

Forord

Denne oppgaven er skrevet av studenter som tar bachelor i Økonomi og Administrasjon ved NTNU, Handelshøyskolen i Trondheim. De fire studentene som har skrevet denne oppgaven går alle spesialiseringsretningen Økonomisk Styring. Denne semesteroppgaven skrives som avsluttende del av studiet og tilsvarer 7,5 studiepoeng. Vi setter med denne oppgaven en strek over en treårs-epoke fylt med kunnskap og kompetanse som vi tar med oss videre.

Vi har gjennomført en regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet av Ytterøykylling AS. Vi ønsket først å fremst å gjøre noe som kunne være nyttig for en bedrift, samtidig som dette kunne være relevante erfaringer vi kunne bruke i fremtidige jobber. Valget falt på Ytterøykylling AS fordi en av studentene i denne gruppen har vokst opp på Ytterøy, i tillegg til at vi fant bedriften interessant og ville studere den videre. Lønnsomhet ble et naturlig valg, da det ikke bare er en viktig faktor for at en bedrift skal lykkes, men også for selve overlevelsen.

I oppgaven har vi tatt utgangspunkt i bedriftens regnskap, samt samtaler med økonomi og administrasjonssjef. I tillegg har vi valgt å sammenligne med andre bedrifter innenfor samme bransje, og valget falt da på Norsk Kylling AS og Stanges Gårdsprodukter AS.

Vi vil rette en stor takk til vår veileder og foreleser Tor-Eirik Olsen for konstruktive tilbakemeldinger og gode råd underveis. Vi vil også takke Lasse Kjørstad, daglig leder i Ytterøykylling AS som takket ja til samarbeidet, og sist, men ikke minst, Vidar Ansnes, økonomi- og administrasjonssjef i Ytterøykylling AS for svar på alt vi måtte lure på om bedriften.

Studentene står selv for innholdet i oppgaven.

NTNU, Handelshøyskolen i Trondheim, DATO

Arne Henry Hauger

Charlotte Hansen

Jorunn Riiber

Veronica Skjørstad

Sammendrag

Tema for vår oppgave har vært en regnskapsanalyse av Ytterøykylling AS med fokus på lønnsomhet. Vi har regnet på ulike nøkkeltall innenfor områdene lønnsomhet, finansiering, soliditet og likviditet. I nøkkeltallene innenfor lønnsomhet har vi valgt å sammenligne med to andre bedrifter i bransjen, Norsk Kylling AS og Stanges Gårdsprodukter AS, slik at vi bedre kan analysere hvordan Ytterøykylling AS har prestert. Tidsrommet vi har valgt å analysere er perioden 2014-2017. I tillegg har vi valgt å se på den strategiske posisjonen og omgivelsene rundt bedriften, og har i den sammenheng gjennomført to analyser; Porters fem konkurransekrefter og en SWOT-analyse.

Problemstillingen vi har undersøkt lyder som følger:

Hvordan har lønnsomheten til Ytterøykylling AS utviklet seg i perioden 2014-2017, og hva kan være årsaker til denne utviklingen?

Ved å sammenligne med to konkurrerende bedrifter fant vi ut at Ytterøykylling AS er den mest lønnsomme bedriften av de tre, og har hatt best utvikling i perioden 2014-2017. Selv om utviklingen i lønnsomhet hadde en negativ trend i årene 2016 til 2017, har Ytterøykylling AS hatt minst nedgang blant de tre. I den gjenværende delen av regnskapsanalysen har vi kun sett på utviklingen hos Ytterøykylling AS. Når det gjelder likviditet har bedriften hatt en god utvikling. Både finansieringen og soliditeten har også hatt en positiv utvikling. Gjeldsgraden har vært noe høy, men er blitt redusert fra 3,5 i 2014 til 1,3 i 2017, noe som er svært bra.

I situasjonsanalysen kommer det frem at bedriften har flere styrker som kan ses på som konkurransefortrinn. Dagens situasjon er relativt stabil for bedriften, men de må fortsette å utnytte sine styrker for å kapre ytterligere markedsandeler. Resultatene fra de to situasjonsanalysene kan bidra til å forklare den økonomiske utviklingen for Ytterøykylling AS.

Abstract

The topic of our paper is an accounting analysis of Ytterøykylling AS with focus on profitability. We have calculated a series of key figures related to profitability, financing, solidity and solvency. We also compare the key financial figures related to profitability with two companies, Norsk Kylling AS and Stanges Gårdsprodukter AS, so that we can better analyze how well Ytterøykylling AS has performed. The time period we have chosen for our analysis is 2014 to 2017. In addition, we have looked at the strategic position and the surroundings of the company, and in this context carried out two analyzes; Porter's competitive forces and a SWOT analysis. Our research question is as follows:

How has the profitability for Ytterøykylling AS developed during the period 2014-2017, and what can be the reasons for this development?

By comparing with two competing companies, we found that Ytterøykylling AS is the most profitable company of the three and has had the best development in the period 2014-2017. Although there was a decline in profitability from the year 2016 to 2017, Ytterøykylling AS had the lowest reduction among the three. In the remaining part of the accounting analysis, we looked at the development of Ytterøykylling AS. In terms of solvency, the company has performed well. Both the financing and the solidity have also had a positive development. The debt ratio has been somewhat high but reduced from 3.5 in 2014 to 1.3 in 2017, which is very good.

The strategic analysis shows that the company has several strengths that can be seen as competitive advantages. The current situation is quite stable for the company, but they should continue to utilize their strengths to further increase their market share. The results of the two strategic analysis can help explain the economic development for Ytterøykylling AS.

Innholdsfortegnelse

1.0 INNLEDNING	1
1.1 BAKGRUNN OG FORMÅL MED OPPGAVEN	1
1.2 PROBLEMSTILLING	1
1.3 PRESENTASJON AV YTTERØYKYLLING AS	2
1.4 OPPGAVENS STRUKTUR.....	2
2.0 TEORI	4
2.1 MARKEDSANALYSE.....	4
2.1.1 Porters bransjeanalyse	4
2.1.2 SWOT-analyse.....	6
2.2 REGNSKAPSANALYSE.....	6
2.2.1 Lønnsomhet	7
2.2.2 Likviditet	9
2.2.3 Finansiering	10
2.2.4 Soliditet.....	11
3.0 METODE	13
3.1 PROBLEMSTILLINGEN	13
3.2 UNDERSØKELSESDSIGN.....	14
3.3 DATAINNSAMLING	14
3.4 RELIABILITET OG VALIDITET	15
4.0 ANALYSE	17
4.1 MARKEDSANALYSE.....	17
4.1.1 Porters bransjeanalyse	17
4.1.2 SWOT.....	18
4.2 REGNSKAPSANALYSE.....	20
4.2.1 Lønnsomhet	20
4.2.2 Likviditet	25
4.2.3 Finansiering	28
4.2.4 Soliditet.....	30
4.3 STRATEGISK ANALYSE.....	33
5.0 KONKLUSJON	36
6.0 REFERANSELISTE	38
7.0 VEDLEGG	39
7.1 RESULTATREGNSKAP OG BALANSE	39
7.1.1 Resultatregnskap og balanse for Ytterøykylling AS.....	39
7.1.2 Resultatregnskap og balanse for Stanges Gårdsprodukter AS	41
7.1.3 Resultatregnskap og balanse for Norsk Kylling AS	43
7.2 NØKKELTALL	45
7.2.1 Lønnsomhet	45
7.2.2 Likviditet	48
7.2.3 Finansiering	49
7.2.4 Soliditet.....	49

Figurliste

<i>Figur 2.1: Porters bransjeanalyse</i>	<i>4</i>
<i>Figur 4.1: SWOT-analyse av Ytterøykylling AS</i>	<i>20</i>
<i>Figur 4.2: Utvikling i total kapitalrentabilitet i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>21</i>
<i>Figur 4.3: Utvikling i kapitalens omløpshastighet i perioden 2014 til 2017</i>	<i>22</i>
<i>Figur 4.4: Utvikling i resultatgrad i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>23</i>
<i>Figur 4.5: Utvikling i egen kapitalrentabilitet i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>24</i>
<i>Figur 4.6: Utvikling i likviditetsgrad 1 i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>26</i>
<i>Figur 4.7: Utvikling i likviditetsgrad 2 i perioden 2014 til 2017</i>	<i>27</i>
<i>Figur 4.8: Utvikling i varelagerets omløpshastighet i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>28</i>
<i>Figur 4.9: Utvikling i finansieringsgrad 1 i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>29</i>
<i>Figur 4.10: Utvikling i arbeidskapital i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>30</i>
<i>Figur 4.11: Utvikling i egen kapitalandel i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>31</i>
<i>Figur 4.12: Utvikling i gjeldsgrad i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>32</i>
<i>Figur 4.13: Utvikling i rentedekningsgrad i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>33</i>

Tabelliste

<i>Tabell 4.1: Utvikling i total kapitalrentabilitet i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>20</i>
<i>Tabell 4.2: Utvikling i kapitalens omløpshastighet i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabell 4.3: Utvikling i resultatgrad i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabell 4.4: Utvikling i egen kapitalrentabilitet i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabell 4.5: Utvikling i likviditetsgrad 1 i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabell 4.6: Utvikling i likviditetsgrad 2 i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabell 4.7: Utvikling i varelagerets omløpshastighet i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabell 4.8: Utvikling i varelagerets omløpshastighet i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabell 4.9: Utvikling i arbeidskapital i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabell 4.10: Utvikling i egen kapitalandel i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabell 4.11: Utvikling i gjeldsgrad i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabell 4.12: Utvikling i rentedekningsgrad i perioden 2014 til 2017.....</i>	<i>32</i>

1.0 Innledning

I dette kapittelet skal vi ta for oss selve formålet med oppgaven, begrunne valg av problemstilling og presentere bedriften vi har valgt.

1.1 Bakgrunn og formål med oppgaven

Innenfor bachelorstudiet på Handelshøyskolen i Trondheim er det et krav om godkjent semesteroppgave innenfor valgt studieretning. I vår oppgave innenfor økonomisk styring har vi valgt å gjennomføre en regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet av Ytterøykylling AS. På denne måten får vi praktisert relevante metoder og analyseteknikker vi har lært gjennom studiet. Formålet i en bedrift er ofte nettopp lønnsomhet, og en analyse av utviklingen av lønnsomheten vil derfor være svært relevant. Vi har også valgt å sammenligne bedriften med to andre aktører innenfor samme bransje, for å tydeligere kunne belyse hvordan Ytterøykylling AS har utviklet seg i forhold til sine konkurrenter.

Valget av bedrift falt på Ytterøykylling AS av flere grunner. Vi ønsket i hovedsak å skrive om en bedrift vi hadde kjennskap til, og en bedrift som åpnet for muligheter til kommunikasjon. En i gruppen har vokst opp på Ytterøya og har god kjennskap til det lokale miljøet og har familie som er ansatt i bedriften noe som enkelt muliggjorde samarbeid. En åpen dialog med tilgang til relevant informasjon gjorde at vi kunne gå mer i dybden i analysen.

1.2 Problemstilling

Målet for oppgaven er å gjennomføre en regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet for Ytterøykylling AS i perioden 2014-2017. Problemstillingen vi har valgt tar utgangspunkt i regnskapsdata fra Ytterøykylling AS. I tillegg har vi brukt regnskapsdata fra Norsk Kylling AS og Stanges Gårdsprodukter AS, da disse brukes for å sammenligne nøkkeltall innenfor lønnsomhet for de tre bedriftene. Fokuset i oppgaven vil imidlertid være på Ytterøykylling AS, siden det er deres nøkkeltall og utvikling som er mest sentralt i denne oppgaven.

Problemstillingen lyder som følger:

Hvordan har lønnsomheten til Ytterøykylling AS utviklet seg i perioden 2014-2017, og hva kan være årsaker til denne utviklingen?

1.3 Presentasjon av Ytterøykylling AS

Ytterøykylling AS er et slakteri lokalisert på Ytterøy, en liten øy innerst i Trondheimsfjorden. Den fruktbare naturen på øya har lagt til rette for at ytterøyningene har kunnet livnære seg av jordbruk og fiske gjennom alle tider, og dette er noe lokalbefolkningen vet å utnytte seg av.

Kyllingproduksjonen på Ytterøy ble startet av Mildrid og Ola Norum allerede i 1960-årene, noe som gjorde de til noen av de første i landet med slik produksjon. Slakteriet var en familiebedrift gjennom to generasjoner. I 2009 gikk bedriften over fra å være en familiebedrift til å bli Ytterøykylling AS. I dag har bedriften 125 ansatte totalt i slakteri, produksjon og administrasjon. Ytterøykylling AS er det fjerde største kyllingslakteriet i Norge målt i slaktevolum, og de står for 5 % av all kyllingslakt i Norge.

Fokuset til bedriften har fra starten vært på rene, gode råvarer og dyrevelferd. De 22 gårdene som leverer kylling til Ytterøykylling AS er underlagt et strengt dyrevelferdsprogram med jevnlig kontroll. Omtrent 60 % av all kylling som blir slaktet hos Ytterøykylling AS kommer fra gårder lokalisert på Ytterøy. Det vil si at det er mindre enn et kvarters reisevei fra fjøs til slakteri. Resten av kyllingen kommer fra fastlandet Innherred, noe som også gir kort transportvei. På alle slaktedager er en veterinær fra Mattilsynet til stede for å kontrollere at alt går riktig for seg.

Ytterøykylling har et bredt sortiment av produkter, og kan skilte med blant annet grillede kyllingvinger, salatkylling, kyllingfilet, wienerpølser og kyllingburgere. Et mål for Ytterøykylling AS er at alle produkter skal være tilgjengelig for de aller fleste. Dette har resultert i at nesten alt slaktet er halal, og at alle produktene er fri for deklarasjonspliktige allergener. I dag har Ytterøykylling AS gjort seg bemerket som en kvalitetsleverandør av kylling over hele landet. Flere ulike restauranter og matdistributører benytter kylling fra Ytterøykylling AS i deres matkasser og menyer, og kyllingen er foretrukket av mange anerkjente kokker (Ytteroykylling.no)

1.4 Oppgavens struktur

Vi begynte oppgaven med å presentere problemstillingen og bedriften. Videre i oppgaven redegjør vi for relevant teori og forskningsdesign. Deretter tar vi for oss selve analysen. Her analyserer vi interne og eksterne styrker og svakheter, og situasjonen i markedet. Videre

analyserer vi relevante nøkkeltall innenfor lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet. Sist i analysekapitlet gjennomfører vi en strategisk analyse der vi ser regnskapsanalysen i sammenheng med markedsanalysen. Avslutningsvis kommer konklusjon, referanseliste og vedlegg.

