

Julie Formo
Synne Berg
Erlend Haugan
Thomas Neergaard

Lønnsomhetsanalyse av Nava Sport Verdal

Profitability analysis of Nava Sport Verdal

Semesteroppgave i økonomisk styring

Veileder: Tor-Eirik Olsen

April 2019

Julie Formo
Synne Berg
Erlend Haugan
Thomas Neergaard

Lønnsomhetsanalyse av Nava Sport Verdal

Profitability analysis of Nava Sport Verdal

Semesteroppgave i økonomisk styring
Veileder: Tor-Eirik Olsen
April 2019

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen

Forord

Hovedprofilen i vår bachelorgrad på NTNU Handelshøyskolen er økonomisk styring. Denne semesteroppgaven skrives om en avsluttende del av studiet, økonomi og administrasjon, og tilsvarer 7,5 studiepoeng.

Bakgrunnen for valg av oppgave og tema er for det meste valg av bransje. Samtlige av studentene bak oppgaven er interessert i sportsbutikker i ulik grad. Noen har erfaring fra å jobbe i sportsbutikk, andre har erfaring fra å handle i sportsbutikker. Etter litt frem og tilbake kom vi i kontakt med daglig leder i Nava Sport Verdal som sa ja til å stille opp på eventuelle intervju. Sammen med offentlige regnskapstall for akkurat denne bedriften (og ikke hele konsernet) ble lønnsomhet et naturlig valg da det ikke bare er en viktig faktor for å lykkes, men også for i det hele tatt å overleve.

I vår studie har vi tatt utgangspunkt i bedriftens offentlige regnskap, samt et personlig intervju med daglig leder. Vi har valgt å sammenligne lønnsomheten med Nava Sport AS (Namsos), som er kjedens første butikk, og G-MAX Magneten som er en konkurrent.

Semesteroppgaven har gitt oss muligheten til å fordype oss i teori og anvende mye av kunnskapen vi har tilegnet oss gjennom årene på NTNU Handelshøyskolen. Det har gjort arbeidet med og rundt oppgaven til en motiverende og lærerik prosess. Vi har arbeidet strukturert og fungert bra som gruppe, og vært flinke til å alltid ha en plan for hva vi skulle på de avtalte arbeidsdagene.

Vi vil rette en stor takk til vår veileder Tor-Eirik Olsen for å hjelpe oss gjennom hele prosessen. Vi vil også takke daglig leder hos Nava Sport Verdal, Randi Sveberg, for å gjennomføre intervju med oss.

Innholdet i denne oppgaven står for forfatternes regning.

Erlend Haugan

Julie Formo

Thomas Neergaard

Synne Berg

Sammendrag

Hovedfokus for vår oppgave har vært en regnskapsanalyse av Nava Sport Verdal med fokus på lønnsomhet. Vi har regnet på ulike nøkkeltall innenfor områdene finansiering, soliditet, likviditet og lønnsomhet. Tidsrommet vi har valgt å analysere er fra 2013 til 2017. Vi har også valgt ut to andre sportsbutikker for å sammenligne nøkkeltallene og utviklingen med. De to butikkene er Nava Sport Namsos og G-Sport Magneten som viser både tall fra en butikk i samme kjede og en konkurrent. Problemstillingen vi har jobbet med har vært som følger:

Hvordan har lønnsomheten til Nava Sport Verdal utviklet seg i perioden 2013 til 2017, og hva er mulige årsaker til denne utviklingen?

Regnskapsanalysen ga oss oversikt over bedriftens generelle økonomiske situasjon over tid. I løpet av perioden har vi generelt sett en positiv økning i lønnsomhet for Nava Sport Verdal, spesielt etter nedgangen i 2014. Lønnsomhetstallene har vi også sammenlignet med Nava Sport på Namsos og G-MAX Magneten. Her kan vi se at de ikke kun gjør det bra isolert sett, men også sett opp mot disse to konkurrentene. For de øvrige delene av regnskapsanalysen har vi kun tatt utgangspunkt i Nava Sport Verdal.

