

Ingela Elina Östman
Inger-Lovise Pleym Fjellgaard
Ingunn Margrethe Holden Helland

Lønnsomhetsanalyse av Nord-Auto AS

Profitability analysis of Nord-Auto AS

Bacheloroppgave i Økonomi og Administrasjon

Veileder: Tor-Eirik Olsen

April 2020

Ingela Elina Östman
Inger-Lovise Pleym Fjellgaard
Ingunn Margrethe Holden Helland

Lønnsomhetsanalyse av Nord-Auto AS

Profitability analysis of Nord-Auto AS

Bacheloroppgave 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

Denne oppgaven er en obligatorisk del av bacheloren vår i økonomi og administrasjon, og er skrevet av tre studenter på Handelshøyskolen tilknyttet Norges tekniske naturvitenskapelige universitet. Oppgaven er skrevet innenfor retningen økonomisk styring.

Vi er svært takknemlige for viljen og gjestfriheten til å svare på de spørsmål vi har stilt til Nord-Auto AS. Vi ønsker spesielt å takke vårt intervjuobjekt, daglig leder Øyvind Bjørgan, som har stilt opp og gitt verdifulle bidrag til vår oppgave.

En spesiell takk går til vår veileder førsteamanuensis Tor-Eirik Olsen ved NTNU Handelshøyskolen for inspirerende og gode tilbakemeldinger gjennom hele prosessen.

Sammendrag

Vi har undersøkt utviklingen i lønnsomheten til Nord-Auto AS i tidsrommet 2014-2018. Vårt fokus har vært på nøkkeltallsanalyse, og tallene som er brukt i utregningene er hentet fra proff.no. Vi har fokusert på nøkkeltall for lønnsomhet men har også inkludert nøkkeltall for finansiering, soliditet og likviditet. Dette for å skape et helhetlig bilde av virkeligheten.

Vi har også gjennomført en strategisk analyse for å se tallene fra regnskapsdelen i lys av markedssituasjonen. I analysen har vi anvendt analyseverktøy som PESTEL og Porters Five Forces hvor vi har undersøkt eksterne faktorer - og konkurransen i markedet. På denne måten kunne vi se hvordan lønnsomheten har utviklet seg, men også si noe om mulige årsaker til hvorfor utviklingen har blitt slik den er.

Avslutningsvis kom vi frem til at lønnsomheten til Nord-Auto AS har hatt en positiv utvikling. Vi har brukt benchmarking som et analyseverktøy og sammenlignet return on investment (ROI) til Nord-Auto AS med Steinkjer Bil AS og Nordvik AS. Vi har dekomponert ROI ved bruk av DuPont-metoden og ser at Nord-Auto AS har gode resultat, men bilbransjen preges av små marginer. Vi har også sett at Nord-Auto sin posisjon i markedet er stabil, og at de har mye god omtale i lokalsamfunnet.

Abstract

We have analyzed the trend in the profitability of Nord-Auto AS during the period 2014-2018. Our focus has been on key figures analysis, and the figures used in the calculations are collected from proff.no. We have focused on key figures for profitability but have also included key figures for financing, solvency and liquidity. This is to create a comprehensive picture of reality.

We have also conducted a strategic analysis to see the figures from the accounting section in light of the market situation. In the analysis we have used tools such as PESTEL and Porter's Five Forces where we examined the market and the structure of competition. In this way, we could see how the profitability has developed and it also proved possible reasons why the development has become the way it is.

In conclusion, we found that the profitability of Nord-Auto AS has had a positive development. We have used benchmarking as an analysis tool and compared return on investment to Nord-Auto AS with Steinkjer Bil AS and Nordvik AS. We have decomposed the return on investment using the DuPont-method and it shows that Nord-Auto AS has good results, but the car industry is characterized by small margins. We have also seen that Nord-Auto's position in the market is stable, and that they have a lot of good publicity in the local community.

Innholdsfortegnelse

Forord	1
Sammendrag	2
Abstract	3
Liste over formler	5
Figurliste	6
Tabelloversikt	6
Kapittel 1: Innledning	1
Kapittel 2: Teori	2
2.1 Regnskapsanalyse	2
2.1.1 Horisontale analyser	2
2.1.2 Vertikale analyser.....	3
2.1.3 Nøkkeltallsanalyser	3
2.1.3.1 Lønnsomhet	4
2.1.3.2 Likviditet	6
2.1.3.3 Finansiering	7
2.1.3.4 Soliditet.....	8
2.2 Analyse av markeds situasjonen	9
2.2.1 PESTEL-analyse.....	9
2.2.2 Analyse av konkurrenter - Porters five forces	10
Kapittel 3: Metode	12
3.1 Problemstilling og tema.....	12
3.1.1 Analyse av problemstilling	12
3.2 Undersøkellesdesign og valg av metode.....	14
3.3 Valg og konsekvenser.....	15
3.4 Reliabilitet og Validitet.....	17
Kapittel 4: Analyse	18
4.1 Analyse av nøkkeltall	18
4.1. Finansiering	18
4.1.1 Finansieringsgrad 1.....	19
4.1.2 Likviditet	20
4.1.2.1 Likviditetsgrad 1	20
4.1.2.2 Likviditetsgrad 2	21
4.1.3 Soliditet.....	22
4.1.3.1 Egenkapitalandel.....	22
4.1.3.2 Gjeldsgrad	23
4.1.4 Lønnsomhet.....	24
4.1.4.1 Totalkapitalrentabilitet (ROI- Return on Investment)	24
4.1.4.2 Resultatgrad.....	25
4.1.4.3 Totalkapitalens omløpshastighet	26
4.2: Benchmarking	27
4.2.1 Totalkapitalrentabilitet (ROI).....	27
4.2.2 Resultatgrad.....	29

4.2.3 Totalkapitalens omløpshastighet.....	30
4.6 Analyse av markedssituasjonen	31
4.6.1 Eksterne faktorer	31
4.6.1.1 Beskrivelse av den norske bilbransjen.....	31
4.6.2 PESTEL-analyse.....	32
4.6.2.1 Politiske faktorer.....	32
4.6.2.2 Økonomiske faktorer.....	33
4.6.2.3 Sosiokulturelle faktorer	33
4.6.2.4 Teknologiske faktorer	34
4.6.2.5 Miljømessige faktorer	34
4.6.2.6 Lovmessige faktorer	35
4.6.3 Oppsummering av PESTEL-analysen.....	35
4.7 Porters fem konkurransekrefter.....	36
4.7.1 Trusler fra nære substitutter.....	36
4.7.2 Leverandørens forhandlingsstyrke	36
4.7.3 Kundenes forhandlingsstyrke.....	37
4.7.4 Konkurransen i bransjen	38
4.7.5 Potensielle nye konkurrenter	39
4.7.5.1 Stordriftsfordeler	39
4.7.5.2 Produktdifferensiering.....	39
4.7.5.3 Kapitalbehov.....	40
4.7.5.4 Byttekostnader.....	40
4.7.5.5 Kostnadsulemper	40
4.7.5.6 Myndighetspolitikk.....	41
4.7.6 Oppsummering av Porters fem konkurransekrefter.....	41
Kapittel 5: Konklusjon.....	42
Kilder	45
Bøker	45
Nettsider.....	45

Liste over formler

FORMEL 1: TOTALKAPITALRENTABILITET (ROI)	4
FORMEL 2: TOTALKAPITALRENTABILITET (ROI)	5
FORMEL 3: RESULTATGRAD.....	5
FORMEL 4: TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET	6
FORMEL 5: LIKVIDITETSGRAD 1	6
FORMEL 6: LIKVIDITETSGRAD 2	7
FORMEL 7: FINANSIERINGSGRAD 1.....	7
FORMEL 8: EGENKAPITALANDEL.....	8
FORMEL 9: GJELDSGRAD	8

Figurliste

FIGUR 1: PESTEL-RAMMEVERKET	9
FIGUR 2: PORTERS FEMKRAFTSMODELL.....	10
FIGUR 3: GRAFISK FREMSTILLING AV FINANSIERINGSGRAD 1	19
FIGUR 4: GRAFISK FREMSTILLING AV LIKVIDITETSGRAD 1.....	20
FIGUR 5: GRAFISK FREMSTILLING AV LIKVIDITETSGRAD 2.....	21
FIGUR 6: GRAFISK FREMSTILLING AV EGENKAPITALANDEL	22
FIGUR 7: GRAFISK FREMSTILLING AV GJELDSGRAD.....	23
FIGUR 8: GRAFISK FREMSTILLING AV TOTALKAPITALRENTABILITET (ROI).....	24
FIGUR 9: GRAFISK FREMSTILLING AV RESULTATGRAD	25
FIGUR 10: GRAFISK FREMSTILLING AV TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET	26
FIGUR 11: GRAFISK FREMSTILLING AV TOTALKAPITALRENTABILITET (ROI) HOS KONKURRENTENE .	28
FIGUR 12: GRAFISK FREMSTILLING AV RESULTATGRAD HOS KONKURRENTENE.....	29
FIGUR 13: GRAFISK FREMSTILLING AV TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET HOS KONKURRENTENE.....	30

Tabelloversikt

TABELL 1: NØKKELTALL 2014-2018.....	18
TABELL 2: FINANSIERINGSGRAD 1 INKLUDERT REGNSKAPSTALL	19
TABELL 3: LIKVIDITETSGRAD 1 INKLUDERT REGNSKAPSTALL.....	20
TABELL 4: LIKVIDITETSGRAD 2 INKLUDERT REGNSKAPSTALL.....	21
TABELL 5: EGENKAPITALANDEL INKLUDERT REGNSKAPSTALL	22
TABELL 6: GJELDSGRAD INKLUDERT REGNSKAPSTALL.....	23
TABELL 7: TOTALKAPITALRENTABILITET (ROI) INKLUDERT REGNSKAPSTALL.....	24
TABELL 8: RESULTATGRAD INKLUDERT REGNSKAPSTALL	25
TABELL 9: TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET INKLUDERT REGNSKAPSTALL.....	26
TABELL 10: BENCHMARKING AV TOTALKAPITALRENTABILITET (ROI).....	27
TABELL 11: BENCHMARKING AV RESULTATGRAD	29
TABELL 12: BENCHMARKING AV TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET	30

Kapittel 1: Innledning

De seneste årene har det skjedd mye i bilindustrien og en teknologisk revolusjon kommer til å forandre hele bransjen. Som med andre bransjer er bilbransjen også påvirket av digitaliseringen som endrer på mye. Avstanden mellom produsent og kunde blir mindre, bilbransjen vil være mindre produktbasert og mer tjenestebasert og kundene er lengre fram i kjøpsprosessen når de tar kontakt med forhandler. Om vi ser for oss en kjøpsprosess i ti steg, tok kundene kontakt i steg en eller to for ti år siden. I dag er det ca. 80% av kundene som tar kontakt i steg syv, åtte eller ni. All nødvendig informasjon finnes på nett og de kommer innom for å få en siste *feeling*, mener Øystein Herland (Oslo business forum, udatert).

Nord Auto AS, heretter omtalt Nord-Auto, er en bilforhandler i Steinkjer som startet opp i August 2014 og drives av Øyvind Bjørgan og Andrees Van Der Linden. Nord-Auto har bilutleie, selger nye biler, samt varebiler og de har også til enhver tid bruktbiler i alle kategorier til salgs. De er en merkeforhandler av Opel, Suzuki og Isuzu.

Etter ett års med drift ekspanderte Nord-Auto virksomheten til Verdal og de har planer om å ekspandere til en kommende bilbutikk i Namsos i 2020. For å kunne ekspandere en virksomhet forutsetter det at driften er lønnsom og at det finnes et potensielt marked for det. I denne oppgaven vil vi derfor se nærmere på lønnsomhetsutviklingen til Nord-Auto. Vi kommer ikke til å se på lønnsomheten for alle Nord-Auto bilbutikker, men fokuserer på flaggskipet Nord-Auto avdeling Steinkjer. Vi har tenkt å analysere lønnsomheten til Nord-Auto fra oppstart i 2014, men regnskapstallene fra 2019 er ikke tilgjengelig og derfor er analysen fram til 2018. Vår problemstilling blir derfor følgende:

“Hvordan har lønnsomheten til Nord-Auto AS avd Steinkjer utviklet seg i perioden 2014 til og med 2018?”

Vi supplerer også med en underproblemstilling for å inkludere en strategisk analyse, med den hensikt å sette lønnsomhetsutviklingen i kontekst:

“Hva kan mulige årsaker til utviklingen i lønnsomheten være?”

Kapittel 2: Teori

2.1 Regnskapsanalyse

Regnskapsanalysen har som formål å gi et helhetlig bilde av den økonomiske situasjonen i bedriften. Årsregnskapene som vi tar utgangspunkt i består etter regnskapsloven §3-2 første ledd av resultatregnskap, balanse, kontantstrømoppstilling, samt noteopplysninger. Nord-Auto er et aksjeselskap og omfattes derfor av regnskapsloven §3-2, jf. Regnskapsloven §1-2, første ledd (Lovdata, 2013). Hensikten med regnskapet er å gi et grunnlag for å foreta en økonomisk vurdering av bedriften. I en regnskapsanalyse er det vanlig å legge hovedvekt på fire forhold (Kristoffersen, 2019):

1. Lønnsomhet
2. Likviditet
3. Finansiering
4. Soliditet

Regnskapsanalysen er viktig for alle interessenter. Det er for eksempel flere faktorer som er viktige for banken ved vurdering av sikkerheten for lån. Aksjeeiere er interesserte i mulighetene for fremtidig verdistigning på sin aksjeinvestering og bedriftens mulighet for å betale aksjeutbytte. De er derfor hovedsakelig interessert i opplysninger om lønnsomhet og soliditet. Ledelsen har også god nytte av regnskapsanalysen, da de har ansvar for den daglige driften. De skal utarbeide planer for virksomheten og passe på at planene blir gjennomført. De er derfor interesserte i opplysninger rundt alle fire forholdene som nevnt over. Vi vil ta i bruk følgende metoder for å analysere regnskapsdata og besvare problemstillingen; horisontale analyser, vertikale analyser og nøkkeltallsanalyser.

2.1.1 Horisontale analyser

Horisontale analyser eller trendanalyser brukes for å analysere finansiell informasjon over en lengre periode. Formålet med disse teknikkene er å analysere mulig endring som har funnet sted gjennom perioder eller år, og forklares i beløp og prosent. Vi benytter sammenligning av

forskjellige regnskapsposter fra resultatregnskapet, som for eksempel inntekt fra år 2014 til og med 2018.

En horisontal analyse av resultatregnskapet kan vise om diverse kostnader har endret seg mer eller mindre sammenlignet med salgsinntektene i periodene, og vi kan finne hovedårsakene, i form av regnskapsposter, til endringene i kostnadene og inntektene. Vi vil også se på balansen ved en horisontal analyse, hvor vi kan finne endringer i sammensetningen. Vi kan også få et bilde av hvordan endringene er finansiert, noe som har betydning for finansiering og soliditeten i analysen (Kristoffersen, 2019).

2.1.2 Vertikale analyser

Vertikale analyser; her regnes hver regnskapspost i prosent i forhold til en basisstørrelse hvert enkelt år. De ulike kostnadspostene kan for eksempel oppgis i prosent av salgsinntektene, og omløpsmidler og anleggsmidler kan oppgis i prosent av eiendelene. Formålet med vertikale analyser er å si noe om sammensetningen av postene i resultatregnskapet og i balansen (Kristoffersen, 2019). Den kan vise størrelsene på kostnadskomponentene målt i forhold til driftsinntektene, og sier oss noe om kostnadsstrukturen i bedriften. Den vertikale og horisontale analysen skal komplementere hverandre og gi oss et mer helhetlig bilde over den økonomiske utviklingen og situasjonen i Nord-Auto.