2.0 Teori

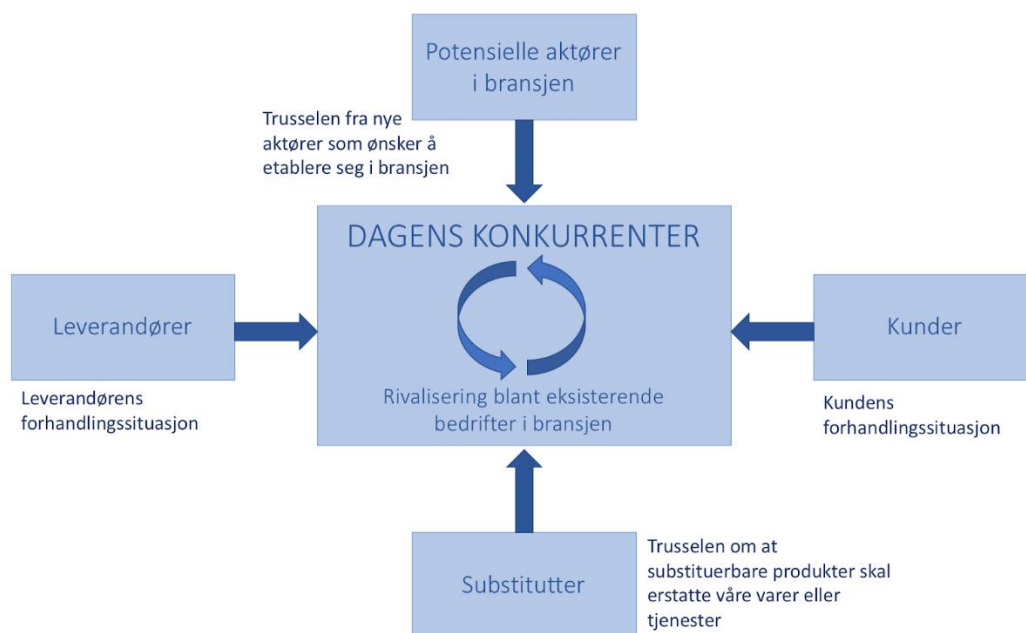
I dette kapittelet vil vi presentere aktuell teori som bruke når vi skal belyse bedriftens markedssituasjon og økonomiske situasjon. Vi vil senere prøve å besvare problemstillingen vår i lys av teoriene som presenteres her.

2.1 Markedsanalyse

For å belyse bedriftens situasjon vil vi benytte oss av to analyseverktøy; Porters bransjeanalyse og en SWOT-analyse. Valget falt på disse to analyseverktøyene fordi de belyser ulike forhold som har påvirkning på bedriften. Porters bransjeanalyse tar for seg situasjonen i markedet, mens SWOT fokuserer mer på bedriftens interne og eksterne faktorer.

2.1.1 Porters bransjeanalyse

I 1979 utviklet Michael Porter en modell for konkurranseanalyse kalt «Porters five forces». På bransjenivå foretar man en strategisk analyse av virksomhetens omgivelser. Det er fem konkurransekrefter han mener er avgjørende for konkurransetilstanden. Disse fem konkurransekraftene er direkte konkurrenter, kunders forhandlingsmakt, leverandørens forhandlingsmakt, trussel fra substitutter og trussel fra nyetableringer. Disse konkurransekraftene vil sammen beskrive og bestemme bransjens lønnsomhet og markedets attraktivitet. En god oversikt over disse faktorene er viktig for at virksomheten skal kunne forstå markedssituasjonen de befinner seg i og raskt tilpasse seg endringer i omgivelsene.



Figur 2.1: Porters bransjeanalyse

Kilde: Roos, von Krogh, Roos and Boldt-Christmas, 2014

Direkte konkurrenter

Det er viktig å gjøre gode analyser av dagens konkurrenter og konkurransesituasjon for at bedriften skal kunne bevare sin posisjon i markedet, eller for å kapre markedsandeler.

Konkurransen avhenger av antallet konkurrenter og deres konkurransefortrinn. For å forsvare og beholde sin posisjon i markedet kan bedriften benytte ulike virkemidler som blant annet reklame, kundeservice, kundelojalitetsprogram og det mest effektive; priskrig.

Kundenes forhandlingsmakt

Kunders forhandlingsmakt handler om hvilke muligheter kundene har til å presse prisene nedover. Høy makt vil derfor gå utover virksomhetens lønnsomhet. Sterk forhandlingsmakt kjennetegnes av få kjøpere eller konsentrerte kundegrupper, høyt kvantum, ikke-differensierte produkter og god tilgang på informasjon.

Leverandørenes forhandlingsmakt

Dersom leverandørene har høy makt vil dette kunne redusere lønnsomheten i virksomheten. Dersom det er få leverandører å velge mellom, eller høye kostnader ved å bytte leverandør vil leverandørene ha makt til å kunne sette opp prisene eller endre kvaliteten. Det er derfor viktig at virksomheten har flere muligheter, og ikke er avhengig av kun en enkeltleverandør.

Trussel fra substitutter

Substitutter er andre produkter som kan dekke samme behov som det aktuelle produktet. Trusler fra substitutter oppstår dersom det eksisterer andre produkter som enkelt kan erstatte vårt produkt. Dette reduserer lønnsomheten da de setter et tak på prisnivået, og kunder kan velge billigere produkter som dekker det samme behovet. En grundig analyse av potensielle substitutter er derfor viktig når strategier skal utarbeides.

Trussel fra nyetableringer

Nyetableringer fører med seg økt konkurranse. Hvor enkelt det er å etablere seg i markedet avhenger av hvilke inngangsbarrierer som eksisterer. Lave etableringskostnader øker sannsynligheten for nyetableringer. Det er enklere for fremtidige konkurrenter å etablere seg dersom det er lite kapitalkrevende, få stordriftsfordeler, lite regulering fra myndigheter og dersom bransjen kjennetegnes av konkurransefortrinn som er enkle å imitere eller svak merkeloyalitet.

2.1.2 SWOT-analyse

En SWOT-analyse er en forkortelse av de engelske ordene *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* og *threats*, som vil si at det er en analyse av bedriftens styrker, svakheter, muligheter og trusler. Analysen er en sammenstilling av både positive og negative, samt interne og eksterne faktorer som påvirker bedriften på nåværende tidspunkt eller som kan påvirke den i fremtiden. Analysen kan hjelpe bedriften til å gjennomføre bedre strategiske beslutninger, i tillegg til å bedre forstå egen intern- og kjernekompetanse. SWOT-analysen er mye brukt da den godt belyser bedriftens strategiske situasjon. Selve øvelsen har også verdi i seg selv, fordi den gjør at bedriften i større grad retter oppmerksomheten mot faktorer som påvirker organisasjonen.

Hovedhensikten med analysen er å skaffe seg en oversikt over de faktorene som påvirker bedriften, slik at de kan danne et godt grunnlag for en markedsstrategi. Markedsstrategien skal si noe om hvordan bedriften best kan utnytte sine styrker og forbedre sine svakheter for å kunne gripe mulighetene og unngå eller motvirke trusler i omgivelsene. Ved å gjennomføre en grundig analyse vil bedriften sannsynligvis avdekke flere faktorer som ellers ville blitt oversett. Når analysen er gjennomført og markedsstrategien lagt, bør bedriften danne seg et bilde om hva som er de mest avgjørende faktorene for at de skal nå sine mål.

2.2 Regnskapsanalyse

For å belyse Ytterøykylling AS sin økonomiske situasjon vil vi gjennomføre en regnskapsanalyse. En regnskapsanalyse kan defineres som «*alle teknikker som benyttes for å kartlegge og belyse en bedrifts økonomiske utvikling og stilling*» (Kristoffersen, 2016, s. 437). Analysen skal gi et helhetlig bilde av bedriftens økonomiske utvikling og finansielle situasjon. En regnskapsanalyse kan deles inn i horisontale analyser, vertikale analyser og nøkkeltallsanalyser. Horisontale analyser ser på utviklingen i resultatregnskap og balansen over tid, mens en nøkkeltallsanalyse ser på forhold mellom ulike balanse- og resultatposter. Det er disse to vi skal fokusere på i denne oppgaven. Nøkkeltallsanalysen deles inn i fire deler; lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet (Kristoffersen, 2016).

2.2.1 Lønnsomhet

En lønnsomhetsanalyse er en vurdering av bedriftens evne til å skape overskudd (Kristoffersen, 2016). Tilstrekkelig lønnsomhet i bedriften er nødvendig for at bedriften skal kunne overleve på lengre sikt.

Rentabilitet

Rentabilitet viser avkastning på en bedrifts investerte kapital, det vil si dens evne til å disponere eiendelene med formål om inntjening. De mest sentrale nøkkeltallene er total kapitalrentabilitet, bestående av kapitalens omløpshastighet og resultatgrad, i tillegg til egen kapitalrentabilitet (Kristoffersen, 2016).

Total kapitalrentabilitet

Total kapitalrentabiliteten måler bedriftens avkastning på den samlede kapitalen bundet i bedriften. Nøkkeltallet viser hvor godt bedriften har forvaltet ressursene uavhengig av finansieringene. I hvilken grad nøkkeltallet er tilfredsstillende må ses ut fra virksomhetens risiko. En tommelfingerregel er at total kapitalrentabilitet over 10% regnes som god, og er den under 1% regnes den som dårlig. Vi velger å ta utgangspunkt i driftsresultatet og ikke resultatet før skatt. Total kapitalrentabiliteten er et mål på avkastning for den totale kapitalen for bedriften, inkludert innskudd fra banker. Det betyr at hvis vi tar utgangspunkt i resultatet før skatt, må også finanskostnadene inkluderes.

Total kapitalrentabiliteten kan beregnes ved å enten bruke total kapitalen for gjeldende år, gjennomsnittlig total kapital (gjennomsnitt av inngående og utgående balanse), eiendeler i bruk eller sysselsatt kapital. Det er naturlig å benytte gjennomsnittlig total kapital da utgående balanse alene kan være misvisende. Den tar for eksempel ikke hensyn til om det har blitt investert i ny kapital på slutten av året som ikke har hatt betydning for resultatet i året som helhet.

Total kapitalrentabiliteten består av kapitalens omløpshastighet og resultatgraden. Det er et hyppig brukt lønnsomhetsmål da det tar høyde for både kostnader, inntekter og investeringer. I tillegg er det et forholdstall noe som gjør at vi kan sammenligne prestasjoner på tvers av selskaper og bransjer.

Totalkapitalrentabiliteten beregnes på følgende måte (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}) * 100\%}{\text{Gjennomsnittlig totalkapital}}$$

Kapitalens omløpshastighet

Kapitalens omløpshastighet er et mål på hvor effektivt bedriften utnytter kapitalen og hvor mange ganger den investerte kapitalen blir omsatt i løpet av et år. Det er et hyppig brukt mål, til tross for at det ikke tar hensyn til lønnsomhet. Jo større dette forholdstallet er, desto lavere er risikoen for at bedriften ikke klarer å betjene forpliktelsene sine. Inntektene forteller noe om aktivitetene til bedriften. For å kunne forbedre kapitalens omløpshastighet ser vi av formelen at det kan gjøres enten ved å øke inntektene og/eller ved å redusere kapitalen bundet i bedriften. En reduksjon i bedriftens kapital skjer ved systematisk gjennomgang av bedriftens eiendeler og vurdering om det er mulig å eksempelvis redusere varelager, selge anleggsmidler eller redusere utestående fordringer.

Kapitalens omløpshastighet finner man ved (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Kapitalens omløpshastighet} = \frac{\text{Driftsinntekter}}{\text{Gjennomsnittlig totalkapital}}$$

Resultatgrad

Resultatgrad sier noe om lønnsomheten (rentabiliteten) til en bedrift i forhold til de totale inntektene. Resultatgraden forteller hvor mye bedriften får igjen for hver omsatt krone. Resultatgraden er et vanlig mål, men tar ikke hensyn til kapitalbindingen, noe som gjør at den ofte kombineres med kapitalens omløpshastighet for å gi et mer helhetlig bilde av lønnsomheten.

Resultatgrad beregnes på følgende måte (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Resultatgrad} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}) * 100\%}{\text{Driftsinntekter}}$$

Egenkapitalrentabiliteten

Egenkapitalrentabiliteten viser avkastning på eierens investering i bedriften, og endringen viser hvordan tidligere investeringer utvikler seg (Kristoffersen, 2016). Det er eierne som har mest interesse av dette nøkkeltallet, da de ønsker å vite hvor stor del av resultatet som tilfaller egenkapitalen. En god egenkapitalrentabilitet er rundt 20%, men dette er avhengig av risiko. Den må i hvert fall være høyere enn totalkapitalrentabiliteten.

Egenkapitalrentabiliteten beregnes slik (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Egenkapitalrentabilitet etter skatt} = \frac{\text{Ordinært resultat} * 100\%}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}}$$

2.2.2 Likviditet

En analyse av likviditeten viser en bedrifts betalingsevne. Det innebærer en kartlegging av bedriftens evne til å betale sine forpliktelser ved forfall. Vurdering av betalingsevne basert kun på regnskapsdata vil gi et feilaktig bilde, da det bare tar hensyn til situasjonen på et bestemt tidspunkt. Derfor beregnes mange av nøkkeltallene innenfor likviditet også av balansen. Under presenterer vi noen nøkkeltall som vi mener er mest aktuelle for vår problemstilling.

Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 brukes ved analyser av likviditeten, men er også et sentralt forholdstall ved analyse av finansieringen. Forholdstallet viser i hvor stor grad omløpsmidlene til bedriften er finansiert med kortsiktig gjeld (Kristoffersen, 2016). Jo høyere dette tallet er, jo bedre betalingsevne har bedriften til å betjene den kortsiktige gjelden. Det er anbefalt å ha en likviditetsgrad på 2 eller høyere, men i praksis er den sjeldent så høy. Gjennomsnittet i Norge er 1,2.

