EVA. Värdet beräknas som skillnaden mellan rörelseresultat efter skatt och kapitalkostnaden för totalt kapital.

$$EVA = (RR - S) - WACC * TK$$

- **EVA** är ekonomiskt mervärde
- **RR** är rörelseresultat
- **S** är skatt
- **WACC** är [viktad kapitalkostnad](#)
- **TK** är totalt kapital

EVA blir därmed ett mått på om ett företags värde har ökat eller minskat (Ekonomiskt mervärde).

## 2.5. Investeringsprocessen

Man utser sju olika steg för operativa investeringar i investeringsprocessen, vilka visas i bild 1 under. Den strategiska investeringens process består av liknande steg, men det framstår nödvändigtvis inte i samma ordning som operativa investeringsprocessen. (Puolamäki E, 2009, s. 135)

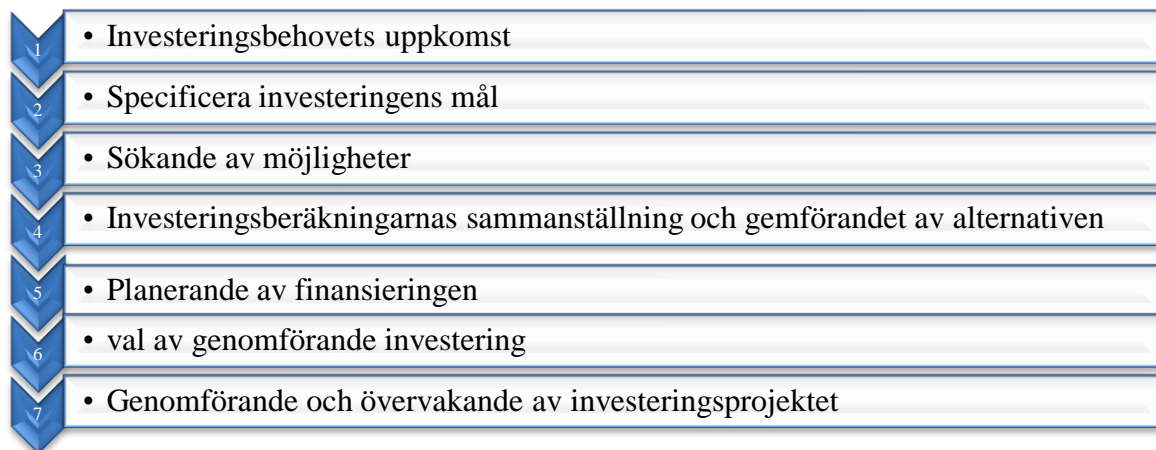


Bild 1. Investeringsprocessens steg (Neilimo K, 2010, s. 208) (Niskanen J, 2007, s. 299)

Investeringsbehovets uppkomst uppstår oftast i samband med då företaget bereder sin budget eller strategiska beslut. Behovet att investera i operativa investeringar, som i maskiner och möbler, uppstår oftast av chefens tycke. Strategiska investeringar, som köp av företag eller nybygge, uppstår däremot av ledningen eller styrelsen.

Företagsledningen måste till exempel fundera på hurdana investeringar företaget borde göra, för att kunna uppnå sina mål och sin bestämda strategi. Företagets mål kan vara till exempel ökad försäljning, till vilken dagens resurser inte räcker till att fullfölja, för företaget kanske måste investera i nya kontor, i yrkeskunnig personal eller i nya apparater för att uppnå målet. Behovet av investeringar kan också uppstå av en växande kundkrets, som inte nuvarande lokaler eller personal räcker till att betjäna. Behovet av investeringar är bra att kontrollera redan under budgeteringen, så att man redan under planeringsskedet är medvetna om i vilken utsträckning man kan göra investeringsbeslut. (Niskanen J, 2007, s. 299; Puolamäki E, 2009, ss. 136-137; Neilimo K, 2010, s. 207; Järvenpää J, 2010, ss. 329,333)

Att specificera investeringens mål betyder mestadels att man sätter målen i form av siffror. Det angivna målet kan vara t.ex. att minska tillverkningskostnaderna med 15%, att höja kapaciteten med 10%, öka försäljningen av en ny produkt eller att öka sin marknadsandel med 10 %. Från företagets ägares synpunkt måste det diskuteras, vilken

typ av avkastning på placeringar och investeringar man vill uppnå. (Knüpfer S, 2007, ss. 100-101; Neilimo K, 2010, ss. 208-209)

Vid steg 3 som är sökandet av möjligheter söker man efter, som namnet antyder, jämförbara placeringsalternativ som stöder målen. Vid de operativa investeringarna ligger ansvaret för sökandet av investeringsalternativ på avdelningscheferna, som sedan presenterar alternativet till den högre ledningen i form av investeringsförslag. På grund av detta är det bra att ordna investeringsalternativen i viktighetsordning, så att högre ledningen har lättare att förstå vilka investeringar som är ytterst viktiga för företaget. Företagen kan dock inte genomföra alla avdelningars önskade investeringar, för att oftast är en viss summa pengar planerad för att genomföra investeringar (Gowthorpe, 2008, s. 145). (Niskanen J, 2007, s. 299; Järvenpää J, 2010, s. 334)

Man börjar med att söka upp och analysera investeringsalternativens viktiga uppgifter när man skall planera investeringsberäkningarna. I samband med detta bör man fundera på, vad investeringens intäkter består av och hur mycket intäkter kan man förvänta sig i framtiden, vilka kostnader investeringen orsakar på månads- och årsbasis samt hur stor själva kostnaden för investeringen är. Planerandet av investeringsberäkningen och jämförande av alternativen går vi djupare in på i bild 2. (Niskanen J, 2007, s. 299)

I finansieringsfasen bestämmer man hur man ska betala för investeringen. Man kan genomföra finansieringsplanen först efter att man har gjort ett investeringsbeslut, om investeringen är liten pengamässigt eller om företaget ren under en längre tid har förberett sig för just den investeringen. I samband med då man jämför investeringens lönsamhet planerar man ofta omfattande investeringars beslut. Under finansieringsplanerandet måste företaget bestämma, hur stor del av investeringen som kan betala sig med inkomster och bidrag samt hur stor del man måste betala med eget kapital. (bild 2).

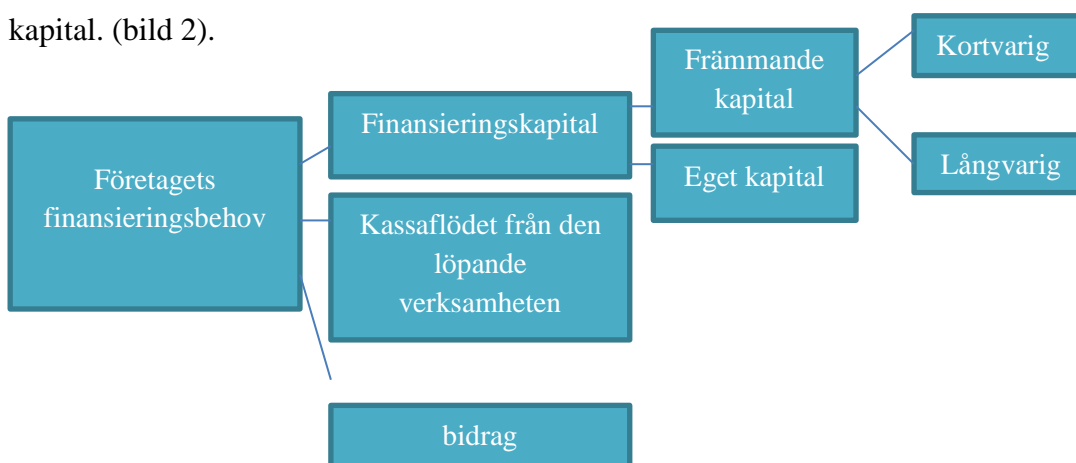


Bild 2: Investeringens finansieringsalternativ (Neilimo K, 2010, s. 209)

Finansieringskapitalet delar sig i främmande och eget kapital. De långvariga främmande kapitlen är t.ex. finansiella lån, som man betalar tillbaka först efter några år. Storleken på lånet påverkar mycket, hurdan investering det är frågan om och när man kan förvänta sig att investeringen börjar generera intäkter, alltså kontantbetalningar. Det kortvariga främmande kapitalet är som namnet antyder pengar lånade på kort tid, som betalas tillbaka på under ett år. När man talar om investeringar är det fråga om långvariga projekt, där kortvariga finansieringar inte är lämpliga. Med kortvariga lån kan man finansiera mindre och överraskande kostnadsposter, som företags intäkter och långvariga lån inte räcker till att täcka. (Neilimo K, 2010, s. 209)

