

Kristine Weider
Martine Angell

Regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet

Semesteroppgave i Økonomi og administrasjon

Veileder: Tor-Eirik Olsen

April 2020

Kristine Weider
Martine Angell

Regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet

Semesteroppgave i Økonomi og administrasjon
Veileder: Tor-Eirik Olsen
April 2020

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen



Kunnskap for en bedre verden

Forord

Vår spesialiseringsretning ved Handelshøyskolen i Trondheim (NTNU) har vært økonomisk styring. Denne oppgaven er skrevet som en avsluttende semesteroppgave og tilsvarer dermed 7,5 studiepoeng. Vi har valgt å gjennomføre en regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet, samt en strategisk analyse.

Hamburger er en av verdens mest kjente og populære matretter og de fleste restauranter tilbyr dette på menyen sin. Dette betyr at hamburgeren har en sterk posisjon i matmarkedet. Trondheim er intet unntak og det finnes derfor mange tilbydere av dette. Forbrukeren sitter derfor med mye makt ettersom de kan velge og vrake i forskjellige restauranter. Med bakgrunn i dette ønsket vi å se på om det faktisk er lønnsomt å drive en hamburgerrestaurant i Trondheim.

Oppgaven har vært en fin mulighet til å anvende kunnskapen vi har tilegnet oss i løpet av disse tre årene ved Handelshøyskolen i Trondheim. Samtlige fag har vært nyttige for å besvare oppgaven og arbeidet med denne har vært en fin avslutning på studiet.

Vi vil rette en stor takk til vår fantastiske veileder Tor-Eirik Olsen. Han har vært til stor hjelp med alt fra tilbakemelding til god faglig hjelp. Hans raske og gode respons har gjort det enklere for oss å gjennomføre, til tross for den spesielle tiden vi er inne i.

Trondheim, 15.04.20

Kristine Weider

Kristine Weider

Martine Angell

Martine Angell

Sammendrag

I denne oppgaven har vi gjennomført en regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet for SuperHero Burger på Nova fra 2016 til 2018. For å bedre forstå den positive lønnsomhetsutviklingen har vi også gjennomført en strategisk analyse av bedriften.

Vi har startet oppgaven med en kort presentasjon av hamburgerens posisjon i markedet. Deretter har vi presentert bakgrunnen for oppgaven og problemstillingen. Videre presenterer vi SuperHero Burger med deres historie og posisjon i markedet. I teoridelen beskriver vi relevant teori som vi har benyttet oss av gjennom hele oppgaven. Denne teorien er knyttet opp mot nøkkeltallene til regnskapsanalysen og modellene brukt i den strategiske analysen.

Videre har vi en metodedel. Denne handler om hvordan vi har gått frem metodisk for å belyse problemstillingen vår. Dette innebærer analyse av problemstilling, undersøkelsesdesign og innsamling av data. Gjennom hele kapitlet diskuterer vi også undersøkelsens reliabilitet og validitet.

I neste del av oppgaven kommer selve analysen og det er også her hovedvekten i oppgaven ligger. Vi anvender teorien beskrevet tidligere i praksis og analyserer regnskapstallene til bedriften. Vi har sett på nøkkeltall knyttet til soliditet, likviditet, finansiering og lønnsomhet. Videre forsøker vi å forklare resultatene og hvorfor de er som de er. Der det har vært mulig har vi også sammenlignet våre nøkkeltall med idealer fra teorien.

For å få et bedre innblikk i dagens økonomiske situasjon i markedet har vi valgt å sammenligne SuperHero Burger med den direkte konkurrenten BROR. På denne måten vil vi få informasjon rundt SuperHero Burger sin posisjon blant konkurrentene. Vi vil dermed også se om denne lønnsomhetsutviklingen generelt finnes i markedet, eller om dette er SuperHero Burgers sin fortjeneste.

Videre følges en strategisk analyse av SuperHero Burger. Her har vi sett på både interne og eksterne forhold. Vi har valgt å benytte oss av SWOT-modellen som en overordnet modell. For å belyse de interne forholdene benytter vi en VRIO-modell og de eksterne forholdene belyses av en Porters bransjeanalyse.

Opgaven blir avsluttet med en diskusjon hvor vi også kommer med en konklusjon på problemstillingen. Vi har oppsummert de viktigste funnene som kom frem av de ulike analysene. Noen av de viktigste funnene var fokuset på spesialisert arbeidskraft samt kvalitetssikre råvarer. Dette er avgjørende faktorer som er med å gjøre merkevaren enda sterkere.

Abstract

In this term paper we have conducted a financial analysis focusing on profitability for SuperHero Burger at Nova from 2016 to 2018. To better understand the positive development, we implemented a strategic analysis of the company.

We started our paper with some history of the hamburgers position in the market. Then we presented the background for the paper and the research question. Thereafter we presented SuperHero Burger's history and market position. In the theory part we described this paper's relevant theories. These theories are connected to relevant financial numbers as well as the models used in the strategic analysis.

Next, we addressed how we conducted this research and the choices we made in the process regarding our research question. This includes analysis of the research question, data collection and design. Throughout this chapter we also discuss issues concerning the validity and reliability of the study.

Further in the paper we present the financial analysis. This is where the main focus of the paper is and we base this on the relevant theory described earlier. We explored important indicators related to solvency, liquidity, financing and profitability and attempted to give an explanation of the results. Where it was possible, we also tried to compare these indicators with norms derived from the financial analysis in the theory chapter.

To get a better insight of the financial situation, we compared SuperHero Burger to the competitor BROR. In this way we got information regarding SuperHero Burgers positions among the competitors. We wanted to see if the favourable financial trend was because of SuperHero Burgers actions, or the market in general.

Then we conducted a strategic analysis of SuperHero Burger. We viewed internal and external conditions. This was done with a SWOT-model, which is an overall model. We focused on the VRIO- model to highlight the internal factors and Porters five forces to highlight the external factors.

The final chapter in this term paper is a discussion where we also conclude on our research question. We summarize our most important results from our analysis. This includes the focus on specialized labour as well as the quality of the ingredients. These are aspects that increase the brand SuperHero Burger.

Innholdsfortegnelse

1.0 INNLEDNING	1
1.1 Bakgrunn for oppgaven	1
1.2 Problemstilling	1
1.3 Oppgavens videre struktur	2
2.0 PRESENTASJON AV SUPERHERO BURGER	3
3.0 TEORI	4
3.1 Regnskapsanalyse	4
3.1.1 <i>Likviditet</i>	4
3.1.2 <i>Soliditet</i>	5
3.1.3 <i>Finansiering</i>	5
3.1.4 <i>Lønnsomhet</i>	6
3.2 Strategisk analyse	8
3.2.1 <i>SWOT-analyse</i>	8
3.2.2 <i>VRIO</i>	9
3.2.3 <i>Porters bransjeanalyse</i>	9
4.0 METODE	11
4.1 Analyse av problemstilling	11
4.2 Undersøkellesdesign	12
4.3 Innsamling av data	12
5.0 ANALYSE	14
5.1 Regnskapsanalyse	14
5.1.1 <i>Nøkkeltallsanalyse for SuperHero Burger</i>	14
5.1.2 <i>Bedriftssammenligning med BROR</i>	24
5.2 Strategisk analyse	28
5.2.1 <i>VRIO</i>	28
5.2.2 <i>Porters bransjeanalyse</i>	29
5.2.3 <i>SWOT-analyse</i>	31
6.0 DISKUSJON OG KONKLUSJON	33
REFERANSELISTE	34
VEDLEGG	35

Figurliste

FIGUR 1: <i>En utvidet SWOT- analyse (fritt etter Anthony et al. (2014))</i>	8
FIGUR 2: <i>Porters Bransjeanalyse (Porter 1987)</i>	9
FIGUR 3: <i>Utviklingen av total kapitalrentabiliteten til SHB fra 2016 til 2018</i>	15
FIGUR 4: <i>Utviklingen av total kapitalens omløpshastighet for SHB fra 2016 til 2018</i>	16
FIGUR 5: <i>Utviklingen i resultatgraden til SHB fra 2016 til 2018</i>	17
FIGUR 6: <i>Utviklingen i egen kapitalrentabiliteten før skatt for SHB fra 2016 til 2018</i>	18
FIGUR 7: <i>Utviklingen av egen kapitalrentabiliteten for SHB 2016 til 2018</i>	18
FIGUR 8: <i>Utviklingen av likviditetsgrad 1 for SHB fra 2016 til 2018</i>	19
FIGUR 9: <i>Utviklingen av likviditetsgrad 2 for SHB fra 2016 til 2018</i>	20
FIGUR 10: <i>Utviklingen i finansieringsgrad 1 for SHB fra 2016 til 2018</i>	21
FIGUR 11: <i>Utviklingen i arbeidskapital for SHB fra 2016 til 2018</i>	22
FIGUR 12: <i>Utviklingen av gjeldsgraden til SHB fra 2016 til 2018</i>	23
FIGUR 13: <i>Utviklingen av egen kapitalandel til SHB fra 2016 til 2018</i>	23
FIGUR 14: <i>Sammenligning av total kapitalrentabilitet mellom SHB og BROR</i>	24
FIGUR 15: <i>Sammenligning av kapitalens omløpshastighet mellom SHB og BROR</i>	25
FIGUR 16: <i>Sammenligning av resultatgrad mellom SHB og BROR</i>	25
FIGUR 17: <i>Sammenligning av likviditetsgrad 1 mellom SHB og BROR</i>	26
FIGUR 18: <i>Sammenligning av finansieringsgrad 1 mellom SHB og BROR</i>	26
FIGUR 19: <i>Sammenligning av gjeldsgrad mellom SHB og BROR</i>	27

Tabelliste

TABELL 1: <i>Nøkkeltallsanalyse av SuperHero Burger</i>	14
TABELL 2: <i>SWOT-analyse av SuperHero Burger</i>	31

Kapittel 1: INNLEDNING

Hamburger er en av verdens mest kjente og populære matretter og de fleste restauranter tilbyr dette på menyen sin. Det finnes imidlertid uendelig kombinasjoner av hamburgeren, alt ettersom hvor man befinner seg. Man kan benytte alt fra kjøtt, fisk, kylling eller kikerter, det er i bunn og grunn bare fantasien som stopper deg. Til tross for dette vil nok mange assosiere hamburgeren med Amerika. Dette er nødvendigvis ikke feil selv om det diskuteres hvor hamburgerens opprinnelse egentlig er.

I denne oppgaven ønsker vi å studere en av Trondheims tilbydere av denne kjente matretten. Videre i dette kapittelet vil vi presentere bakgrunnen og motivasjonen for oppgaven vår. Vi vil forklare nærmere de valgene som ble gjort i forbindelse med problemstillingen og oppgaven generelt.

1.1 Bakgrunn for oppgaven

SuperHero Burger er en rasktvoksende hamburgerkjede som befinner seg i Trondheim. Vi valgte denne kjeden fordi det er en lokal restaurant som i tillegg til fulle lokaler også scorer høyt på matens kvalitet. Videre har både lønnsomheten og omsetningen økt kraftig etter oppstarten i 2016, noe som vi ønsket å få et større innblikk i.

Ettersom vår spesialiseringsretning er økonomisk styring ble det naturlig at tema for oppgaven er lønnsomhet. Dette er et tema vi har studert gjennom hele studieløpet på Handelshøyskolen i Trondheim. Siden SuperHero Burger er relativt nye i markedet ønsket vi også å gjennomføre en strategisk analyse for å få et mer helhetlig bilde av den økonomiske situasjonen. Vi fant det meget interessant at vi fikk anvende det vi har studert i praksis gjennom semesteroppgaven.

1.2 Problemstilling

I denne oppgaven ønsker vi å gjennomføre en regnskapsanalyse for å få innblikk i SuperHero Burger sin økonomiske situasjon. Ettersom hamburger er en av verdens mest kjente og populære matretter vil konkurransen derfor være stor. Kundene vil derfor også være mange, noe som potensielt kan gjøre denne bransjen svært lønnsom. Vi ønsker å analysere både de strategiske aspektene og økonomiske konsekvensene som påvirker SuperHero Burger.

Med bakgrunn i dette formulerte vi problemstillingen:

Hvordan var lønnsomheten til SuperHero Burger og hva kan ha påvirket den i perioden 2016-2018?

1.3 Oppgavens videre struktur

Først vil vi gi en kort presentasjon av bedriften i kapittel 2. Videre vil vi ta for oss teorien i kapittel 3 som senere blir anvendt i analysen i kapittel 5. Før denne analysen skal vi presentere metoden bak undersøkelsen i kapittel 4. Kapittel 5 vil ha hovedfokus på lønnsomhetsanalysen med nøkkeltall fra finansiering, soliditet, likviditet og lønnsomhet. Etter dette følger det en sammenligning med den direkte konkurrenten BROR. Videre i kapittel 5 vil det også være et fokus på en strategisk analyse med bakgrunn i eksterne og interne modeller. Til slutt vil vi ha en diskusjon rundt problemstillingen hvor vi konkluderer i kapittel 6.

Vi har valgt å se på regnskapsanalysen før den strategiske analysen. Dette er fordi vi ønsket informasjon om lønnsomheten, før vi analyserte hvilke strategiske avgjørelser som kan ha påvirket dette.

Kapittel 2: PRESENTASJON AV SUPERHERO BURGER

SuperHero Burger startet opp i Trondheim i 2016. Etter deres åpning har de ekspandert med to nye restauranter, én med fokus på hamburger og én på pizza. På bare noen få år har SuperHero Burger etablert en kjent merkevare i Trondheim. De legger seg på toppen på TripAdvisor, blant annet over gourmetrestauranter som “To Rom og Kjøkken” og “Credo”.

Etter femten år i restaurantbransjen, merket grunnlegger Christopher Vrioni at datidens marked manglet et segment, nemlig kvalitetsburgere. Dette ønsket han å gjøre noe med, men slet med å finne lokaler til sin nye bedrift. Han fikk en avtale med Cafe La Belle i Olav Tryggvason gate 1. Avtalen gikk ut på at hvis han klarte en omsetning på minst kr 400 000 i måneden kunne han få 50% av bedriften. Dette oppnådde Christopher og bedriften endret navn til SuperHero Burger. Det er derfor alle regnskapstall fra SuperHero Burger går under Cafe La Belle på proff.no. SuperHero Burger er et resultat av en lidenskap for ordentlig og god mat som lages på en unik måte.

I denne oppgaven har vi valgt å fokusere på den opprinnelige SuperHero Burger restauranten i Olav Tryggvason gate 1. Per dags dato har denne restauranten 43 ansatte som spesialiserer seg på å yte den beste kundeservicen hver eneste dag.