Likviditetsgrad 1 finnes ved (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Likviditetsgrad 1} = \frac{\text{Omløpsmidler}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$$

Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 viser hvor stor del av den kortsiktige gjelden som kan betales umiddelbart med tilgjengelige midler. Her trekkes varelageret ut av telleren, slik at fokuset blir på de mest likvide omløpsmidlene. Varelageret trekkes ut siden man antar det tar lang tid å omgjøre varelageret til kontanter. Nøkkeltallet bør være høyere enn 1, men dette kan være vanskelig å oppnå i praksis (Kristoffersen, 2016).

Likviditetsgrad 2 finnes ved (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Likviditetsgrad 2} = \frac{\text{Omløpsmidler} - \text{Varelager}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$$

Varelagerets omløpshastighet

Varelagerets omløpshastighet forteller oss om hvor hyppig varelageret byttes ut i løpet av året. Det er ønskelig med et så høyt tall som mulig, da dette minimerer risikoen for at varelageret blir utdatert og dermed får ukurans på varene. Dersom omløpshastigheten er lav kan dette indikere at lageret er for stort eller at salget av varer er dårlig. Det er likevel vanskelig å gi et normtall på dette, da omløpshastigheten er bransjeavhengig.

Varelagerets omløpshastighet beregnes på følgende måte (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Varelagerets omløpshastighet} = \frac{\text{Vareforbruk}}{\text{Gjennomsnittlig varelager}}$$

2.2.3 Finansiering

Finansiering sier noe om anskaffelse og anvendelse av kapital. En slik analyse tar utgangspunkt i sammensetningen av bedriftens eiendeler, både de langsiktige og kortsiktige på et gitt tidspunkt i balansen. Langsiktig finansiering er definert som egenkapital og langsiktig gjeld. Sentrale forholdstall ved analyse av bedriftens finansiering er finansieringsgrad 1, likviditetsgrad 1 og arbeidskapital (Kristoffersen, 2016).

Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 viser i hvor stor grad anleggsmidlene er langsiktig finansiert. Dersom finansieringsgrad 1 er har en verdi høyere enn 1, vil dette være et tegn på usunn finansiering

da dette betyr at deler av anleggsmidlene er kortsiktig finansiert. Dersom den er lavere enn 1 utsetter bedriften seg for lavere risiko (Kristoffersen, 2016).

Finansieringsgrad 1 finnes ved (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Finansieringsgrad 1} = \frac{\text{Anleggsmidler}}{\text{Langsiktig gjeld} + \text{Egenkapital}}$$

Arbeidskapital

Arbeidskapitalen viser differansen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld.

Arbeidskapitalen bør være positiv, da dette betyr at deler av omløpsmidlene er finansiert av egenkapital eller langsiktig gjeld, noe som er gunstig for bedriften. Ved negativ arbeidskapital betyr det at deler av anleggsmidlene er finansiert av kortsiktig gjeld, noe som tyder på dårlig likviditet. Her er det viktig å se på utviklingen over tid, da situasjonen kan endre seg raskt (Kristoffersen, 2016).

Arbeidskapital finnes ved (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Arbeidskapital} = \text{Omløpsmidler} - \text{Kortsiktig gjeld}$$

2.2.4 Soliditet

Soliditet er nært knyttet til finansiering og sier noe om hvor god evne bedriften har til å tåle tap. Bedriftens soliditet er gjerne knyttet til størrelsen på egenkapitalen i sett i forhold til samlet kapital i bedriften.

Egenkapitalandel

Egenkapitalandelen viser hvor stor andel av eiendelene som er finansiert med egne midler.

Den forteller også hvor mye bedriften kan tape før det blir påført et tap. Jo større egenkapitalandel, desto bedre er soliditeten i bedriften. Det finnes ingen klare krav til egenkapitalandelen, og heller ingen nedre grense. Likevel stiller aksjeloven krav til en forsvarlig egenkapital, i forhold til risikoen og omfanget av virksomheten (aksjeloven § 3-4). I de fleste bedrifter og organisasjoner vil en egenkapitalandel mellom 30 og 35 være tilfredsstillende, men jo høyere jo bedre.

Egenkapitalandelen beregnes slik (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Egenkapitalandel} = \frac{\text{Egenkapital} * 100\%}{\text{Totalkapital}}$$

Der totalkapitalen er balansesummen og beregnes som summen av eiendelene (omløpsmidler + anleggsmidler).

Gjeldsgrad

Gjeldsgraden viser forholdet mellom gjeld og egenkapital. Dette forholdstallet bør være så lite som mulig, da dette viser at bedriften tåler tap godt. Man bør likevel ikke prøve å minimere denne, da dette vil gi store kapitalkostnader over tid. Kort forklart vil en lav gjeldsgrad bety mindre betalingsforpliktelse med tanke på renter og avdrag, og dermed lavere risiko for konkurs (Kristoffersen, 2016).

Gjeldsgraden kan regnes ut på følgende måte (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Gjeldsgrad} = \frac{\text{Gjeld}}{\text{Egenkapital}}$$

Rentedekningsgrad

Dette nøkkeltallet måler evnen til å betale rentekostnadene ved forfall (Kristoffersen, 2016). Dette er et forholdstall som sier noe om bedriftens evne til å betjene rentekostnadene. Er rentekostnadene store i forhold til resultatet, vil rentedekningsgraden være liten, og motsatt ved lave rentekostnader i forhold til resultatet. Det er heller ingen faste krav til dette nøkkeltallet, men det sier seg selv at dersom dette tallet er lavere enn 1, går bedriften med underskudd.

Rentedekningsgraden beregnes slik (Kristoffersen, 2016):

$$\text{Rentedekningsgrad} = \frac{\text{Ordinært resultat før skatt} + \text{Rentekostnader}}{\text{Rentekostnader}}$$

3.0 Metode

I dette kapittelet skal vi gjøre rede for de ulike tilnærminger vi har brukt for å belyse problemstillingen. Vi skal gå inn på hvilke valg vi har gjort, og konsekvensene de har medført for resultatene. Forskningsdesignet vi har benyttet skal så drøftes i lys av validitet og reliabilitet.

3.1 Problemstillingen

Utviklingen av en problemstilling er ofte det første og viktigste punktet når man skal gjennomføre en undersøkelse. Man kan ikke undersøke noe før man vet *hva* man ønsker å finne svaret på. I vårt tilfelle ønsket vi å finne ut hvordan lønnsomheten til Ytterøykylling AS har utviklet seg de senere årene, og prøve å finne noen grunner til dette. Problemstillingen ble derfor formulert på følgende måte:

Hvordan har lønnsomheten til Ytterøykylling AS utviklet seg i perioden 2014-2017, og hva kan være årsaker til denne utviklingen?

Når man utarbeider en problemstilling er det tre krav som må tilfredsstilles (Jacobsen, 2015). Den skal være *spennende*, noe som vil si at den skal generere ny kunnskap. Det er ingen vits å gjennomføre en undersøkelse dersom det er gitt hva resultatet vil bli. Problemstillingen skal være *enkel*, som vil si at man ikke skal bite over for bredt. Man kan ikke undersøke absolutt alt, og det er derfor viktig å snevre inn problemstillinga så mye som mulig. Det siste kravet for at en problemstilling skal være god er at den skal være *fruktbar*. Dette betyr først og fremst at den skal være mulig å undersøke empirisk. Det at problemstillingen skal være fruktbar innebærer også at den skal generere ny kunnskap. Dette betyr likevel ikke at kunnskapen skal være revolusjonerende, men heller at den bygger på tidligere forskning. Problemstillingen vår tilfredsstill disse tre kravene fordi; vi vet ikke på forhånd hva resultatene skal bli, den er begrenset innenfor et visst område, og resultatene genererer ny kunnskap.

Vi har valgt å fokusere på en 4-årsperiode for å kartlegge utviklingen i lønnsomheten til Ytterøykylling AS. Grunnen til at vi valgte 2014-2017 er fordi dette er de nyeste tallene tilgjengelige for offentligheten, og fordi de gir et best mulig bilde av dagens situasjon for bedriften. Vår problemstilling er todelt; første del er beskrivende og andre del er forklarende.

Den beskrivende delen vil være avgrenset i tid, og sier noe om en tilstand i en valgt periode. Ved å inkludere den forklarende delen får vi i tillegg muligheten til å avdekke ulike årsaker som kan ha påvirket utviklingen til Ytterøykylling AS.

3.2 Undersøkellesdesign

Valg av undersøkelsesdesign har mye å si for undersøkelsens gyldighet og pålitelighet (Jacobsen, 2015). Det vil si i hvor stor grad designet som blir valgt klarer å svare på problemstillingen.

I denne oppgaven har vi valgt et intensivt design, nærmere bestemt et case-studie for å besvare problemstillingen. Et intensivt undersøkelsesdesign innebærer at man går i dybden på noen få enheter for å få et mer helhetlig og detaljert bilde av hvordan virkeligheten er og blir oppfattet. Det intensive designet egner seg godt da vi ønsker å finne individuelle nyanser og forskjeller. Felles for case-studier er at studieobjektet er avgrenset i tid og rom, noe vår problemstilling er (Jacobsen, 2015).

I vår oppgave har vi tatt utgangspunkt i kun én enhet, Ytterøykylling AS, samtidig som vi fokuserer på mange variabler (nøkkeltall) i en avgrenset periode. Vi benytter oss av en tidsseriestudie, siden vi ser på den faktiske utviklingen over tid, som for vår del vi si perioden 2014-2017 (Jacobsen 2015). I den delen av analysen som omfatter lønnsomhet, har vi også valgt å sammenligne med to bedrifter i samme bransje; Norsk Kylling AS og Stanges Gårdsprodukter AS.

3.3 Datainnsamling

Vi har benyttet oss av primærdata, også kalt førstehåndsdata, i form av intervjuer med økonomi og administrasjonssjef i Ytterøykylling AS. Vi har også benyttet sekundærdata som regnskap og balanse, hentet fra Proff.no. Disse dataene utarbeides av bedriften selv. Når man bruker sekundærdata kan det noen ganger oppstå problemer siden dataene kan være brukt til andre formål enn det vi skal bruke det til. I vårt tilfelle vil ikke dette være et problem, da bedriften har brukt både regnskapet og balansen til like formål som det vi gjør i denne oppgaven.

Vi har valgt å kombinere kvalitative og kvantitative data, såkalt metodetriangulering. Styrken med metodetriangulering er at man kan teste gyldigheten til de funnene som er gjort (Jacobsen, 2015). Ved å benytte kvalitative data i etterkant av en kvantitativ metode kan vi gå nærmere inn på enkelte forhold, og prøve å forklare disse. Først analyserte vi ulike tall i regnskap og balanse hentet fra Proff.no i perioden 2014-2017. Dette er den kvantitative tilnærmingen. I den kvalitative delen valgte vi å gjennomføre et individuelt intervju over e-post. Dette var fordi vi ikke hadde muligheter til å foreta et personlig intervju ansikt til ansikt, grunnet lokasjon. Det var heller ingen sensitive spørsmål som krever tillit mellom intervjuer og intervjuobjekt. Å benytte e-post gir oss den fordel at vi har intervjuet skriftlig, noe som gjør det enkelt å finne frem i informasjonen. Når intervjuet skulle gjennomføres kontaktet vi daglig leder, men ble sendt videre til økonomi og administrasjonssjef, Vidar Ansnes. Daglig leder henviste oss til en med god dybdekunnskap om markedet og bedriftens strategiske posisjon. Vi benyttet så intervjuet til å analysere bedriftens posisjon i markedet, slik at vi bedre kunne forstå og peke på mulige årsaker til lønnsomhetsutviklingen.

3.4 Reliabilitet og validitet

Alle undersøkelsesopplegg er metoder for å samle inn empiri. Empirien må oppfylle to krav for å kunne anses som god. Den må være *valid*, som vil si at empirien er gyldig og relevant, og den må være *reliabel*, som vil si at den er pålitelig og troverdig. Når vi evaluerer empiriens validitet, betyr dette at vi tar stilling til hvorvidt spørsmålene vi har stilt faktisk har blitt besvart av empirien vi har samlet inn. Reliabilitet går på om vi kan stole på de resultatene vi har kommet fram til. For å vurdere dette må vi ta stilling til om vi har utført undersøkelsen på en troverdig måte. Troverdigheten kan bli svekket hvis det viser seg at man har gjort feil i utregninger eller om det er trekk ved undersøkelsen som er har ført til resultatene man har kommet fram til. Ville man kommet fram til samme resultat med et annet undersøkelsesopplegg?

De kvalitative dataene vi har benyttet oss av har vi fått fra samtaler med økonomi- og administrasjonssjef Vidar Ansnes. En viktig del av evalueringen av undersøkelsens gyldighet er å vurdere om informasjonen vi har samlet inn kommer fra en pålitelig og god kilde. Vi ble henvist til Vidar Ansnes, nettopp fordi han var personen med mest informasjon om markedet og bedriftens strategiske posisjon. Med andre ord er han den beste kilden for å skaffe informasjonen vi er interessert i. Når det kommer til de kvantitative dataene, ble disse hentet

fra proff.no. Med tanke på at bedriftens regnskap er regulert av regnskapsloven føler vi oss sikre på at denne informasjonen er gyldig og gir en sannferdig beskrivelse av virkeligheten.

Påliteligheten til undersøkelsen vil vi påstå har blitt lite svekket av kildene vi har brukt. Vi har ingen videre grunn til å anta at økonomi- og administrasjonssjef har gitt oss feilaktig informasjon. Vi antar også at regnskapstallene vi har funnet på proff.no også stemmer. For å vurdere påliteligheten er det i dette tilfellet relevant å se på hvordan vi selv har behandlet informasjonen vi har innsamlet. Her er beregning av nøkkeltall sentralt. For å rette opp eventuelle tastefeil eller andre tabber har vi gått nøye gjennom tallene og konkludert med at alt stemmer.

Vi kan konkludere med at undersøkelsen har god gyldighet, med tanke på hvor gode dataene våre er. Dataene vi har brukt er relevante og beskriver virkeligheten godt, noe som igjen fører til at videre tolkning av dataene gir oss gyldige og relevante svar. Etter møysommelig refleksjon rundt vårt undersøkelsesdesign og vår behandling av data, har vi kommet fram til at det ikke har blitt begått feil, eller at det er andre forhold som har hatt en vesentlig påvirkning på våre resultater og at de med andre ord er pålitelige.

