

Julie Lois Bjørnhaug
Sofie Johanne Klaussen
Håkon Butli Hammer

Regnskapsanalyse av XXL Sport & Villmark AS

Hvordan har lønnsomheten til XXL Sport & Villmark AS utviklet seg i perioden 2017 til 2020, og hva kan mulige årsaker til utviklingen være?

Bacheloroppgave i Økonomi og Administrasjon
Veileder: Tor-Eirik Olsen
April 2022

Julie Lois Bjørnhaug
Sofie Johanne Klaussen
Håkon Butli Hammer

Regnskapsanalyse av XXL Sport & Villmark AS

Hvordan har lønnsomheten til XXL Sport & Villmark AS utviklet seg i perioden 2017 til 2020, og hva kan mulige årsaker til utviklingen være?

Bacheloroppgave i Økonomi og Administrasjon
Veileder: Tor-Eirik Olsen
April 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen



Kunnskap for en bedre verden

Forord

Vi er tre sisteårsstudenter ved NTNU Handelshøyskole i bachelor for Økonomi og administrasjon. Vi har skrevet en avsluttende bacheloroppgave som tilsvarer 7,5p i forbindelse med vår studieretning Økonomisk styring.

Oppgaven vår omhandler en regnskapsanalyse av XXL Sport & Villmark AS for perioden 2017 til 2020. Vi har valgt å fokusere på lønnsomhetsutviklingen til XXL, hvor vi vektlegger nøkkeltallet totalkapitalrentabilitet med en dekomponering, slik at vi i tillegg ser på resultatgrad og totalkapitalens omløpshastighet. Vi ser i tillegg til dette på finansieringen, likviditeten og soliditeten til XXL, og gjennomfører en strategisk analyse for å få et helhetlig bilde av lønnsomhetsutviklingen.

For å besvare oppgaven har vi benyttet oss av regnskapstall fra Proff.no, samt tilgjengelig informasjon om bedriften på nettet. Vi har i tillegg benyttet oss av kunnskap vi har opparbeidet oss gjennom bachelorgraden vår ved NTNU.

Vi ønsker å takke Tor-Eirik Olsen som har vært vår veileder og fagansvarlig. Han har gitt oss god gjennomgang av teori, samt rådgivning og oppfølging gjennom hele prosessen, som har bidratt til at vi har fått et stort læringsutbytte og mye inspirasjon til vår bacheloroppgave.

Trondheim, vårsemester 2022

Sammendrag

I vår bacheloroppgave har vi gjennomført en regnskapsanalyse med hovedfokus på lønnsomhet i perioden 2017 til 2020 av XXL Sport & Villmark AS. Vi har tatt utgangspunkt i en nøkkeltallsanalyse for å besvare problemstillingen vår, hvor vi ser på finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet. For å se hva som kan være mulige årsaker til utviklingen av lønnsomheten til XXL i perioden har vi også utført en strategisk analyse, hvor vi har brukt PESTEL- og SWOT-analyse.

Nøkkeltallene innenfor finansiering og likviditet har vist en negativ trend fra perioden 2017 til 2019, men får en forbedring i 2020. Den negative trenden skyldes hovedsakelig større andel kortsiktig finansiering de tre første årene, noe som endrer seg i 2020. Videre viser soliditeten å ha vært tilfredsstillende gjennom perioden, med en positiv utvikling siden 2018, utenom en nedgang i 2019 i rentedekningsgraden som skyldes et negativt resultat dette året. Til slutt så har det vist seg at XXL har hatt en god lønnsomhet gjennom hele perioden, til tross for at den var relativt lav i 2017 sammenlignet med andre aksjeselskap på grunn av lavere inntekter.

Det ble forsøkt å gjennomføre en benchmark av XXL for å forsterke oppgaven, men da vi ikke klarte å finne en konkurrent som hadde tilsvarende lik organisasjonsstruktur som XXL tok vi en avgjørelse om å ikke gjennomføre det.

For å forklare tallene fra regnskapsanalysen, gjennomførte vi en PESTEL-analyse og en SWOT-analyse. Dette har gitt oss en bedre innsikt i faktorer som kan ha påvirket lønnsomheten til XXL har oppnådd i perioden. Én av faktorene som har bidratt til den positive lønnsomheten er netthandel tilbudet deres, som har vært en viktig bidragsyter under pandemien.

Abstract

We conducted an accounting analysis in this bachelor thesis, focusing on the profitability of XXL Sport & Villmark AS from 2017 to 2020. Our analysis was based on the key financial figures for: financing, liquidity, solvency, and profitability. We chose to conduct a strategic analysis using PESTEL and SWOT to gain a better understanding of the development of profitability over time.

The key financial figures for financing and liquidity had a negative trend from 2017 to 2019, but they improved in 2020. The negative trend was primarily due to a high use of short-term capital, which they manage to reduce in 2020. Furthermore, while the solvency has been satisfactory throughout the period, with a positive trend beginning in 2018, the interest coverage ratio fell in 2019 due to a negative result in that year. Throughout the period, however, profitability has shown a positive trend despite a relatively bad year in 2017 compared to other joint stock companies due to lower income that year.

We attempted to include a benchmark in the bachelor thesis, but we were unable to find a competitor with sufficient similarities to XXL to allow us to compare the two. We therefore decided not to include one.

To supplement the profitability analysis, we conducted two strategic analyses: PESTEL and SWOT. They provided us with more information about the factors that may have influenced XXL's profitability during that time period in question. Their online store, which was especially important during the pandemic, was one of the factors that contributed to the positive profitability.

Innholdsfortegnelse:

1.0 Innledning	6
1.1 Bakgrunn for oppgaven	6
1.2 Problemstilling	6
1.3 Oppgavens videre struktur	7
2.0 Presentasjon av bedrift og marked	8
3.0 Teori	9
3.1 Regnskapsanalyse	9
3.1.1 Finansiering	9
3.1.2 Likviditet	10
3.1.3 Soliditet	10
3.1.4 Lønnsomhet	11
3.2 Strategisk analyse	13
3.2.1 PESTEL	13
3.2.2 SWOT	16
4.0 Metode	17
4.1 Problemstilling	17
4.2 Undersøkellesdesign	17
4.3 Valg av metode og datainnsamling	17
4.4 Gyldighet og reliabilitet	18
5.0 Analyse	20
5.1 Nøkkeltallsanalyse	20
5.1.1 Finansiering	21
5.1.2 Likviditet	23
5.1.3 Soliditet	25
5.1.4 Lønnsomhet	28
5.2 Benchmarking	33
5.3 Strategisk analyse	33
5.3.1 PESTEL	33
5.3.2 SWOT	37
6.0 Konklusjon	40
7.0 Litteraturliste:	42
Vedlegg/Appendix	45
Resultatregnskap	45
Balanseregnskap	46

Figuroversikt:

Figur 1: <i>PESTEL-analyse</i>	15
Figur 2: <i>SWOT-analyse</i>	17
Figur 3: <i>Utviklingen i arbeidskapital fra 2017 til 2020</i>	22
Figur 4: <i>Utviklingen i finansieringsgrad 1 fra 2017 til 2020</i>	23
Figur 5: <i>Utviklingen i likviditetsgrad 1 fra 2017 til 2020</i>	24
Figur 6: <i>Utviklingen i likviditetsgrad 2 fra 2017 til 2020</i>	25
Figur 7: <i>Utviklingen i egenkapitalandel fra 2017 til 2020</i>	26
Figur 8: <i>Utviklingen i gjeldsgrad fra 2017 til 2020</i>	27
Figur 9: <i>Utviklingen i rentedekningsgrad fra 2017 til 2020</i>	28
Figur 10: <i>Utviklingen i Totalkapitalrentabilitet fra 2017 til 2020</i>	29
Figur 11: <i>Utviklingen i resultatgrad fra 2017 til 2020</i>	31
Figur 12: <i>Utviklingen i total kapitalens omløpshastighet fra 2017 til 2020</i>	32
Figur 13: <i>Utviklingen i egenkapitalrentabilitet etter skatt fra 2017 til 2020</i>	33
Figur 14: <i>SWOT-analyse av XXL</i>	38

Tabelloversikt:

Tabell 1: <i>Oversikt over nøkkeltall</i>	21
---	----

1.0 Innledning

I dette kapittelet skal vi vise til motivasjonen vår bak oppgaven og objektet vi har valgt å studere. Vi skal også se på problemstillingen for oppgaven, før vi til slutt presenterer oppgavens videre struktur for å gi en oversikt for leseren.

1.1 Bakgrunn for oppgaven

Vi er tre økonomistudenter som alle har trivdes godt med ulike regnskapsfag gjennom studieløpet. Gruppens interesse av å gjennomføre en lønnsomhetsanalyse gjennom en regnskapsanalyse var derfor stor. I tillegg ville vi utføre en strategisk analyse for å forsøke å forklare lønnsomhetsutviklingen.

Vi bestemte oss for å gå for selskapet XXL Sport & Villmark AS grunnet de mange medieoppslagene gjennom 2019 og 2020 om deres nedgang i lønnsomhet. De hadde svært røde tall, men selv med problemene de hadde, er XXL i dag Norges største sportskjede. Vi var nysgjerrige på hvordan lønnsomhetsutviklingen var i bedriften, og hvordan utviklingen har vært de siste årene.

Ved valg av selskap vurderte vi også hvilke markeder vi syntes var interessante. Vi hadde alle lagt merke til den kraftige veksten i sportsbransjen, blant annet grunnet den store etterspørselen av tur-og friluftsutstyr etter at pandemien brøt ut i mars 2020. Dette var et marked som allerede hadde fanget oppmerksomheten vår, og da var det naturlig for oss å skrive om den største aktøren i markedet, nemlig XXL.

1.2 Problemstilling

Vi ønsket å belyse XXLs lønnsomhetsutvikling over tid, samtidig som vi prøvde å peke på mulige årsaker til utviklingen. Vi formulerte problemstillingen slik:

«Hvordan har lønnsomheten til XXL Sport & Villmark AS utviklet seg i perioden 2017 til 2020, og hva kan mulige årsaker til utviklingen være?»

For å svare på problemstillingen har vi analysert noen utvalgte nøkkeltall til XXL innenfor finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet, i tillegg til en strategisk analyse av bedriften.

Gjennom både nøkkeltallsanalysen og den strategiske analysen mener vi at vi har fått nok innsikt til å svare godt på problemstillingen.

1.3 Oppgavens videre struktur

Denne oppgaven vil først presentere bedriften og markedet den opererer i. Deretter vil vi gå gjennom grunnleggende teori rundt regnskapsanalysen og den strategiske analysen som er blitt gjort. Videre vil vi presentere våre metodevalg for oppgaven, før vi følger opp med selve analysen av bedriften. Avslutningsvis forsøker vi å komme med en konklusjon til problemstillingen.

2.0 Presentasjon av bedrift og marked

XXL ble grunnlagt i år 2000 av Øivind Tidemanden, som er styremedlem og en av de største eierne av XXL (XXL, 2019). Bedriften ble etablert med konseptet om at de skulle være den eneste sportsbutikken man trengte. Varesortimentet skulle være bredt og av høy kvalitet. Dette skulle de tilby til markedets beste priser.

XXL åpnet sin første butikk i Oslo i 2001. Siden den gang har bedriften vokst kraftig. Innen 2007 hadde XXL åtte butikker og kapret markedsandeler på 8% i Norge. Bedriften ekspanderte til Sverige i 2010, Finland i 2014, netthandel i Danmark i 2016 og Østerrike i 2017. I 2013 ble XXL den største sportskjeden i Norge ved å passere Gresvig-konsernet, eieren av sportskjedene G-Sport, G-Max og Intersport (E24, 2014). XXL oppnådde da en markedsandel på 24%. I 2015 vokste de videre til å bli Nordens største sportskjede. I 2021 er XXL fortsatt sportsbransjens ledende aktør med en markedsandel på 32,1%, med Sport1 liggende rett bak med en markedsandel på 30,5% (Hopland, 2022).

I dag har XXL over 5 000 ansatte og over 90 varehus i Norge, Sverige, Finland og Østerrike, hvorav 37 av de er i Norge. I tillegg er de også Nordens største sportsbutikk på nett (XXL, 2019). XXLs visjon er «å bli den foretrukne destinasjonen for sport og friluftsliv i Europa» (XXL, 2019).

Sportsbransjen er preget av svært hard konkurranse mellom bedriftene om markedsandeler. XXL er som tidligere nevnt den største aktøren i sportsbransjen, i hard konkurranse fra spesielt Sport1. I de siste årene har ikke konkurransen bare dreid seg om de ulike sportskjedene, men også aktører fra andre bransjer. Klesbransjen med sitt brede vareutvalg og utenlandske nettaktører har tatt markedsandeler fra sportsbransjen. Samtidig har leverandørene begynt å selge sine produkter gjennom egne salgskanaler.

Omsetningstallene fra 2020 viser at sportskjedene sto for 57% av omsetningen i sportsbransjen, mens de resterende 43% kom fra andre aktører. Til kontrast, sto sportskjedene for hele 90% av sportsbransjens omsetning for 6-7 år siden (Sportsbransjen, 2022). Dette forteller om en bransje i endring. Likevel har sportskjedenes totale omsetningstill økt med 3,5% fra 2020 til 2021, som beviser hvor stort det norske markedet er for sports- og turutstyr.

3.0 Teori

I dette kapittelet skal vi presentere analysene vi skal benytte oss av for å se på og forklare lønnsomhetsutviklingen til XXL. Vi skal forklare hva en regnskapsanalyse er med fokus på nøkkeltall for å se på lønnsomhetsutviklingen over de siste årene. Videre skal vi presentere de strategiske analysene PESTEL og SWOT som vi skal benytte oss av for å forklare faktorer som kan ha preget lønnsomhetsutviklingen til XXL.