Kapittel 3: TEORI

Vi ønsker å belyse problemstillingen vår ved bruk av relevant teori. I dette kapittelet skal vi se nærmere på nøkkeltallene til lønnsomhetsanalysen og beskrive de ulike modellene vi har valgt å bruke innenfor den strategiske analysen.

3.1 Regnskapsanalyse

En regnskapsanalyse brukes for å si noe om en bedrifts økonomiske situasjon og utvikling. Dette gjøres ved bruk av ulike teknikker og relevante nøkkeltall, som kan ses på som en systematisk bearbeidelse av regnskapsdata. I en regnskapsanalyse er det vanlig å legge vekt på fire forhold. Disse er likviditet, soliditet, finansiering og lønnsomhet. De fleste nøkkeltallene vi regner på er uttrykt i prosent og gjør det mulig å si noe om det relative nivået på resultat eller avkastning. Nøkkeltall gjør også sammenligning over tid mulig samt sammenligning med andre bedrifter.

3.1.1 Likviditet

Likviditet handler om betalings situasjonen i en bedrift og sier noe om bedriften har nok likvide midler til å dekke sine betalingsforpliktelser. Det er viktig at dette ikke blir vurdert kun ut fra bedriftens regnskapsdata, da kan det oppstå et feil bilde av situasjonen. Ved å se på andre forhold som ikke fremgår av balansetallene vil man få et mer helhetlig bilde av bedriften.

Likviditetsgrad 1 viser bedriftens evne til å betale kortsiktig gjeld. Omløpsmidler er eiendeler som selges, brukes eller kan gjøres om til likvide midler relativt raskt. Kortsiktig gjeld har kort løpetid, altså mindre enn ett år. Dette nøkkeltallet burde ideelt være større enn 2, mens det i praksis sjeldent er så høyt.

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

Likviditetsgrad 2 viser bedriftens kortsiktige likviditet. Dette betyr hvorvidt bedriften er i stand til å betale sine betalingsforpliktelser kortsiktig. Her brukes de mest likvide omløpsmidler, noe som betyr de omløpsmidlene som kan omgjøres til likvider ved enkle transaksjoner (Kristoffersen, 2016). Slike eiendeler vil generelt være de fleste omløpsmidlene med unntak av varebeholdningen. Dette nøkkeltallet bør ideelt være større enn 1.

$$\text{Likviditetsgrad 2} = \frac{\text{Mest likvide omløpsmidler}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$$

3.1.2 Soliditet

Soliditet handler om bedriftens evne til å tåle tap. Dette er gjerne knyttet til størrelsen på egenkapitalen i forhold til samlet kapital i bedriften.

Gjeldsgrad handler om forholdet mellom kapital som er finansiert av utenforstående kapital (gjeld) og kapital som er finansiert av eierne (egenkapital) (Kristoffersen, 2016). Jo lavere dette forholdstallet er, desto mer solid er bedriften. Dette er fordi mesteparten av kapitalen da stammer fra egenkapitalen. Gjeldsgraden kan enten uttrykkes som prosent eller antall ganger.

$$Gjeldsgrad = \frac{Gjeld * 100\%}{Egenkapital}$$

Egenkapitalandelen er uttrykt i prosent og viser hvor stor del av eiendelene som er finansiert med egne midler. Jo større egenkapitalandelen er, desto bedre er soliditeten i bedriften (Kristoffersen, 2016).

$$Egenkapitalandel = \frac{Egenkapital}{Totalkapital}$$

3.1.3 Finansiering

Finansiering handler om forholdet mellom egenkapital og gjeld, og dermed hvordan eiendelene i bedriften er finansiert. Man skiller mellom kortsiktig og langsiktig kapital. Langsiktig finansiering eller kapital betyr både langsiktig gjeld og egenkapital, mens kortsiktig finansiering er kortsiktig gjeld og omløpsmidler. Sammensetningen av disse eiendelene vil være forskjellig mellom bransjer. For å belyse denne sammensetningen ytterligere har vi valgt å fokusere nærmere på nøkkeltallene finansieringsgrad 1 og likviditetsgrad 1 (også kalt finansieringsgrad 2).

Anleggsmidler kan være finansiert på flere ulike måter; med egenkapital, kortsiktig kapital eller langsiktig gjeld. Ved finansieringsgrad 1 ønsker vi derfor å identifisere i hvilken grad anleggsmidlene er langsiktig finansiert. Målet for bedriften bør være at dette nøkkeltallet er mindre enn 1. Det betyr at alle anleggsmidlene er langsiktig finansiert, samtidig som deler av omløpsmidlene også er langsiktig finansiert. Dersom dette nøkkeltallet er over 1 vil deler av anleggsmidlene være kortsiktig finansiert.

$$Finansieringsgrad\ 1 = \frac{Anleggsmidler}{Langsiktig\ kapital}$$

Finansieringsgrad 2 og likviditetsgrad 1 viser det samme forholdet. Dette er i hvor stor grad kortsiktig kapital benyttes til å finansiere omløpsmidlene (Kristoffersen, 2016). Dette nøkkeltallet burde være større enn 2, da det er ønskelig for bedriften å ha mer omløpsmidler enn kortsiktig gjeld.

$$\text{Finansieringsgrad 2} = \frac{\text{Omløpsmidler}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$$

Arbeidskapital er differansen mellom omløpsmidlene og den kortsiktige gjelden til bedriften. Nøkkeltallet uttrykker hvor mye kapital bedriften har tilgang til på kort sikt. Dersom nøkkeltallet er negativt betyr dette som regel at omløpsmidlene har blitt finansiert med kortsiktig gjeld. En positiv arbeidskapital betyr da at bedriften har nok midler til å kunne dekke den kortsiktige gjelden.

$$\text{Arbeidskapital} = \text{omløpsmidler} - \text{kortsiktig gjeld}$$

3.1.4 Lønnsomhet

Lønnsomhet sier noe om bedriftens evne til å skape overskudd (Kristoffersen, 2016). For at dette skal være mulig må inntektene være større enn kostnadene.

Totalkapitalrentabilitet (ROI) måler en bedrifts avkastning på den samlede kapitalen som er bundet i bedriften (Kristoffersen, 2016). Dette nøkkeltallet viser med andre ord hvor effektiv bedriften har vært i forvaltning av ressursene, uavhengig av finansiering.

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = \frac{\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}}{\text{Gjennomsnittlig totalkapital}}$$

Gjennomsnittlig totalkapital er gjennomsnittet av inngående og utgående balanse. Dette anbefales ofte å bruke, og spesielt i de tilfeller der bedrifter vokser og det er store forskjeller mellom inngående og utgående balanse. Totalkapitalrentabilitet kan dekomponeres etter DuPont-metoden til å bestå av kapitalens omløpshastighet (KO) og resultatgrad (ROS).

Det finnes flere måter å beregne totalkapitalrentabiliteten på. Vi kan beregne det på bakgrunn av totalkapitalen, gjennomsnittlig totalkapital, sysselsatt kapital eller ved de eiendelene som er i bruk. Hvilken metode som er å foretrekke kommer an på hva vi ønsker å oppnå med resultatmålet og hvilke nøkkeltall vi har tilgjengelig.

Totalkapitalens omløpshastighet er sirkulasjon av kapitalen i bedriften, altså hvor effektivt bedriften klarer å utnytte sin samlede kapital. Den forteller oss også hvor mange ganger den investerte kapitalen blir omsatt i løpet av et år.

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

Resultatgraden er hvor mye hver krone investert kaster av seg av resultatet. Dette betyr hvor stor lønnsomheten er i forhold til de totale inntektene.

$$\text{Resultatgrad} = \frac{\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}}{\text{Driftsinntekter}}$$

Egenkapitalrentabilitet forteller oss hvor stor avkastning vi har hatt på egenkapitalen. Endringene vil fortelle oss hvordan tidligere investeringer utvikler seg. Dette nøkkeltallet bør være større enn den renten vi kan få i banken for at investeringen skal være lønnsom. Vi skiller mellom før og etter skatt, men egenkapitalrentabiliteten etter skatt er den mest interessante.

$$\text{Egenkapitalrentabilitet før skatt} = \frac{\text{Resultat før skatt}}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}}$$

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

3.2 Strategisk analyse

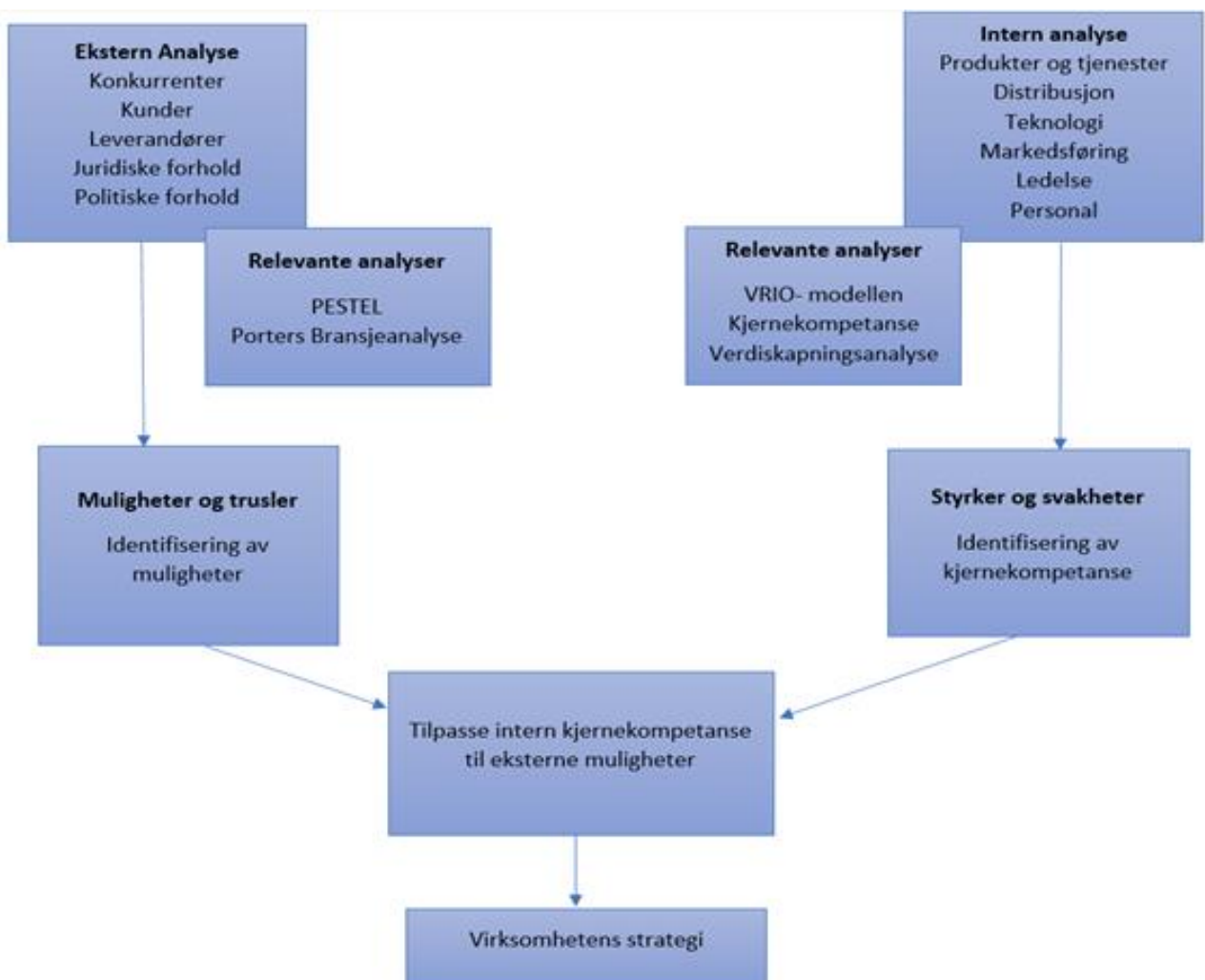
Siden oppgaven også har som siktemål å kaste lys over forhold som kan bidra til å forklare lønnsomhetsutviklingen, har vi i tillegg valgt å gjennomføre en strategisk analyse.

En strategisk analyse er en gjennomgang av bedriften og valg de har tatt. Vi kan dele det inn i intern og ekstern analyse. I denne oppgaven har vi valgt å fokusere på modellen SWOT, som både tar for seg den interne og den eksterne delen.

3.2.1 SWOT-analyse

En SWOT-analyse er en ekstern og intern analyse av bedriften og markedet. SWOT-analyser blir ofte omtalt som situasjonsanalyser og man studerer nærmere styrker, svakheter, muligheter og trusler. Styrker og svakheter er knyttet til det interne i bedriften, altså det de selv kan påvirke. Muligheter og trusler er en del av bedriftens eksterne analyse som tar sikte på bedriftens omgivelser.

SWOT-analysen fungerer som en overordnet modell. For å belyse de interne forholdene har vi valgt å benytte oss av en VRIO-modell. For den eksterne delen av SWOT-analysen har vi valgt å benytte oss av en Porters bransjeanalyse.



Figur 1: En utvidet SWOT- analyse (fritt etter Anthony et al. (2014))

3.2.2 VRIO

En VRIO-modell er en bedriftsintern analyse. Denne interne analysen omhandler å finne og etablere konkurransefortrinn med mål om at disse skal bli varige.

