Småföretags investeringsbeslut inom dagligvaruhandeln

En studie om hur småföretag inom dagligvaruhandeln investerar och hanterar risker

Av: Johannes Bethiso & Hasan Dalbudak

Handledare: Maria Smolander
Södertörns Högskola | Institutionen för samhällsvetenskap
Kandidatuppsats 15 hp
Företagsekonomi C – Med inriktning mot finansiering | HT19

SÖDERTÖRNS HÖGSKOLA | STOCKHOLM
sh.se

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Maria Smolander som väglett oss under kursens gång med värdefulla tips och förslag på förbättring. Vidare vill vi tacka våra opponentgrupper för den dyrbara kritik de givit oss. Detta har bidragit med en kandidatuppsats som har varit väldigt intressant att studera och desto mer lärorik. Vi vill även tacka alla respondenter som deltagit i undersökningen, då dessa gjort det möjligt att genomföra studien. Sist men inte minst vill vi även tacka alla nära och kära som ställt upp och korrekturläst vår uppsats.
Tack för att ni finns!

Stockholm, 13 februari 2020.

Johannes Bethiso

Hasan Dalbudak

Sammanfattning

Titel: Investeringsprocessen i småföretag inom dagligvaruhandeln

Författare: Johannes Bethiso & Hasan Dalbudak

Handledare: Maria Smolander

Kurs: Företagsekonomi C med inriktning mot finansiering – Kandidatuppsats

Syfte: Syftet är att skapa en förståelse om vilka tillvägagångssätt småföretagens beslutsfattare implementerar och vilka resonemang de använder sig av vid investeringsprojekt. Vilket ska även ge en inblick om hur företagens riskhantering som finns förknippade med det går till.

Metod: Metoden som använts i denna uppsats är en metodkombination av både en kvalitativ- och en kvantitativ karaktär med en deduktiv ansats. Studien är baserad på både primär och sekundärdata, där datan som insamlats är från databaserna SöderScholar, Google Scholar samt Jstor.

Empiri: Studien är baserad på fyra småföretag inom dagligvaruhandeln som intervjuats samt ytterligare 82 småföretag som deltagit i en enkätundersökning.

Slutsats: Studien visade att kön, ålder och branscherfarenhet hade en inverkan på investeringsbenägenhet medan utbildningsnivå inte hade någon inverkan på investeringsbenägenhet. Vidare visade studien att alla fyra företag som intervjuats hade en investeringsprocess som dem följde. Enkätstudien visade att 75 av 82 respondenter hade en investeringsprocess som de följde. Dessutom hade samtliga intervjuade företag en riskhanteringsplan.

Nyckelord: *Investering, investeringsbeslut, investeringsprocess, risker, riskhantering, finansiering, net present value, kontigensteorin, prospektteorin, pay-off-metoden, småföretag och dagligvaruhandeln.*

Abstract

Title: The investment process in small businesses in the grocery trade

Authors: Johannes Bethiso & Hasan Dalbudak

Supervisor: Maria Smolander

Course: Business Economics C with focus on financing - Bachelor thesis

Purpose: The purpose is to create an understanding of the approaches that small business decision makers implement and what reasoning they use for investment projects. Furthermore, it should also provide an insight into how the companies' risk management that is associated with it goes to.

Method: The method used in this essay is a method combination of both a qualitative and a quantitative character with a deductive approach. The study is based on both primary and secondary data, where the data collected is from the databases SöderScholar, Google Scholar and Jstor.

Empiri: The study is based on four small businesses in the grocery trade that were interviewed as well as an additional 82 small companies that participated in a survey.

Conclusion: The study showed that gender, age and experience had an impact on investment propensity, while education level had no impact on investment propensity. The study further showed that all four companies interviewed had an investment process that they followed. The survey showed that 75 of 82 respondents had an investment process that they followed. In addition, all interviewed companies had a risk management plan.

Keywords: *Investment, investment decision, investment process, risks, risk management, financing, net present value, contingency theory, prospect theory, pay-off-method, small business and the grocery trade.*

Innehållsförteckning

1. Inledning 1
1.1 Bakgrund 1
1.2 Problemdiskussion 3
1.3 Problemformulering 5
1.4 Frågeställningar 5
1.5 Syfte 5
1.6 Avgränsningar 5
2. Teoretisk referensram 6
2.1 Tidigare forskning 6
2.1.1 Faktorer som påverkar investeringsbenägenhet 6
2.1.2 Finansiering 6
2.1.3 Digitalisering 7
2.1.4 Investeringsbenägenhet 8
2.2 Teorier 8
2.2.1 Prospektteori 8
2.2.2 Kontingensteorin 9
2.3 Investeringsprocess 10
2.4 Pay-Off-metoden 11
2.5 Net present value 12
2.6 Process för riskhantering 12
2.7 Hypoteser 13
3. Metod 15
3.1 Angreppssätt 15
3.2 Metodval 15
3.2.2 Kvalitativ metod 16
3.2.1 Kvantitativ metod 17
3.3 Population 18
3.4 Urvalsmetod 18
3.5 Bortfall 18
3.6 Tillvägagångssätt 18
3.6.1 Enkätens uppbyggnad 18
3.6.2 Enkät fördelning 19
3.6.3 Pilotstudie 19
3.6.4 Intervju 20
3.6.5 Chi-två-test 20
3.6.6 Pilotstudie 21

3.7 Datainsamling....22
3.7.1 Primärdata....22
3.7.2 Sekundärdata....22
3.8 Etiskt förhållningssätt....22
3.9 Källkritik....23
3.10 Metoddiskussion & Kritik....23
3.11 Validitet och Reliabilitet....25
4. Empiri....26
4.1 Kvantitativ del....26
4.1.1 Enkätundersökning....26
4.1.2 Chi-Två-test....31
4.2 Kvalitativ del: Intervjuer....35
4.2.1 Företag A....35
4.1.2 Företag B....37
4.1.3 Företag C....39
4.1.4 Företag D....41
5. Analys....44
5.1 Analysmetod....44
5.2 Finansieringsalternativ....44
5.3 Digitalisering....45
5.4 Användning av investeringskalkyl....46
5.5 Riskhantering....47
5.6 Investeringsprocess....48
5.7 Tidigare investeringar och investeringsbenägenhet....50
5.7.1 Analys kring hypoteserna....51
6. Diskussion....53
6.1 Avslutande diskussion....53
6.2 Framtida forskning....53
7. Slutsats....55
Referenslista....57
Bilagor....64
Bilaga 1: Intervjufrågor....64
Bilaga 2: Enkätfrågor....65
Bilaga 3: Enkätundersökningens övriga diagram....69
Bilaga: 4 Critical value of Chi-square....72

Figurförteckning

Figur 2.1: Investeringsprocess enligt (Bhimani et al., 2008) 10
Figur 2.2: Investeringsprocess enligt (Löfsten, 2002) 11
Figur 4.1: Ansvariga för investeringar och beslutsfattande i butiken 69
Figur 4.2: Juridiskt kön 26
Figur 4.3: Ålder 27
Figur 4.4: Utbildningsnivå 28
Figur 4.5: Erfarenhet inom branschen 28
Figur 4.6: Rådgivning innan genomförande av en investering 69
Figur 4.7: Investeringsbenägenhet 29
Figur 4.8: Finansiering av investering 70
Figur 4.9: Pay-off-metoden 70
Figur 4.10: Net present value 71
Figur 4.11: Investeringens storlek 71
Figur 4.12: Investeringsprocess 71

Tabellförteckning

Tabell 1: Kön 31
Tabell 2: Ålder 32
Tabell 3: Utbildningsnivå 33
Tabell 4: Branscherfarenhet 34

Begreppslista

Investeringsbenägenhet - Hur benägen man är att genomföra en investering, där man bland annat tar hänsyn till den risk som tillkommer vid genomförandet inför en investering.

Investeringsprocess - Den process som beslutstagare går igenom innan en investering genomförs.

Investeringsbeslut - Det beslut man tar som leder till en investerings genomförande.

Riskhantering - Innebär att identifiera eventuella risker som kan uppkomma och försöka förhindra eller reducera deras påverkan.

Småföretag -. Enligt Europeiska kommissionen är ett småföretag ett företag som har en omsättning som ej överstiger tio miljoner euro (ca 100 miljoner kr) och har mellan 10–49 anställda (Europeiska kommissionen, u.å.).

Informationsasymmetri - När den ena parten har mer information än den andra vid eventuella förhandlingar eller när man ska ingå ett avtal.

1. Inledning

I detta kapitel förevisas inledningsvis bakgrunden som sedan följs av en problemdiskussion vilket mynnar ut i en problemformulering. Frågeställningar upplyses och syftet fastslås. Studien avgränsas därefter.

1.1 Bakgrund

För att företag ska få framtida tillväxt krävs det att de genomför investeringar som på så sätt ska generera intäkter och resultera i lönsamhet (Bergknut, Elmgren & Hentzel, 1993). Definitionen av begreppet investering, och dess innebörd, är en så kallad uppoffring man gör i nutid i hopp om att det skall resultera i avkastning inom en snar framtid (Yard, 2001; Baresa et al, 2016).

Författarna Sandelin & Vilborg (2002) beskriver att investeringar kan delas in i tre olika kategorier. Inriktningarna innefattar immateriella-, finansiella- samt reala investeringar. Immateriella investeringar omfattar patent, upphovsrätt, produktutveckling samt utbildning av personal. Finansiella investeringar är sådana investeringar som berör fonder, aktier och värdepapper. Reala investeringar har att göra med fysiska tillgångar i form av fastigheter, maskiner etc (Hansson, 2005). I denna studie har reala- och immateriella investeringar berörts då de intervjuade företagen endast fokuserat på dessa typer av investeringar.
Etgar et al. (1997) menar att det är av ytterst vikt att företag tillämpar investeringar i deras olika verksamhetsområden i hopp om finansiell lönsamhet i framtiden. Trots det finns det alltid en risk då avkastning kan utebli och detta kan ge en negativ påverkan för ett företag (Bergknut, Elmgren & Hentzel, 1993). Vidare menar Olsen (1997) att investeringar inte är några garantier för ekonomisk vinning, därför är det även viktigt att kunna hantera de risker som kommer med dessa.

Enligt Löfsten (2002) är det viktigt att uppmärksamma skillnader mellan investeringsprocessen när det kommer till små-, medelstora- och stora företag. Detta eftersom större företag har betydligt mer avancerade och invecklade investeringsprocesser jämfört med småföretag. Faktorer såsom tillgångar, investeringskalkyler och resurser påverkar hur investeringsprocessen kommer att se ut för företaget (Löfsten, 2002). Studien som är genomförd av Tell (1978), lyfter fram investeringskalkylering då man på ett detaljerat sätt

visar hur svenska företag tidigare tillämpat olika kalkyler i praktiken och vilka verktyg man använt sig av. Detta för att företag skall kunna beräkna sin lönsamhet. Studien kom även fram till att av alla investeringskalkyler var pay-off-metoden den mest förekommande (ibid).

Enligt Tillväxtverket (2019) stod småföretagen år 2017 för cirka 99,4% av Sveriges alla företag. Tillsammans med medelstora företag uppgick den siffran till 99,9% vilket visar hur signifikant småföretag är för svensk ekonomi och handel.

Bailey (2010) menar att dagligvaruhandeln är en bransch som är väsentlig för samhället. Den lokala livsmedelsbutiken ger inte bara samhället de förnödenheter som krävs för mänsklig överlevnad, utan fyller även rollerna som ekonomisk förare, samhällsbyggare, arbetsgivare och mötesplats. En undersökning gjord av HUI (Handelns Utredningsinstitut) på begäran av Svensk Dagligvaruhandel, visade att dagligvaruhandeln var en viktig bransch för svensk ekonomi med en nettoomsättning på över 280 miljarder SEK. Dessutom visade undersökningen att dagligvaruhandeln var en viktig arbetsgivare för unga, där 30,2% av arbetstagarna inom branschen var mellan 16–24 år gamla (Svensk Dagligvaruhandel, 2017). I och med landets växande befolkning ökar också efterfrågan på livsmedel (Statistiska centralbyrån, u.å). Enligt Statistiska centralbyrån (2019) har försäljningen av livsmedel ökat något enormt de senaste fem åren. Detta med en försäljning på 249 miljarder kr år 2014, till hela 298 miljarder kr år 2018.

Lönnqvist (2014) menar att med investeringsbeslut tillkommer det per automatik även risker. Då framtiden inte kan förutspås är hinder som möjligtvis kan uppstå en helt okänd faktor. Således innebär det att investeringsbeslutarna måste vara måna om att förbereda sig för eventuella barriärer och olägenheter. Företag kan minimera risknivåerna genom att genomföra en väl och genomtänkt investeringsplan. Genomförs inte åtgärder i kombination med en avsaknad, lämplig riskhantering kan det bli kostsamt och kan påverka verksamheten negativt (Lönnqvist, 2014).

Beslutsfattaren har således en signifikant och avgörande roll inom investeringsprocessen, där företagets ägare är den som nästan alltid har sista ordet vid beslutsfattning (Francioni, Musso & Cioppi, 2015). Med en bransch som ökar i den takt som den gör gäller det att företag tillämpar investeringar för att kunna behålla sina marknadsandelar och klara av konkurrensen sinsemellan (Åstebro & Irwin, 2003).

1.2 Problemdiskussion

Tidigare forskning tyder på att investeringsprocessen är en process som är komplex, tids- och resurskrävande. Därför krävs det först en granskning innan en potentiell investering är realiserbar för att därefter kunna implementera investeringen i sitt arbete (Löfsten, 2002). Vidare menar Löfsten (2002) att investeringsbeslut direkt kan påverka ett företags resultat. Det är därför av vikt att följa en investeringsplan vilket överensstämmer med den strategi företaget i fråga följer för att kunna nyttja en konkurrensfördel (ibid).

I studierna genomförda av Francioni, Musso & Cioppi (2015) samt Bajtelsmit & Bernasek (1996) var att ett flertal faktorer såsom ålder, branscherfarenhet, kön och vilken grad av utbildning individen har, påverkar hur ett beslut fattas. Alla företag har olika förutsättningar beroende på vilka områden de är aktiva på, hur stora de är och hur stora marknadsandelar de har. Dessa är faktorer som kan påverka en beslutsfattares riskhantering innan man genomför investeringsbeslut (ibid).

På senare tid har en utveckling skett i dagligvaruhandeln. Ett exempel är snabbkassorna som numera blivit alltmer populära, där kunden manuellt kan utföra sina köp. Just detta ger butiken flera fördelar. Snabbkassorna medför till minskade personalkostnader och ser till att kunder själva kan genomföra sina köp snabbare (Kristensson et al, 2015). Snabbkassor är något som inte bara livsmedelsbutiker har börjat med utan även snabbmatskedjor. Däremot behöver det inte betyda att alla butiker gynnas av att investera i snabbkassor. Vissa kan anse att snabbkassor inte är effektiva eller att de skapar irritation för kunden (Kelly, Lawlor & Mulvey 2016; Ramaseshan, Kingshott & Stein 2015).

Tidigare studier visar att småföretag blivit associerade med bristande strategi och dåliga prestationer bland ansvariga beslutstagare när det kommer till investeringsbeslut. Detta i jämförelse med storföretag som har betydligt bättre planering och strategi inför viktiga beslut. Därför är det viktigt för småföretag att urskilja sig från övriga genom att ha en tydlig strategi och investeringsprocess (Jocumsen, 2004).

Enligt en studie genomförd av Gryglewicz, Huisman & Kort (2008) där man granskat och bedömt slutsatsen av de investeringar som tillämpats under osäkerhet, har det påvisats att det förekommer vissa alternativ att beakta. Under osäkerheter förenad med irreversibilitet

uppkommer det flera sätt att utgå ifrån innan man fattar ett investeringsbeslut. De beslutstagare som agerat mer avvaktande vid investeringsbeslut har fått bättre värden än de beslutstagare som genomfört sin satsning utan en granskning (Gryglewicz, Huisman & Kort, 2008). Det är i beslutsfattarens och investerarens makt att fatta rätt beslut om hur länge och hur pass väl man kan utnyttja investeringsmöjligheter (Baresa et al. 2016).

Det är viktigt för företagen att tillämpa och nyttja lämpliga metoder för att göra en bedömning om huruvida investeringsbeslutet kommer vara lönsamt eller inte. Lämpliga verktyg att tillämpa vid bedömning är att använda sig av olika investeringskalkyler av framtida avkastningar på investerat kapital, vilket säger huruvida man bör genomföra den aktuella investeringen eller inte (Peterson & Fabozzi, 2002; Weingartner, 1966). Vid framtagandet av kalkylräntan finns det en mängd olika kalkyler att tillämpa, där fokuset ligger på att beräkna den potentiella investeringens nuvärde (Abele et al, 2006). Författaren Weingartner (1966) menar även att idéer om en investering gynnas först och främst genom en diskussion där man använder sig av finansiella kalkyler och samtidigt tar hänsyn till företagets budget. Därefter sker en process som sammanväger diverse alternativ för att slutligen komma fram till en överenskommelse mellan beslutsfattarna om hur omfattande investeringen skall och bör vara. Ett av de problem som uppstår är att det krävs en rad olika modeller vid granskning av företagets budget, då det finns en tanke och ändamål bakom varje budgetplanering. Kapitalet som avses för en potentiell investering är näst intill alltid från företagets eget kapital och har oftast ingen koppling till exogena investeringar (ibid).

Enligt Nagle & Müller (2017) kan livsmedelsbutiker tillämpa många metoder för att konkurrera med dess potentiella konkurrenter på marknaden. Ett sätt kan till exempel vara att minska på priset för att sälja sina varor billigare och därmed locka till sig kunder. Ett annat sätt kan vara att genomföra investeringar som istället för att höja intäkterna, reducerar kostnaderna, vilket påverkar resultatet positivt (Baresa et al, 2016). Fuerst (2006) menar att varje investeringsmöjlighet kräver också att beslutsfattaren tar hänsyn till risker som uppkommer vid en investering. Beslutsfattaren skall även ta hänsyn till sin budget om investeringen är värd att utföra och ifall man klarar av att hantera konsekvenserna av en “dålig” investering, alltså en investering som inte gett avkastning.

Risker är således förekommande faktorer som företagsledningen bör beakta vid en investeringsprocess. Vilka risker och hinder man kan stöta på vid en investering är aldrig lätt

att känna igen, men är något som företag bör se över för att få en lyckad investering. Icke-lönsamma investeringar kan ha drastiska konsekvenser på företagets framtida ekonomi och utveckling. I och med branschens stora försäljningsutveckling har riskhantering kommit att spela en allt mer central roll för företag då man vill upprätthålla den konstant ökande försäljningstakten. Detta genom att systematiskt analysera och förebygga risker som kan uppstå inom olika slags investeringsbeslut (Tchankova, 2002).

1.3 Problemformulering

Beslutstagare bör tänka på flera faktorer innan en investering genomförs, dessa är faktorer såsom budget, behov och intresse. Det kan till exempel vara att företagare vill investera i innovationer, maskiner, produkter och dylikt. En annan faktor är hur företag ska gå tillväga med finansiering och riskhantering. Beslutstagares investeringsbenägenhet påverkas av en rad olika faktorer såsom utbildningsnivå, ålder, kön och branscherfarenhet. Beslutstagare måste ta hänsyn till om informationen som samlats in är tillräcklig för att genomföra en investering eller huruvida investeringen kommer ge lönsamhet.

1.4 Frågeställningar

- Hur ser investeringsprocessen ut för småföretag inom dagligvaruhandeln?
- Har variablerna branscherfarenhet, ålder, utbildning och kön någon inverkan på hur investeringsbenägna beslutstagare i dagligvaruhandeln är?
- Hur hanterar småföretag de risker som uppkommer i samband med en investering?

1.5 Syfte

Syftet är att skapa en förståelse om vilka tillvägagångssätt småföretagens beslutsfattare implementerar och vilka resonemang de använder sig av vid investeringsprojekt. Vidare ska det även ge en inblick om hur företagens riskhantering som finns förknippade med det går till.