Gjennom arbeidet med oppgaven har vi tilegnet oss kunnskap om bransjen som Nava Sport Verdal opererer i, noe som har vært avgjørende for å kunne gjennomføre en god SWOT-analyse. Med bakgrunn i de tallene vi fant i nøkkeltallsanalysen, og videre gjennom SWOT-analysen forsøkte vi å finne frem til hva som gjorde at Nava Sport Verdal har hatt den solide utviklingen de har hatt de siste årene. De viktigste funnene våre fra denne analysen er blant annet at de ansatte er en av deres viktigste ressurser og anses som en kritisk suksessfaktor. I tillegg har de ettertraktet varesortiment, noe som er veldig viktig for å stå imot den økende netthandelen i dagens samfunn. Det, og store kjeder i nærområdet utgjør Nava Sport Verdals største trusler.

Ut fra våre funn i denne studien kan vi påstå at lønnsomheten hos Nava Sport Verdal har vist stabil trend gjennom perioden, med gjennomgående sterke nøkkeltall. Årsaker til dette er blant annet at de har opprettholdt og tidvis økt omsetningen i tillegg til at de har klart å holde kostnadene stabile. Ikke minst er kunnskapsrike ansatte samt et attraktivt varesortiment en viktig del av årsaken til at bedriften har økt salget gjennom perioden.

Abstract

The main focus in this assignment is a profitability analysis of the company Nava Sport Verdal. Furthermore, our research question is centered on the development of the profitability in the years 2013 through 2017.

We have calculated various types of key financial ratios related to profitability, funding, solidity and liquidity. To make this analysis useful it is a necessity with a comparison in some way. Therefore, we have chosen to compare the development in the profitability with a competitor in the same industry, G-MAX Magneten, and the same store in a different location, Nava Sport Namsos. In addition, we have chosen to include a SWOT-analysis to provide possible explanations to the development in profitability. The term paper starts by addressing the purpose of the assignment and research question in detail. In chapter one, we present a brief description of the company's history and the industry it operates in. The theory concerning accounting analysis makes up chapter two, and this part contains a description of 12 key figures.

Further on, we introduce the research methods where we discuss and reflect upon different types of methodological issues relevant to this assignment. The analysis of the company begins in chapter four and starts with the key figures for Nava Sport Verdal. Next, we compare our main company with two others. We compare the figures for profitability and discuss possible explanations for the development. The last part of this chapter contains a SWOT-analysis where we have examined the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the company.

Lastly, we have the conclusion of the assignment. Our research has shown that Nava Sport Verdal currently are on the right track in terms of profitability. After a difficult year in 2014 they have improved their profitability and are currently on track for a continued positive development in the years to come.

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	1
1.1 Bakgrunn og formål med oppgaven	1
1.2 Problemstilling	2
1.3 Informasjon om bedriften: Nava Sport Verdal	2
1.4 Videre oppbygging av oppgaven.....	3
2.0 Teori	4
2.1 Regnskapsanalyse	4
2.2 Finansiering	5
2.2.1 Finansieringsgrad 1.....	5
2.2.2 Arbeidskapital.....	5
2.2.3 Langsiktig lagerfinansiering	6
2.3 Soliditet.....	6
2.3.1 Egenkapitalandel	6
2.3.2 Gjeldsgrad	6
2.4.1 Likviditetsgrad 1	7
2.4.2 Likviditetsgrad 2.....	7
2.5 Lønnsomhet.....	8
2.5.1 Totalkapitalrentabilitet.....	8
2.5.2 Dupont modell	8
2.5.3 Egenkapitalrentabilitet før skatt.....	9
2.5.4 Bruttofortjeneste i prosent	9
2.6 SWOT-analyse.....	10
3.0 Metode	11
3.1 Problemstilling	11
3.2 Undersøkellesdesign	11
3.3 Datainnsamling.....	12
3.4 Gyldighet og pålitelighet.....	13
4.1 Finansiering	15
4.1.1 Finansieringsgrad 1.....	15
4.1.2 Arbeidskapital.....	16
4.1.3 Langsiktig lagerfinansiering	17
4.2 Soliditet.....	18
4.2.1 Egenkapitalandel	18
4.2.2 Gjeldsgrad	19
4.3.2 Likviditetsgrad 2.....	21
4.4 Lønnsomhet.....	22
4.4.1 Totalkapitalrentabilitet.....	22
4.4.2 Dupont modell	23
4.4.3 Egenkapitalrentabilitet før skatt.....	24
4.4.4 Bruttofortjeneste i prosent	25