4.0 Analyse

I dette kapittelet skal vi anvende teorien som ble presentert i kapittel 2.

4.1 Markedsanalyse

I dette kapittelet vil vi gjennomføre to analyser av markedet og bedriftens posisjon; Porters bransjeanalyse og en SWOT-analyse.

4.1.1 Porters bransjeanalyse

Direkte konkurrenter

Av alle kyllingslakterier i Norge er Ytterøykylling AS er fjerde størst målt i slaktevolum, og de står for 5% av alt av slakt av kylling i Norge. De tre største konkurrentene har nesten hele markedet for seg selv med cirka 80% totalt. Av de mindre slakteriene i Norge er Ytterøykylling AS klart størst. De tre store slakteriene er deres største konkurrenter og Ytterøykylling AS har dermed store muligheter til å kapre markedsandeler. I motsetning til konkurrentene har Ytterøykylling AS et konkurransefortrinn ved å spille på historien som Trondheimsfjordens perle. Dette er en ekte fortelling som konkurrenter ikke kan kopiere. Denne posisjonen gjør at Ytterøykylling AS kan ta noe høyere betaling for sine varer. I tillegg er nesten alt av slakt halal, noe som gjør produktene tilgjengelige for de aller fleste. Bedriften har en del produkter som er som er unikt for Ytterøykylling AS, som spiseklar kylling, farse og grillet kylling. Deres konkurransefortrinn gjør det derfor vanskelig for konkurrentene å ta markedsandeler fra dem.

Kundenes forhandlingsmakt

Ytterøykylling AS har en spredt kundesammensetning. Det er ingen enkeltkunder som er større enn 20% av omsetningen. De har altså store og små kunder, der noen er svært viktige for dem. Det er viktig å holde på de største kundene slik som dagligvarebutikkene, da disse står for store deler av omsetningen. Disse kundene har stor forhandlingsmakt, og er viktig å holde på. De har også flere mindre kunder som det er mer tålelig å miste. Disse har med andre ord lav forhandlingsmakt. Lite differensierte produkter gir kundene forhandlingsmakt siden det er enkelt for kundene å bytte leverandør. Kylling kan differensieres i begrenset grad, men Ytterøykylling AS har likevel en fordel ved å levere noen spesielle produkter som eksempelvis kyllingburgere, spekepølse og tapasboller som konkurrentene ikke har. I tillegg fremstår Ytterøykylling AS som mer luksuriøs enn konkurrentene.

Leverandørens forhandlingsmakt

Leverandørene til Ytterøykylling AS kan deles i to grupper. Kyllingprodusentene og øvrige leverandører. Kyllingprodusentene er stort sett bønder fra Ytterøya som har langsiktige avtaler med Ytterøykylling AS. De øvrige leverandørene er normale tjeneste- og vareleverandører som i stor grad kan anbudsutsettes for å optimalisere innkjøpsvilkår. Ytterøykylling AS har likevel størst fokus på kyllingprodusentene på Ytterøy for å sikre aktivitet og god økonomi. Dette til tross for at bøndene fra Ytterøy kanskje ikke er de billigste å kjøpe av. På grunn av langsiktige avtaler og gjensidig respekt og avhengighet overfor hverandre, er ikke leverandørens makt en stor trussel. Ytterøykylling AS har andre leverandører de kan benytte seg av, og er ikke avhengig av enkeltleverandører.

Trussel fra substitutter

Trusler fra substitutter er få. Innenfor kyllingindustrien er det lite utvalg av substitutter. På vegetarmarkedet finnes det ulike kyllingerstatninger, men bedriften ser ikke på dette som en stor trussel. Det er ingen produkter som kan substituere kylling direkte som kan sette tak på prisnivået, da kyllingerstatning er svært høyt priset i forhold til kylling.

Trussel fra nyetableringer

I kyllingindustrien i Norge er det kapitalkrevende å starte opp en bedrift. Man må ha slakteri som må bygges og kyllingbønder som kan levere. Bøndene må investere store beløp i fjøs og det kan derfor være vanskelig å få tak i nok bønder. Det kan i tillegg være krevende å få innpass hos dagligvaremarkedet i Norge. Derfor har ikke Ytterøykylling AS noen betydelige trusler fra nyetableringer i bransjen. Det er vanskelig å differensiere seg når man produserer kylling. Det er derfor få konkurransefortrinn og svak merkeloyalitet i bransjen, noe som taler for økt konkurranse. En ny, stor kyllingfabrikk er planlagt i Orkdal fra aktøren Norsk Kylling AS. Denne skal være ferdigstilt i 2021. Man kan kanskje tro denne vil kunne true markedsandelen til Ytterøykylling AS. Likevel ser bedriften på dette som en liten trussel da Norsk Kylling AS ikke leverer til de samme dagligvarebutikkene som Ytterøykylling AS, og med dagens eierstruktur er det vanskelig å komme inn på andre dagligvarebutikker.

4.1.2 SWOT

Styrker

En styrke hos Ytterøykylling AS er at de er den største av små kyllingprodusenter i landet. Dette gjør at kundene kanskje har hørt om de tidligere, og at de dermed velger Ytterøykylling

når de står ved kjøledisken i butikken. Bedriften har en fleksibel arbeidsstokk, som gjør at de på kort tid kan gjøre omstillinger i måten å produsere på. For eksempel kan de kjøre mindre serier med produkter på en effektiv måte. En annen styrke er at Ytterøykylling er foretrukket leverandør til Kolonial.no, Adams Matkasse og Godt Levert. Ytterøykylling AS tilbyr også halalslaktet kjøtt. Ved å tilby halal-kjøtt treffer Ytterøykylling AS den delen av markedet som måtte ønske dette. En annen styrke er som tidligere nevnt deres unike posisjon som Trondheimsfjordens grønne perle, og deres til dels differensierte produkter.

Svakheter

Det er utfordringer ved å drive et lite slakteri med mangel på fullautomatisering. Dette fører til høyere produksjonskostnader enn andre. En annen vesentlig svakhet er det faktum at plasseringen til bedriften er på en øy, målt mot større konkurrenter som har lokalisert slakteriene sine mer sentralt. Dette gjør at de har høyere kostnader til frakt og logistikk, både av inngående og utgående varer. Dette skaper også ringvirkninger i forhold til bemanning og arbeidsvei til de ansatte som må tilpasse seg fergeavganger. Ytterøykylling AS reduserer ulempen ved å ha et foredlingsanlegg på fastlandet som også fungerer som en base for de som jobber i administrasjonen. En lokalisering av hele produksjonen på fastlandet ville gitt sparte kostnader, men bedriften ville samtidig mistet sin fordel i markedet med sin unike posisjon. De har ingen planer om å bytte lokasjon i fremtiden, og anser styrkene ved en slik posisjonering mer viktige enn ulempene det medfører.

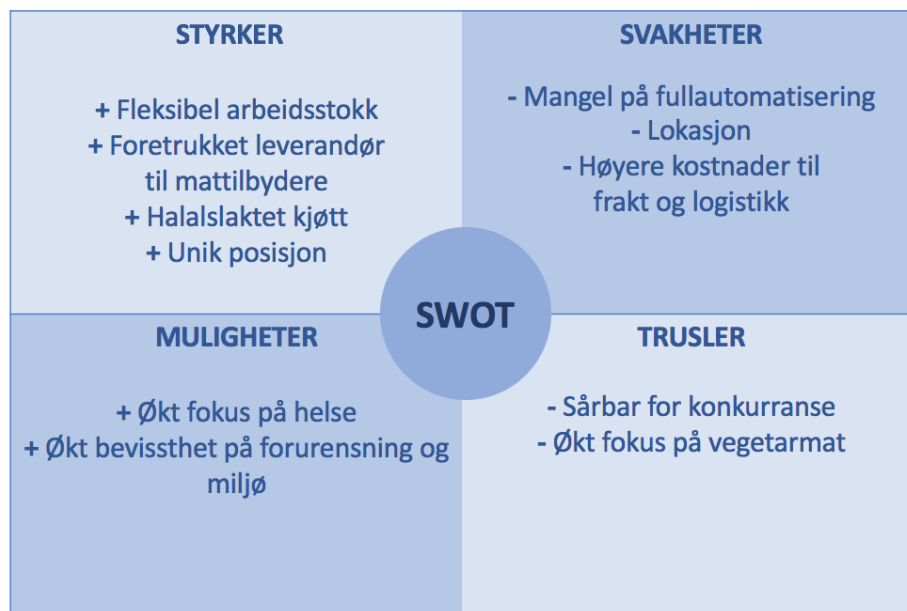
Muligheter

De siste årene har det blitt stadig større fokus på de negative sidene ved det å produsere og spise rødt kjøtt, både for miljøet og helsen. Økt fokus på dette har satt Ytterøykylling AS i en gunstig posisjon. Kyllingkjøtt er bedre for kroppen enn rødt kjøtt, i tillegg til at det er mer miljøetisk å produsere. Det er også stadig økt fokus på trening og helse, der proteiner og lavt fettinnhold er en viktig faktor. Her skårer kylling høyt. Lavere etterspørsel av rødt kjøtt gir Ytterøykylling AS gode muligheter for økt salg, da konsumet av rødt kjøtt i større grad kan bli erstattet av hvitt kjøtt.

Trusler

Det at Ytterøykylling AS er en liten bedrift, gjør at de er sårbare for konkurranse i markedet. Dette gjelder særlig de større konkurrentene, men også de mindre. En annen mulig trussel er det økte fokuset på vegetarmat. Det kommer stadig nye vegetar-/veganprodukter på markedet

siden fokuset på dette er blitt stort de siste årene. I tillegg får befolkningen mer kunnskap om kjøttindustrien og miljøskadene det fører til. Et større utvalg og mer kunnskap om kjøttfrie alternativer kan være en trussel for produksjonen. Likevel vil økt konsum av hvitt kjøtt kunne dempe virkningene på nedgangen i etterspørselen, jf. punktet over.



Figur 4.1: SWOT-analyse av Ytterøykylling AS

4.2 Regnskapsanalyse

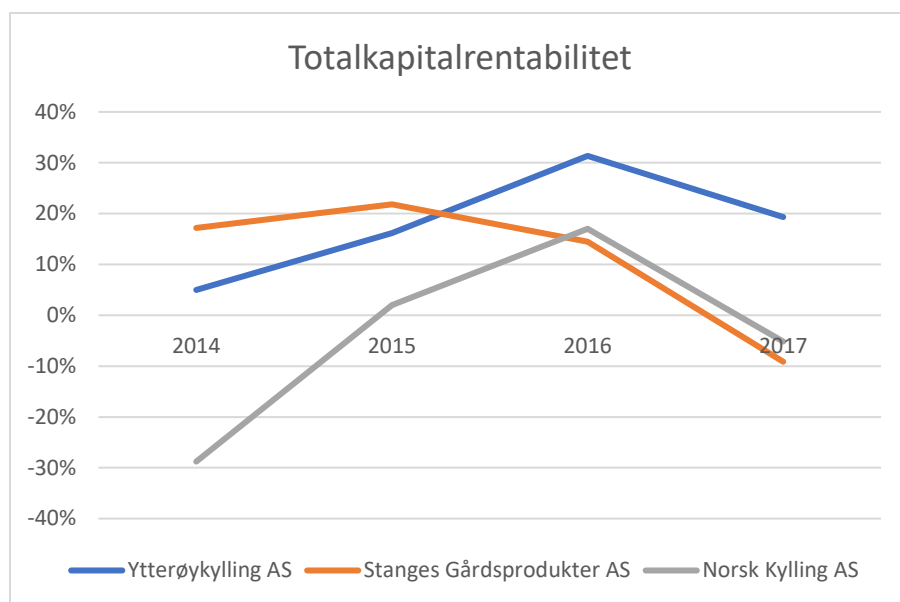
I dette kapittelet skal vi gjennomføre en regnskapsanalyse for å belyse Ytterøykylling AS sin økonomiske situasjon. Vi skal analysere noen nøkkeltall innenfor lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet.

4.2.1 Lønnsomhet

Totalkapitalrentabilitet

År	Ytterøykylling AS	Stanges Gårdsprodukter AS	Norsk Kylling AS
2014	4,98%	17,15%	-28,78%
2015	16,15%	21,82%	2,03%
2016	31,35%	14,48%	17,01%
2017	19,30%	-9,14%	-5,18%

Tabell 4.1: Utvikling i totalkapitalrentabilitet i perioden 2014 til 2017



Figur 4.2: Utvikling i totalkapitalrentabilitet i perioden 2014 til 2017

Totalkapitalrentabiliteten til Ytterøykylling AS har stort sett økt i perioden, og ligger godt innenfor det som anses som god lønnsomhet. Året 2016 skiller seg ut, da bedriften det året hadde en meget god total kapitalrentabilitet. Dette skyldes at driftsresultatet økte med hele 117% fra året før. Som nevnt i teoridelen er tommelfingerregelen for dette nøkkeltallet at det er bra når det er over 10%. Vi ser at total kapitalrentabiliteten til Ytterøykylling AS er meget bra i alle år etter 2014 til og med 2017.

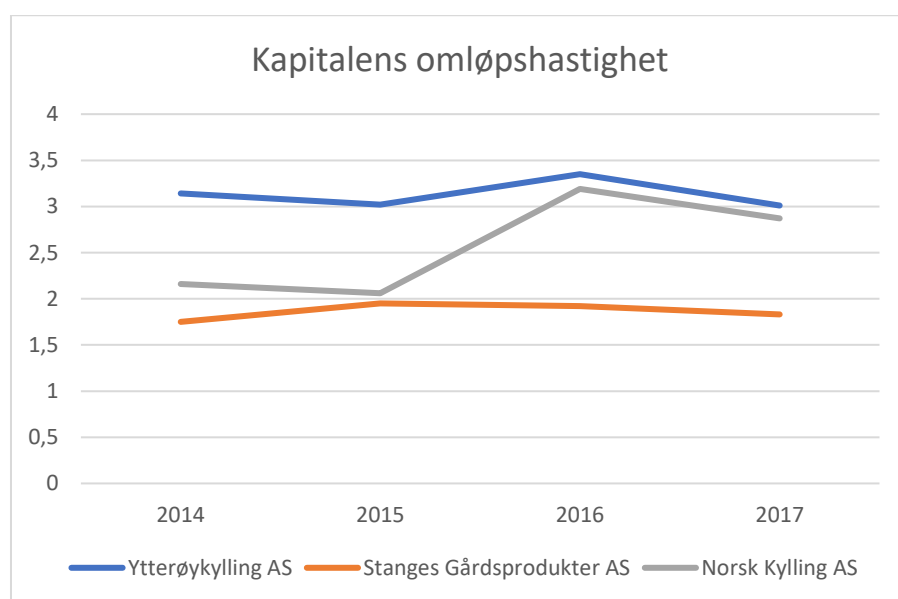
Totalkapitalrentabilitet under 1% regnes som dårlig, og vi kan se at Stanges Gårdsprodukter AS hadde en total kapitalrentabilitet på -9,14% i 2017, og Norsk Kylling AS hadde negativ total kapitalrentabilitet i både 2014 og 2017, på henholdsvis -28,78% og -5,18%.