1.6 Avgränsningar

Denna studie har berört småföretag inom dagligvaruhandeln i Stockholms län. Enligt Europeiska kommissionen är ett småföretag ett företag som har en omsättning som ej överstiger tio miljoner euro (ca 100 miljoner kr) och har mellan 10–49 anställda (Europeiska kommissionen, u.å.).

2. Teoretisk referensram

I detta kapitel förklaras väsentliga modeller och teorier. De olika modellerna och teorierna hör till uppsatsens avgränsade studieområde.

2.1 Tidigare forskning

2.1.1 Faktorer som påverkar investeringsbenägenhet

Francioni, Musso & Cioppi (2015) baserade sin studie på huruvida beslutstagares investeringsbenägenhet varierade beroende på deras ålder, utbildning eller branscherfarenhet. Resultatet från studien visade att utbildning leder till rationalitet, det vill säga att beslutstagare med eftergymnasial utbildning tenderar att prestera bättre i sina investeringsbeslut (Francioni, Musso & Cioppi, 2015). Detta bekräftas även av Cunningham et al. (2002) som undersökt den kognitiva utvecklingen som sker vid fortsatt studerande efter gymnasiet. Detta leder då till att personer som studerat vidare agerar mer självsäkert och därmed mer rationellt. Vidare bekräftas det även av en studie genomförd av Bantel (1993) att beslutstagare med högre utbildning agerade mer rationellt. En studie av Karami et al. (2006) påvisade att yngre beslutstagare tenderar att vara mer investeringsbenägna och mer öppna för innovationer, medan studien genomförd av Francioni, Musso & Cioppi (2015) visade att ålder inte har en stor påverkan på beslutstagande. Även beslutstagare med högre branscherfarenheter tenderar att agera mer rationellt enligt Francioni, Musso & Cioppi (2015). Detta bekräftas även av Herrmann & Datta (2002) som i sin studie kommit fram till att branscherfarenhet ger beslutstagare den kunskap och självförtroende som behövs för att använda sig av rationella processer. Företag som presterar har oftast beslutsfattare som tar hänsyn till noggranna strategier och kalkyler (Herrmann & Datta, 2002). Även kön kan vara en faktor till hur olika beslutsfattare agerar. En studie genomförd av Bajtelsmit & Bernasek (1996) visade att män är mer benägna att ta risker när det kommer till investeringar. Detta är en av orsakerna till att kvinnliga beslutstagare har svårare att klättra i karriärtrappan då risktagande oftast genererar mer belöning (Bajtelsmit & Bernasek, 1996).

2.1.2 Finansiering

Enligt Beck & Demirguc-Kunt (2006) har småföretag svårare att få en framtida tillväxt på grund av att de inte har tillgång till samma finansieringsmöjligheter som större företag har. Detta bidrar i sin tur till att småföretag begränsas till ringa valmöjlighet att utgå ifrån vid

finansiering. Schiffer & Weder (2001) visar att småföretag ständigt påvisar allt högre hinder för tillväxt jämfört med stora och medelstora företag. De faktorer som kan förutse ett företags utvecklingshinder är enligt Beck & Demirguc-Kunt (2006) företagets ålder, storlek samt vilka som äger företaget. Vidare menar författarna att större och äldre företag påvisar lägre finansieringshinder. Sannolikheten att ett litet företag påvisar finansiering som orsaken till ett hinder för tillväxt är 39%, till skillnad från storbolag där sannolikheten för tillväxthinder är lägre (32%). Fasta transaktioner och informationsasymmetri gör det svårt för banker att kunna granska småföretag och därav har småföretag svårare att få till en finansiering. Detta då bankerna inte kan garantera att småföretag kan betala tillbaka lånet till skillnad från storföretag där de flesta uppgifter är offentliga. Därav betraktas det säkrare att låna ut till storföretag (Beck & Demirguc-Kunt, 2006). Det finns även risker som småföretag måste beakta när man tar lån, det vill säga ränteriskerna som kan bli allt för höga om räntan ökar. Eller om företaget har en fast ränta samtidigt som den statliga räntan minskar, kan det leda till att företaget betalar allt för hög ränta (Andrén, Eriksson & Hansson, 2015). Majoriteten av småföretagen finansierar sina investeringar med hjälp av eget kapital. Banklån. som finansieringskälla är 13 procentenheter lägre hos småföretag än hos storföretag. Fler investeringar finansieras med informella finansieringskällor (till exempel familj och vänner) bland småföretag (Beck & Demirguc-Kunt, 2006).

2.1.3 Digitalisering

Svensk digital handel (2018) har i sin senaste rapport om digital mathandel redovisat att utvecklingen för livsmedelsförsäljningen på nätet ökat från 1 miljard kronor år 2012 till 4,6 miljarder kronor år 2017. I rapporten beskrivs konsumenternas beteenden, åsikter samt marknadens utveckling och omfattning.

Digitalisering har med e-handeln tagit fart och blivit en viktig marknad för sällanköpshandeln (kläder, möbler, byggvaror och hemelektronik). Digitalisering av dagligvaruhandeln har däremot inte tagit lika mycket fart och därför lämnat potential för tillväxt. Kunder föredrar att själva välja sina varor framför färdiga matkassar när de handlar på nätet. Studien från svensk digital handel (2018) visar att 70% av de tillfrågade väljer att handla lösplock, medan endast 30% handlar färdiga matkassar (Svensk digital handel, 2018).

I medelstora städer som har mellan 20 000 - 50 000 tusen invånare är 32% villiga att handla sina varor via e-handel. Medan vid småstäder som har högst 20 000 invånare var 23% villiga att handla via e-handeln (ibid).

2.1.4 Investeringsbenägenhet

En studie genomförd av Bracha & Brown (2012) har visat att beslutstagare i större grad är optimistiska än pessimistiska när det kommer till bedömningen av en potentiell investeringsmöjlighet. Beslutstagare tar hellre risken att utföra en investering än att avstå från den (Bracha & Brown, 2012). Då beslutstagare i småföretag oftast har en friare roll att självmant bestämma sina aktioner och bedöma hur pass stor sannolikheten är att deras investeringsbeslut blir korrekt, tenderar de att agera mer optimistiskt. Deras beteende kan förklaras kort att de är partiska i sin bedömning. Beslutstagare tenderar att i högsta grad se ett positiv resultat från sina egna beslut. Ett exempel var att 68% av beslutstagarna i nystartade företag ansåg att deras företag skulle prestera bättre än andra företag i samma bransch men där det i praktiken visade sig att endast 50% av nystartade företag överlevde de första åren (ibid). Enligt Bracha & Brown (2012) agerar beslutstagare under risk och osäkerhet utifrån två faktorer, där den ena är rationalitet, det vill säga att beslutstagare tillämpar strategier, kalkyler och investeringsprocesser etc. Den andra är att de istället tar beslut utefter sina personliga emotioner. Besluten som tas utefter sina egna emotioner är oftast de beslut som är optimistiska.

Beslutstagare med stort behov av att uppnå stora bedrifter har en tendens att själva vilja ta beslut för sitt företag utan att ta hänsyn till andra beslutstagare i företaget. De tenderar att ha ett kontrollbehov vilket har visat att dessa beslutstagare tar hänsyn till investeringsprocesser och agerar mer rationellt. Detta gäller speciellt erfarna beslutstagare i småföretag som flitigt tillämpar strategier och kalkyler innan ett investeringsbeslut genomförs (Papadakis, 2006)

2.2 Teorier

2.2.1 Prospektteori

Kahneman och Tversky (1979) utvecklade prospektteorin som förklarar olika beslutsfattares beslutsfattande under osäkerhet. Själva teorin går ut på att förklara att vissa psykologiska faktorer spelar en stor roll i hur beslutsfattare kommer fatta sina beslut och varför beslutsfattare agerar såsom de gör innan de väljer att genomföra en investering. Dessa psykologiska faktorer kan leda till att beslutsfattare inte använder sig av rationella beslut vid beslutsfattande. Prospektteorin urskiljer på faser i människans kognitiva beslutsfattande

(Kahneman och Tversky, 1979). En faktor är att människan beslutar olika beslut beroende på hur resultatet kommer att visa sig vara. Människan vill hellre fortsätta som den gör istället för att ta en risk där det finns möjlighet att förbättra situationen ännu mer men med risk att göra situationen sämre i form av en ekonomisk förlust. En förklaring till detta kan vara att människan överdriver utfall, till exempel situationer som har stor sannolikhet att ske betraktas som ett säkert utfall medan situationer som är osannolika att ske betraktas som om de är omöjliga att ske (ibid). Människan överdriver även sannolikheten att göra en förlust på en investering, risken för förlust slår hårdare mot beslutsfattaren än möjligheten att få en motsvarande vinst. Beslutstagaren värderar sitt innehav och sin situation väldigt högt och lägger därmed stora resurser på att behålla det. Dessa psykologiska faktorer leder till att beslutsfattare får en minskad avkastning vid beslutstagande, då dem inte vågar ta risker (ibid).

2.2.2 Kontingensteorin

När det gäller att ta viktiga beslut har man alltid en situation där man inte är säker på hur utgången kommer gå till, beslutsfattare påverkas av denna osäkerhet. Man kan aldrig vara helt säker på hur en strategi kommer fungera. Det som kan påverka företag är både inre och yttre faktorer till exempel antal anställda, omsättning, konjunkturläge, ränta, vilken stad företaget är verksamma i etc. Varje faktor som påverkar företaget medför även risker. För att kunna växa måste företaget ha god koll på riskerna och hantera dem väl. Företaget måste få till en positiv förändring i de yttre eller inre faktorerna som påverkar företaget för att nå framgång i sin utveckling (Donaldson, 2001). Företag som har haft en dålig utveckling kan förändra sin ekonomiska situation genom att ändra strategi och genom att implementera en ny struktur som påverkar antingen de inre eller yttre faktorerna (ibid).

Dessa inre och yttre faktorer kallas för kontingensfaktorer, förändring i kontingenser kräver oftast förändring i företaget. Även om det är väldigt svårt att hantera dessa faktorer kan man ändå på något sätt använda sig av metoder som fungerar bättre än andra och därmed få ett tillfredsställande resultat (Tarter & Hoy, 1998). Olika företag kan nå sina mål på olika sätt, därför är det väldigt svårt att efterlikna andra och tro sig kunna ha en mall som alltid kommer fungera för vilken situation som helst. Företag brukar styras på olika sätt även om resultatet inte skiljer sig åt. Till exempel om man jämför två företag som befinner sig i samma bransch och i samma situation kommer resultatet vara någorlunda lika, om företagen sköts på samma sätt (Sandelin, 2008). Man kan däremot försöka hitta ett mönster som man tror kommer vara

mer effektiv i förhållande till andra företag, företag kan ta inspiration från andra framgångsrika företag som tidigare varit i samma situation. I slutändan måste företag ta hänsyn till de faktorer som påverkar det egna företaget, och ta de beslut som är viktigast för deras enskilda situation (Nilsson, Olve & Parment 2010).

2.3 Investeringsprocess

Bhimani et al. (2008) tar upp sex olika steg inom investeringsflöden som bryter ned händelseförloppet. Steg ett är att identifiera och särskilja olika slag av investeringar vilka hör till de enskilda företagens syfte och ändamål. Det andra steget är att analysera de alternativ företagen har framför sig och besluta om vilket val man gör som passar företagens syfte och ändamål bäst. Det tredje steget är kritisk informationssökning, då man samlar in information och data om de olika val man har att utgå ifrån. Icke-finansiell information tas hänsyn till, dock ligger det i fokus att ta upp den finansiella delen i första hand. Det gäller att plocka åt sig information som alternativkostnader, in- och utbetalningar m.m. Händelseförloppets nästa steg är val av investering och att sätta det i verk. Likt i steg två väljs det investeringsalternativ som kommer gynna företagen mest. Besluten tar man itu med ledningen och observerar den finansiella analysen av investeringen. Det femte steget i händelseförloppet är finansierings delen, och varifrån den skall komma. Det sista steget är att se till att investeringen förhåller sig till de givna ramarna av företagets budget.

Figur 2.1 enligt Bhimani et al. (2008)

En annan process som företag brukar ta hänsyn till grundar sig på de fem steg som Löfsten (2002) upplyser om i sin bok *'Investeringsprocessen kalkyler, strategier och finansiering'*. Första steget är att man får en idé om en investering man vill genomföra, där en diskussion och undersökning påbörjas. Redan i första steget gäller det att ta rätt beslut för att kunna ta sig till nästa steg. Här behöver man komma överens om vad för behov det finns hos företagets kunder och branschen. Nästa steg är att planera hur man skall gå tillväga med

denna investering. Man analyserar olika möjligheter som kan uppkomma och använder då sig av finansiella modeller för att göra diverse uträkningar. Detta för att på bästa sätt uppskatta ifall själva investeringen kommer vara gynnsam eller ej. Steg tre är att börja med investeringen, det är här man använder sina likvida medel och satsar sina pengar på investeringen. Detta steg kallas för implementeringsfasen. Det fjärde steget är drift, och det är här man bestämmer sig för att sätta igång med investeringen. Det är här de periodvisa utgifterna börjar komma. Sista steget är avslutningsfasen, i detta steg har man utnyttjat sin investering till fullo. Ett exempel kan vara ett köp av en maskin som använts i en period och slitits. Därefter kan man se över nya möjligheter med modernare teknik (Löfsten, 2002).

Figur 2.2 (Löfsten, 2002)

2.4 Pay-Off-metoden

Pay-off-metoden är en investeringskalkyl som går ut på att beräkna hur många år det tar för en investering att återbetalas. Man beräknar hur mycket inbetalningsöverskotten är varje år och beräknar hur mycket kostnaden är för själva investeringen. Sedan räknar man ut tiden det tar för investeringen att återbetalas (Grinblatt & Titman, 2002).

Kalkylräntan och andra alternativa kostnader tar man inte hänsyn till när man använder sig av pay-off-metoden, därför anses denna metod vara en för simpel metod att använda. Forskarna Berk & Demarzo (2014) anser att net present value är en mer trovärdig modell att använda sig av då den tar hänsyn till kapitalkostnader och kassaflöden. Trots det är pay-off-metoden den vanligaste modellen företag använder sig av innan de genomför investeringsbeslut. (Hamberg, 2004; Tell, 1978; Andersson, 2013).

Man kan säga att pay-off-metoden är som en enklare metod att göra sina beräkningar på. En förenkling av andra finansiella modeller såsom net present value. Vissa investeringar behöver ej ta hänsyn till kalkylränta och då kan man istället beräkna sin investering via pay-off-metoden.

Pay-off-metoden fastställer om ett projekt är lönsamt eller inte. Låt säga att de som tar investeringsbeslut har en beräknad tidsram på när återbetalningen av investeringen ska ske. Om det då beräknas att återbetalningen kommer ske snabbare än den fastställda tiden ska investeringen accepteras och genomföras (Brealey et. al 2004). Pay-off-metoden är en modell som företag oftast använder sig av för att först uppskatta om en investering är värd att genomföra. Sedan brukar man komplettera metoden genom att använda sig av andra metoder för att få tillförlitliga resultat om den potentiella investeringen (Yard, 2000).

2.5 Net present value

Enligt Gallo (2014) är net present value (nuvärdemetoden), netto nuvärdet av de framtida kassaflödesberäkningar vilket är förknippat med en investering. Man menar att pengarna man har i nutid är mer värdefulla än pengarna i framtiden. Enligt Brealey et al. (2013) är en summa pengar i nutid mer värdefulla än samma summa en tid längre fram. Detta eftersom man då exempelvis kan investera för framtiden och tjäna på räntan. Enkelt förklarat är ett positivt net present value (npv) ett tecken på att man bör fortsätta med investeringen och där ett negativt (npv) indikerar på motsatsen (Ross, 1995). Det hela går ut på att ta hänsyn till de alternativa kostnaderna vid en motsvarande investering med liknande risk, även diskonteringsräntan som tar hänsyn till risk ställs in. Om det visar sig att det beräknade nuvärdet är mindre än noll bör investeringen avslås om det beräknade nuvärdet däremot är större än noll bör investeringen genomföras (Hamberg 2004).

2.6 Process för riskhantering

Författarna Clark & Varma (1999) går in på en modell som förklarar hur man som företag kan försäkra sig mot olika risker som kan uppkomma under en investeringsplanering. Modellen i fråga hävdas vara användbar och något som företag bör tillämpa ständigt och konstant där företaget ska utvärdera sin situation och se över sina risker. Om det på något sätt visar sig att man hamnar snett ska man ta sig ett steg tillbaka och se över sin situation och försöka hitta en lösning på problemet innan man kan gå vidare till nästa steg i processen. Modellen underlättar och ger företaget en chans till förbättring. Modellen utgår ifrån fem olika steg som bryter ned riskhanteringsprocessen.

Steg ett i denna process är att identifiera olika risker som kan uppkomma vid till exempel en investering. Man börjar med att samla information om de olika risker som kan uppkomma vid en eventuell investering. Även om det i många fall är generellt sett svårt att sätta fingret på om vad som kan vara resultatet av en investering. Företaget behöver ta hänsyn till omgivning, konjunkturläge och bransch etc. (Clark & Varma 1999). Nästa steg i denna process är hur pass stor risk man vill ta och om investeringen är värd att utföra? Är denna risk värd den eventuella belöningen som kan uppkomma? Dessa frågor behöver företaget ta hänsyn till innan man tar nästa steg i processen. Här är det väldigt viktigt att företaget inte tar onödiga risker, utan använder sig av försäkringar till sina investeringar i till exempel reala tillgångar, vilket är faktorer som kan gynna företagets beslutsfattande (ibid). Steg tre utgår från att företaget behöver hantera risken i form av en egen strategi som de tillämpar. Detta efter att ha noga bestämt vilken risk företaget vill ta och förhålla sig till. Företaget sammanställer en rad olika strategier innan de beslutar om vilken strategi som anses vara mest lämplig och effektiv (ibid). Steg fyra är att frambringa en strategi som innefattar en riskhantering och de skyldigheter företaget har. Clark & Varma (1999) menar att hur än företag väljer att gå till väga med olika typer av modeller kan det fortfarande fungera. Detta så länge företaget ser till att tillämpa en konkret och tydlig modell som medarbetarna begriper och har full koll på. Steg fem och det sista steget i processen är själva genomföringen av investeringen där man är full medveten om riskerna. Företaget sätter in sin strategi i verk och förutser att medarbetarna är medvetna om hur företaget ska gå tillväga. Här är det väldigt viktigt att de ansvariga, från anställda till den högsta ledningen ser över riskerna. Om denna plan inte går att implementera får man gå tillbaka till föregående steg och se över brister som uppstått (ibid).

2.7 Hypoteser

En nollhypotes och en mothypotes har valts utefter de valda variablerna vilka har därefter ställts mot varandra med hjälp av ett Chi-två-test. Detta för att se om variablerna branscherfarenhet, ålder, utbildning och kön har någon inverkan på hur investeringsbenägna beslutstagare i dagligvaruhandeln är. *Fråga 7* i enkätundersökningen har använts som en kontrollfråga för att undersöka dessa hypoteser.

Kön

H_0: Kön har ingen inverkan på investeringsbenägenhet.

H_1: Kön har en inverkan på investeringsbenägenhet.

Utbildningsnivå:

H_0: Utbildningsnivå har ingen inverkan på investeringsbenägenhet.

H_1: Utbildningsnivå har en inverkan på investeringsbenägenhet.

Ålder:

H_0: Ålder har ingen inverkan på investeringsbenägenhet.

H_1: Ålder har en inverkan på investeringsbenägenhet.

Branscherfarenhet:

H_0: Branscherfarenhet har ingen inverkan på investeringsbenägenhet.

H_1: Branscherfarenhet har en inverkan på investeringsbenägenhet.

3. Metod

I detta kapitel redovisas arbetsförloppet, vilka metoder och tillvägagångssätt författarna har tillämpat i deras studieområde för insamling av rätt och lämplig information gällande den forskning studien avser. Eftersom de intervjuade företagen valde att vara anonyma döptes de om till företag A, företag B, företag C och företag D.