Företagets ägare kan också själv vara med och delta i investeringens finansiering genom att placera sina egna pengar i företaget, vilket kallas för eget kapital. Skillnaden mellan eget - och främmande kapital ur finansiellt perspektiv är att för främmande kapital betalar företaget ränta till långivaren, medan företags ägare får betalt för sitt placering av eget kapital först i framtiden, i form av t.ex. utdelningar. Ägarnas roll är alltså mycket viktig när man talar om investeringsbeslut, för de vill ha så stor avkastning som möjligt för sitt åtagande. Kassaflödet från den löpande verksamheten kallar man sådana inkomster, som har samlats från företags dagliga affärer. Ju större del av investeringen man kan finansiera med kassaflödet från den löpande verksamheten, desto billigare blir investeringen förverkligande för företaget. Företaget kan också beroende på bransch och bolagsform ansöka efter bidrag för att förverkliga investeringen. (Knüpfer S, 2007, ss. 100-101; Jyrkkiö E, 2004, s. 210)

När det är dags att välja investeringsalternativ så rankar man alternativen enligt investeringsberäkningarnas resultat. Rankningen påverkar väsentligen företags egna fastställda kriterier som investeringen borde uppfylla. Investeringens kriterier kan t.ex. vara en viss storleks kassaflöde (Gowthorpe, 2008, s. 145). Under slutet av urvalsfasen tar företags ledning beslutet om vilka investeringar de kommer förverkliga. (Niskanen J, 2007, s. 299)

Investeringsprojektets genomförande och övervakandefas börjar med investeringsprojektets start. Investeringsprojektet och dess framfart övervakas under hela investeringsprojektet, som t.ex. under byggande eller då man tar i användning en ny programvara. Efter att investeringsprojektet har startat igång så börjar det i något skede av livscykeln bära, och då fortsätter övervakandet. Under övervakandefasen



jämför man investeringsberäkningarnas förutsägbara och faktiska kassaflödesskillnader samt funderar på deras orsaker. Man tar reda på investeringsprojektets skillnader för att lära sig och för att få erfarenhet, som man kan använda sig av i nästa investeringsprojekt. (Niskanen J, 2007, s. 299; Järvenpää J, 2010, ss. 334-335)

Ovan nämnda investeringsprocessen är vanlig, men stora företag kan ibland behöva mer omfattande fakta om t.ex. en strategisk investering utomlands. Även finansiärer kan kräva en mer detaljerad förklaring för deras omfattande investeringar innan de tar ett rättsligt beslut. Investeringsplanen, alltså förstudien, är en detaljerad teknisk och ekonomisk utvärdering av investeringen. Att göra en investeringsplanering är ett rätt så tidskrävande projekt, och det krävs många deltagande arbetstagarkretsar och experter från företaget, ofta hjälper också utomstående experter till. Alternativt kan företaget själv göra sin investeringsplanering, och därefter låta en utomstående konsult bedöma den. (Puolamäki E, 2009, ss. 141, 211, 139)

## 2.6. Beslutsfattande

Definitionen på beslutsfattande är att man väljer ett av flera möjliga alternativ och varje val medför konsekvenser för framtiden. En rationell beslutsfattare går igenom följande steg innan han eller hon fattar sitt beslut:

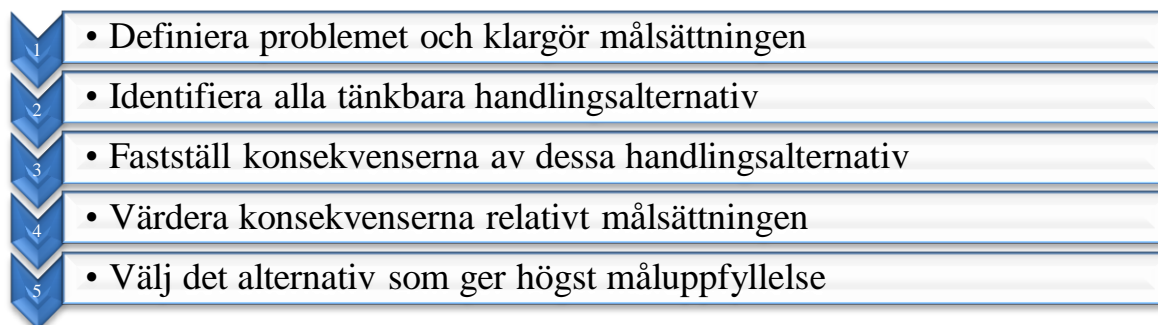


Bild 3: Beslutsfattarens steg (Andersson, 2008, s. 84)

Den rationella beslutsfattaren måste känna till alla alternativ och måste vara medveten om alla konsekvenser hos de olika alternativen. Den rationella beslutsfattaren har en mycket svår uppgift och en mer realistisk syn är att förutsätta en begränsad rationalitet. Då undersöks endast några möjliga alternativ av beslutsfattaren (Andersson, 2008, ss. 84-85)

## **2.7. Investeringsmanual**

Ett av företagets interna kommunikationsverktyg är investeringsmanualen. Manualen är ett dokument som används för att förklara företagets investeringsprocess för sina anställda.

Alla större företag inom exempelvis metall, energi, skog, stål och andra branscher som har mycket fasta investeringar har en investeringsmanual. Investeringsmanualen skrivs på ledningsnivå för att informera företagets anställda hur man skall utvärdera en investering och hur ett investeringsförslag skall utformas. (Segelod, 1997, ss. 221-231) (Mukherjee, 1988)

## **2.8. Datapartner Oy**

Denna undersökning är ett beställningsarbete för Datapartner Oy i Borgå. Datapartner Oy är ett ledande företag gällande programvara för finansiell modellering, investeringsbedömning och värdering som grundades 1987. De levererar mjukvara, utbildnings- och konsulttjänster till en internationell kundkrets. Datapartner är Nordeuropas största utvecklare av standard programvara för investeringsbedömning. Cirka 1 500 företag använder Invest for Excel för investeringsbedömningar och värderingar. Företaget har kunder i de flesta branscherna i över 45 länder, och de expanderar snabbt på global nivå. (Datapartner.fi, 2015)

Datapartners strategi är att vara föregångare med utvecklingen av pålitliga programlösningar för kassaflödesbaserade beräkningar. De fokuserar på mjukvara och tjänster i två segment; investering och finansiering. Datapartners framgång grundar sig på kontinuerlig utveckling och pålitlig mjukvara. De följer den senaste lagstiftningen, förändringar i affärsomgivningen och de introducerar fortlöpande nya egenskaper och språkversioner till sina program. (Datapartner.fi, 2015)

### **2.8.1. Invest for Excel**

Invest for Excel används som standard för cirka 1 500 företag och organisationer i mer än 45 länder världen över. Programmet hanterar tidsfaktorn av pengars värde och ger olika lönsamhetsmått baserat på diskonterade kassaflöden. Invest for Excel är utvecklat i Microsoft Excel som är det mest uppskattade kalkyleringsprogrammet för finansiell modellering. Detta gör att användarna känner igen sig samt får ett stort mått av flexibilitet då de skapar beslutsunderlag. Invest for Excel kan skapa ett brett urval rapporter, göra känslighets- och jämförelseanalyser, konsolideringar samt mycket mer. Det gör det till ett kraftfullt men ändå ett lättarbetat analysverktyg. Programmet skapar

en standard för kalkyleringsarbete inom företaget vilket medför större tilltro till beräkningar samt presenterar det mest lönsamma investeringsalternativet. Invest for Excel ger svar på frågan om investerings- eller affärsförslaget är värt att dra vidare eller inte. Invest for Excel kan användas exempelvis till investeringsbedömningar, till kassaflödesbaserad modellering, till affärsplanering och strategier samt till finansiering. Programmet används i en massa olika branscher som t.ex. fordon, kemi, livsmedel, hälsovård, skogsindustrin, handel osv. (Datapartner.fi, 2015)

## **2.9. Marknadssituationen för hotellföretag**

Ett hotells efterfrågan varierar stort under veckodagar, veckor, månader och över året. Även kundgrupperna varierar stort, allt från semesterfirare till fotbollslag och affärsresenärer. Men en sak som inte varierar är utbudet av hotellrum, det antalet hålls oförändrat. Att riva, eller bygga ett nytt hotell är inte något som går snabbt, det är ett långt projekt. Det finns få alternativ för hotell, men de existerar ändå. Allt från att företagen bor i lägenhetshotell istället för på vanliga hotell, eller att de håller sin konferens över Internet istället för att hyra konferenslokalen på hotellet. Privatresenärer samt idrottsklubbar bor på campingplatser, vandrarhem osv. istället för att ta in på hotell över helgen. Idag kan också kunden välja att flytta på konferensen, träningslägret eller semesterresan till andra billigare orter där hotelltjänsten bedöms som bättre om de känner att priset blir för högt. Idag måste alltså en hotellentreprenör hålla koll på närliggande orter och även utlandet för att ha en överblick över konkurrenter. Kostnaderna för ett hotell är ungefär lika höga om rummen är sålda eller inte, så därför är hotells största utmaning att ha en så stor beläggningsprocent som möjligt (Nilsson, 2002, ss. 35-36).