3.1 Regnskapsanalyse

Regnskapsanalyse har som formål å si noe om bedriftens økonomiske stilling og utvikling. Det finnes flere metoder for å gjennomføre en regnskapsanalyse, hvor de vanligste er: horisontale analyser, vertikale analyser og nøkkeltallsanalyser. Ved bruk av en horisontal analyse vil man se på de samme nøkkeltallene over en gitt tidsperiode for å sammenligne utviklingen, mens ved en vertikal analyse ser man på regnskapsposter og sammenligner de med en fast størrelse. Vi skal i vår bacheloroppgave ta for oss en nøkkeltallsanalyse hvor vi skal se på forholdene mellom bedriftens regnskapsposter gjennom de ulike nøkkeltallene. Det er fire forhold som vurderes hovedsakelig når man foretar en grunnleggende regnskapsanalyse; finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet (Kristoffersen, 2016).

3.1.1 Finansiering

Finansiering omhandler både anskaffelse og anvendelse av kapital. Det tas utgangspunkt i sammensetningen av bedriftens eiendeler i analysen av finansiering, som kan både være kortsiktig og langsiktige eiendeler. En sunn finansiering er ofte kjennetegnet av at kapitalen som er bundet til anleggsmidlene er finansiert av langsiktig kapital. Langsiktig kapital er summen av både egenkapital og langsiktig gjeld (Kristoffersen, 2016). Følgende nøkkeltall som er relevante her er: arbeidskapital, finansieringsgrad 1 og finansieringsgrad 2.

Arbeidskapital er differansen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld. For at et selskap skal ha god finansiering, så må arbeidskapitalen være positiv. Er arbeidskapitalen negativ tyder det på at deler av selskapets anleggsmidler er finansiert med kortsiktig gjeld, mens en sunn finansieringsstruktur tilsier at kapitalen som er finansiert i anleggsmidler bør være langsiktig kapital. Med andre ord, en negativ arbeidskapital vil tilsa lav likviditet og dårlig inntjening (Kristoffersen, 2016). Formelen på arbeidskapital er som følger:

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

Finansieringsgrad 1 forteller om hvor stor del av anleggsmidlene som er finansiert av langsiktig kapital. Dette nøkkeltallet bør være mindre enn 1 fordi det tilsier at anleggsmidlene i sin helhet er finansiert av langsiktig kapital, samt deler av omløpsmidlene (Kristoffersen, 2016). Med formel:

$$\textit{Finansieringsgrad 1} = \textit{anleggsmidler/langsiktig kapital}$$

Finansieringsgrad 2 viser hvor stor del av omløpsmidlene som er finansiert med kortsiktig gjeld. Den gir en indikasjon på selskapets kortsiktige likviditet, og bør være over 1. En finansieringsgrad 2 på over 1 indikerer at bedriften klarer å betale alle deres forsiktede forpliktelser (Visma økonomioversikt, nøkkeltallsrapport). Formelen er:

$$\textit{Finansieringsgrad 2} = \textit{omløpsmidler/kortsiktig gjeld}$$

3.1.2 Likviditet

Likviditet forteller oss om en bedrifts betalingsevne, og en kartlegging av deres evne til å betale forpliktelser før forfall. For å analysere likviditeten i XXL har vi valgt å ta utgangspunkt i likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2, som har følgende formler:

$$\textit{Likviditetsgrad 1} = \textit{omløpsmidler/kortsiktig gjeld}$$

$$\textit{Likviditetsgrad 2} = \textit{mest likvide omløpsmidler/kortsiktig gjeld}$$

Omløpsmidler som kan omgjøres til likvider ved enkle transaksjoner er de mest likvide omløpsmidlene. Dette vil som regel være samtlige omløpsmidler, hvor varebeholdningen er et unntak. Likviditetsgrad 1 blir også kalt for “Current ratio” mens likviditetsgrad 2 blir kalt for “Quick ratio” eller “Acid test” (Kristoffersen, 2016).

3.1.3 Soliditet

Soliditet viser en bedrifts evne til å tåle tap. Den er som regel tett knyttet til størrelsen på bedriftens egenkapital sammenlignet med totalkapitalen (Kristoffersen, 2016). Her er sentrale nøkkeltall: egenkapitalandel, gjeldsgrad og rentedekningsgrad.

Egenkapitalandel sier hvor stor prosentandel av eiendelene til en bedrift som er finansiert med egne midler. Soliditeten er bedre desto høyere nøkkeltallet er (Kristoffersen, 2016).

$$\text{Egenkapitalandel} = (\text{egenkapital} * 100\%)/\text{totalkapital}$$

Gjeldsgrad viser hvordan forholdet er mellom kapitalen som er finansiert av utenforstående og kapitalen eierne av bedriften har finansiert. Jo lavere tallet er, desto bedre soliditet har bedriften. Dette er fordi en gjeldsgrad på 1 betyr at egenkapitalen og gjelden er like stor, men egenkapitalandelen avtar med økende gjeldsgrad og derfor er lav gjeldsgrad ønskelig (Kristoffersen, 2016).

$$\text{Gjeldsgrad} = \text{gjeld}/\text{egenkapital}$$

Rentedeckningsgrad forteller om hvor stor grad de er i stand til å betale rentekostnadene sine. Den er påvirket av bedriftens lønnsomhet og rentekostnader, som vil si at høy lønnsomhet medfører høy rentedeckningsgrad og følgelig god soliditet (Kristoffersen, 2016).

$$\text{Rentedeckningsgrad} = (\text{ordinært resultat før skatt} + \text{rentekostnad})/\text{rentekostnader}$$

3.1.4 Lønnsomhet

Lønnsomhet forteller oss om bedriftens evne til å skape overskudd. Uten tilstrekkelig lønnsomhet vil ikke en bedrift overleve på lang sikt. Dette er på grunn av at det er lønnsomheten som styrer hvor attraktivt det er for eiere og investorer å skyte inn egenkapital i bedriften. Enkelt forklart vil dette si at inntektene må være større enn kostnadene for at en bedrift skal overleve på lang sikt (Kristoffersen, 2016). For å analysere lønnsomheten til XXL så har vi valgt å fokusere på nøkkeltallene totalkapitalrentabilitet og egenkapitalrentabilitet. Vi skal også dekomponere totalkapitalrentabiliteten og se på resultatgrad og totalkapitalens omløpshastighet for å få bedre innsikt i nøkkeltallet.

Totalkapitalrentabilitet er et lønnsomhetsmål for den totale kapitalen i bedriften, både egenkapital og fremmedkapital. Den tar høyde for ulike elementer ved lønnsomhet, som

inntekter, kostnader og investeringer (Kristoffersen, 2016). Formelen skrives på generell form slik:

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = (\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}) / \text{Gj.sn. totalkapital}$$

For å analysere totalkapitalrentabiliteten så skal vi, som nevnt, dekomponere den ved bruk av DuPont-modellen. Dette vil gi oss viktig innsikt i hvorfor totalkapitalen er som den er, og hva som må forbedres eller endres for å øke lønnsomheten. Ved å dekomponere totalkapitalrentabilitet vil vi se på resultatgraden og totalkapitalens omløpshastighet. Resultatgraden viser hvor mye av inntekten som er til fortjeneste og rentekostnader, mens totalkapitalens omløpshastighet måler hvor effektivt XXL benytter kapitalen bundet i bedriften (Visma Økonomioversikt, nøkkeltallsrapport). Begge kan sees på som et effektivitetsmål for å sammenligne med andre bedrifter.

$$\text{Resultatgrad} = ((\text{driftsresultat} + \text{finansinntekter}) / \text{driftsinntekter}) * 100$$

$$\text{Totalkapitalens omløpshastighet} = \text{driftsinntekter} / \text{gjennomsnittlig totalkapital}$$

Egenkapitalrentabilitet forteller oss hvor stor avkastning eierne har på kapitalen sin i bedriften. Dette nøkkeltallet viser hvordan tidligere investeringer har utviklet seg, og kan hjelpe investorer å velge den mest attraktive bedriften å investere i (Kristoffersen, 2016). Høy rentabilitet på investeringer er dermed positivt for bedriften, da dette gjør de mer attraktiv for andre potensielle investorer. Formlene er som følger:

$$\text{Egenkapitalrentabilitet før skatt} = \text{ordinært resultat før skatt} / \text{gjennomsnittlig egenkapital}$$

$$\text{Egenkapitalrentabilitet etter skatt} = \text{ordinært resultat etter skatt} / \text{gjennomsnittlig egenkapital}$$

3.2 Strategisk analyse

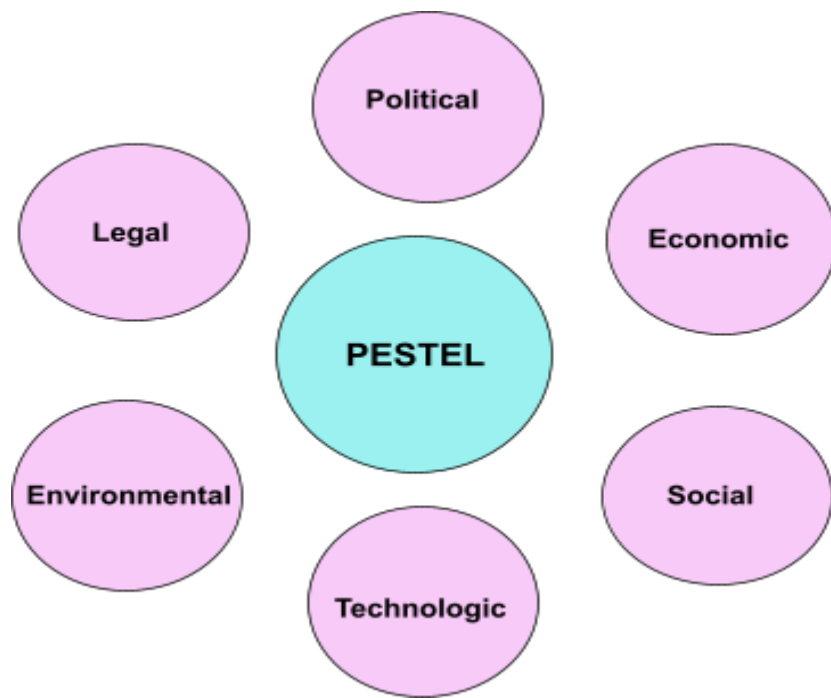
For å finne mulige årsaker bak utviklingen i lønnsomheten til XXL i perioden 2017-2020 skal vi også gjennomføre en strategisk analyse. Vi ønsker å benytte en strategisk analyse i tillegg til en regnskapsanalyse, da vi mener dette kan gi en bedre forståelse av hvordan lønnsomheten har utviklet seg til XXL. I vår strategiske analyse ønsker vi å se på forhold som kan ha påvirket utviklingen i lønnsomheten til XXL, samt hvordan bedriftens posisjon er i markedet. For å analysere disse forholdene skal vi benytte oss av en PESTEL- og SWOT-analyse.

En PESTEL-analyse tar for seg makroforhold, eksterne forhold, som påvirker en bedrift. Dette er forhold som kan ha stor innvirkning på en virksomhets muligheter i markedet, samt være en trussel for bedriften da det er vanskelig for en bedrift å påvirke disse forholdene. En SWOT analyse ser i likhet med PESTEL på trusler og muligheter bedriften står ovenfor, i tillegg til at den tar høyde for bedriftens styrker og svakheter for å overkomme trusler og gripe muligheter i markedet.

3.2.1 PESTEL

I en PESTEL-analyse tar man for seg bedriftens makroomgivelser og analyserer disse, noe som kan være et viktig verktøy å bruke når en bedrift skal utforme en strategi. Grunnen for at vi velger å bruke denne analysen i vår oppgave er fordi vi mener det er viktig å se på hvordan omgivelsene til bedriften har vært i denne perioden, da det gir et overblikk av hvilke muligheter, samt trusler, bedriften har stått ovenfor. Dette mener vi kan gi en bedre forståelse av hvorfor lønnsomheten til XXL har endret seg.

PESTEL-analysen ser på de politiske, økonomiske, samfunnsmessige, teknologiske, miljømessige og juridiske makroforhold som påvirker en bedrift, både på kort og lengre sikt. Disse omgivelsene kan gi bedriften flere strategiske muligheter, men kan også være med på å begrense deres handlingsrom. Formålet med analysen er å gi en oversikt over hvilke av disse forholdene som er de viktigste for bedriften, noe som kan gjøre en bedrift mer forberedt på trusler og se nye muligheter i markedet. Ved å være forberedt på eventuelle endringer i omgivelsene kan bedriften redusere risikoen for at disse endringene skal kunne påvirke verdiskapingen deres (Fjeldstad og Lunnan, 2018).



Figur 1: *PESTEL-analyse - selvkomponert figur i Microsoft Word*

Politiske faktorer:

Politiske faktorer omhandler myndigheter og deres politikk som påvirker handel og industri i markedet bedriften operer i. Politikken som føres i et land har stor betydning for bedrifter da det bestemmer skatter og avgifter og legger retningslinjer som virksomheter må forholde seg til. I tillegg til de nasjonale retningslinjene for næringslivet er det også internasjonal handelspolitikk som påvirker bedriftene i Norge. Et eksempel på en handelsavtale som er viktig for Norge er EØS-avtalen. Denne gir bedriftene tilgang på et veldig stort marked og gjør det enklere å handle med landene. I tillegg gjør avtalen det mer forutsigbart for norske bedrifter da det er et felles sett med regler som gir de samme konkurransevilkår som andre europeiske bedrifter har (NHO).