Ytterøykylling AS har ikke hatt noen negativ total kapitalrentabilitet i løpet av de årene vi analyserer. Vi ser at Stange Gårdsprodukter AS hadde en negativ utvikling fra 2015. Både Ytterøykylling AS og Norsk Kylling AS hadde sitt beste år i 2016. Dette indikerer at Ytterøykylling AS har høyere lønnsomhet enn konkurrentene gjennom en høyere avkastning på sin total kapital. Dette til tross for store svingninger i lønnsomheten for samtlige bedrifter.

Kapitalens omløpshastighet

År	Ytterøykylling AS	Stanges Gårdsprodukter AS	Norsk Kylling AS
2014	3,14	1,75	2,16
2015	3,02	1,95	2,06
2016	3,35	1,92	3,19
2017	3,01	1,83	2,87

Tabell 4.2: Utvikling i kapitalens omløpshastighet i perioden 2014 til 2017



Figur 4.3: Utvikling i kapitalens omløpshastighet i perioden 2014 til 2017

Kapitalens omløpshastighet måler hvor mange ganger den investerte kapitalen omsettes i løpet av et år. Vi kan se av grafen at omløpshastigheten til kapitalen har holdt seg stabil de siste årene. På generelt grunnlag vil en omløpshastighet av kapitalen på mer enn 4 være meget god, og rundt 1 vil den regnes som svak (Kristoffersen, 2016). Dette er dog veldig bransjeavhengig, og derfor vanskelig å si hva som er en god og en dårlig omløpshastighet. Ytterøykylling AS har hatt en omløpshastighet som har variert mellom 3,0 og 3,3 noe som er, sammenlignet med de andre, tilfredsstillende og vel så det.

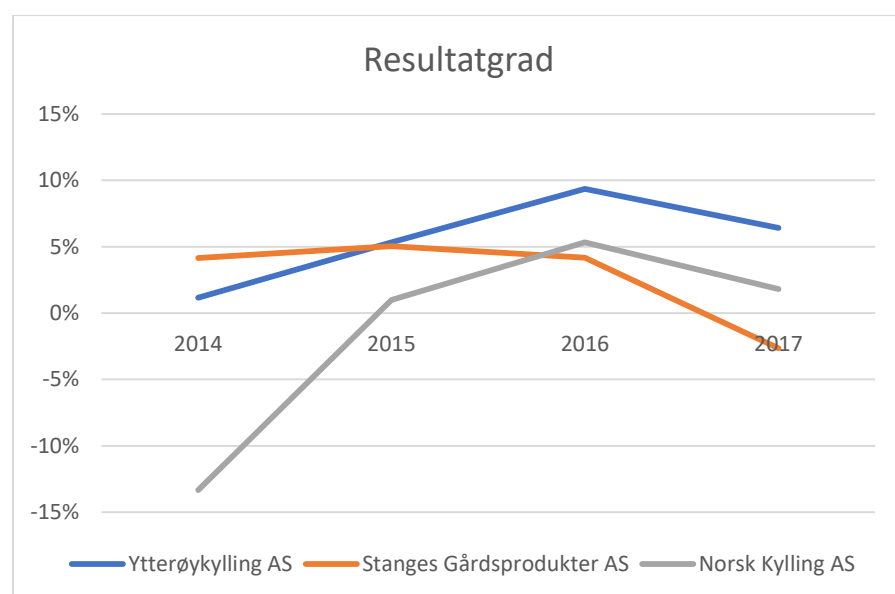
Som sagt må kapitalens omløpshastighet vurderes ut fra bransjen bedriften tilhører. Vi ser i tabellen og figuren at kapitalens omløpshastighet for Ytterøykylling AS har forholdt seg stabil

over de to andre bedriftene. Stanges Gårdsprodukter AS har vært stabil på omtrent 2, mens Norsk Kylling AS har forbedret sin omløpshastighet fra 2,16 til 2,87 i løpet av perioden. Vi kan ut fra denne informasjonen konkludere med at Ytterøykylling AS har hatt en god omløpshastighet på sin kapital på generelt grunnlag, men også sett i forhold til de to andre bedriftene innenfor samme bransje. I denne bransjen må bedriftene være flinke til å tilpasse produksjonsnivået til etterspørselen i markedet. Kylling er ferskvare og kan derfor ikke lagres over lengre tid. Ytterøykylling AS har god omløpshastighet, da de er mer fleksible enn de store slakteriene og kan tilpasse seg etterspørselen raskt.

Resultatgrad

År	Ytterøykylling AS	Stanges Gårdsprodukter AS	Norsk Kylling AS
2014	1,16%	4,15%	-13,33%
2015	5,34%	5,03%	0,98%
2016	9,36%	4,18%	5,32%
2017	6,42%	-2,65%	1,80%

Tabell 4.3: Utvikling i resultatgrad i perioden 2014 til 2017



Figur 4.4: Utvikling i resultatgrad i perioden 2014 til 2017

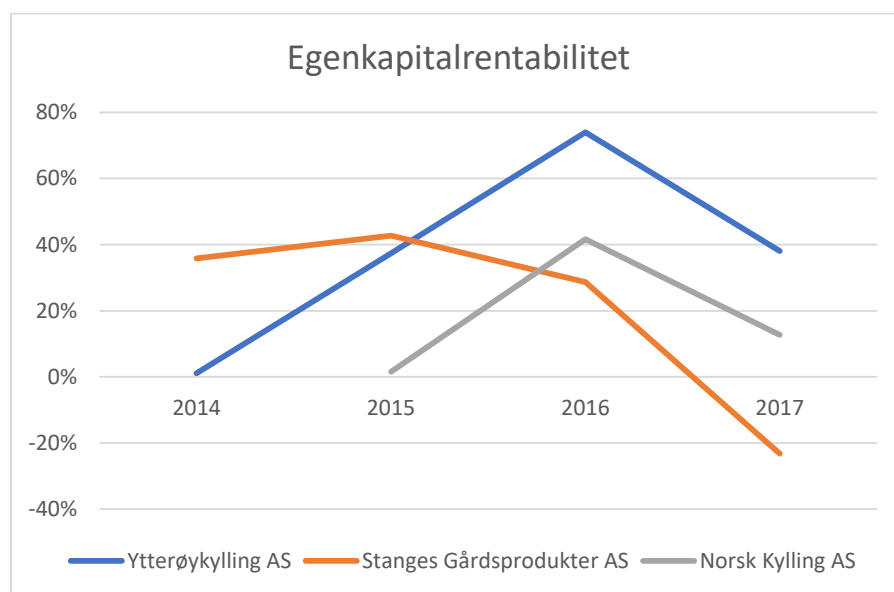
Resultatgraden viser hvor mye hver omsatt krone har bidratt til å generere resultat.

Resultatgraden til Ytterøykylling AS har hatt en positiv trend i årene fra 2014 til 2017. Den økte betydelig fra 2014 til 2016 med hele 8,2 prosentpoeng, før den reduseres noe fra 2016 til 2017. Den positive utviklingen skyldes at driftsinntektene har økt betraktelig, og dermed også resultatet. I 2014 hadde bedriften et negativt resultat før skatt, mens i 2017 økte det til kr 14 299. Vi ser av grafen at Ytterøykylling AS har en jevnt bedre resultatgrad enn de to andre bedriftene. Det vil si at Ytterøykylling er litt bedre enn de to andre bedriftene til å bruke ressursene sine til å generere resultat. Vi ser her at det er resultatgraden som er driveren for total kapitalrentabiliteten, siden kapitalens omløpshastighet er stabil i perioden.

Egenkapitalrentabiliteten

År	Ytterøykylling AS	Stanges gårdsprodukter AS	Norsk Kylling AS
2014	1,07%	35,79%	
2015	37,34%	42,75%	1,52%
2016	73,96%	28,65%	41,61%
2017	38,11%	-23,19%	12,67%

Tabell 4.4: Utvikling i egenkapitalrentabilitet i perioden 2014 til 2017



Figur 4.5: Utvikling i egenkapitalrentabilitet i perioden 2014 til 2017

Vi har fjernet 2014-verdien til Norsk kylling, da den var på -500% og ikke egnet for tolkning. Egenkapitalrentabiliteten for Ytterøykylling AS økte kraftig fra 2014 til 2015. Dette skyldes at det ordinære resultatet økte med hele 391,5% fra året før. Egenkapitalrentabiliteten fortsatte å øke fra 2015 til 2016 med hele 36,62 prosentpoeng. Dette skyldes at både ordinært resultat og gjennomsnittlig egenkapital har økt i perioden. Vi kan lese av tabellen at det var en betydelig nedgang i egenkapitalrentabiliteten fra 2016 til 2017. Nedgangen skyldes både at resultatet har blitt redusert og egenkapitalen økt. Som nevnt i teorikapitlet er egenkapitalrentabiliteten god når den er over 20%, noe Ytterøykylling AS har hatt siden 2015. I 2014 var den dog dårlig på ca. 1%.

Som vist i figur 4.5 ser vi at Ytterøykylling AS har gjort det isolert sett best av de tre bedriftene, med unntak av i 2014 der Stanges Gårdsprodukter AS hadde vesentlig høyere egenkapitalrentabilitet. Årene etter går det jevnt nedover med Stanges Gårdsprodukter AS, helt til negative verdier i 2017. Norsk Kylling AS kan sies å ha ganske lik utvikling som Ytterøykylling AS i perioden, dog lavere verdier.

4.2.2 Likviditet

Likviditetsgrad 1

År	Likviditetsgrad 1
2014	0,98
2015	1,05
2016	1,20
2017	1,49

Tabell 4.5: Utvikling i likviditetsgrad 1 i perioden 2014 til 2017



Figur 4.6: Utvikling i likviditetsgrad 1 i perioden 2014 til 2017

Likviditetsgrad 1 viser i hvor stor grad omløpsmidlene til bedriften er finansiert med kortsiktig gjeld. Som nevnt i teorikapitlet er det anbefalt å ha en likviditetsgrad på 2 eller høyere, men dette oppnås sjeldent i praksis. Likviditetsgraden til Ytterøykylling AS øker jevnt i perioden, fra 0,98 i 2014 til 1,49 i 2017. Dette er over gjennomsnittet i Norge (1,2), og derfor tilfredsstillende.

Likviditetsgrad 2

År	Likviditetsgrad 2
2014	0,40
2015	0,65
2016	0,73
2017	0,93

Tabell 4.6: Utvikling i likviditetsgrad 2 i perioden 2014 til 2017



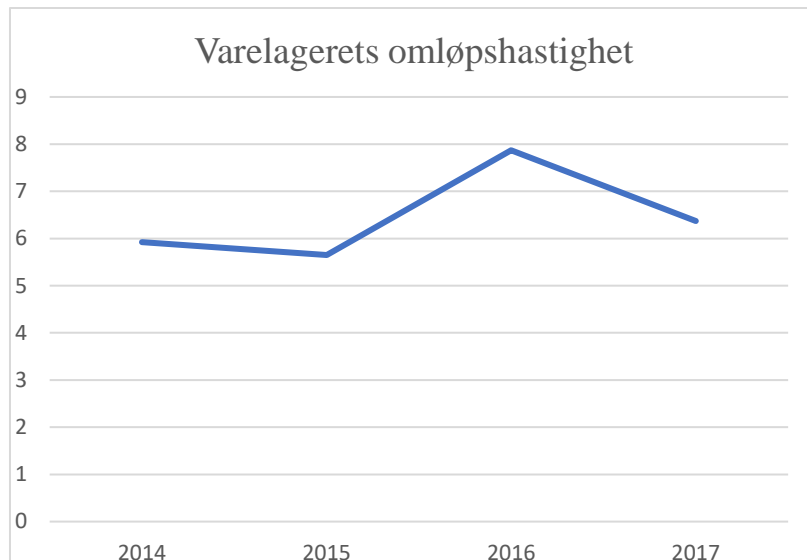
Figur 4.7: Utvikling i likviditetsgrad 2 i perioden 2014 til 2017

Likviditetsgrad 2 viser hvor stor del av den kortsiktige gjelden som kan betales umiddelbart med tilgjengelige midler. Som nevnt i teorikapitlet bør dette nøkkeltallet være høyere enn 1, men dette kan være vanskelig å oppnå i praksis. Vi ser likevel at verdiene har blitt forbedret betydelig i perioden, og at bedriften i 2017 har en likviditetsgrad 2 på nesten 1.