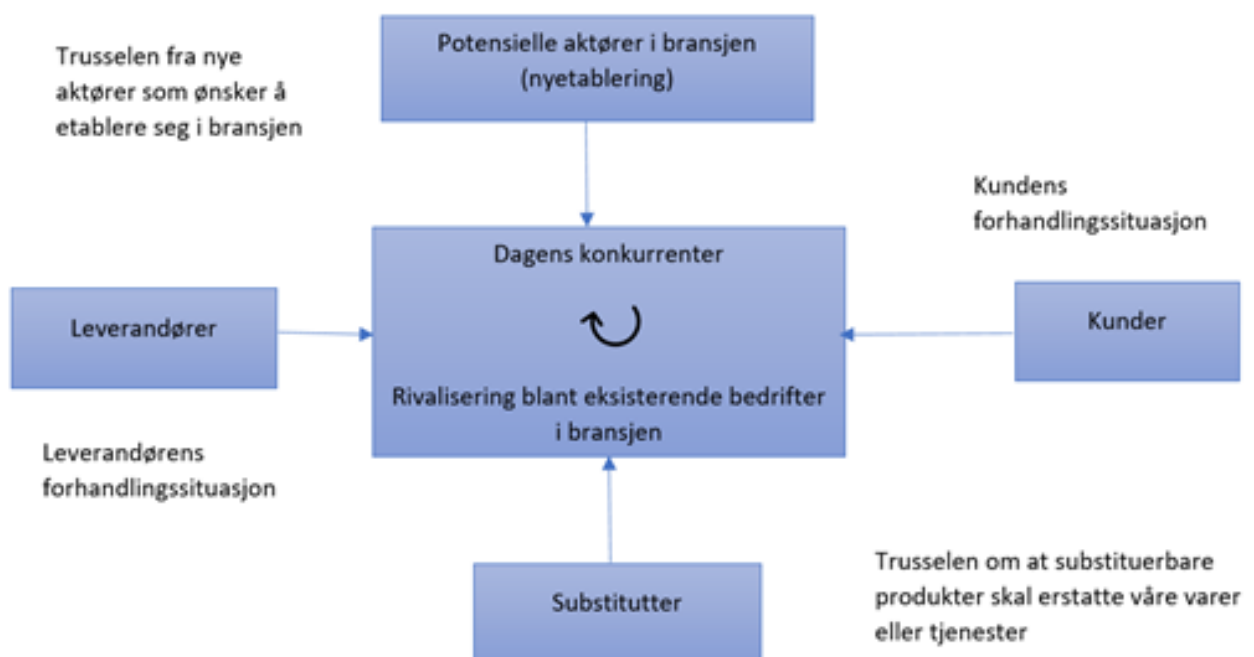
1. Value (verdi)
 - Hvor verdifulle er våre ressurser for våre kunder/interessenter?
2. Rare (sjeldenhet)
 - Hvor sjeldne/unike er våre ressurser i markedet?
3. Imitability (imiterbarhet)
 - Hvor enkle er våre ressurser å kopiere eller imitere for våre konkurrenter?
4. Organization (organisering)
 - Hvordan er vi organisert for å ivareta eller videreutvikle våre ressurser?

(Erichsen, Solberg, Stiklestad, 2015)

I følge VRIO-modellen bør bedrifter gjøre seg noen tanker rundt disse spørsmålene. Det er avgjørende for bedrifter å vite hva deres konkurransefortrinn og kjernekompetanse er, slik at de enkelt skal kunne tilpasse seg de eksterne mulighetene som finnes. Kjernekompetanse er egenskaper og ressurser organisasjoner baserer sine konkurransefortrinn på (Erichsen mfl, 2015).

3.2.3 Porters Bransjeanalyse

Porters bransjeanalyse benyttes for å analysere konkurrentmarkedet. Modellen ser på ulike konkurransefortrinn som kan oppnås ved å posisjonere seg strategisk overfor fem ulike konkurransekrefter. Leverandører, kunder, dagens konkurrenter, potensielle nye aktører i bransjen og substitutter er de fem konkurransekraftene i en bransje.



Figur 2: Porters Bransjeanalyse (Porter 1987)

Å danne seg et bilde av dagens konkurransesituasjon er viktig. Det å identifisere hvilke behov som blir tilfredsstilt, hvilken kundegruppe man tilfredsstiller og hvordan man tilfredsstiller kundens behov er nyttig informasjon ved bransjeanalysen. Når det gjelder nyetableringer vil gode barrierer være med på å skape etableringshindringer for nye aktører. Barrierene kan for eksempel være en sterk merkevare, høy kundetilfredshet, etableringskostnader og diverse patenter.

Substitutter er et produkt eller tjeneste som dekker de samme behovene og kan derfor erstattes fra en annen bedrift. At kunder har andre alternativer når de skal dekke et behov, kan være med på å redusere etterspørselen etter bedriften sitt produkt.

Leverandørens forhandlingsposisjon er også en viktig faktor for bedriftene. Jo større makt leverandører har, jo mindre attraktivt er det for andre å gå inn på markedet. Man må derfor se på leverandørens makt og deres samspill med andre aktører.

Kundenes forhandlingsmakt avhenger av en rekke faktorer. Dette er blant annet kundens volum, lojalitet, produkt og kvalitetsforskjeller. For å oppnå suksess må kunden foretrekke deg fremfor øvrige konkurrenter.

Kapittel 4: METODE

Metodekapittelet handler om hvordan vi har gått frem metodisk (og praktisk) for å belyse problemstillingen vår, *hvordan var lønnsomheten til SuperHero Burger og hva kan ha påvirket den i perioden 2016-2018?*

Det skal komme tydelig frem hvilke valg som er foretatt og hvorfor akkurat disse valgene ble tatt. Vi skal også kommentere konsekvensene av disse valgene i lys av reliabilitet og validitet. Reliabilitet handler om målesikkerheten til undersøkelsen, altså i hvilken grad vi kan stole på funnene våre og dataene vi har fått inn fra undersøkelsen. Validitet handler om dataens gyldighet, hvor vi gjerne skiller mellom ytre og intern gyldighet. Den interne gyldigheten er knyttet opp om måleapparatene faktisk måler det vi ønsker å måle. Den ytre gyldigheten handler om i hvilken grad vi kan generalisere funnene våre fra utvalget, til en hel populasjon.

4.1 Analyse av problemstillingen

Det er avgjørende å ha en grunnleggende forståelse av problemstillingen. Problemstillingen legger selve grunnlaget for både undersøkelsesdesign og hvilken metode man benytter seg av for å samle inn empiri. En problemstilling kan analyseres gjennom tre dimensjoner. For det første må vi se på om problemstillingen vår er klar eller uklar. Vår problemstilling er både konkret, men likevel både klar og uklar. Dette er fordi vi på forhånd har en del kunnskap om både bransjen og restauranten som vi benytter i regnskapsanalysen. For den strategiske analysen kan problemstillingen ses på som uklar ettersom vi ikke har direkte kunnskap om SuperHero Burgers strategiske valg.

Den andre dimensjonen som er relevant er om problemstillingen vår er forklarende eller beskrivende. I vårt tilfelle vil problemstillingen være forklarende i og med at vi ønsker å avdekke en sammenheng mellom årsak og virkning. I praksis er dette ekstremt vanskelig, derfor nøyer vi oss med å identifisere forhold som kan bidra til å forklare lønnsomhetsutviklingen. Vi vil derfor se på hvordan de strategiske aspektene (årsaker) har påvirket lønnsomheten (virkningen).

Den siste dimensjonen handler om vi ønsker å generalisere eller ikke. Vi har ikke grunnlag eller ønske om å generalisere funnene våre. Dette er fordi både lønnsomhetsanalysen og den strategiske analysen er unik og konkretisert til SuperHero Burger på Nova.

Ved å analysere problemstillingen vår vil oppgavens reliabilitet og validitet øke. Dette er fordi vi stiller oss kritisk til hva som faktisk blir undersøkt og hva vi kan bruke resultatene våre til. Det er mange viktige elementer å undersøke, men det er sentralt å vite hva som faktisk angår vår problemstilling.

4.2 Undersøkellesdesign

Etter vi hadde definert problemstillingen var vi nødt til å finne et riktig undersøkelsesdesign for vår oppgave. Dette vil påvirke undersøkelsens reliabilitet og den interne og eksterne gyldigheten til oppgaven. Sentralt her er å finne svaret på de to hovedutfordringene, kausalitet og generalisering. I vår problemstilling spør vi hva som påvirket lønnsomheten. Dette indikerer altså en årsak- virkning sammenheng i form av en prosesstilnærming, ettersom vi er interessert i hvordan ting henger sammen, ikke bare at de gjør det. Generalisering er derimot ikke relevant å trekke inn i denne oppgaven ettersom vi analyserer et spesielt case og ikke har som hensikt å gjøre funnene våre allmenngyldig.

Vi har valgt deduktiv metode når det kommer til hvordan vi har tilegnet oss kunnskap i lønnsomhetsanalysen. Ettersom utgangspunktet vårt var regnskapstall hadde vi et teoretisk grunnlag før intervjuet. I den strategiske analysen er det sentralt at vi har hatt nærhet til SuperHero Burger. Ettersom problemstillingen vår legger vekt på forståelse av bedriften og deres strategiske valg var det nødvendig for oss å gå i dybden.

I lønnsomhetsanalysen er tallene hentet fra 2016 til 2018. Ettersom vi har flere år gir dette en mulighet til å se på lønnsomheten for et år alene eller sammenligne tallene for alle årene. På denne måten vil lønnsomhetsanalysen være en tidsseriestudie, som kan gi oss informasjon om utviklingen samt om det er en positiv eller negativ trend.

4.3 Innsamling av data

Ved innsamling av empiri står man overfor to ulike tilnærminger, kvalitativ og kvantitativ. Kvalitativ tilnærming handler om innsamling av empiri i form av ord. Innsamlingen skjer blant annet gjennom intervjuer, case og observasjoner. En kvantitativ tilnærming samler inn informasjon i form av tall. Dette gjør det enkelt å sammenligne resultater.

Vi har benyttet oss av kvalitativ tilnærming da vi gjennomførte et personlig intervju med styreleder av SuperHero Invest AS. Dette gjorde vi for å få en dypere forståelse rundt deres historie, strategi og SuperHero Burger som helhet. Den kvantitative metoden var svært sentral da vi benyttet oss av regnskapstall og nøkkeltall. Imidlertid vil regnskapstall også kunne ses på som dokumentstudier og det kan diskuteres om vi kun benyttet kvalitativ tilnærming.

Det er viktig å være klar over at tallene vi har benyttet oss av er sekundærdata. Dette betyr at det er data som er hentet inn av andre personer som muligens har hatt et annet formål med dataen. Det er derfor svært viktig å ha en kritisk tilnærming for å øke oppgavens indre validitet samt reliabilitet. Dette gjøres ved å dobbeltsjekke informasjonen og bruke kunnskap vi allerede har om bedriften til å underbygge sekundærdataen.

Primærdata er empiri som er samlet inn på egenhånd. Vi fikk primærdata da vi gjennomførte et personlig intervju. Intervjuet ble gjennomført på SuperHero Burger, noe som er satt i en naturlig setting for intervjuobjektet. Det er likevel nødvendig å ha en kritisk tilnærming til informasjonen da den blir gitt fra ledelsen i SuperHero Burger. Vi kan dermed ikke anta at intervjuobjektet er helt nøytral i intervjusituasjonen, og vi må regne med en intervju effekt. Med bakgrunn i vår problemstilling vil likevel ikke dette være et reelt problem ettersom vi kun benytter intervjuet til å bygge opp mot regnskapsanalysen.

Vi fikk et intervju med Lars Berggård, som er styrets leder for hele SuperHero Invest AS. Lars Berggråd har vært en sentral person helt fra åpningen av den første restauranten i 2016. Han har mye kunnskap til bedriften og er derfor svært kvalifisert til å uttale seg om SuperHero Burger sin utvikling fra 2016 og frem til i dag. I tillegg til dette intervjuet har vi funnet regnskapstall for SuperHero Burger på proff.no. Vi brukte resultatregnskapet og driftsregnskapet til å beregne de ulike nøkkeltallene som er gitt i analysen. Ettersom SuperHero Burger er oppstartet i lokalene til en tidligere cafe, går de under navnet Cafe Orange AS på proff.no. Vi vet av intervjuet at de startet opp i 2016, slik at regnskapstall fra dette året er gjeldende for SuperHero Burger.

Valg av nøkkeltall er også svært sentralt innenfor de strategiske valgene vi har gjort for å belyse problemstillingen. De nøkkeltallene vi har valgt er sentrale i en regnskapsanalyse og gir en grundig gjennomgang av regnskapet til SuperHero Burger. Det er imidlertid noen regnskapstall vi har valgt å se bort fra, som rentedekningsgrad. Dette er fordi SuperHero Burger ikke har langsiktig gjeld og et slikt nøkkeltall gir oss derfor ingen ny informasjon.

Å sammenligne SuperHero Burger sine nøkkeltall med en konkurrents nøkkeltall er med på å øke reliabiliteten til oppgaven. Vi har valgt å sammenligne noen av de mest sentrale nøkkeltallene med den direkte konkurrenten BROR. Ved å gjennomføre en slik sammenligning vil vi få et bedre innblikk i om SuperHero Burger faktisk har en høy lønnsomhet sammenlignet med andre konkurrenter i bransjen.

Kapittel 5: ANALYSE

5.1 Regnskapsanalyse

Vi skal i dette kapitlet gjennomføre en nøkkeltallsanalyse av SuperHero Burger. Vi har valgt å legge inn de nøkkeltallene vi ønsker å analysere nærmere i en tabell, da dette gir et oversiktlig bilde.

5.1.1 Nøkkeltall for SuperHero Burger AS

Nøkkeltall	2018	2017	2016
Totalkapitalrentabilitet	36,2%	41,8%	50,75%
Totalkapitalens omløpshastighet	4,22	4,24	3,5
Resultatgrad	8,6%	9,9%	14,5%
Egenkapitalrentabilitet			
Før skatt	117,9%	673%	895,7%
Etter skatt	140,7%	489,3%	671,3%
Likviditetsgrad 1	1,32	0,55	0,33
Likviditetsgrad 2	1,22	0,53	0,3
Finansieringsgrad 1	0,294	7,19	12,17
Likviditetsgrad 1 (finansieringsgrad 2)	1,32	0,55	0,33
Arbeidskapital	1 364 000	- 2 079 000	- 3 353 000
Gjeldsgrad	2,2	13,7	16,7
Egenkapitalandel	31%	6,8%	5,7%

Tabell 1: Nøkkeltallsanalyse av SuperHero Burger.