4.5 Benchmarking.....	26
4.5.1 Totalkapitalrentabilitet.....	27
4.5.2 Egenkapitalrentabilitet.....	28
4.5.3 Bruttofortjeneste i prosent.....	29
4.5.4 Driftsmargin.....	30
4.6 SWOT.....	30
4.6.1 Styrker.....	31
4.6.2 Svakheter.....	32
4.6.3 Muligheter.....	32
4.6.4 Trusler.....	33
5.0 Konklusjon og diskusjon.....	34
6.0 Referanseliste.....	37
7.0 Vedlegg.....	38
Vedlegg 1 (Årsregnskap Nava Sport Verdal AS).....	38
Vedlegg 2 (Årsregnskap for Nava Sport AS (Namsos)).....	40
Vedlegg 3 (Årsregnskap for G-Max Magneten).....	42
Vedlegg 4 (Nødvendig regnskap fra 2012).....	44
Vedlegg 5 (Utrekning av nøkkeltall for Nava Sport Verdal).....	44
Vedlegg 6 (Utrekning av nøkkeltall for Nava Sport Namsos).....	52
Vedlegg 7 (Utrekning av nøkkeltall for G-Sport Magneten).....	55
Vedlegg 8 (Bransjetall for bruttofortjeneste).....	58

Tabell- og figuroversikt

Tabeller:

<i>Tabell 1: Finansieringsgrad 1</i>	15
<i>Tabell 2: Arbeidskapital</i>	16
<i>Tabell 3: Langsiktig lagerfinansiering</i>	17
<i>Tabell 4: Egenkapitalandel i prosent</i>	18
<i>Tabell 5: Gjeldsgrad</i>	19
<i>Tabell 6: Likviditetsgrad 1</i>	20
<i>Tabell 7: Likviditetsgrad 2</i>	21
<i>Tabell 8: Totalkapitalrentabilitet</i>	23
<i>Tabell 9: Resultatgrad</i>	23
<i>Tabell 10: Totalkapitalens omløpshastighet</i>	23
<i>Tabell 11: Egenkapitalrentabilitet før skatt</i>	24
<i>Tabell 12: Bruttofortjeneste i prosent</i>	25
<i>Tabell 13: Egenkapitalrentabilitet (benchmarking)</i>	28

Figurer:

<i>Figur 1: Finansieringsgrad 1</i>	15
<i>Figur 2: Egenkapitalandel i prosent</i>	18
<i>Figur 3: Gjeldsgrad</i>	19
<i>Figur 4: Likviditetsgrad 1</i>	20
<i>Figur 5: Likviditetsgrad 2</i>	21
<i>Figur 6: Totalkapitalrentabilitet</i>	22
<i>Figur 7: Egenkapitalrentabilitet før skatt</i>	24
<i>Figur 8: Bruttofortjeneste</i>	25
<i>Figur 9: Totalkapitalrentabilitet (benchmarking)</i>	27
<i>Figur 10: Egenkapitalrentabilitet (benchmarking)</i>	28
<i>Figur 11: Bruttofortjeneste i prosent (benchmarking)</i>	29
<i>Figur 12: Driftsmargin (benchmarking)</i>	30

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn og formål med oppgaven

Ved Handelshøyskolen NTNU i Trondheim skal studenter som går 3. året bachelor skrive en avsluttende oppgave innenfor en valgt retning. Vi har valgt retningen økonomisk styring, og skal med denne oppgaven gjennomføre en regnskapsanalyse med hovedfokus på lønnsomhet for en valgt bedrift.