Økonomiske faktorer:

Økonomiske faktorer kan omhandle alt fra inflasjon og styringsrente, til arbeidsledighet i samfunnet, og er følgelig noe som har betydning bedrifter. Hvordan økonomien er i de omgivelsene en bedrift opererer i, har stor betydning for strategiske valg bedriften må ta i form av prissetting av produkter, investeringsmuligheter, ekspandering, eventuelt avvikle deler av virksomheten. Hvis en bedrift ikke tar disse forholdene til betraktning kan det føre til suboptimale beslutninger, som feilprising, noe som kan få konsekvenser for lønnsomheten til en bedrift.

Samfunnsmessige faktorer:

Samfunnsmessige faktorer handler om hvordan samfunnet og konsumentene endrer behov, preferanser og holdninger som kan påvirke bedriften, samt hvordan samfunnet er satt sammen i forhold til demografi, befolkningsstørrelse m.m. Det er viktig å at bedriften følger med på trender som utvikler seg for å være konkurransedyktige og imøtekomme de behovene kundene og samfunnet har. Utbredelsen av nettbutikker er et eksempel en stor trend som har utviklet seg i samfunnet og ført til et mindre behov for de fysiske butikkene. Dette er noe som har påvirket de fleste detaljhandelene og ført til at virksomheter har måtte tilpasse seg trenden.

Teknologiske faktorer:

Teknologiske faktorer innebærer endring, vekst og utbredelse av grunnleggende teknologi. En teknologi som dominerer i et marked kan være kort eller langsiktig, helt avhengig av om det kommer nyere og bedre innovasjoner. Hvis man opererer i et marked hvor teknologien endrer seg lite, kan man bruke mindre tid og ressurser på teknologi, mens andre markeder kanskje må bruke mye ressurser på den teknologiske utviklingen.

Miljømessige faktorer:

Miljø er en viktig faktor i dagens samfunn, og en organisasjon er nødt til å ta miljømessige og etiske hensyn i det markedet de opererer i. Det er viktig at en bedrift identifiserer og analyserer hvilke miljømessige-faktorer som er aktuelle og viktige i sitt marked, for å kunne imøtekomme både krav fra myndighetene, samt kravene fra kunder og samfunnet. FNs bærekraftsmål og Parisavtalen indikerer at miljømessige faktorer blir stadig viktigere, samt fører til flere lovpålagte miljøkrav fra myndighetene som bedrifter må følge, i tillegg til å sette sine egne mål og krav til bærekraftighet. Bedrifter kan blant annet benytte seg av en "materiality analysis" for å vurdere hvilke faktorer som er viktige for de og kundene sine. Det er også viktig se på miljøfaktorer som en dynamisk prosess, ikke statisk, hvor de hele tiden revurderer hva som er viktig, da de miljømessige behovene endrer seg hele tiden. For en bedrift som XXL, som driver med detaljvirksomhet, vil hvordan de produserer produktene sine samt frakt være to viktige miljøfaktorer som er aktuelle.

Juridiske faktorer:

Juridiske faktorer omhandler lover og regler som regulerer arbeidslivet, samt hvilke rettigheter kunder, ansatte og eiere har. Juridiske faktorer er viktige for bedrifter da det kan medføre store investeringer. Eksempler på juridiske faktorer som påvirker bedrifter miljøvernlovgivning og handelsreguleringer. Dette henger også sammen med de politiske faktorene, da myndighetene kan gjøre endringer i lovgivningene.

3.2.2 SWOT

SWOT står for *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* og *threats*, og er et strategisk planleggingsverktøy for å kunne identifisere en virksomhets svakheter (internt), styrker (internt), muligheter (eksternt), samt trusler (eksternt). Analysen ser på både interne og eksterne faktorer som kan bidra til å hjelpe eller true en virksomhet, og kan i likhet med PESTEL, brukes som et verktøy når en skal utforme en strategi. Ved å bruke SWOT-analysen sammen med PESTEL-analysen vil en få en bedre oversikt over de eksterne forholdene som har påvirket XXL, samtidig som vi kan se på hvilke styrker bedriften har, og hvor de har potensiale til å kunne forbedre seg (Fjeldstad og Lunnan, 2018).

	Positivt	Negativt
Internt	Styrker	Svakheter
Eksternt	Muligheter	Utfordringer

Figur 2: SWOT-analyse - selvkomponert figur Microsoft Word.

4.0 Metode

Metode brukes for å innsamle empiri for å finne data om virkeligheten. Med metode skaper man altså en beskrivelse av virkeligheten. I metode skiller man mellom to typer metoder, kvantitativ og kvalitativ metode. Kvantitativ metode baserer seg på å forske på det som er målbart, mens man med en kvalitativ metode undersøker og forsøker å tolke mer abstrakte erfaringer og meninger rundt det temaet eller fenomenet man ønsker å belyse. Kvalitativ data fremstår gjennom tekst, lyd og bilde, mens kvantitativ data kommer frem gjennom tall. I dette kapitlet vil vi gjennomgå de metodiske valgene vi har tatt for å få svar på vår problemstilling.

4.1 Problemstilling

Problemstillingen vår er: «Hvordan har lønnsomheten til XXL Sport & Villmark AS utviklet seg i perioden 2017 til 2020, og hva kan mulige årsaker til utviklingen være?»

Problemstillingen kan regnes for å være både en beskrivende og forklarende problemstilling. Oppgaven har som mål å beskrive og peke på mulige årsaker til lønnsomhetsutviklingen over tidsperioden vi har valgt å undersøke. Tidsrommet vi undersøker er fra 2017 til 2020. På grunnlag av den valgte tidsperioden har vi sett på årsregnskapet for bedriften i årene 2017 til 2020.

4.2 Undersøkellesdesign

I metode skiller man mellom ekstensivt og intensivt undersøkelsesopplegg. Et ekstensivt undersøkelsesopplegg studerer bredden, og fokuserer på mange enheter. Her har man få variabler og får dermed ikke gått i dybden på fenomenet. Et intensivt undersøkelsesopplegg studerer dybden og har mange variabler, men få enheter. Normalt ønsker man å benytte seg av kvalitativ data i et intensivt opplegg og kvantitativ data i et ekstensivt opplegg. Vi har gått til verks med et intensivt undersøkelsesopplegg og skal forsøke å gå i dybden på problemstillingen. Vi har ikke som intensjon å generalisere gjennom denne oppgaven, da oppgaven dreier seg om én konkret bedrift. Forskningsdesignet til denne oppgaven kan sees på som et case-studie, nærmere bestemt et enkelt-case.

4.3 Valg av metode og datainnsamling

Vi ønsker å benytte oss av både kvantitativ og kvalitativ metode for å belyse problemstillingen. Dette betegnes som metodetriangulering. Metodetriangulering gjør at vi

kan belyse problemstillingen med større forståelse og mer kunnskap enn om vi kun skulle anvendt én av metodene. En kvantitativ tilnærming til problemstillingen vil være godt egnet til denne undersøkelsen, da vi benytter oss av regnskapstall.

Gjennom årsregnskapet vil vi finne nøkkeltall, som vi mener kan forklare utviklingen av lønnsomheten til bedriften. Ved å finne nøkkeltall kan vi vise utviklingen gjennom grafer og tabeller for de ulike årene. Dataen vi har innhentet er regnskapstall som utgis av Proff AS. Siden dette ikke er data vi har funnet selv, kategoriseres denne dataen under sekundærdata. Dette er den kvantitative dataen vi har innhentet, der vi har funnet regnskap med konkrete tall mellom årene 2017 – 2020. Fra regnskapet har vi plukket ut det vi mener er de viktigste nøkkeltallene til å svare på problemstillingen.

VI har i tillegg til regnskapsanalysen gjennomført en strategisk analyse. Her ønsker vi å gå i dybden på problemstillingen ved finne faktorer som kan forklare lønnsomhetsutviklingen til bedriften. Den strategiske analysen vil i likhet med nøkkeltallsanalysen klassifiseres som sekundærdata.

4.4 Gyldighet og reliabilitet

Ved innsamling av empiri bør empirien være gyldig og reliabel. Gyldighet vil si at empirien er valid og gir svar på det vi faktisk ønsker svar på. Med god reliabilitet mener man at empirien er pålitelig, slik at vi med sikkerhet kan si at vi hadde fått de samme svarene om vi hadde gjort samme studie om igjen.

Gyldighet skilles mellom intern og ekstern gyldighet. Intern gyldighet handler om vi har fått tak i den dataen vi ønsker å få tak i. Vi har innhentet sekundærdata fra Proff AS. Siden vi ikke har innsamlet data på egenhånd, kan det svekke validiteten om dataen som har blitt funnet ikke har samme formål som oppgaven vår. Proff AS samler inn dataene til flere formål, blant annet for å finne viktige nøkkeltall til bedriften. Dette er passende for vår oppgave, da vi tar utgangspunkt i balanse- og resultatregnskapet til XXL. Vi har valgt relevante nøkkeltall innenfor lønnsomhet, i tillegg til at vi har supplert med andre nøkkeltall for å styrke oppgaven. Dette gjør at vi kan beskrive lønnsomheten og utviklingen i perioden på en god måte. Vi kan derfor si at den kvantitative dataen er gyldig, og måler det vi ønsker å måle. Den interne gyldigheten er derfor sterk.

Ekstern gyldighet handler om vi kan generalisere ut ifra funnene vi har gjort til en større populasjon. Siden vi kun har én undersøkelsesenhet, vil det ikke være mulig å verken statistisk eller teoretisk generalisere ut ifra denne undersøkelsen. Samtidig er det heller ikke hensikten med undersøkelsen, da dette er et intensivt undersøkelsesdesign.

Reliabilitet stiller spørsmål til dataens pålitelighet. Det finnes flere faktorer som kan påvirke dataens pålitelighet i denne undersøkelsen. Feil innlegging av regnskapstall kan være en trussel for reliabiliteten. Feil i årsregnskapet eller i Proff AS' innlegginger er andre feilkilder. Proff AS' primære kilde er Brønnøysundregistrene, og fungerer som en offisiell distributør av foretaksinformasjon derfra. Blant Brønnøysundregistrenes oppgaver er å registrere alle foretak i Norge samt gi informasjon om foretakene. Selv om det alltid kan være en risiko for slurv ved innlegging av tall, kan vi si at reliabiliteten til undersøkelsen er sterk.

5.0 Analyse

I dette kapittelet vil nøkkeltallene som vi tar utgangspunkt i for å gjennomføre en regnskapsanalyse av XXL bli presentert. Tallene som har blitt brukt for å regne ut nøkkeltallene til XXL er hentet fra Proff.no, hvor det er tatt utgangspunkt i tidsperioden 2017 til 2020. Videre skal vi ta for oss de strategiske analysene PESTEL og SWOT, for å se på mulige faktorer som kan ha påvirket utviklingen og endringene i nøkkeltallene.

5.1 Nøkkeltallsanalyse

Vi skal i dette delkapittelet presentere en tabell med de ulike nøkkeltallene vi skal ta i bruk. Videre skal vi forklare utviklingen og endringene i perioden 2017 til 2020 basert på nøkkeltallene.

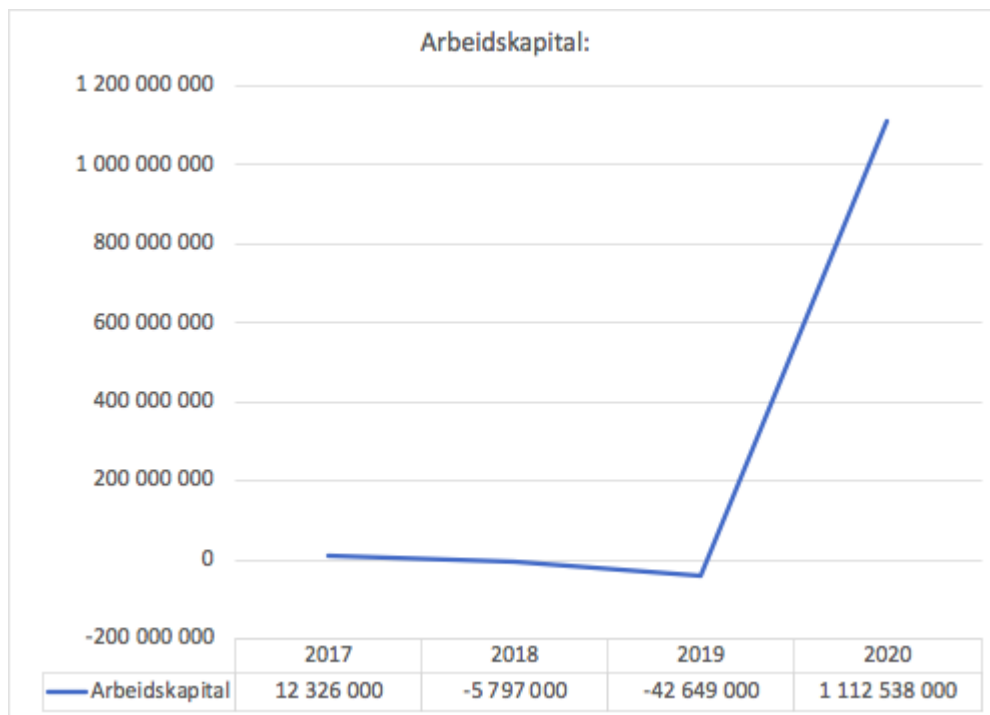
Nøkkeltall	2017	2018	2019	2020
Arbeidskapital	12 326 000	-5 797 000	-42 649 000	1 112 538 000
Finansierungsgrad 1	0,97	1,01	1,1	0,32
Finansierungsgrad 2	1,01	1	0,98	1,44
Likviditetsgrad 1	1,01	1	0,98	1,44
Likviditetsgrad 2	0,41	0,67	0,67	1,21
Egenkapitalandel	17,1%	11,5%	13,8%	27,6%
Gjeldsgrad	4,9	7,7	6,2	2,6
Rentedekningsgrad	10,81	11,09	-0,83	17,48
Totalkapitalrentabilitet	2,5%	9%	10,5%	11%
Resultatgrad	1,31%	5,73%	8,03%	7,4%
Totalkapitalens omløpshastighet	1,88	1,57	1,3	1,48
Egenkapitalrentabilitet før skatt	13,3%	13%	-2,5%	44,5%
Egenkapitalrentabilitet etter skatt	9,99%	9%	-2,03%	34,6%

Tabell 1: oversikt over nøkkeltall

5.1.1 Finansiering

Finansiering er et viktig mål for en bedrift. Den viser oss forholdet mellom anskaffelsen og anvendelsen av kapitalen til bedriften. Her skal vi ta stilling til nøkkeltallene arbeidskapital og finansieringsgrad 1.