3.1 Angreppssätt

Enligt Patel & Davidson (2019) finns det tre angreppssätt att genomföra en studie på. Det ena är deduktion vilket innebär att man undersöker teorin mot praktiken, det vill säga att hitta en relation mellan det teoretiska och den data som insamlats. Det andra angreppssättet är induktion där forskarna utför en undersökning utan att ta hänsyn till tidigare teorier och med hjälp av det empiriska materialet som samlas in utformas en teori. Det tredje alternativet är abduktion vilket innebär att man kombinerar de två första angreppssätten (Patel & Davidson, 2019).

Författarna i denna studie har använt sig av den deduktiva ansatsen, där en relation mellan tidigare teorier och den empirin som insamlats undersökts. Författarna har även utvecklat hypoteser utifrån teorier och tidigare studier som sedan prövats mot en kontrollfråga (fråga 7 i enkätundersökningen) i empirin (Baxter & Jack, 2008).

3.2 Metodval

Valet av metod för denna studie föll på metodkombination. Vid en metodkombination grundar sig studien på både en kvalitativ- samt en kvantitativ undersökning. Metodkombinationen har använts som en preferens för att kunna beakta problemet ur flera olika vinklar, vilket även brukar kallas för triangulering (Denscombe, 2018). Syftet med metodkombination är enligt Denscombe (2018) att utifrån olika perspektiv kunna undersöka ett forskningsproblem och få ut data som överensstämmer. Vilket på så sätt kan få författaren som genomför undersökningen att känna sig mer övertygad av resultatet som uppkommer. En annan fördel med metodkombination är att den data som framställs från två metoder kan komplettera varandra, det vill säga olika perspektiv som kombineras för att få ett slutgiltigt resultat som studiens författare kan vara förnöjsamma med (ibid). Metodkombinationen har fått en ordningsföljd där den kvalitativa fasen använts för att utforska problemet och via

resultatet som samlats har den kvantitativa delen formats upp, det vill säga att en explorerande sekventiell design tillämpats. Detta är en metod som är vanligt att använda när man skall undersöka psykologiska faktorer likt i denna studie där beteendet och investeringsbenägenheten hos beslutsfattare undersökts. Den kvalitativa ansatsen används som ett slags förberedande för att garantera validiteten i en efterföljande kvantitativ undersökning (ibid). Författarna har använt sig av en metodologisk triangulering det vill säga ett tillvägagångssätt där de två undersökningsmetoderna undersökt ett problem från två olika perspektiv. Detta för att kunna jämföra datan från den ena metod med datan från den andra metoden (ibid).

3.2.2 Kvalitativ metod

Enligt Patel & Davidson (2011) bör man ta hänsyn till olika aspekter vid förberedelsen och utförandet av en intervju, vilket är den vanligaste vägen att ta vid insamling av data vid kvalitativa studier. Man väger stor tyngd på att intervjun ska ske i en lugn miljö. Dessutom ska man som intervjuare vara tålmodig och låta respondenten tala utan att bli avbruten. En annan viktig tumregel är att våga låta det vara tyst och att avvakta innan man går vidare till nästa fråga/ moment. Detta för att respondenten ska få tid att tänka till innan denne kan ge ett fullt, utförligt svar (Patel & Davidson, 2019). Intervjuaren spelar således en signifikant roll för studiens och forskningens bidrag (ibid). Det är dessutom viktigt att som intervjuare genomföra intervjun på ett sätt som underlättar för respondenten att utveckla sina idéer och besvara frågorna utförligt, där det finns tre olika tillvägagångssätt att utgå ifrån. Genom att s*ufflera,* att upprepa intervjufrågor eller ge exempel som hjälper respondenten besvara frågor. Man kan *följa upp* genom att klargöra eller be om detaljer. Ett annat sätt är att *kontrollera* genom att sammanfatta tankegången och bekräfta om svaren från respondenten uppfattats rätt av författarna (Denscombe, 2018). Författarna utgick på så sätt från dessa punkter för att öka kvalitén i studien.

Semistrukturerade intervjuer skall vara anpassade utefter frågor och ämnen som skall besvaras. Studiens författare skall under intervjun vara flexibla för att respondenten skall kunna utveckla sina idéer, svara utförligt på de frågor som tas upp och utveckla sina synpunkter (Denscombe, 2018). Författarna tillämpade semistrukturerade intervjuer i denna studie då man ansåg att det var ett effektivt och smidigt sätt att genomföra en intervju på. Detta eftersom intervjun då lät sig färdas fritt för att ge respondenten friheten att besvara och

formulera sina åsikter och kompetenser m.m. (Patel & Davidson, 2019). Enligt Kallio et al. (2016) beskrivs semistrukturerade intervjuer som en förekommande metod vid insamlande av data inom kvalitativ forskning och där intervjuguiden influeras av studiens resultat. Man utförde först pilotintervjuer med varje respondent för att testa de olika intervjufrågorna samtidigt som respondenterna fick en extra möjlighet att reflektera över frågorna. Efter pilotintervjuerna träffades författarna och respondenterna en andra gång för att genomföra en mer detaljerad intervju. Intervjun blev likt en diskussion där författarna hade möjlighet att ställa följdfrågor. I och med den öppna intervjun kunde respondenten upplysa om andra aspekter som var relevanta för studien. Detta var till en fördel då man fick in mer data och information än förväntat (Patel & Davidson, 2011). Denna metod passade studiens syfte då målet var att få en förståelse och bättre insyn på studiens ämnesinnehåll.

3.2.1 Kvantitativ metod

Den kvantitativa ansatsen har använts genom att dra nytta av intervjuerna och genom dem har frågor formats till en enkätundersökning, på så sätt har denna studie fått in data från flera beslutsfattare. Investeringsprocessen som företag A och företag D använt sig av lades till i enkäten som ett svarsalternativ för att ta reda på om fler företag hade liknande processer. Då studien avgränsar sig till beslutstagare inom dagligvaruhandeln i Stockholms län, var det 82 stycken beslutstagare som besvarade enkäten. Då författarna i denna studie riktar sig mot respondenter som tar beslut, kan inte vem som helst svara på enkäten. Därför har författarna använt sig av de riktlinjer som Denscombe (2018) går in på när det kommer till god praxis. Det vill säga tydliggöra att det handlar om 82 respondenter och att inte endast presentera resultat i procentform utan även använda sig av sifferform, till exempel ”20 av 82 respondenter svarade…”. Det är viktigt att tydliggöra att det handlar om småföretag inom dagligvaruhandeln i Stockholms län. I och med den begränsade mängden (82 respondenter) har endast två alternativ varit lämpliga att tillämpa, nämligen Chi-två- eller T-test, där chi-två-test valdes för att undersöka kontrollfrågan. Detta för att rikta in sig på småskaliga projekt med en specifik grupp respondenter (ibid). Eftersom respondenterna är beslutsfattare i småföretag inom dagligvaruhandeln faller denna enkät inom ramen av småskaliga projekt enligt Denscombe (2018).

3.3 Population

Den population som valts i denna studie är beslutsfattare i småföretag i Stockholms län inom dagligvaruhandeln.

3.4 Urvalsmetod

Både den kvalitativa- och den kvantitativa studien har studerat småföretag inom dagligvaruhandeln som är verksamma i Stockholms län. Enligt Europeiska kommissionen är ett småföretag ett företag som har en omsättning som ej överstiger tio miljoner euro (ca 100 miljoner kr) och har mellan 10–49 anställda (Europeiska kommissionen, u.å.). Författarna har använt sig av sökmotorn Allabolag.se för att göra en företagssökning på de kriterier som författarna nämnt ovan. Det vill säga ett icke-sannolikhetsurval (Eliasson, 2018). Enligt Denscombe (2018) används ett icke-sannolikhetsurval när det är olämpligt eller svårt att använda sig av ett slumpmässigt urval.

3.5 Bortfall

Den kvalitativa studien riktades mot de företag som var geografiskt nära författarna för att underlätta åtkomsten och ledde till en filtrering på 27 företag som kontaktades per telefon. Detta resulterade i att endast fyra företag av 27 företag var villiga att ställa upp på intervju trots att författarna erbjöd anonymitet. Vilket gav den kvalitativa undersökningen ett bortfall på 23 av 27 företag (85%). Den kvantitativa enkäten avgränsades till småföretag inom dagligvaruhandeln i Stockholms län. Företagen hittades genom en sökning via allabolag.se. De företag som saknade kontaktuppgifter, inlett konkurs/ likvidation samt de företag som ställde upp på intervjun föll bort vilket resulterade i 193 träffar. Dessa 193 småföretag inom dagligvaruhandeln i Stockholms län tillfrågades att ställa upp på enkätstudien, via mail, via telefon och via besök av författarna. Av de 193 tillfrågade var det 82 ansvariga beslutsfattare som besvarade enkäten vilket alltså ledde till ett bortfall på 111 företag (cirka 58%).

3.6 Tillvägagångssätt

3.6.1 Enkätens uppbyggnad

Enkäten bestod av totalt tolv frågor i syfte att kunna täcka upp funderingar kring investeringsbeslut, riskhantering och för att kunna hjälpa till att besvara studiens frågeställningar. De enskilda enkäterna var i digital form skapad i Google drive vilket senare underlätta fördelningen av enkäterna där respondenterna kunde svara direkt via en dator eller

en smarttelefon. Den digitala enkätundersökningen bidrog också till en effektiv sammanställning av den data som insamlats. Detta berodde på att enkäten bestod av slutna frågor och svarsalternativ. Enligt Trost & Hultåker (2016) är fasta svarsalternativ betydligt enklare att handskas med än öppna svarsalternativ. Detta eftersom vid öppna svarsalternativ kan sammanställningen ta betydligt längre tid, respondenternas handstilar eventuellt inte kan vara läsbart och där vissa kan ge tvetydiga svar eller inte svara alls på vissa frågor. För att undvika bortfall var alla frågor obligatoriska och respondenterna kunde inte slutföra enkäten om inte alla tolv frågor besvarades. Svarsalternativ såsom ’kanske’ och ’vet ej’ inkluderades inte i enkäten för att kringgå tvetydiga svar (Bryman & Bell, 2017). Ett exempel på enkäten finns under Bilaga: 2 enkätfrågor och där en beskrivning av de enskilda frågorna finns i empirikapitlet (4.1.1 Enkätundersökning).

3.6.2 Enkät fördelning

För att nå den målgrupp som tillhör studien har författarna använt sig av allabolags sökmotor och avgränsat sig till småföretag inom dagligvaruhandeln i Stockholms län. Enkätundersökningen besvarades av totalt 84 respondenter varav två av dessa resulterade i bortfall. Detta berodde på att de hade svarat ‘Nej’ på frågan som lyder; “Är du ansvarig för investeringar och beslutsfattande i butiken?”. Därav bestod undersökningen av 82 respondenter, efter bortfallet.

3.6.3 Pilotstudie

En Pilotstudie genomfördes på de fyra företag som intervjuades. Detta för att kunna ställa öppna frågor och få en bild över de frågor som senare användes till den semistrukturerade intervjun, men även till att utveckla de fasta svarsalternativen som användes till enkätundersökningen. Fördelen med en pilotundersökning är att båda författarna kan träna på att ställa frågor. Men även upptäcka vilka frågor som är relevanta/ ej relevanta, vilka frågor som behöver förtydligas och frågor som respondenterna inte vill svara på. En pilotstudie genomfördes även på enkätfrågorna där tio beslutsfattare inom dagligvaruhandeln utanför studiens urval fick enkäten skickad till dem. Dessa kontaktades sedan per telefon för att få deras åsikter kring enkätfrågornas uppbyggnad (Bryman & Bell, 2017). Detta gjordes i syfte att försäkra sig om enkätfrågorna gick att förstå och för att få synpunkter från olika håll, i hopp om att minska chansen för eventuella bortfall.

3.6.4 Intervju

Vid genomförandet av en intervju är det viktigt att intervjuns syfte förklaras till respondenterna så att de är medvetna om vad själva studien går ut på. När det kommer till den kvalitativa undersökningen så genomfördes pilotstudien för att säkerställa vilka frågor som var relevanta till undersökningen. Men också för att säkerställa för respondenterna om vad för typ av frågor forskarna ville undersöka. Därefter träffades båda författarna med respondenterna ännu en gång för att genomföra semistrukturerade intervjuer. Detta för att ingen nödvändiga data skulle falla bort samt för att underlätta vid följdfrågor då båda författarna kunde komplettera varandra och ställa nödvändiga frågor som den andra inte hade i åtanke. En ljudinspelning genomfördes för att underlätta transkriberingen (Denscombe, 2018). Efter att intervjuerna genomfördes kontaktades respondenterna ännu en gång för att ge dem en möjlighet att komplettera sina svar ytterligare. En av de främsta ståndpunkterna att ta hänsyn till var respondenternas val av anonymitet, internt inom företaget, men också gentemot offentligheten. Dessutom vägs det stor tyngd på att frågor om det interna upplägget klassificeras konfidentiellt (Justesen & Mik-Meyer, 2012). Samtliga respondenter i den kvalitativa och kvantitativa empirin har erbjudits anonymitet och att deras uppgifter behandlas konfidentiellt. Samtliga intervjuer genomfördes av författarna på företag inom Stockholms län, i de tillfrågades kontor. Intervjuerna har även efter samtycke med respondenterna spelats in och båda författarna har varit närvarande vid intervjutillfällena för att på så sätt kunna eliminera risken att information förloras. Detta för att på bästa sätt kunna sammanställa empirin. Fördelen med semistrukturerade intervjuer är att respondenterna vid behov fått frågor förklarade för sig, men även att de fått möjlighet att tala fritt och ge bredare svar.

3.6.5 Chi-två-test

I studien tillämpades ett chi-två-test för att ta reda på om två variabler stod i samband med varandra vilket kan anses som statistiskt signifikant. Det kan vara variabler som utbildningsnivå, kön, ålder samt branscherfarenhet (Denscombe, 2018).

En nollhypotes och mothypotes ställdes mot varandra för att se om det fanns någon samband mellan variablerna. Mothypotesen (H_1) var ekvivalent med att det fanns en inverkan på investeringsbenägenhet, medan nollhypotesen (H_0) var ekvivalent med att det inte fanns någon inverkan på investeringsbenägenhet. Steget därefter är att välja signifikansnivå vilket redogör att hypotesen kan avslås fast den är sann. (Sharpe, 2015).

Signifikansnivån för denna studie ligger på fem procent, vilket påvisar att det finns en femprocentig chans att resultatet är felaktig. Resterande 95% motsvarar den sannolikhet att den genomförda studien stämmer med det som beräknats. (Lind, Marchal & Wathen, 2017). För att se och förklara om nollhypotesen är inkorrekt beräknas ett p-värde. Detta beror på hur p-värdet förhåller sig till signifikansnivån. Är signifikansnivån lägre än p-värdet behålls nollhypotesen, är det däremot tvärtom och p-värdet är lägre än signifikansnivån förkastas nollhypotesen (ibid).

Den förväntade frekvensen (expected frequency) behövs och räknas fram därefter för att kunna inkludera den i chi-två-testet. Expected frequency räknas på följande sätt:
Expected frequency: f_e = Grand Total / (Row Total) × (Column Total) (ibid).

Chi-två: $x^2 = \sum \frac{(\mathrm{fo}-\mathrm{fe})^2}{\mathrm{fe}}$

Därefter beräknas det kritiska värdet vilket säger hur pass stor avvikelsen är mellan det som observeras och det som förväntas få vara. Detta för att forskarna ska kunna ifrågasätta att (H_0) behålls. Det kritiska värdet beräknas först genom att få fram frihetsgraden genom att tillämpa tabellen ’Critical values of Chi-square’ vilket kan avläsas under bilaga 4 (ibid).
Frihetsgrad: df = (Row Total -1) × (Column Total - 1)

Testet går ut på att se om det kritiska värdet är större eller mindre än chi-två. Är det kritiska värdet större eller likvärdig med chi-två behålls (H_0). Om det kritiska värdet är lägre än chi-två förkastas (H_0) (ibid).

3.6.6 Pilotstudie

I syfte att kunna samla in data för att besvara studiens frågeställningar genomförde författarna en pilotundersökning för att kunna utforma en bekräftande studie. En pilotstudie är en förberedande studie till den huvudsakliga studien (Bryman & Bell, 2017). På så vis fick både författarna samt respondenterna en uppfattning av vad som skulle beröras och vad man på ett ungefär förväntade sig senare vid en bekräftande studie. På så sätt korrigerades vissa intervjufrågor samt frågor som var avsedda för enkäten via pilotstudien för att förhindra eventuella bortfall.

3.7 Datainsamling

Här framgår den datainsamling som fastställts via två tillvägagångssätt; primärdata och sekundärdata.

3.7.1 Primärdata

Primärdata avser den data som samlats in på egen hand för att senare granska, och där man vidare på egen hand kontrollerat hela undersökningsprocessen (Eliasson, 2018). Primärdatan har samlats in via enkätstudien som besvarades av 82 respondenter samt intervjuerna som genomförts på ytterligare fyra respondenter. Motsatsen till primärdata är sekundärdata, där författarna tillämpat tidigare forskning med data som insamlats och granskats av andra (Flowerdrew & Martin, 2013).

3.7.2 Sekundärdata

Sekundärdata är den information som hämtats från böcker, webben, tidskrifter och vetenskapliga artiklar. Det vill säga att man tillämpat data som andra insamlat (Eliasson, 2018); (Flowerdrew & Martin, 2013). För att ta reda på den information som önskats har författarna använt sig av databaser såsom Google Scholar, Söder Scholar, Jstor samt Södertörns högskolebibliotek. Vid sökandet i de olika databaserna har bland annat sökord såsom *investment, investment- decision, investment process, risk management, small enterpises, grocery trade, grocery stores* och mycket fler använts för att få fram resultat som hör till studiens avgränsade område.

3.8 Etiskt förhållningssätt

För att få en väl forskningsetik av hög grad krävs det enligt Vetenskapsrådet (2018) att man följer fyra principiella riktlinjer vilket beskrivs som: respekt, ärlighet, ansvar och tillförlitlighet. Vidare förklaras samtycke, information, nyttjande och konfidentialitet som de etiska krav som är valid för studien och som noga uppmärksammats av författarna under observationerna. Författarnas roller som observatörer ansåg att det var väldigt viktigt att ta hänsyn till respondenterna samt att vara insiktsfulla på regler och normer och egna värderingar. Detta för att på något sätt inte kunna påverka tolkningen och uppfattningen av den data som insamlats (Bjørndal, 2018). Några etiska riktlinjer som författarna inkorporerade var exempelvis att säkerställa respondenternas anonymitet och att deras deltagande skulle vara medgivet och frivilligt. Dessutom informerades syftet och metoden muntligt innan observationen och intervjun påbörjades, för varje enskilt fall (Bryman, 2018).

Innan intervjuerna inleddes, informerades på så vis respondenterna om målet och syftet med undersökningen och om hur den skulle gå tillväga. Vidare fick de ställa författarna frågor för att förtydliggöra ytterligare synpunkter från deras sida och om vad deras engagemang skulle innebära och betyda för dem själva. Slutligen fick respondenterna skriva under en samtyckesblankett (GDPR) där det beskrevs hur deras information skulle användas och att de gav samtycke till att det behandlades konfidentiellt. De 82 respondenter som deltog i enkätundersökningen fick möjligheten att ställa frågor till författarna vid eventuella funderingar. Detta delvis per telefon, mail samt fysiska besök på plats i de olika butikerna författarna besökte för att dela ut enkäterna.

3.9 Källkritik

För att uppnå objektivitet i studien krävs ett kritiskt tänkande och inställning. Det som anses vara osäkert eller instabilt bör avlägsnas (Smith, 2006). För att öka trovärdigheten och tillförlitligheten i studien har tidigare studier använts vilka är framtagna från databaserna Söder scholar, Google scholar samt Jstor. De källor som använts i studien är bland annat från vetenskapliga artiklar, tidskrifter, samt från andra internetkällor. Dessutom har studien använt sig av litteratur från Södertörns högskolebibliotek där användningen av flera böcker gällande samma ämne styrkt innehållet i studien.

Studien har dock inte enbart tagit med tidigare studier från 2000-talet och framåt, utan även inkluderat betydligt äldre källor vilket kan kritiseras och diskuteras om det är relevant för nutid eller ej. Dessa har använts för att det funnits nödvändig information som även kan implementeras i nutid. Givetvis har de äldre källorna inte täckt upp ämnen som digitalisering, e-handel m.m. utan där dessa kompletterats med nyare källor.