2.1.3 Nøkkeltallsanalyser

Nøkkeltallsanalyser beregner forholdet mellom ulike poster i regnskapet. Resultatet kan for eksempel beregnes i prosent av salgsinntektene eller i prosent av totalkapitalen i bedriften. Egenkapitalen kan uttrykkes i prosent av totalkapitalen. I analysen forholder vi oss til forholdstall, sammenligning, og benchmarking for å se hvordan bedriften gjør det i forhold til konkurrenter. Nøkkeltallene sett sammen med de andre forholdene gir oss et bilde av deres

faktiske prestasjoner og drift, kontra idealet. For å se utviklingen i selskapet over tid vil vi se på hvordan ulike nøkkeltall endres. Nøkkeltallene oppgis ofte i prosent, som gjør det mulig å si noe om det relative nivået på resultatet eller avkastningen. Vi vil i de følgende avsnittene se nærmere på nøkkeltall for de fire områdene i regnskapsanalysen; lønnsomhet, likviditet, soliditet og finansiering.

2.1.3.1 Lønnsomhet

I den første delen av analysen ser vi nærmere på nøkkeltall for lønnsomhet. Den sier oss noe om selskapets evne til å skape overskudd. Idealet er så klart at inntektene må være større enn kostnadene. Lønnsomheten er viktig for at eiere og investorer skal være interessert i å skyte inn egenkapital i bedriften, og uten tilstrekkelig lønnsomhet er ikke bedriften levedyktig eller bærekraftig på lang sikt. Vi tar utgangspunkt i selskapets årsresultat som jo er informativt i seg selv, men vi sammenligner og setter det i kontekst for å gi det videre mening.

For å forstå resultatet, og kunne si noe om det er bra eller dårlig, er det vanlig å sette et resultatmål. Vi skal se på total kapitalrentabiliteten (på engelsk: Return on investment (ROI)), som viser hvor effektiv bedriften har vært i forvaltningen av sine ressurser, og måler avkastningen av investert kapital i bedriften. Størrelsen på total kapitalrentabiliteten er avhengig av følgende to forhold (Kristoffersen, 2019):

1. Resultatgraden
2. Kapitalens omløpshastighet

Sammenhengen kan uttrykkes slik:

$$ROI = \text{Resultatgrad} \times \text{Kapitalens omløpshastighet}$$

Formel 1: Total kapitalrentabilitet (ROI)

$$\text{Totalkapitalrentabilitet (ROI)} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter}) \times 100 \%}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

Formel 2: Totalkapitalrentabilitet (ROI)

Totalkapitalrentabiliteten beregnes av driftsresultat før rentekostnader. Resultatstørrelsen kan beregnes på to måter; driftsresultat + finansinntekter, eller som ordinært resultat før skatt + finanskostnader. Totalkapitalen er summen av eiendelene, og ved beregning bruker vi gjennomsnittlig kapital som er bundet i bedriften i perioden. Dette gjøres fordi resultatet er opptjent gjennom hele perioden, hvor balansetallene som regel bare er tilgjengelig ved begynnelsen og slutten av året.

Resultatgraden uttrykkes i prosent og defineres slik (Kristoffersen, 2019)

$$\text{Resultatgrad} = \frac{\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter} \times 100 \%}{\text{Driftsinntekter}}$$

Formel 3: Resultatgrad

Resultatgraden viser forholdet mellom nettoresultatet og driftsinntektene i perioden. Den viser hvor mye som er tjent på hver krone som er omsatt i perioden. Resultatstørrelsen omfatter driftsresultat + finansinntekt. Driftsinntektene er de totale inntektene som er knyttet til bedriftens ordinære aktivitet. De omfatter salgsinntekter og andre driftsinntekter.

Finansinntektene er avkastning på finansielle eiendeler, som for eksempel renteinntekter og gevinst ved salg av aksjer. Resultatgraden måler altså lønnsomheten i bedriften i forhold til salget, og den kan bedres ved:

- økning av inntektene.
- reduksjon av kostnadene.
- en kombinasjon av de to faktorene nevnt over.

Totalkapitalens omløpshastighet forteller hvor effektivt bedriften utnytter kapitalen som er bundet i bedriften til å generere inntekter. Nøkkeltallet defineres slik (Kristoffersen, 2019):

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

Formel 4: Totalkapitalens omløpshastighet

Om verdien er høy viser dette at kapitalen i bedriften utnyttes effektivt. Inntektene forteller noe om aktiviteten i bedriften. Totalkapitalens omløpshastighet kan forbedres ved å øke inntektene eller redusere kapitalen som er bundet i bedriften. Om omløpshastigheten er høy eller lav er svært relativt i forhold til bransjen selskapet opererer i. En dagligvarebutikk kan ventes å ha relativt høy omløpshastighet på grunn av lav kapitalbinding i anleggsmidler. Bedrifter innen industri vil naturligvis ha lavere omløpshastighet på grunn av høy kapitalbinding i anleggsmidler.

2.1.3.2 Likviditet

En analyse av likviditeten tar for seg en bedrifts betalingssevne til å betale sine forpliktelser ved forfall. Vi kommer ikke til å foreta en likviditetsanalyse for å belyse problemstillingen vår, men heller analysere ulike nøkkeltall innenfor likviditet. Beregning av likviditetsgrader tar utgangspunkt i balansen på ett bestemt tidspunkt. Nøkkeltallene vi har valgt å fokusere på er følgende:

- *Likviditetsgrad 1*
- *Likviditetsgrad 2*

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

Formel 5: Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 viser i hvor stor grad omløpsmidlene er finansiert med kortsiktig gjeld. Nøkkeltallet bør være større enn 2, og minimum over 1. Dette er fordi LG1 større enn 1 betyr at omløpsmidlene også er langsiktig finansiert, noe som foretrekkes.

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

Formel 6: Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 omfatter de mest likvide omløpsmidlene som er omløpsmidler minus varelager. Likviditetsgrad 2 bør være større enn 1. I praksis er det sjelden likviditetskravet er like høyt som normtallet. Ved en analyse av likviditeten er det viktig å se på andre forhold som ikke kommer fram i balansetallene. Det kan for eksempel være kredittider på kortsiktig gjeld og på omløpsmidler, investeringsplaner, ubenyttet kassekreditt og nedbetalingsterminer for langsiktig gjeld.

2.1.3.3 Finansiering

Finansiering handler om anskaffelse og anvendelse av kapital. En analyse av finansieringen tar utgangspunkt i hvordan bedriftens eiendeler er sammensatt. Eiendeler kan være finansiert både med kortsiktig kapital og langsiktig kapital.

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

Formel 7: Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 forteller i hvor stor grad anleggsmidlene er finansiert av langsiktig kapital, som med andre ord er egenkapital og langsiktig gjeld. Finansieringsgrad 1 bør være mindre enn forholdstallet 1 fordi det er ønskelig at langsiktig kapital skal finansiere anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene i bedriften. Om forholdstallet er større enn 1 betyr det at anleggsmidlene er kortsiktig finansiert og det er ikke bra for bedriften.

Likviditetsgrad 1 anvendes ved analyser av likviditeten men den er også et sentralt forholdstall når finansieringen skal analyseres.

2.1.3.4 Soliditet

Soliditet sier noe om bedriftens evne til å tåle tap. Soliditet er knyttet til størrelsen på egenkapitalen satt opp mot totalkapitalen i bedriften. Soliditets-analyser gjennomføres på bestemte tidspunkt og for å besvare oppgaven kommer vi til å ta i utgangspunkt i 31.12. av ulike år. Når soliditeten analyseres anvendes følgende nøkkeltall:

- *Egenkapitalandel*
- *Gjeldsgrad*
- *Rentedekningsgrad*

Egenkapitalandelen viser hvor stor prosent av eiendelene som er finansiert med egne midler. Jo større forholdstallet er desto bedre er det for bedriften, fra et soliditets perspektiv.

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

Formel 8: Egenkapitalandel

Gjeldsgraden viser forholdstallet mellom kapital som er finansiert av eierne og kapital som er finansiert av utenforstående. Den kan uttrykkes i prosent eller i forholdstall. Jo lavere forholdstallet er, desto mer solid er bedriften. En gjeldsgrad på 1 betyr at sum gjeld og egenkapital er like stor, det vil si at egenkapitalen er 50% og at egenkapitalen minsker med økende gjeldsgrad.

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

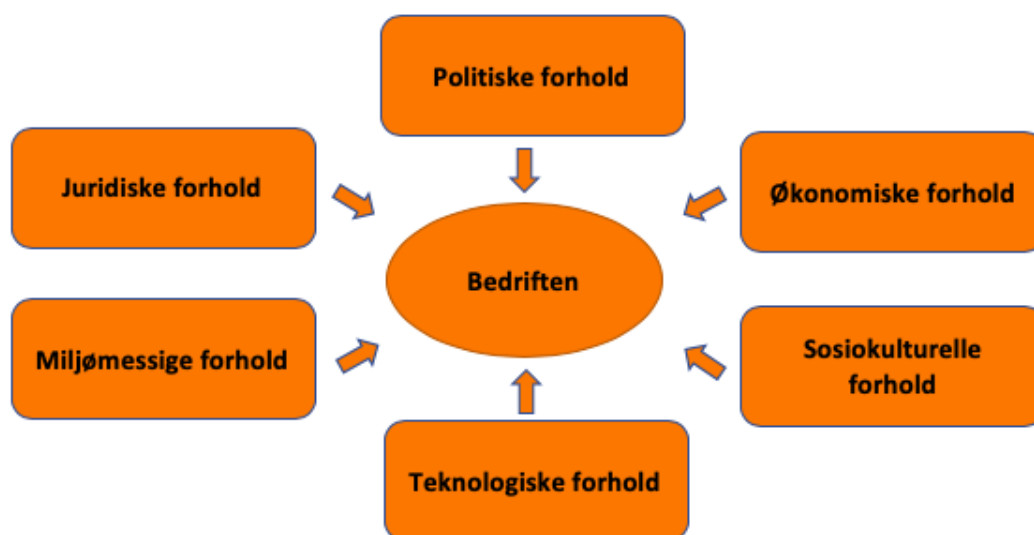
Formel 9: Gjeldsgrad

2.2 Analyse av markedssituasjonen

For å kunne forklare utviklingen av lønnsomheten til Nord-Auto vil vi se på ulike metoder som gir oss et bedre innblikk i markedssituasjonen bedriften opererer i. Metodene som vi fokuserer på er;

- PESTEL-analyse
- Porters five forces.

2.2.1 PESTEL-analyse



Figur 1: PESTEL-rammeverket

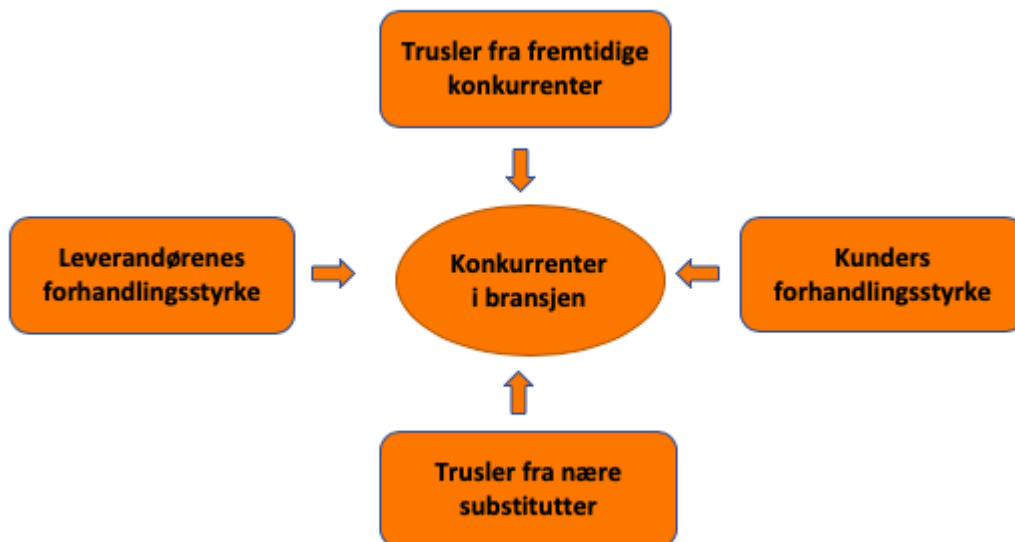
En PESTEL-analyse er en strategisk analysemodell som identifiserer makrofaktorer som påvirker et selskap. Modellen sitt grunnlag kommer fra de engelske ordene political, economical, social, technical, environmental og legal. Heretter vil begrepene omtales på norsk.

De *politiske faktorene* handler om hvordan regjeringen kan påvirke økonomien i en industri gjennom skattepolitikk og finanspolitikk. En regjering kan for eksempel innføre nye skatter på inntektene dersom det er stor vekst i en industri. De *økonomiske faktorene* inkluderer blant

annet inflasjon, renter og kjøpekraft. En økning i inflasjonen i økonomien vil påvirke hvordan bedriften prissetter deres produkter/service. Det påvirker også kundenes kjøpekraft og kan endre etterspørselen og tilbudet i markedet. De *sosiale faktorene* gransker markedets sosiale miljø som utdanningsnivå, inntektsfordeling, demografi og befolkningsanalyse. *Teknologiske faktorer* er typisk innovasjoner innen teknologi som kan påvirke en industri positivt eller negativt. *Miljøfaktorer* omfatter klimaet, vær, globale klimaforandringer osv. Disse faktorene inkluderer alle de som påvirker miljøet i omgivelsene og er avgjørende for visse bransjer som turisme og jordbruk. Til slutt kommer de *Juridiske faktorer* som omfatter lovbestemmelser som vil påvirke selskapets omgivelser (Roos, Krogh, Roos & Boldt-Christmas, 2014).

PESTEL-analysen vil fungere som en sjekklister over hvilke faktorer som man bør fokusere mere på. Legg merke til at analysen er en liste over aktuelle faktorer som kan eller har påvirket omgivelser historisk sett. Det er derfor lurt å kombinere PESTEL-analysen med flere analysemetoder (Roos et al., 2004).

2.2.2 Analyse av konkurrenter - Porters five forces



Figur 2: Porters femkraftsmodell

Porters five forces, også kjent som Porters femkraftsmodell, er et verktøy som brukes for å analysere situasjonen i en bransje. Modellen ble publisert av Porter (1980) og brukes bredt til å analysere markedsstrukturen og strategier. De fem kreftene er:

1. Konkurransen i bransjen
2. Potensielle nye konkurrenter
3. Leverandørens forhandlingsstyrke
4. Kundernes forhandlingsstyrke
5. Trusler fra nære substitutter

Konkurransen i bransjen omhandler hvor mange konkurrenter det er og hvilken makt de har i forhold til pris på produkter og tjenester. *Potensielle nye konkurrenter* måler også hvorvidt et selskap blir påvirket dersom det kommer nye aktører inn i samme marked. Jo mindre tid og penger det tar for en potensiell nykommer å komme inn i markedet og være konkurransedyktig, jo mer kan en etablert bedrift bli svekket.

Leverandørens forhandlingsstyrke ser på hvor lett leverandørene kan skru opp kostnadene på produktene. Dette drives hovedsakelig av hvor unike produkter de leverer og hvor mange andre leverandører som kan levere samme produkt. *Kundernes forhandlingsstyrke* er i hvor stor grad kundene kan drive prisene ned. Det påvirkes av hvor mange kunder selskapet har, hvor viktig hver kunde er og hvor mye det vil koste selskapet å erstatte kundene.

Den siste av de fem kreftene er *trusler fra nære substitutter*. Nære substitutter er produkter eller tjenester som kan brukes i stedet for selskapet sine produkter og tjenester. Finnes det ingen nære substitutter vil selskapet ha mer makt til å øke priser i deres favør. Dersom det finnes nære substitutter vil kundene ha muligheten til å kjøpe tilsvarende produkt hos andre, som svekker makten til det aktuelle selskapet (Chappelow, 2020).