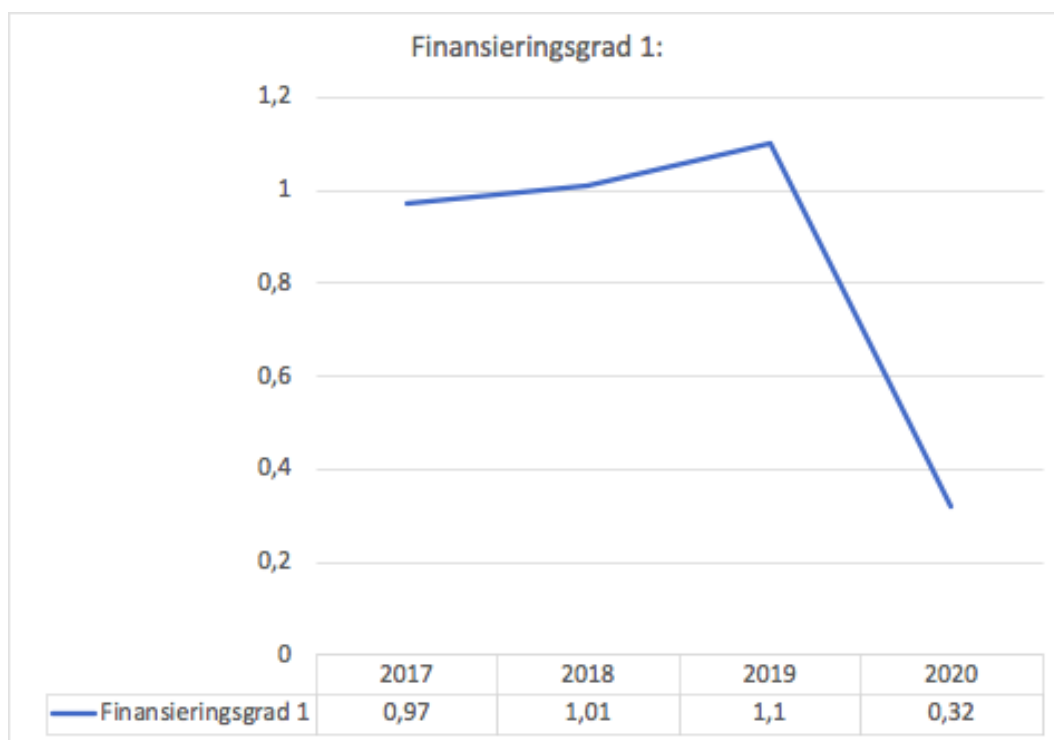
Arbeidskapital:



Figur 3: Utviklingen i arbeidskapital fra 2017 til 2020

Arbeidskapitalen viser oss differansen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld. For å ha en sunn finansiering må arbeidskapitalen være positiv. XXL har positiv arbeidskapital i 2017, etterfylt med to dårlige år i 2018 og 2019, før de får en positiv trend igjen i 2020. Her kan den bratte kurven forklares med at XXL har en stor økning i omløpsmidler i 2020 mens de reduserer den kortsiktige gjelden. Vi ser også en litt lik trend i finansieringsgrad 1.

Finansieringsgrad 1:



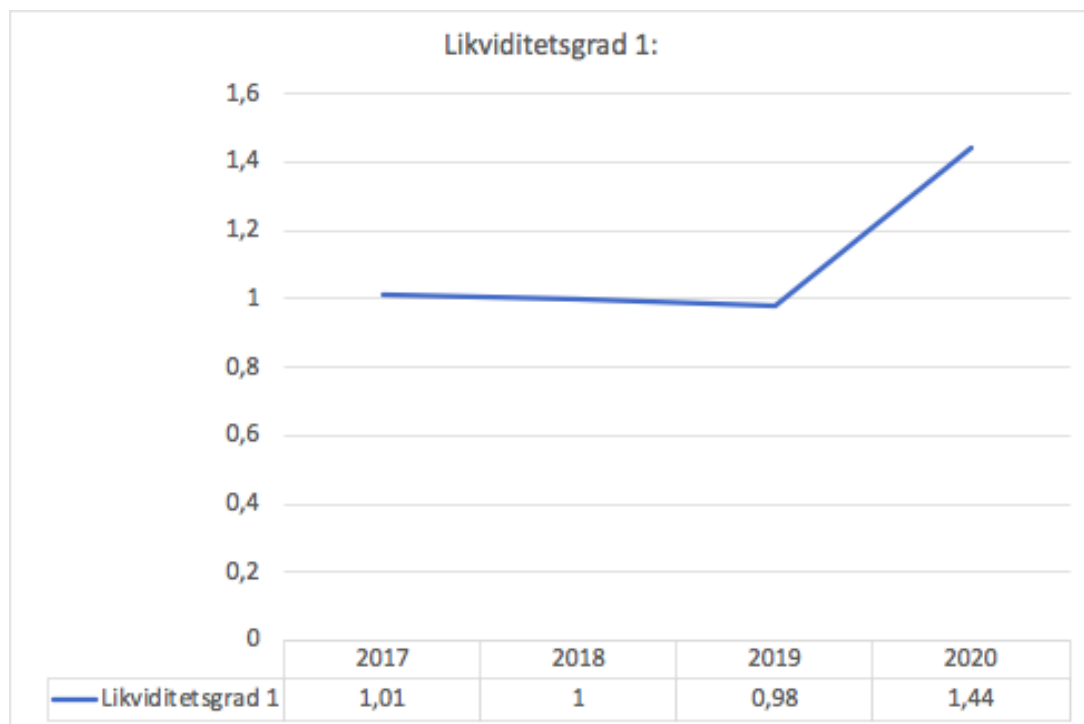
Figur 4: Utviklingen i finansieringsgrad 1 fra 2017 til 2020

Finansieringsgrad 1 viser hvor stor del av anleggsmidlene som er finansiert av langsiktig kapital, hvor under 1 vil si at anleggsmidlene i sin helhet er langsiktig finansiert. Vi kan se her at FG1 for XXL har variert i perioden 2017 til 2020. I 2017 ligger finansieringsgraden på rett under 1 som tyder på sunn finansiering, før de får to relativt dårlige år og ender med en god finansiering igjen i 2020. Ut fra regnskapet til XXL kan vi se at den store endringen fra 2019 til 2020 skyldes at XXL har en stor økning i både egenkapital og langsiktig gjeld i 2020, mens i intervallet 2018 til 2020 reduseres den kortsiktige gjelden. Det at den kortsiktige gjelden er betraktelig redusert i 2020 mens langsiktig kapital øker, resulterer til at de i 2020 har en sunn finansiering hvor store deler av omløpsmidlene også er langsiktig finansiert.

5.1.2 Likviditet

Videre skal vi ta for oss XXL sin likviditet. Likviditet sier noe om bedriftens evne til å betale forpliktelsene sine før forfall. Vi skal her se på nøkkeltallet likviditetsgrad 1.

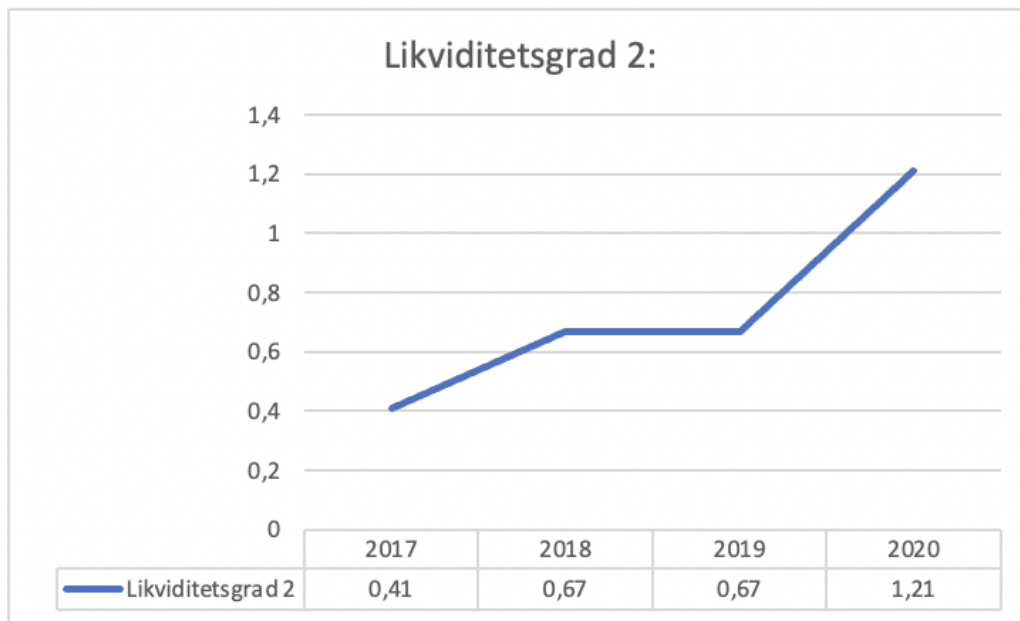
Likviditetsgrad 1:



Figur 5: Utviklingen i likviditetsgrad 1 fra 2017 til 2020

Likviditetsgrad 1 viser hvor stor del av omløpsmidlene som er finansiert med kortsiktig gjeld. Den bør være høyere enn 1 for at XXL skal ha en relativt god likviditet, da det tilsier at bedriften har mer omløpsmidler enn kortsiktig gjeld, og er derfor likvid nok til å betale forpliktelsene sine før forfall. Det kan derfor leses av grafen at XXL ikke er spesielt likvide basert på likviditetsgrad 1 utenom i 2020, hvor LG1 er på 1,44. Den positive trenden fra 2019 til 2020 skyldes en større økning i omløpsmidler enn i kortsiktig gjeld, som kan forklares ved at deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert.

Likviditetsgrad 2:



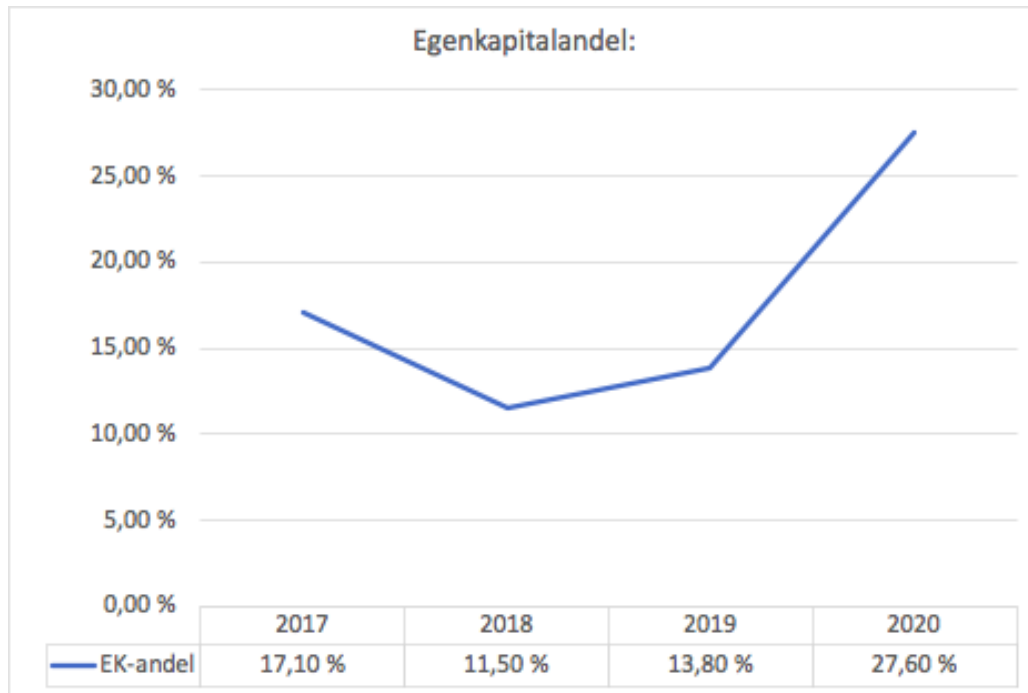
Figur 6: Utviklingen i likviditetsgrad 2 fra 2017 til 2020

Likviditetsgrad 2, også kalt "Quick ratio" eller "Acid test", sier noe om bedriftens kortsiktige likviditet. Den tar forbehold for de mest likvide omløpsmidlene, som vil de si de omløpsmidlene som kan bli omgjort til likvide midler ved en enkel transaksjon. Nøkkeltallet bør normalt være over 1, da det viser at de er i stand til å betale alle deres kortsiktige forpliktelser. Vi kan se av grafen at den ikke er over 1 før i 2020, de har med andre ord ikke hatt en veldig tilfredsstillende likviditetsgrad 2 gjennom perioden, noe som skiller seg litt fra likviditetsgrad 1 som ligger rundt 1 gjennom hele perioden. Dette kan forklares med at relativt store andeler av XXL sine omløpsmidler frem til 2019 består av varelager, som ikke inngår i de mest likvide omløpsmidlene. I 2020 halverte de varelageret i forhold til hva det var i 2017.