## 2.10. Hotellstatistik i Sverige och Finland

### Antal hotell i Finland 2013

674st ( (Tilastokeskus.fi, 2015)  
2015)

### Antal hotell i Sverige 2013

2 045st ( (Statistikdatabasen.se,  
2015)

År 2012 uppgick antalet övernattningar på hotell i Sverige till 28,6 miljoner nätter. Det var en ökning med hela 2,1 procent jämfört med år 2011 (Sveriges officiella statistik, 2015). Medan motsvarande summa i Finland år 2013 var 16 miljoner övernattningar, vilket var 1,7 procent mindre än år 2012.

### Beläggningsgraden på hotellrum i Finland 2013

51,3% (Tilastokeskus.fi, 2015)  
Norden, 2015)

### i Sverige 2013

50,2% (Hotellmarknadsstatistik  
Norden, 2015)

### 2.10.1. Hotellstatistik i Stockholm och Helsingfors

#### Antal gästnätter i Stockholm 2014

11 miljoner (stockholmsbusinessregion.se, 2015)  
2015)

#### i Helsingfors 2014

3,3 miljoner (visithelsinki.fi,  
2015)

#### Beläggningsgrad Stockholm 2013

67 % (stockholmsbusinessregion.se, 2015)

#### Helsingfors 2014

67,9 % (visithelsinki.fi, 2015)

Med detta kan konstateras att det periodvis är brist på kapaciteten i hotellen i storstäderna Stockholm och Helsingfors. Beläggningsprocenten är ett medeltal av hela året, och ligger mycket högre under högsäsong. (stockholmsbusinessregion.se, 2015)

## 2.11. Upplevelserummet

Upplevelserummet tas upp för att visa att renovering behövs av hotell med jämna mellanrum för att den fysiska omgivningen skall falla kunden i smaken.

Vid upplevelser är kundens omgivning ytterst viktig. Kunden stannar ofta relativt länge i upplevelserummet och orsaken till varför de är där är oftast nöje eller njutning. Då man bor på ett hotell så stannar man minst en natt, vilket betyder att kunden har god tid på sig att utvärdera tjänsten och verkligen känna efter och dra egna slutsatser om han/hon är nöjd eller inte. Interiören i t.ex. hotellobbyn kan förmedla vilken typ av

målgrupp hotellet vill nå samt fungera som en visuell metafor för att visa vad hotellet har att erbjuda. Allt spelar en roll: personalens klädsel, dekorationer i rummen, volymen på ljudnivån, belysningen osv (Mossberg, 2003, s. 109).

Vad är upplevelserummet? Det är den fysiska omgivningen, vilken tjänsten produceras, levereras och konsumeras inom. Upplevelserummet kan enligt (Belk, 1975, ss. 157-164) delas in i fem grupper. Den första är den *fysiska omgivningen* som är det tydligaste kännetecknet i en situation. Kännetecknet inkluderar geografisk och institutionell lokalisering, dekor, ljus, ljud och väder. Den *sociala omgivningen* ger mera djup i beskrivandet av en situation. Det kan vara andra närvarande personer, deras roller eller hur de integrerar med varandra. Den tredje gruppen är *tidsomgivningen* vilken kan inkludera allt från en timme under dagen till en hel säsong. Tidsomgivningen kan också innefatta tid för sista inköp eller tid för löneutbetalning. *Uppgifter* inkluderar orsak eller krav för att t.ex. ta beslutet för en viss affär eller för att få informationen om en viss fråga. Slutligen har vi *direkt föregående tillstånd* vilket utgör en grupp av kännetecken, som beskriver en ”situation”. Olika faktorer som humör och hur man känner sig, som trötthet och sjukdom, påverkar hur situationen uppfattas. (Mossberg, 2003, s. 112)

Upplevelserummet kan också påverka människor fysiskt. För högt ljud kan skapa obekvämlighet eller huvudvärk, för kallt eller för varmt i lokalen gör att vi börjar frysa eller börjar svettas och långa köer får vårt tålamod att bli kort och vi blir trötta. Dessa fysiska reaktioner påverkar hur länge människor är villiga att stanna i upplevelserummet och också hur de uppfattar situationen. Bekvämlighet är en viktig del av upplevelserummet. Om stolarna i hotellobbyn, hotellbaren eller restaurangen på hotellet är obekväma, så kommer inte kunderna trivas där längre än tills de har ätit eller druckit klart. Är de däremot ergonomiska och bekväma så kan kunderna lätt trivas i restaurangen under en längre period på kvällen. (Mossberg, 2003, s. 138).

### **3. METOD**

---

Allt undersökningsarbete utgår från en eller flera frågeställningar, problem eller funderingar som i undersökningen ställs i fokus. Varje forskningsbart problem kan belysas ur två olika perspektiv - kvalitativt och kvantitativt perspektiv. Valet av metod görs efter vad forskaren vill få fram med sin studie och vad som är möjligt att undersöka med en kvalitativ eller med en kvantitativ metod. (Olsson H. &, 2011, s. 18)

Vanligtvis så skiljer man på kvalitativ och kvantitativ data beroende på deras form. Kvalitativ data består av ord och bilder medan kvantitativ data består av siffror. Alltså är kvalitativ data något som man tolkar och försöker förstå, medan kvantitativ data är något man räknar genom att använda statistiska metoder. (Christensen, Engdahl, Gräas, & Haglund, 2010, s. 69)

I denna undersökning har jag valt att använda mig av den kvantitativa metoden. I denna del av uppsatsen kommer metodiken för min studie presenteras.

#### **3.1. Urvalsmetod**

När jag har gjort mitt urval har i förstahand hotellets omsättning spelat roll, som tidigare nämnt är min målgrupp hotell med en större omsättning än 5 miljoner euro. Hotellen måste såklart också finnas i Sverige och Finland, men jag har inte begränsat mig till huvudstäderna Stockholm och Helsingfors, utan jag har valt ut hotell i hela landet. Därefter har jag valt ut 40 stycken hotell. Sedan skickade jag ut min enkät till den personen som ansvarar på investeringsfrågor på hotellen.

#### **3.2. Insamlingsmetod**

I denna studie är insamlingsmetoden kvantitativ. Google Forms används för webbenkäten. Enkäten är standardiserad, vilket innebär att frågorna är ställda inte bara i en viss ordning utan också på ett visst sätt. Frågorna ska även vara ställda på samma sätt för alla respondenter. Webbenkäten ska vara enkel och tydligt utformad. Frågorna får inte vara för långa och inga ledande frågor ska förekomma. Det är viktigt att frågorna håller sig relevanta för syftet. Jag har använt mig av kvantitativa enkäter som beskrivs här nedan. (Christensen, Engdahl, Gräas, & Haglund, 2010, ss. 138-139, 144-149)

##### **3.2.1. Kvantitativa enkäten**

En enkät är skriftligt sammanställda frågor, som både kan vara öppna och slutna, där respondenten antingen får svara på frågorna med egna ord eller genom att fylla i de på

förhand givna svarsalternativen. Man kan skicka enkäter via e-post, post, över internet, samlas in via telefon eller så kan man dela ut dem till en grupp människor på plats som ex. en skolklass. Enkäter passar bra om antalet respondenter är stort samt om de finns utspridda på ett stort område. En enkäts frågor samt frågornas ordningsföljd måste vara väl uttänkta och det är bra att testa enkätens frågor innan man sänder iväg alla enkäter till sina respondenter. (Christensen, Engdahl, Gräås, & Haglund, 2010, ss. 138-139)

### 3.2.2. Enkät

Enkätfrågorna till undersökningen har jag ställt upp så de motsvarar teoridelen i mitt arbete. Totalt är det åtta frågor. Dessa är de frågor jag ställt i min enkät, först på svenska sen på finska:

Den svenska enkäten:

1. Är du involverad i ert bolags investeringsbedömning? JA/ NEJ
  - a. Om du svarade nej, behöver du inte fylla i denna enkät, men kan du nämna en person som är involverad i investeringsbedömning i ert bolag?