Kapittel 3: Metode

I følgende kapittel skal vi redegjøre for hvordan vi har gått fram metodisk for å svare på problemstillingen vår, hvilke valg vi har foretatt og hvorfor akkurat disse valgene ble tatt. Tilslutt vil vi se på mulige konsekvenser for de valgene vi har tatt sett i lys av reliabilitet og validitet.

3.1 Problemstilling og tema

Utgangspunktet for den empiriske undersøkelsen startet med et tema, og et felt vi ønsket å undersøke. Lønnsomhetsutvikling var interessant da det handlet om å se bedriften i en kontekst, og vi måtte belyse både regnskaps- og markedssiden. Allerede der har vi foretatt en viss form for avgrensning, som er helt nødvendig for å kunne gjennomføre undersøkelsen. Slik avgrensning gjør at vi velger å fokusere mer på noe, men samtidig betyr det at vi har valgt å se bort i fra andre tema og faktorer. Man kan gjøre avgrensningen eksplisitt eller implisitt. Eksplisitt skjer ved at vi sier klart hva vi skal fokusere på, og hva vi ikke skal fokusere på. Ved implisitt skjer avgrensningen mer ubevisst (Jacobsen, 2018). Vi har utarbeidet problemstillingen ved å bruke eksplisitt avgrensning, og vært bevisst på hvilke elementer vi ønsker og bør ha med for å kunne svare på spørsmålet så godt som mulig, hva vi velger bort og hvordan det kan påvirke resultatet vårt. Hvordan har lønnsomheten utviklet seg i Nord- Auto AS i perioden 2014 - 2018? Her har vi kookt det ned til hva, hvem, hvor, og når, og dermed foretatt eksplisitt avgrensning for å kunne svare på problemstillingen. Hva kan mulige årsaker til utviklingen i lønnsomheten være? Denne underproblemstillingen er mer eksplorerende og mindre avgrenset. Likevel er den avgrenset ved hjelp av hovedproblemstillingen.

3.1.1 Analyse av problemstilling

Hva slags type problemstilling vi har kommet fram til er avgjørende for både hva slags undersøkelsesopplegg som bør benyttes, og hva slags metode vi skal anvende for å samle

empiri. Derfor benytter vi oss av tre dimensjoner for å analysere problemstillingen (Jacobsen, 2018).

1. Er problemstillingen klar eller uklar?
2. Er den forklarende eller beskrivende?
3. Ønsker vi å generalisere eller ikke?

Det er vanskelig å skille idealene i praksis, derfor blir vår tilnærming pragmatisk og problemstillingen vil ikke nødvendigvis være enten eller, men vi får en indikasjon på hvilke valg som vil være hensiktsmessig for å svare på vår problemstilling.

For å svare på problemstillingen vår går vi i dybden og studerer nøkkeltall hos Nord-Auto AS. Vi vet at en lønnsomhetsanalyse omfavner regnskapsanalyse, og på grunn av at vi ønsker å forklare utviklingen er det viktig å se på markedet. Vi bruker teori som er godt kjent og relevant for lønnsomhetsanalyse. Vi har og full tilgang til årsregnskap og balanse da dette er lovfestet og tilgjengelig for allmennheten. Vi kan derfor argumentere for at problemstillingen er klar. Likevel er det usikkerhet om klarhet knyttet til selve utviklingen vi skal studere. Problemstillingen er uklar da den blir eksplorerende når vi ønsker å *forklare* mulige årsaker til utviklingen, spesielt i forhold til at de er nye i markedet i tidsavgrensning, og vi vet foreløpig ikke mye om bransjen, derav er underproblemstillingen en uklar problemstilling. Vi ønsker å få mer kunnskap om lønnsomheten, samt å få mer innsikt i bedriftens utvikling. Hovedsakelig er problemstillingen likevel klar da hovedoppgaven blir å *beskrive* tilstanden til bedriften i en gitt periode.

Er problemstillingen forklarende eller beskrivende? Den er som nevnt tidligere hovedsakelig beskrivende da vi ønsker å beskrive hvordan lønnsomheten har utviklet seg, likevel er den også forklarende da den strategiske analysen belyser årsaker til utviklingen i lønnsomheten, dette fanges også opp av problemstillingen. Det som er viktig å merke seg er at vi ikke kan si noe sikkert om hvorfor situasjonen har oppstått. Vi ser mer i overflaten i form av sammensetning i balansen og regnskap, sammen med den strategiske analysen, når vi skal forklare noe. Hva som ligger bak disse tallene kan vi ikke uttale oss mye om, derfor vil problemstillingen være både beskrivende og forklarende.

Når det kommer til generalisering og å påstå at funn basert på studier av noen få også gjelder for alle, så er ikke dette relevant for oss. Vi skal kun fokusere på Nord-Auto AS og deres utvikling i en gitt periode, og dermed skaper vi ingen grunnlag for å generalisere verken funnene av utviklingstrender generelt i bransjen, eller hvordan deres utvikling vil være i kommende år, altså prediksjon.

3.2 Undersøkellesdesign og valg av metode

Etter arbeidet med å konkretisere problemstillingen, har vi forsøkt å finne det undersøkelsesopplegget som er best egnet. Valg av undersøkelsesopplegg har stor betydning og konsekvens for oppgavens gyldighet (validitet), mer om dette i delkapittel 3.4. Det er viktig å stille seg spørsmålet “Er det undersøkelsesopplegget vi velger, egnet til å belyse den problemstillingen vi velger å undersøke” når vi skal velge (Jacobsen, 2018).

Vi har gått for et intensivt opplegg som kjennetegnes av mange variabler men få enheter. Vi ser på mange variabler i form av nøkkeltall, regnskapsposter og markedsanalyser, men fokuserer kun på Nord-Auto AS, samt to bedrifter for benchmarking. Vi går altså i dybden hos en bedrift, og har valgt et opplegg som kjennetegnes som enkeltcasestudie. Vi går dypt inn i regnskapssituasjonen i en organisasjon avgrenset i tid og rom. Dette gir en virkelighetsnær beskrivelse. Casestudier er ikke egnet til å etablere kausale sammenhenger. Dette har vi gjort rede for i analysen av problemstillingen, ved å nevne at antakelser om årsak-virkning i teksten er nettopp det, kun antakelser, vårt formål er ikke å generalisere.

Vi har nå valgt et undersøkelsesopplegg som legger føringer for hvordan vi skal samle inn informasjon, men som nevnt vil det ikke være noe enten eller i dette tilfelle. For å svare på problemstillingen vår må vi være pragmatiske. Kvalitative og kvantitative data vil i vårt tilfelle utfylle hverandre og styrke validiteten i oppgaven.

Den kvantitative datainnsamlingen har foregått ved å samle inn tall fra proff.no, hvor alle tall vi trengte til regnskapsanalysen var tilgjengelig. Da proff.no er sekundærdata kan det i noen tilfeller være problematisk, da data kan være samlet inn til andre formål. I dette tilfellet går det fint å bruke sekundærdata på regnskapstall. Dette er tall vi kan stole på og sammenligne våre egne beregninger med som et slags sikkerhetsnett. I tillegg innhenter vi primærdata fra

ledelsen i bedriften. Dette kan brukes for å sette nøkkeltallene i kontekst, sammen med benchmarking.

For å bli kjent med bilbransjen og forstå mer om markedet har vi også benyttet en mer kvalitativ tilnærming ved å intervjuer ledelsen. Her ble det stilt åpne spørsmål om hvordan de mener de første fem årene med drift har gått, og hvordan de mener at markedet ser ut i dag. Denne kvalitative tilnærmingen gir oss mer virkelighetsnær informasjon som også gir et godt grunnlag for tolkning av nøkkeltallene fra den kvantitative tilnærmingen, samt markedsanalysen.

3.3 Valg og konsekvenser

Gjennom denne prosessen er det blitt foretatt mange valg, eller avgrensninger som nevnt tidligere. Når vi sier at det er blitt gjort eksplisitt betyr det at vi også må gjøre rede for konsekvensene av de valgene som er tatt, i den grad det er hensiktsmessig og mulig.

Vi startet med å velge en bedrift, der målet var å få et samarbeid slik at vi ikke kun baserer oppgaven på ekstern informasjon, men også intern informasjon. Nord-Auto ble et naturlig valg da vi kjente til ledelsen i bedriften fra før. Likevel var ikke dette en bransje vi var kjent med, og det er heller ikke en ledelse vi har en sterk relasjon til. Dette var viktig for at vi kan tilnærme oss oppgaven så objektivt som mulig, og ikke bli oppfattet som inhabile. Ved å både undersøke primær- og sekundær data, gjennom bedriften og proff.no har vi fått et godt grunnlag for å foreta en lønnsomhetsanalyse som er virkelighetsnær.

Det neste viktige valget var knyttet til problemstillingen, og valg av analyse. Vi ønsket å se på lønnsomhetsutviklingen fra oppstart til og med 2018. Ved gjennomføring av regnskapsanalysen måtte vi velge ut de nøkkeltallene og momentene som var mest hensiktsmessig for problemstillingen. Det finnes et hav av fremgangsmåter og nøkkeltall vi kan benytte oss av, og utfordringen er å finne de tallene som gir oss “riktig” bilde av bedriftens økonomiske situasjon.

I og med at lønnsomhet er hovedmomentet i problemstillingen, vil analyse av lønnsomhet være vårt hovedfokus. Vi har valgt tre nøkkeltall som kan gi et overordnet bilde, og vi valgte

å ikke bruke bruttofortjeneste i prosent, dekningsgrad og driftsmargin da vi oppnådde et metningspunkt hvor disse tallene ikke tilførte ny informasjon. Ved beregning av total kapitalrentabilitet og total kapitalens omløpshastighet benyttet vi gjennomsnittlig total kapital da dette ville gi oss et bedre bilde av virkeligheten og utviklingen, enn total kapitalen. Ved å bruke total kapitalen for hvert regnskapsår, kan dette ha en negativ innvirkning på år med eventuelle store investeringer. Investeringer har som hensikt å forbedre lønnsomheten for kommende år, og derfor er gjennomsnittlig total kapital mer presist å legge til grunn for beregningene.

Vi har lagt mindre vekt på analyse av de andre områdene som finansiering, soliditet og likviditet da problemstillingen ikke krever dype analyser av disse områdene for å få et godt innblikk i bedriftens økonomiske situasjon og utvikling. Vi har valgt ut et par nøkkeltall på disse områdene som gir oss den informasjonen vi trenger, men en dypere analyse vil ikke være hensiktsmessig med hensyn til problemstillingen. En konsekvens av dette er kan være at vi går glipp av viktig informasjon rundt disse områdene som er kritiske for bedriften som helhet. Om vi skulle gått dypere inn på disse områdene kan det gå utover oppgaven og resultatene våre, og risikerer å miste hovedfokuset som er lønnsomheten. Dette har vi vurdert som en større konsekvens enn det vil være å velge bort noen nøkkeltall.

Ved valg av benchmark kom vi frem til at vi skulle sammenligne lønnsomheten i Nord-Auto med de største konkurrentene som befinner seg i Steinkjer. Vi kunne valgt å sammenligne lønnsomheten med andre bilforhandlere i Norge men på grunn av stor variasjon innad markedet valgte vi å fokusere på Steinkjer isolert sett.

For å få mer informasjon om markedet valgte vi å fokusere på 2 metoder for å få et helhetlig bilde av markedet. De metodene er PESTEL-analyse og Porters Fem Konkurranskrefter. Vi kunne valgt å fokusere på bare PESTEL, men den gir ikke fullstendig informasjon i seg selv og bør komplementeres med en annen metode for å gi et mer helhetlig bilde av markedet. Ved bruk av de 2 metodene vil vi styrke reliabiliteten og validiteten i oppgaven.

3.4 Reliabilitet og Validitet

Ved den kvalitative datainnsamlingen har vi vært opptatt av refleksjon rundt kilden, og det faktum at mennesker ofte verken kan eller vil avsløre virkeligheten. Derfor har vi heller ikke brukt intervjuet som en fasit som sådan, men heller som tilleggsinformasjon fra innsiden i vår oppgave som hovedsakelig er basert på sekundærdata. Å være reflektert og kildekritisk støtter den interne gyldigheten i oppgaven. Å redegjøre for valg og konsekvenser slik vi har gjort ovenfor styrker oppgavens validitet og reliabilitet. Vi har benyttet oss av registerdata som vi anser som pålitelig, og styrker dette med flere kilder fra flere perspektiv.

Med reliabilitet (pålitelighet) reflekterer vi rundt hvorvidt man kan stole på resultatet fra undersøkelsen og om det finnes trekk ved undersøkelsen som er med og former resultatene vi har kommet frem til. Dette er et kritisk punkt med tanke på at vi har intervjuet ledelsen i Nord-Auto. Vi valgte å bruke intervju over e-post for å gjøre gjennomførelsen så enkel som mulig. For å unngå at resultatene er påvirket av undersøkereffekt og intervju effekter har vi gjennomført regnskapsanalyser og markedsanalyser før intervjuet. På den måten er vi sikre på at våre analyser ikke er påvirket av intervjuet eller blir subjektivt fremstilt. Likevel kan det at vi har satt oss inn i bransjen på forhånd av intervjuet skape forutinntatte holdninger hos intervjueren, men her vil det heller være en fordel å vite litt om bransjen fra før slik at man kan stille de gode spørsmålene og ha mulighet til å reflektere rundt informasjon vi får ut av intervjuet.

Med validitet (gyldighet) mener vi om undersøkelsen måler det vi ønsker å måle. Etter å ha redegjort for problemstillingen, valg og konsekvenser, mener vi at undersøkelsen vår har sterk validitet. *Hvordan lønnsomhetsutviklingen har vært* har vi besvart med nøkkeltall, vertikale og horisontale analyser. *Hvorfor utviklingen har blitt slik* har vi kun forsøkt å besvare med våre egne antakelser og kunnskap vi sitter på, og har redegjort for at det ikke er grunnlag for å definere kausale sammenhenger. På grunn av samarbeidet med Nord-Auto samt eksterne kilder og registerdata er validiteten sterk, og vi har analysert og målt nettopp det vi ønsket å få svar på.

Kapittel 4: Analyse

I dette kapitlet skal vi analysere ulike nøkkeltall for Nord-Auto AS. Dette gjør vi ved å benytte oss av ulike mål på finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet. I delkapittel om benchmarking vil vi benytte oss av sammenligning av nøkkeltall for Nord-Auto AS og Steinkjer Bil AS.