5.1.3 Soliditet

En bedrift med sterk soliditet kan tåle å gå på økonomiske tap. I denne delen skal vi ta stilling til egenkapitalandelen, gjeldsgraden og rentedeckningsgraden hos XXL.

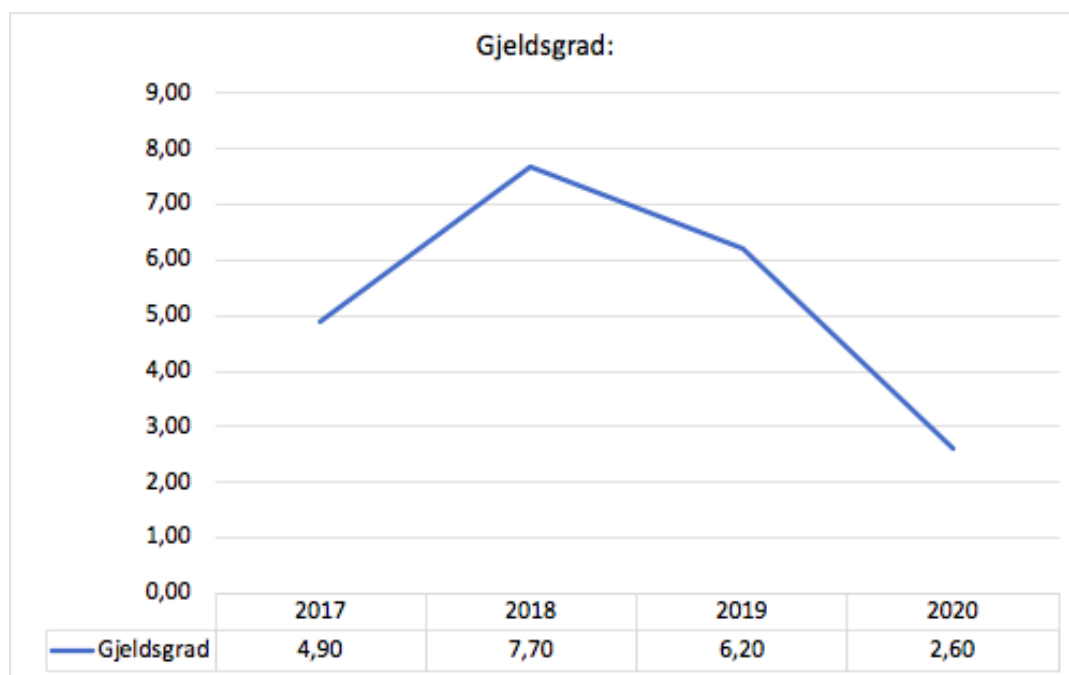
Egenkapitalandel:



Figur 7: Utviklingen i egenkapitalandel fra 2017 til 2020

Egenkapitalandelen forteller hvor stor del av bedriftens total kapital som er finansiert med egenkapitalen. På grafen ser vi at det har svingt litt i de fire årene. I 2017 har XXL en egenkapitalandel på 17,1%. I 2018 faller den ned til 11,5%, før den øker til 13,8% i 2019. I 2020 oppnår XXL en egenkapitalandel på 27,6%, og dobler med det egenkapitalandelen sin. Av regnskapet kan vi se at XXL økte egenkapitalen vesentlig mer enn total kapitalen relativt sett. Egenkapitalen ble nærmere tredoblet fra 2019 til 2020. Dette er positivt, og er med på å styrke soliditeten til XXL.

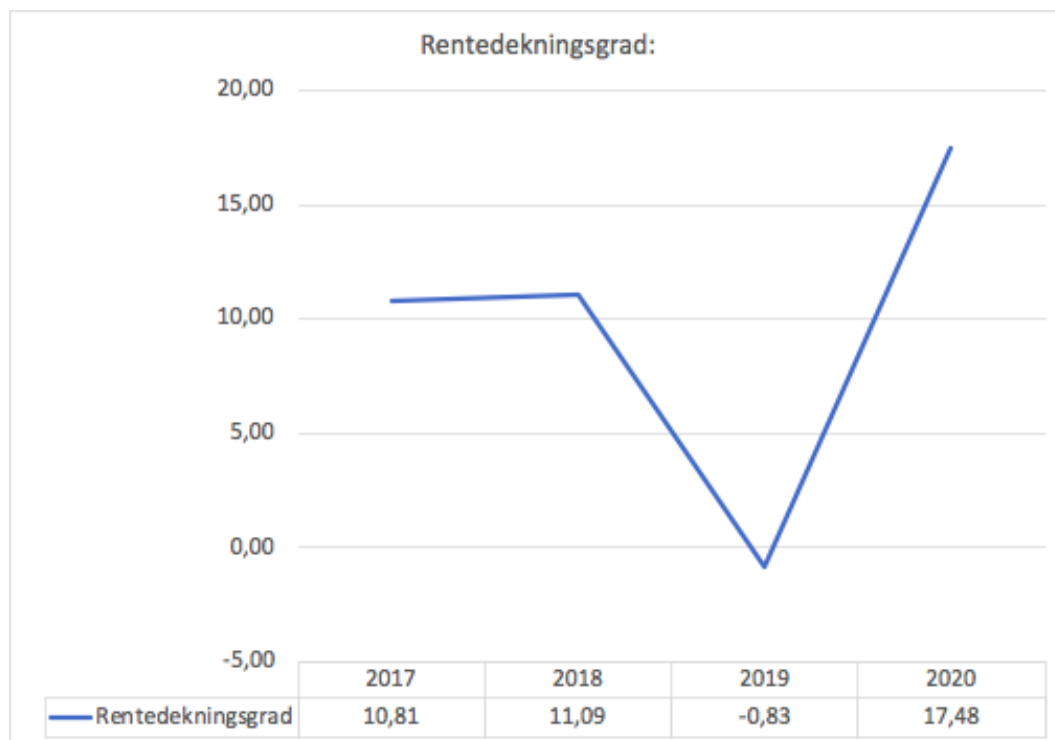
Gjeldsgrad:



Figur 8: Utviklingen i gjeldsgrad fra 2017 til 2020

Gjeldsgraden viser forholdet mellom kapital som er finansiert av utenforstående og kapital som er finansiert med egne midler. Jo lavere gjeldsgrad, jo mer solid vil bedriften fremstå. På grafen ser vi at gjeldsgraden er nokså høy, og spesielt høy i 2018 med en verdi på hele 7,7. Med andre ord er gjelden 7,7 ganger så stor som egenkapitalen. De siste to årene ser vi en positiv utvikling der gjeldsgraden reduseres kraftig, og i 2020 er gjeldsgraden nede på 2,6. Også her skyldes det den relative økningen i egenkapital sett opp imot gjeld.

Rentedekningsgrad:



Figur 9: Utviklingen i rentedekningsgrad fra 2017 til 2020

Rentedekningsgraden viser bedriftens evne til å betale rentekostnadene sine. En høy rentedekningsgrad styrker bedriftens soliditet, og viser at de er i god stand til å betale pådratte rentekostnader. Rentedekningsgraden har sett solid ut for XXL bortsett fra i 2019, da den var negativ. Grunnen til dette var at de opplevde et negativt resultat. I 2020 forbedrer de seg kraftig og ender opp med en rentedekningsgrad på 17,48.

5.1.4 Lønnsomhet

Videre skal vi gjennomføre en analyse av nøkkeltall knyttet til lønnsomhet. Dette for å se om XXL har hatt evne til å skape overskudd i år 2017 til 2020, da økonomisk lønnsomhet er viktig for at en bedrift skal kunne overleve på lengre sikt. Vi skal utføre en nøkkeltallsanalyse av total kapitalrentabiliteten og dekomponere denne ved hjelp av DuPont-modellen. I tillegg skal vi gjøre en analyse av egenkapitalrentabiliteten til bedriften for å se hvor lønnsom bedriften har vært for eierne og hvordan investeringer har utviklet seg.

Total kapitalrentabilitet:



Figur 10: Utviklingen i Total kapitalrentabilitet fra 2017 til 2020

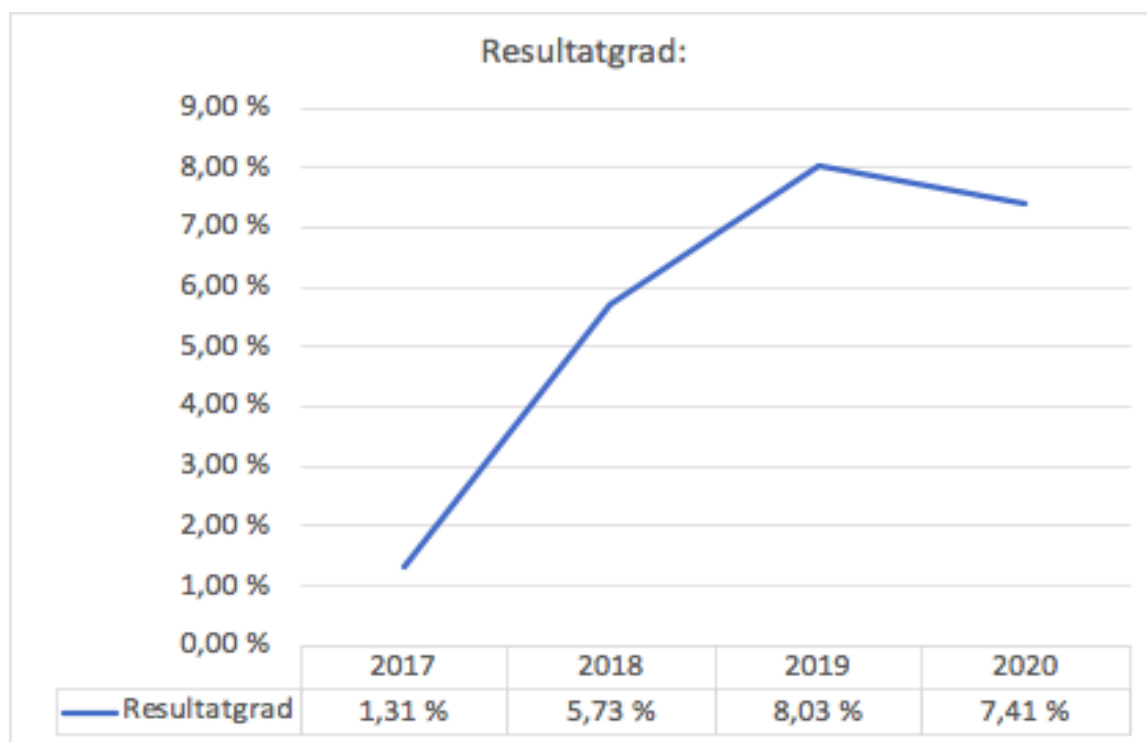
Total kapitalrentabiliteten viser, som nevnt tidligere, avkastningen på den samlede kapitalen som er bundet i bedriften. Det viser hvor godt bedriften har drevet i perioden og hvor effektiv bedriften har vært i forhold til forvaltning av ressursene.

Av analysen ser vi at total kapitalrentabiliteten var relativt lav i 2017 på 2,5%. Dette kan anses som svak lønnsomhet, sett opp mot den gjennomsnittlige total kapitalrentabiliteten for norske aksjeselskap som var på 8,3% i 2017 (Kristoffersen, 2016, s.452). Den har derimot hatt en relativt god økning de neste tre årene og økt med 8,5 prosentpoeng fram til 2020 hvor den havnet på 11%. XXL har altså hatt en vekst i lønnsomheten i løpet av perioden fra 2017-2020. Økningen var høyest fra 2017 til 2018 og basert på resultatregnskapet og

balanseregnskapet, ser det ut til å skyldes økning i driftsinntektene. En total kapitalrentabilitet mellom 10 og 15% regnes som et godt nivå å ligge på ifølge Proff.no, men bør følgelig være over det selskapet betaler for sine lån.

Vi skal videre dekomponere total kapitalrentabiliteten ved hjelp av DuPont-modellen. Formålet med dette er å se hva nivået på total kapitalrentabiliteten skyldes, samt se hva som kan forklare utviklingen i total kapitalrentabiliteten. Dette gjøres ved å dekomponere i resultatgrad og total kapitalens omløpshastighet.