3.10 Metoddiskussion & Kritik

Det är av yttersta vikt att ha en diskussion om val om de semistrukturerade intervjuer som tillämpats samt antalet respondenter. I detta fall kan kritiken först och främst vändas mot huruvida tillräckligt det är att intervjua endast fyra respondenter som fungerar som representanter till småföretag inom dagligvaruhandeln. Resultaten hade givetvis sett annorlunda ut om intervjuerna varit fler där man på så sätt skulle kunna ha inkorporerat ännu fler representanter från olika delar av landet, eller till och med internationellt. Vid kvalitativa

studier samlar man in information från få enheter vilket bidrar till att man inte täcker ett brett område. Detta leder till att man endast undersöker ett specifikt område och därför kan man inte generalisera resultatet såsom man kan vid en kvantitativ studie (Denscombe, 2018). På så sätt använde sig studien också av en enkätundersökning för att täcka upp de delar den kvalitativa delen inte kunde ta med och vice versa. Kritiken kan också vändas mot antalet respondenter som deltog i enkätundersökningen (82 respondenter). Trots att Denscombe (2018) menar att det inte finns en lägsta gräns på antal respondenter i småskaliga projekt, så skulle en högre siffra på exempelvis 100–200 enkätsvar varit mer generaliserbar än 82 enkätsvar. Då författarna riktade in sig på beslutsfattare i Stockholms län inom dagligvaruhandeln och inte vilka respondenter som helst, så var det inte möjligt att få in data från fler respondenter i detta urval. Denna siffra skulle ha kunnat varit högre om författarna inkluderade mellanstora samt stora företag i Stockholms län eller företag runt om i Sverige. Däremot hade det varit för resurs- och tidskrävande att avgränsa sig till så många lämpliga respondenter som skall representera urvalet.

Att behandla information från semistrukturerade intervjuer kan innebära utmaningar för forskargruppen eftersom det är väldigt tidskrävande, därav blir det svårt att intervjua många företag. En risk finns även att information utelämnas när empirin sammanställs. Vid genomförandet av intervjuer kan alltid information utelämnas i form av att rätt frågor inte ställs eller att man missat vissa möjligheter att ställa följdfrågor (Denscombe, 2018). Även författarnas personlighet och handlingssätt kan påverka hur respondenter besvarar på intervjufrågorna. Detta kan skilja respondenternas svar beroende på vem det är som intervjuar en respondent (Larsen, 2018).

En annan intressant synpunkt att ta upp är om och till vilken grad respondenternas svar är vinklade och snedvridna. Detta kan t.ex. vara om respondenterna har svarat på olika frågor baserat på deras egna intressen, det vill säga få sitt företag att verka bättre än andras. Detta gäller både intervjuerna samt enkätundersökningen. Vidare skulle det vara intressant om lika många kvinnor som män ställde upp på enkätundersökningen för att kunna göra en utförligare jämförelse. Studien omfattar endast 15 kvinnor vilka deltog i enkätundersökningen men detta är ingen slump då enligt Statistiska centralbyrån (2017) driver betydligt färre kvinnor än män företag.

Avslutningsvis är det av betydelse att ta upp och diskutera respondenternas bakgrunder. Varje respondent har en unik roll och tillvägagångssätt i vardera verksamheten där varje individ har olika syn på vissa punkter trots att de kan vara verksamma inom samma bransch.

3.11 Validitet och Reliabilitet

En studies vetenskaplighet baseras på den grad av validitet och reliabilitet som använts. Enligt Noble & Smith (2015) beskrivs validitet som ett beskrivande begrepp till att fokus ligger i undersökningen och att det som har varit till syfte att undersökas verkligen undersöks. Vidare menar Kvale & Brinkmann (2014) att en metod skall väljas som passar bäst till att forska och åstadkomma syftet med undersökningen. Validiteten sänks om frågeställningarna som är ämnade att besvaras i studien inte utförs på ett pålitligt och tillförlitligt sätt.

Författarna anser att studien nått de krav på validitet då empirin är grundlagd på intervjuer och en enkätstudie som utförts med frågor vilka är kopplade till syftet. Urvalet av respondenter har varit lämpliga och passande för studien då samtliga respondenter gett en insyn av studiens frågeställningar. Studiens validitet har således stimulerats genom meriter och befogenheter av respondenternas upplysningar.

Reliabilitet eller pålitlighet avser den data som samlats in och om man kan lägga sin tillit på den datan samt studiens granskning och resultat (Noble & Smith, 2015). Denna studie har utgått från ett icke-sannolikhetsurval eftersom det enligt Denscombe (2018) ger mest värdefull information för undersökningen. Tyvärr kan dock denna typ av urval sänka reliabiliteten i studien då den inte speglar hela populationen. Framtida studier kan på så sätt skilja sig i de erhållna resultaten i förhållande till denna studie. Därför har enkätfrågorna noga granskats för att uppnå en objektivitet, det med hjälp av en pilotstudie för att säkerställa sig om att rätt information samlas in. Trovärdigheten av undersökningen bibehålls med en konkret beskrivning av syfte och frågeställning och hur dessa leder till empiriska underlag samt hur tolkningen av data och analysen implementerats.

4. Empiri

Detta kapitel sammanställer enkätundersökningen och de intervjuer som har genomförts på företag inom dagligvaruhandeln. Butikerna valde att vara anonyma och syftet med intervjuerna var att besvara studiens frågeställning och få en inblick på beteendemönstret som småföretag har gällande investeringar och risker.

4.1 Kvantitativ del

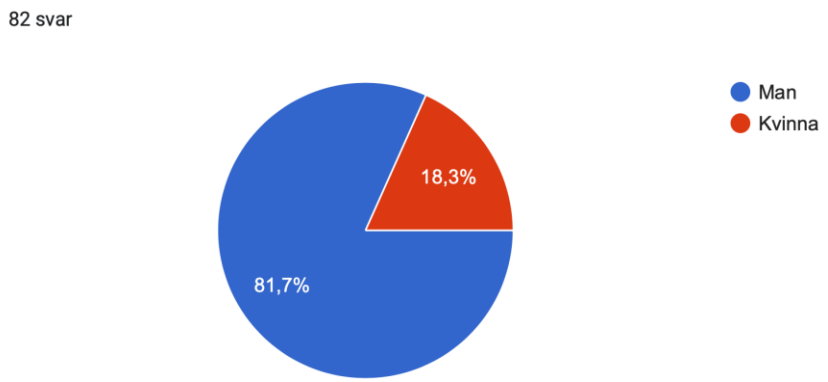
4.1.1 Enkätundersökning

Under den kvantitativa empiridelen sammanställs de resultat som samlats in från enkätstudien som gjorts på totalt 82 av 84 respondenter.

Fråga 1. Är du ansvarig för investeringar och beslutsfattande i butiken?

Två respondenter svarade att de inte var beslutstagare i butiken och därmed uteslöts deras enkätsvar. Detta var som en kontrollfråga för att säkerställa att de som svarat på enkäten var beslutstagare i företaget. Information om att enbart beslutstagare fick svara på enkätundersökningen fanns med på enkäten. Men trots det var det en del anställda utan roll som innehar beslutsansvar som besvarade enkäten. Dessa enkäter sållades därför bort *(se bilaga 3, figur 4.1).*

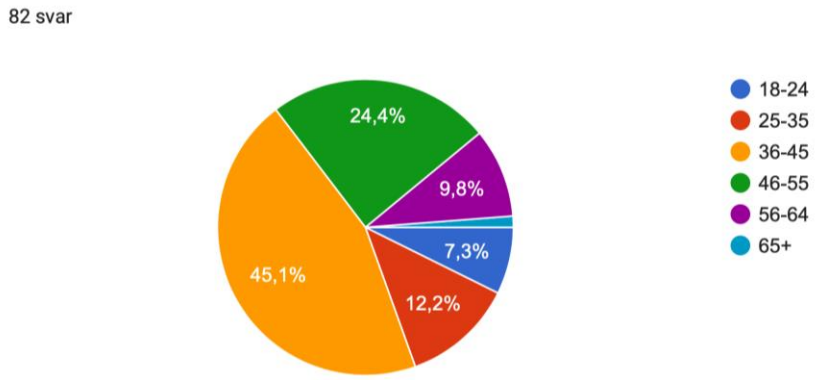
Fråga 2. Juridiskt kön



Figur 4.2

Denna fråga var till för att ta reda på hur uppdelningen av män och kvinnor var inom branschen. Där 67 av 82 totala respondenter var män (81,7%) och 15 av 82 totala respondenter var kvinnor (18,3%).

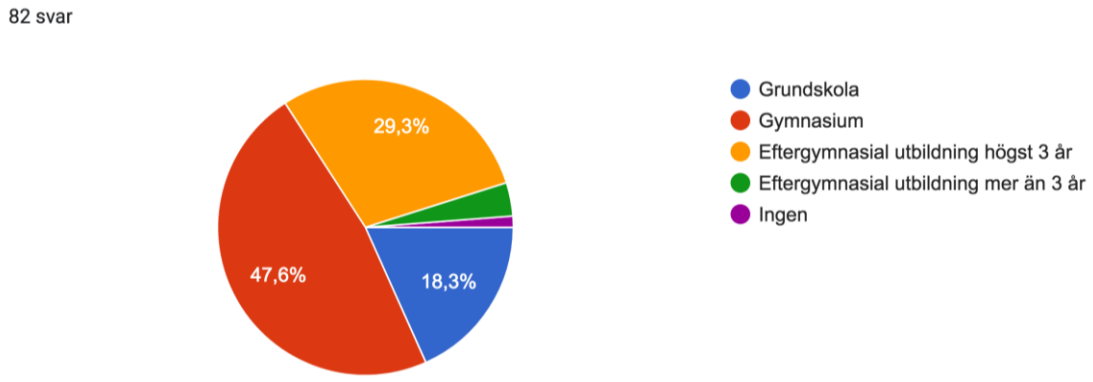
Fråga 3. Ålder



Figur 4.3

Denna fråga var till för att ta reda på hur gamla respondenterna var, där åldrarna 18–24 utgjorde 7,3% av svaren (6 av 82 respondenter). Åldrarna 25–35 utgjorde 12,2% av svaren (10 av 82 respondenter). Åldrarna 36–45 utgjorde 45,1% av svaren (37 av 82 respondenter). Åldrarna 46–55 utgjorde 24,4% av svaren (20 av 82 respondenter). Åldrarna 56–64 utgjorde 9,8% av svaren (8 av 82 respondenter). Den sista åldersgruppen 65+ utgjorde 1,2% av svaren (1 av 82 respondenter). Det som går att tyda här är att respondenterna mellan åldrarna 36–45 & 46-55 tillsammans utgjorde 69,5% av svaren (57 av 82 respondenter).

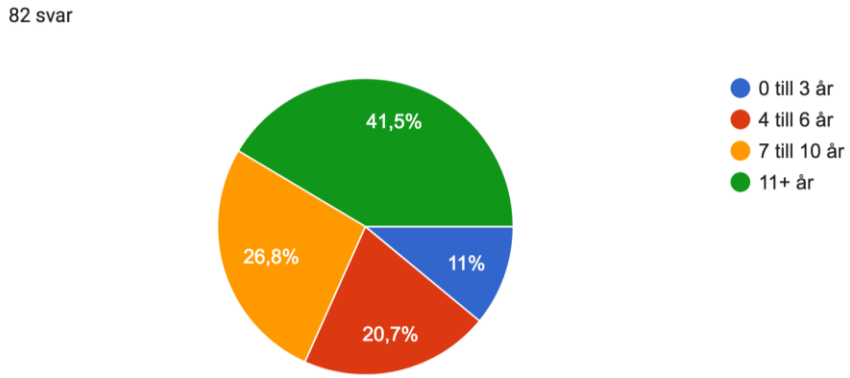
Fråga 4. Vilken utbildningsnivå har du?



Figur 4.4

Denna fråga var till för att ta reda på om hur utbildningsnivån hos respektive beslutstagare (respondent) var inom branschen. Grundskoleutbildning utgjorde 18,3% av svaren (15 av 82 respondenter). Gymnasial utbildning utgjorde 47,6% av svaren (39 av 82 respondenter). Eftergymnasial utbildning på högst tre år utgjorde 29,3% av svaren (24 av 82 respondenter). Eftergymnasial utbildning på mer än tre år utgjorde 3,7% av svaren (3 av 82 respondenter). Respondenter med ingen utbildning utgjorde 1,2% av svaren (1 av 82 respondenter).

Fråga 5. Hur många års erfarenhet har du inom branschen?



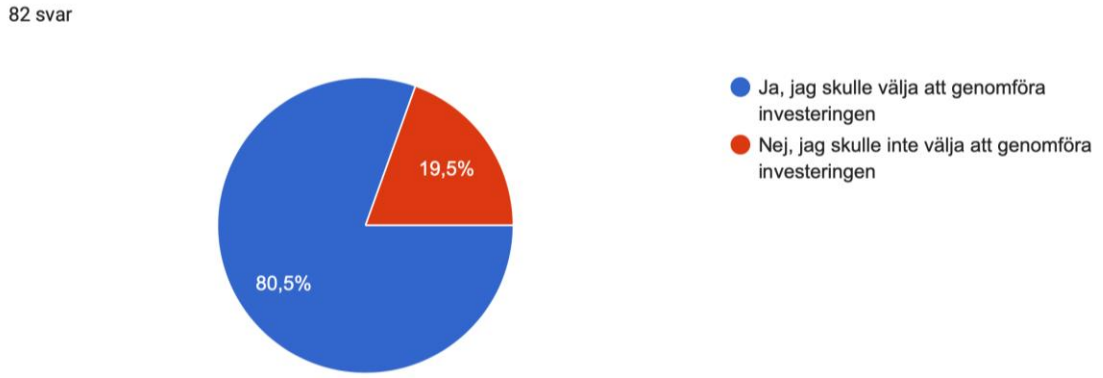
Figur 4.5

Denna fråga var till för att ta reda på hur hög branscherfarenhet respondenterna hade. Alternativet 0–3 år utgjorde 11% av svaren (9 av 82 respondenter). Alternativ 4-6 år utgjorde 20,7% av svaren (17 av 82 respondenter). Alternativ 7-10 år utgjorde 26,8% av svaren (22 av 82 respondenter) och alternativ 11+ år utgjorde 41,5% av svaren (34 av 82 respondenter).

Fråga 6. Brukar du be om rådgivning innan du genomför en investering?

Denna fråga var till för att se hur säkra/ osäkra respondenterna var i deras beslutsfattande. De som alltid bad om rådgivning utgjorde 51,2% av svaren (42 av 82 respondenter). De som bad om råd ibland utgjorde 35,4% (29 av 82 respondenter). De som aldrig bad om rådgivning utgjorde 13,4% av svaren (11 av 82 respondenter), (*se bilaga 3, figur 4.6*).

Fråga 7. Det uppstår en trend inom dagligvaruhandeln som kan lyfta ditt företag och ge en ekonomisk vinning till din verksamhet om den implementeras. Däremot kan denna investering också medföra en ekonomisk förlust om den ej implementeras på rätt sätt. Skulle du välja att genomföra investeringen?



Figur 4.7

Fråga 7 var till för att se om respondenterna i fråga skulle kunna ta en risk eller ej. Det var en kontrollfråga ämnat för att kunna analysera investeringsbenägenheten hos beslutsfattarna med hjälp av chi-två-testet. De som skulle genomföra investeringen och på så sätt ta en risk utgjorde 80,5% av svaren (66 av 82 respondenter). De som inte ville ta en risk utgjorde 19,5% av svaren (16 av 82 respondenter).

Fråga 8. Hur finansieras investeringarna?

Fråga 8 var till för att få fram hur företagen finansierar sina investeringar. Eget kapital utgjorde 65,4% av svaren (52 av 82 respondenter). Banklån utgjorde 4,9% av svaren (4 av 82 respondenter). Inga företag hade finansierats på ett annat sätt (*se bilaga 3, figur 4.8*).

Fråga 9. Tillämpar ni Pay-off-metoden? (Denna investeringsmetod används för att beräkna hur många år det tar för en investering att återbetalas).

Denna fråga var till för att få reda på om företagen tillämpade investeringskalkylen, pay-off. De som använde sig av pay-off (återbetalningsmetoden) utgjorde 76,8% av svaren (63 av 82 respondenter). De som inte använde sig av pay-off-metoden utgjorde 23,2% av svaren (19 av 82 respondenter), (*se bilaga 3, figur 4.9*).

Fråga 10. Tillämpar ni net present value? Nuvärdemetoden. (Denna investeringsmetod används för att fastställa en investerings lönsamhet genom att ta hänsyn till investeringens givna kalkylränta).

Fråga 10 var avsedd att ta reda på om företagen tillämpade investeringskalkylen, net present value (nuvärdemetoden). De som använde sig av net present value utgjorde 28% av svaren (23 av 82 respondenter). De som inte använde sig av net present value utgjorde 72% av svaren (59 av 82 respondenter), (*se bilaga 3, figur 4.10*).

Fråga 11. Använder du dig av investeringskalkyler beroende på investeringens storlek?

Fråga 11 var för att ta reda på om investeringskalkyler användes i förhållande till investeringens storlek. Alternativ 'Ja' utgjorde 64,6% av svaren (53 av 82 respondenter). Alternativ 'Nej' utgjorde 35,4% av svaren (29 av 82 respondenter), (*se bilaga 3, figur 4.11*).

Fråga 12. Har ni en investeringsprocess som ni använder er av vid en investering? I så fall vilken av de nedanstående svarsalternativen är mest lik er investeringsprocess?

Fråga 12 var för att se på ett ungefär hur de olika företagens investeringsprocess såg ut. Alternativ 1 i (blå färg) utgjorde 15,9% av svaren (13 av 82 respondenter). Alternativ 2 (röd färg) utgjorde 31,7% av svaren (26 av 82 respondenter). Alternativ 3 (orange färg) utgjorde 41,5% av svaren (34 av 82 respondenter). De som inte använde någon investeringsprocess utgjorde 8,5% av svaren (7 av 82 respondenter). De som använde en annan investeringsprocess utgjorde 2,4% av svaren (2 av 82 respondenter) (*se bilaga 3, figur 4.12*).

4.1.2 Chi-Två-test

Ett Chi-två-test har tillämpats för enkätstudien för att se om det finns samband mellan variablerna i fråga och om investeringsbenägenhet.

Tabell 1: **Kön**

Kön i relation till investeringsbenägenhet	*fo*	*fe*	*(fo - fe)*	*(fo - fe)²*	$\frac{(fo - fe)^2}{fe}$
Man (Ja)	58	53,926	4,074	16,597	0,307
Kvinna (Ja)	8	12,073	-4,073	16,589	1,374
Man (Nej)	9	13,073	-4,073	16,589	1,268
Kvinna (Nej)	7	2,926	4,074	16,597	5,672
					8,621

Frihetsgrad	Kritisk värde	P-värde	Resultat
(2-1) x (2-1) = 1	3,841	$9{,}33223*10^{-9}$	**Nollhypotesen förkastas**

*Observera: att **'Ja'** innebär i detta fall att beslutsfattaren är investeringsbenägen.*
*Observera: att **'Nej'** i detta fall innebär att beslutsfattaren inte är investeringsbenägen.*

Chi-två-testet resulterade i ett värde på 8,621 där det kritiska värdet hamnade på 3,841. Detta visar att det kritiska värdet är lägre än chi-två värdet och anger därför att skillnaden mellan könen (män & kvinnor) är en faktor. Mothypotesen behålls på så sätt och nollhypotesen förkastas. Detta anses vara statistisk signifikant då P-värdet understiger 0,05.