På bakgrunn av vår interesse for sport og friluft ville vi ta for oss en sportsbutikk, og vi valgte Nava Sport Verdal. Nava konseptet har etablert seg med flere butikker i Trøndelag, samt en i Mosjøen. Vi fant det interessant å analysere en av deres butikker, og valgte butikken på Verdal da vi har kjennskap til butikken og lokalsamfunnet i Innherred.

Vi har valgt å foreta en regnskapsanalyse med hovedfokus på lønnsomhet for Nava Sport Verdal, både på bakgrunn av at vi ønsker å anvende det vi har lært i studiet, og at butikken har evnet å etablere seg på tross av hard konkurranse og at store aktører i bransjen har vist negativ trend (Solheimsnes, 2018). Å gjennomføre en regnskapsanalyse er svært nyttig, både for å belyse hva som går bra, men også hvor det er rom for forbedring. Hovedvekten i vår oppgave omhandler en analyse av regnskapstall og utviklingen over en 5-års periode. I tillegg ønsker vi å sammenligne Nava Sport Verdal med to andre butikker innenfor samme bransje, for å få en indikasjon på hvordan butikken har gjort det i markedet samt å se deres utvikling opp mot andre aktører. I sammenligningen vil hovedfokuset være på lønnsomheten hos de ulike aktørene.

Vi har valgt henholdsvis G-MAX (tidligere G-Sport) Magneten og Nava Sport Namsos for denne sammenligningen. Grunnen til at vi har valgt G-MAX Magneten er først og fremst fordi den ligger i nærheten av Verdal, på et stort kjøpesenter hvor mange fra Verdal og omegn reiser for å handle, og fordi G-MAX er en veletablert aktør innen sportsbransjen på landsbasis. Derfor kan G-MAX Magneten anses å være en av de største konkurrentene for Nava Sport Verdal. Vi har valgt Nava Sport Namsos som den andre sammenligningsbutikken, for å kunne se hvordan butikken i Verdal gjør det sammenlignet med den første butikken Nava Sport startet. Namsos og Verdal har relativt likt innbyggertall (hhv. 13 000 og 15 000, (Statistisk sentralbyrå, 2018a) og (Statistisk sentralbyrå, 2018b)), noe som gjør Namsos godt egnet for sammenligning.

I en bransje preget av hard konkurranse og flere store aktører er det følgelig vanskelig å etablere seg. Vi vet at Nava Sport Verdal er den største sportsbutikken på Verdal, og fant det interessant å se på hvor godt Verdal gjør det målt mot andre i samme konsern, og målt opp mot konkurrenter i nærområdet. At Nava Sport Verdal har overlevd, og i tillegg hatt positiv utvikling, danner et interessant utgangspunkt for vår oppgave.

1.2 Problemstilling

Formålet med denne oppgaven er å gjennomføre en regnskapsanalyse med hovedvekt på lønnsomheten i perioden 2013-2017. Vår problemstilling tar utgangspunkt i regnskapsdata fra Nava Sport Verdal, hentet fra proff.no. I tillegg har vi brukt regnskapstall for G-MAX Magneten og Nava Sport Namsos i vår sammenligning av butikkene. Fokuset i oppgaven ligger på Nava Sport Verdal, da det er deres nøkkeltall og utvikling i perioden vi er interessert i å se på. Vi har hentet inn relevant bransjeinformasjon gjennom korrespondanse med daglig leder Randi Sveberg, i tillegg til informasjon om deres synspunkt på momentene i en SWOT-analyse.

Vår problemstilling er som følger:

Hvordan har lønnsomheten til Nava Sport Verdal utviklet seg i perioden 2013 til 2017, og hva er mulige årsaker til denne utviklingen?