---
2. Om din roll i investeringsbedömning, är du
  - a. Beslutsfattare
  - b. Förberedare
  - c. Både beslutsfattare och förberedare
3. Har ni definierat någon minimigräns gällande investeringens storlek, då investeringskalkyl krävs?
  - a. Vilken är i så fall minimi storleken av investering som kräver kalkyl?
4. Har ni någon eller några som alltid ansvarar för investeringar, som gör eller kollar alla större investeringskalkyler och som hjälper till med investeringsäskandet?
5. Eller är det alltid ansvarig enhetschef/ projektledare eller motsvarande som sköter det?
6. Har ni en investeringsmanual eller andra fastslagna föreskrifter om hur investeringsbedömning skall gå till?
7. Vilka verktyg används vid investeringsbedömning?
  - a. Inget verktyg
  - b. Microsoft Excel (ad hoc)
  - c. Internt framtagen kalkylmall i Microsoft Excel
  - d. Invest for Excel (Datapartner)
  - e. Annat, vilket?

---
8. Vilka investeringsbedömningsmetoder används?

- a. Nuvärdesmetoden, NPV
- b. Interränta (IRR)
- c. Payback med ränta
- d. Payback utan ränta
- e. Modifierad internränta (MIRR)
- f. Ekonomiskt mervärde (EVA)
- g. Annuitetsmetoden
- h. Andra, vilka? \_\_\_\_\_

Den finska enkäten:

1. Oletko mukana yrityksen investointien arvioinnissa? KYLLÄ/EI
  - a. Jos vastasit ei, et tarvitse täyttää tätä kyselyä, mutta voitko nimetä yhden henkilön joka osallistuu yrityksesi investointien arviointiin?  
\_\_\_\_\_
2. Roolistasi investointipäätösprosessissa, olet
  - a. Päätäjä
  - b. Käsittelijä
  - c. Sekä päätäjä että käsittelijä
3. Oletteko yrityksessänne määritelleet minimirajan investointimäärästä, jolloin investointilaskelmaa tarvitaan?
  - a. Mikä sitten on vähimmäiskoko investoinnista, joka vaatii investointilaskelman?  
\_\_\_\_\_
4. Onko teillä yksi tai useampi, joka on aina vastuussa investoinneista, joka tekee tai tarkistaa kaikki suurten investointien laskelmat ja joka auttaa investointiesityksen luonnissa?
5. Vai onko se aina vastaava johtaja / projektipäällikkö tai vastaava joka hallinnoi sitä?
6. Onko teillä investointiopas tai vahvistetut määräykset/ohjeet siitä, miten investoinnin toteutuskelpoisuus arvioidaan?
7. Mitä työkaluja käytetään investointien arvioinnissa?
  - a. Ei työkaluja
  - b. Microsoft Excel (ad hoc)
  - c. Yrityksen sisäinen oma laskentataulukkomalli Microsoft Excelissä
  - d. Invest for Excel (Datapartner)
  - e. Muu, mikä?  
\_\_\_\_\_
8. Mikä investointien arvioinnin menetelmiä käytetään?
  - a. Nykyarvomenetelmä, NPV



- b. Sisäinen korkokanta (IRR)
- c. Takaisinmaksuaika (Payback) korollinen
- d. Takaisinmaksuaika (Payback) ilman korkoa
- e. Modifioitu sisäinen korkokanta (MIRR)
- f. Taloudellinen lisäarvo (EVA)
- g. Annuiteettimenetelmä

Muu, mikä? \_\_\_\_\_

### **3.3. Analysmetod**

Som analysmetod har jag valt att använda innehållsanalys som kan delas upp i två ansatser – manifest och latent. Jag har valt den manifesta innehålls analysen. Den arbetar med textmaterialet och innehållet, och den beskriver de synliga, självklara komponenterna. I motsatsen latent arbetar med vad textmaterialet handlar om, och en tolkning över vad som ligger bakom orden görs av forskaren. I både manifest och latent innehållsanalys görs tolkningar av forskaren (Olsson & Sörensen, 2011).

Man använder innehållsanalys för att analysera dokument vetenskapligt, både skrivna dokument som de som återger tal. Innehållsanalysens objekt är kommunikationsinnehållet. Och analysen försöker relatera kommunikationsinnehåll till historisk utveckling, mänskligt beteende och social organisation (Olsson & Sörensen, 2011, ss. 209-210).

### **3.4. Etik**

När man gör marknadsundersökningar är det viktigt att man gör dem på ett sådant sätt att allmänhetens förtroende bi behålls. Etik är handlingar som stämmer med uppfattningar om god moral, alltså våra uppfattningar om rätt och fel styr våra värderingar av olika handlingar. Man måste ta hänsyn till etiska aspekter i alla situationer där individer eller grupper kan ta fysisk, psykisk eller ekonomisk skada. Vid genomförande av en marknadsundersökning ska man alltid i första hand se till respondentens bästa. (Christensen, Engdahl, Gräas, & Haglund, 2010, s. 38)

## 4. RESULTAT

---

I detta kapitel presenteras resultatet samt analys av resultatet. Varje frågas resultat presenteras skilt.

### 4.1. Presentation av resultat av enkät

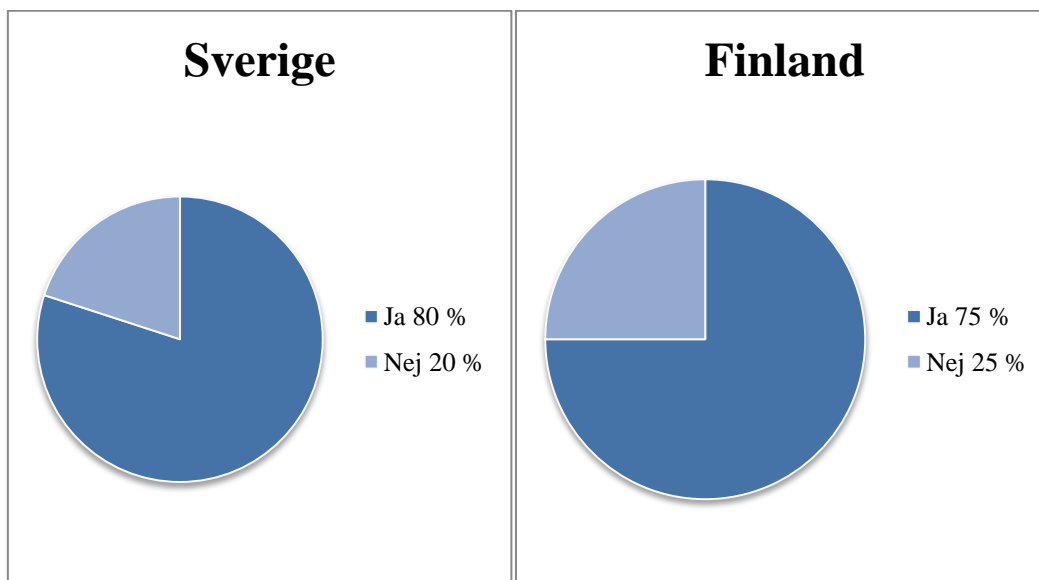
Totalt skickade jag ut 40 stycken enkäter till hotell i Sverige och Finland och fick svar på 18 stycken. Det ger en svarsprocent på 45 %.

En länk innehållande undersökningen skickades per e-post till den som ansvarar för investeringsbesluten på respektive hotell med en text där syftet med undersökningen kom fram.

Webbenkäten bestod av 8 frågor där den första frågan urskilde relevanta personer för enkäten. Endast de som är involverade i investeringsbedömningen på företagen var intressanta för undersökningen. Enkäten skickades ut på svenska till hotellen belägna i Sverige och på finska till hotellen belägna i Finland.

Nedan följer enkät frågor och svaren, med skilda svar för Sverige och Finland, så det är möjligt att jämföra.