Tabell 2: **Ålder**

Ålder i relation till investeringsbenägenhet	*fo*	*fe*	*(fo - fe)*	*(fo - fe)²*	$\frac{(fo - fe)^2}{fe}$
18-24 (Ja)	2	4,829	-2,829	8,004	**1,657**
25-35 (Ja)	9	8,048	0,952	0,906	0,112
36-45 (Ja)	31	29,78	1,22	1,488	0,049
46-55 (Ja)	16	16,097	-0,097	0,009	0,001
56-64 (Ja)	8	6,439	1,561	2,436	0,378
65+ (Ja)	0	0,804	-0,804	0,646	0,804
18-24 (Nej)	4	1,17	2,83	8,008	6,845
25-35 (Nej)	1	1,951	-0,951	0,904	0,463
36-45 (Nej)	6	7,219	-1,219	1,485	0,205
46-55 (Nej)	4	3,902	0,098	0,009	0,002
56-64 (Nej)	0	1,56	-1,56	2,433	1,56
65+ (Nej)	1	0,195	0,805	0,648	3,323
					15,399

Frihetsgrad	Kritisk värde	P-värde	Resultat
(6-1) x (2-1) = 5	11,07	$1.63702*10^{-10}$	**Nollhypotesen förkastas**

*Observera: att **'Ja'** innebär i detta fall att beslutsfattaren är investeringsbenägen.*

*Observera: att **'Nej'** i detta fall innebär att beslutsfattaren inte är investeringsbenägen.*

Chi-två-testet resulterade i ett värde på 15,399 där det kritiska värdet hamnade på 11,07. Det visar att det kritiska värdet är lägre än chi-två värdet och anger därför att även ålder har ett inflytande på investeringsbenägenhet. Mothypotesen behålls på så sätt och nollhypotesen förkastas och anses vara statistisk signifikant då P-värdet understiger 0,05.

Tabell 3: **Utbildningsnivå**

Utbildning i relation till investeringsbenägenhet	***fo***	***fe***	***(fo - fe)***	***(fo - fe)²***	$\frac{(fo - fe)^2}{fe}$
Grundskola (Ja)	10	12,073	-2,073	4,297	0,355
Gymnasium (Ja)	31	31,39	-0,39	0,152	0,004
Eftergymn. 3 år (Ja)	21	19,317	1,683	2,832	0,146
Efergymn. 3+ år (Ja)	3	2,414	0,586	0,343	0,142
Ingen (Ja)	1	0,804	0,196	0,038	0,047
Grundskola (Nej)	5	2,926	2,074	4,301	1,47
Gymnasium (Nej)	8	7,609	0,391	0,152	0,02
Eftergymn. 3 år (Nej)	3	4,682	-1,682	2,829	0,604
Efergymn. 3+ år (Nej)	0	0,585	-0,585	0,342	0,584
Ingen (Nej)	0	0,195	-0,195	0,038	0,195
					3,567

Frihetsgrad	**Kritisk värde**	**P-värde**	**Resultat**
(5-1) x (2-1) = 4	9,488	$2.6395*10^{-12}$	**Mothypotesen förkastas**

*Observera: att **'Ja'** innebär i detta fall att beslutsfattaren är investeringsbenägen.*

*Observera: att **'Nej'** i detta fall innebär att beslutsfattaren inte är investeringsbenägen.*

Chi-två-testet resulterade i ett värde på 3,567 där det kritiska värdet hamnade på 9,488. Det här visar att det kritiska värdet är lägre än chi-två värdet och säger därför att utbildningsnivån inte har ett inflytande på investeringsbenägenhet. På så sätt förkastas mothypotesen och nollhypotesen behålls. Det anses även här vara statistisk signifikant då P-värdet <0,05.

Tabell 4: **Branscherfarenhet**

Erfarenhet i relation till investeringsbenägenhet	*fo*	*fe*	*(fo - fe)*	*(fo - fe)²*	$\frac{(fo - fe)^2}{fe}$
0–3 år (Ja)	2	7,243	-5,243	27,489	3,795
4–6 år (Ja)	13	13,682	-0,682	0,465	0,033
7–10 år (Ja)	19	18,512	0,488	0,238	0,012
11+ år (Ja)	32	26,56	5,44	29,593	1,114
0–3 år (Nej)	7	1,756	5,244	27,499	15,66
4–6 år (Nej)	4	3,317	0,683	0,466	0,1406
7–10 år (Nej)	4	4,487	-0,487	0,237	0,052
11+ år (Nej)	1	6,439	-5,439	29,582	4,594
					25,4006

Frihetsgrad	Kritisk värde	P-värde	Resultat
(4–1) x (2-1) = 3	7,815	0,001838	**Nollhypotesen förkastas**

*Observera: att **'Ja'** innebär i detta fall att beslutsfattaren är investeringsbenägen.*

*Observera: att **'Nej'** i detta fall innebär att beslutsfattaren inte är investeringsbenägen.*

Chitvå testet resulterade i ett värde på 25,4006 där det kritiska värdet hamnade på 7,815. Detta visar att det kritiska värdet är lägre än chi-två värdet och anger därför att branscherfarenhet har ett tydligt inflytande på investeringsbenägenhet. Mothypotesen behålls på så sätt och nollhypotesen förkastas och anses vara statistisk signifikant då p-värdet <0,05.

4.2 Kvalitativ del: Intervjuer

4.2.1 Företag A

Presentation av företaget

Företaget har i dagsläget totalt tio anställda och har ett brett sortiment av både färskvaror och paketerat mat. Butiken säljer varor från Mellanöstern vilket är unikt och ovanligt än andra livsmedelsbutiker i Sverige. Butiken fokuserar främst på att ha låga priser och färskvaror. Något som enligt dem gynnar företaget är att de är belägna nära flera bostadsområden, vilket bidrar till att efterfrågan på livsmedel i denna butik är väldigt hög. Respondenten som är en av delägarna i företaget har sedan tidigare arbetat i en fabrik i sitt hemland inom livsmedel, annars är beslutstagarna i denna butik relativt nya i branschen. Respondenten är 40 år gammal och har ingen utbildning.

Finansieringsalternativ

Respondenten menar att de finansierar de flesta av deras investeringar med hjälp av eget kapital. Banken sätter krav på företag som ibland inte kan uppfyllas vilket innebär svårigheter för företag att få tillgång till finansiering via banklån. Större investeringar såsom maskiner inhandlas via delbetalning.

Digitalisering

Respondenten påpekade att delägarna tidigare haft diskussion om digitalisering. I deras fall har det handlat om att leverera varor till kunder på beställning via antingen en hemsida eller via telefon. Att införa snabbkassor, självscanning eller matkassor är inget delägarna är intresserade av då dem ansåg att det inte skulle vara lönsamt. Under “rusch-tiderna” skulle det vara svårt för företaget att ta hand om alla kunder. Detta hade enligt respondenten ökat risken för stöld.

Användning av investeringskalkyler

Respondenten kände inte till net present value (npv) och har på så sätt inte använt sig av den. Däremot använder de sig av pay-off metoden. De tar hänsyn till storleken på investeringar, små investeringar som ej kräver delbetalning gör de inga större kalkyler på. Större köp såsom maskiner tar längre tid att betala av och kräver således mer planering och kalkylering av den framtida lönsamheten.

Riskhantering

I respondentens fall går riskhanteringen ut på att inte ta onödiga risker med till exempel att köpa dyra maskiner, införa snabbkassor eller självscanning etc. Det hela beror på hur företagets resultat varit. Om företaget haft ett bra år kan de då börja satsa på olika typer av investeringar. Respondenten menar att företaget redan haft en diskussion om snabbkassor och dylikt sedan tidigare men har avvaktat tills det egna kapitalet blivit tillräcklig för att kunna finansiera investeringarna. Vidare gäller det att inte ha allt för många maskiner på delbetalning, detta kan då resultera till att företagen har för stora utgifter varje månad vilket kan vara kostsamt och riskfyllt under svaga månader, där försäljningen varit låg. Även här genomför företaget kalkyler, där investeringar som visar sig vara olönsamma avbryts. Företaget måste ständigt ta hänsyn till och tänka på sitt eget kapital vid investeringar, då de inte alltid får lån från banken.

Investeringsprocess

Respondenten förklarar att ägarna har möten där de tar gemensamma beslut för de behov företaget har och diskuterar över hur man kan uppfylla dessa behov. Under mötena försöker man lokalisera de "problem" som finns i butiken och hur man kan lösa dessa eller förbättra försäljningen. Beslutsfattarna får även väldigt mycket information från antingen leverantörer eller företag som vill sälja sina maskiner, produkter, tjänster etc. Allt detta tar beslutstagarna hänsyn till, då de i god tid brukar ställa in sig på de investeringar som är möjliga att införa. Vid nästa steg planeras finansieringen. Här tar man hänsyn till om det egna kapitalet räcker till att finansiera investeringen, där man även tar hänsyn till räntan och hur konjunkturläget är. Vidare börjar företaget genomföra kalkyler för att räkna ut när investeringen kommer vara lönsam och när det är värt att satsa på denna investering. När planeringen med finansieringen är klar och beslutsfattarna är överens om investeringen genomförs den.

Tidigare investeringar och investeringsbenägenhet

Företaget har gjort olika satsningar genom tiden. De har utökat sitt sortiment av varor, satsat på att utbilda personal, inrett butiken med nya hyllor, köpt nya kylskåp, öppnat upp olika avdelningar inne i butiken, förnyat sina maskiner och lagt till nya maskiner. Butiken har även satsat på att effektivisera handlandet för sina kunder genom att förnya sina gamla kassor med kassor med rullband. Vid "rusch-tider" brukade det bildas stora köer vid varje kassa, genom att utöka antalet anställda i butiken och förbättra kassorna, har man kunnat ta emot och hjälpa fler kunder. Dessa investeringar har effektiviserat arbetet i butiken och minskat belastningen

för de anställda då de anställda kan lägga fokus på andra uppgifter i butiken. Respondenten menar också att dessa investeringar hjälper de anställda utföra sina arbeten på rätt sätt och göra det roligare för dem att arbeta. Han menar att detta även minskat på sjukskrivningarna bland de anställda. På frågan huruvida han som beslutsfattare skulle implementera en populär trend till företaget svarade respondenten att han ej skulle genomföra denna satsning. Detta då respondenten anser att det går bra för företaget såsom det är och att implementera en trend inte är värd risken då trender förändras med tiden och är i så fall inte något man kan lita på.

4.1.2 Företag B

Presentation av företaget

Företaget med sina 15 anställda bedriver en livsmedelsbutik med ett brett sortiment. Utöver färskvaror och paketerade varor erbjuder de även produktvaror. Det finns även möjlighet för kunder att beställa kött i butiken, med en specifik charkavdelning. Respondenten menar att butiken satsar mycket på att ge kunden bra service, genom att bland annat ha mycket personal på plats. Respondenten menar att deras service är en av de bidragande orsakerna till att företaget är omtyckt i området. Respondenten som intervjuats av författarna är 55 år gammal och är en utbildad ekonom som är både ekonomiansvarig och delägare i butiken. De mindre besluten tas av respondenten och större beslut som kräver mer resurser tas gemensamt mellan alla delägare. Respondenten har över tio års erfarenhet i branschen men påpekar att hans roll som beslutstagare i just det här företaget är relativt nytt.

Finansieringsalternativ

Företaget finansieras med banklån, respondenten menar att det är lönsammare att självmant betala av sina investeringar då vissa projekt ej stöds av banken. Företaget har därför främst finansierat sina investeringar via eget kapital.

Digitalisering

Respondenten menar att företaget haft diskussioner om att införa snabbkassor men aldrig kommit överens om ett slutgiltigt beslut. Respondentens personliga åsikter är att snabbkassor skulle kunna komma till nytta för deras butik men att de då först skulle behöva renovera i butiken för att ge snabbkassorna utrymme. Dessutom skulle det krävas en satsning på väktare och säkerhet för att undvika snatteri i butiken. Respondenten menar att intresset finns men att hindren i nuläget är större.

Användning av investeringskalkyler

Respondenten som är en utbildad ekonom känner igen båda investeringskalkyler som nämnts i intervjun. Företaget använder sig av både net Present nalue och pay-off-metoden innan de genomför investeringar. Dock menar respondenten att de flesta investeringar som genomförs i butiken passar bättre med pay-off-metoden. Vid de fall där företaget vill ta hänsyn till kalkylräntan används net present value som investeringskalkyl.

Riskhantering

Respondenten anser att det finns risker med allt. Om man inte strävar efter tillväxt finns det en risk att en konkurrent istället tar över och lockar till sig företagets kunder. När företaget öppnade ett kök avsedd för köttförsäljning var de fullt medvetna om riskerna som kunde tillkomma. När man inför en ny avdelning gäller det att man är noggrann med sin marknadsföring för att på så sätt få kunderna medvetna om de varor man säljer. Det är dessutom viktigt att man tar hand om sina stamkunder för att inte förlora dem till konkurrenter. Det är även viktigt att ta hänsyn till deras åsikter och önskemål. Charkavdelningen kom till på begäran av kunder som ville köpa kött direkt i butiken. I början menar respondenten att det inte var lönsamt men att med tiden började investeringen bli lönsam. Personal utbildas så att färskvarorna i butiken sköts på rätt sätt då det finns en stor risk att varor ej säljs i tid (innan bäst före datumet går ut) om inte dem hanteras på rätt sätt. Respondenten menar att en av utmaningarna i butiken är att hålla koll på varorna så att de varor som placeras först i hyllan också säljs först. Annars finns det en risk för att varornas bäst före datum går ut, vilket resulterar i en förlust för butiken.

Investeringsprocess

Företaget håller möten för att få in nya idéer och diskuterar om potentiella investeringar som kan genomföras. Företaget planerar om vilken slags investering man kan tänka sig implementera och hur företaget kan förbättra sig eller öka sina intäkter, vilket diskuteras med ledning och personal. Man tar även hänsyn till kundens önskemål, vilket är av yttersta vikt enligt respondenten. Det är viktigt att ta reda på trender och nya produkter som kommer ut till marknaden. Budgeten avgör om det är möjligt att genomföra en investering eller om det ens är värt att genomföra. Man utför även kalkyleringar för att få en bättre uppfattning inför en investering. När man beräknat att investeringen kommer ge lönsamhet sätts den i verk.

Tidigare investeringar och investeringsbenägenhet

Företaget har sedan tidigare genomfört flera investeringar där man bland annat köpt upp en tom lokal i samma byggnad som man håller på och renoverar. Detta ingår i planerna kring en framtida expandering där man vill flytta charkavdelningen in till den nya lokalen och där även söta bakverk, konfektyr och marmeladkonfekt kommer att säljas. Butiken har även förnyat och renoverat lokalen för att få till en "modern och fräsch känsla". Dessutom har man utökat sitt sortiment genom att ta in nya varor som man tidigare haft för försäljning. Köttet som man säljer i charkavdelningen kan kunden beställa och hämta upp under helgdagar. Butiken hade från början endast en kassa men när kundtrycket ökade bestämde ledningen att öppna en till kassa. Den nya kassan effektiviserade jobbet och på så sätt kunde de ta emot fler kunder samtidigt.

På frågan om respondenten skulle utföra en investering genom att implementera en trend i sitt företag svarade respondenten 'Ja'. Respondenten menade då att företagare måste ta vara på de trender som uppstår och som företag kan utnyttja. Är man för sent ute så kommer företaget att hamna efter. Det gäller att ha en tydlig plan innan man utför en investering där man använder sig av strategi och kalkyler för att på bästa sätt implementera en trend eller en nyhet i sitt företag. Företaget tar till exempel stor hänsyn till högtider, där man försökt lokalisera så gott det går vilka varor som är populärast under de olika perioderna.

4.1.3 Företag C

Presentation av företaget

Företaget har ett brett sortiment av paketerade varor, till skillnad från de tre andra butikerna som intervjuats erbjuder de ej färskvaror i sin livsmedelsbutik. På senare tid har man även börjat sälja detaljhandelsvaror i form av produktvaror där man kan köpa dekoration, inredning och produkter till högtider. Respondenten som intervjuats, är 39 år gammal, är en av delägarna och har sedan tidigare 20 års erfarenhet inom dagligvaruhandeln. Förutom paketerade varor och produktvaror säljer butiken även konfektyr och godis. Då stor del av försäljningen i butiken går ut på att sälja detaljhandelsvaror tar de även hänsyn till högtider. Alla beslut tas gemensamt bland delägarna.

Finansieringsalternativ

Investeringen avgör vilken sorts finansiering som skall ske, de försöker främst hålla sig till eget kapital. Investeringar som är lite mindre finansieras av eget kapital. Större investeringar, där eget kapital inte räcker till kräver en extern finansiering via banklån.

Digitalisering

Företaget har ej haft intresse över att införa digitalisering i form av e-handel, snabbkassor, eller självscanning. De anser att deras kassor klarar sig bra, och tycker att snabbkassor är för dysfunktionella att använda sig av. De har däremot skaffat sig en maskin i butiken där man på egen hand kan köpa med bankkort eller kontanter; tobak och dylikt. Detta för att kassören inte manuellt ska ge tobak som tidigare hade hängt över kassan. Man anser att det belastar kassören och även att kunder kan uppfatta det som obehagligt att köpa tobak och dylikt vid kassan.

Användning av investeringskalkyler

Företaget kände till net present value men hade valt att inte tillämpa denna då dem inte ansåg sig genomföra större investeringar och därför inte tillämpat metoden. Däremot använder de sig av pay-off-metoden som de anser passar bra till de små investeringar de gör. Enligt respondenten räknar de oftast med en pay-off tid på tre år men den kan även variera beroende på situation och investering.

Riskhantering

Respondenten menar att företaget har ett brett sortiment, då de ej har färskvaror har de lite enklare att hantera sina produkter och kan därmed ta in flera olika varor. Att företaget ej har färskvaror minskar risken för förluster i form av att varor inte går att sälja på grund av passerade bäst före datum. Däremot finns det risker med produktvaror från de olika högtiderna inte säljs då blir de över och förlorar sin popularitet, respondenten menar att det gäller att göra rätt uträkningar för att inte köpa in för mycket varor som inte går till försäljning. Respondenten menar också att företaget alltid håller koll på de varor som har bra och dålig försäljning. Om en vara har har dålig försäljning under en lång period så plockas den ned från hyllan och ersätts av andra varor.

Investeringsprocess

Respondenten menar att alla delägare brukar rätt ofta träffas och presentera nya idéer i butiken. Det är viktigt att känna till trender inom detaljhandeln då stor del av omsättningen kommer från försäljning av detaljhandelsprodukter. Mässbesök brukar ske då och då där man träffar andra aktörer från samma bransch och kan på så sätt ta del av andras erfarenheter. Man utför olika kalkyleringar för att göra en ungefärlig beräkning om investeringen kommer bli lönsam eller ej. Ibland kan det vara svårt att kunna räkna ut vilken inkomst en investering kommer att generera och därför är det viktigt att man kommer överens och tar rätt beslut innan man påbörjar något nytt. Så fort finansieringen är löst sätter företaget igång med investeringen.

Tidigare investeringar och investeringsbenägenhet

Företaget har främst investerat i att utöka sitt sortiment genom att sälja detaljhandelsvaror utöver sina livsmedelsvaror. Det har gjort att omsättningen ökat signifikant, respondenten menar på att butiken blivit mer populär och på så sätt har fler kunder hittat dit. För några år sedan öppnade företaget upp en liten avdelning inne i butiken för att kunna sälja konfektyr i form av choklad, godis etc.

Gällande intervjufrågan om trenden som skulle generera ekonomisk vinning om den implementeras i företaget svarade respondenten att han skulle genomföra investeringen. Respondenten menar då att om man är säker på hur man sköter sina investeringar så skall man inte vara orolig för ekonomisk förlust. Trenden måste utnyttjas på rätt sätt så att den genererar inkomst till företaget.

4.1.4 Företag D

Presentation av företaget

Sista företaget har med sina 15 anställda och bedriver sin verksamhet nära flertalet lägenheter. De erbjuder ett brett sortiment av färskvaror och produktvaror. Företaget ger även kunden möjlighet att köpa färdiglagad libanesisk mat på beställning, där både kalla och varma rätter erbjuds. Oftast är det kunder som firar högtider eller andra festligheter som köper denna typ av mat. Butiken erbjuder dessutom sina kunder möjligheten att köpa hem baklava och andra sötsaker. Respondenten som intervjuats är 51 år gammal och är ägaren till

butiken. Han har tio års erfarenhet inom branschen och tar alla beslut på egen hand men ibland diskuterar han olika lösningar med sin personal.