Varelagerets omløpshastighet

År	Varelagerets omløpshastighet
2014	5,92
2015	5,65
2016	7,87
2017	6,37

Tabell 4.7: Utvikling i varelagerets omløpshastighet i perioden 2014 til 2017



Figur 4.8: Utvikling i varelagerets omløpshastighet i perioden 2014 til 2017

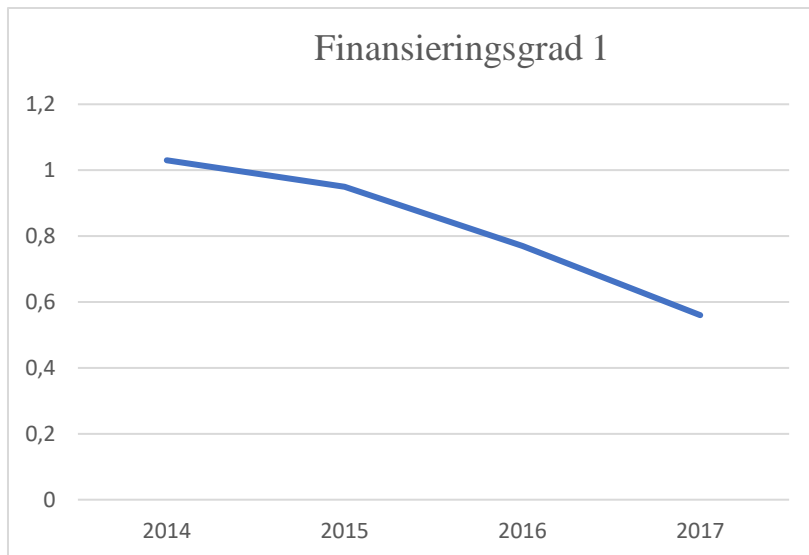
Som nevnt i teorikapitlet er det vanskelig å si hva varelagerets omløpshastighet *bør* være. Den bør likevel være så høy som mulig. Vi ser at Ytterøykylling AS hadde en økning i perioden 2014-2016, men nedgang fra 2016 til 2017. Dette kan skyldes at 2016 var som nevnt tidligere et toppår for Ytterøykylling AS, og det vil derfor være vanskelig å opprettholde gode nøkkeltall på alle områder etter et slikt år.

4.2.3 Finansiering

Finansieringsgrad 1

År	Finansieringsgrad 1
2014	1,03
2015	0,95
2016	0,77
2017	0,56

Tabell 4.8: Utvikling i varelagerets omløpshastighet i perioden 2014 til 2017



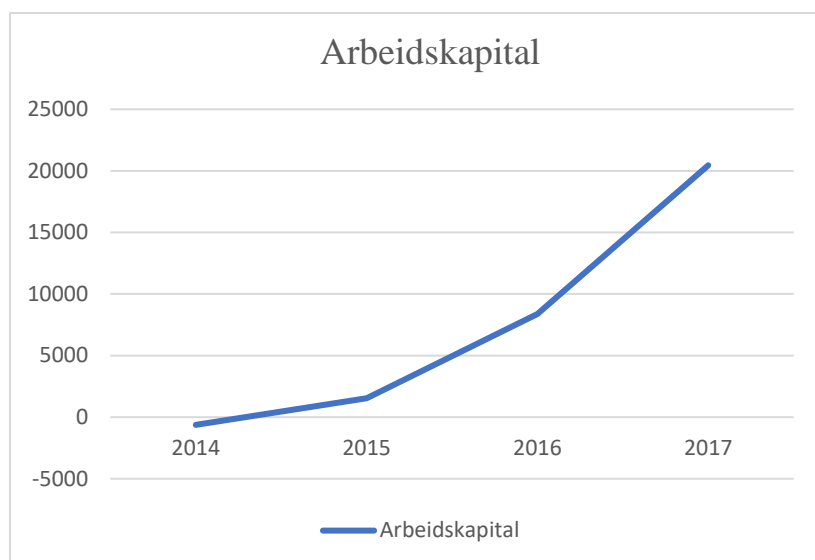
Figur 4.9: Utvikling i finansieringsgrad 1 i perioden 2014 til 2017

Finansieringsgrad 1 viser hvor stor andel av anleggsmidlene som finansieres med langsiktig kapital. Som tidligere nevnt bør denne være lavere enn 1. Vi kan se av tallene at den er forbedret i perioden 2014-2017 noe som er svært positivt. Den langsiktige gjelden reduseres gradvis i løpet av de fire årene, som er forklaringen til utviklingen i finansieringsgraden.

Arbeidskapital

År	Arbeidskapital
2014	- 625
2015	1 546
2016	8 365
2017	20 451

Tabell 4.9: Utvikling i arbeidskapital i perioden 2014 til 2017



Figur 4.10: Utvikling i arbeidskapital i perioden 2014 til 2017

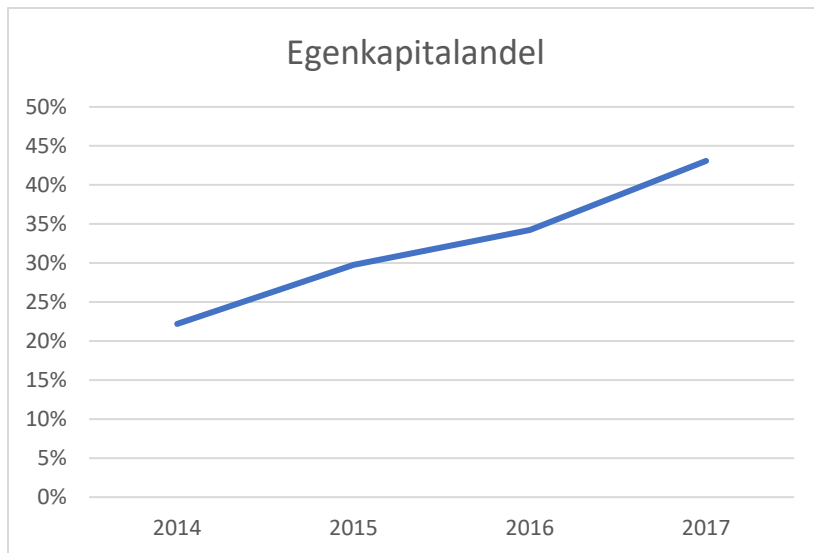
Arbeidskapitalen har utviklet seg fra å være negativ i 2014 til kr 20 451 i 2017. Bedriften har altså hatt en svært positiv utvikling de siste fire årene. At arbeidskapitalen er positiv betyr at deler av omløpsmidlene er finansiert med egenkapital eller langsiktig gjeld. I 2015 har bedriften redusert omløpsmidler og kortsiktig gjeld, men siden kortsiktig gjeld har blitt redusert mer enn omløpsmidlene har bedriften gått over til en positiv arbeidskapital. I 2015 og 2016 har de økt omløpsmidlene betraktelig, uten å øke kortsiktig gjeld tilsvarende.

4.2.4 Soliditet

Egenkapitalandel

År	Egenkapitalandel
2014	22,20%
2015	29,76%
2016	34,23%
2017	43,08%

Tabell 4.10: Utvikling i egenkapitalandel i perioden 2014 til 2017



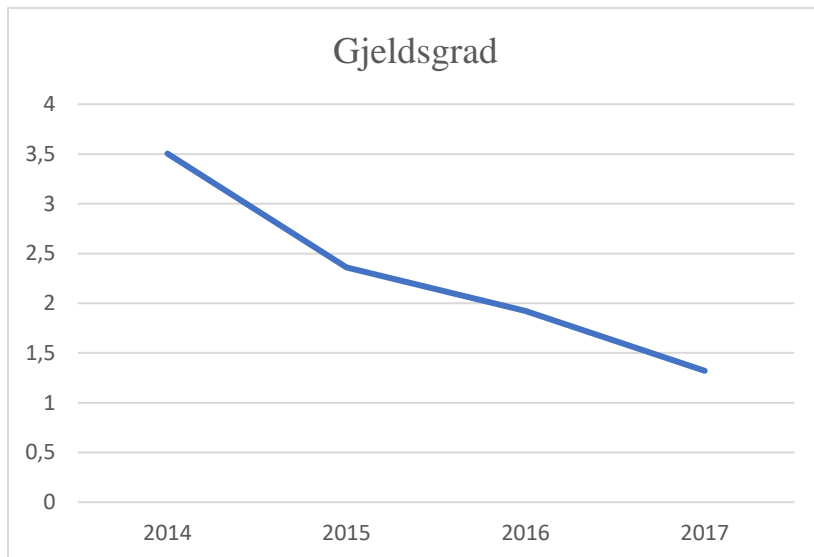
Figur 4.11: Utvikling i egenkapitalandel i perioden 2014 til 2017

Vi ser at egenkapitalandelen for bedriften er jevnt god og stigende. Som nevnt tidligere er en egenkapitalandel mellom 30 og 35% tilfredsstillende, noe Ytterøykylling AS oppnådde i både 2015 og 2016. I 2017 steg andelen ytterligere opp til 43,1%, noe som er svært bra. Dette gjør at bedriften er i en posisjon hvor de stiller økonomisk sterkt ved vurdering av evnen til å tåle tap.

Gjeldsgrad

År	Gjeldsgrad
2014	3,50
2015	2,36
2016	1,92
2017	1,32

Tabell 4.11: Utvikling i gjeldsgrad i perioden 2014 til 2017



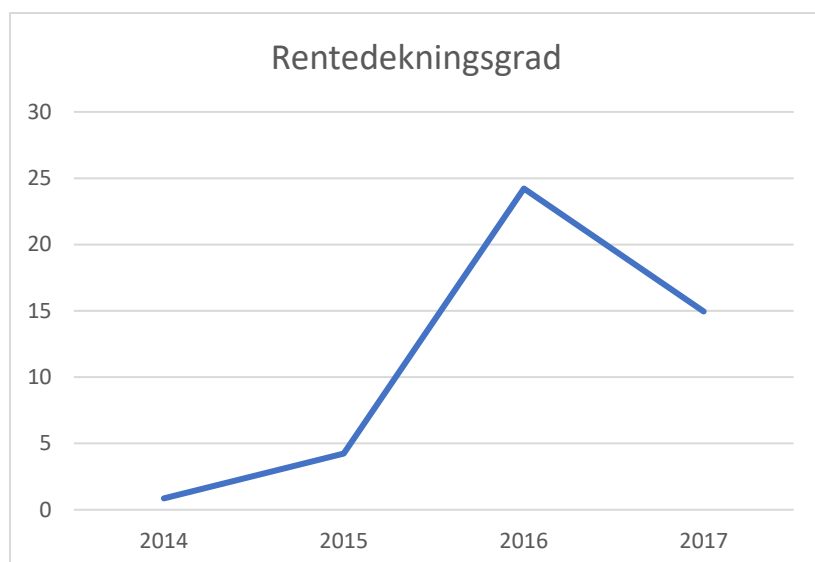
Figur 4.12: Utvikling i gjeldsgrad i perioden 2014 til 2017

Gjeldsgraden har vært klart synkende for Ytterøykylling AS i perioden. I 2014 er gjeldsgraden høyest på 3,5, før den gradvis synker til 1,32 i 2017. Gjeldsgraden skal helst være så lav som mulig, og anses som god hvis den ligger mellom 1 og 2. Gjeldsgraden på 3,5 i 2014 vil fortsatt bli ansett som akseptabel, men vi ser en positiv utvikling i gjeldsgraden som forteller oss at bedriften har blitt bedre rustet for tap. Bedriftens gjeld har holdt seg noenlunde stabil på omtrent kr 50 000. Det er økningen i egenkapital som har ført til reduksjonen i gjeldsgraden.

Rentedekningsgrad

År	Rentedekningsgrad
2014	0,86
2015	4,24
2016	24,22
2017	14,94

Tabell 4.12: Utvikling i rentedekningsgrad i perioden 2014 til 2017



Figur 4.13: Utvikling i rentedeckningsgrad i perioden 2014 til 2017

Rentedeckningsgraden var i 2014 på 0,86 noe som vil si at bedriften gikk med underskudd. Fra og med 2015 gikk bedriften med overskudd, noe vi kan se på rentedeckningsgraden. Ved høy rentedeckningsgrad er rentekostnadene lave i forhold til resultatet. Ytterøykylling har en relativt høy rentedeckningsgrad, noe som betyr at de betjener rentekostnadene.

4.3 Strategisk analyse

Gjennom Porters bransjeanalyse og SWOT-analysen har vi fått en oversikt over ulike interne og eksterne faktorer som påvirker bedriften. Gjennom regnskapsanalysen har vi ved å beregne nøkkeltallene til bedriften fått et godt bilde av lønnsomheten til bedriften og hvordan denne har utviklet seg fra 2014 til 2017. Disse to analysene gir hver for seg en detaljert beskrivelse av bedriften, både kvalitativt og kvantitativt. Et enda mer dyptgående og fullstendig bilde på bedriften og dens lønnsomhet får vi ved å kombinere de to analysene og undersøke koblinger mellom styrker, svakheter, muligheter og utfordringer, og bedriftens lønnsomhet.

Den første delen av markedsanalysen var Porters fem konkurransekrefter. Gjennom en undersøkelse av de fem konkurransekraftene i Porters modell, fikk vi verdifull informasjon som kan være hjelpelig når vi ønsker å forklare utviklingen til Ytterøykylling AS i perioden. Gjennom analysen fant vi at bedriften har en del direkte konkurrenter, men at det likevel ikke er stor grunn til å tro at de kan bli utkonkurrert i markedet. Dette er fordi de besitter et viktig konkurransefortrinn det er vanskelig å kopiere, nemlig at kyllingen kommer fra Trondheimsfjordens grønne perle, Ytterøya. De bør derfor prøve å fortsette å kapre

markedsandeler fra de større konkurrentene, og jobbe med å forbedre kundelojaliteten hos de eksisterende kundene. Kundenes forhandlingsmakt er både høy og lav. De største kundene er få og de besitter derfor mye makt da de står for store deler av omsetningen. De mindre kundene har ikke like mye makt, da de er flere og kan lettere erstattes. På grunn av den gjensidige respekten mellom Ytterøykylling AS og bøndene som leverer kyllingen, i tillegg til de praktiske og økonomiske fordelene ved lokasjonen som begge drar nytte av, vil ikke leverandørenes forhandlingsmakt utgjøre noen trussel for bedriften. Vi fant videre at trusselen fra substitutter er minimal for bedriften. Vegetarproduktene har ikke fått så godt feste at de reelt kan true salget til Ytterøykylling AS. Avslutningsvis ser vi også at trusselen fra nyetableringer er minimal, da Ytterøykylling AS har sin særegne posisjon få andre kan utfordre på nåværende tidspunkt.

Den andre delen av markedsanalysen var en SWOT-analyse. Her så vi på fire viktige faktorer som påvirker bedriften. Gjennom SWOT-analysen oppdaget vi blant annet at en av deres største styrker er størrelsen til bedriften, med tanke på stor grad av fleksibilitet og effektivitet ved produksjonsomstillinger. De to mest fremtredende svakhetene til bedriften var mangel på fullautomatisering og lokasjon, som begge fører til økte kostnader. Når det kommer til muligheter og trusler, er et felles moment fokus på miljø og skadene som blir påført miljøet ved produksjon av kjøtt. Miljøbevissthet kan øke etterspørselen av hvitt kjøtt, men også føre til mindre etterspørsel av kjøtt generelt.