## 1. Är du involverad i ert bolags investeringsbedömning?

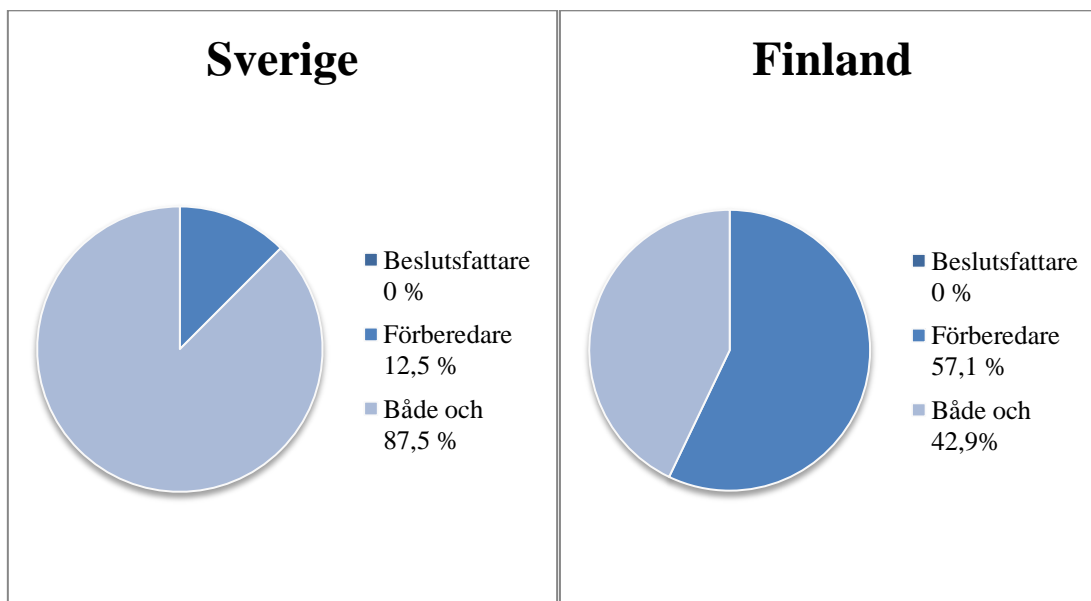


Den första frågan jag ställde i enkäten var om personen i fråga över huvudtaget var involverad i investeringsbedömningen på det bolag denna jobbar på. Denna fråga ställde jag för att nå fram till rätt personer.

I både Sverige och Finland var majoriteten av de jag kontaktade rätt personer, och de kunde därmed fylla i resterande frågor i enkäten. Om man svarade nej på denna fråga så kunde man istället fylla i namnet på den personen i bolaget som är ansvarig för bolagets investeringar.

## 2. Om din roll i investeringsbedömning, är du

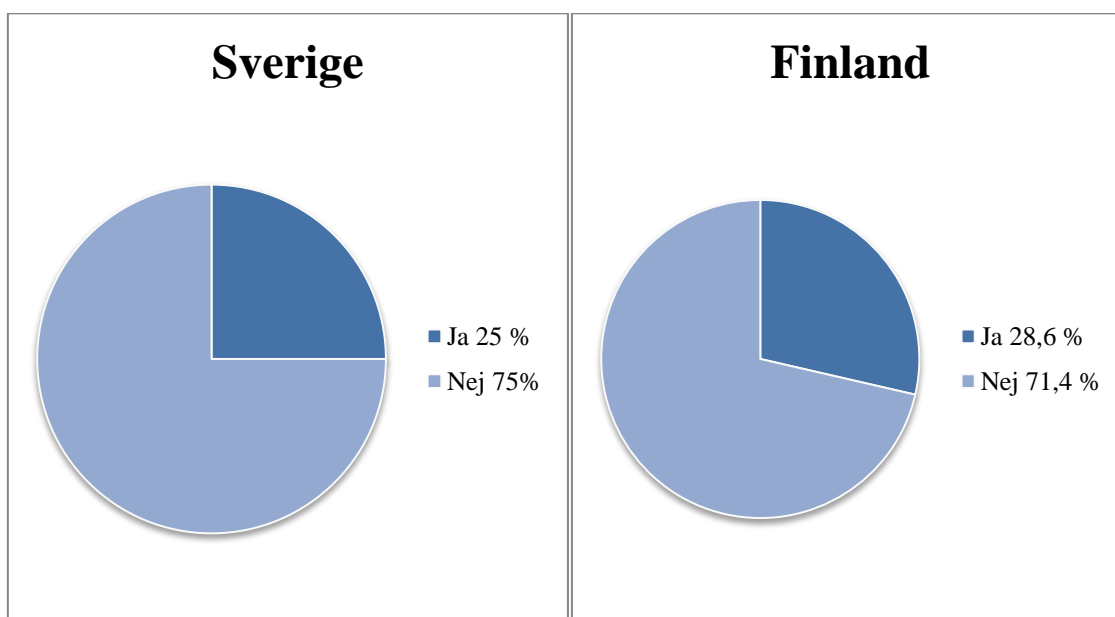
- a. Beslutsfattare
- b. Förberedare
- c. Både beslutsfattare och förberedare



Av alla respondenter var det ingen som var endast beslutsfattare, medan största delen (87,5%) i Sverige både var beslutsfattare och förberedare och endast 12,5 % hade rollen som endast förberedare. I Finland var majoriteten (57,1%) förberedare och 42,9 % av de finska respondenterna hade rollen som både och.

3. **Har ni definierat någon minimigräns gällande investeringens storlek, då investeringskalkyl krävs?**

a. **Vilken är i så fall minimi storleken av investering som kräver kalkyl?**



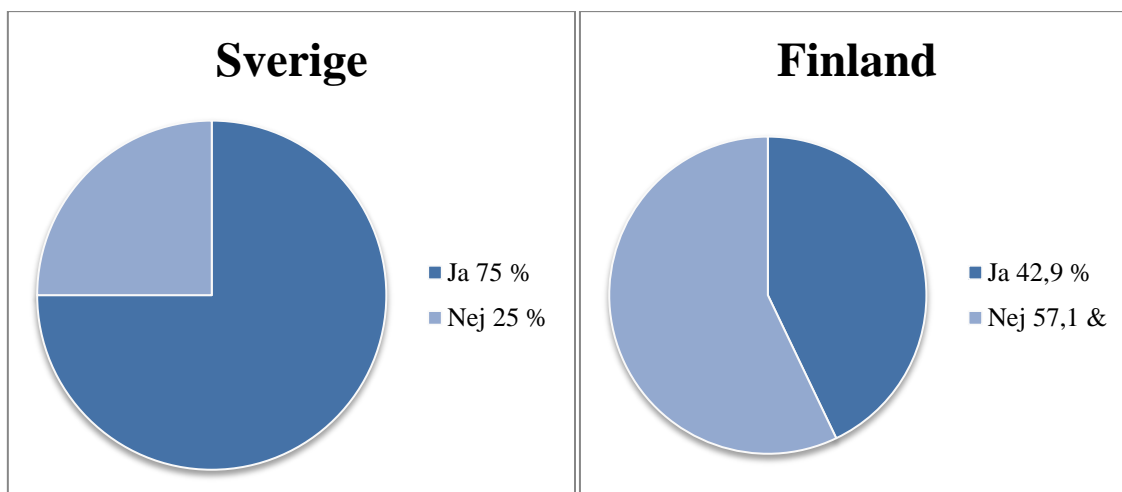
Exempel på minimi storlek för investeringar som kräver kalkyl hos undersökta företagen:

100 000 €, 30 000 €, 150 000 €

I både Sverige och Finland har en stor del av hotellen ingen minimigräns för hur stor investering som kräver investeringskalkyl. Av de svenska hotellen svarade 75 % nej och av de finska hotellen svarade 71,4 % nej.

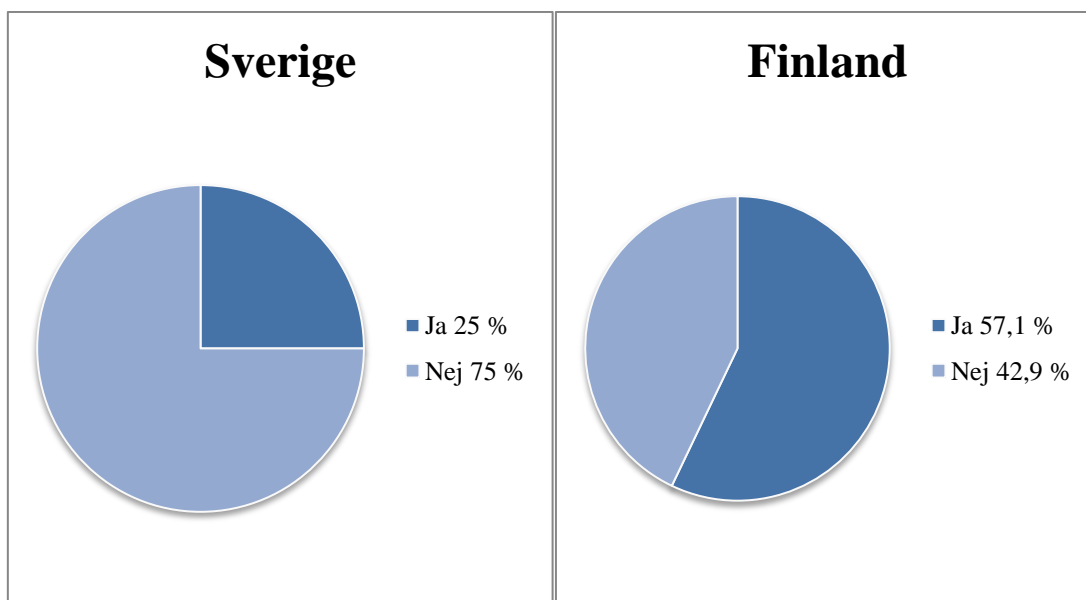
Av svenska hotell svarade 25 % att de hade en minimigräns och av de finska svarade 28,6 % det samma. Som vi ovan kan se har hotellen helt individuella minimigränser och de skiljer sig mycket.