Finansieringsalternativ

Investeringarna företag D finansieras främst genom eget kapital, beroende på investeringens storlek och betydelse. Företaget menar att banken inte alltid ställer upp på att låna ut pengar till företaget och därför sköts finansieringen genom eget kapital. Dessutom måste företaget ta hänsyn till att banklån resulterar i skulder och ränta som måste betalas. Utifrån dessa anledningar anser respondenten att det är säkrare med att finansiera sina investeringar med eget kapital. Däremot brukar företaget betala sina maskinköp via delbetalning om leverantörerna erbjuder det. På så sätt slipper företaget bli av med stora delar av sitt eget kapital.

Digitalisering

Företaget håller på att utveckla en hemsida där kunder kan beställa och betala för hemkörning av färdigmat, vilket beror på en stor efterfrågan hos kunder som sedan tidigare haft önskemål om hemkörning. Efterfrågan på catering i form av libanesisk mat har varit väldigt populärt enligt respondenten och därför håller de nu på att genomföra en investering i form av att man kan beställa mat. Vad gäller snabbkassor och självscanning är detta inte av intresse av då det anses att systemet med vanliga kassor passar företaget bättre, då det är lättare att ta emot kunder som storhandlar.

Användning av investeringskalkyler

Respondenten kände inte till net present value men pay-off-metoden använde företaget sig av vid investeringsbeslut.

Riskhantering

Respondenten menar att det gäller att hålla koll på datum på alla varor i butiken, genom att ha en tydlig riktlinje för personalen om hur varor hanteras. Företaget måste även ta hänsyn till valutan och diverse växelkurser då många importerade varor beställs in till butiken från utomlands. Butiken har god koll på inköpspriser så att varorna som säljs från butiken säljs med ett attraktivt pris. Respondenten menar även att företaget tar tid på sig innan de bestämmer sig för att genomföra en investering. Företaget försöker vara så säkra som möjligt innan man genomför en investering på ett projekt. Företaget tar alltid hänsyn till sina skulder

och försöker betala tillbaka de så fort som möjligt för att inte hamna i en utsatt situation om konjunkturen blir sämre.

Investeringsprocess

Vid mindre investeringar brukar respondenten själv ta beslut och genomföra dem respondenten anser vara lämplig. Vid större beslut som är mer resurskrävande sker en diskussion med resten av personalen. Det gäller först att hitta investeringar som företaget kommer gynnas av, här tar man hjälp av kunder och anställda där man får till en massa information som man kan utnyttja. Sedan löser man finansieringen, huruvida den går att genomföra om ett eller två år. Efter det gör företaget en beräkning för att säkerställa att investeringen kommer generera en ekonomisk lönsamhet. När allt som behövs gjorts beslutar företaget då att genomföra investeringen.

Tidigare investeringar och investeringsbenägenhet

Företaget har en affärsidé som går ut på att ha ett brett sortiment av varor. En satsning de nyligen gjort är att införa så att kunder kan beställa catering i form av libanesisk mat och bakverk. Denna satsning har genererat positiv omsättning. Man har även renoverat och köpt nya materiella tillgångar såsom frysar, kylskåp, fläktar etc. Främsta orsaken till att företaget vill göra investering är för att göra butiken mer effektiv och attraktiv för kunder.

Respondenten valde att investera i scenariot där en trend skulle generera ekonomisk vinst till företaget och motiverade sitt svar med att företaget alltid är öppet för nya förslag, där man tar till sig av nya idéer som kan förbättra arbetssättet. Respondenten var dock tydlig med att investeringskalkylerna måste göras noggranna för att minimera riskerna för olönsamma investeringar som resulterar i en ekonomisk förlust.

5. Analys

I detta kapitel har författarna jämfört teorierna med det empiriska materialet som samlats från de semistrukturerade intervjuerna samt enkätundersökningen. Varje rubrik från empiri avsnittet analyseras och jämförs med de olika teorierna från kapitlet, teoretisk referensram.

5.1 Analysmetod

För att få en punktlig och detaljerad illustration av analysavsnittet har författarna valt att strukturera rubrikerna som i empiri avsnittet. Under de olika rubrikerna har författarna sammanlänkat aktuella teorier från teoretisk referensram med den insamlade empiriska data från diverse intervjuer och enkätundersökningen.

5.2 Finansieringsalternativ

Enkätundersökningen visade att 52 av 82 (63,4%) företag finansieras med eget kapital, där 26 av 82 företag angav att de använde sig av finansiering från både banklån och eget kapital. Endast 4 av 82 respondenter svarade att de enbart finansierar sina investeringar med banklån (*se bilaga 3, figur 4.8*). Detta hänger ihop med studien som utfördes av Beck & Demirguc-Kunt (2006) som påvisade att småföretag främst finansierar sina investeringar med eget kapital. Även den kvalitativa undersökningen visade att alla intervjuade fyra företag finansierar sina investeringar med eget kapital. Företag A motiverade att orsaken var att det är svårt att få finansiering från banken. Företag B angav att banken inte alltid stödjer projekt som företaget vill investera i. Detta bekräftas av Beck & Demirguc-Kunt (2006), att småföretag har svårare att få tillgång till extern finansiering för sina projekt. I deras studie hade 39% av småföretagen som observerades angivit att finansieringssvårigheter var orsaken till hinder för tillväxt (Beck & Demirguc-Kunt, 2006). Företag C och företag D angav att de främst finansierade sina projekt med eget kapital men att större projekt finansierades med banklån. Företag D angav att de tog hänsyn till att skulderna inte skulle vara för stora när man väl tog banklån. Detta då det fanns en risk att man då skulle dra på sig höga skulder om investeringen inte hade visat sig vara lönsam. Andrén, Eriksson & Hansson (2015) bekräftar detta då de menar att småföretag måste ta hänsyn till ränteriskerna vid lån. Att banker ej hjälper småföretag med finansiering bekräftades av Beck & Demirguc-Kunt (2006) som menar att banker inte alltid stödjer småföretag med finansiering. Förklaringen ligger i att

banker inte tar risken att ge ut lån till småföretag där det finns stor informationsasymmetri (Beck & Demirguc-Kunt, 2006).

5.3 Digitalisering

Företag A och företag C svarade att ett införande av digitalisering inte skulle vara lönsam för deras verksamhet. Respondenten från företag B ansåg personligen att man skulle vilja införa snabbkassor i butiken men att det då skulle behövas en renovering för att skapa utrymme. Dessutom har beslutsfattarna i företaget ej kommit överens om ett beslut. Företag D är det enda företaget som beslutat att genomföra en digitalisering i form av hemkörning av mat. Inom snar framtid kommer deras kunder att kunna köpa och beställa varor via hemkörning genom deras hemsida eller per telefon. Det svaga intresset för digitalisering hos dessa småföretag stämmer överens med det faktum att småstäder och mellanstora städer inte är så villiga att handla sina varor via e-handel (endast 23% i småstäder). I detta fall är samtliga intervjuade företag belägna i Stockholms län vilket klassas som en storstad men där företagen inte är belägna i innerstan utan i förorterna. Vilket förklarar likheten mellan företagen i fråga och företagen i små- och mellanstora städer. (Svensk Digital Handel, 2018).

Alla de företag som studien berör kommer från antingen små eller mellanstora städer. Något som ändå måste tas hänsyn till är att kunder föredrar att e-handla lösplock av mat, där de själva väljer den mat de vill handla istället för att införskaffa en färdig matkasse (Svensk Digital Handel, 2018). Företag D bekräftar detta genom att de börjar utveckla en hemsida där kunden själv kan välja att beställa sina varor hem. Likt rapporten från Svensk Digital Handel väljer företaget att fokusera på att sälja lösplock. Företag C som var nöjda med sina kassor införde istället en maskin i butiken där man på egen hand kan köpa tobak och dylikt med bankkort eller kontanter. Företag D vill alltså införa investeringar främst inom maskiner som effektiviserar arbetet och som ger ekonomisk finansiell lönsamhet. Detta i form av att minska arbetets belastning hos personalen men även för att underlätta för kunden att genomföra köp (Etgar et al, 1997).

Alla företag ansåg att snabbkassor och självscanning inte skulle vara gynnsamma för dem, då det antingen skulle störa försäljningen eller öka på onödiga kostnader. Detta bekräftas även av Gryglewicz, Huisman & Kort (2008) att man som företagare tar hänsyn till om en investering kommer vara lönsam eller ej. Om inte är det ingen idé att ta denna risk att

investera i en maskin (självscanning eller snabbkassor i det här fallet). Man får istället hitta andra lösningar för att öka lönsamheten. Respondenterna visade att de alltid måste komma överens kollegor emellan innan man genomför investeringar. Detta bekräftas av den gjorda enkätstudien där 42 av 82 (51, 2%) respondenter svarade att de alltid tar rådgivning innan de tar ett beslut och där 29 av 82 (35,4%) svarade att de ibland tar rådgivning vid beslutstagande (*Se bilaga 3, figur 4.6*).

5.4 Användning av investeringskalkyl

Företag A och företag D kände inte igen net present value- modellen, däremot bekräftade båda butikerna att de tillämpade pay-off-metoden som kalkylering innan ett investeringsbeslut skedde. Respondenten från företag A menar att små investeringar som ej kräver delbetalning inte behöver någon investeringskalkyl. Detta stämmer överens med enkätundersökningen som genomfördes, där 53 av 82 (64,6%) respondenter svarade att investeringens storlek påverkade användandet av investeringskalkyler (*se bilaga 3, figur 4.11*). Företag B var det enda företaget som använde sig av de båda kalkylerna. Dock satsar även de mer på pay-off-metoden då de ansåg att net present value är beroende av kalkylräntan. Företag D kände till dem båda investeringskalkylerna men även de valde att satsa mer på pay-off-metoden. Pay-off används för att beräkna om ett projekt är gynnsamt eller inte. Man håller sig till en tidsperiod för investeringen, beräkningen går ut på att räkna ut om investeringen kommer återbetala sig innan tidsperioden tar slut. Om företaget räknar ut att investeringen kommer återbetala sig inom tidsperioden anses investeringen vara lönsam (Brealey et. al 2014). Pay-off-metoden var populärt även bland de respondenter som svarade på enkäten där 63 av 82 respondenter (76,8%) svarade på att de använde sig av pay-off-metoden, medan endast 23 av 82 (28%) respondenter svarade att de använde sig av net present value (*se bilaga 3, figur 4.9 och bilaga 3, figur 4.10*).

De intervjuade respondenterna som inte använde sig av net present value menade att modellen var för komplicerad att nyttja, till skillnad från pay-off-metoden. Detta är något Hamberg (2004) förstärker, genom att man ej tar hänsyn till kalkylräntan och andra alternativa kostnader. Således är pay-off-metoden passande för simpla investeringar som småföretag kan använda sig av. Att pay-off-metoden var vanligast bland studiens respondenter är ingen överraskning då pay-off-metoden är den vanligaste förekommande kalkylen innan företag tar ett investeringsbeslut (Hamberg, 2004); (Tell, 1978).

5.5 Riskhantering

Det gäller för företag att kunna hantera olika risker som uppkommer via investeringar och satsningar som sker i ett företag. Clark & Varma (1999) upplyser en modell som används för att kunna lokalisera olika risker och därmed kunna planera sina investeringar. Modellen är en slags process för riskhantering där man skall utvärdera en situation och förstå om en investering är lönsam eller inte. Man skall även kunna avbryta en pågående process som kostar för mycket pengar och som inte är tillräckligt lönsam. Detta för att kunna ta ett steg tillbaka och se över situationen. Företag som tar hänsyn till dessa faktorer kan enklare hantera risker och har därmed större chans till förbättring.

Av resultatet som författarna fick svarade företag A och företag D att det är väldigt viktigt att inte samla på sig allt för stora skulder som ger upphov till höga räntekostnader. Höga skulder med räntekostnader kan få oerhörda konsekvenser. Vid en eventuell konjunkturnedgång kan det innebära att försäljningen minskar rejält vilket leder till att en investering finansierad av banklån kommer vara väldigt kostsamt för företaget. Först och främst blir investeringen inte lönsam, därefter blir företaget fast i en skuld som blir besvärlig att betala av vilket då sätter företaget i en svår sits. En annan risk skulle kunna vara att räntan höjs vilket utsätter företaget för en dyr kostnad (Andrén, Eriksson & Hansson, 2015). Dessa risker kan förhindras om företaget inte samlar på sig allt för höga skulder eller att företaget istället förhåller sina investeringar utefter deras eget kapital, skulden kan då betalas vid konjunkturnedgång. Visst skulle en konjunkturnedgång ändå påverka företaget negativt, men företaget slipper på så sätt hamna i ett läge där de har svår att betala av sin skuld. En beslutsfattares roll är att ta hänsyn till alla risker som kan uppstå.

Företag B svarade att om ett företag inte strävar efter tillväxt och anpassar sig till utvecklingar som sker riskerar de att tappa kunder. Något som stöds av kontingensteorin där företag måste ta hänsyn till sin omgivning och det som kan påverka ett företag (Donaldson 2001). Företag A svarade att det är viktigt att upptäcka när en investering inte är lönsam i god tid för att kunna åtgärda problemet. Företag D förklarade att företaget måste vara säkra på sin sak innan man genomför en investering. Företag C tar istället hänsyn till de produkter de säljer och gör en bedömning över de varor som är lönsamma och de varor som inte säljs. Varor som inte är lönsamma plockas bort från butiken. Detta kan tydligt kopplas till den planering som Clark & Varma (1999) tar upp i sin modell, nämligen att ledningen gör en

bedömning om en viss investering är lönsam eller om man skall ta ett steg tillbaka och avbryta en satsning.

Företag B hade som tidigare nämnts börjat med att sälja kött och öppnade en liten charkavdelning inne i butiken. I och med denna nya investeringen var det en risk i sig då man inte riktigt visste på förhand hur det skulle påverka affärerna. Däremot tog de hänsyn till att det från början inte skulle var lönsamt, man räknade med att det skulle ta tid för kunderna att få kännedom om charkförsäljningen. Företag C har ett brett sortiment av varor men de har valt att inte inkludera färskvaror i sin butik vilket underlättar arbetet för butiken. Företaget får även möjlighet att lägga fokus på andra områden som till exempel sälja detaljhandelsvaror. Företag A valde att inte göra allt för stora förändringar för att ej utsätta sitt företag för en onödig risk, medan företag D måste ta hänsyn till valutan utomlands och därmed välja bort produkter som blir allt för dyra under en valutaförändring. Dessa beslut kan kopplas till Bhimani et al. (2008) som förklarar att första steget inför en satsning eller beslut är att identifiera vilka investeringar som passar företagets syfte och ändamål. Det är även viktigt att välja bort beslut som inte passar in i det enskilda företagets affärsidé.

5.6 Investeringsprocess

Varje företag har sitt egna sätt att planera en eventuell investering. Ett företag som vill utvecklas och kunna växa måste ta hänsyn till flera olika faktorer, det kan var inre faktorer det vill säga anställda, omsättning, skulder och det kan vara yttre faktorer såsom konjunkturläge, räntan, konkurrenter och vilken stad företaget är verksam i etc. En beslutsfattare kan aldrig med säkerhet garantera att en särskild investering kommer vara lönsam men hon/han kan med hjälp av strategier och en tydlig investeringsprocess underlätta en satsning och ge bättre förutsättningar för investeringen. En bra investeringsprocess är inte bara till för att skydda företag mot eventuella risker utan den används även för att lösa och korrigera en investering som inte är lönsam (Donaldson 2001). Företag behöver tillämpa investeringar utefter deras olika verksamhetsområden för att kunna nå en bra finansiell lönsamhet (Etgar et al, 1997).

De fyra företagen författarna har intervjuat har alla en egen plan på hur de genomför en investeringsprocess. Det empiriska materialet har även visat att företagen har likheter med det teorier som författarna tagit hänsyn till i studien. Författarna i denna studie kommer koppla

dessa likheter med varandra. Företag B och företag C har stora likheter med modellen som Löfsten (2002) förklarar, både företag B och företag C håller möten internt och diskuterar diverse potentiella förändringar eller investeringar. Här är det väldigt viktigt att beslutsfattarna kommer överens innan de går vidare i investeringsprocessen. Det hela börjar med en idé om en investering som ett företag vill genomföra sedan så sitter beslutsfattarna och ser över risker, potential, budget och behov. Sedan börjar beslutsfattarna att planera in denna investering, företag B och företag C använder sig av kalkyler för att göra en uppskattning över hur mycket investeringen kommer kosta och hur lönsam den kan bli i framtiden. Sedan börjar man planera in hur man skall finansiera denna investering, något alla företag i studien klart och tydligt tagit hänsyn till. Företag B och företag C finansierar små investeringar med eget kapital och stora investeringar med banklån. När man valt sin finansiering går man över till nästa steg, detta steg är implementeringsfasen (Löfsten, 2002).

Företag A och företag D har en investeringsprocess som är mer anpassad utefter de själva men trots det är deras investeringsprocess väldigt likt den som Bhimani et al. (2008) presenterar nämligen att företaget identifierar och skiljer på olika sorters investeringar som passar det enskilda företaget sedan görs det en informationshämtning när man är klar med detta steg går de över till hur finansieringen skall gå till, budgeten används sedan till att göra kalkyler innan man genomför sin process. Företag D gör sin informationsinhämtning från kunder och anställda medan företag A tar hjälp av anställda och leverantörer. Det som skiljer den investeringsprocess som företag A och företag B tillämpar från den process som Bhimani et al. (2008) presenterat är att företagen kör processen enligt sina egna förutsättningar och har en annan ordning än modellens om presenterats av Bhimani et al. (2008).

En annan sak som är väldigt viktig för företag är att plocka upp information om sin bransch och ta vara på utvecklingsmöjligheter (Bhimani et al. 2008). Denna punkt kan i princip implementeras på alla företag som undersökts i denna studie. Företag C besöker mässor för att få in nya idéer, medan företag D istället tar hänsyn till sina kunders åsikter och idéer. Företag A tar till sig nya idéer från försäljare och marknadsförare och företag B håller möten inom företaget för att ta till sig och komma överens om nya idéer. Både Löfsten (2002) och Bhimani et al. (2008) tydliggör att en av de sista och bland de viktigaste bitarna i en investeringsprocess är att ta hänsyn till budget och redan i förväg kunna uppskatta om en investering skall genomföras. Från enkätundersökningen så var det 34 av 82 (41,5%) som svarade att deras investeringsprocess liknade den som Löfsten (2002) upplyser om, medan 26

av 82 (31,7%) svarade att deras process liknande modellen som presenterats av Bhimani et al. (2008), 13 av 82 (15,9%) hade en modell som likande investeringsprocessen som företag A och företag D använder. Endast 9 av 82 svarade att de inte hade någon investeringsprocess eller att de använde en annan investeringsprocess (*se bilaga 3, figur 4.12*). Detta visar att majoriteten av småföretagen inom dagligvaruhandeln har en tydlig investeringsprocess.

5.7 Tidigare investeringar och investeringsbenägenhet

En investering är ekvivalent med att man gör en resursuppoffring för att få en långsiktig lönsamhet (Yard, 2001). Något som är gemensamt med alla intervjuade företagen är att alla tidigare gjort reala investeringar i form av köp av maskiner och produkter. Företag B har till och med köpt upp en lokal i samma byggnad för att kunna sälja färskt kött och bakverk, de har även renoverat sin butik för att få den att vara modern. Företag C har öppnat upp en avdelning inne i butiken där man kan köpa olika sorter av konfektyr. Dessa sorters investeringar kan kopplas till kontingensteorins inre faktorer, det vill säga företaget förbättrar förutsättningen för sina anställda och kunder (Donaldson, 2001). Forskarna ser även en tydlig koppling till det som Baresa et al. (2016) nämner angående ett företags intention med investeringar är antingen att minska på kostnader eller öka på intäkter. Detta kan kopplas i princip till alla företag som intervjuats i denna undersökning. Till exempel använder sig företag C av en obemannad maskin till att dra ner på de anställdas belastning. Främsta fokuset bland alla företag var att öka intäkterna genom att effektivisera arbetet. Företag B har använt sig av andra metoder för att öka sina intäkter exempelvis har de börjat sälja kött som kunden kan beställa i förtid. Detta har varit en satsning som krävt en resursuppoffring innan det satsningen blev lönsamt för företaget. Detta går ihop med det författarna menar med att en investering är en resursuppoffring för att generera framtida ekonomisk vinning (Baresa et al, 2016).