Det er en utfordrende oppgave å bevise klare årsak-virkningsforhold mellom bedriftens egenskaper og omgivelser, og utviklingen i lønnsomheten. Likevel er det enkelte tall som skiller seg ut som usedvanlig gode eller dårlige både på generelt grunnlag og i forhold til bransjen. Disse tallene må ses i lys av funnene i situasjonsanalysen for å kunne si noe om hvilke krefter og omstendigheter som kan påvirke lønnsomheten til bedriften. Fra et økonomistyringsperspektiv er dette ekstrem verdifull og nyttig form for analyse. Dette fordi kunnskap om hvordan ulike forhold påvirker hverandre gir bedriften bedre evne til å gjøre strategiske valg for å oppnå ønskede resultater.

Et relevant eksempel som belyser hvordan en faktor som kundenes forhandlingsmakt har påvirket bedriftens lønnsomhet, er omstendighetene som eksisterte i landet i 2015 og 2016. Det var på denne tiden mangel på kylling i Norge. Med andre ord var det større etterspørsel etter kylling enn det tilbyderne kunne dekke. Ytterøykylling AS fikk derfor en strategisk

fordel ved at kundene deres ikke lenger hadde like mange alternative tilbydere. Kundene ble dermed satt i en posisjon der de hadde mindre forhandlingsmakt og måtte akseptere å betale en høyere pris enn før. Dette ser vi tydelig av resultatet for årene 2015 og 2016, og da spesielt 2016 som var et vesentlig bedre år enn alle tidligere år, med et årsresultat på kr 16,447 millioner, i forhold til kr 5,983 millioner i 2015 og kr 149 000 i 2014. Økt etterspørsel eller andre årsaker til mangel på kylling i markedet er ikke noe bedriften kan kontrollere. Likevel er det nyttig å vite hvordan en konkurransekraft som kundenes forhandlingsmakt kan endre seg under ulike omstendigheter, og hvordan bedriften bør tilpasse seg dette.

Tilbud og etterspørsel av kylling er noe som kan endre seg ofte, og det er derfor fornuftig å fortsette å bruke dette som et eksempel på eksterne forhold som bedriften kan tilpasse seg etter ved å utnytte sine styrker og fordeler best mulig. Som vi har drøftet i SWOT-analysen, er en av Ytterøykylling AS sine styrker størrelsen deres. Det at bedriften er så liten som den er gjør den svært fleksibel slik at den enkelt kan gjøre omstillinger i produksjonen dersom det skulle bli nødvendig. I et scenario der det er mangel på kylling og de normale bestillingene fra kundene endrer seg merkbart, har bedriften evnen til å produsere mer av de produktene som nå etterspørres. Det finnes ikke tall som beskriver eksakt hva slags utslag denne faktoren har hatt på bedriftens lønnsomhet, men det er klart at dette er en faktor som gir bedriften en fordel.

Styrken ved hvor fleksibel bedriften er kommer også fram når vi sammenligner med nøkkeltallene til Stanges Gårdsprodukter AS og Norsk Kylling AS. Hvis vi ser på total kapitalrentabiliteten for de tre bedriftene ser vi at denne har gått ned for alle fra 2016 til 2017. En grunn til dette kan være at det ikke lenger var mangel på kylling i 2017 og at kundene kunne forhandle mer på pris. Det som er interessant her er at nedgangen i total kapitalrentabilitet er noe mindre for Ytterøykylling AS enn for de to andre. Dette kan til en viss grad skyldes at bedriften har tilpasset seg de nye forholdene på en mer effektiv måte enn konkurrentene.

5.0 Konklusjon

I semesteroppgaven vår har vi gjennomført analyser av Ytterøykylling AS sin økonomiske situasjon og markedssituasjon for å besvare problemstillingen vår.

Problemstillingen lyder som følger:

Hvordan har lønnsomheten til Ytterøykylling AS utviklet seg i perioden 2014-2017, og hva kan være årsaker til denne utviklingen?

I tillegg analyserte vi lønnsomheten til bedriftene Stanges Gårdsprodukter AS og Norsk Kylling AS. Dette gjorde vi for å få et sammenligningsgrunnlag som kunne gi oss et bedre bilde av Ytterøykylling AS sin lønnsomhet i forhold til bransjen. For å finne mulige årsaker til utviklingen i lønnsomheten gjennomførte vi også Porters bransjeanalyse og en SWOT-analyse.

Gjennom analysen av regnskapet fant vi at Ytterøykylling AS hadde gjort det bra i perioden, også sammenlignet med de konkurrerende bedriftene. Bedriften har hatt en jevn, positiv utvikling innenfor både lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet. Året 2016 var det beste året for Ytterøykylling AS i perioden, dette grunnet høy etterspørsel og mangel på kylling i markedet. Påfølgende år stabiliserte tilbud og etterspørsel seg, noe som førte til en naturlig nedgang i resultatet. Sammenlignet med Stanges Gårdsprodukter AS og Norsk Kylling AS hadde Ytterøykylling AS en mindre negativ utvikling i lønnsomheten.

En mulig forklaring på den gode lønnsomhetsutviklingen kan vises i resultatene fra Porters bransjeanalyse og SWOT-analysen. Ytterøykylling AS har flere styrker som gir de et konkurransemessig fortrinn, blant annet den unike lokasjonen i Trondheimsfjorden, som gir kyllingen et mer eksklusivt preg. I tillegg tilbyr de produkter av kylling som få andre bedrifter i bransjen gjør. Andre interne forhold som kan hatt innvirkning på bedriftens lønnsomhet er fleksibiliteten som kommer av å være en liten bedrift. Dette kan være en av grunnene til at nedgangen i lønnsomheten var mindre for Ytterøykylling AS enn de to konkurrerende bedriftene. Vi kan ikke utelukke at det er andre årsaker som har ført til lønnsomhetsutviklingen til bedriften, men vi tror likevel vi har avdekket de mest sentrale.

Vi synes oppgaven gir et godt bilde av dagens situasjon for Ytterøykylling AS, selv om en svakhet kan være at vi mangler regnskapstall fra 2018. Dette var ikke tilgjengelig før oppgaven ble levert, og det var derfor ikke mulig å inkludere dette året i analysen.

6.0 Referanseliste

Aksjeloven. (1997). Lov om aksjeselskaper (LOV-1997-06-13-44). Hentet fra https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1997-06-13-44/*

Framnes, R., Pettersen, A., Thjømøe, H. M. (2011). Markedsføringsledelse. (8.utg.) Oslo: Universitetsforlaget.

Jacobsen, D. I. (2015). Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode (3.utg.). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Kristoffersen, T. (2016). Årsregnskapet – en grunnleggende innføring. (5.utg.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørge AS.

Proff. (u.å). Regnskap og balanse for Ytterøykylling AS. Hentet 30. januar 2019 fra <https://www.proff.no/regnskap/ytteroykylling-as/ytteroy/produsenter/IGFU9K2016D/>

Proff. (u.å). Regnskap og balanse for Norsk Kylling AS. Hentet 30. januar 2019 fra <https://www.proff.no/regnskap/norsk-kylling-as/storen/produsenter/IG2UA4V016D/>

Proff. (u.å). Regnskap og balanse for Stanges Gårdsprodukter AS. Hentet 30. januar 2019 fra [https://www.proff.no/regnskap/stanges-gårdsprodukter-as/tønsberg/produsenter/IG22LSE016D/](https://www.proff.no/regnskap/stanges-gardsprodukter-as/tonsberg/produsenter/IG22LSE016D/)

Roos, G., von Krogh, G., Roos, J., Boldt-Christmas, L. (2014). Strategi – en innføring (6.utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Ytterøykylling AS. (u.å.). Om oss. Hentet 30. januar 2019 fra <https://ytteroykylling.no/om-oss/>

7.0 Vedlegg

7.1 Resultatregnskap og balanse

7.1.1. Resultatregnskap og balanse for Ytterøykylling AS

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	248 311	230 755	187 031	166 344
Annen driftsinntekt	0	7	0	1 599
Sum driftsinntekter	248 311	230 762	187 031	167 943
Varekostnad	136 265	128 237	100 259	109 163
Beholdningsendringer	-2 756	-6 835	8 341	-7 979
Lønnskostnader	61 220	54 648	42 198	39 845
Herav kun lønn	52 511	49 469	38 044	36 181
Ordinære avskrivninger	3 899	3 205	2 305	2 026
Nedskrivning	-	-	-	-
Andre driftskostnader	33 910	30 039	24 073	22 359
Driftsresultat	15 774	21 467	9 855	2 529
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	0	0	0	0
Inntekt på investering i datterselskap	0	0	0	0
Sum annen renteinntekt	135	94	99	135
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	0	0	0	0
Sum annen finansinntekt	32	45	34	3
Sum finansinntekter	166	139	133	137
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	1 021	887	2 181	2 509
Andre finanskostnader	580	120	736	505
Sum annen finanskostnad	580	120	736	505
Sum finanskostnader	1 641	1 008	2 917	3 014
Resultat før skatt	14 299	20 598	7 071	-347
Sum skatt	2 045	4 150	1 087	-496
Ordinært resultat	12 255	16 447	5 983	149
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	0	0	0	0
Årsresultat	12 255	16 447	5 983	149
Utbytte	-	8 000	2 000	-
Konsernbidrag	-	-	-	-

BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	0	0	0	0
Sum anleggsmidler	25 788	27 480	26 639	24 921
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	12 748	13 118	13 616	14 053
Maskiner/anlegg/biler	8 439	8 926	9 503	6 849
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	3 558	4 121	1 908	2 432
Sum varige driftsmidler	24 745	26 165	25 026	23 334
Aksjer/Investeringer i datterselskap	-	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	-2 756	-6 835	8 341	-7 979
Investeringer i aksjer og andeler	11	6	6	-
Andre fordringer	1 032	1 309	1 606	1 587
Sum finansielle anleggsmidler	1 043	1 315	1 612	1 587
Sum varelager	23 096	19 714	12 879	22 641
Kundefordringer	26 457	21 309	14 228	11 481
Konsernfordringer	-	-	-	-
Sum fordringer	34 473	27 306	19 566	14 390
Sum investeringer	0	0	0	0
Kasse/Bank/Post	4 506	2 795	1 437	1 245
Sum Kasse/Bank/Post	4 506	2 795	1 437	1 245
Sum omløpsmidler	62 076	49 815	33 882	38 276
Sum eiendeler	87 864	77 295	60 521	63 197
Aksje/Selskapskapital	2 750	2 750	2 750	2 750
Annen innskutt egenkapital	0	0	0	-
Sum innskutt egenkapital	2 750	2 750	2 750	2 750
Sum opptjent egenkapital	35 103	23 711	15 263	11 280
Annen egenkapital	35 103	23 711	15 263	11 280
Sum egenkapital	37 853	26 461	18 013	14 030
Sum avsetninger til forpliktelser	1 060	1 143	1 047	295
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	7 326	8 242	9 124	9 971
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	0	0	0	0
Annen langsiktig gjeld	-	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	8 386	9 385	10 171	10 266
Gjeld til kredittinstitusjoner	10 855	0	10 047	18 859
Leverandørgjeld	10 366	12 908	8 646	10 597

Skyldig offentlige avgifter	4 291	3 713	4 154	3 484
Utbytte	-	8 000	2 000	-
Kortsiktig konserngjeld	-	8 000	2 000	-
Annen kortsiktig gjeld	13 987	12 774	7 154	5 961
Sum kortsiktig gjeld	41 625	41 450	32 336	38 901
Sum gjeld	50 011	50 835	42 507	49 167
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	87 864	77 295	60 521	63 197

6.1.2 Resultatregnskap og balanse for Stanges Gårdsprodukter AS

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	149 585	129 769	119 719	93 532
Annen driftsinntekt	1 310	2 587	887	291
Sum driftsinntekter	150 895	132 356	120 606	93 823
Varekostnad	114 482	85 770	75 908	56 762
Beholdningsendringer	0	0	0	0
Lønnskostnader	21 497	22 011	19 604	17 236
Herav kun lønn	17 676	17 988	16 198	14 097
Ordinære avskrivninger	3 131	2 387	2 123	1 782
Nedskrivning	-	-	-	-
Andre driftskostnader	15 833	16 703	16 960	14 165
Driftsresultat	-4 049	5 485	6 011	3 878
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	0	0	0	0
Inntekt på investering i datterselskap	0	0	0	0
Sum annen renteinntekt	0	0	0	0
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	0	0	0	0
Sum annen finansinntekt	50	51	56	14
Sum finansinntekter	50	51	56	14
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	0	0	0	0
Andre finanskostnader	-329	-301	239	518
Sum annen finanskostnad	-329	-301	239	518
Sum finanskostnader	-329	-301	239	518
Resultat før skatt	-4 328	5 235	5 828	3 373
Sum skatt	-991	1 210	1 590	1 007
Ordinært resultat	-3 337	4 025	4 239	2 367
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-

Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	0	0	0	0
Årsresultat	-3 337	4 025	4 239	2 367
Utbytte	-	-	-	-
Konsernbidrag	-	-	-	-

BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	1 029	37	0	0
Sum anleggsmidler	15 934	14 747	9 764	6 291
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	1 903	1 679	0	0
Maskiner/anlegg/biler	-	-	-	-
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	9 018	9 047	5 780	4 837
Sum varige driftsmidler	10 921	10 726	5 780	4 837
Aksjer/Investeringer i datterselskap	3 984	3 984	3 984	1 319
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	0	0	0	0
Investeringer i aksjer og andeler	-	-	-	-
Andre fordringer	-	-	0	136
Sum finansielle anleggsmidler	3 984	3 984	3 984	1 455
Sum varelager	13 497	15 835	6 659	9 179
Kundefordringer	10 481	14 231	7 993	8 273
Konsernfordringer	-	-	-	-
Sum fordringer	11 260	14 840	8 316	9 412
Sum investeringer	0	0	0	0
Kasse/Bank/Post	630	720	5 571	516
Sum Kasse/Bank/Post	630	720	5 571	516
Sum omløpsmidler	25 387	31 396	20 545	19 107
Sum eiendeler	41 321	46 143	30 310	25 398
Aksje/Selskapskapital	1 000	1 000	1 000	1 000
Annen innskutt egenkapital	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	1 000	1 000	1 000	1 000
Sum opptjent egenkapital	11 724	15 060	11 036	6 797
Annen egenkapital	11 724	15 060	11 036	6 797
Sum egenkapital	12 724	16 060	12 036	7 797
Sum avsetninger til forpliktelser	0	0	68	313
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	3 898	5 132	2 333	1 537
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-

Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	3 751	3 651	0	0
Annen langsiktig gjeld	3 751	3 651	-	-
Sum langsiktig gjeld	7 649	8 783	2 401	1 850
Gjeld til kredittinstitusjoner	4 632	3 533	-	-
Leverandørgjeld	10 820	11 491	7 179	9 981
Skyldig offentlige avgifter	1 972	2 213	1 991	1 020
Utbytte	-	-	-	-
Kortsiktig konserngjeld	-	-	-	-
Annen kortsiktig gjeld	3 525	3 164	5 900	4 662
Sum kortsiktig gjeld	20 948	21 300	15 873	15 751
Sum gjeld	28 598	30 083	18 274	17 601
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	41 321	46 143	30 310	25 398

6.1.3 Resultatregnskap og balanse for Norsk Kylling AS

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	932 035	1 032 802	982 086	1 002 094
Annen driftsinntekt	153	19	16	30 590
Sum driftsinntekter	932 188	1 032 821	982 102	1 032 684
Varekostnad	553 030	594 727	613 663	794 698
Beholdningsendringer	0	0	0	0
Lønnskostnader	194 849	208 934	153 338	158 088
Herav kun lønn	148 057	141 815	132 007	136 838
Ordinære avskrivninger	34 695	30 698	30 009	32 203
Nedskrivning	956	816	823	228
Andre driftskostnader	165 643	142 803	174 729	185 298
Driftsresultat	-16 986	54 842	9 539	-137 831
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	0	0	0	0
Inntekt på investering i datterselskap	0	0	0	0
Sum annen renteinntekt	3	7	21	35
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	0	0	0	0
Sum annen finansinntekt	165	117	83	133
Sum finansinntekter	168	123	104	167
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	2 181	2 233	4 792	14 555
Andre finanskostnader	130	74	308	115

Sum annen finanskostnad	130	74	308	115
Sum finanskostnader	2 312	2 307	5 099	14 670
Resultat før skatt	-19 129	52 659	4 543	-152 333
Sum skatt	-4 257	13 202	3 566	-41 120
Ordinært resultat	-14 872	39 457	977	-111 213
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	0	0	0	0
Årsresultat	-14 872	39 457	977	-111 213
Utbytte	-	-	75 000	-
Konsernbidrag	-	-	-75 450	-199 326

BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	25 953	426	3 919	32 636
Sum anleggsmidler	199 140	165 222	123 760	146 539
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	1 789	1 997	2 205	2 413
Maskiner/anlegg/biler	-	-	-	-
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	144 781	142 263	117 629	111 484
Sum varige driftsmidler	146 570	144 260	119 834	113 897
Aksjer/Investeringer i datterselskap	26 611	20 531	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	0	0	0	0
Investeringer i aksjer og andeler	6	6	6	6
Andre fordringer	-	-	0	0
Sum finansielle anleggsmidler	26 617	20 537	6	6
Sum varelager	56 049	80 990	51 403	113 933
Kundefordringer	38 396	56 903	54 117	46 839
Konsernfordringer	-	-	0	0
Sum fordringer	81 079	66 879	157 165	357 492
Sum investeringer	0	0	0	0
Kasse/Bank/Post	78	436	623	686
Sum Kasse/Bank/Post	78	436	623	686
Sum omløpsmidler	137 207	148 305	209 190	472 112
Sum eiendeler	336 346	313 527	332 950	618 650
Aksje/Selskapskapital	820	820	410	410
Annen innskutt egenkapital	62 994	62 994	62 994	62 994

Sum innskutt egenkapital	83 935	83 935	63 404	63 404
Sum opptjent egenkapital	26 012	40 884	1 427	0
Annen egenkapital	26 012	40 884	1 427	0
Sum egenkapital	109 947	124 819	64 831	63 404
Sum avsetninger til forpliktelser	1 600	0	0	0
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	0	0
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	78 351	78 351	103 951	297 000
Annen langsiktig gjeld	78 351	78 351	103 951	297 000
Sum langsiktig gjeld	79 951	78 351	103 951	297 000
Gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-
Leverandørgjeld	51 662	56 093	43 476	54 869
Skyldig offentlige avgifter	14 960	14 424	12 766	8 728
Utbytte	-	-	75 000	-
Kortsiktig konserngjeld	31 985	1 831	-	-
Annen kortsiktig gjeld	47 397	28 301	32 926	167 650
Sum kortsiktig gjeld	146 449	110 357	164 168	258 247
Sum gjeld	226 400	188 708	268 119	555 247
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	336 346	313 527	332 950	618 650

7.2 Nøkkeltall

7.2.1. Lønnsomhet

Totalkapitalrentabilitet

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}) * 100\%}{\text{Gjennomsnittlig totalkapital}}$$

Ytterøykylling AS:

2014: $(2\ 529 + 137) / ((63\ 197 + 43\ 757) / 2) = 0,0498$: 4,98%

2015: $(9\ 855 + 133) / ((60\ 521 + 63\ 197) / 2) = 0,1615$: 16,15%

2016: $(21\ 467 + 139) / ((77\ 295 + 60\ 521) / 2) = 0,3135$: 31,35%

2017: $(15\ 774 + 166) / ((87\ 864 + 77\ 295) / 2) = 0,1930$: 19,30%

Stanges Gårdsprodukter AS:

2014: $(3\,878 + 14) / ((25\,398 + 20\,001) / 2) = 0,1715$): 17,15%

2015: $(6\,011 + 56) / ((30\,310 + 25\,298) / 2) = 0,2182$): 21.82%

2016: $(5\,485 + 51) / ((46\,143 + 30\,310) / 2) = 0,1448$): 14,48%

2017: $(-4\,049 + 50) / ((41\,321 + 46\,143) / 2) = -0,0914$): -9,14%

Norsk Kylling AS:

2014: $(-137\,831 + 167) / ((618\,650 + 338\,143) / 2) = 0,2878$): -28,78%

2015: $(9\,539 + 104) / ((332\,950 + 618\,650) / 2) = 0,0203$): 2,03%

2016: $(54\,842 + 123) / ((313\,527 + 332\,950) / 2) = 0,1701$): 17,01%

2017: $(-16\,986 + 168) / ((336\,346 + 313\,527) / 2) = -0,0518$): -5,18%

Kapitalens omløpshastighet

$$\text{Kapitalens omløpshastighet} = \frac{\text{Driftsinntekter}}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

Ytterøykylling:

2014: $(167\,943) / ((63\,197 + 43\,757) / 2) = 3,14$

2015: $(187\,031) / ((60\,521 + 63\,197) / 2) = 3,02$

2016: $(230\,762) / ((77\,295 + 60\,521) / 2) = 3,35$

2017: $(248\,311) / ((87\,864 + 77\,295) / 2) = 3,01$

Stanges Gårdsprodukter AS:

2014: $93\,823 / ((63\,197 + 43\,757) / 2) = 1,75$

2015: $120\,606 / ((60\,521 + 63\,197) / 2) = 1,95$

2016: $132\,356 / ((77\,295 + 60\,521) / 2) = 1,92$

2017: $150\,895 / ((87\,864 + 77\,295) / 2) = 1,83$

Norsk Kylling AS:

2014: $1\,032\,684 / ((618\,650 + 338\,143) / 2) = 2,16$

2015: $982\,102 / ((332\,950 + 618\,650) / 2) = 2,06$

2016: $1\,032\,281 / ((313\,527 + 332\,950) / 2) = 3,19$

2017: $932\,188 / ((336\,346 + 313\,527) / 2) = 2,87$

Resultatgrad

$$\text{Resultatgrad} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}) * 100\%}{\text{Driftsinntekter}}$$

Ytterøykylling AS:

2014: $(2\,529 + 137) / 167\,943 = 0,01587$): 1,16%

2015: $(9\,855 + 133) / 187\,031 = 0,05340$): 5,34%

2016: $(21\,467 + 139) / 230\,762 = 0,09363$): 9,36%

2017: $(15\,774 + 166) / 248\,311 = 0,06419$): 6,42%

Stanges Gårdsprodukter AS:

2014: $(3\,878 + 14) / 93\,823 = 0,0415$): 4,15%

2015: $(6\,011 + 56) / 120\,606 = 0,0503$): 5,03%

2016: $(5\,485 + 51) / 132\,356 = 0,0418$): 4,18%

2017: $(-4\,049 + 50) / 150\,895 = -0,0265$): -2,65%

Norsk Kylling AS:

2014: $(-137\,831 + 167) / 1\,032\,684 = -0,1333$): -13,33%

2015: $(9\,539 + 104) / 982\,102 = 0,0098$): 0,98%

2016: $(54\,842 + 123) / 1\,032\,281 = 0,0532$): 5,32%

2017: $(-16\,986 + 168) / 932\,188 = 0,0180$): 1,80%

Egenkapitalrentabilitet (etter skatt)

$$\text{Egenkapitalrentabilitet etter skatt} = \frac{\text{Ordinært resultat} * 100\%}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}}$$

Ytterøykylling AS:

2014: $149 / ((14\,030 + 13\,881) / 2) = 0,0107$): 1,07%

2015: $5\,983 / ((18\,013 + 14\,030) / 2) = 0,3734$): 37,34%

2016: $16\,447 / ((26\,461 + 18\,013) / 2) = 0,7396$): 73,96%

2017: $12\,255 / ((37\,853 + 26\,461) / 2) = 0,3811$): 38,11%

Stange Gårdsprodukter AS:

$$2014: 2\,367 / ((7\,797 + 5\,430) / 2) = 0,3579 \text{): } 35,79\%$$

$$2015: 4\,239 / ((12\,036 + 7\,797) / 2) = 0,4275 \text{): } 42,75\%$$

$$2016: 4\,025 / ((16\,060 + 12\,036) / 2) = 0,2865 \text{): } 28,65\%$$

$$2017: -3\,337 / ((12\,724 + 16\,060) / 2) = -0,2319 \text{): } -23,19\%$$

Norsk kylling AS:

$$2014: -111\,213 / ((63\,404 - 24\,709) / 2) = -5,7581 \text{): } -575,81\%$$

$$2015: 977 / ((64\,831 + 63\,404) / 2) = 0,0152 \text{): } 1,52\%$$

$$2016: 39\,457 / ((124\,819 + 64\,831) / 2) = 0,4161 \text{): } 41,61\%$$

$$2017: -14\,872 / ((109\,947 + 124\,819) / 2) = -0,1267 \text{): } 12,67\%$$

7.2.2 Likviditet

Likviditetsgrad 1

$$\text{Likviditetsgrad 1} = \frac{\text{Omløpsmidler}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$$

$$2014: 38\,276 / 38\,901 = 0,98$$

$$2015: 33\,882 / 32\,336 = 1,05$$

$$2016: 49\,815 / 41\,450 = 1,20$$

$$2017: 62\,076 / 41\,625 = 1,49$$

Likviditetsgrad 2

$$\text{Likviditetsgrad 2} = \frac{\text{Omløpsmidler} - \text{Varelager}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$$

$$2014: (38\,276 - 22\,641) / 38\,901 = 0,40$$

$$2015: (33\,882 - 12\,879) / 32\,336 = 0,65$$

$$2016: (49\,815 - 19\,714) / 41\,450 = 0,73$$

$$2017: (62\,076 - 23\,096) / 41\,626 = 0,94$$

Varelagerets omløpshastighet

$$\text{Varelagerets omløpshastighet} = \frac{\text{Vareforbruk}}{\text{Gjennomsnittlig varelager}}$$

$$2014: 109\,163 / ((14\,216 + 22\,641) / 2) = 5,92$$

$$2015: 100\,259 / ((22\,641 + 12\,879) / 2) = 5,65$$

$$2016: 128\,237 / ((12\,879 + 19\,714) / 2) = 7,87$$

$$2017: 136\,265 / ((19\,714 + 23\,096) / 2) = 6,37$$

7.2.3 Finansiering

Finansieringsgrad 1

$$\text{Finansieringsgrad 1} = \frac{\text{Anleggsmidler}}{\text{Langsiktig gjeld} + \text{Egenkapital}}$$

$$2014: 24\,921 / (10\,266 + 14\,030) = 1,03$$

$$2015: 26\,639 / (10\,171 + 18\,013) = 0,95$$

$$2016: 27\,480 / (9\,385 + 26\,461) = 0,77$$

$$2017: 25\,788 / (8\,386 + 37\,853) = 0,56$$

Arbeidskapital

$$\text{Arbeidskapital} = \text{Omløpsmidler} - \text{Kortsiktig gjeld}$$

$$2014: 38\,276 - 38\,901 = -625$$

$$2015: 33\,882 - 32\,336 = 1\,546$$

$$2016: 49\,815 - 41\,450 = 8\,365$$

$$2017: 62\,076 - 41\,625 = 20\,451$$

7.2.4 Soliditet

Egenkapitalandel

$$\text{Egenkapitalandel} = \frac{\text{Egenkapital} * 100\%}{\text{Totalkapital}}$$

$$2014: (14\,030 * 100\%) / 63\,197 = 22,20\%$$

$$2015: (18\,013 * 100\%) / 60\,521 = 29,76\%$$

$$2016: (26\,461 * 100\%) / 77\,295 = 34,23\%$$

$$2017: (37\,853 * 100\%) / 87\,864 = 43,08\%$$

Gjeldsgrad

$$\text{Gjeldsgrad} = \frac{\text{Gjeld}}{\text{Egenkapital}}$$

$$2014: 49\,167 / 14\,030 = 3,50$$

$$2015: 42\,507 / 18\,013 = 2,36$$

$$2016: 50\,835 / 26\,461 = 1,92$$

$$2017: 50\,011 / 37\,853 = 1,32$$

Rentedekningsgrad

$$\text{Rentedekningsgrad} = \frac{\text{Ordinært resultat før skatt} + \text{Rentekostnader}}{\text{Rentekostnader}}$$

$$2014: (-347 + 2\,509) / 2\,509 = 0,86$$

$$2015: (7\,071 + 2\,181) / 2\,181 = 4,24$$

$$2016: (20\,598 + 887) / 887 = 24,22$$

$$2017: (14\,299 + 1\,021) / 1\,021 = 14,94$$