Herunder delproblemstilling:

Hvordan er lønnsomheten hos Nava Sport Verdal sammenlignet med andre aktører i samme bransje og i nærområdet?

1.3 Informasjon om bedriften: Nava Sport Verdal

Nava Sport AS ble etablert i 1989 med sin første butikk i Namsos, og i 2007 åpnet de sin andre butikk i Verdal. I 2016-2017 utvidet de ytterligere med to butikker og en nettbutikk (Nava Sport AS, u.d.). Nava Sport har som hovedprofil å selge artikler innen sport, jakt og fiske og fritid. Nava Sport har flere avdelinger i sin butikk, herunder sko, tekstil, jakt og fiske, ski og sykkel. I korrespondanse med daglig leder Randi Sveberg fremkom det at den største avdelingen er jakt og friluft, samt fiske.

I Verdal finnes det ytterligere to sportsbutikker, samt at blant annet XXL og G-MAX finnes i nærområdet (hhv. Steinkjer og Levanger). Det er relativt mange sportsbutikker på et mindre

geografisk område, og følgelig er markedet preget av høy konkurranse. I tillegg finnes det mange nettbutikker som selger sportsutstyr, og det er ikke et ukjent fenomen at netthandel har tatt over mye av butikkhandelen.

Sportsbransjen er ikke som eksempelvis dagligvarebransjen, da man i sportsbransjen må tilby de produktene som etterspørres, og det varierer mye avhengig av sesong. Man må kontinuerlig treffe riktig med produktene i forhold til sesong for å oppnå salg. Det byttes eksempelvis fra sykkel til ski når vintersesongen kommer, og det er ikke ønskelig å sitte igjen med stort varelager ved sesongbytte. Dette stiller store krav til aktører innenfor sportsbransjen når det gjelder blant annet planlegging av innkjøp. Det er eksempelvis ønskelig å ha nok ski når vintersesongen starter, men det er ikke ønskelig å sitte igjen med for mange ski etter sesong som må selges unna billigere – og dermed redusere blant annet bruttofortjenesten. Et annet usikkerhetsmoment er at etterspørselen etter sesongbaserte varer ofte varierer med vær og forhold, noe som er utrolig vanskelig, nærmest umulig, å forutse lang tid i forveien.

Det er dermed flere faktorer som spiller inn på konkurransesituasjonen i sportsbransjen. Man må klare å tilby det som etterspørres til enhver sesong, hard priskonkurranse som følge av mange konkurrenter og prisgarantiklausuler, og selvfølgelig må man evne å etablere seg slik at man på sikt går med overskudd. Enhver bedrift må være lønnsom på sikt for at det skal være grunn til å holde bedriften i gang, og på bakgrunn av bransjesituasjonen her er det høyst nødvendig å foreta ulike analyser for å belyse hvor man gjør det bra eller dårlig. Regnskapsanalyse, og følgelig lønnsomhetsanalyse, er blant de analysene som er nyttig å gjennomføre.

1.4 Videre oppbygging av oppgaven

Vi starter med å presentere teorigrunnlaget for oppgaven, herunder nøkkeltallene vi skal beregne. Deretter kommer metodekapitlet som beskriver hvordan vi har gått frem i oppgaven, før selve analysen kommer. Analysen inneholder i tillegg til en nøkkeltallsanalyse også en sammenligning med andre aktører i nærområdet. Videre følger det en strategisk analyse basert på intervju med daglig leder for Nava Sport Verdal. Til slutt kommer en avsluttende del med diskusjon og konklusjon.

2.0 Teori

I dette kapitlet skal vi presentere relevant teori for å svare på vår problemstilling. Formlene for nøkkeltallene vi bruker er hentet fra Kristoffersen (2016b). Vi gjør her rede for teori omkring regnskapsanalyse og nøkkeltall, og da med spesielt fokus på lønnsomhet. Videre vil vi også ta for oss nøkkeltall knyttet til finansiering, soliditet og likviditet.