NØKKELTALL NORD AUTO AS					
År	2014	2015	2016	2017	2018
ROI	1,00%	38,88%	34,72%	26,85%	16,36%
Resultatgrad	0,42%	4,12%	4,02%	3,86%	2,51%
Totalkapitalens omløpshastighet	2,37	9,45	8,63	6,95	6,53
Likviditetsgrad 1	1,56	1,39	1,86	1,41	1,42
Likviditetsgrad 2	0,19	0,51	0,57	0,43	0,43
Finansieringsgrad 1	0,19	0,20	0,07	0,10	0,11
Egenkapitalandel	0,17	0,17	0,24	0,14	0,15
Gjeldsgrad	4,98	4,88	3,22	6,29	5,53

Tabell 1: Nøkkeltall 2014-2018

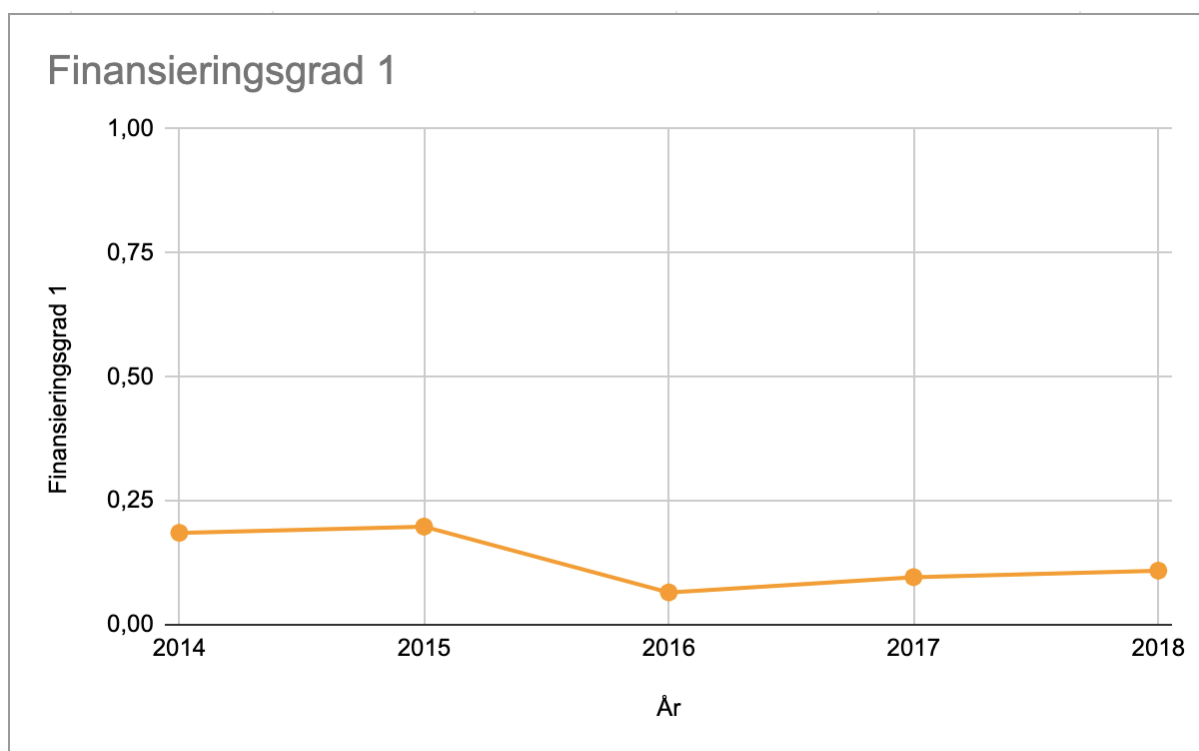
4.1 Analyse av nøkkeltall

4.1. Finansiering

4.1.1 Finansieringsgrad 1

År	2014	2015	2016	2017	2018
Anleggsmidler	588 000	615 000	405 000	464 000	474 000
Langsiktig kapital	3 172 000	3 107 000	6 212 000	4 834 000	4 345 000
Finansieringsgrad 1	0,19	0,20	0,07	0,10	0,11

Tabell 2: Finansieringsgrad 1 inkludert regnskapstall



Figur 3: Grafisk fremstilling av Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 bør være mindre enn 1 og den viser i hvilken grad anleggsmidlene er finansiert med langsiktig kapital. Verdien på anleggsmidlene har i perioden 2014-2018 blitt redusert fra kr 588 000 til kr 474 000. Den langsiktige kapitalen, som består av langsiktig gjeld og egenkapital, har i perioden 2014-2018 økt fra kr 3 172 000 til kr 4 354 000.

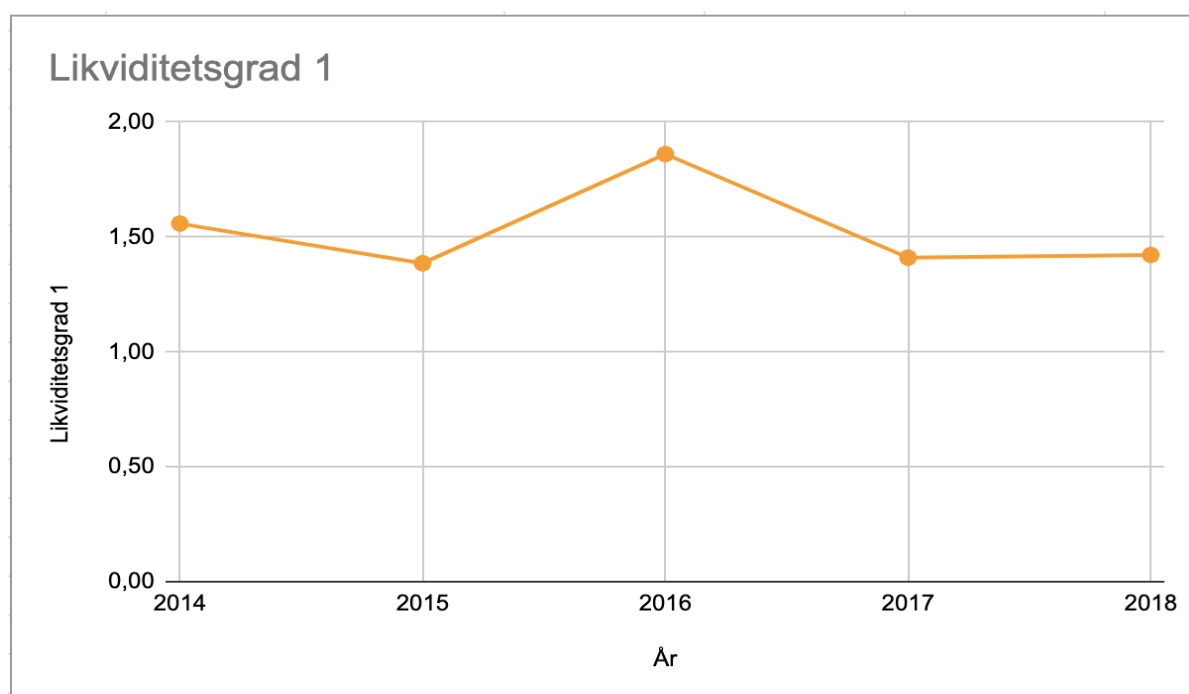
Dette gjør at finansieringsgrad 1 har blitt redusert fra 0,19 til 0,11 i perioden 2014-2018. Finansieringsgrad 1 i perioden har vært godt under 1, som betyr at den er veldig tilfredsstillende. Dette betyr at anleggsmidlene er langsiktig finansiert og at store deler av omløpsmidlene også er langsiktig finansiert.

4.1.2 Likviditet

4.1.2.1 Likviditetsgrad 1

År	2014	2015	2016	2017	2018
Omløpsmidler	7 210 000	8 950 000	12 547 000	15 019 000	13 048 000
Kortsiktig gjeld	4 626 000	6 458 000	6 741 000	10 650 000	9 176 000
Likviditetsgrad 1	1,56	1,39	1,86	1,41	1,42

Tabell 3: Likviditetsgrad 1 inkludert regnskapstall



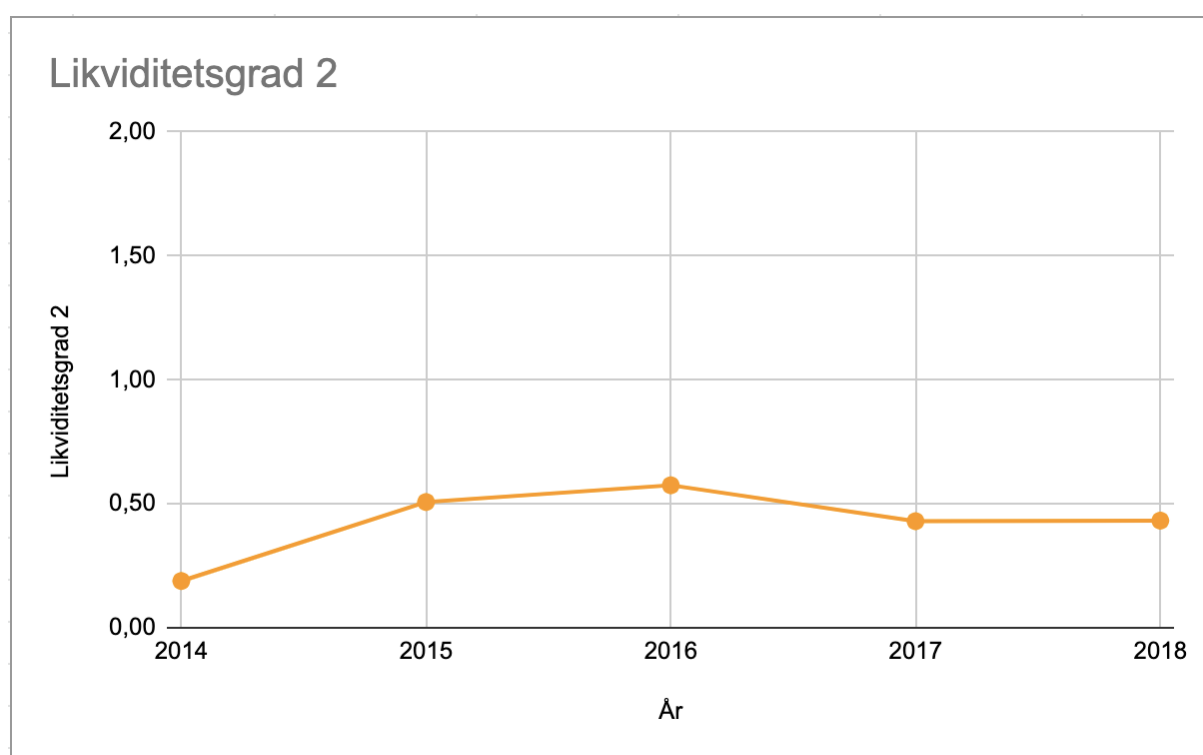
Figur 4: Grafisk fremstilling av Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 viser hvor bra betalingsevne Nord-Auto har. En likviditetsgrad på 2 er meget bra. I 2014 er likviditetsgrad 1 på 1,56, som kan anses som bra. I 2016 nådde likviditetsgrad 1 et toppunkt på 1,86 som er veldig bra. Økningen av likviditetsgraden kommer av en økning i omløpsmidlene på 3 597 000 kr mens kortsiktig gjeld har økt med 283 000 kr fra 2015-2016. Likviditetsgrad 1 er redusert til 1,42 i 2018, noe som fortsatt er tilfredsstillende. Reduksjonen fra 2016 til 2018 kan forklares av at kortsiktig gjeld har økt mer enn omløpsmidlene. Omløpsmidler har økt med 501 000 kroner fra 2016 til 2018, mens kortsiktig gjeld har økt med 2 435 000 kroner. Årsaken til økningen i kortsiktig gjeld kommer av økt leverandørgjeld, skyldig offentlige avgifter, men mest kortsiktig konserngjeld.

4.1.2.2 Likviditetsgrad 2

År	2014	2015	2016	2017	2018
Omløpsmidler	7 210 000	8 950 000	12 547 000	15 019 000	13 048 000
Varelager	6 338 000	5 675 000	8 673 000	10 442 000	9 083 000
Kortsiktig gjeld	4 626 000	6 458 000	6 741 000	10 650 000	9 176 000
Likviditetsgrad 2	0,19	0,51	0,57	0,43	0,43

Tabell 4: Likviditetsgrad 2 inkludert regnskapstall



Figur 5: Grafisk fremstilling av Likviditetsgrad 2

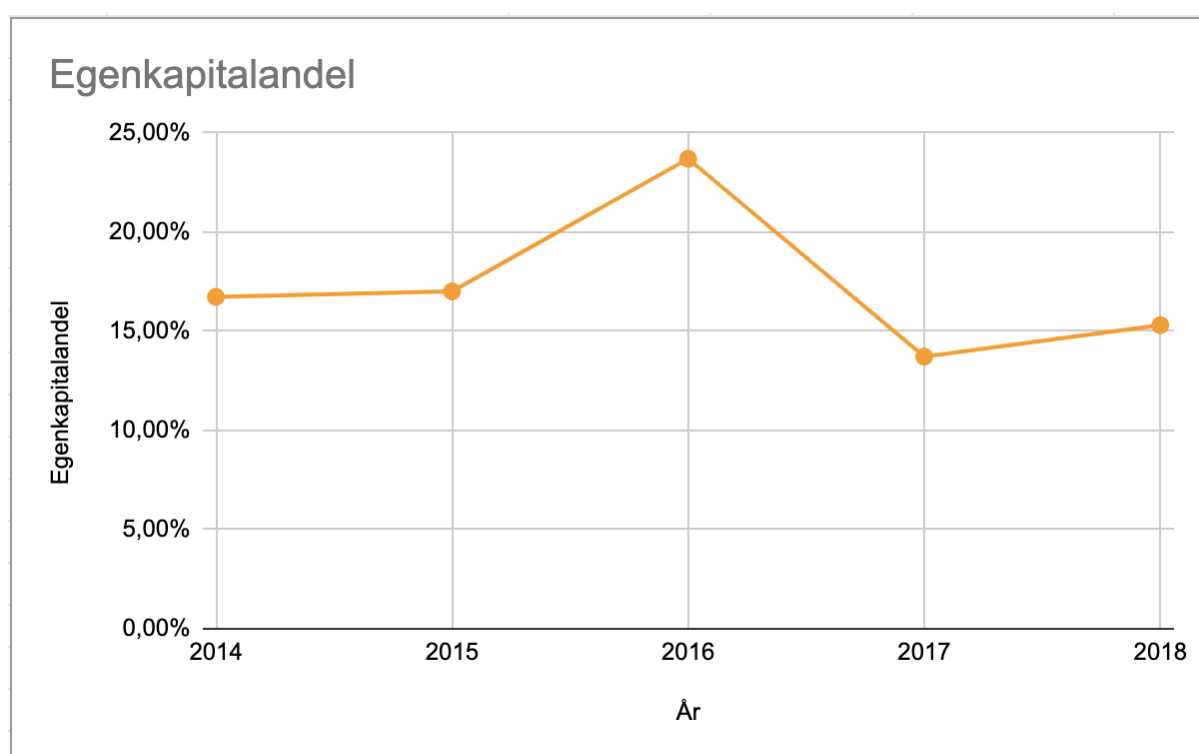
Likviditetsgrad 2 viser forholdet mellom kortsiktig gjeld og omløpsmidler (uten varelager). Her ser vi at likviditetsgraden stiger fra 0,19 i 2014 og når et toppunkt i 2016 før den jevner seg ut til 0,43 i 2017 og 2018. På generelt grunnlag skal likviditetsgrad 2 være større enn 1, men om vi tar med det faktum at Nord-Auto startet driften i 2014 vil ikke dette være realistisk i praksis. Varelageret deres utgjør nesten alle omløpsmidler dette året på grunn av oppstarten, og naturligvis er det færre fordringer i oppstarten enn de neste årene. Nord-Auto bør likevel redusere sin kortsiktige gjeld eller øke omløpsmidlene for å få bedre likviditet.