5.1.1.1 Lønnsomhet

Totalkapitalrentabilitet

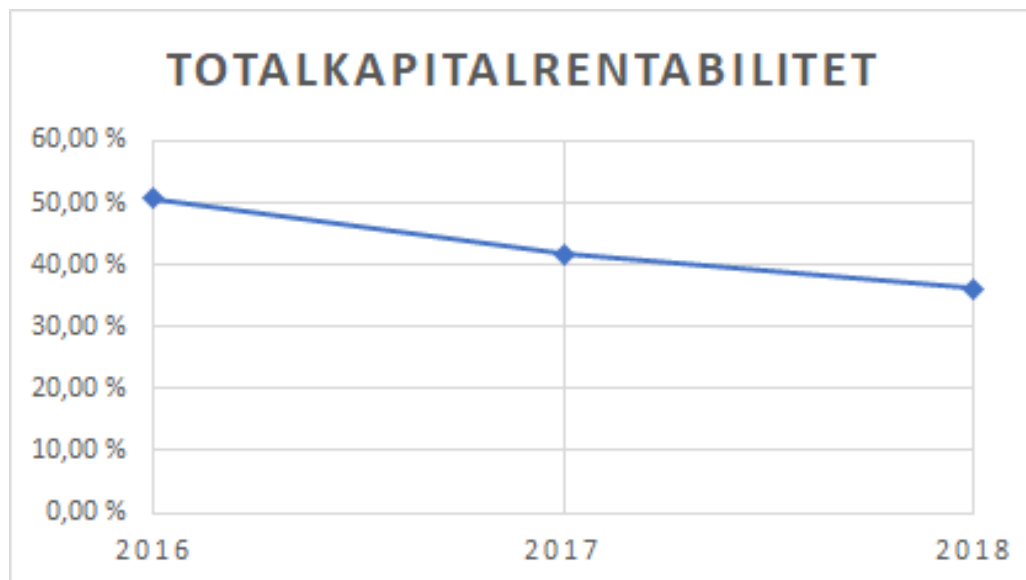
Som beskrevet i teoridelen måler totalkapitalrentabiliteten bedriftens avkastning på den samlede kapitalen som er bundet i bedriften (Kristoffersen, 2016).

Totalkapitalrentabilitet er et resultat av totalkapitalens omløpshastighet og resultatgraden. Dette gjør det til et godt mål på lønnsomhet og ettersom det er et forholdstall kan det enkelt sammenlignes med andre.

I beregningen av dette nøkkeltallet har vi benyttet gjennomsnittlig totalkapital. Dette gjøres ved å finne gjennomsnittet av utgående balanse sammen med inngående balanse for regnskapsåret $((IB+UB)/2)$. Ved å benytte gjennomsnittlig kapital sikrer vi oss mot store endringer som kan oppstå gjennom året, for eksempel en investering. Dette er spesielt et problem hos nyetablerte og voksende bedrifter, som SuperHero Burger.

Et rimelig mål på totalkapitalrentabiliteten er 10-15%. Vi ser at for SuperHero Burger er dette lønnsomhetsmålet betraktelig høyere enn hva som er rimelig. Dette tyder på at restauranten har en meget god lønnsomhet. Dette gjelder for alle årene, selv om vi ser en negativ trend.

Totalkapitalrentabiliteten har hatt en nedgang fra 2016 og til nå. Totalt sett har dette vært en nedgang på 28,7%. Denne nedgangen skyldes mest sannsynlig at resultatgraden også har gått ned. En slik nedgang betyr at bedriften er blitt mindre lønnsom gitt dette nøkkeltallet. Av resultatregnskapet ser vi at driftsinntektene har gått opp, men det samme har også kostnadene. Dette fører til at resultatet forblir ganske likt, og forklarer nedgangen.



Figur 3: utviklingen av totalkapitalrentabiliteten til SuperHero Burger fra 2016 til 2018

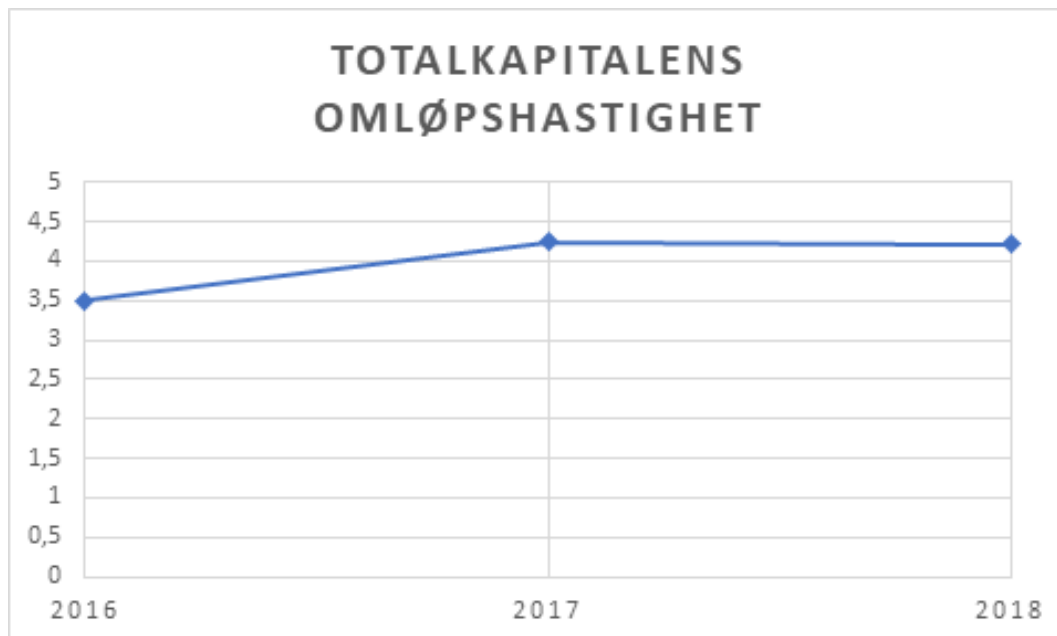
-
-

Kapitalens omløpshastighet

Totalkapitalens omløpshastighet er sirkulasjon av kapitalen i bedriften, altså hvor effektivt bedriften klarer å utnytte sin samlede kapital. Vi har også i beregningen av dette nøkkeltallet valgt å benytte gjennomsnittlig totalkapital. Ved å bruke dette får vi et mer eksakt bilde av kapitalen i bedriften gjennom hele året, ikke bare på et spesifikt punkt. Ettersom vi kun hadde tall fra 2016- 2018 er totalkapitalen for 2016 kun utgående balanse for dette året.

Vi ser en positiv trend fra 2016 til 2017, hvor det har vært en økning på 17,5% (fra 3,5 til 4,24). Denne økningen skyldes at driftsinntektene økte fra 18,5 millioner til 21,7 millioner, samt at totalkapitalen hadde liten endring. I perioden 2017 til 2018 var kapitalens omløpshastighet tilnærmet uendret.

Det kan virke som SuperHero Burger har en relativt høy omløpshastighet for kapitalen, men det er vanskelig å uttale seg om dette uten sammenligning med bransjetall. En generell regel er imidlertid at jo høyere dette nøkkeltallet er, desto bedre er utnyttelsen av kapitalen. Med bakgrunn i disse tallene kan vi si at omløpshastigheten forbedres når driftsinntektene øker eller ved reduksjon av den kapitalen som er bundet i bedriften. En slik reduksjon kan gjøres ved flere tiltak som å redusere utestående fordringer og varelager eller ved å selge anleggsmidler eller andre eiendeler som ikke genererer inntekt.

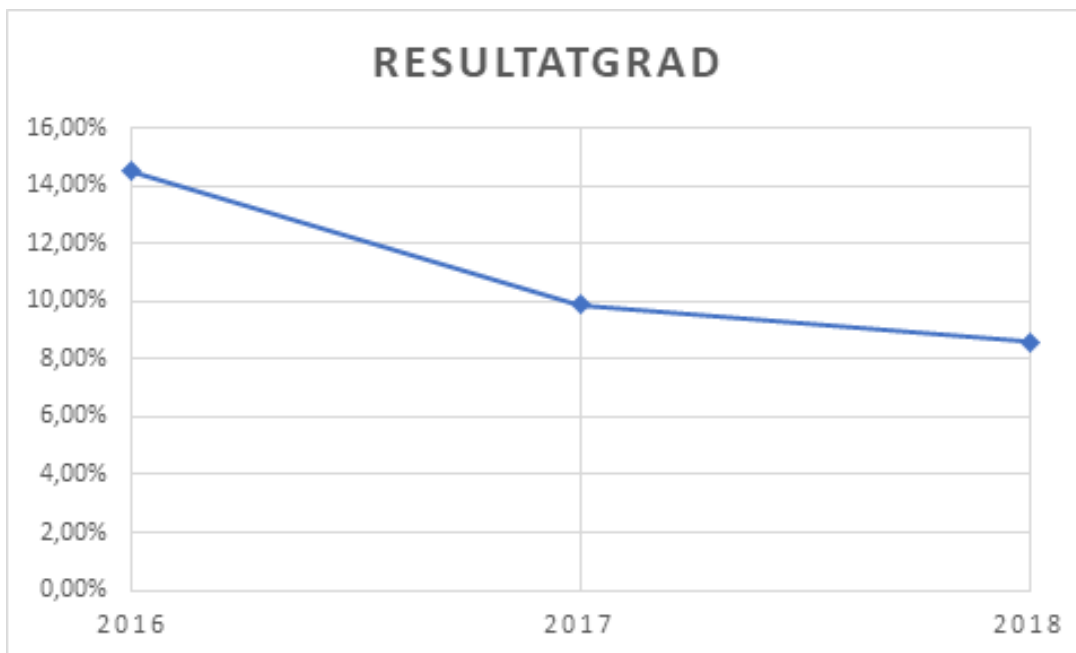


Figur 4: Utviklingen av totalkapitalens omløpshastighet for SuperHero Burger fra 2016 til 2018

Resultatgrad

Resultatgraden sier noe om hvor mye hver krone omsatt kaster av seg av resultat. Vi ser at resultatgraden har sunket fra 2016 til 2018. Dette stemmer overens med totalkapitalrentabiliteten som også har sunket. Nedgangen skyldes uendret driftsresultat til tross for økte driftsinntekter.

Fra 2016 har resultatgraden hatt en negativ utvikling og denne trenden har vart gjennom hele perioden. Fra 2016 til 2018 har resultatgraden totalt sunket med 40,7%. Den største nedgangen var mellom 2016 og 2017, med en nedgang på 31,7%. Nedgangen i totalkapitalrentabiliteten skyldes ene og alene at resultatgraden har blitt svekket i perioden.



Figur 5: utviklingen i resultatgraden til SuperHero Burger fra 2016 til 2018.

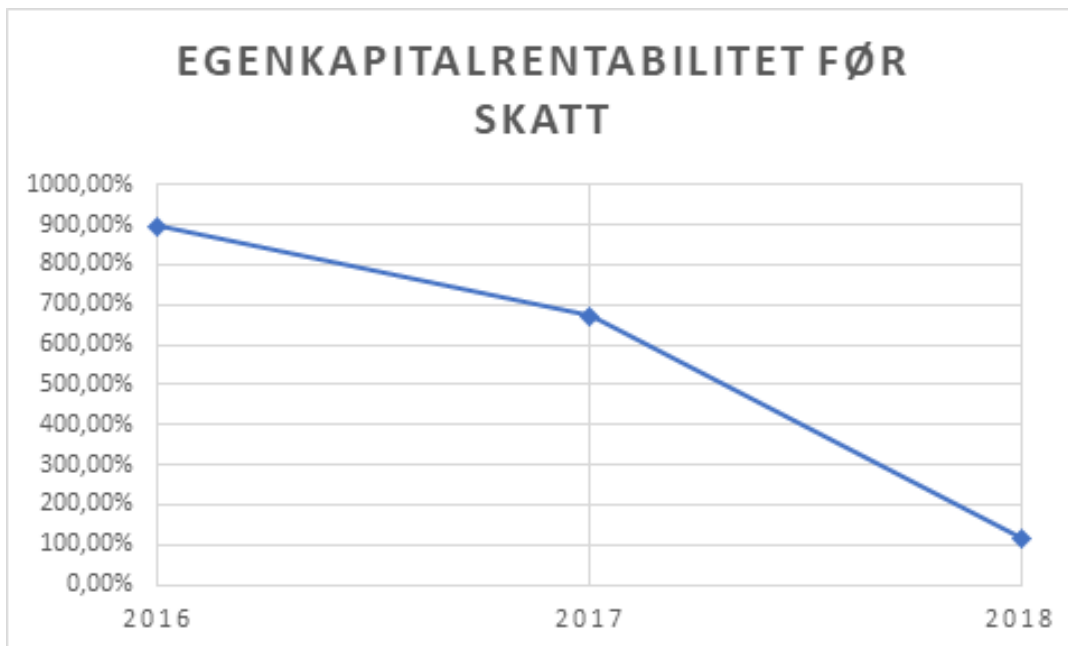
Egenkapitalrentabilitet før og etter skatt

Egenkapitalrentabiliteten forteller oss hvor stor avkastning vi har hatt på egenkapitalen som er investert i bedriften. Dette nøkkeltallet er derfor meget sentralt for eierne.

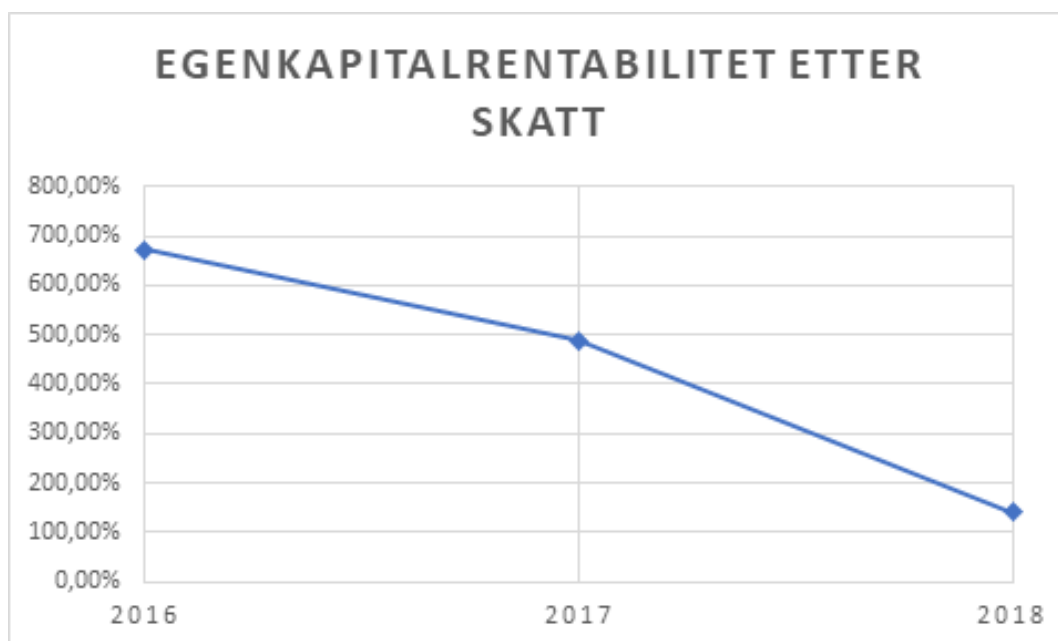
Vi har både tall før og etter skatt, men det er regnskapstallene etter skatt som er mest interessante å se på, så derfor fokuserer vi mest på disse.