2.1 Regnskapsanalyse

Ifølge Kristoffersen (Kristoffersen, 2016a, p. 437) er regnskapsanalyse en systematisk bearbeidelse av regnskapsdata. Kristoffersen (Kristoffersen, 2016a, p. 437) at regnskapsanalyse er som følger: “Alle teknikker som benyttes for å kartlegge og belyse en bedrifts økonomiske utvikling og stilling.” Formålet med regnskapsanalysen er å gi et helhetlig bilde av den finansielle situasjonen for bedriften, og dermed gi et bedre grunnlag for ledelsen til å ta beslutninger. På kort sikt vil vurderingen av likviditet være klart viktigst å ta hensyn til, men på lengre sikt vil også soliditet, finansiering og lønnsomhet ha stor betydning.

For at regnskap skal være til nytte for brukere som skal foreta beslutninger kreves det at det er mulig å gjøre sammenligninger i en eller annen form. Den første formen for sammenligning, som vil utgjøre hovedvekten i vår analyse, er tidssammenligninger. Her tar man i bruk regnskapet for flere perioder, og ser på utviklingen over tid for den sammen bedriften. Den andre sammenligningsformen er budsjettssammenligninger, eller i praksis en avviksanalyse. Man ser her på hvordan resultatet ser ut sammenlignet med hva man har budsjettet med. Dette går vi (Nava Sport AS, u.d.) ikke inn på i vår analyse. Det siste alternativet er å sammenligne med andre bedrifter i markedet. Vi kommer til en viss grad til å bruke denne formen, men hovedvekten vil altså være på å presentere endringer over tid for Nava Sport Verdal.

Vi skiller mellom tre ulike metoder for å gjennomføre regnskapsanalyser. En horisontal analyse fokuserer på endringene i resultat og balanse fra periode til periode. Den vertikale analysen velger man en basisstørrelse for det enkelte år, og beregner hver regnskapspost i prosent av denne. Nøkkeltallsanalysen brukes til å beregne forholdet mellom ulike poster i regnskapet, og dermed sammenligne disse forholdene på tvers av regnskapsperioder. I det følgende vil vi presentere utvalgte nøkkeltall for finansiering, soliditet, likviditet og lønnsomhet.

2.2 Finansiering

Finansiering omhandler hvordan bedriften anskaffer og anvender kapital og tar utgangspunkt i sammensetningen av bedriftens eiendeler på et gitt tidspunkt. Finansiering av eiendeler kan skje med både langsiktig og- kortsiktig kapital. Langsiktig kapital er egenkapital og langsiktig gjeld, og kortsiktig kapital er kortsiktig gjeld. Skal man ha en sunn finansiering av eiendelene bør anleggsmidlene som et minimumskrav være finansiert av langsiktig kapital, noe som vil si at egenkapital og langsiktig gjeld samlet er større enn anleggsmidlene. Dette gir positiv arbeidskapital, siden disse to også finansierer deler av omløpsmidlene. Sammensetningen av eiendelene varierer med flere forhold, som for eksempel bransje bedriften opererer i, grad av mekanisering og omfang av kjøp/leie av driftsmidler. I det følgende vil vi se på følgende nøkkeltall: finansieringsgrad 1, arbeidskapital og langsiktig lagerfinansiering.

2.2.1 Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 viser i hvilken grad anleggsmidlene er finansiert med langsiktige midler, nærmere bestemt egenkapital og langsiktig gjeld. For å ha en sunn finansieringsstruktur bør enhver bedrift ha en finansieringsgrad 1 lavere enn 1, som vil si at alle anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert.

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

2.2.2 Arbeidskapital

Arbeidskapitalen er differansen mellom omløpsmidlene og kortsiktig gjeld. Som en god tommelfingerregel skal anleggsmidler ikke finansieres med kortsiktig gjeld. Altså bør arbeidskapitalen være positiv. Dersom den er negativ kan det være en indikasjon på dårlig likviditet ved at bedriften ikke evner å betale sine forpliktelser ved forfall. Endringer i arbeidskapitalen kan derfor si noe om utviklingen i bedriftens likviditet.