4.1.3 Soliditet

4.1.3.1 Egenkapitalandel

År	2014	2015	2016	2017	2018
Egenkapital	1 305 000	1 627 000	3 070 000	2 125 000	2 070 000
Totalkapital	7 798 000	9 565 000	12 953 000	15 483 000	13 522 000
Egenkapitalandel	16,74%	17,01%	23,70%	13,72%	15,31%

Tabell 5: Egenkapitalandel inkludert regnskapstall



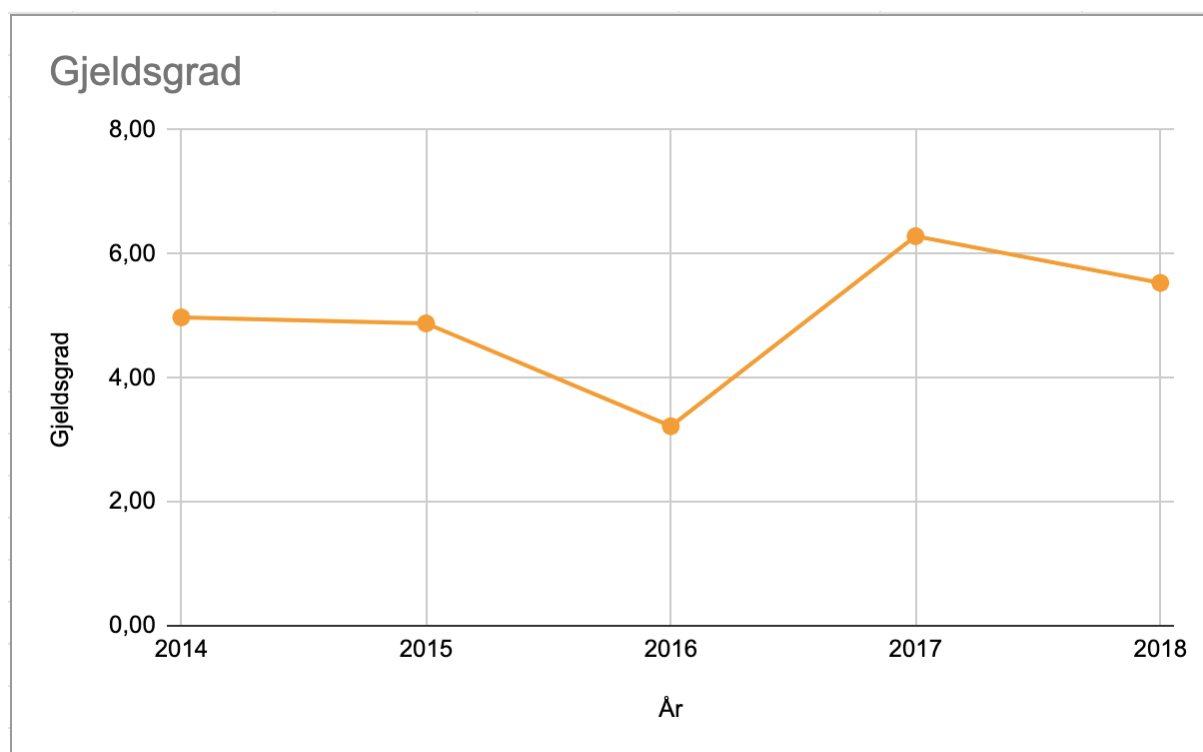
Figur 6: Grafisk fremstilling av Egenkapitalandel

Egenkapitalandel viser hvor stor andel av eiendelene som er finansiert med egenkapital. Desto lavere egenkapitalandel, jo mer gjeld anvendes for å finansiere eiendelene. Det er derfor positivt med en høy egenkapitalandel som gjør at Nord-Auto er i stand til å takle nedgang og tap. I 2014 hadde Nord-Auto en egenkapitalandel på 16,74% som ble redusert til 15,31% i 2018. Nedgangen kommer av en større økning i totalkapital enn i egenkapital. Dette viser at Nord-Auto har anvendt mer gjeld til å finansiere sine eiendeler, som vi også kan se da selskapets gjeld har økt fra 6,5 millioner i 2014 til i overkant av 11,5 millioner i 2018.

4.1.3.2 Gjeldsgrad

År	2014	2015	2016	2017	2018
Gjeld	6 493 000	7 938 000	9 883 000	13 358 000	11 451 000
Egenkapital	1 305 000	1 627 000	3 070 000	2 125 000	2 070 000
Gjeldsgrad	4,98	4,88	3,22	6,29	5,53

Tabell 6: Gjeldsgrad inkludert regnskapstall



Figur 7: Grafisk fremstilling av Gjeldsgrad

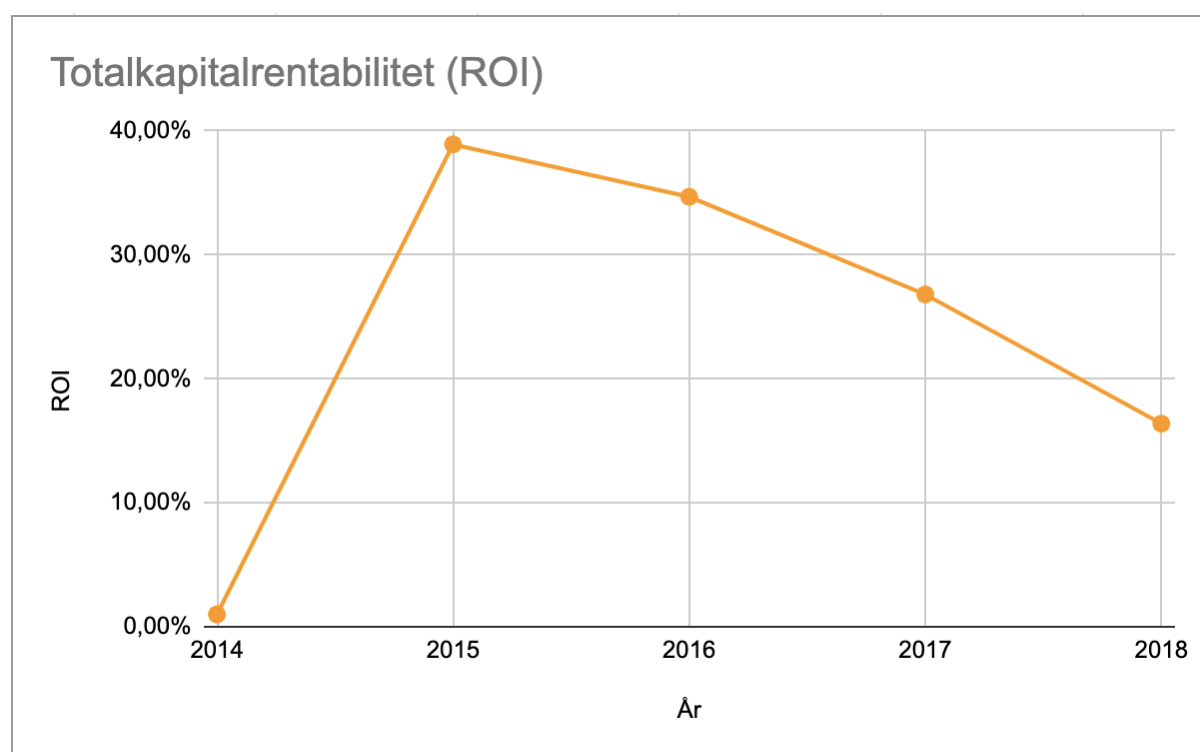
Gjeldsgraden viser forholdet Nord-Auto har mellom egenkapital og gjeld, både kortsiktig og langsiktig. Den er et uttrykk for i hvilken grad bedriften kan tåle et tap før det går utover forpliktelsene til långiverne. Høy gjeldsgrad betyr at en større andel av kontantstrømmen knyttes opp til nedbetaling av rentene fremfor avdragene. Vi ser at gjeldsgraden til Nord-Auto har ligget på mellom 3,22% og 6,29% noe som i seg selv er veldig lite. Den høye gjeldsgraden i 2017 skyldes i hovedsak en del lavere egenkapital enn bedriften hadde i 2016, samt høyere gjeld. Av gjeldsgraden til Nord-Auto ser vi at de kan nedbetale avdrag på lånene etterhvert som de forfaller.

4.1.4 Lønnsomhet

4.1.4.1 Totalkapitalrentabilitet (ROI- Return on Investment)

År	2014	2015	2016	2017	2018
Resultatgrad	0,42%	4,12%	4,02%	3,86%	2,51%
Kapitalens omløpshastighet	2,37	9,45	8,63	6,95	6,53
ROI	1,00%	38,88%	34,72%	26,85%	16,36%

Tabell 7: Totalkapitalrentabilitet (ROI) inkludert regnskapstall



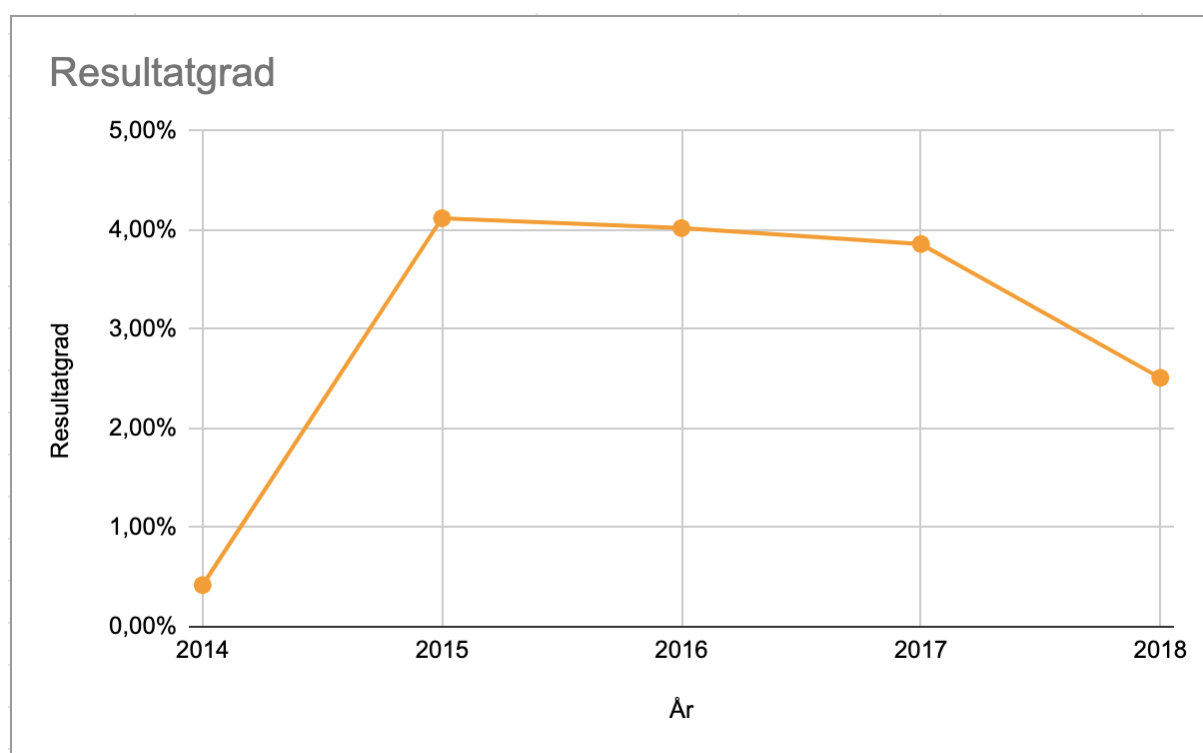
Figur 8: Grafisk fremstilling av Totalkapitalrentabilitet (ROI)

Totalkapitalrentabiliteten (ROI) er et sentralt nøkkeltall som forteller oss noe om lønnsomheten til Nord-Auto. Vi ser på driftsresultatet (inklusive finansinntekter) i forhold til gjennomsnittlig totalkapital fra 2014 til 2018. Det har vært en stor oppgang i ROI fra 2014 (0,95%) til 2015 (38,75%). Dette forklares i stor grad av kapitalens omløpshastighet som økte fra 2,37 til 9,45, som også har ligget jevnt de resterende årene. Økningen i kapitalens omløpshastighet er nok det avgjørende for økningen i ROI. Lønnsomheten er gjennomgående god, til tross for at utviklingen er negativ. Som nevnt tidligere kan ROI dekomponeres til nøkkeltallene resultatgrad og kapitalens omløpshastighet.

4.1.4.2 Resultatgrad

År	2014	2015	2016	2017	2018
Driftsresultat	78 000	3 374 000	3 907 000	3 813 000	2 361 000
Finansinntekter	0	1 000	2 000	4 000	11 000
Driftsinntekter	18 465 000	81 999 000	97 162 000	98 759 000	94 676 000
Resultatgrad	0,42%	4,12%	4,02%	3,86%	2,51%

Tabell 8: Resultatgrad inkludert regnskapstall



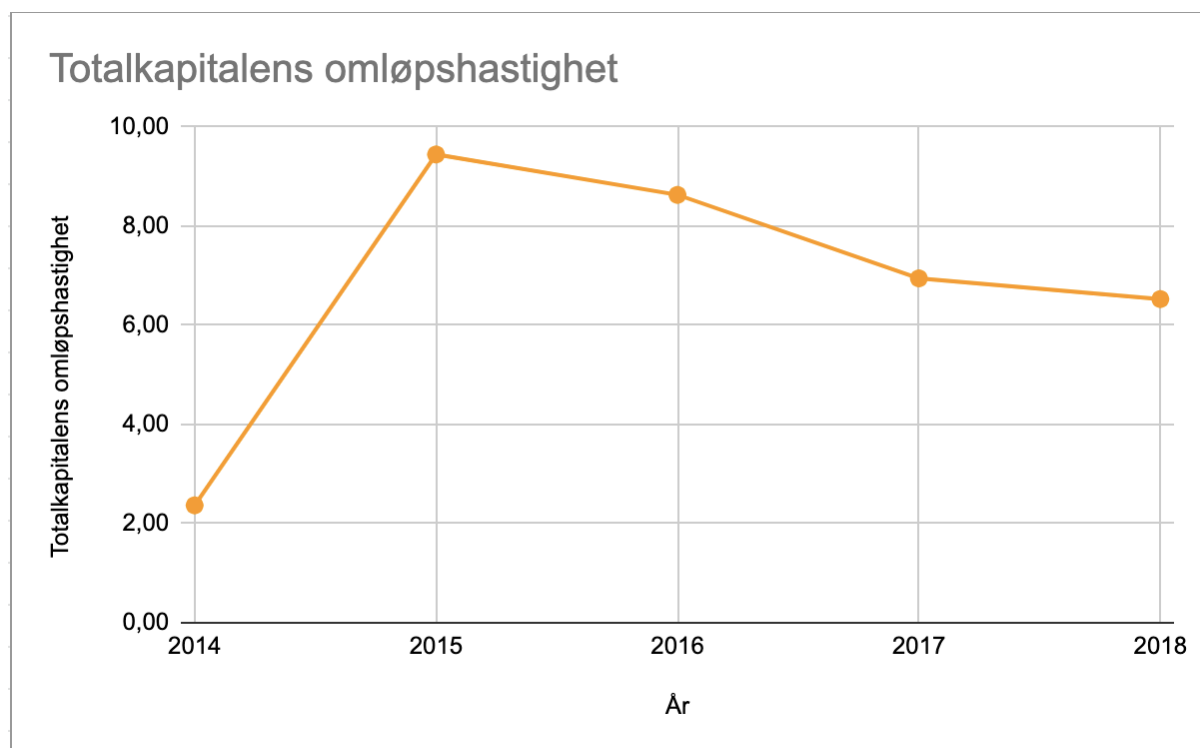
Figur 9: Grafisk fremstilling av Resultatgrad

Resultatgraden viser hvor mye som bedriften tjener på hver krone omsatt. I 2014 har altså Nord-Auto tjent 0,42% av 18 465 000 kr. En resultatgrad på 0,42% er lavt, men det er likevel imponerende bra at Nord-Auto har et positivt driftsresultat med tanke på at selskapet ble startet i august 2014 og har vært i drift i knappe 4 måneder. Det er en kraftig, positiv utvikling i 2015 og resultatgraden når et toppunkt på 4,12%. Fra 2015 til 2017 er resultatgraden minimalt avtakende til 3,86% før den dropper til 2,51% i 2018. Nedgangen kommer i hovedsak av økte lønnskostnader og andre driftskostnader, men det er verdt å merke seg at resultatgraden er gjennomgående lav.

4.1.4.3 Totalkapitalens omløpshastighet

År	2014	2015	2016	2017	2018
Driftsinntekter	18 465 000	81 999 000	97 162 000	98 759 000	94 676 000
Gjennomsnittlig TK	7 798 000	8 681 500	11 259 000	14 218 000	14 502 500
TK-omløpshastighet	2,37	9,45	8,63	6,95	6,53

Tabell 9: Totalkapitalens omløpshastighet inkludert regnskapstall



Figur 10: Grafisk fremstilling av Totalkapitalens omløpshastighet

Av grafen kan vi se en kraftig økning i total kapitalens omløpshastighet fra oppstarten i 2014 til 2015, de senere årene ser vi at det holder seg relativt jevnt på et høyt nivå. Dette forteller oss at Nord-Auto utnytter bundet kapital effektivt til å generere inntekter. Da dette nøkkeltallet varierer veldig fra bransje til bransje, er det vanskelig å si noe om dette er høyt eller lavt når vi ser på Nord-Auto alene. Som nevnt tidligere er det små marginer (lav resultatgrad) og det er grunnlag for å si at total kapitalens omløpshastighet er mer fremtredende og har større positiv innvirkning på ROI enn resultatgraden. Likevel er dette er bransjeavhengig og vil komme tydeligere frem ved benchmarking.