Investeringsbenägenheten har forskarna testat genom kontrollfrågan:
“Det uppstår en trend inom dagligvaruhandeln som kan lyfta ditt företag och ge en ekonomisk vinning till din verksamhet om den implementeras. Däremot kan denna investering också medföra en ekonomisk förlust om den ej implementeras på rätt sätt. Skulle du välja att genomföra en investering?”
Bland respondenterna i enkätundersökningen var det 66 av 82 (80,5%) som svarade att de skulle genomföra investeringen och därmed implementera trenden (*se figur 4.7*). Även bland

de intervjuade företagen så valde företag B, företag C och företag D att de skulle implementera trenden. Endast företag A motiverade trender kommer och går, därför kan man ej lita på trender, därav skulle företag A inte implementera trenden. Detta kan delvist förklaras av Kahneman och Tversky (1979) prospektteori som syftar på att människan hellre vill fortsätta som vanligt och ta den säkra vägen istället för att ta en risk och öppna en möjlighet att förbättra situationer, människan har en tendens att överdriva små risker som stora och därmed hålla sig borta från risker (Kahneman och Tversky, 1979).

5.7.1 Analys kring hypoteserna

Kön

H_0: Kön har ingen inverkan på investeringsbenägenhet.

H_1: Kön har en inverkan på investeringsbenägenhet.

Utbildningsnivå:

H_0: Utbildningsnivå har ingen inverkan på investeringsbenägenhet.

H_1: Utbildningsnivå har en inverkan på investeringsbenägenhet.

Ålder:

H_0: Ålder har ingen inverkan på investeringsbenägenhet.

H_1: Ålder har en inverkan på investeringsbenägenhet.

Branscherfarenhet:

H_0: Branscherfarenhet har ingen inverkan på investeringsbenägenhet.

H_1: Branscherfarenhet har en inverkan på investeringsbenägenhet.

Med hjälp av chi-två-testet kom författarna fram till att kön hade en inverkan på investeringsbenägenhet, det vill säga att H_0 förkastas och H_1 accepteras. Detta resultat bekräftas även av studien som genomfördes av Bajtelsmit & Bernasek (1996) där män visade sig var mer benägna att genomföra investeringar eller ta risker. Detta är tyvärr en av orsaken till att kvinnliga beslutstagare har det svårare att klättra i karriärtrappan (Bajtelsmit & Bernasek, 1996).

Även ålder hade en inverkan på investeringsbenägenhet detta överensstämmer med studien som genomfördes av Karami et al. (2006) där ålder påverkar hur en beslutsfattare fattar sina investeringsbeslut. Vidare påvisade studien av Karami et al. (2006) att yngre beslutstagare tenderar att vara mer investeringsbenägna. Däremot gick enkätundersökningens resultat emot studien som genomfördes av Francioni, Musso & Cioppi (2015) där åldern inte hade så stor påverkan på investeringsbenägenhet. Enkätundersökningen visade att även branscherfarenhet hade en inverkan på investeringsbenägenhet vilket stämmer överens med flera tidigare studier. Ett exempel är studien som genomfördes av Herrmann & Datta (2002) där ju mer branscherfarenhet en beslutstagare hade ju mer rationellt agerade beslutsfattaren vid investeringar. Även studien genomförd av Francioni, Musso & Cioppi (2015) visade att beslutsfattare agerar mer rationellt med mer branscherfarenhet. Utbildningsnivån som enligt enkäten och chi-två-testet, påvisade att utbildningsnivå inte har någon inverkan på hur en beslutstagare genomför sina investeringar. Men enligt både Cunningham et al. (2002) och Bantel (1993) agerar personer som studerat vidare mer självsäkert och på så sätt mer rationellt. I detta fall har enkätundersökningen visat att personer som inte studerat i samma nivå som andra tenderat på att agera självsäkert. Detta kan bero på variabeln branscherfarenhet, då respondenten plockat på sig erfarenhet och lärt sig genom åren. På detta sätt har denne då kunnat hamna i nivå med den som studerat.

Enkätstudien visade att utbildningsnivå inte har någon inverkan på investeringsbeslut: Grundskola 10 av 15 svarade ja, gymnasium 31 av 39 svarade ja, (Eftergymnasial utbildning, högst 3 år) 21 av 24 svarade ja, (Eftergymnasial utbildning, mer än 3 år) 3 av 3 svarade ja (se *figur 4.7*). Detta visar att oberoende av utbildningsnivå väljer majoriteten av dessa respondenter att implementera investeringen. Detta kan förklaras med studien som Bracha & Brown (2012) genomförde vilket visade att beslutstagare i större grad är optimistiska än pessimistiska när det kommer till bedömning av en potentiell investeringsmöjlighet (Bracha & Brown, 2012).

6. Diskussion

I den avslutande diskussionen reflekteras resultaten av studien, dessutom ges förslag på framtida forskning.

6.1 Avslutande diskussion

Studien gick ut på att skapa en förståelse över beslutsfattares olika tillvägagångssätt i samband med investeringsbeslut. Men också för att ta reda på huruvida kön, utbildningsnivå, ålder och branscherfarenhet har en inverkan på hur investeringsbenägna de olika beslutsfattarna är. Studien visade att utbildning inte har någon inverkan på investeringsbenägenhet bland beslutstagare. Däremot hade resterande faktorer; kön, ålder och branscherfarenhet en inverkan på investeringsbenägenhet.

Enkätundersökningen visade att 55 av 82 respondenter hade antingen ingen, grundskole eller gymnasieutbildning. Av dessa 55 var det 41 respondenter som svarade att de antingen hade 7–10 års erfarenhet eller 11+ års erfarenhet. Detta visar ett mönster på att många av de som antingen saknade utbildning eller hade låg utbildning hade en annan faktor som hjälpte dem med deras investeringsbeslutstagande, vilket var branscherfarenhet. Något som var intressant var att majoriteten (24 av 27 respondenter) av de som studerat eftergymnasial utbildning svarade på fråga sju nämligen att de skulle implementera investeringen. Företagen som undersöktes i denna studie bekräftade att småföretag främst får förlita sig på att finansieras med eget kapital. Vidare bekräftades även att de flesta företagen inte använde sig av net present value för att kalkylera sina investeringsbeslut. Däremot använde majoriteten av respondenterna sig av pay-off-metoden.

6.2 Framtida forskning

Eftersom studien ställt in sig på småföretag inom den svenska dagligvaruhandeln är resultaten nödvändigtvis ej generaliserbara. Framöver kan framtida studier rikta in sig närmare på andra branscher eller utöka sin sökning antingen nationellt eller internationellt. Det skulle kunna vara intressant att undersöka likheter och skillnader mellan svenska företag och utländska företag. Ett annat förslag skulle kunna vara att fokusera på medelstora- och stora företag som till exempel ICA, Coop eller Axfood etc. Detta genom att undersöka hur storbolagen agerar och hur de skiljer sig från varandra och andra inom samma bransch. På så sätt skulle även enkätstudien ha bättre möjlighet att få in data från fler respondenter. En studie skulle även

kunna genomföras på fler beslutsfattare inom samma företag för att på så sätt kunna bedöma hur pass mycket deras åsikter skiljer sig åt. Vidare skulle det vara intressant att undersöka och jämföra beslutsfattare i olika branscher med varandra och undersöka om investeringsbenägenheten skiljer sig dem emellan. Det finns även andra kännetecken bland beslutsfattare som avgör deras investeringsbenägenhet eller investeringsprocess, som till exempel, självförtroende, finansiell kunskap, kalkylanvändning och hantering av företagets kapital. En annan studie skulle även kunna rikta sig in mer djupgående i behavioural finance, nämligen psykologiska aspekter som har en påverkan på hur beslutsfattare eller individer agerar finansiellt.

7. Slutsats

I uppsatsens avslutande kapitel besvaras studiens undersökningsfrågor och syftet.

Uppsatsens syfte:

Syftet är att skapa en förståelse om vilka tillvägagångssätt småföretagens beslutsfattare implementerar och vilka resonemang de använder sig av vid investeringsprojekt. På så sätt ska det även ge en inblick om hur företagens riskhantering som finns förknippade med det går till.

Uppsatsens frågeställning:

- Hur ser investeringsprocessen ut för småföretag inom dagligvaruhandeln?
- Har variablerna branscherfarenhet, ålder, utbildning och kön någon inverkan på hur investeringsbenägna beslutstagare i dagligvaruhandeln är?
- Hur hanterar småföretag de risker som uppkommer i samband med en investering?

- Sammanfattningsvis har författarna via det material som samlats in kommit fram till att alla de företag som intervjuats har både likheter och olikheter när det kommer till en investeringsprocess. Företag A och företag D har en egen variant av investeringsprocess som är väldigt lik den investeringsprocess som presenterats av Bhimani et al. (2008). Bland annat har de egna metoder att hitta inspiration till investeringsprojekt. Företag B och företag C har däremot en investeringsprocess som är väldigt lik modellen som Löfsten (2002) lagt fram. Enkätstudien visade att 75 av 82 respondenter hade en investeringsprocess som de följde.

- Det som är gemensamt med alla företag är att alla först behövde en källa att samla information från, antingen via kunder, mässor, leverantörer, anställda och/eller via marknadsförare. Sedan sker det en diskussion mellan beslutsfattarna i varje företag om huruvida denna satsning kommer hjälpa företaget. Sedan börjar beslutsfattarna i varje företag räkna på investeringen, antingen använder man sig av kalkyler för att räkna ut lönsamhet eller så tar beslutsfattarna direkta beslut på de investeringar som anses vitala för butiken. Sedan så tar företagen även ta hänsyn till hur investeringen ska finansieras, forskarna tyder här att alla de berörda företagen främst finansieras av eget kapital, företag C skiljer sig lite från de andra företagen genom att de tar hänsyn till investeringens storlek, större investeringar som ej kan finansieras med eget kapital finansieras istället med banklån. Budgeten är även en viktig del

av denna process, företagen kan ta dessa steg när det finns tillräckligt med likvida medel. Sist så är det viktigt att företagen i god tid beräknar om en investering är värd att genomföra, detta för att undvika att lägga tid och resurser på en investering som ej är lönsam.
Enkätundersökningen bekräftade mycket av det som samlades in från den kvalitativa undersökningen bland annat visade enkäten att pay-off-metoden var den vanligaste investeringskalkylen som används av beslutsfattare i småbolag, enkätstudien visade även att majoriteten av beslutsfattarna tog råd från andra vid investeringsbeslut och att investeringar främst finansieras via eget kapital.

- En risk kan vara att man satsar på en investering som inte kommer vara lönsam för företaget och då gäller det att i rätt tid avbryta denna investering för att inte lägga alltför mycket resurser på en investering för att vara lönsam. En annan risk som respondenterna tog hänsyn till är att inte ta alltför stora lån som inte kan betalas tillbaka, detta är en sorts riskhantering att inte belåna företaget allt för mycket. När företag belånar sig så finns det risk att räntan ökar och detta kan då leda till stora räntekostnader. Respondenterna ansåg att det är viktigt att ta hänsyn till budget innan man bestämmer sig för att investera. Det finns förstås även risker med att en investering inte är lönsam och därför gäller det för företagen att planera och komma överens om huruvida en investering kommer vara lönsam. Respondenterna svarade att det gäller att i god tid avbryta en investering som inte är lönsam, genom att antingen ta bort en satsning som kräver dyra maskiner eller genom att plocka bort varor som inte säljs. Företag A menar istället att en butik inte ska genomföra allt för stora förändringar då det är väldigt svårt att uppskatta om förändringen kommer vara lönsam. Företag B menar istället att ett företag behöver utvecklas för att inte hamna efter. Investering i nya produkter eller maskiner kan ge företaget ett övertag gentemot konkurrenter. Företag B använder sig dessutom av investeringskalkyler för att uppskatta sina potentiella investeringar.
Vissa investeringsbeslut kanske inte passar det enskilda företaget, därför gäller det att företag använder sig av rätt metoder och kalkyler för att ta reda på om investeringen är lämplig eller ej.

- Studien visade att 66 av 82 respondenter svarade ja på kontrollfrågan, nämligen att investera i en trend. Huruvida kön, utbildningsnivå, ålder eller branscherfarenhet hade en inverkan på investeringsbenägenhet räknades ut via ett chi-två-test. Resultatet visade att kön, ålder och branscherfarenhet hade en inverkan på investeringsbenägenhet medan utbildningsnivå inte hade någon inverkan på investeringsbenägenhet.

Referenslista

Abele. E, Liebeck.T, Wörn, A., (2006). Measuring Flexibility in Investment Decisions for Manufacturing Systems. Volume 55, Issue 1, 2006, Pages 433–436

Andersson, G, 2013. *Kalkyler som beslutsunderlag*. Lund: Studentlitteratur.

Andrén, N., Eriksson, T., & Hansson, S. (2015). Finansiering. Liber.

Bailey, J. M., 2010. Rural Grocery Stores: Importance and Challenges. Center for rural affairs.

Bajtelsmit, V. L. & Bernasek, A. (1996). Why Do Women Invest Differently Than Men? Journal of Financial Counseling and Planning; Columbus, 7, p. 1-10

Bantel, K.A. (1993), "Top team, environment and performance effects on strategic planning formality", Group and Organization Management, Vol. 18 No. 4, pp. 436-458.

Baresa. S, Bogdan. S , & Ivanovic. Z. (2016). Capital investments and financial profitability. UTMS Journal of Economics 7 (1): 49–59

Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. The Qualitative Report, 13(4), 544-559.

Beck, T. & Demirguc-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. Journal of Banking & finance, 30(11), s. 2931-2943.

Bergknut, P., Elmgren, J., Hentzel, M. (1993). *Investering i teori och praktik.* Upplaga 5. Studentlitteratur, Lund.

Berk, J. DeMarzo, P. (2014) Corporate Finance. Stanford University

Bhimani, A., Horngren, C., Datar, S. & Foster, G. (2008). Management and cost accounting. Fourth Edition. Edinburgh: Pearson Education Limited.

Bjørndal Cato R. P. (2018). Det värderande ögat: observation, utvärdering och utveckling i undervisning och handledning. Stockholm: Liber.

Bouwman, H. Nikou, S. Molina-Castillo, F. J. & de Reuver M. (2018). The impact of digitalization on business models. Digital policy, regulation and Governance, vol. 20, no. 2, pp. 105-124.

Bracha, A., & Brown, D. J. (2012). Affective decision making: A theory of optimism bias. Games and Economic Behavior, 75, s. 67-80.

Brealey, A. R., Myers, C. S., Marcus, J. A. (2004), Fundamentals of Corporate Finance, McGraw-Hill/ Irwin, New York.

Bryman, A. & Bell, E., (2017). Företagsekonomiska forskningsmetoder. Upplaga 3. Stockholm: Liber.

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

Clark, C. J. & Varma S. (1999). Strategic risk management: the new competitive edge. Long Range Planning. Augusti. s. 414-424.

Cunningham, J., Gerrard, P., Schoch, H. & Hong, C. (2002). An Entrepreneurial Logic for The New Economy. Management Decision. 40(8), pp. 734–744.

Dagligvaruleverantörers förbund (2019). Dagligvarukartan 2019. https://www.dlf.se/rapporter/dagligvarukartan-2018/ [2019-12-03]

Denscombe, M. (2014). The Good Research Guide: For Small-scale Social Research Projects.

Denscombe, M. (2017). Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna. Studentlitteratur. Fjärde upplagan.

Donaldson, Lex. (2001) *The contingency theory of organizations.* Thousand Oaks, Calif: SAGE.

Eliasson, A. (2018). Kvantitativ metod från början. Upplaga 4:1.

Etgar, R., A. Shtub, and L. J. LeBlanc. 1997. Scheduling projects to maximize Net Present Value: The case of time-dependent, contingent cash flows. European Journal of Operational Research 96 (1): 90-96

Europeiska kommissionen (u.å). What is an SME. https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_sv [2019-11-29]

Flowerdrew, R., Martin, D. (2013). Methods in Human Geography: A guide for students doing a research project.Second Edition.

Francioni, B., Musso, F., och Cioppi, M. (2015). *Decision-maker characteristics and international decisions for SMEs. Management Decision.* Volume 53

Fuerst, M. (2006) Investor risk permia and real macroeconomic fluctuations, Journal of Macroeceonomics 28.

Gallo, A. (2014). A Refresher on Net Present Value. Harvard business review.

Gerring, J. (2004). What Is a Case Study and What Is It Good for? American Political Science Review, 98(2), 341-354.

Gitman, L, J., and Joehnk, M, D. (2008) Fundamentals of Investing. 10.th ed. Boston: Addison-Wesley. Print.

Grinblatt, M., Titman, S. (2002), Financial Markets and Corporate Strategy, McGraw-Hill/Irwin, New York

Gryglewicz, S., Huisman, K. J. M. & Kort, P. M. (2008). Finite project life and uncertainty effects on investment. Journal of Economic Dynamics and Control 32 (7): 2191-2213.

Haim, Levi (2016). Stochastic Dominance: Investment Decision Making under Uncertainty. 3rd ed. 2016 Edition

Hamberg, Mattias (2004). Strategic Financial Decisions. Liber AB.

Handels utredningsinstitutet (2017). Dagligvaruhandeln. https://www.svenskdagligvaruhandel.se/wp-content/uploads/Branschfakta-2017.pdf [2019-12-02]

Hansson, S. (2005). *Aktier Optioner Obligationer: En introduktion*. Studentlitteratur AB: Lund.

Hansson, S. (2005). Aktier Optioner Obligationer: En introduktion. Studentlitteratur AB: Lund.

Harrison, R.L. & Reilly, T.M. (2011). Mixed methods designs in marketing research, Qualitative Market Research: An International Journal, Vol. 14 n.o. 1, pp. 7-26.

Herrmann, P. and Datta, D.K. (2006), "CEO experiences: effects on the choice of FDI entry mode",Journal of Management Studies, Vol. 43 No. 4, pp. 755-778.

Jocumsen, G. (2004), "How do small business managers make strategic marketing decisions? A model of process", European Journal of Marketing, Vol. 38 Nos 5/6, pp. 659-674.

Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007). Toward a definition of mixed methods research. Journal of mixed methods research, 1(2), 112-133.

Johnston, M. P., (2017). Secondary Data Analysis: A Method of which the Time Has Come. School of Library and Information Studies, University of Alabama, Tuscaloosa, AL, USA.

Justesen, L. & Mik-Meyer, N. (2012). Kvalitativa metoder från vetenskapsteori till praktik. Lund: Studentlitteratur AB

Kallio, H., Pietilä, A.?M., Johnson, M. & Kangasniemi, M. (2016) Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi?structured interview guide. Journal of Advanced Nursing 72(12), 2954– 2965

Karami, A., Analoui, F. and Kakabadse, N.K. (2006), "The CEOs' characteristics and their strategy development in the UK SME sector. An empirical study", Journal of Management Development, Vol. 25 No. 4, pp. 316-324.

Kelly, P., Lawlor, J. & Mulvey, M. (2016). Customer Roles in Self-Service Technology Encounters in a Tourism Context. Journal of Travel.

Koisova, E., Habánik, J., Virglerova, Z., & Rozsa, Z. (2017). SMEs financing as an important factor of business environment in Slovak Republic regions. Montenegrin Journal of Economics, 129–140.

Konkurrensverket, 2004:4. Myndigheter och marknader - tydligare gräns mellan offentligt och privat, Stockholm: Konkurrensverket.

Kristensson, P., Gustafsson, A. & Witell, L. (2014). Tjänsteinnovation. Lund: Studentlitteratur.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (1996). InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing.

Larsen, A. K. (2018). Metod helt enkelt: en introduktion till samhällsvetenskaplig metod. 2.uppl. Gleerups Utbildning AB.

Lind M. (2007). The Role of Pragmatic Frameworks in Information Systems Research., Communication – Action – Meaning. A Festskrift to Jens Allwood, (pp. 173-190). Department of Linguistics, Göteborg University, Sweden.