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

2.2.3 Langsiktig lagerfinansiering

Dette nøkkeltallet forteller oss hvor stor andel av varelageret som er langsiktig finansiert.

Dette tallet bør være positivt og høyt. Aller best er det om hele varelageret er finansiert med langsiktig kapital. Varelageret kan være lite likvid, og derfor er det viktig at det er langsiktig finansiert for å unngå betalingsvansker i forbindelse med kortsiktige lån og lignende.

$$\text{Langsiktig lagerfinansiering} = \frac{\text{Arbeidskapital} * 100 \%}{\text{Varelager}}$$

2.3 Soliditet

«Soliditet viser en bedrifts evne til å tåle tap» (Berg, 2018). Det er nært knyttet til finansiering og det dreier seg om evnen til å tåle tider med svak lønnsomhet. Soliditeten er gjerne knyttet til størrelsen på egenkapitalen i forhold til samlet kapital i bedriften, og vi vil her benytte to nøkkeltall; egenkapitalandel og gjeldsgrad.

2.3.1 Egenkapitalandel

Summen av eiendelene i bedriften kalles *total kapitalen*, og egenkapitalandelen vil følgelig vise hvor stor prosent av eiendelene som er finansiert med egne midler. Denne forteller også hvor mye bedriften kan tape før fremmedkapitalen (gjeld) også blir påført et tap. Jo større egenkapitalandelen er, jo bedre er soliditeten til bedriften.

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

2.3.2 Gjeldsgrad

Gjeldsgraden viser forholdet mellom fremmedkapital og egenkapital. I denne oppgaven benytter vi gjeldsgrad uttrykt i antall ganger. En gjeldsgrad på eksempelvis 2 betyr at gjelden er dobbelt så stor som egenkapitalen. Egenkapitalandelen avtar med økende gjeldsgrad. Mindre gjeldsgrad betyr i praksis at bedriften har mindre krav til å betale renter og avdrag, og dermed mindre krav til å tjene inn penger for å betjene sin gjeld. Soliditeten kan bedres ved å

styrke innskutt og opptjent egenkapital, eller ved at overskuddslikviditet benyttes til å nedbetale gjeld.

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

2.4 Likviditet

Likviditet handler om bedriftens betalingsevne, og det angir om bedriften har nok likvide midler til å betale sine forpliktelser ved forfall. Sentrale nøkkeltall når vi vil analysere likviditeten er blant annet likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2. Begge nøkkeltallene tar utgangspunkt i balansen på et bestemt tidspunkt.

2.4.1 Likviditetsgrad 1

Dette nøkkeltallet inneholder de samme komponentene som arbeidskapitalen, forskjellen er at her kommer man frem til et forholdstall. Den bør være større 1, men det, men anbefalt norm er at den bør være større enn 2 (Kristoffersen, 2016). Det skal likevel nevnes at det er et veldig strengt krav.

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

2.4.2 Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 er en justering av likviditetsgrad 1, ved at man benytter *mest likvide omløpsmidler*. Det defineres som omløpsmidler minus varelager. De mest likvide omløpsmidlene er omløpsmidler som kan omgjøres til likvider ved enkle transaksjoner. Normen sier at denne bør være større enn 1 (Kristoffersen, 2016b; Kristoffersen, 2016a). Nøkkeltallet forteller oss i hvilken grad bedriften er i stand til å betale sine økonomiske forpliktelser på kort sikt.