4. Har ni någon eller några som alltid ansvarar för investeringar, som gör eller kollar alla större investeringskalkyler och som hjälper till med investeringsäskandet?



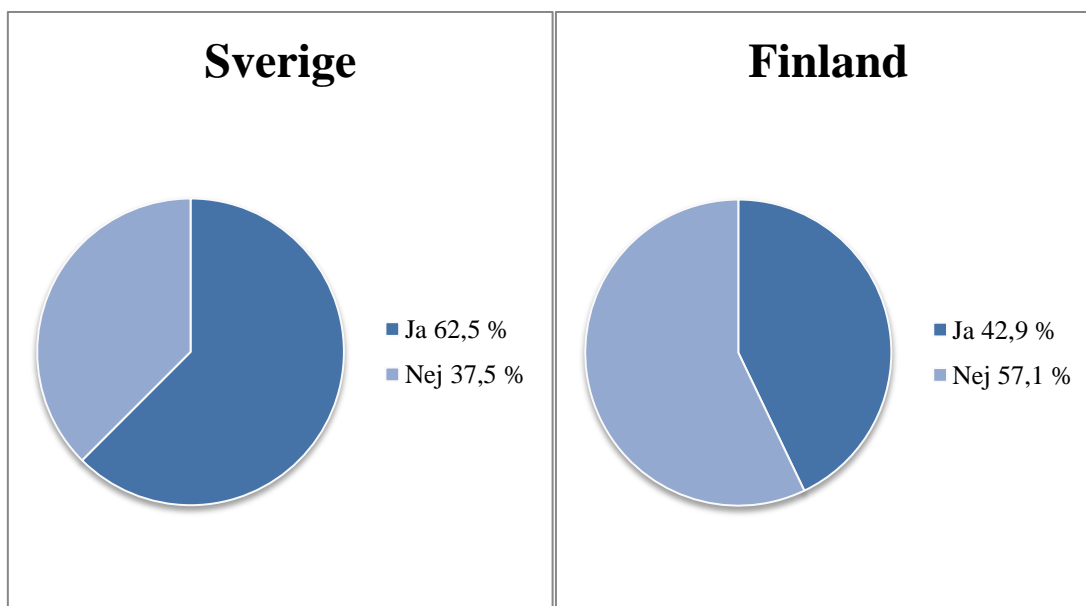
På de svenska hotellen är det 75 % som har någon eller några som ansvarar för investeringarna, som gör eller kollar alla större investeringskalkyler och som hjälper till med investeringsäskandet, medan motsvarande summa bland de finska respondenterna är 42,9 %. Det är alltså vanligare bland de svenska respondenterna att man har en utvald person som sköter det.

5. Eller är det alltid ansvarig enhetschef/ projektledare eller motsvarande som sköter det?



Här kan man se till skillnad från föregående fråga, där de svenska respondenterna oftast hade någon som ansvarar för investeringar, att det är en ansvarig enhetschef/projektledare eller liknande som sköter majoriteten av de finska hotellens investeringar.

6. Har ni en investeringsmanual eller andra fastslagna föreskrifter om hur investeringsbedömning skall gå till?



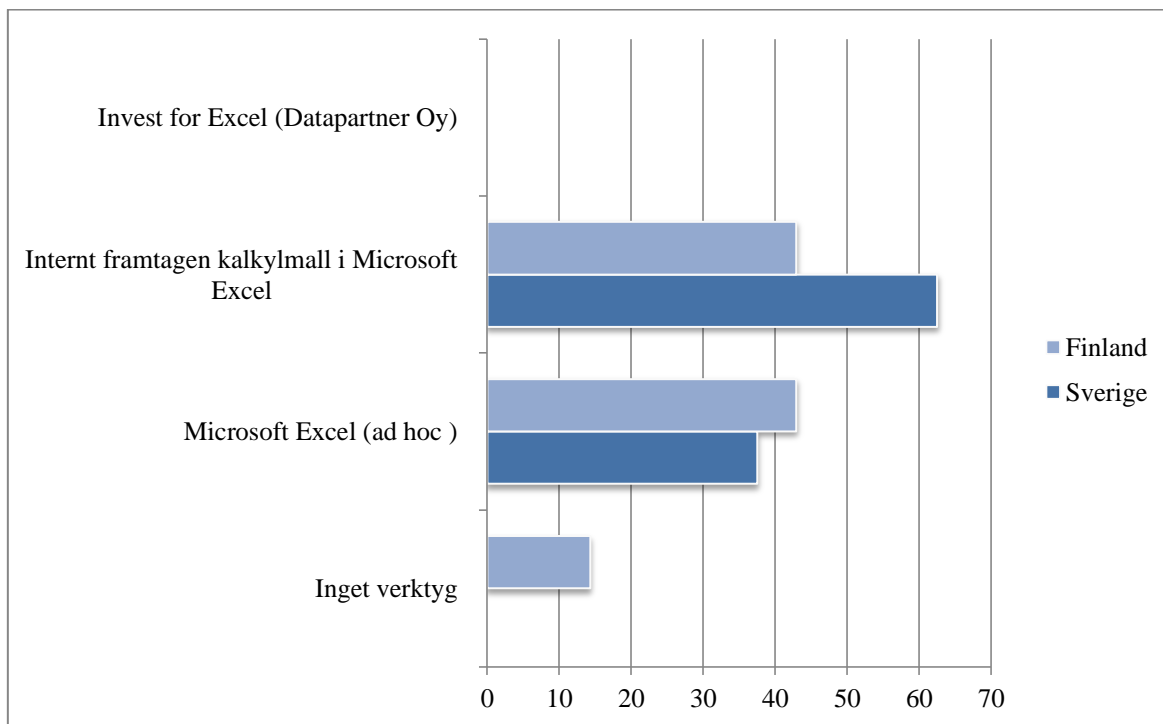
Av de svenska respondenterna har majoriteten på 62,5 % en investeringsmanual eller andra fastslagna föreskrifter och hur investeringsbedömning skall gå till, medan 37,5 % inte har någon sådan.

Av de finska respondenterna har majoriteten på 57,1 % inte någon investeringsmanual, medan 42,9 % har det.



## 7. Vilka verktyg används vid investeringsbedömning?

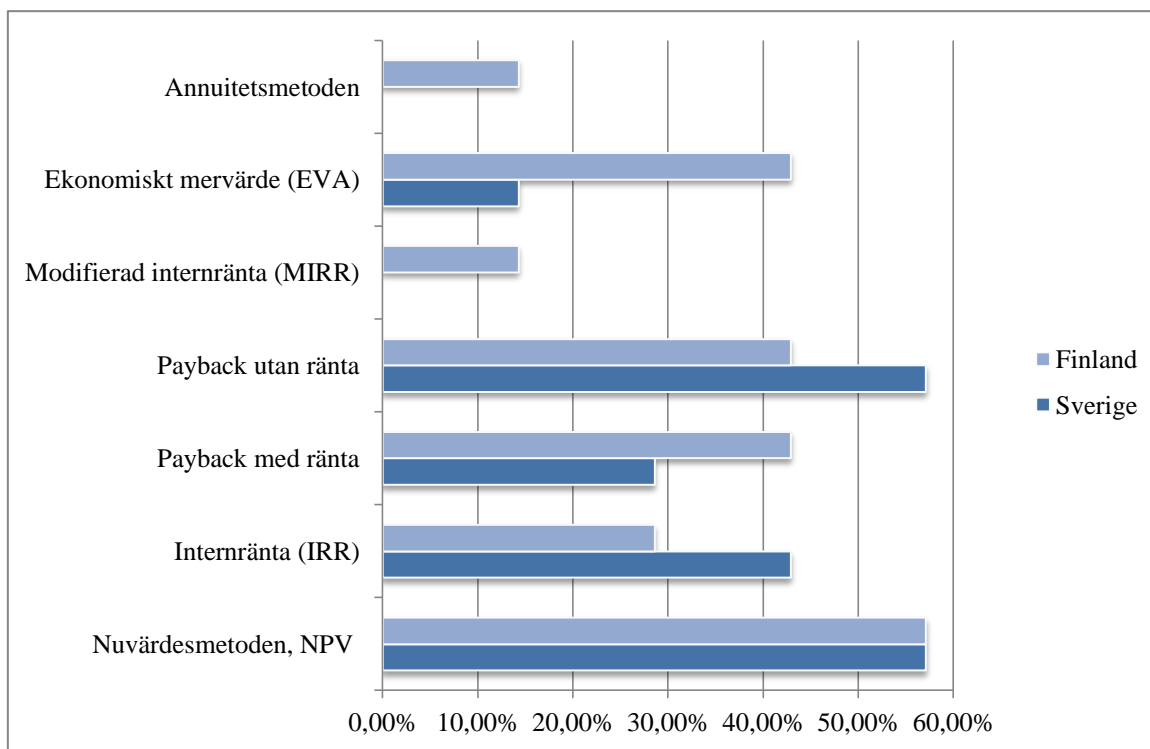
- a. Inget verktyg
- b. Microsoft Excel (ad hoc)
- c. Internt framtagen kalkylmall i Microsoft Excel
- d. Invest for Excel (Datapartner)



Alla respondenter i Sverige använder sig av något av dessa verktyg, ingen av dem svarar ”inget verktyg”, medan ca 14 % av de finska respondenterna inte använder sig av något verktyg. Majoriteten i både Sverige och Finland använder sig av en internt framtagen kalkylmall i Microsoft Excel av företaget, medan en stor del använder sig av Microsoft Excel (ad hoc). Ingen av respondenterna i varken Sverige eller Finland använder sig av Invest for Excel i dagsläget.