Vi ser en tydelig nedgang på egenkapitalrentabiliteten fra 2016 til 2018. Denne nedgangen er på hele 79%. Dette betyr ikke at egenkapitalrentabiliteten er lav i 2018, men at dette nøkkeltallet for 2016 var ekstremt høyt.

Resultatet etter skatt har holdt seg relativt stabilt gjennom hele perioden på ca 2 millioner. Hovedgrunnen til nedgangen i egenkapitalrentabiliteten skyldes derfor her at egenkapitalen har økt fra kr 336 000 i 2017 til kr 1,9 millioner i 2018. Denne økningen i egenkapitalen på nesten 6 ganger så mye vil trolig være et strategisk valg fra SuperHero Burger sin side, ettersom de er en nyetablering med ambisjoner om å ekspandere.



Figur 6: utviklingen i egenkapitalrentabiliteten før skatt for SuperHero Burger fra 2016 til 2018.



Figur 7: Utviklingen av egenkapitalrentabiliteten for SuperHero Burger fra 2016 til 2018

5.1.1.2 Likviditet

-

Likviditetsgrad 1

Dette nøkkeltallet omhandler i hvilken grad bedriften evner til å betale kortsiktig gjeld. Likviditetsgrad 1 og Finansieringsgrad 2 måler det samme og vi slår derfor disse sammen.

Vi ser at likviditetsgrad 1 til SuperHero Burger har økt fra 0,33 i 2016 til 1,32 i 2018. Likviditetsgrad 1 bør ideelt sett være over 2, for at de i størst grad skal være i stand til å betale sine kortsiktige betalingsforpliktelser. SuperHero Burger sin likviditetsgrad 1 er lavere enn 2, men dette kan forklares ved at bedriften er relativt nyoppstartet. Årsaken til økningen hos SuperHero Burger skyldes at omløpsmidlene har økt i stor grad mens den kortsiktige gjelden har holdt seg relativt stabil.



Figur 8: Utviklingen av likviditetsgrad 1 for SuperHero Burger fra 2016 til 2018.

Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 omhandler som nevnt i teoridelen hvorvidt bedriften er i stand til å betale sine kortsiktige betalingsforpliktelser. Vi ser på mest likvide omløpsmidler i forhold til den kortsiktige gjelden. Som de mest likvide omløpsmidlene har vi valgt “sum omløpsmidler” trukket fra “sum varelager”. Nøkkeltallet bør ideelt sett være høyere enn 1.

Likviditetsgrad 2 har hatt en positiv utvikling for SuperHero Burger i perioden fra 2016 til 2018. I all hovedsak skyldes dette at de likvide omløpsmidlene har økt, samt som den kortsiktige gjelden har sunket i noe grad. Dette betyr at SuperHero Burger i stor grad kan dekke den kortsiktige gjelden. I 2018 oppnår de et nøkkeltall på over 1, som er svært bra.

Vi ser at både likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2 er svært like. Dette skyldes en positiv trend i både varelageret og omløpsmidlene, samt at varelageret er relativt sett lite. I tillegg har den kortsiktige gjelden holdt seg relativt stabilt.



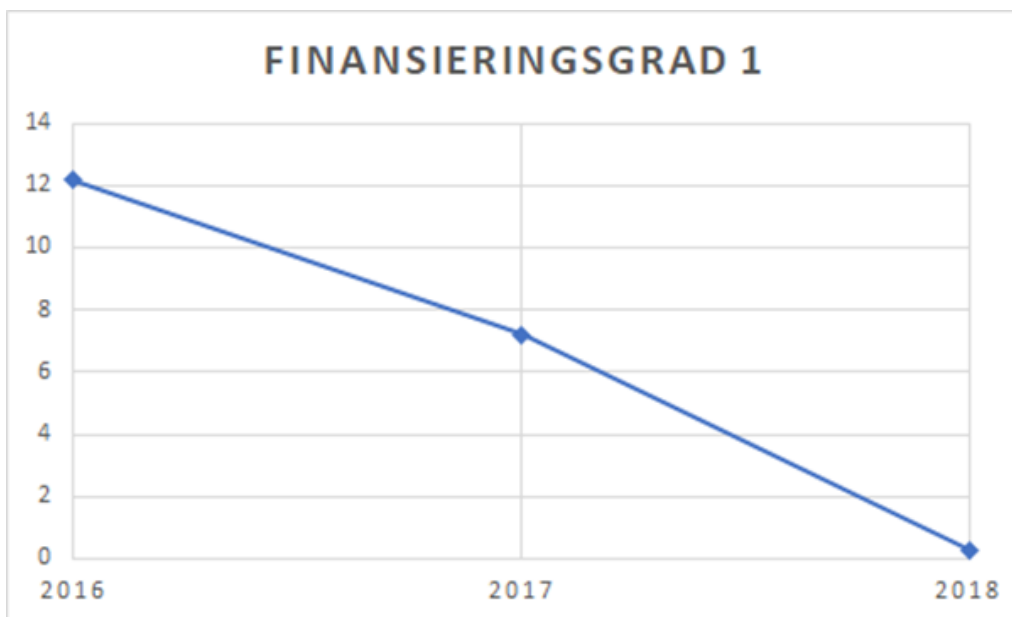
Figur 9: Utviklingen av likviditetsgrad 2 for SuperHero Burger fra 2016 til 2018

5.1.1.3: Finansiering

Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 viser hvor mye av anleggsmidlene som er langsiktig finansiert. Ut fra regnskapet ser vi at SuperHero Burger ikke har noe langsiktig gjeld gjennom hele perioden og anleggsmidlene finansieres dermed av egenkapital.

I 2018 øker egenkapitalen til SuperHero Burger betraktelig og finansieringsgrad 1 synker til 0,294. Det er ønskelig at dette nøkkeltallet er mindre enn 1, noe som betyr at alle anleggsmidlene (i tillegg til deler av omløpsmidlene) er langsiktig finansiert.

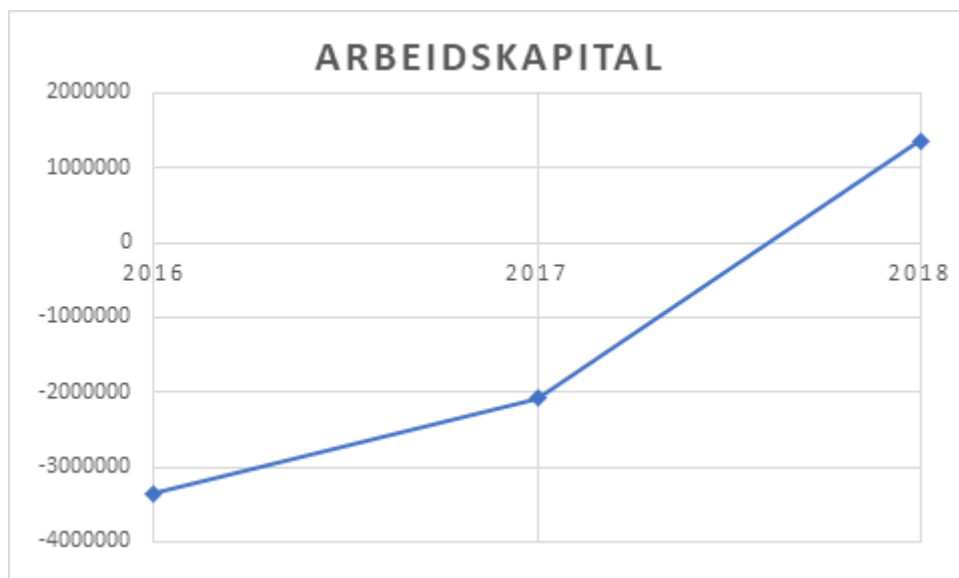


Figur 10: Utviklingen i finansieringsgrad 1 for SuperHero fra 2016 til 2018

Arbeidskapital

Arbeidskapital er differansen mellom omløpsmidlene og den kortsiktige gjelden til bedriften. Nøkkeltallet henger sammen med likviditetsgrad 1 og som vi ser er denne utviklingen positiv hos begge. Dersom nøkkeltallet er negativt betyr dette som regel at omløpsmidlene har blitt finansiert med kortsiktig gjeld. Ut fra regnskapet vet vi at SuperHero Burger ikke har tatt opp noe langsiktig gjeld i perioden, noe som tyder på at omløpsmidlene har blitt finansiert med kortsiktig gjeld.

Vi ser likevel at arbeidskapitalen til SuperHero Burger har hatt en positiv utvikling gjennom perioden. Dette skyldes i stor grad at omløpsmidlene har økt fra kr 1 646 000 i 2016 til kr 5 656 000 i 2018. Samtidig har den kortsiktige gjelden i noe grad sunket.



Figur 11: Utviklingen i arbeidskapital for SuperHero Burger fra 2016 til 2018

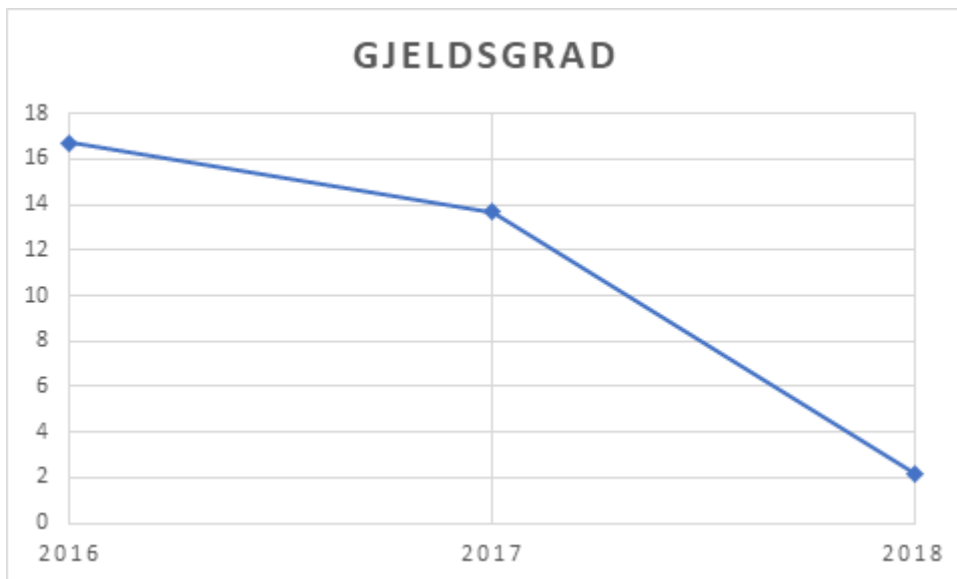
5.1.1.4 Soliditet

Gjeldsgrad

Som nevnt i teoridelen omhandler gjeldsgraden det forholdet mellom kapital som er finansiert av utenforstående kapital og kapital som er finansiert av eierne. Vi ser at gjeldsgraden til SuperHero Burger har sunket betraktelig over perioden fra 2016 til 2018, noe som er svært positivt.

Egenkapitalen er som regel liten i en nyetablering, samt at gjelden ofte kan være høy. Dette skyldes store kostnader knyttet til oppstartsfasen til en bedrift. Det er ønskelig med en lav gjeldsgrad da bedriften blir ansett som mer solid.

SuperHero Burger har hatt en positiv utvikling i gjeldsgraden. Ut fra regnskapet kan vi se at egenkapitalen har økt og den kortsiktige gjelden har sunket i noe grad. Forbedringen skyldes derfor i hovedsak økt egenkapital. Gjennom hele perioden har gjeldsgraden sunket med 14,5 hvor den største nedgangen var fra 2017 til 2018 på 11,5.

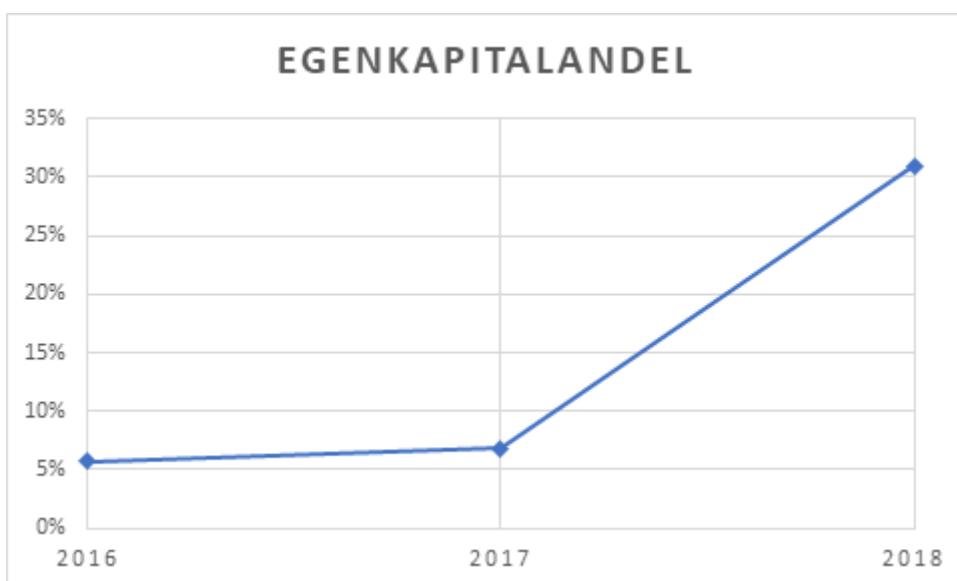


Figur 12: Utviklingen av gjeldsgraden til SuperHero Burger fra 2016 til 2018.

Egenkapitalandel

Egenkapitalandelen viser hvor stor andel egenkapitalen utgjør av totalkapitalen. I nyetablerte virksomheter er egenkapitalen som regel liten og de vil dermed være sårbare for tap og ha større risiko for å gå konkurs enn mer etablerte bedrifter (Kristoffersen, 2016)

Generelt er en egenkapitalandel på 30-35% tilfredsstillende. For SuperHero Burger ser vi at mellom 2016 og 2017 var det en lav egenkapitalandel på kun rundt 6%. Dette stemmer godt overens med teorien om nyetableringer. Mellom 2017 og 2018 har derimot egenkapitalandelen økt med 460%. Denne store økningen skyldes at egenkapitalen økte med 570% samme år. Den gjennomsnittlige totalkapitalen har holdt seg relativt stabil gjennom hele perioden, noe som gjør at endringen kun skyldes endringen i egenkapitalen. Med en slik økning har SuperHero Burger sikret seg en egenkapitalandel på 31%, som altså er innenfor det tilfredsstillende intervallet.