4.2: Benchmarking

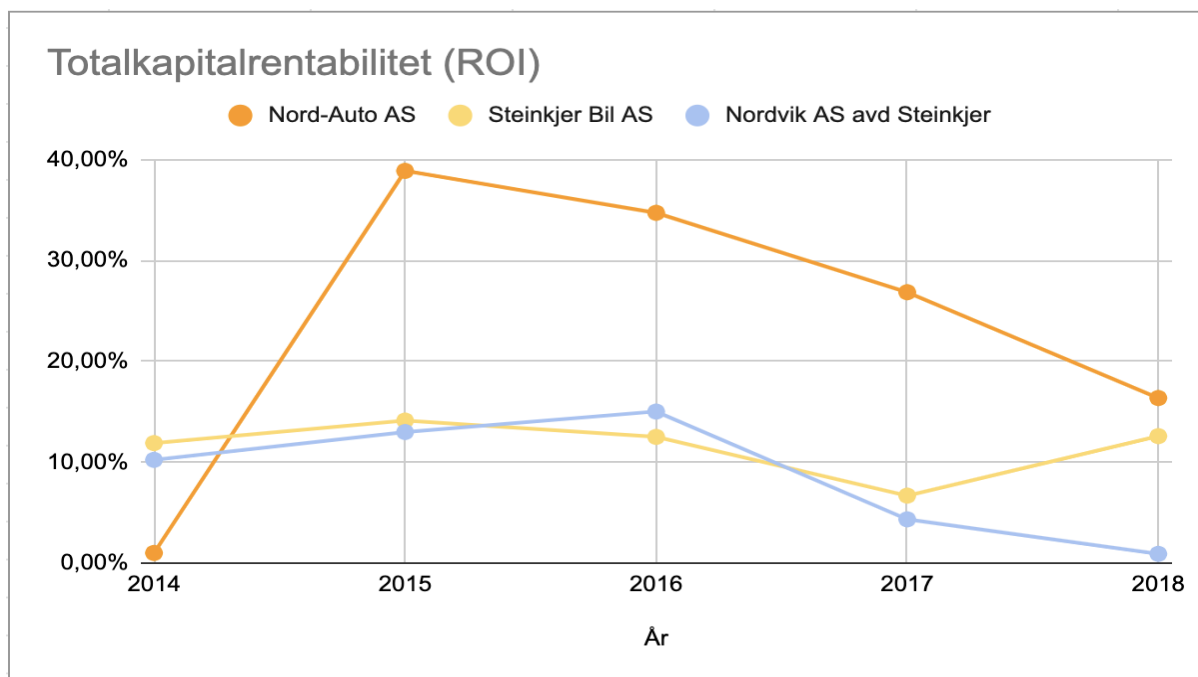
Nøkkeltallene vi har beregnet tidligere i analysen sier oss mer når vi sammenligner de med andre bedrifter i markedet. Denne sammenligningen er en form for benchmarking. Vi forhørte oss med Nord-Auto som mente at de største konkurrentene deres var Steinkjer Bil AS og Nordvik AS avdeling Steinkjer. Disse to bilforhandlerne leverer tilsvarende tjenester som Nord-Auto AS, og holder til i samme geografiske område. Den mest åpenbare forskjellen mellom de er at Nord-Auto AS er en nykommer, mens de to andre er erfarne og veletablerte i markedet. Dette vil forklare noe av forskjellen i nøkkeltallene for 2014.

Vi skal i følgende avsnitt se på lønnsomheten til de tre bedriftene gjennom å sammenligne ROI, dermed dekomponerer vi ROI ned til resultatgrad og total kapitalens omløpshastighet. For å forstå hva som er bra og dårlig sammenligner vi disse med hverandre, og får et bedre bilde av Nord-Auto sin prestasjon de første fem årene med drift. Total kapitalens omløpshastighet er ikke nødvendigvis dårlig eller bra selv om den er lav eller høy, det er bransjeavhengig og dermed interessant å trekke inn i en benchmarking analyse.

4.2.1 Totalkapitalrentabilitet (ROI)

År	2014	2015	2016	2017	2018
Nord-Auto AS	1,00%	38,88%	34,72%	26,85%	16,36%
Steinkjer Bil AS	11,89%	14,13%	12,51%	6,68%	12,58%
Nordvik AS avd Steinkjer	10,23%	12,99%	15,02%	4,33%	0,91%

Tabell 10: Benchmarking av Totalkapitalrentabilitet (ROI)



Figur 11: Grafisk fremstilling av Totalkapitalrentabilitet (ROI) hos konkurrentene

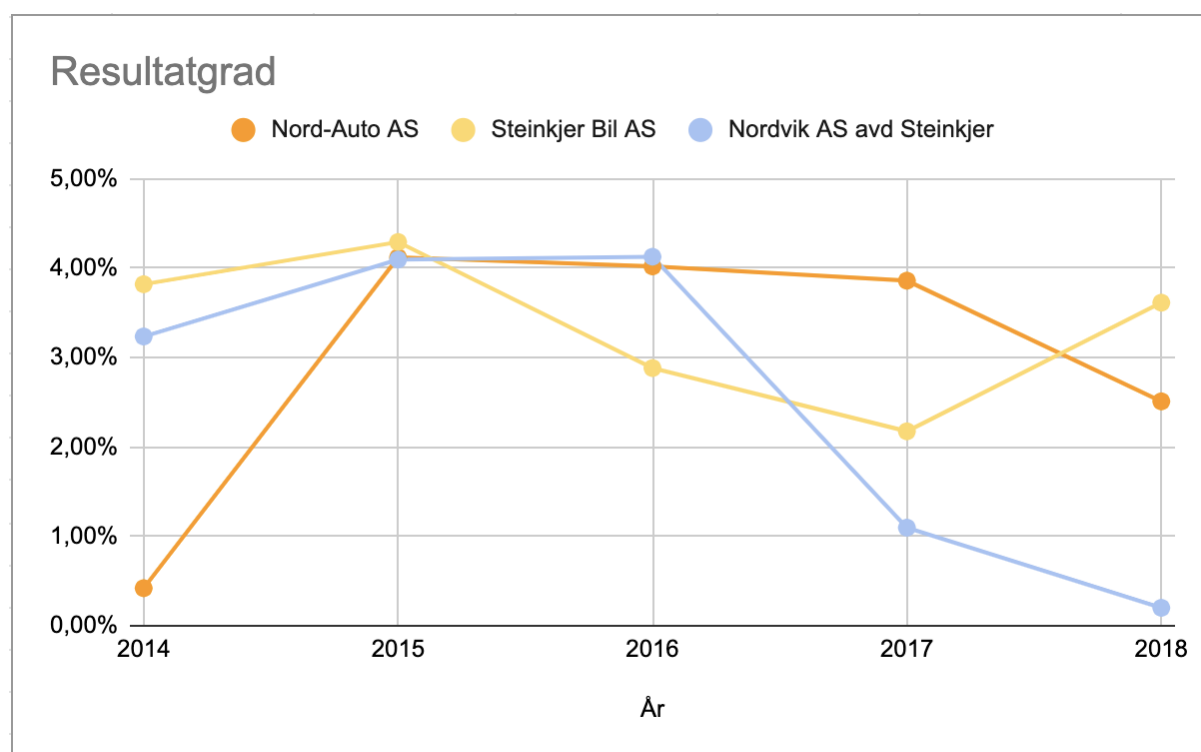
Som forklart tidligere er ROI et mål på lønnsomheten til en bedrift. I 2014 var Steinkjer Bil AS og Nordvik AS veletablerte, mens Nord-Auto AS etablerte seg i markedet for første gang. Dette er nok årsaken til den svake prestasjonen til Nord-Auto. Nord-Auto AS er akkurat på plussiden, mens de veletablerte bedriftene ligger rett over 10%. Jo høyere ROI, jo mer lønnsom er de. De neste årene har Nord-Auto AS både tre og fire ganger så høy ROI som de to andre, som på et vis bekrefter vår mistanke om en god lønnsomhetsutvikling hos Nord-Auto. Det kan derimot ikke sies å være tilfelle hos de to andre bilforhandlerne. Steinkjer Bil AS har hatt en jevn og helt ok lønnsomhet, mens Nordvik har til og med vært under 1% de siste fem årene. Hvorfor det er sånn blir bare spekulasjoner. Men det kan tenkes at en ny konkurrent som Nord-Auto kan ha hatt noe med nedgangen å gjøre, mer om det kommer i delkapittel 4.6 Markedsanalyse. I 2017 hadde alle tre en relativt stor nedgang i ROI, som kan tyde på et utfordrende år generelt for bilforhandlere, men det kan også være tilfeldigheter. Selv om Nord-Auto har svært god lønnsomhet ser vi en negativ trend i utviklingen i løpet av disse årene. Hvorfor dette har skjedd vil vi se nærmere på i markedsanalysen.

For å forstå enda mer hva ROI innebærer og hvorfor dette måler lønnsomhet i bedriften kan vi dekomponere den til resultatgrad x kapitalens omløpshastighet. På neste side skal vi se nærmere på resultatgraden hos de tre konkurrentene.

4.2.2 Resultatgrad

År	2014	2015	2016	2017	2018
Nord-Auto AS	0,42%	4,12%	4,02%	3,86%	2,51%
Steinkjer Bil AS	3,82%	4,29%	2,88%	2,17%	3,61%
Nordvik AS avd Steinkjer	3,24%	4,10%	4,13%	1,10%	0,20%

Tabell 11: Benchmarking av Resultatgrad



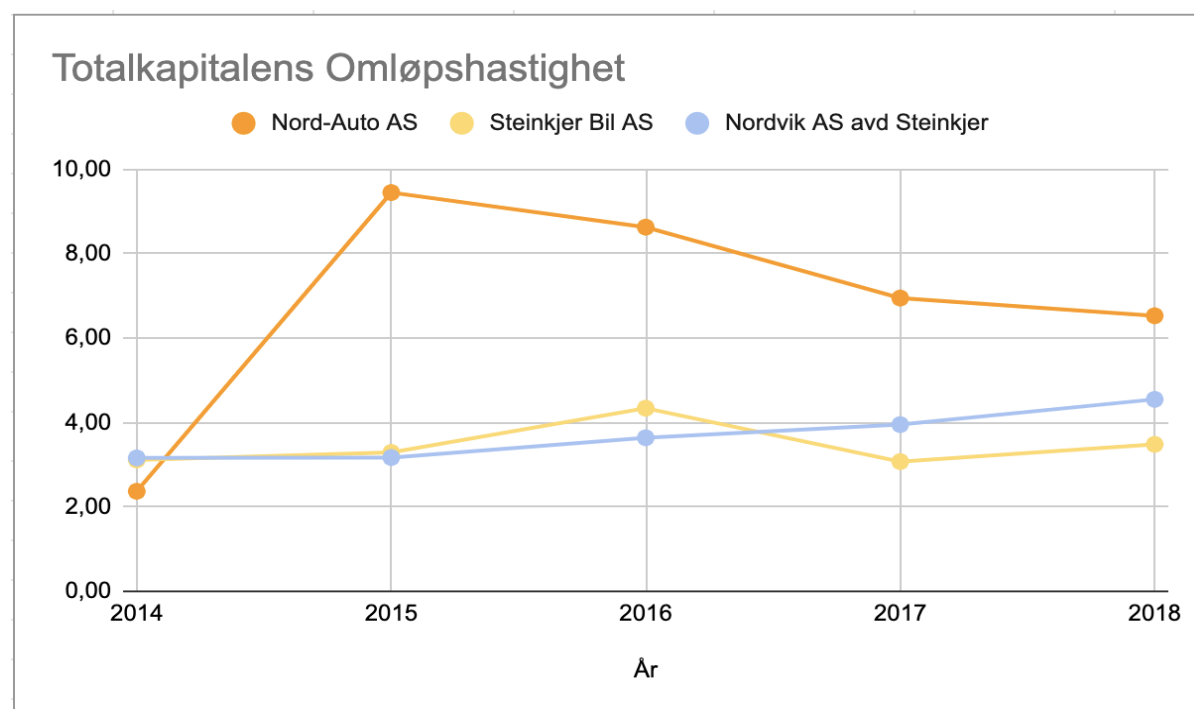
Figur 12: Grafisk fremstilling av Resultatgrad hos konkurrentene

Vi ser av grafen at Nord-Auto AS har klart å oppnå en resultatgrad på samme nivå som de to konkurrentene på bare et år. Dermed går den noe ned sammen med de andre, men i 2017 har de klart å opprettholde en relativt god resultatgrad i forhold til Steinkjer Bil og Nordvik. Nordvik har hatt en stor nedgang i sin resultatgrad som kan skyldes økte kostnader og reduserte driftsinntekter, mens Steinkjer Bil har klart å snu nedgangen, og har dermed best resultatgrad i 2018. Nord-Auto har likevel ikke hatt like store svingninger etter 2015 som de to andre, og har klart å holde driftsinntekter og kostnader relativt stabile, men noe negativ utvikling.

4.2.3 Totalkapitalens omløpshastighet

År	2014	2015	2016	2017	2018
Nord-Auto AS	2,37	9,45	8,63	6,95	6,53
Steinkjer Bil AS	3,11	3,29	4,34	3,07	3,48
Nordvik AS avd Steinkjer	3,16	3,17	3,64	3,95	4,55

Tabell 12: Benchmarking av Totalkapitalens omløpshastighet



Figur 13: Grafisk fremstilling av Totalkapitalens omløpshastighet hos konkurrentene

En høy verdi for totalkapitalens omløpshastighet viser at kapitalen i bedriften utnyttes effektivt (Kristoffersen, 2019). Av grafen ser vi at Nord-Auto AS har tre ganger så høy omløpshastighet som Steinkjer Bil AS og Nordvik AS i 2015. Det ser ut som dette skyldes en betydelig inntektsøkning fra 2014 og frem til 2018. Etter 2015 har den justert seg litt ned og nærmet seg konkurrentene, men de utnytter kapitalen i bedriften mer effektivt fortsatt. Konkurrentene ser ut til å være preget av endel bundet kapital som gjør de mindre effektive, da inntektene deres er høyere enn hos Nord-Auto. Det er normalt å forvente en litt lav omløpshastighet hos bilforhandlere grunnet høy kapitalbinding i anleggsmidler, men Nord-Auto har gode tall i forhold til konkurrentene. De har både en god resultatgrad og bra omløpshastighet, som gir de en solid ROI, sammenlignet med konkurrentene.

4.6 Analyse av markedssituasjonen

4.6.1 Eksterne faktorer

Eksterne faktorer er faktorer i omgivelsene til selskapet som kartlegger muligheter og trusler som forekommer (Roos mfl, 2014). Den eksterne analysen starter med å beskrive den norske bilbransjen og vil etterhvert gå inn på hvordan PESTEL-analysen og Porters fem konkurransekrefter anvendes til å kartlegge faktorene som omgir Nord-Auto.

4.6.1.1 Beskrivelse av den norske bilbransjen

I dag, den 3 april 2020, er det norske bilmarkedet i en krisesituasjon. Krisen er forårsaket av Covid-19 som er et dødelig virus for eldre mennesker og mennesker med underliggende sykdommer. Dette har ført til at Norge har stengt ned virksomheter som restauranter og skoler og mange nordmenn har blitt satt i karantene eller isolasjon (Regjeringen, 2020). Krisen kan redusere bilbransjens omsetning med titalls milliarder kroner (Bilnytt, 2020). I denne oppgaven kommer vi ikke til å fokusere videre på konsekvensene av Covid-19, ettersom vår oppgave er en analyse av lønnsomheten i perioden fra 2014-2018.