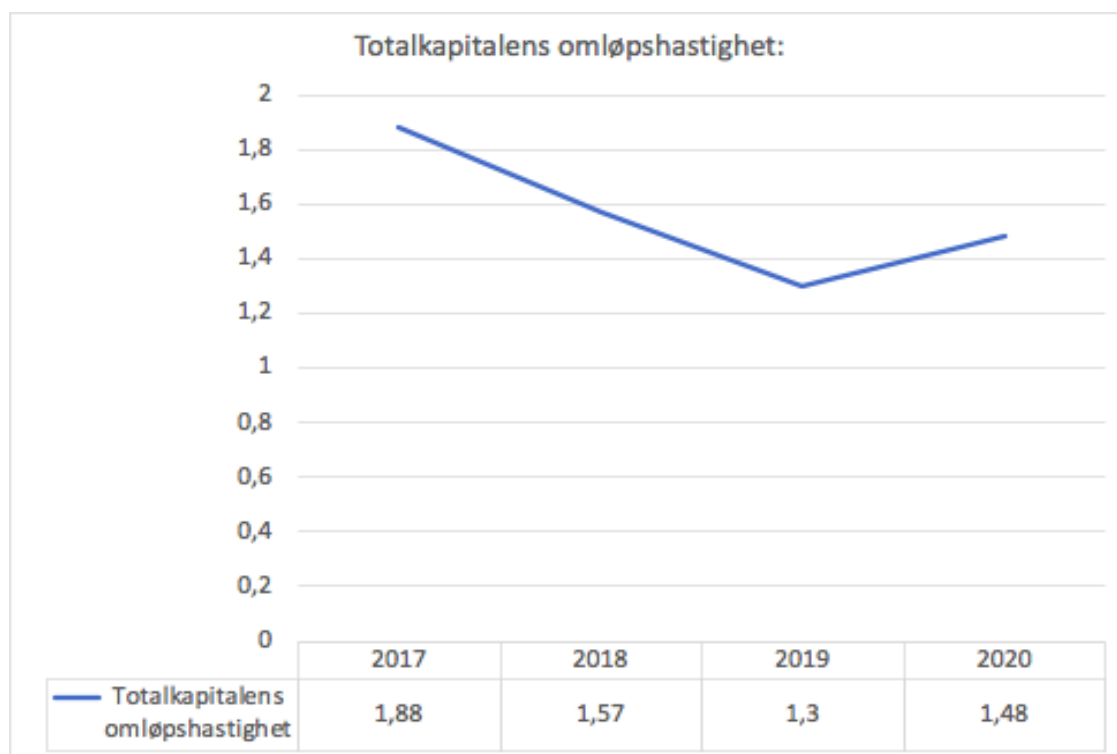
Resultatgrad:



Figur 11: Utviklingen i resultatgrad fra 2017 til 2020

Resultatgraden viser hvor mye en bedrift har tjent på hver krone som er omsatt i perioden. Av figur 10 ser vi at XXL har hatt en betydelig økning i resultatgraden sin i løpet av perioden. Den var nede på 1,31% i 2017, noe som er ganske lavt, da det betyr at XXL har lav fortjeneste og lite igjen av omsetningen til å kunne dekke rentekostnader. De har dog hatt en positiv utvikling i resultatgraden noe som ser ut til å hovedsakelig skyldes en stor økning i finansinntekter. Fra 2017 til 2018 økte finansinntektene fra 24 850 til hele 239 901 mens driftsresultatet og driftsinntektene hadde en mindre økning. I 2019 er det viktig å merke at XXL hadde et negativt driftsresultat på -5,6 millioner samtidig som de hadde høyest resultatgrad i forhold til de andre tre årene. Dette ser ut til å skyldes en stor økning i finansinntekter og en nedgang i driftsinntektene. Resultatgraden gikk litt ned fra 2019 til 2020 og endte på 7,41% noe som er bra hvis man sammenligner med 2017.

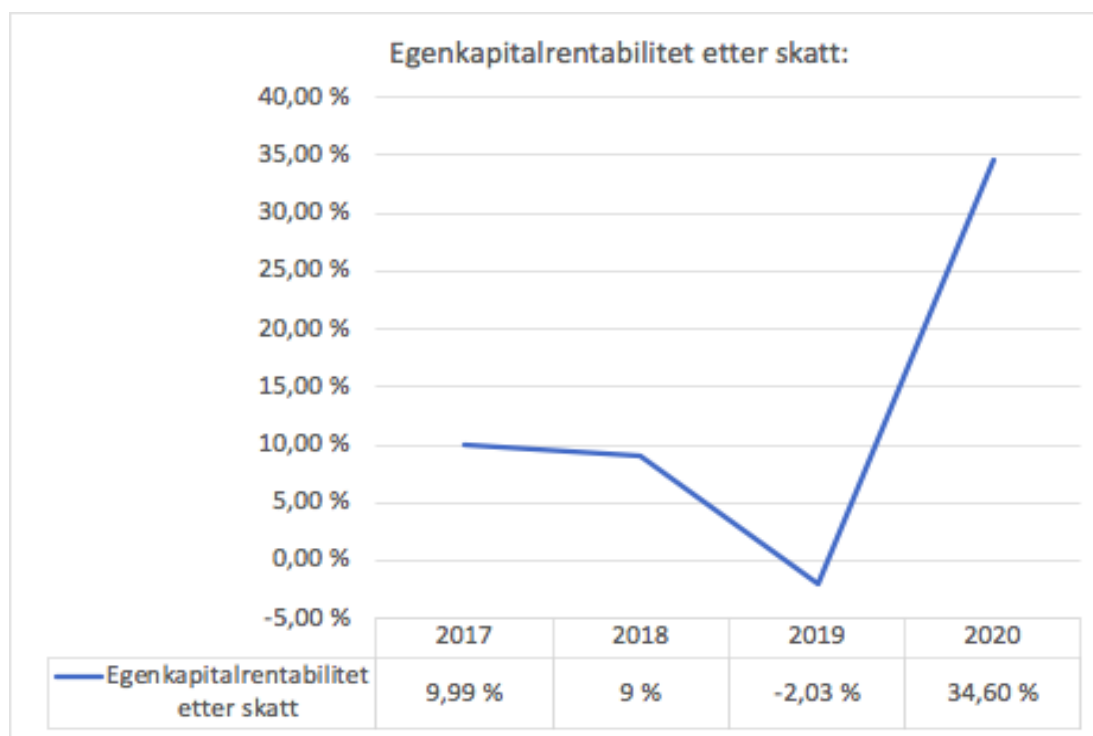
Totalkapitalens omløpshastighet:



Figur 12: Utviklingen i totalkapitalens omløpshastighet fra 2017 til 2020

Totalkapitalens omløpshastighet viser hvor effektiv bedriften benytter kapitalen som er bundet i bedriften til å generere inntekter. Desto høyere omløpshastigheten for totalkapitalen er, jo mer effektiv er utnyttelsen av kapitalen (Visma Økonomioversikt). Vi ser av analysen at XXL har hatt en negativ utvikling av totalkapitalens omløpshastighet i perioden. Dette ser hovedsakelig ut til å skyldes en høyere gjennomsnittlig totalkapital. Dette kan indikere at XXL har “død kapital”, altså eiendeler som ikke brukes til å skape verdi for XXL. Det kan for eksempel være kapital som er bundet i varelager og kundefordringer, eller anleggsmidler de ikke bruker og som kanskje bør selges. For at XXL skal kunne øke totalkapitalens omløpshastighet kan XXL enten øke inntektene, og/eller redusere bunden kapital i bedriften.

Egenkapitalrentabilitet etter skatt:



Figur 13: Utviklingen i egenkapitalrentabilitet etter skatt fra 2017 til 2020

Egenkapitalrentabiliteten viser avkastningen på eiernes investering i bedriften og er interessant for eierne og eventuelle investorer. Endringene på egenkapitalrentabiliteten viser hvordan investeringer utvikler seg. Egenkapitalrentabiliteten etter skatt er mest interessant for eierne da det viser hvor stor avkastningen er på egenkapitalen, og er derfor vi har valgt å kun inkludere denne i vår analyse. For XXL har egenkapitalrentabiliteten de tre første årene hatt en negativ utvikling fra 9,99% i 2017 til -2,03% i 2019. I 2020 økte egenkapitalrentabiliteten til hele 34,60%, noe som er høyt sammenlignet med de tre foregående årene. Dette skyldes et mye høyere resultat i 2020 i forhold til resten av perioden. I 2019 hadde bedriften en negativ egenkapitalrentabilitet grunnet negativt resultat, men dette ble snudd betraktelig i 2020.

Oppsummert ser vi at økningen i total kapitalrentabiliteten hovedsakelig skyldes en høyere resultatgrad. Total kapitalens omløpshastighet har sunket i perioden, og følgelig da ikke bidratt til den positive utviklingen i total kapitalrentabiliteten. Dette indikerer at XXL bør jobbe med å forbedre total kapitalens omløpshastighet for å få en enda bedre lønnsomhet i bedriften. For å forbedre denne bør XXL ta en kritisk gjennomgang av deres eiendeler for å se om de kan kvitte seg med noe av den bundne kapitalen som ikke skaper verdi for XXL, og dermed bidrar til å redusere lønnsomheten.

5.2 Benchmarking

Vi har forsøkt å gjennomføre en benchmarking for å se om XXL sin lønnsomhetsutvikling er et resultat av deres drift, eller om det er en generell utvikling i sportsbransjen. Vi ønsket derfor å gjennomføre en benchmark med Intersport eller Sport1 da vi anser disse som de tilnærmet mest like kjeder som XXL i Norge. Dette var likevel ikke mulig da disse kjedene er franchise-butikker og kan derfor ikke sammenlignes i sin helhet. Vi fant dermed ut at det ville gi et feilaktig bilde hvis vi sammenlignet enkeltbutikker med hele kjeden XXL, og valgte derfor å ikke gjennomføre en benchmark da vi ikke fant andre i bransjen med tilnærmet lik organisering som XXL. Det kan dog være rimelig å anta at også andre sportskjeder i Norge har blitt påvirket av eksterne faktorer som diskuteres i den strategiske analysen nedenfor.

5.3 Strategisk analyse

I dette kapittelet skal vi utføre en strategisk analyse av XXL med hjelp av en PESTEL- og SWOT-analyse. Vi har valgt å vektlegge de eksterne faktorene som kan ha påvirket lønnsomheten til XXL, da vi ikke har gjennomført et intervju med XXL som kunne ha gitt oss et bedre innblikk i de interne faktorene. Vi har likevel valgt å knytte PESTEL opp mot SWOT, slik at vi får et bedre overblikk over flere faktorer enn bare de eksterne. Ved å bruke disse analyseverktøyene kan vi få en bedre forståelse av hva som kan ha påvirket lønnsomheten i regnskapsanalysen.

5.3.1 PESTEL

Politiske faktorer:

Bestemmelser om skatt, avgifter og retningslinjer som virksomheter må forholde seg til er politiske faktorer som påvirker XXL. I tillegg vil den internasjonale handelspolitikken påvirke de, hvor et eksempel som ble nevnt i teorien, er EØS-avtalen.

XXL opererer i de nordiske landene Norge, Sverige, Danmark og Finland, i tillegg til Østerrike (XXL, 2019). Dette er land som har forholdsvis stabile politiske institusjoner. Norge er også med i EØS-avtalen noe som gjør det billigere og enklere å handle, samt drive virksomhet, i EU-landene (NHO).

XXL har hovedkontoret sitt i Norge, noe som gjør at de er skattesubjekt for Norge, jf. skatteloven §2-2. Det følger av globalprinsippet at skatteplikten deres gjelder inntekt og formue både her i riket og i utlandet. Det er derfor de norske skattesatsene som er aktuelle for XXL. Skattesatsen i Norge har fra 2017 til 2020 blitt redusert fra 24% til 22% (Skatteetaten). Dette kan være med å styrke resultatet til XXL, da de må skatte mindre på overskuddet sitt. Resultatet i 2019 var likevel negativt, noe som har medført at de har fått en tilbakeføring av skatt i den perioden. Dette har forbedret resultatet deres i 2019, men kunne imidlertid vært høyere med en sats på 24%. I 2020 hadde XXL en stor økning i resultatet og kommer da positivt ut med en lavere skattesats på 22%.

Økonomiske faktorer:

De økonomiske faktorene som kan påvirke XXL er som nevnt blant annet inflasjon, styringsrente og arbeidsledighet. I 2018 ble inflasjonsmålet i Norge satt til 2%, hvor det tidligere har vært på 2,5%. Dette målet er satt for at sentralbanken skal bruke det til å prøve å realisere det ved rentesetting, altså at styringsrenten justeres for å sikre en lav og stabil inflasjon (Thomassen, E. 2021).

Utviklingen i inflasjonen fra 2017 til 2020 har gått fra 1,9% i 2017 til sitt høyeste på 2,8% i 2018 og ned til 1,3% i 2020 (Pedersen, R. 2022). Her har styringsrenten på samme tid gått fra å være 0,5% i 2017, helt opp til 1,5% i 2019 og ned på 0% i 2020 da pandemien slo ut (Norges bank, 2021). Høy inflasjon har en negativ påvirkning på XXL, da den svake kronen vil medføre at de får redusert kjøpekraft. Det blir derfor dyrere for XXL å importere varer, noe de er avhengig av å gjøre for å være i drift. Dette vil på samme tid bety at det blir dyrere for kundene deres å handle i utlandet også, som vil øke konsumet innenfor norske grenser som er positivt for de igjen.

Lav styringsrente vil si at sparing blir mindre lønnsomt, da avkastningen blir lavere. Målet med å senke styringsrenten er at pengebruken skal øke i samfunnet, da det er mindre gunstig å spare, som kan ha en positiv påvirkning for XXL sin lønnsomhet om konsumentene øker pengebruken. En høyere styringsrente derimot reduserer kjøpekraften til konsumenter, som kan ha en negativ påvirkning på handlekurven til XXL. Samtidig vil en lav rente medføre at kronekursen blir svakere og importen blir dyrere. Dette kan ha en dobbel negativ påvirkning på XXL da de driver med internasjonalt salg i tillegg.

Samfunnsmessige faktorer:

I samfunnsmessige faktorer inngår konsumentene sine behov, preferanser og holdninger, og hvordan de endrer seg over tid. XXL selger hovedsakelig friluftts-og idrettsprodukter, som fokuserer på en kundegruppe som lever en aktiv livsstil. I følge tall fra SSB sin undersøkelse i 2019 trener fire av fem nordmenn minst mer enn én gang i uken, som vil si at det er et stort marked for XXL å operere i.