## 8. Vilka investeringsbedömningsmetoder används?

- a. Nuvärdesmetoden, NPV
- b. Interränta (IRR)
- c. Payback med ränta
- d. Payback utan ränta
- e. Modifierad internränta (MIRR)
- f. Ekonomiskt mervärde (EVA)
- g. Annuitetsmetoden



Den investeringsbedömningsmetoden som används mest av alla respondenter är nuvärdesmetoden, medan payback utan ränta också används lika mycket av de svenska hotellen. Internränta metoden används som andra mest av de svenska respondenterna, payback med ränta använder de sig av till en viss del och som minst använder de sig av ekonomiskt mervärde. Annuitetsmetoden och modifierad internränta används inte alls av de svenska respondenterna.

De finska respondenterna använder sig lika mycket av ekonomiskt mervärde, payback utan ränta samt payback med ränta. Internränta använder en stor del sig också av och de metoder som används minst av de finska respondenterna är annuitetsmetoden och modifierade internräntan.

## 4.2. Analys

Att hotell måste investera i form av nya hotell, expanderings och renovering bekräftar finska webbsidan ([visithelsinki.fi](http://visithelsinki.fi), 2015) och svenska webbsidan ([stockholmsbusinessregion.se](http://stockholmsbusinessregion.se), 2015). Enligt (Kinnunen J., 2000, s. 177) är investeringar ett måste för att ett företag skall växa, och investeringar definierar ofta företagets långsiktiga framgång. Av alla respondenter som svarade på enkäten var 78 % involverade i deras bolags investeringsbedömning. Av de svenska respondenterna var det 80 % som var involverade och av de finska respondenterna var det 75 % som var det.

Fråga nummer två i enkäten tog upp respondentens roll i investeringsbedömning. Svarsalternativen var beslutsfattare, förberedare samt både beslutsfattare och förberedare. Som beslutsfattare väljer man ett av flera olika alternativ, och varje val man gör medför konsekvenser för framtiden (Andersson, 2008, s. 84). Av alla respondenter var det ingen som hade rollen som beslutsfattare, medan 33 % hade rollen som förberedare. Både beslutsfattare och förberedare var det 67 % som hade. Av de svenska respondenterna var 12,5 % förberedare och 87,5 % både och. Av de finska respondenterna var majoriteten förberedare med en procent på 57,1. Medan 42,9 % var både beslutsfattare och förberedare.

Största delen av respondenterna (74 %) har inte någon definierad minimigräns, medan endast 26 % har en. Skiljer man på de svenska och de finska respondenterna är svarsalternativen rätt så lika. De svenska respondenterna har svarat 25 % ja och 75 % nej, medan de finska respondenterna har svarat 28,6 % ja och 71,4 % nej. Vissa av respondenterna har nämnt vad företagets minimigräns för investeringar är då investeringskalkyl krävs, exempelvis 5 000 €, 100 000 € och 30 000 €.

60 % av alla respondenter har någon eller några som alltid ansvarar för investeringar, som gör eller kollar alla investeringskalkyler och som hjälper till med investeringsäskandet. Av de svenska respondenterna är det 75 % som svarat att de har någon med den uppgiften och 25 % som svarat att de inte har det. Motsvarande summa av de finska respondenterna är att 42,9 % har någon med uppgiften medan 57,1 % inte har det.

I följande fråga ”eller är det alltid ansvarig enhetschef/ projektledare eller motsvarande som sköter investeringarna” kan vi se att de 40 % som svarade nej i föregående fråga svarade

ja på denna. På denna fråga svarade majoriteten av de svenska respondenterna (75 %) nej, medan majoriteten av de finska respondenterna svarade ja (57,1 %)

53 % av alla respondenter har en investeringsmanual eller motsvarande fastslagen föreskrift om hur företagets investeringsbedömning skall gå till. Av de svenska respondenterna har 62,5 % det, och av de finska respondenterna har 42,9 % det. Enligt Seglod (1997) använder sig alla större företag av en investeringsmanual. Manualens uppgift är att förklara företagets investeringsprocess för sina anställda.

Av alla respondenter var det endast 6 % som svarade att de inte använde sig av något verktyg vid investeringsbedömning. 40 % svarade att de använder Microsoft Excel (ad hoc) och 53 % har en internt framtagen kalkylmall i Microsoft Excel som de använder sig av. Ingen av respondenterna använder sig av Datapartner Oys program Invest for Excel, även fast Invest for Excel är det generellt mest använda kalkyleringsprogrammet för finansiell modellering. (Datapartner.fi, 2015)

Nuvärdesmetoden är den metod som används mest av respondenterna som svarade på undersökningen. Det är 25 % som använder sig av nuvärdemetoden. Den metod som används näst mest är Payback utan ränta, den används av 23 % av alla respondenter. Internränta samt Payback har 19 % svarat att de använder sig av. Ekonomiskt mervärde använder sig 13 % av, och modifierad internränta samt annuitetsmetoden är det endast 3 % som använder sig av. Det bör också nämnas att ingen av de svenska respondenterna svarade att de använder modifierad internränta eller annuitetsmetoden. På denna fråga kunde respondenterna välja flera svarsalternativ.

### **4.3. Reliabilitet och validitet**

Vid undersökningar som denna är det två saker man måste se upp med, reliabilitet och validitet. (Thurén, 2007, s. 26)

Reliabiliteten även så kallad tillförlitlighet, innebär att mätningarna är rätt gjorda. Alltså att det blir samma resultat vid varje mätning. En undersökning måste ha ett representativt urval av personer så att inte en tillfällighet kan påverka resultatet. Om man gör en undersökning vid en tidpunkt, och sedan upprepar undersökningen vid ett senare tillfälle och får en hög grad av överensstämmelse – då tyder det på hög reliabilitet. (Thurén, 2007, s. 26) (Olsson & Sörensen, 2011, s. 123)

Validitet betyder att man har undersökt det som skulle undersökas och ingenting annat. Det är lika viktigt att ha en hög validitet som det är att ha en hög reliabilitet. Validitet avser ett mätinstruments förmåga att mäta just det som skall mätas, alltså att rätt sak mäts. Exempel på något med hög validitet är en patients sjukjournal, eftersom där finns uppgifter om födelsedata, och patientens ålder kan anges med stor noggrannhet, alltså har den stor validitet. (Olsson & Sörensen, 2011, s. 124) (Thurén, 2007, s. 26)

#### **4.3.1. Reliabilitet**

I undersökningen valde jag hotell i Finland och Sverige med en omsättning på över 5 miljoner för att sila bort de allra minsta hotellen som inte har lika uttänkta investeringsplaner. Resultatet från undersökningen är något varierande. Skillnader kan även ses bland hotell i Sverige och i hotell i Finland.

Detta är inte något nytt ämne, men det är ändå ett ämne som varierar från hotell till hotell. Med min svarsprocent på 45 % anser jag att reliabiliteten är delvis låg.

#### **4.3.2. Validitet**

Frågorna i enkäten var få och klara – respondenterna var alla de som faktiskt jobbar med investeringar och med att göra investeringsbedömningar, så inget jag tog upp i enkäten var främmande för dem.

Det som sänker graden av den här undersökningens validitet är att de inte hade någon möjlighet att fråga då de fyllde i enkäten ifall någon fråga skulle ha dykt upp.

Validiteten på undersökningen var hög, och uppdragsgivaren fick svar på de frågor denne önskade.

## 5. SLUTSATS

---

Slutligen i kapitel 5, baserat på det empiriska resultatet presenteras slutsatsen samt förslag på vidareforskning.