Den norske bilbransjen er en dynamisk bransje som bærer preg av lite forutsigbarhet og er utsatt for store endringer. Nybilsalget har hatt en stadig økning siden 2010 og i bilsalget i januar 2020 ble det registrert 9 561 nye personbiler, det er en økning på 6,2% (557 biler) fra januar 2019, der null-utslipps bilene hadde en markedsandel på 44,3 % (OFV, 2020). Når det kommer til bruktbilsalget (eierskifte) har det også vært en jevn økning siden 2010.

De tre mest populære nye bilmerkene i Norge 2019 var Volkswagen, BMW og Toyota (OFV, 2020). Nord-Auto er en forhandler av Opel, Suzuki og Isuzu. De to førstnevnte merkene kom på 18.plass og 13. plass på en topp 20-liste for antall solgte merker i 2019.

Økt fokus på miljøet har ført til ny utvikling av drivstoffteknologi til de tradisjonelle bensin- og diesebilene de siste årene. Dette har gjort at elbiler og plug-in hybrider har kommet på markedet. Salg av tradisjonelle bensin -og dieserbiler foretrekkes fortsatt av det norske folk mens elbiler og plug-in hybrider har hatt en kraftig økning i markedet (OVF, 2017).

4.6.2 PESTEL-analyse

Ved hjelp av dette rammeverket skal makrofaktorer til Nord-Auto analyseres. En PESTEL-analyse tar for seg politiske, økonomiske, sosiokulturelle, teknologiske, miljømessige og lovmessige faktorer.

4.6.2.1 Politiske faktorer

Politiske beslutninger kan potensielt ha stor påvirkningskraft på bilbransjen. Historisk sett har flere tiltak fra politikerne fått konsekvenser for salget i bransjen. I 2007 reduserte politikerne avgiften på dieselmotorer som stimulerte til kjøp av dieserbiler. Dette resulterte i at andelen nye solgte dieserbiler var 74,3 %. Avgiftsreduksjonen førte til en kraftig økning i salget av dieserbiler frem til 2010 der 8 av 10 biler som ble solgt i Norge hadde en dieselmotor. (OFV, utdatert). Siden 2010 har nye biler med ny teknologi kommet til markedet og salget av dieserbiler har blitt kraftig redusert på grunn av høyere avgifter. I 2019 var andel nye solgte dieserbiler 16% i Norge. Dette tyder på at beslutningen om avgifter som ble bestemt av politikerne i stor grad påvirker bilbransjen.

Samtidig som salget av dieserbiler har stupt har salget av nullutslipp-biler steget kraftig. I 2012 vedtok stortinget et klimaforlik som blant annet handlet om fordeler angående avgift for kjøp og bruk av nullutslippsbiler. Avgiftsfordelene var null merverdiavgift og engangsavgift, lavere årsavgift, gratis parkering og lading på flere steder. (NAF, 2016) Hensikten var at miljøvennlige biler skulle komme bedre ut enn fossilt drevne biler. I Statsbudsjettet 2017 ble det bestemt at null merverdiavgift videreføres til 2020 samt at gratis parkering avgjøres lokalt. Dette er et signal fra politikerne på at det skal lønne seg å velge en miljøvennlig bil.

Nord Auto har selv merket økt konkurranse fra hybridbiler og elbiler. I 2017 fikk de inn Opel Ampera-e og daglig leder Øyvind Bjørgan uttaler at kundene strømmet inn for å bestille bilen. Det viste seg senere at den bestilte elbilen fikk leveringsproblem og fabrikken satte opp prisen underveis. Det førte til at mange kunder annullerte kjøpet og kjøpte bil fra et annet elbilmerke istede. I starten på år 2020 har Nord-Auto hybrid og elbiler klar til levering.

4.6.2.2 Økonomiske faktorer

Den norske økonomien har vært relativt stabil i både offentlig og privat sektor siden finanskrisens slutt frem til februar i 2020, når Covid-19 kom til Norge. Det er en stor investering for mange nordmenn å kjøpe en ny bil og en stabil økonomi som bærer preg av optimisme for fremtiden er å foretrekke når man skal kjøpe en ny bil.

Styringsrenten i Norge ligger på et historisk lavt nivå på 0,25 per mars 2020 (Norges Bank, 2020). Ved kjøp av en ny bil er det ofte behov for å ta opp et lån for å kunne finansiere bilen. Rentenivået vil være relevant for bilforhandlere, ettersom mange finansierer kjøpet med lån. Styringsrenten i perioden 2014-2018 har vært fra 1,5 prosent i 2014 og ned til 0,5 prosent i 2016-2017 før den gikk opp til 0,75 prosent i slutten av 2018.

4.6.2.3 Sosiokulturelle faktorer

En viktig faktor for den lokale næringen er befolkningsutviklingen. Økt befolkningsvekst vil kunne øke etterspørselen av tjenester og produkter i nærområdet. Det er de demografiske variablene som speiler befolkningen i et område. Demografiske variabler kan eksempelvis være kjønn- og aldersfordeling, inntektsfordeling, arbeidsnæring og utdanningsnivå.

I vår problemstilling fokuserer vi på Nord Auto som har lokasjon i Steinkjer.

Befolkningstallet i Steinkjer kommune er i dag på 22 050 innbyggere (Statistisk sentralbyrå, 2019). Innbyggertallet i Steinkjer kommune forventes å øke til 23 509 innbyggere i 2030 og 24 817 innbyggere i 2040.

Når det kommer til aldersfordelingen for innbyggerne i Steinkjer kommune er den største aldersgruppen mellom 45-60 år (Statistisk sentralbyrå). Inntekt og utdanningsnivå henger på flere måter sammen og disse faktorene kan speile befolkningens økonomiske situasjon i et område. Ifølge statistikken for høyest fullførte utdanning for personer over 16 år i Steinkjer, er det mange som velger å ta en høyere utdanning (Statistisk sentralbyrå). I framtiden gir dette grunnlag for et kunnskapsrikt samfunn. I Steinkjer kommune er det flest arbeidsplasser innen varehandel, hotell og restaurant, samferdsel, finanstjenester, forretningsmessige tjenester og eiendom (Statistisk sentralbyrå).

4.6.2.4 Teknologiske faktorer

I bilbransjen er det en kontinuerlig utvikling innen teknologi. Eksempel på endringer som har påvirket bilbransjen er elektroniske systemer, kommunikasjons teknologi og sensorteknologi. Smart bruk av teknologi er viktig for å drive en virksomhet effektivt og det kan bidra til et grønnere samfunn. Miljø og teknologiske faktorer henger på en måte sammen og regjeringen ønsker å anvende teknologien for å skape et grønnere samfunn (Regjeringen, 2016).

Eksempel på teknologiske fremskritt som øker effektiviteten, sparer kostnader og bidrar til et grønnere samfunn er overgangen fra fysiske brev til digital kommunikasjon, målrettet markedsføring og digital dokumenthåndtering (Norges Bilbransjeforbund, 2017).

Bilprodusenten er tvunget til å implementere teknologien i driften for å forbedre produksjonen av nye biler. På grunn av den akselererende utviklingen vet ingen hvor begrensningene er og hvordan fremtidens biler vil se ut. Nord-Auto er betrygget av at deres leverandører følger med på den teknologiske utviklingen og at de anvender teknologien selv for å effektivisere driften. Nord-Auto AS har en profesjonell hjemmeside og er aktiv på sosiale medier som Facebook og Google, der legger de inn parametre som gjør at de treffer deres målgruppe. De har nærmest sluttet å markedsføre seg på papir, men ikke helt da de har kunder på nybil som er over 55 år og mange er over 75 år. I fremtiden mener Bjørgan at digitaliseringen vil bli større innen kort tid. Han tror at kundemottakere som selger verkstedtjenester vil komme bort og at det eksempelvis vil være en automat der kunden selv taster inn sitt verkstedsbehov.

4.6.2.5 Miljømessige faktorer

Fokus på miljø har fått en større betydning i samfunnet og omgivelsene stiller høyere krav til at selskap tar miljø- og samfunnsansvar. Mye av miljøhensyn er mot bilprodusentene der det handler mest om hvor miljøvennlig produksjonen er hos bilprodusentene. Det gjelder også at bilforhandlere møter omgivelsenes forventninger og forskrifter for å formidle at de er en seriøs aktør som tar samfunnsansvar.

Nord-Auto tar miljøet på alvor og de har vist omgivelsene at de er en seriøs aktør. Når det gjelder verkstedet følger de HMS-system på hvordan de skal håndtere avfall, utgatte

bilbatterier, kjemikalier osv. Det er ikke kjent at Nord-Auto har hatt noen skadelig effekt på miljøet. Nord-Auto har bidratt økonomisk til både Steinkjerfestivalen og fotballskoler, i tillegg støtter de lag og foreninger i Steinkjerområdet. Disse tiltakene har fått en betydning for samfunnet i form av muligheten til å tilby fritidsaktiviteter til lokalbefolkningen.

4.6.2.6 Lovmessige faktorer

Det finnes lover som gjelder for salg av bil og bilverksteder i Norge. De sentrale lovene er kjøpsloven, forbrukerkjøpsloven, håndverkertjensteloven, avtaleloven, salgsrettloven, markedsføringsloven og forskrift om omregistreringsavgift (Norges Bilbransjeforbund, udatert) Det stilles høyere krav til profesjonelle aktører og forbrukere er beskyttet av disse lovene.

Uklare avtaler vil som regel gå mot den profesjonelle part og derfor er det viktig at selskaper i bilbransjen har rutiner som er i tråd med de regler og lover som gjelder. Nord-Auto er en seriøs aktør og de har ikke hatt juridiske problem historisk sett. Dette er noe som Nord-Auto er stolte av ettersom bruktbilsalget topper disse listene. Nord-Auto ønsker fornøyde kunder og de tilstreber å bli enige med kundene.

4.6.3 Oppsummering av PESTEL-analysen

Politiske beslutninger påvirker bilbransjen, først stimulerte politiske beslutninger til kjøp av diesalbiler og senere ble det innført avgiftsfordeler for nullutslipps-biler. Det er viktig for Nord-Auto å følge med på de politiske manøvrene som i stor grad påvirker befolkningen i deres valg av bil. I perioden 2014-2018 har Norges Bank spådd en solid fremtid i den norske økonomien, samtidig som SSB sine prognoser viser en befolkningsutvikling i Steinkjer kommune. Resultatet virker å være positivt for den lokale næringen. Når det gjelder teknologi, miljø og juridiske forhold handler det om å være oppdatert på nye teknologiske muligheter, følge krav og forventninger til samfunnsansvar og skape rutiner for nye lover som blir gjeldende for Nord-Autos verkstedtjenester og salg av biler.

4.7 Porters fem konkurransekrefter

Ved hjelp av dette rammeverket skal konkurransesituasjonen i markedet som Nord-Auto opererer i bli analysert. Porters fem konkurransekrefter tar for seg substitutter, leverandører, kunder, konkurranse i bransjen og potensielle nyetableringer.

4.7.1 Trusler fra nære substitutter

Substitutter kan være vanskelige å definere og analysere. De mest nærliggende substituttene til Nord-Auto er kollektivtilbud og sykkel.

Da Steinkjer er en vesentlig mindre by enn Trondheim er det klart at bil som transportmiddel er et viktig fremkomstmiddel for mange. Av intervjuet med Øyvind Bjørgan kom det frem at det er et begrenset kollektivtilbud, og de var ikke kjent med sykkeltilbud i Steinkjer. Det er derfor vanskelig å si noe om hvorvidt lønnsomheten i bransjen dras ned av tilbudet på sykkel- og kollektivtransport, men basert på svarene vi fikk kan vi anta at det ikke har en stor påvirkning på bilbransjen.

En faktor som har bydd på utfordringer i flere bransjer er delingsøkonomien. Den stimulerer til å dele eiendelene mot betaling. Nabobil.no er ett eksempel, hvor man kan leie ut bilen sin i perioder hvor man ikke benytter seg av den selv. Dette konseptet har etterhvert vist seg å bli en kjent tjeneste innenfor delingsøkonomien. Da Nord-Auto holder til ute på landet sammenlignet med de store byene, kommer det frem at delingsøkonomien ikke har hatt en stor innvirkning på dem enda. De er likevel forberedt på at det en dag kan komme til Steinkjer også.

4.7.2 Leverandørens forhandlingsstyrke

Når leverandørens forhandlingsmakt analyseres er det et naturlig utgangspunkt å se på hvilke faktorer som påvirker maktbalansen mellom de ulike leverandørene og Nord-Auto. Da Nord-Auto har mange små leverandører som hver for seg har liten innvirkning på hvordan

selskapet drives, vil vi fokusere på de største leverandørene. Opel, Suzuki og Isuzu er hovedleverandørene til Nord-Auto, altså merkeimportørene. Leverandøren som har størst betydning for deres drift er Bertel O. Steen, som er en av Norges største leverandører på kjente merker som Mercedes Benz og Peugeot. Det kan også nevnes at det er ulike leverandører innen verkstedmateriell, forsikring, kontorrekvisita og finansiering. I denne analysen har disse små leverandørene begrenset relevans fordi de er relativt små sammenlignet med de store aktørene som leverer bilene til Nord-Auto, vi velger derfor å se bort fra dem.

Leverandørene opererer i et marked som er dominert av relativt få og store selskaper, som har avtaler med forhandlere som dekker spesifikke områder (Nord-Auto dekker for eksempel Steinkjer og omegn). Da Nord-Auto ikke forhandler andre typer kjøretøy eller transportmidler enn nye og brukte biler, konkurrerer ikke leverandørene med substitutter. Bilene som leverandørene får importert er avgjørende for verdiskapingen, og det er relativt høye byttekostnader. Likevel har Nord-Auto den fordelen at de også selger brukte biler, som gjør at risikoen ved å ha leverandører på nye biler blir mindre.

Leverandørene har høy grad av forhandlingsmakt, som begrenses ved at det må være et tett samarbeid mellom importør og forhandler. Nord-Auto prøver til dels å forhandle med leverandørene om salgsmålene, men opplever til tider at leverandørene har fastsatte mål som ikke er diskuterbare. Leverandørene er like avhengige av at bilene blir solgt som det forhandleren er. Med dette vil også leverandørene ha sine egne markeds kampanjer sentralt, i tillegg til at de støtter de lokale kampanjene som Nord-Auto foretar seg. Det er også vanlig at leverandørene tilbyr kursing av personell hos forhandlerne, og overvåker graden av tilfredshet blant kundene. Forholdet mellom Nord-Auto og de store leverandørene er preget av gjensidighet, samtidig foreligger det en lang oppsigelsesfrist for begge parter.

4.7.3 Kundenes forhandlingsstyrke

Det er naturlig at kundene ønsker best mulig kvalitet til lavest mulig pris (Roos mfl., 2014). Det forventes at pris og kvalitet skal samsvare, og leverandørene prissetter de ulike

bilmodellene etter hva de mener er konkurransedyktig og lønnsomt. Kundene har derfor liten grad av forhandlingsmakt når det gjelder pris ved kjøp av ny bil.

Kundenes grad av lojalitet til forhandler eller bilmerke kan også bidra til å begrense deres forhandlingsmakt gjennom at de verdsetter gode relasjoner eller produktet, fremfor å ha pris som avgjørende faktor. Nord-Auto tror at de har mange lojale kunder, men understreker at dette var mye sterkere for 10 år siden. Markedet har blitt veldig transparent siden da.

Likevel er det verdt å merke seg at bilbransjen består av mange forhandlere, og kunden har mange alternative forhandlere de kan gå til når de skal kjøpe ny bil. Majoriteten av kundemassen er ikke spesielt lojale til hverken forhandler eller merke, og står i utgangspunktet fritt til å velge et tilbud som svarer deres behov bedre enn hva Nord-Auto kan tilby.