I 2020, under den globale pandemien, leverte XXL sitt beste resultat noensinne. Noen samfunnsmessige faktorer som bidro til det positive resultat var blant annet deres tilbud om netthandel, som stod for en stor del av omsetningen deres i første kvartal da flere butikker i Norge måtte stenge på grunn av pandemien og behovet for netthandel økte blant befolkningen (Solheimsnes, P.A., 2021). Andre behov som endret seg i samfunnet var økningen av sammenkomster utendørs. Dette medførte en positiv salgsøkning for XXL i friluftsutstyr, hvor hengekøyen ble spesielt ettertraktet. Med treningssentre som også var stengt så økte også etterspørselen etter hjemmetreningsutstyr, som XXL tilbyr et stort sortiment av (Hopland, S., 2020). Dette er samfunnsmessige faktorer som kan forklare deler av XXLs store vekst i 2020.

Teknologiske faktorer

Endring, vekst og utbredelse av grunnleggende teknologi er viktige trender å henge med på for å skape gode resultater på lang sikt. XXL er ikke i en bransje hvor teknologi er dominerende for å overleve, men det er likevel enkelte trender som er viktig at de følger med på. Et eksempel her er netthandel. Færre og færre oppsøker butikker for å handle, og netthandel er derfor en avgjørende teknologisk trend for mange virksomheter å henge med på. Som nevnt tidligere, så har XXL en satsing på nettbutikk, som ble en avgjørende faktor for de da pandemien brøt ut. Dagens markedsføring er også svært teknologisk dominert, hvor sosiale medier blir stadig viktigere.

Miljømessige faktorer:

XXL er en stor sportskjede og med det følger et større ansvar til miljømessige forhold. Ifølge XXLs egne nettsider er miljø, klima, dyrevelferd og gode arbeidsvilkår viktige satsingsområder for XXL. I tillegg fremgår det at XXL stiller krav og legger retningslinjer for deres leverandører for å tilfredsstille krav og retningslinjer fra myndighetene nasjonalt og internasjonalt. XXL uttaler at de jobber med å redusere plastemballasje ved å ta i bruk

miljøvennlige og resirkulerbare materialer, samt at de har en egen dyrevelferd-policy for å ivareta dyrs rettigheter (XXL, 2019).

I 2016 kom XXL best ut av alle europeiske sportskjeder i en test gjennomført av alle medlemsland i International Consumer Research & testing som tok for seg etisk handel samt miljø (XXL, 2019). Disse faktorene tyder på at XXL tar miljømessige faktorer på alvor og jobber med å være bærekraftig. Et annet spørsmål som er litt mer uklart er selve varene til XXL, om disse er laget på en måte slik at de kan resirkuleres når for eksempel en konsument ikke har behov for de lengre. I flere klesbutikker er det mulighet for å levere inn gamle klær som da gis til en hjelpeorganisasjon eller resirkuleres. Det ser dog ikke ut til at XXL har et slikt "pantesystem" for de varene de selger.

Selv om XXL kom best ut i 2016 på testen som ble gjennomført da, betyr ikke det at de fortsatt ligger på topp. Vi ser blant annet at den konkurrerende sportskjeden Stormberg har vært bransjevinner i Europas største forbrukerundersøkelse om bærekraft, Sustainable Brand Index i 2019, 2020 og 2021 (Tekstilforum, 2021). De driver blant annet med klima-kompensering for hele livsløpet til alle deres produkter og har en panteordning hvor kundene kan "pante" deres brukte klær (Stormberg). Det ser da ut som at XXL fortsatt har en vei å gå med tanke på bærekraft, noe som er veldig viktig for samfunnet, og XXL kunne med stor sannsynlighet ha tiltrukket seg flere kunder hvis de hadde flere miljømessige tiltak.

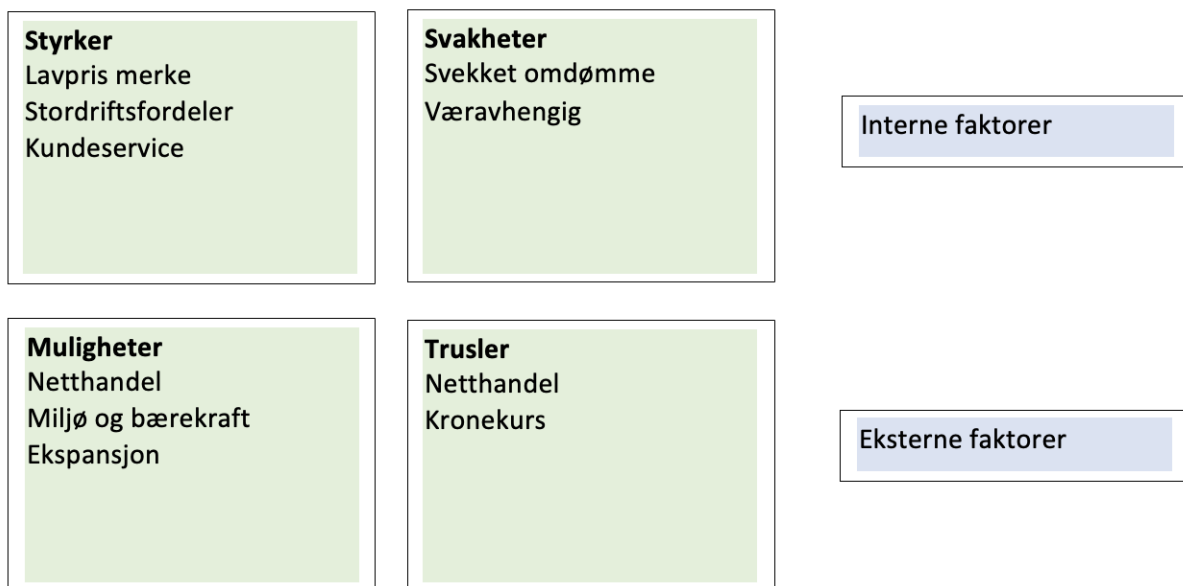
Juridiske faktorer:

Juridiske faktorer omhandler lover og regler som en virksomhet må ta hensyn til i deres drift. XXL er en stor virksomhet som både driver butikker i inn- og utland, importerer varer og driver med netthandel. Dette medfører at XXL har mange lover og regler, nasjonalt og internasjonalt, som de må tilpasse sin virksomhet. For eksempel må XXL påse at de følger arbeidsmiljøloven og andre reglement i forhold til deres mange ansatte. En ekstern granskning av XXL gjennomført av advokatfirmaet DLA Piper fant flere brudd på arbeidsmiljøloven. Blant annet fant de at XXL har drevet med ulønnet arbeid og benyttet armhevinger som en straffereaksjon mot ansatte (Wig & Hopland, 2019; Wig & Jordheim, 2019). Dette førte blant annet til at NAV frøs samarbeidet med XXL og krevde at XXL satte i gang tiltak (Wig, 2020), noe som naturligvis er svært uheldig og viser viktigheten av hvordan juridiske faktorer kan påvirke bedrifter som XXL.

For XXL er det også veldig viktig at produksjon og distribusjon av varene de selger foregår på en rettmessig måte da de har flere hundre forskjellige leverandører. XXL uttaler, som sagt, at de pålegger vareleverandørene sine en rekke krav og retningslinjer for å sikre at varene og produksjonen er i henhold til de nasjonale og internasjonale krav og regelverk. Blant annet stiller de krav til gode arbeidsforhold på fabrikkene hvor varene blir produsert, innhold av kjemikalier i produktene, hvordan produktene er merket og hvordan transport av varene foregår (XXL, 2019).

5.3.2 SWOT

SWOT-analysen tar for seg styrker, svakheter, muligheter og trusler, og omhandler både eksterne og interne faktorer for å analysere XXL. PESTEL-analysen som ble gjennomført ovenfor tar for seg store deler av de eksterne faktorene for å analysere muligheter og trusler i bransjen din opererer i. Vi skal bruke SWOT-analysen til å gi en større oversikt over bransjen de opererer i, samt gi et dypere innblikk i de interne styrkene og svakhetene til XXL.



Figur 14: SWOT-analyse av XXL

De eksterne faktorene, som viser muligheter og trusler i bransjen, er mange og vi har valgt å vektlegge noen av de vi anser som de viktigste. Faktorer som blant annet har vært nevnt i PESTEL-analysen er netthandel. Denne faktoren gir muligheter, men også trusler for XXL. Mulighetene det kan medføre er for eksempel internasjonal vekst, hvis de utvider markedet sitt i Europa med nettbutikker slik de har gjort i Danmark. Det gir de også muligheter som økt

salg, da stadig flere handler over nettet, samt at det er mer kostnadseffektivt. På den andre siden er økning i netthandel en trussel for XXL. Det øker sjansen for inntrengere i markedet, da markedsbarrieren ikke stiller like sterkt på nett. Et eksempel er Tights.no som kun opererer som en nettbutikk, og kan stille med konkurransedyktige priser da de ikke har like mange kostnader som XXL. Likevel er det muligheter for XXL å ekspandere markedet sitt internasjonalt. Deres nåværende fokus på miljømessige tiltak som å redusere plastemballasje, bruk av resirkulerbare materialer, samt deres dyrevelferd policy gir de også muligheter til å fremstå som et mer attraktivt alternativ enn andre bedrifter som ikke har like stort fokus på miljø og bærekraft. Andre eksterne faktorer som er nevnt tidligere er kronekursen, som påvirker XXL negativt om den blir svak da det medfører at det blir dyrere å importere.

De interne faktorene i SWOT bygger på bedriftens styrker og svakheter. Noen av bedriftens svakheter er deres svekkede omdømme og at deres sortiment er veldig avhengig av værforholdene. På grunn av mye medieoppmerksomhet de siste årene vedrørende dårlige arbeidsforhold så er det flere som har ført sanksjoner på XXL. NAV var en av de som førte sanksjoner hvor de midlertidig avsluttet samarbeidet sitt med XXL mens det ble gjennomført en gransking av arbeidsforholdene deres. De ble anklaget for utdaterte varslingsrutiner, manglende oversikt over midlertidige stillinger og manglende dokumentasjon på foretatt HMS-opplæring, som da går i strid med arbeidsmiljøloven (Hopland, S. & Wig, K.A., 2021). Det blir da en svakhet for XXL, for endring av omdømme er utfordrende å få til, og stiller de i et dårligere utgangspunkt enn mange av konkurrentene deres. Det gjør de også mindre attraktive for fremtidige ansettelser og investorer. En annen svakhet de har, er at de er væravhengige. Har vi en dårlig vinter, kan det medføre at salget stuper i forhold til budsjett, og de må selge produktene sine til nedsatt pris bare for å ha mulighet til å få tømt varelageret, noe som preger resultatet negativt.

Noen av styrkene XXL har er blant annet deres eget lavpris merke, stordriftsfordeler og kundeservice. Det at XXL både har fysiske varehus, i tillegg til netthandel, kan sies å være en styrke for XXL. Dette fordi mange kunder foretrekker å kunne handle i en fysisk butikk da de kan få hjelp og service. I tillegg har XXL produkter i ulike prisklasser. Dyrere produkter og produkter man kjøper sjeldnere blir ofte foretrukket å kjøpe i en fysisk butikk fremfor på nettet, da man gjerne får prøvd produktet og sett på kvaliteten før man betaler. Dette kan gi XXL en fordel sammenlignet med kjeder som kun driver netthandel. I tillegg til at XXL har merkevarer, tilbyr de også noen varer i et eget lavpris-merke. Dette kan medføre at flere

kundesegmenter foretrekker XXL noe som kan gi de en markedsfordel. Utvalget er dog begrenset, og kanskje XXL kunne tjent enda mer på å utvide dette tilbudet. Siden XXL er en stor virksomhet med store vare- og lagerhus, vil de også kan ta nytte av stordriftsfordeler. Ved å produsere og kjøpe inn varer i et større kvantum, vil de kunne få dette til en lavere pris og dermed kunne spare kostnader, sammenlignet med å kjøpe varer i et mindre kvantum (Idsø, J. 2021). Stordriftsfordel er en styrke for XXL i lys av konkurrenter, da det blir vanskeligere for mindre aktører å konkurrere med XXL på blant annet pris, siden de vil få en høyere innkjøpspris.

6.0 Konklusjon

Vi skal i dette kapittelet svare på problemstillingen vår; “hvordan har lønnsomheten utviklet seg for XXL i perioden 2017-2020 og hva kan mulige årsaker til dette være?”, ved å bruke regnskapsanalysen, PESTEL og SWOT som utgangspunkt.

Gjennom regnskapsanalysen så vi på hvordan utviklingen har vært på XXL med tanke på lønnsomhet. Vi tok for oss nøkkeltall innen finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet for å undersøke hvordan lønnsomheten har utviklet seg for XXL i 2017-2020. I analysen av finansieringen til XXL så vi at de hadde en sunn finansiering i 2017, etterfulgt av to dårlige år i 2018 og 2019. I 2020 minsket XXL andelen av kortsiktig finansiering noe som førte til en sunn finansiering for XXL igjen. Likviditeten hadde en negativ utvikling fra 2017 til 2019 og viste at XXL ikke var spesielt likvide, men fikk deretter en betydelig forbedring i 2020. Dette henger sammen med finansieringen da det var en større økning i langsiktig finansiering av omløpsmidler noe som førte til en positiv utvikling i 2020 både med tanke på finansiering og likviditet for XXL.