Lind, D. A., Marchal, W. G. & Wathen, S. A. (2017). Statistical techniques in business & economics. Seventeenth edition, International studentedition.

Löfsten, H. (2002). *Investeringsprocessen kalkyler, strategier och finansiering*. Stockholm: Studentlitteratur AB

Lönnqvist, R., Arvidson, P., Drefeldt, C., Hansson, S., Lindquist, H. (2014) Redovisning och finansiering: kurs 302. Studentlitteratur, upplaga 2

Nagle, T., Müller, G. (2017). The Strategy and Tactics of Pricing. New York: Routledge.

Nilsson, F., Olve, N. & Parment, A. (2010). *Ekonomistyrning för konkurrenskraft*. (1. uppl.) Malmö: Liber.

Noble, H., Smith, J. (2015). Issues of validity and reliability in qualitative research.

Olsen, R. A. (1997) Investment Risk: The Experts' Perspective, Financial Analysts Journal, 53:2, 62-66.

Olsson U-E, (1998), Kalkylering för produkter och investeringar. Studentlitteratur, Lund

Papadakis, V. M. (2006). Do CEOs shape the process of making strategic decisions? Evidence from Greece. Management Decision, 44(3), 367-394.

Patel, R., Davidson, B. (2011) *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning.* Studentlitteratur AB: Lund.

Patel, R., Davidson, B. (2019) *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning.* Studentlitteratur AB: Lund

Peterson P. & Fabozzi Frank, J., (2002) Capital Budgeting Theory and Practice. Wiley; 1 edition.

Ramaseshan, B., Kingshott, R. and Stein, A. (2015), "Firm self-service technology readiness", *Journal of Service Management*, Vol. 26 No. 5, pp. 751-776.

Ross, S. (1995). Uses, Abuses, and Alternatives to the Net-Present-Value Rule. *Financial Management*, *24*(3), 96-102.

Sandelin, Mikko. (2008) Operations of management control practices as a package: A case study on control system variety in growth firm context. Management Accounting Research, ss. 324-343

Schiffer, Mirjam, & Beatrice. (2001) Weder. *Firm Size and the Business Environment : Worldwide Survey Results*. Vol. 43. Washington, DC: World Bank and the International Finance Corporation.

Sharpe, D. (2015) "Chi-Square-Test is Statistically Significant: Now What?," Practical Assessment, Research, and Evaluation: Vol. 20 , Article 8.

Skärvad, P.H. & Lundahl, U., (2016). Utredningsmetodik. Studentlitteratur AB

Statistiska centralbyrån (2017). https://www.scb.se/hitta-statistik/artiklar/2017/Farre-kvinnor-an-man-driver-foretag/

Statistiska centralbyrån (2019). Sveriges befolkning. https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/sveriges-befolkning/ [2019-12-03]

Statistiska centralbyrån (2019). Ökad försäljning av livsmedel under 2018. https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/handel-med-varor-och-tjanster/inrikeshandel/livsmedelsforsaljning-fordelad-pa-varugrupper/pong/statistiknyhet/livsmedelsforsaljning-fordelad-pa-varugrupper-2018/ [2019-12-03]

Svensk Dagligvaruhandel (2017). Dagligvaruhandel. https://www.svenskdagligvaruhandel.se/wp-content/uploads/Branschfakta-2017.pdf [2019-12-02]

Svensk Digital Handel (2018) Digital mathandel. https://dhandel.se/wp-content/uploads/2018/08/digitalmathandel-2018.pdf [2019-12-22]

Tarter, C. and Hoy, W. (1998), "Toward a contingency theory of decision making", *Journal of Educational Administration*, Vol. 36 No. 3, pp. 212-228.

Tchankova, L. (2002). Risk identification – basic stage in risk management, Environmental Management and Health, Vol. 13 No. 3, pp. 290-297.

Tell, B. (1978). Investeringskalkylering i praktiken. Upplaga 3. Studentlitteratur: Lund

Tillväxtverket (2019) Basfakta om företag [2020-01-20] https://tillvaxtverket.se/statistik/foretagande/basfakta-om-foretag.html

Trost, J. & Hultåker, O. (2016) *Enkätboken.* Upplaga 5. Studentlitteratur AB, Lund.

Tversky, A. and Kahneman, D. (1974), “Judgment under uncertainty: heuristics and biases”, Science, Vol. 185 No. 4157, pp. 1124-1131.

Weingartner, H. M. (1966). Criteria for Programming Investment Project Selection. The Journal of Industrial Economics, Vol.15(1), pp.65-76

Vetenskapsrådet (2018). Etik i forskningen. https://www.vr.se/uppdrag/etik/etik-i-forskningen.html

Yard, S. (2000) Developments of the payback method. International journal of production economics, 67,155-167.

Yard, S. (2001). Kalkyler för investeringar och verksamheter. Lund: Studentlitteratur

Åstebro, T., & Bernhardt, I. (2003). Start-up financing, owner characteristics, and survival. Journal of Economics and Business, 54(4), 303-319.

Bilagor

Bilaga 1: Intervjufrågor

Inledande intervjufrågor:

- Vad har butiken för bakgrund?
- Hur många anställda har ni?
- Vilken roll har du i företaget?
- Vilken utbildningsnivå har du?
- Hur många års erfarenhet har du inom branschen?

Direkta frågor:

- Brukar du be om rådgivning innan du genomför en investering?
- Vad är största syftet med en investering?
- Har ni en investeringsprocess som ni använder er av vid en investering?
- Använder ni er av pay off metoden som investeringskalkyl?
- Använder ni er av investeringskalkylen net present value (npv)?
- Använder du dig av investeringskalkyler beroende på investeringens storlek?
- Har ni investerat på något närmaste tiden?
- Har ni valt bort en planerad investering?
- Hur hanterar ni risker i samband med investeringsbeslut?
- Vad gör ni för att bemöta de olika riskerna?
- Om det uppstår trender som kan ge en ekonomisk vinning till din verksamhet, skulle du välja att implementera denna trend genom att genomföra en investering eller skulle du välja att inte genomföra en investering?
- Hur pass väl tar ni hänsyn till hur konjunkturen ser ut?
- Har det uppstått problem vid investeringsbesluten? om ja vilka?
- Tar ni hänsyn till digitalisering? Tex. att introducera matkassar, snabbkassor, e-handel och självscanning.

Bilaga 2: Enkätfrågor

Hej! Vi är två studenter som studerar företagsekonomi med inriktning mot finansiering på Södertörns Högskola. Syftet med denna enkätundersökning är att undersöka investeringsbeslut och investeringsbenägenheten inom dagligvaruhandel.

[Enkätstudie om investeringsbeslut och potentiella risker förknippade med besluten]

OBS Denna enkät kan endast besvaras av de som fattar investeringsbeslut inom dagligvaruhandel.

Fråga 1. Är du ansvarig för investerar och beslutsfattande i butiken?

Markera endast en ruta.

☐ Ja

☐ Nej

Fråga 2. Juridiskt kön

Markera endast en ruta.

☐ Man

☐ Kvinna

Fråga 3. Ålder

Markera endast en ruta.

☐ 18–24

☐ 25–35

☐ 36–45

☐ 46–55

☐ 56–64

☐ 65+

Fråga 4. Vilken utbildningsnivå har du?
Markera endast en ruta.

☐ Grundskola

☐ Gymnasium

☐ Eftergymnasial utbildning högst 3 år

☐ Eftergymnasial utbildning mer än 3 år

☐ Ingen

Fråga 5. Hur många års erfarenhet har du inom branschen?

Markera endast en ruta.

☐ 0 – 3 år

☐ 4 – 6 år

☐ 7 – 10 år

☐ 11+ år

Fråga 6. Brukar du be om rådgivning innan du genomför en investering?

Markera endast en ruta.

☐ Alltid

☐ Ibland

☐ Aldrig

Fråga 7. Det uppstår en trend inom dagligvaruhandeln som kan lyfta ditt företag och ge en ekonomisk vinning till din verksamhet om den implementeras. Däremot kan denna investering också medföra en ekonomisk förlust om den ej implementeras på rätt sätt. Skulle du välja att genomföra investeringen?

Markera endast en ruta.

☐ Ja

☐ Nej

Fråga 8. Hur finansieras investeringarna?

Markera endast en ruta.

☐ Eget kapital

☐ Banklån

☐ Både via eget kapital och banklån

☐ Finansieras på ett annat sätt

Fråga 9. Tillämpar ni pay-off-metoden? (Denna investeringsmetod används för att beräkna hur lång tid det tar för en investering att återbetalas).

Markera endast en ruta.

☐ Ja

☐ Nej

Fråga 10. Tillämpar ni net present value? Nuvärdemetoden. (Denna investeringsmetod används för att fastställa en investerings lönsamhet genom att ta hänsyn till investeringens givna kalkylränta).

Markera endast en ruta.

☐ Ja

☐ Nej

Fråga 11. Använder du dig av investeringskalkyler beroende på investeringens storlek?

Markera endast en ruta.

☐ Ja

☐ Nej

Fråga 12. Har ni en investeringsprocess som ni använder er av vid en investering? I så fall vilken av de nedanstående svarsalternativen är mest lik er investeringsprocess?

Markera endast en ruta.

 Identifiera behov –> Informationshämtning –> Finansiering --> Användning av kalkyl --> Genomförande

 Identifiera olika slag av investeringar --> Informationssökning --> Analys/ Kalkyl --> Finansiering --> Genomförande

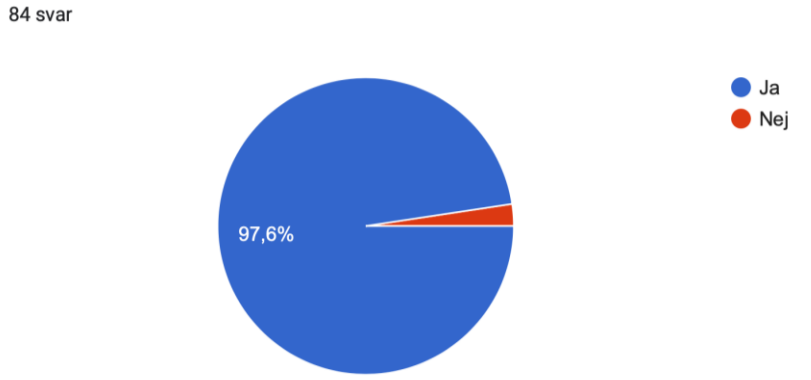
 Idé --> Planering --> Implementering --> Drift --> Genomförande

 Använder ingen investeringsprocess

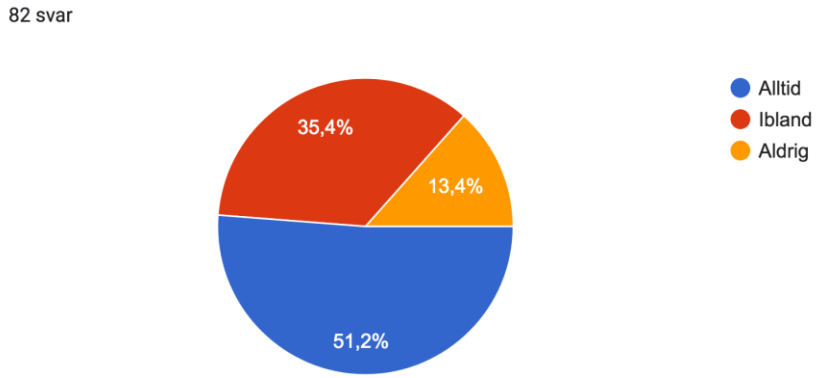
 Använder en annan investeringsprocess

Bilaga 3: Enkätundersökningens övriga diagram

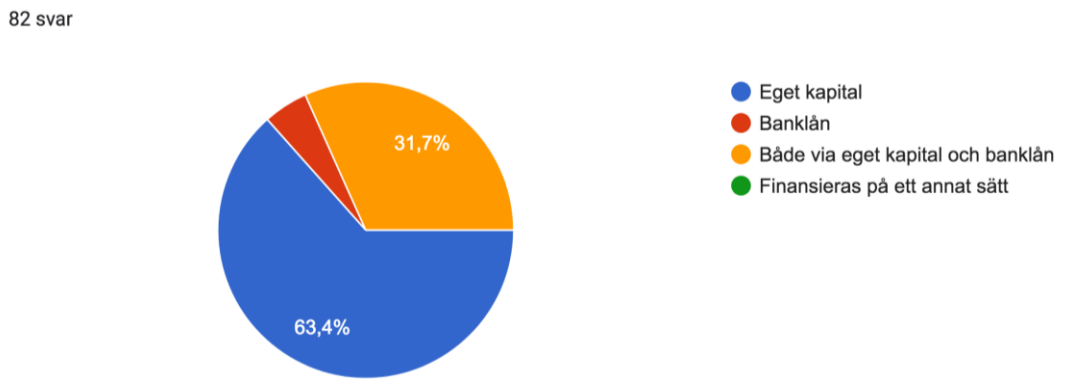
Figur 4.1 ***Fråga 1. Är du ansvarig för investeringar och beslutsfattande i butiken?***



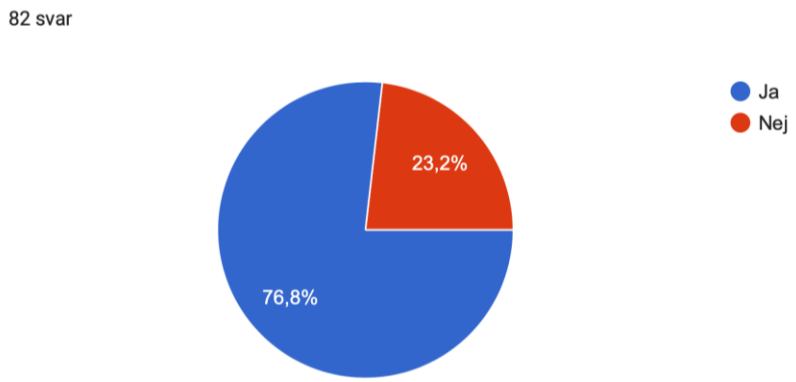
Figur 4.6 ***Fråga 6. Brukar du be om rådgivning innan du genomför en investering?***



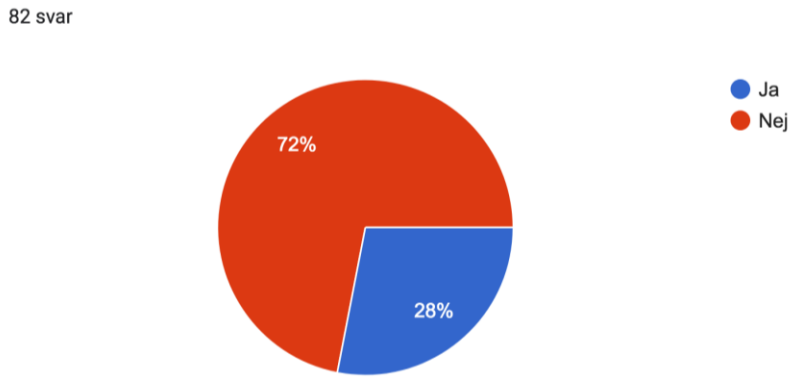
Figur 4.8 ***Fråga 8. Hur finansieras investeringarna?***



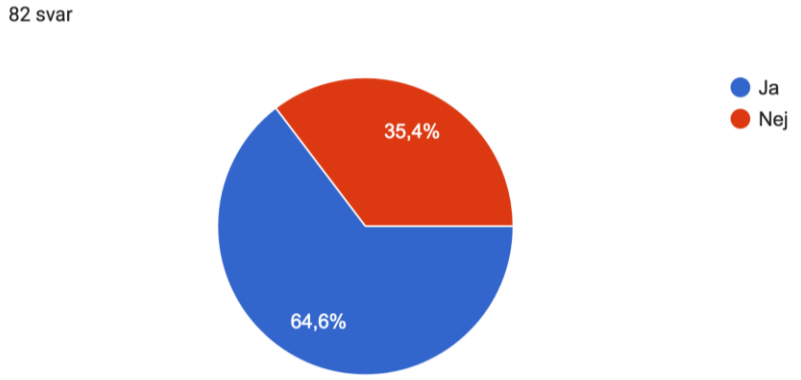
Figur 4.9 ***Fråga 9. Tillämpar ni Pay-off-metoden? (Denna investeringsmetod används för att beräkna hur många år det tar för en investering att återbetalas).***



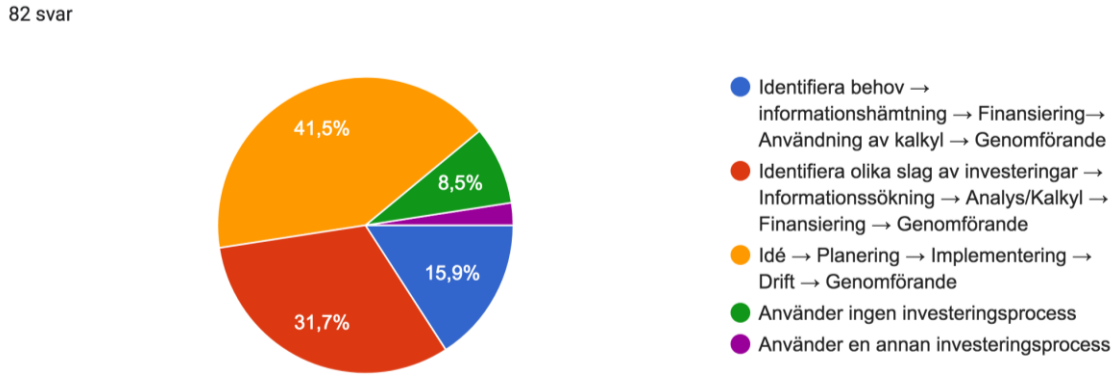
Figur 4.10 ***Fråga 10. Tillämpar ni net present value? Nuvärdemetoden. (Denna investeringsmetod används för att fastställa en investerings lönsamhet genom att ta hänsyn till investeringens givna kalkylränta).***



Figur 4.11 ***Fråga 11. Använder du dig av investeringskalkyler beroende på investeringens storlek?***



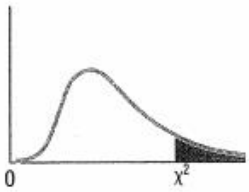
Figur 4.12 ***Fråga 12. Har ni en investeringsprocess som ni använder er av vid en investering? I så fall vilken av de nedanstående svarsalternativen är mest lik er investeringsprocess?***



Bilaga: 4 Critical value of Chi-square

B.7 Critical Values of Chi-Square

This table contains the values of χ^2 that correspond to a specific right-tail area and specific number of degrees of freedom.



Example: With 17 *df* and a .02 area in the upper tail, $\chi^2 = 30.995$

Degrees of Freedom, *df*	Right-Tail Area			
	0.10	0.05	0.02	0.01
1	2.706	3.841	5.412	6.635
2	4.605	5.991	7.824	9.210
3	6.251	7.815	9.837	11.345
4	7.779	9.488	11.668	13.277
5	9.236	11.070	13.388	15.086
6	10.645	12.592	15.033	16.812
7	12.017	14.067	16.622	18.475
8	13.362	15.507	18.168	20.090
9	14.684	16.919	19.679	21.666
10	15.987	18.307	21.161	23.209
11	17.275	19.675	22.618	24.725
12	18.549	21.026	24.054	26.217
13	19.812	22.362	25.472	27.688
14	21.064	23.685	26.873	29.141
15	22.307	24.996	28.259	30.578
16	23.542	26.296	29.633	32.000
17	24.769	27.587	30.995	33.409
18	25.989	28.869	32.346	34.805
19	27.204	30.144	33.687	36.191
20	28.412	31.410	35.020	37.566
21	29.615	32.671	36.343	38.932
22	30.813	33.924	37.659	40.289
23	32.007	35.172	38.968	41.638
24	33.196	36.415	40.270	42.980
25	34.382	37.652	41.566	44.314
26	35.563	38.885	42.856	45.642
27	36.741	40.113	44.140	46.963
28	37.916	41.337	45.419	48.278
29	39.087	42.557	46.693	49.588
30	40.256	43.773	47.962	50.892