Naturligvis vil det være en større grad av forhandlingsmakt blant kundene når det gjelder kjøp av bruktbil og- eller innbytte av eksisterende bil. Dersom en kunde ønsker å bytte inn sin nåværende bil, er Nord-Auto sin oppgave å taksere bilen og komme med et tilbud til kunden. Er ikke kunden fornøyd med prisen står de fritt til å dra til en annen forhandler for ny taksering. Da Nord-Auto selv takserer sine bruktbiler ligger det til rette for forhandling fra kundenes side, da kundene vet at en annen aktør kunne prissatt bilen til noe annet enn hva Nord-Auto gjør. Likevel kan det argumenteres for at det er tryggere å handle bruktbiler fra forhandlere enn å handle fra privatpersoner.

4.7.4 Konkurransen i bransjen

Produktsortiment og evnen til å skape gode kunderelasjoner er to viktige faktorer som skiller aktørene i bilbransjen fra hverandre. Det kommer frem at kundene i nybil markedet er i hovedsak opptatte av å få mest mulig bil for pengene, og at det da ikke er bilforhandlere selv som er konkurrentene. Det kan tyde på at fokuset på konkurrenter i hovedsak handler om produktet og ikke forhandlerne. De største konkurrentene for Nord-Auto er Steinkjer Bil, Auto Fire, Melhus Bil og Nardo Bil.

Bransjen har som nevnt vært preget av jevn vekst de siste årene. Selv om det er en kamp om å få kundene, gir en stabil økonomi og befolkningsvekst rom for forhandlerne til å vokse. Bilbransjen er preget av relativt høye lagerkostnader og faste kostnader. I andre bransjer kan dette føre til sterkere prispress i form av ønske om økt volum og lavere enhetskostnader. I bilbransjen som Nord-Auto opererer i foregår det hovedsakelig på nasjonalt plan, da leverandørene setter veiledende priser og bremser priskrigen lokalt.

4.7.5 Potensielle nye konkurrenter

Når vi vurderer trusselen fra nye aktører i bransjen bruker vi de syv mest sentrale etableringshindre til å se i hvor stor grad Nord-Auto er truet av potensielle nykommere. Etableringshindrene vi vurderer er stordriftsfordeler, produktdifferensiering, kapitalbehov, byttekostnader, adgang til distribusjonskanaler, kostnadsulempet og myndighetspolitikk.

4.7.5.1 Stordriftsfordeler

Under stordriftsfordeler er det i stor grad leverandørene som setter den største begrensningen. Leverandører ønsker i stor grad å ha et lavt antall bilforhandlere som skal dekke store geografiske områder, som selger deres biler. De gir heller ikke forhandlingsrett på biler som allerede er etablert og representert i det aktuelle markedet. Dette betyr at Nord-Auto sin konkurrent Steinkjer Bil vil ikke kunne selge samme biler av merket Opel som hva Nord-Auto får. Da de største bilmerkene allerede er representert i Steinkjer, vil den største nye trusselen være etablering av et nytt merke. Fra tid til annen vil det skje at et nytt bilmerke kommer på banen, men det tar nok en god stund før det kan måle seg med Opel i form av merkevare. Disse stordriftsfordelene gjør det tydelig at det ligger et klart etableringshinder for nye aktører som ønsker å komme inn i markedet og måle seg med Nord-Auto.

4.7.5.2 Produktdifferensiering

Produktene vi finner i bilbransjen består av en rekke modeller fra ulike merker som dekker alle mulige behov. Det finnes store forskjeller i komfort, design, størrelse, kvalitet og pris.

Det er ofte slike faktorer som skiller produktene fra hverandre. Da de fleste store merkene allerede er representert i området, vil det være vanskelig å finne et annet bilmerke som nyetablerere kan få forhandlingsrett på.

4.7.5.3 Kapitalbehov

Kapitalbehov vil variere ut ifra hvilken bransje man ønsker å operere i og kravene varierer ut ifra hvilken selskapsform man ønsker å etablere. Det vil variere med behov for lokaler, utstyr, innredning, verktøy og markedsføring. Flere av disse investeringene vil være “sunk cost”, som ikke kan selges videre uten store tap. Bilene vil naturligvis utgjøre en stor del av omsetningen, og innkjøpsprisen på bilene er relativt høy sammenlignet med mange bransjer. Dette gjenspeiler seg i analysen av nøkkeltall, gjennom lav resultatgrad i form av små marginer. Selv om mange vil finansiere oppstarten i form av lån fra banken, er det begrenset hvor mye man kan låne uten store krav til egenkapital. Med dette kan det argumenteres for at det stilles relativt høye krav til kapital ved en nyetablering i bilbransjen, og at dette er et etableringshinder for potensielle nykommere.

4.7.5.4 Byttekostnader

Byttekostnadene antas å være høye i bilbransjen, da et leverandørbytte i hovedsak betyr at man får forhandlingsrett på et annet bilmerke. Ved å bytte forhandlingsrett på bilmerker vil det medføre store kostnader i form av opplæring og kursing av de ansatte i tillegg til omprofilering for bilforhandleren.

4.7.5.5 Kostnadsulemper

Vi er ikke kjent med noen direkte kostnadsfordeler blant eksisterende aktører i bransjen, kostnadsulemper der derfor ikke sett på som et etableringshinder.

4.7.5.6 Myndighetspolitikk

Vi er ikke kjent med politiske beslutninger av norske myndigheter som særskilt hindrer potensielle aktører fra å etablere seg i bilbransjen.

4.7.6 Oppsummering av Porters fem konkurransekrefter

Avslutningsvis er det liten tvil om at bilbransjen preges av mange aktører som tilbyr samme produkter. Det vil i stor grad avhenge av pris når kundene velger hvilken leverandør de benytter, men også til dels erfaringer og lojalitet til forhandlere og merker. Bransjen er tøff og det er mye kapital som må til for å kunne gå inn i markedet og forhandle biler, de største truslene er allerede etablerte forhandlere som åpner butikk i Steinkjer. Nord-Auto befinner seg i en bransje hvor både kunder og leverandører besitter mye makt, og det er viktig for Nord-Auto å bli godt likt og at de fremstår som en profesjonell aktør.

Kapittel 5: Konklusjon

I dette kapitlet konkluderer vi på grunnlag av våre problemstillinger.

“Hvordan har lønnsomheten til Nord-Auto AS avd Steinkjer utviklet seg i perioden 2014 til og med 2018?” og “Hva kan mulige årsaker til utviklingen i lønnsomheten være?”

Problemstillingen er sammensatt, og for å få et helhetlig svar måtte vi se på både regnskaps- og markedssiden. Ved regnskapsanalysen fokuserte vi på lønnsomhet da det var mest relevant for problemstillingen. Nord-Auto har en fornuftig finansiering, gjennom at anleggsmidlene er finansiert med langsiktig gjeld og en del av omløpsmidlene er finansiert av kortsiktig gjeld, men store deler er finansiert av langsiktig gjeld. Dette er viktig siden de tross alt har betydelige varelager i form av biler som ikke er lett omsettelige. Det er derfor veldig fornuftig av de har en Finansieringsgrad 1 som er veldig lav. Nord-Auto har solide verdier på nøkkeltallene. De har en stabil utvikling i likviditeten. Dette gir et bærekraftig grunnlag som er viktig for lønnsomhetsutviklingen.

Angående soliditeten har det vært en positiv trend i egenkapitalandelen i 2014-2016. I 2017 stuper egenkapitalandelen og det kommer trolig av investeringene i Verdal. Da Nord-Auto fokuserte mer i Verdal enn på Steinkjer resulterte det i at lønnsomheten i Nord-Auto Steinkjer gikk ned. Det har vært en bra lønnsomhet i perioden, men i 2017 gikk lønnsomheten mest nedover.

Angående gjeldsgraden speiler den egenkapitalandelen. Gjeldsgraden har økt med 0,5 prosent fra 2014-2018 mens egenkapitalandelen har gått ned 1,5 prosent. En økning i gjeldsgrad er sjeldent positivt, men her er den minimal så Nord-Auto er likevel solid.

Nord-Auto tok over driften til bilforhandleren Visborg Auto høsten 2014 på grunn av de ikke fikk til å gå med overskudd. Nord-Auto lyktes med å snu den negative trenden og de var lønnsomme allerede første år i drift. Det har vært en god lønnsomhet og ROI, men det er en negativ sammenheng med investeringene i Verdal. Fra 2014 -2018 har det ikke skjedd store

endringer, de har blitt litt mindre solid og mer lønnsom. Fra 2014-2015 har det vært veldig bra, mens fra 2015-2018 har det gått litt nedover, dette gir mening hvis man ser det i sammenheng med markedsanalysen og intervjuet av Nord-Auto.

Av markedsanalysen kommer det frem at bilbransjen preges av mange store og små aktører, hvor produktene er like. I stor grad vil kundene kunne kjøpe samme bilen hos en rekke forhandlere, og da hos den forhandleren som gir mest konkurransedyktig pris. Det er likevel slik at bilforhandlere som Nord-Auto kan tilføre merverdi i form av deres gode omdømme og hvilken service de gir ved kjøp av bil. Ytelser som kan tilføre merverdi er for eksempel gratis dekkskift det første året, ekstra vindusviskere eller en gratis bilvask når kunden ønsker det. Som vist gjennom oppgaven er det få faktorer som skiller forhandlerne fra hverandre, og det er derfor viktig å tilstrebe høy grad av lojalitet fra kundene sine. Dersom noen er fornøyde med kjøpet og servicen de får hos sin forhandler, vil kunden ha større sannsynlighet for å anbefale samme forhandler til venner og familie.

Av PESTEL-analysen kommer det fram at politiske beslutninger kan ha påvirket lønnsomheten til Nord-Auto i perioden 2014-2018 gjennom at elbilkjøperen ikke behøver betale engangsavgift eller merverdiavgift på bilen. Dette gjorde at Tesla kom inn på det norske markedet og lot den vanlige mannen i gata få muligheten til å kjøpe en sportsbil i millionklassen og slipper å betale 500 000-700 000 kr i avgifter på bilen. I 2017 fikk Nord-Auto inn elbilen Opel Ampera-e i sitt sortiment og Nord-Auto fikk mange bestillinger på denne elbilen. Opel fikk leveringsproblem og fabrikken satte prisen opp underveis. Mange kunder annullerte kjøpet og kjøpte bil fra andre el-bilmerker, som også kan ha påvirket lønnsomheten i perioden.

Nord-Auto har ikke hatt juridiske problemer historisk sett og kulturen på Nord-Auto er å tilstrebe seg fornøyde kunder. I tillegg har Nord-Auto bidratt økonomisk til både Steinkjerfestivalen, fotballskoler og de støtter de lag og foreninger i Steinkjerområdet. Disse tiltakene har fått en betydning for samfunnet og kan ha en indirekte påvirkning på lønnsomheten til Nord-Auto, sammenlignet med konkurrentene.

Når vi ser på regnskaps- og markedsanalysen ser vi at det har vært en stabil økning i lønnsomheten til Nord-Auto i perioden 2014-2018. Det kommer frem gjennom benchmarkingen at Nord-Auto over årene har lykket seg i å penetrere markedet. Nedgangen i lønnsomhet fra 2016-2018 kommer av investeringen de gjorde ved å åpne butikk i Verdal, noe vi tror vil lønne seg i fremtiden.

Til slutt kan vi konkludere med at til tross for en negativ utvikling i total kapitalrentabiliteten fra 2015 til og med 2018 har Nord-Auto hatt en relativt god og solid utvikling i lønnsomheten gjennom 2014 til og med 2018. Den solide utviklingen i lønnsomheten kommer tydelig frem i benchmarkingen med Steinkjer Bil AS og Nordvik AS, da vi kan se at Nord-Auto har en betydelig bedre lønnsomhet. Total kapitalrentabiliteten alene er ikke representativ for den faktiske lønnsomhetsutviklingen, og man trenger flere faktorer for å beskrive hvordan utviklingen har vært. Derfor er denne konklusjonen basert på alle inkluderte nøkkeltall i regnskapsanalysen og støttes opp med markedsanalysen.

Kilder

Bøker

Jacobsen, Dag Ingvar (2018). Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode, 3. Utgave. Cappelen Damm Akademisk.

Kristoffersen, Trond (2019) *Årsregnskapet – en grunnleggende innføring*. 6. utgave. Bergen: Fagbokforlaget.

Porter, Michael E. (1980) *Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press

Roos, G. Von Krogh, G. Roos, J. Boldt-Christmas, L. (2014). *Strategi – en innføring*, 6. utgave. Fagbokforlaget.

Nettsider

Bilnytt.no: Ukjent forfatter. Tilgjengelig fra:

<http://www.bilnytt.no/subscriber/showarticle.aspx?articleid=8021> (Hentet: 03.04.2020)

Lovdata: Ukjent forfatter. Tilgjengelig fra:

https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56/KAPITTEL_3?fbclid=IwAR1khDtyTzo7dh420raQeGdOI94WiRqSQ8exauhChRTYYi_iIYjkZRJIZ50#KAPITTEL_3 (Hentet: 20.04.2020)

Nord-auto.no: Ukjent forfatter. Tilgjengelig fra:

<https://nord-auto.no/> (Hentet: 15.01.2020)

Norges bank: ukjent forfatter. Tilgjengelig fra: <https://www.norges-bank.no/aktuelt/nyheter-og-hendelser/Publikasjoner/Pengepolitisk-rapport-med-vurdering-av-finansiell-stabilitet/2019/ppr-419/> (Hentet: 21.02.2020)

Norges Bilbransjeforbund: Ukjent forfatter. Lover og regler. Tilgjengelig fra: <https://www.nbf.no/naeringsjus-og-kundesaker/lover-og-regler-article1932-341.html> (Hentet: 15.01.2020)

Oslo business forum: Ukjent forfatter. Tilgjengelig fra: <https://www.obforum.com/lederskap/bilbransjen-totalt-forandret-innen-5-ar> (Hentet: 03.03.2020)

OVS: Ukjent forfatter. Tilgjengelig fra: <https://ofv.no/bilsalget/bilsalget-i-januar-2020> (Hentet: 21.02.2020)

Pestleanalysis.com: Ukjent forfatter. Tilgjengelig fra: <https://pestleanalysis.com/what-is-pestle-analysis/> (Hentet: 15.01.2020)

Porters five forces: Forfatter: Jim Chappelow. Tilgjengelig fra: <https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp> (Hentet: 03.03.2020)

Proff.no: Ukjent forfatter. Nord-Auto AS. Tilgjengelig fra: <https://www.proff.no/regnskap/nord-auto-as/steinkjer/biler-og-kj%C3%B8ret%C3%B8y/IF455EJ0CUX/> (Hentet: 15.02.2020)

Proff.no: Ukjent forfatter. Nordvik AS avd Steinkjer Bilforretning. Tilgjengelig fra: <https://www.proff.no/selskap/nordvik-as-avd-steinkjer-bilforretning/steinkjer/biler-og-kj%C3%B8ret%C3%B8y/IG3EMXS0CUX/> (Hentet: 24.02.2020)

Proff.no: Ukjent forfatter. Steinkjer Bil AS. Tilgjengelig fra: <https://www.proff.no/regnskap/steinkjer-bil-as/steinkjer/biler-og-kj%C3%B8ret%C3%B8y/IG5NV6Z0CUX-1/> (Hentet: 15.02.2020)

Regjeringen: Covid-19. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/en/topics/koronavirus-covid-19/id2692388/> (Hentet: 03.04.2020)

Regeringen: Fremtidens digitale hverdag- konferanse i Oslo 10.mai 2016. Tilgjengelig fra:
<https://www.regjeringen.no/no/sub/regjeringens-omstillingskonferanser/framtidens-digitale-hverdag--10.-mai/id2477632/> (Hentet: 24.02.2020)

Statistisk sentralbyrå. Ukjent forfatter. Tilgjengelig fra:
<https://www.ssb.no/kommunefakta/steinkjer> (Hentet: 21.02.2020)