Av soliditets-analysen så vi at egenkapitalandelen og gjeldsgraden hadde en noe varierende utvikling de første årene men fikk en veldig positiv utvikling fra 2019 til 2020.

Rentedekningsgraden var solid for XXL utenom i 2019 grunnet et negativt resultat. Også her var det en stor forbedring i 2020 som er med å forbedre soliditeten til XXL.

Lønnsomhetsutviklingen har vært positiv basert på totalkapitalrentabiliteten. Likevel viser totalkapitalens omløpshastighet en noe negativ utvikling som gir indikasjon på at XXL innehar “død kapital”, eiendeler som ikke skaper tilstrekkelig verdi for dem. Hvis dette hadde blitt tatt tak i kunne lønnsomheten fått en enda mer positiv utvikling.

Egenkapitalrentabiliteten hadde også en negativ utvikling fram til 2019 før den fikk en kraftig økning i 2020. Oppsummert kan vi si at XXL har hatt en forbedring i deres lønnsomhet. 2020 viser en mye mer positiv finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet sammenlignet med de tidligere årene. Spesielt finansieringen og soliditeten ser ut til å ha påvirket den positive utviklingen i lønnsomheten i 2020.

I vår strategiske analyse brukte vi både SWOT og PESTEL for å se på interne faktorer og eksterne faktorer som kan ha påvirket lønnsomhetsutviklingen til XXL. Fra

PESTEL-analysen kan vi se at de imøtekommer både politiske og miljømessige krav. De har

fokus på miljø, klima og dyrevelferd, og legger retningslinjer for sine leverandører om å tilfredsstille disse kravene. Likevel har de ikke møtt forventinger i forhold til arbeidsforhold, hvor de er anklaget for brudd på arbeidsmiljøloven. Dette er faktorer som setter de i et dårlig lys som medførte at kunde grupper tok avstand, og kan forklare mulige årsaker til en svak utvikling av lønnsomheten deres i enkelte perioder. Til tross for pandemien som oppstod i 2020, som medførte en svak krone og dyrere import for XXL, så leverte de likevel en god utvikling i lønnsomheten. Kombinasjonen av teknologiske faktorer som for eksempel netthandel, sammen med endring i samfunnsmessige behov når butikkene måtte stenge, er faktorer som har påvirket lønnsomheten til XXL positivt.

Fra SWOT-analysen kan vi se hvordan netthandel både opptrer som en mulighet for XXL, men også en trussel. Netthandel stod for en stor del av omsetning til XXL i starten av pandemien, og kan anses som en faktor som reddet de i denne perioden. For å utvikle lønnsomheten til XXL har de mulighet til å ekspandere netthandel til flere land, da de nå bare operer med det i Danmark. På den andre siden har de trusselen om at det er lettere å ta seg inn i bransjen for konkurrenter via netthandel, da det er mer kostnadseffektivt enn å åpne et varehus.

For å konkludere så kan vi se at XXL har hatt en positiv utvikling i lønnsomhet i perioden sett under ett, til tross for at de andre nøkkeltallene har vist en noe negativ trend frem til 2020 hvor det tok en helomvending. Årsakene til denne utviklingen kan være mange, men vi kan se fra dekomponeringen av total kapitalrentabiliteten at den gode lønnsomheten i hovedsak skyldes resultatgraden og økningen i inntekter de har hatt gjennom perioden. Økningen i inntekter i 2020 kan delvis begrunnes av endring av behov i samfunnet under pandemien, da friluftslivet ble en ideell løsning på forsvarlige sosiale sammenkomster. På grunn av at vi ikke har gjennomført en benchmarking av XXL blir det vanskelig å konkludere med om denne utviklingen skyldes bedriften eller om den skyldes bransjen. Det er likevel ingen grunn til å tro at de ikke vil fortsette med en positiv utvikling i årene som kommer.

7.0 Litteraturliste:

Dalen, H.B. (2019) *Styrketrening stadig mer populært*. Tilgjengelig fra:

<https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/styrketrening-stadig-mer-populært> (Hentet: 15.03.2022).

E24 (2014) Nå er XXL størst. *E24.no*. Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/mRv0av/naa-er-xxl-stoerst> (Hentet: 01.03.2022).

Fjeldstad, Ø.D. og Lunnan, R. (2018) *Strategi*. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget.

Hopland, S. og Wig, K.A. (2021) NAV avsluttet XXL-samarbeid etter avsløringer - nå får de ny tillit. *E24.no*. Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/gWLwEJ/nav-avsluttet-xxl-samarbeid-etter-avsloeringer-naa-faar-de-ny-tillit> (Hentet: 20.03.2022).

Hopland, s. (2020) Sportsbransjen vokste med en halv milliard i høst. *E24.no*. Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/566a90/sportsbransjen-vokste-med-en-halv-milliard-i-hoest> (Hentet: 20.03.2022).

Hopland, S. (2022) Sportsbransjen økte med en halv milliard i 2021. *E24.no*.

Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/dn06Ez/sportsbransjen-oekte-med-en-halv-milliard-i-2021> (Hentet: 01.03.2022).

Idsø, J. (2021) *Stordriftsfordeler*. Tilgjengelig fra:

<https://snl.no/stordriftsfordeler> (Hentet: 22.03.2022).

Jacobsen, D.I. (2018) *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* 3. utgave. Oslo: Cappelen Damm.

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

NHO (u.å) *EØS-avtalen - derfor er den viktig for Norge*. Tilgjengelig fra:

<https://www.nho.no/tema/eos-og-internasjonalt-handel/artikler/eos-avtalen--derfor-er-den-viktig-for-norge/> (Hentet: 10.03.2022).

NHO (u.å) *10 fordeler EØS-avtalen gir oss*. Tilgjengelig fra:

<https://www.nho.no/tema/eos-og-internasjonalt-handel/artikler/10-fordeler-eos-avtalen-gir-oss/> (Hentet: 28.01.2022).

Norges bank (2021) *Endringer i styringsrenten*. Tilgjengelig fra:

<https://www.norges-bank.no/tema/pengepolitikk/Styringsrenten/Styringsrenten-Oversikt-over-rentemoter-og-endringer-i-styringsrenten-/> (Hentet: 15.03.2022).

Pedersen, R. (2022) *Guide til inflasjon/konsumprisindeksen*. Tilgjengelig fra:

<https://www.smartepenger.no/div/776-inflasjon> (Hentet: 15.03.2022).

Proff (u.å) *XXL Sport og Villmark AS*. Tilgjengelig fra:

<https://proff.no/selskap/xxl/oslo/sports-og-fritidsutstyr/IEL2VP407RA-1/> (Hentet: 05.01.2022).

Skatteetaten (u.å) *Alminnelig inntekt*. Tilgjengelig fra:

<https://www.skatteetaten.no/satser/alminnelig-inntekt/?year=2017#rateShowYear> (Hentet: 10.03.2022).

Solheimsnes, P.A. (2021) *Netthandelen reddet XXL: Sto for en fjerdedel av salget under nedstengingen*. *E24.no*. Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/JJew1X/netthandelen-reddet-xxl-sto-for-en-fjerdedel-av-salget-under-nedstengingen> (Hentet: 16.03.2022).

Sportsbransjen (2022) *Sportskjedene fortsetter veksten i 2021*. Tilgjengelig fra:

<https://sportsbransjen.no/nyhetsarkiv/sportskjedene-fortsetter-veksten-i-2021> (Hentet: 01.03.2022).

Stormberg (u.å) *Klima og miljø*. Tilgjengelig fra:

<https://www.stormberg.com/no/om-stormberg/baerekraft> (Hentet: 14.03.2022).

Tekstilforum (2021) *Stormberg mest bærekraftig*. Tilgjengelig fra:

<https://www.tekstilforum.no/baerekraft/stormberg-mest-baerekraftig/685471> (Hentet: 14.03.2022).

Thomassen, E. (2021) *Inflasjonsmål*. Tilgjengelig fra:

<https://snl.no/inflasjonsm%C3%A5l> (Hentet: 15.03.2022).

Visma Økonomioversikt (u.å), *Nøkkeltallsrapport*. Tilgjengelig fra:

https://help.visma.net/no_no/financial-overview/content/online-help/kpi-summary.htm
(hentet: 18.02.2022).

Wig, K. og Hopland, S. (2019) Fant 1.350 timer med ulønnet XXL-jobbing: «Jeg måtte sove i telt på varehuset», *E24.no*. Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/Jo2ndJ/fant-1350-timer-med-uloennet-xxl-jobbing-jeg-maatte-sove-i-telt-paa-varehuset> (Hentet: 15.03.2022).

Wig, K. og Jordheim, H.M. (2019) XXL-ansatte i Norge beordret til armhevinger, *E24.no*.

Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/GG555B/xxl-ansatte-i-norge-beordret-til-armhevinger> (Hentet: 15.03.2022).

Wig, K. (2020) Nav fryser XXL-samarbeidet – krever arbeidsmiljø-tiltak, *E24.no*.

Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/kJGXBL/nav-fryser-xxl-samarbeidet-krever-arbeidsmiljoe-tiltak>
(Hentet: 15.03.2022).

XXL (2019) *Velkommen til XXL sport og villmark*. Tilgjengelig fra:

<https://www.xxl.no/tips/gc/om-xxl/annet/dette-er-xxl> (Hentet: 10.03.2022).

XXL (2019) *Bærekraft og etikk*. Tilgjengelig fra:

<https://www.xxl.no/tips/om-xxl/baerekraft-og-etikk> (Hentet: 14.03.2022).

Vedlegg/Appendix

Resultatregnskap

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2020	2019	2018	2017
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	4 879 113	4 103 951	4 623 779	4 420 913
Annen driftsinntekt	411 579	340 363	217 896	48 740
Sum driftsinntekter	5 290 692	4 444 313	4 841 675	4 469 653
Varekostnad	3 399 290	2 813 340	3 152 384	3 094 127
Beholdningsendringer	-	-	-	0
Lønnskostnader	748 316	627 701	655 910	574 729
Herav kun lønn	639 684	528 561	554 611	486 769
Ordinære avskrivninger	89 304	86 608	83 938	73 133
Nedskrivning	-	-	-	-
Andre driftskostnader	882 350	922 350	912 144	693 883
Driftsresultat	171 432	-5 686	37 299	33 781
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	-	-	-	0
Inntekt på investering i datterselskap	-	-	-	0
Sum annen renteinntekt	233	29	35	63
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	-	-	-	0
Sum annen finansinntekt	174 298	311 474	207 139	15 167
Sum finansinntekter	220 469	362 579	239 901	24 850
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	21 071	5 776	5 409	5 120
Andre finanskostnader	12 132	338 943	205 870	1 049
Sum annen finanskostnad	12 132	338 943	205 870	1 049
Sum finanskostnader	44 672	367 480	222 610	8 387
Resultat før skatt	347 229	-10 586	54 589	50 243
Sum skatt	76 946	-1 901	16 663	12 344
Ordinært resultat	270 283	-8 685	37 926	37 900
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	-	-	-	0
Årsresultat	270 283	-8 685	37 926	37 900

Balanseregnskap

BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2020	2019	2018	2017
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	59 017	54 945	49 804	53 983
Sum anleggsmidler	524 005	459 111	445 102	394 050
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	22 018	23 154	24 316	7 108
Maskiner/anlegg/biler	267 971	284 423	13 503	-
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	-	-	282 678	264 484
Sum varige driftsmidler	289 989	307 577	320 497	271 592
Aksjer/Investeringer i datterselskap	174 999	96 589	74 802	68 474
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	-	-	-	0
Investeringer i aksjer og andeler	-	-	-	-
Andre fordringer	-	-	-	-
Sum finansielle anleggsmidler	174 999	96 589	74 802	68 474
Sum varelager	580 967	806 345	1 095 110	1 159 475
Kundefordringer	11 250	1 089	10 991	7 179
Konsernfordringer	2 281 414	1 362 295	2 220 350	725 175
Sum fordringer	2 303 164	1 371 245	2 246 849	743 622
Sum investeringer	-	-	-	0
Kasse/Bank/Post	748 240	356 421	28 837	49 953
Sum Kasse/Bank/Post	748 240	356 421	28 837	49 953
Sum omløpsmidler	3 632 371	2 534 011	3 370 797	1 953 050
Sum eiendeler	4 156 376	2 993 122	3 815 899	2 347 100
Aksje/Selskapskapital	9 692	6 294	6 294	6 294
Annen innskutt egenkapital	26 983	25 717	31 704	25 000
Sum innskutt egenkapital	599 313	136 899	142 886	136 182
Sum opptjent egenkapital	547 351	277 068	295 053	264 547
Annen egenkapital	547 351	277 068	295 053	264 547
Sum egenkapital	1 146 665	413 968	437 939	400 729
Sum avsetninger til forpliktelser	-	-	1 366	5 646
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	489 879	2 495	-	0
Annen langsiktig gjeld	489 879	2 495	-	-
Sum langsiktig gjeld	489 879	2 495	1 366	5 646
Gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-
Leverandørgjeld	42 779	55 425	60 887	89 780
Skyldig offentlige avgifter	201 313	162 737	172 162	160 680
Ordinært utbytte	-	-	-	-
Ekstraordinært utbytte	-	-	-	-
Tilleggsutbytte	-	-	-	-
Sum utbytte	-	-	-	-
Kortsiktig konserngjeld	1 830 619	2 133 788	2 917 036	1 496 900
Annen kortsiktig gjeld	408 763	224 710	212 553	180 430
Sum kortsiktig gjeld	2 519 833	2 576 660	3 376 594	1 940 724
Sum gjeld	3 009 711	2 579 155	3 377 960	1 946 371
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	4 156 376	2 993 122	3 815 899	2 347 100