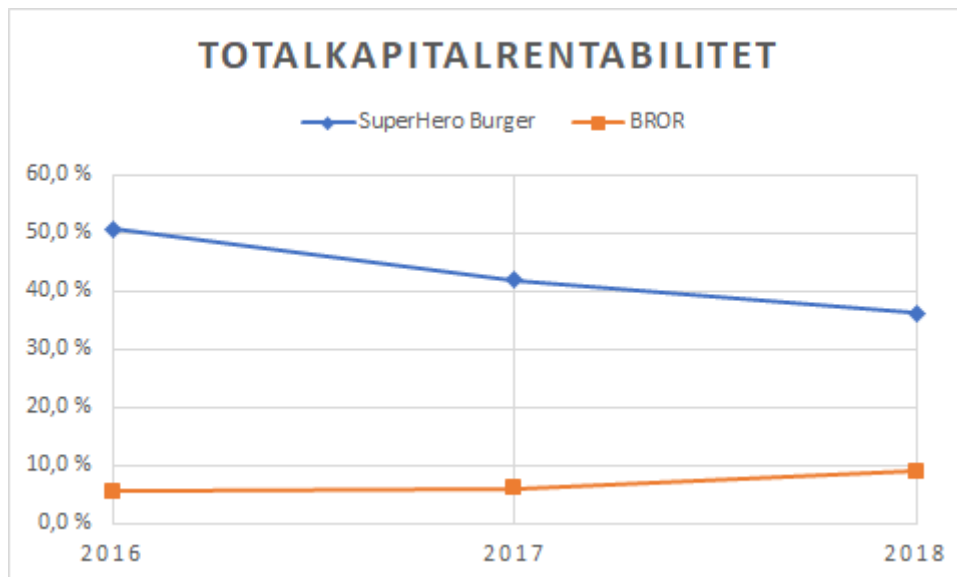
Figur 13: Utviklingen av egenkapitalandel til SuperHero Burger fra 2016 til 2018.

5.1.2 Bedriftssammenligning med BROR

For å få et helhetlig bilde av utviklingen i den økonomiske situasjonen i markedet sammenligner vi noen nøkkeltall fra SuperHero Burger med konkurrenten BROR. Denne konkurrenten ble valgt fordi de anses å være en direkte konkurrent for SuperHero Burger ettersom de begge har spesialisert seg på burgere. Vi tenkte det ville være spennende å se på hvor gode tall SuperHero Burger faktisk har, om det var deres fortjeneste eller om markedet generelt hadde gode nøkkeltall. Vi har valgt ut et nøkkeltall fra hver hovedkategori for å få et bredt bilde av situasjonen.

Det første nøkkeltallet vi har valgt å sammenligne er total kapitalrentabilitet. Sammenlignet med BROR har SuperHero Burger en mye høyere avkastning på total kapitalen. Ettersom ROI er et forholdstall kan vi enkelt sammenligne disse resultatene og gjøre analyser med bakgrunn i disse. Imidlertid er det viktig å belyse at ROI kan regnes ut på ulike måter (ettersom hva man velger å benytte som total kapital), og noen av forskjellene kan dermed skyldes dette.

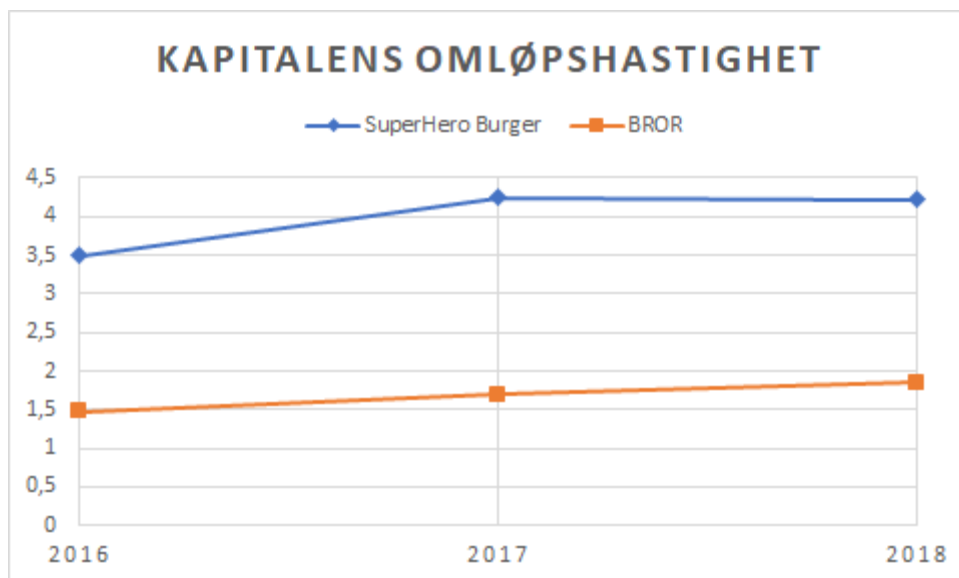
Total kapitalrentabilitet er et godt mål på lønnsomhet. Ut fra grafen er det stor forskjell på de to restaurantene og det kunne vært interessant å analysere dette ytterligere.



Figur 14: Sammenligning av total kapitalrentabilitet mellom SuperHero Burger og BROR

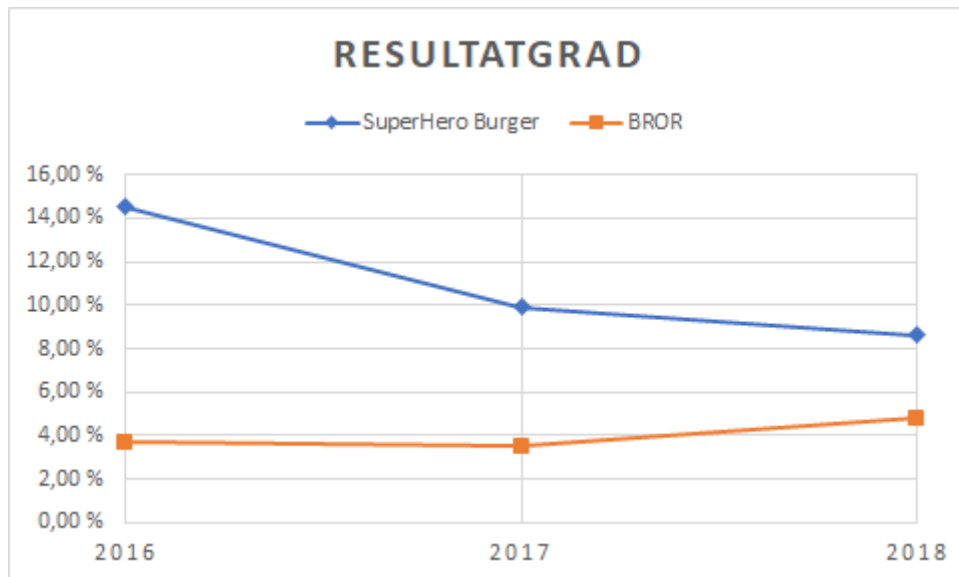
For å få en bedre forståelse av de store forskjellene i lønnsomheten mellom SuperHero Burger og BROR har vi valgt å videre dekomponere gjennom DuPont-metoden. Dette gjøres fordi problemstillingen vår handler om lønnsomhetsforskjeller og ved å dekomponere nøkkeltallet vil vi få en bedre forståelse av dette.

Videre analyse av kapitalens omløpshastighet viser at SuperHero Burger hele veien ligger ca to poeng høyere enn BROR. Utviklingen er derimot den samme hos de to restaurantene, med en lav positiv trend. Dette kan tyde på at markedet generelt opplever en lav positiv utvikling når det kommer til dette nøkkeltallet. Vi vet at jo høyere kapitalens omløpshastighet er, jo bedre utnytter bedriften kapitalen. SuperHero Burger har en langt høyere verdi på dette nøkkeltallet enn BROR, men ettersom de begge følger samme trend kan det tyde på at markedet generelt utnytter kapitalen i bedriften bedre enn tidligere.



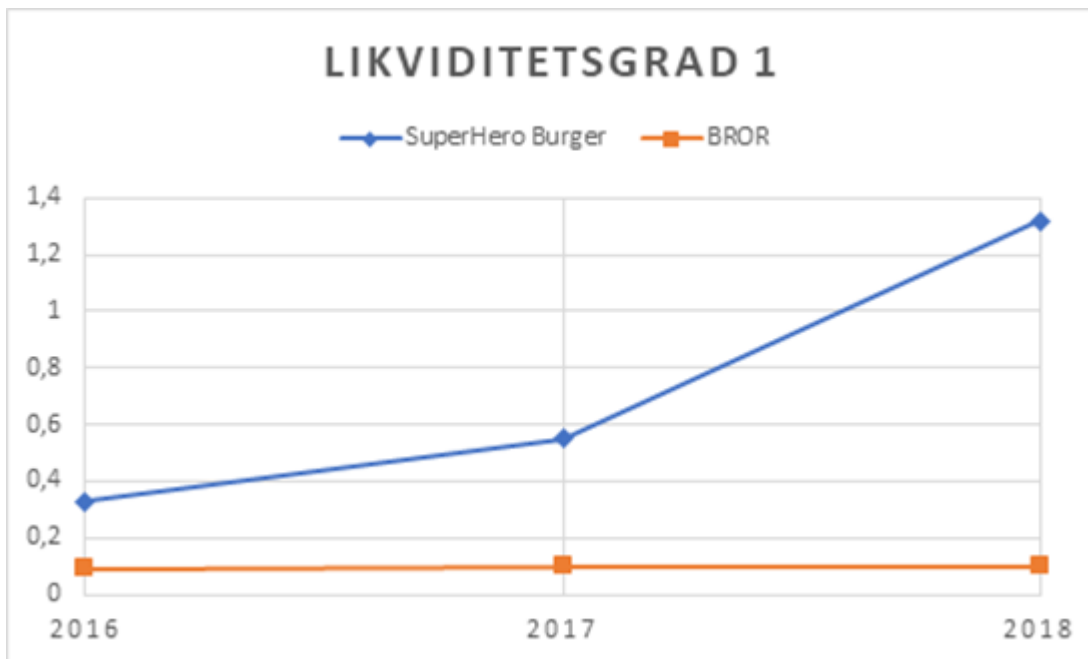
Figur 15: Sammenligning av kapitalens omløpshastighet mellom SuperHero Burger og BROR

Det neste nøkkeltallet som er relevant å belyse i forståelsen av total kapitalrentabiliteten er resultatgrad. Vi ser at de to restaurantene har ulik utvikling på dette nøkkeltallet. Dette skyldes i all hovedsak at BROR har hatt en positiv utvikling i driftsresultatet, mens SuperHero Burger har hatt en negativ utvikling på samme området. Driftsinntektene er økende for begge bedrifter, slik at her er det endringen i kostnadene som påvirker resultatgraden. Vi ser at SuperHero Burger har økende kostnader for perioden, mens BROR har lavere kostnader.



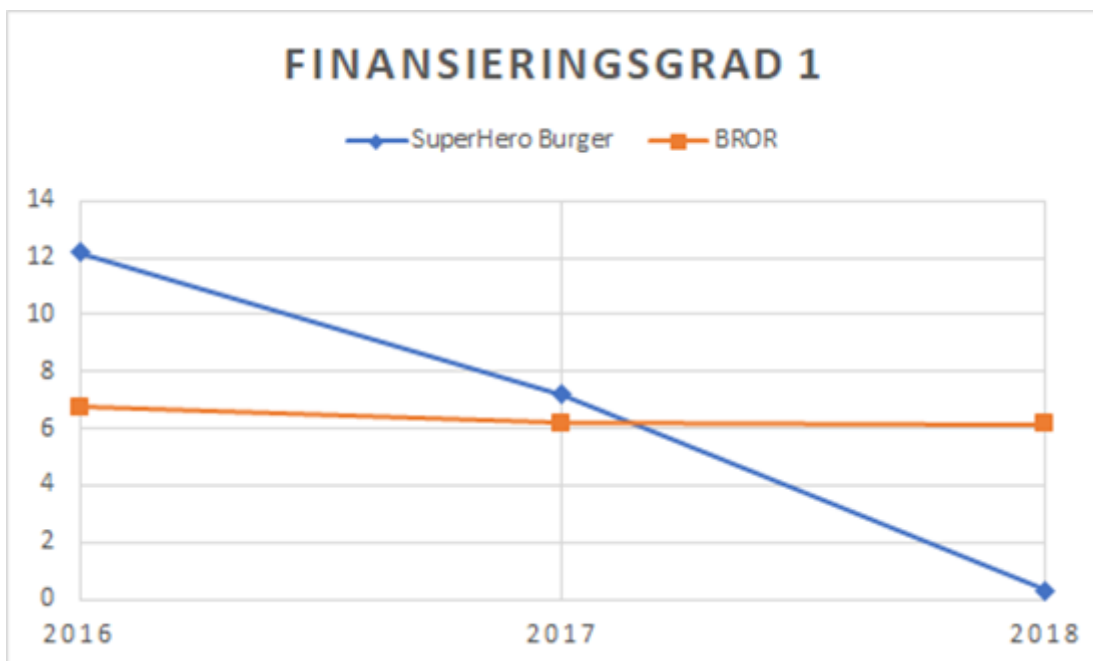
Figur 16: Sammenligning av resultatgrad mellom SuperHero Burger og BROR

Videre har vi valgt å se på nøkkeltallet likviditetsgrad 1. BROR har en jevn utvikling i perioden, mens vi ser en tydelig økning hos SuperHero Burger. Også her er forskjellen ganske stor, men ingen av bedriftene oppnår en likviditetsgrad 1 over normtallet som er 2,0. SuperHero Burger ligger dog bedre an til å nå dette målet enn BROR.