Syftet med mitt arbete var att undersöka om hotellbranschen kunde vara en möjlig marknad för Datapartner Oy. Investeringar och investeringsbedömningar är ett stort ämne som det finns massor av litteratur om. Undersökningen har varit intressant att göra och jag har lärt mig mycket.

Min frågeställning var vilka metoder och verktyg för investeringsbedömning som används inom hotellbranschen i Finland och Sverige. I undersökningen fick jag svar på frågeställningen. Det kom fram vilka metoder som hotellen som deltog i undersökningen använder sig av, och vilka verktyg de använder då de gör investeringsbedömningar.

Det var vissa skillnader på de svenska och de finska respondenternas svar, men i stora hela så följde de samma bana.

De flesta av respondenterna hade en kalkylmall i Microsoft Excel som var internt framtagen, medan andra använde Microsoft Excel (ad hoc). Här ser jag stora möjligheter att utvecklas och pröva ett program som Datapartner Oys Invest for Excel.

Teorier om upplevelserummet togs upp eftersom gästerna ställer ständigt krav på den fysiska miljön, och därför är investeringar nödvändiga. Man måste göra ersättningsinvesteringar och t.ex. byta ut inredningen i hotellreceptionen för att ge ett fräscht första intryck till gästerna.

Resultatet jag fick bekräftades av den relevanta teori jag har använt mig av. Min reliabilitet var delvis låg, men min validitet var hög. Trovärdigheten på min undersökning anser jag även hög. Jag har undersökt det som jag skulle undersöka.

I stora drag kan jag sammanfatta undersökningen som att hotellen har delvis koll på investeringsbedömningar och allt som hör där till, med det finns utvecklingsmöjligheter. Det var t.ex. 6 % som svarade att de inte använde sig av något verktyg vid investeringsbedömning överhuvudtaget.

Jag trodde på en högre svarsprocent än 45, då jag skickade mina mail med enkäten direkt till personen jag ville att skulle svara på undersökningen, och inte till någon

allmän info mailadress. Tre gånger påminde jag de som inte svarat om enkäten, och efter varje påminnelse dök det upp nått svar till. Men som en helhet är nog nöjd med resultatet.

Slutligen bör nämnas att hotellbranschen är en alternativ marknad för Datapartner Oy.

### **5.1. Förslag på vidareforskning**

Eftersom detta var ett beställningsarbete från ett företag är det svårt att göra någon vidareforskning, men det man skulle kunna tänka sig att forska vidare om i samma ämne är att man i samarbete med ett hotell samt med Datapartner Oy kunde fundera över en investering och göra kalkyler i Invest for Excel för just det hotellets investeringsbehov, och helt enkelt ta reda på hur det skulle fungera i praktiken.

## 6. KÄLLFÖRTECKNING

---

- Andersson, G. (2008). *Kalkyler som beslutsunderlag - Kalkylering och ekonomisk styrning. Annuitetsmetoden och annuitet vid investering* . (den 13 april 2015). Hämtat från bokforingstips.se:  
<http://www.bokforingstips.se/artikel/ekonomistyrning/annuitetsmetoden-investering.aspx>
- Armerin Fredrik, S. H.-S. (2014). *Investeringsbedömningens grunder - från traditionella metoder till realoptioner*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Atkinson, S., & LeBruto, S. (den 1 januari 1997). *A Survey of Capital-Budgeting Methods Used by the Hotel / Gaming Industry*. Hämtat från Journal of the Hospitality Financial Management:  
<http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1080&context=jhfm> den 22 oktober 2015
- Belk, R. W. (1975). *Situational Variables and Consumer Behavior*. *Journal of Consumer Research*, 2.
- Bergknut Per, E.-W. J. (1993). *Investering i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Christensen, L., Engdahl, N., Gräas, C., & Haglund, L. (2010). *Marknadsundersökning en handbok*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Datapartner.fi. (den 9 April 2015). [www.datapartner.fi](http://www.datapartner.fi).
- Datapartner.fi. (den 9 april 2015).  
[http://issuu.com/datapartner/docs/datapartner\\_brochure\\_swe/4?e=11968156/8912909](http://issuu.com/datapartner/docs/datapartner_brochure_swe/4?e=11968156/8912909).
- Definitionen av modifierad internränta . (den 9 April 2015).  
<http://www.investopedia.se/lexikon/m/modifierad-internaenta-mirr/>.
- Ekonomiskt mervärde*. (u.d.). Hämtat från Wikipedis:  
[https://sv.wikipedia.org/wiki/Economic\\_value\\_added](https://sv.wikipedia.org/wiki/Economic_value_added) den 22 oktober 2015
- Gowthorpe, C. (2008). *Management Accounting*. London: South-western Cengage Learning.
- Hotellmarknadsstatistik Norden. (den 9 April 2015).  
[http://www.homeproperties.se/upload/Hotellmarknadsstatistik\\_2013.pdf](http://www.homeproperties.se/upload/Hotellmarknadsstatistik_2013.pdf).
- Jyrkkiö E, R. V. (2004). *Laskentatoimi päätöksenteon apuna*. Porvoo: WS Bookwell.
- Järvenpää J, L. E. (2010). *Talousohjaus ja kustannuslaskenta*. Helsinki: WSOYpro.
- Kinnunen J., L. J. (2000). *Yrityksen taloushallinnon perusteet*. Keuruu: Otavan Kirjapaino.
- Knüpfer S, P. V. (2007). *Moderni rahoitus*. Helsinki: WSOYpro.
- Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser - från OK till WOW*. Lund: Studentlitteratur.



- Mukherjee, T. (1988). *The Capital Budgeting Process of large U.S firms; an analysis of capital budgeting manuals*.
- Neilimo K, U.-R. (2010). *Johdon laskentatoimi*. Helsinki: Edita Publishing.
- Nilsson, K. (2002). *Ekonomi i hotell- och restaurangföretag*.
- Niskanen J, N. M. (2007). *Yritysrahoitus*. Helsinki: Edita Publishing.
- Nuvärde - Vad är nuvärde?* (u.d.). Hämtat från e-economic: <https://www.e-economic.se/bokforingsprogram/ordlista/nuvaerde> den april 24 2015
- Olsson, H. &. (2011). *Forskningsprocessen*. Stockholm: Författarna och Liber AB.
- Olsson, H., & Sörensen, S. (2011). *Forskningsprocessen*. Stockholm: Liber.
- Puolamäki E, R. P. (2009). *Strategiset investoinnit. Johtaminen, prosessit ja talouden ohjaus*. Porvoo: WS Bookwell.
- Segelod, E. (1997). *The content and role of the investment manual - a research note*.
- Statistikdatabasen.se. (den 9 April 2015).  
[http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START\\_\\_NV\\_\\_NV1701\\_\\_NV1701A/NV1701T12TotAr/table/tableViewLayout1/?rxid=e1c3701c-5b34-41bf-9337-9576b328ce69](http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__NV__NV1701__NV1701A/NV1701T12TotAr/table/tableViewLayout1/?rxid=e1c3701c-5b34-41bf-9337-9576b328ce69).
- stockholmsbusinessregion.se*. (den 13 oktober 2015). Hämtat från Stockholms hotellrapport 2014:  
<http://www.stockholmbusinessregion.se/Global/Stockholms%20hotellrapport%202014%20broschyr.pdf>
- Sveriges officiella statistik. (den 9 April 2015).  
[http://www.scb.se/Statistik/NV/NV1701/2012A01/NV1701\\_2012A01\\_SM\\_NV41SM1305.pdf](http://www.scb.se/Statistik/NV/NV1701/2012A01/NV1701_2012A01_SM_NV41SM1305.pdf).
- Thurén, T. (2007). *Vetenskapsteori för nybörjare*. Malmö: Liber.
- Tilastokeskus.fi. (den 9 April 2015). [http://tilastokeskus.fi/til/matk/2013/matk\\_2013\\_2014-05-30\\_tie\\_001\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/matk/2013/matk_2013_2014-05-30_tie_001_fi.html).
- Tilastokeskus.fi. (den 9 April 2015). [http://www.stat.fi/til/matk/2013/matk\\_2013\\_2014-05-30\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/matk/2013/matk_2013_2014-05-30_tie_001_fi.html).
- Tullgren, S. (2002). *Finansiering & Kalkylering*.
- visithelsinki.fi*. (den 13 oktober 2015). Hämtat från Helsingin matkailu:  
[http://www.visithelsinki.fi/sites/default/files/legacy\\_files/files/Tilastot/FI/helsinginmatkailun\\_tilastoraportti2014.pdf](http://www.visithelsinki.fi/sites/default/files/legacy_files/files/Tilastot/FI/helsinginmatkailun_tilastoraportti2014.pdf)