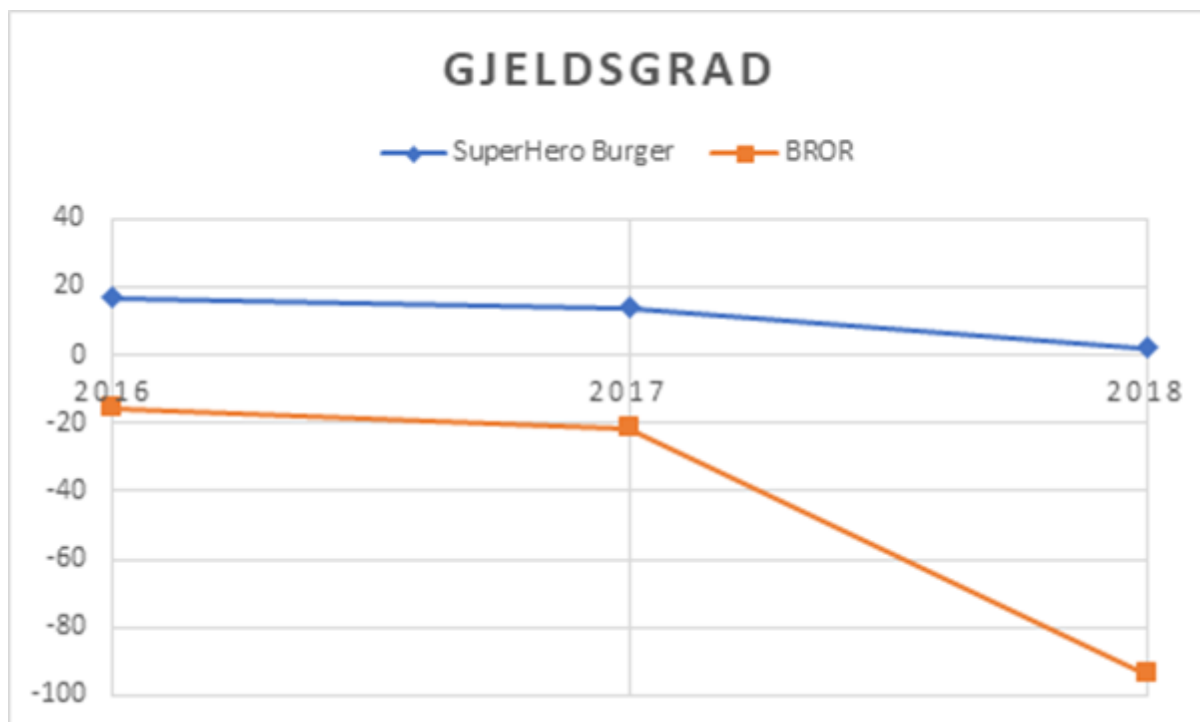
Figur 17: Sammenligning av likviditetsgrad 1 mellom SuperHero Burger og BROR

Det neste nøkkeltallet vi ønsker å sammenligne er finansieringsgrad 1. BROR har en jevn utvikling også på dette nøkkeltallet med et gjennomsnitt på mellom 6 og 7. SuperHero Burger krysser BRORs akse like etter 2017. Idealet er at dette tallet er under 1, noe BROR ikke oppnår gjennom denne perioden. SuperHero Burger derimot har en positiv utvikling og når dette målet i 2018.



Figur 18: Sammenligning av finansieringsgrad 1 mellom SuperHero Burger og BROR

Det siste nøkkeltallet vi ønsker å fokusere på er gjeldsgrad. Også her er det store forskjeller mellom de to bedriftene. BROR har en negativ gjeldsgrad noe som skyldes en negativ opptjent egenkapital i denne perioden. Ideelt sett burde dette nøkkeltallet være så lavt som mulig, samtidig som det er positivt.



Figur 19: Sammenligning av gjeldsgrad mellom SuperHero Burger og BROR

Vi ser av denne sammenligningen at SuperHero Burger var bedre enn BROR på samtlige nøkkeltall. Sentralt for denne oppgaven er momentene knyttet til lønnsomhet. Resultatet fra dekomponeringen av total kapitalrentabilitet til kapitalens omløpshastighet og resultatgrad er derfor meget spennende. Ved å analysere kapitalens omløpshastighet ser vi at utviklingen for de to bedriftene er lik. Forskjellen og forklaringen på endringen i total kapitalrentabilitet må derfor ligge i resultatgraden. Vi ser at SuperHero Burger har en negativ trend, mens BROR har en motsatt utvikling. Dette betyr at SuperHero Burger har lavere driftsresultat til tross for økning i driftsinntekter. For BROR betyr dette at de har økende driftsresultat med bakgrunn i økte driftsinntekter. Dette forklarer med andre ord den negative utviklingen i total kapitalrentabiliteten for SuperHero Burger og den positive utviklingen for BROR.

På bakgrunn av denne analysen mellom SuperHero Burger og BROR kan vi se store forskjeller mellom bedriftene. Dette gjelder ikke bare i utviklingen som er belyst, men også i hvilket nivå nøkkeltallene befant seg på gjennom hele perioden. Dette tyder på at de gode tallene ikke er et resultat av at markedet generelt gjør det bra, men at SuperHero Burger har tatt flere gode strategiske valg. Denne sammenligningen gjelder imidlertid kun mellom BROR og SuperHero Burger, og er ikke nødvendigvis overførbart til resten av markedet.

5.2: Strategisk analyse

I den strategiske analysen ønsker vi å komme nærmere inn på hvilke forhold som kan ha bidratt til å forklare lønnsomhetsutviklingen til SuperHero Burger. Vi ønsker å se nærmere på de ulike strategiske valgene som har blitt gjort for å se om dette har påvirket utviklingen til bedriften. Først vil vi ta for oss en intern analyse, deretter en ekstern analyse som vi til slutt vil oppsummere i en SWOT-analyse.

Innenfor den strategiske analysen er det viktig å definere og reflektere over hvilke behov SuperHero Burger dekker. Først og fremst dekker SuperHero Burger behovet sult, likevel finnes det en rekke substitutter som dekker samme behov. I tillegg dekker SuperHero Burger et behov for sosial omgang. Det å dra ut på restaurant handler ikke nødvendigvis bare om maten som spises, men i hvilket selskap man kan nyte denne maten. SuperHero Burger tilbyr en avslappende atmosfære og legger opp til at man skal tilbringe tid der sammen med venner og bekjente.

5.2.1 VRIO

Vi bruker VRIO-modellen til å få frem SuperHero Burger sine interne konkurransefortrinn. Modellen består av 4 ulike faktorer som er verdi, sjeldenhet, imiterbarhet og organisering. Disse faktorene er nødvendigvis ikke alltid like enkle å skille mellom, og mange av momentene vil derfor inngå i flere punkter. Vi gjennomfører en VRIO-analyse for å analysere ressursene til bedriften og se på konkurransefortrinnene som er velfungerende og hvor det kan forbedres.

Den første faktoren i VRIO-modellen tar for seg er hvor verdifulle ressursene er for kundene. Gjennom samtalen vår med Lars Berggård fokuserte han på at kvaliteten på maten er svært viktig for bedriften. De benyttet kun kortreiste råvarer og kompetente kokker som er avgjørende for omdømme og kvalitet.

Bedriften får kjøtt levert fra slakteren og kverner så kjøttet til hamburgere. Andre råvarer som salat, poteter, tomat ol. blir også levert fra lokale bønder. Med fokus på kortreiste råvarer og kvalitet i produktene er SuperHero Burger med på å sette fokus på en mer bærekraftig verden. Dette gjør dem sjeldne og attraktive ettersom bærekraft har blitt et viktig aspekt for mange forbrukere.

Som sagt er SuperHero Burger helt avhengig av kompetente kokker. De benytter seg av kullgrill og hamburgerne er også større enn hos konkurrentene. Målet for bedriften er hele tiden å produsere kvalitetsmat og dette krever omfattende opplæring av kokkene. Kokkene vil i bunn og grunn være den viktigste og mest verdifulle ressursen i og med at de representerer SuperHero Burger gjennom maten.

Neste faktor er sjeldenheten og da kan det være en fordel å stille følgende spørsmål: hvor sjeldne/unike er våre ressurser i markedet? SuperHero Burger er en ren burgerrestaurant. Dette betyr at SuperHero Burger spesialiserte seg kun på dette området. Bedriften er stor motstander av masseprodusert mat og deres burgere er derfor svært sjeldne i dagens marked.

SuperHero Burger er også svært opptatt av å ha den "rette" atmosfæren i sine restauranter. De ønsker at kundene skal bli der lenge og har derfor lagt opp til flere spillmuligheter som kortspill og brettspill. De ønsker også at restaurantene deres skal være lite formelle, hvor man

kan spise hamburger med hendene og ikke trenger å pynte seg. Denne atmosfæren gjør SuperHero Burger sjeldne i Trondheim og gjør denne merkevaren sterk og unik.

Plasseringen av lokalet til SuperHero Burger Nova er også en sjelden ressurs. De er plassert svært sentralt noe som gjør det enkelt for kunden å oppsøke dem. Åpningstidene er i tillegg utvidet i helgene noe som gjør at kundene kan oppsøke dem etter sene kvelder. Man kan tydelig si at SuperHero Burger ønsker å legge til rette for kundenes behov.

Videre handler neste faktor om imiterbarhet. Da er det viktig å stille seg følgende spørsmål: hvor enkle er våre ressurser å kopiere eller imitere for våre konkurrenter? Vi skiller ofte mellom imiterbarhet som kan kjøpes og det man kan bygge opp selv. Gjennom vårt intervju med Lars Berggård fikk vi inntrykk av at det til tider var vanskelig å finne ansatte med den kompetansen bedriften så etter. Etersom prosessen ved å utvikle råvarene til det ferdigstilte produktet er såpass krevende, er det derfor avgjørende med kompetente og flinke kokker. Dette gjør at kjernekompetansen i bedriften kan være vanskelig for utenforstående å kopiere.

SuperHero Burger bytter svært sjeldent ut menyen sin, noe som kan gjøre det enkelt å imitere deres burgere. Imidlertid benytter SuperHero Burger kun lokale råvarer og egenprodusert mat. Dette gjør det vanskelig for konkurrenter å få tak i nøyaktig det samme produktet, ettersom det er SuperHero Burger som lager det selv. En begrenset meny kan også være en fordel med tanke på at de kun spesialisere seg på et fåtall hamburgerkombinasjoner.

Den siste faktoren omhandler hvordan bedriften er organisert til å ivareta eller videreutvikle ressursene. I Trondheim finnes to SuperHero Burger restauranter og én SuperHero Pizza restaurant. SuperHero Burger har en felles daglig leder for begge restaurantene. Dette kan være både positivt og negativt. Positivt i form av at det er en person å forholde seg til og som har hovedansvaret. Negativt kan være at det blir mye ansvar for denne personen.

5.2.2 Porters Bransjeanalyse

Videre ønsker vi å analysere de ytre faktorene gjennom Porters bransjeanalyse. Gjennom denne analysen fokuserer man nærmere på faktorene leverandører, kunder, dagens konkurransebilde, potensielle nyetableringer og substitutter. Med andre ord de eksterne forholdene som bedriften står overfor.

Den første faktoren vi ønsker å fokusere på er dagens konkurransebilde. Dette handler om hvor mange aktører som befinner seg i markedet og hvordan maktfordelingen er mellom konkurrentene. Det er vanlig å skille mellom direkte konkurrenter og indirekte konkurrenter.

Alle må ha mat, så dette markedet er ganske stort. De direkte konkurrentene vil være de restaurantene som tilbyr samme produkt som SuperHero Burger. Dette er konkurrenter som kundene like gjerne går til og for SuperHero Burger vil dette være BROR og SOT. Om man vil gå ut å spise i Trondheim er det mange ulike restauranter å velge i, og SuperHero Burger vil derfor ha mange indirekte konkurrenter.

Et substitutt handler om andre bedrifter som dekker de samme behovene, men som ikke tilbyr samme produkt. For SuperHero Burger vil substitutter være andre måter å få dekket behovet sult på. Mange potensielle kunder vil heller velge å lage en burger hjemme, noe som gjør dagligvarebutikker til et substitutt. Andre eksempler på substitutter vil være cafebesøk eller

generelle spisesteder i byen. SuperHero Burger vil med andre ord ha flere nære substitutter som dekker de samme behovene hos en forbruker, noe som svekker deres makt blant kunder.

Den neste faktoren i bransjeanalysen er leverandører. Dette handler om leverandørens makt og i hvilken grad bedriftene er avhengig av leverandøren. Som nevnt er SuperHero Burger opptatt av kortreist mat og god kvalitet. Leverandørene vil dermed ha stor makt for å tilfredsstille de kravene SuperHero Burger setter på råvarene sine. På den andre siden vil SuperHero Burger også ha en del makt ettersom det finnes flere bønder som kan tilby nettopp dette i Trøndelag. De må i tillegg ha reserveløsninger dersom naturkatastrofer eller andre uforutsette hendelser skulle inntreffe hos de nåværende leverandørene.

Potensielle nyetableringer innenfor hamburgerbransjen er relativt stor. Det er allerede mange konkurrenter i markedet, men trusselen for flere er absolutt til stede. Mange restauranter som har hovedfokus på hamburger er generelt ganske lønnsomme og derfor kan det være tiltrekkende for en ny aktør å etablere seg i nettopp dette markedet. På en annen side er det knyttet relativt store etableringskostnader ved en eventuell etablering. Disse er blant annet knyttet til husleie, innkjøp av maskiner og leverandøravtaler. For en nyetablering vil det også være vanskelig å bygge opp et merkenavn i et marked hvor kunder allerede har et godt forhold til de restaurantene som eksisterer.

Kundens forhandlingsstyrke handler om kundens makt i forhold til konkurransesituasjonen og om de enkelt kan bytte ut produktet med et annet. I dagens marked er det som nevnt tidligere meget høy konkurranse. Dette betyr at det er mange restauranter som tilbyr et tilnærmet produkt og kundene vil derfor ha mye makt. Kundene er ikke avhengig av SuperHero Burger, men SuperHero Burger er avhengig av kundene. Kundenes forhandlingsstyrke vil dermed være stor og SuperHero Burger vil derfor være helt avhengig av gode kundeomtaler for å sikre seg videre drift.

-

5.2.3 SWOT-analyse

En SWOT-analyse er som beskrevet i teoridelen en intern og ekstern analyse av bedriften og markedet. Vi har allerede gjennomført en intern analyse i form av VRIO-modellen og en ekstern analyse i form av Porters bransjeanalyse. Disse analysene danner grunnlaget for SWOT-analysen. Vi har valgt å lage en tabell for å belyse de viktigste punktene.

<p>Nøkkelpunkter</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fordeler med bedriften -Evner -Konkurransfordeler -Unike egenskaper for salg -Ressurser, mennesker og eiendeler -Erfaring, kunnskap, data -Finansielle ressurser, mulighet for overskudd -Markedsføring – distribusjon, oppmerksomhet og posisjon -Innovative aspekter -Beliggenhet og geografi -Pris, verdi, kvantitet -Kvalifikasjoner og sertifiseringer -Prosesser, systemer, IT, kommunikasjon -Kultur, holdninger, oppførsel -Ledelse, videreføring, styre -Filosofi og verdier 	<p>Styrker</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kvalitet på mat • Lokalet • Ansatte • Service • Dekor/innredning • Likvide • Positiv lønnsomhetsutvikling • Lokale råvarer • Merkevere 	<p>Svakheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingen hjemmeside • Mange gjester, ofte kø • Lokale bønder • Liten meny • Kompetente ansatte • Dyrt med kvalitet • Små lokaler 	<p>Nøkkelpunkter</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bakdeler med bedriften -Manglende evner -Manglende konkurransefordeler -Rykke, tilstedeværelse og evne til å nå markedet -Finanser og økonomi -Egne kjente svakheter -Tidskjema, deadlines og krav -Kontantstrøm, manglende omløpsmidler ved oppstart -Kontinuitet, svakheter i leverandørkjeden -Svakheter i kjernevirksomheten; manglende ressurser -Måloppnåelse og tidsplaner -Utholdenhet i moral og ledelse -Manglende sertifiseringer og kvalifikasjoner -Prosesser, systemer, IT
<p>Nøkkelpunkter</p> <ul style="list-style-type: none"> -Markedsutvikling -Svakheter hos konkurrenter -Markeds- og livstiltrender -Teknologisk utvikling og innovasjon -Global påvirkning -Nye markeder -Nisjemarked -Geografi, eksport, import -Unike egenskaper for salg -Taktikk: overraskelse, store kontrakter -Forretnings- og produktutvikling -Informasjon og forskning -Partnerskap, agenter, distribusjon -Volum, produksjon, økonomi Sesong, vær, motetrender og andre trender i markedet 	<p>Muligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekspansjon • Utvidelse av meny, vegan/vegetar • Markedsføring • Samarbeid med f.eks. nærliggende arbeidsplasser • Food Trucks 	<p>Trusler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tøff konkurranse i restaurantmarkedet • «Helsetrender» og «mattrender» • Burgertrenden avtar • Ekspansjon • Norsk klima 	<p>Nøkkelpunkter</p> <ul style="list-style-type: none"> -Politiske effekter -Lover og regler -Miljømessige effekter -IT utvikling -Konkurrenter og deres intensjoner -Markedsutvikling- og krav -Ny teknologi, tjenester og idéer -Viktige kontrakter og partnere -Opprettholdelse av intern kapasitet -Takling av hindringer -Uoverstigelige hindringer -Miste nøkkelpersonell -Tilstrekkelig finansiell støtte -Økonomi, nasjonalt og internasjonalt -Sesong, væreffekter

Tabell 2: SWOT-analyse av SuperHero Burger

I en bedrift vil det alltid være styrker og svakheter. Det er viktig at bedriften identifiserer sine styrker og konkurransefortrinn. På denne måten vil bedriften ha et klarere bilde av hva som faktisk fungerer innad og har dermed en større mulighet til å fokusere på nettopp dette videre.

VRIO-modellen oppsummerer mange av styrkene til SuperHero Burger, og vi vil videre fokusere på hvilke forhold som kan ha bidratt til å forklare lønnsomhetsutviklingen i bedriften. Som nevnt vil både matens kvalitet og de ansattes kompetanse være avgjørende for å forklare bedriftens lønnsomhetsutvikling. Den sterke merkevaren deres har gjort at de blant annet ligger i toppsjiktet på TripAdvisor. Den gode kundeomtalen til SuperHero Burger vil trolig være den avgjørende faktoren til den positive lønnsomhetsutviklingen. På grunn av god vareprat trenger nødvendigvis ikke SuperHero Burger å fokusere på markedsføring, noe de heller ikke gjør. Det er imidlertid viktig å fortsette å fokusere på styrkene til bedriften, slik at de forblir styrker.

Svakheter vil ofte være en indikasjon på hvor bedriften internt kan forbedres. Selv om lønnsomhetsutviklingen til SuperHero Burger er positiv, vil det alltid finnes potensial til forbedring. Etter konseptet til SuperHero Burger er lokalene små og intime. På grunn av stor pågang vil dette føre til kø og fulle lokaler. Dette kan igjen påvirke den avslappede stemningen og kan føre til at flere kunder velger dem bort. Ved benyttelse av lokale bønder låser samtidig SuperHero Burger seg til kun ett sted og er helt avhengig av at disse bøndene leverer etter kontrakten. SuperHero Burger har ingen hjemmeside og det kan generelt være vanskelig å finne informasjon om bedriften og deres meny. Ettersom SuperHero Burger markedsfører i svært liten grad, vil trolig noen kunder aldri få kjennskap til dem. Det er viktig å være klar over disse svakhetene og hele tiden vurdere om dette er noe man vil fokusere på. Ved å fokusere på svakhetene kan dette i fremtiden bli styrker.

For den eksterne analysen har vi først og fremst benyttet oss av Porters bransjeanalyse som ble foretatt tidligere. De eksterne forholdene vil gi oss en indikasjon på fremtidig lønnsomhetsutvikling. Hvorvidt denne utviklingen vil være positiv avhenger av hvordan bedriften benytter seg av muligheter og håndterer de truslene de står overfor.

For en bedrift vil det alltid være noen forhold man ikke kan påvirke selv, og dette vil i hovedsak være truslene til bedriften. Klima er et typisk eksempel på forhold man ikke kan kontrollere. Dette kan ha katastrofale følger da SuperHero Burger er helt avhengig av leverandører og gode råvarer. I tillegg til dette vil typiske helse- og mattrender også kunne være med å påvirke etterspørselen etter hamburgere. I dagens samfunn er det stort fokus på å ta vare på kroppen sin og spise sunnere mat. Med bakgrunn i dette er det mange som er opptatt av miljøet og ønsker derfor å kutte inntaket av kjøtt. Dette er et aspekt SuperHero Burger i liten grad tar høyde for, noe som kan føre til at den positive lønnsomhetsutviklingen avtar. Det finnes imidlertid tiltak som kan gjøres her med grove hamburgerbrød, salat som tilbehør eller gode vegetaralternativer. Det er viktig at SuperHero Burger er klar over disse truslene slik at de kan ta grep for å minimere effekten av dem.

For SuperHero Burger vil muligheter være forhold i omgivelsene som de kan bruke til sin fordel. Selv om SuperHero Burger allerede er godt etablert i Trondheim, finnes det flere muligheter både internt i byen og i resten av landet. Under intervjuet med Lars Berggård kom det frem at ekspansjon lå i tankene til SuperHero Burger. Hovedsakelig gjelder dette de store studentbyene, som Oslo og Bergen. Internt i byen vil det både være mulighet for flere restauranter, men også nytenkning som for eksempel FoodTrucks på festivaler. En annen utviklingsmulighet for SuperHero Burger vil ligge i utviklingen av vegan/ vegetar alternativer. Per dags dato har de kun et slikt alternativ på menyen sin, men dersom de ønsker å være konkurransedyktige fremover er dette absolutt noe de burde prioritere.

Kapittel 6: DISKUSJON OG KONKLUSJON

I dette kapittelet skal vi se om våre analyser har gitt svar på problemstillingen. Vi ønsker å undersøke nærmere om det er sammenheng mellom lønnsomheten og de strategiske tiltakene som har blitt gjort. Vi vil avrunde med en konklusjon som svarer på problemstillingen vår.

Vår problemstilling ble formulert som:

Hvordan var lønnsomheten til SuperHero Burger og hva kan ha påvirket den i perioden 2016-2018?

Gjennom analysene vi har gjennomført kan vi se en god økonomisk utvikling hos SuperHero Burger fra 2016 til 2018. De fleste nøkkeltallene har hatt en positiv utvikling fra oppstart og frem til i dag. Den positive utviklingen i nøkkeltallene skyldes at driftsinntektene har økt samt som andre faktorer har holdt seg jevnt stabile. Nedgangen i noen nøkkeltall vil ikke skyldes lavere omsetning, men høyere egenkapitalandel.

Det kan imidlertid diskuteres hvilke nøkkeltall som er det beste målet på lønnsomhet. Dette avhenger av hva formålet med undersøkelsen er. I vårt tilfelle har vi fokusert på ROI da dette er et forholdstall og lønnsomhetsmål på den totale kapitalen. Dette nøkkeltallet tar høyde for den store egenkapitaløkningen i 2017. Totalkapitalrentabiliteten gjør det enkelt å sammenligne både internt og eksternt. Dette belyste vi gjennom sammenligningen med konkurrenten BROR. I praksis er det imidlertid vanlig å fokusere på flere prestasjonsmål for å få et helhetlig bilde av bedriften. Derfor er det også vanlig å se på ikke-finansielle mål. Her er den strategiske analysen svært relevant fordi den er med på å underbygge og forsterke resultatene fra nøkkeltallene.

Strategiske tiltak kan også være grunnen til den gode økonomiske utviklingen som SuperHero Burger har hatt. Gjennom VRIO-analysen så vi nærmere på de interne konkurransefortrinnene hos SuperHero Burger. Fokuset på spesialisert arbeidskraft og råvarer med kvalitet kan være avgjørende faktorer som er med på at kundene faktisk kommer tilbake. God kundeomtale og jevn kundestrøm er noe som er essensielt da det finnes en rekke konkurrenter og substitutter innenfor bransjen. Det hadde tross alt ikke vært noen restaurant uten kunder.

SuperHero Burger har åpnet tre restauranter på 4 år. Dette gjenspeiler en god merkevare med en lojal kundegruppe. Samtidig ser vi at driftsinntektene stadig vokser, noe som viser til at bedriften stadig er i utvikling. Dette er helt avgjørende for at SuperHero Burger skal kunne realisere drømmen om etablering i andre byer.

Man kan konkludere med at det finnes et stort marked for hamburgere. Likevel er det ikke en enkel bransje å befinne seg i. Hver dag er en konkurranse om kundene, den beste maten og et attraktivt utvalg. Ut fra både den strategiske- og lønnsomhetsanalysen kan det virke som at SuperHero Burger håndterer konkurransen bra. Dette kom også frem i sammenligningen med konkurrerende bedrift, BROR.

Gjennom hele oppgaven har vi sett at det finnes mange årsaker til den positive lønnsomhetsutviklingen. De strategiske tiltakene som både matens kvalitet og de ansattes kompetanse har vært avgjørende for den gode utviklingen til SuperHero Burger. Ved fortsettelse av en slik utvikling ser fremtiden for SuperHero Burger svært lys ut.

REFERANSELISTE

Litteratur

Kristoffersen, Trond (2016): Årsregnskaper - en grunnleggende innføring 5. utgave. Bergen , Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Jacobsen, Dag Ingvar (2015): Hvordan gjennomføre undersøkelser? 3. utgave. Oslo, Cappelen Damm AS

Erichsen, Morten, Solberg, Frode, Stiklestad, Trond (2015): Ledelse i små og mellomstore virksomheter. Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Law, J. (2016). SWOT. A Dictionary of Business and Management, A Dictionary of Business and Management.

Nettsider

Proff.no - Cafe Orange (SuperHero Nova), 2019

<https://www.proff.no/selskap/cafe-orange/trondheim/serveringssteder/IG9PTWO0DRM/>

Dato: 18.01.20

Proff.no - BROR

<https://www.proff.no/selskap/brorbar-as/trondheim/serveringssteder/IGACFT50DRM/>

Dato: 15.02.20

Tripadvisor.no

https://no.tripadvisor.com/Restaurants-g2417002-Trondheim_Municipality_Sor_Trondelag_Central_Norway.html

Dato: 20.02.20

Underdusken.no

<https://dusken.no/artikkel/24856/a-real-bacon-cheese-and-a-real-hero/>

Dato: 01.03.20

VEDLEGG

Resultatregnskap

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2018	2017	2016
Valutakode	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	23 565	21 736	18 540
Annen driftsinntekt	40	0	0
Sum driftsinntekter	23 605	21 736	18 540
Varekostnad	7 864	7 180	5 933
Beholdningsendringer	-	0	0
Lønnskostnader	10 056	9 001	7 492
Herav kun lønn	8 825	7 784	6 486
Ordinære avskrivninger	149	228	192
Nedskrivning	-	-	-
Andre driftskostnader	3 514	3 184	2 232
Driftsresultat	2 022	2 142	2 690
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	-	0	0
Inntekt på investering i datterselskap	-	0	0
Sum annen renteinntekt	3	2	1
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	-	0	0
Sum annen finansinntekt	-	0	0
Sum finansinntekter	3	2	1
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-
Sum annen rentekostnad	8	4	4
Andre finanskostnader	0	0	-
Sum annen finanskostnad	0	0	0
Sum finanskostnader	8	4	4
Resultat før skatt	2 017	2 140	2 687
Sum skatt	422	584	673
Ordinært resultat	1 595	1 556	2 014
Ekstraordinære inntekter	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-
Skatt ekstraordinært	-	0	0
Årsresultat	1 595	1 556	2 014
Utbytte	-	-	-
Konsernbidrag	-	1 520	2 014

Balanseregnskap:

BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2018	2017	2016
Valutakode	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-
Sum immaterielle midler	41	0	0
Sum anleggsmidler	567	2 415	3 653
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	-	-	-
Maskiner/anlegg/biler	-	-	-
Driftsløsøre/ inventar/ verkøy/ Biler	519	495	641
Sum varige driftsmidler	519	495	641
Aksjer/Investeringer i datterselskap	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	-	0	0
Investeringer i aksjer og andeler	-	-	-
Andre fordringer	8	-	-
Sum finansielle anleggsmidler	8	1 920	3 012
Sum varelager	427	107	144
Kundefordringer	648	382	18
Konsernfordringer	1 028	-	-
Sum fordringer	1 678	534	159
Sum investeringer	-	0	0
Kasse/Bank/Post	3 551	1 895	1 343
Sum Kasse/Bank/Post	3 551	1 895	1 343
Sum omløpsmidler	5 656	2 536	1 646
Sum eiendeler	6 223	4 951	5 299
Aksje/Selskapskapital	200	200	200
Annen innskutt egenkapital	-	0	0
Sum innskutt egenkapital	300	300	300
Sum opptjent egenkapital	1 631	36	0
Annen egenkapital	1 631	36	-
Sum egenkapital	1 931	336	300
Sum avsetninger til forpliktelser	-	0	0
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-
Langsiktig konserngjeld	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	-	0	0
Annen langsiktig gjeld	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	0	0	0
Gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-
Leverandørgjeld	907	663	440
Skyldig offentlige avgifter	1 412	1 036	922
Utbytte	-	-	-
Kortsiktig konserngjeld	0	-	-
Annen kortsiktig gjeld	1 510	2 811	3 637
Sum kortsiktig gjeld	4 292	4 615	4 999
Sum gjeld	4 292	4 615	4 999
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	6 223	4 951	5 299
Garantistillelser	-	-	-
Pantstillelser	-	-	-