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

2.5 Lønnsomhet

Lønnsomhet sier noe om bedriftens evne til å skape overskudd. Inntektene må være større enn kostnadene. Lønnsomhet er en viktig forutsetning for at en bedrift skal overleve på lengre sikt, og for at eiere og (potensielle) investorer skal være villige til å skyte inn mer egenkapital for at bedriften skal kunne vokse. Vi velger å benytte total kapitalrentabiliteten, DuPont-modellen - herunder resultatgrad og total kapitalens omløpshastighet, egenkapitalrentabilitet før skatt og bruttofortjeneste i prosent.

2.5.1 Total kapitalrentabilitet

Total kapitalrentabiliteten uttrykker hvor mye hver krone som er investert i bedriften, gir i avkastning uavhengig av finansieringen. Den forteller noe om hvor godt bedriften drives, og hvor god inntjeningen er. Vi benytter gjennomsnittlig total kapital fordi resultatet er opptjent gjennom hele perioden, samt at det bygger på en antakelse om at eiendelene har endret seg jevnt gjennom perioden. Videre bruker vi resultat før finanskostnad for å ta hensyn til avkastningen for den totale kapitalen.

$$\text{Total kapitalrentabilitet} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter}) * 100 \%}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

2.5.2 Dupont modell

Total kapitalrentabiliteten (ROI) kan dekomponeres gjennom dupont modellen, som består av flere steg. Det første steget er å dekomponere i resultatgrad (ROS) og total kapitalens omløpshastighet (KO), som vi foretar oss her.

$$\text{ROI} = \text{ROS} * \text{KO}$$
$$\text{Total kapitalrentabilitet} = \text{Resultatgrad} * \text{Total kapitalens omløpshastighet}$$

Resultatgrad (Return on sales, ROS) måler resultatet før finanskostnader i forhold til hver krone omsatt. Resultatgraden kan forbedres ved å forbedre resultatet og/eller reduksjon av kostnadene.

$$\text{Resultatgrad} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter})}{\text{Driftsinntekter}}$$

Kapitalens omløpshastighet måler hvor effektivt eiendelene er brukt til å skape inntekter. En bedrift med høy omløpshastighet har effektiv bruk av kapital, men hvor høy som betegnes som bra vil variere mellom ulike bransjer.

$$\text{Kapitalensomløpshastighet} = \frac{\text{Driftsinntekter}}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

2.5.3 Egenkapitalrentabilitet før skatt

Vi benytter før skatt for å kunne sammenligne de ulike periodene uavhengig av gjeldende skattesats for hvert enkelt år. Egenkapitalrentabiliteten før skatt sier hvor mye eierne oppnår i avkastning for hver krone de har investert. Det måler altså lønnsomheten av eieres investering før skatt.

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

2.5.4 Bruttofortjeneste i prosent

Bruttofortjenesten forteller hvor mye en handelsbedrift har tjent på varesalget før det tas hensyn til øvrige kostnader. Bruttofortjenesten finner man ved å se på differansen mellom innkjøpspris og utsalgspris. Dette nøkkeltallet vil variere veldig fra bransje til bransje på hva som er tilfredsstillende og ikke. Ifølge SSB's varehandelsstatistikk for 2016 er bransjetallet 28,8 % (SSB, se vedlegg).

$$\text{Bruttofortjeneste i prosent} = \frac{\text{Bruttofortjeneste} * 100 \%}{\text{Salgsinntekter}}$$

I regnskapsanalysen har vi tatt for oss alle nøkkeltallene vi skal presentere i analysedelen, som er rent kvantitative data. Videre vil vi ta for oss faktorer av den kvalitative typen for å gå grundigere inn på mulige forklaringer som ligger bak Nava Sport Verdals utvikling når det gjelder disse nøkkeltallene. Dette skal vi gjøre ved å gjennomføre en SWOT-analyse der vi ser på bedriftens styrker og svakheter, samt muligheter og trusler for den fremtidige utviklingen.

2.6 SWOT-analyse

Selve SWOT-analysen består av fire hovedkomponenter. Vi skiller disse i interne og eksterne faktorer for bedriften. De interne faktorene i denne analysen er bedriftens styrker og svakheter ("Strengths" og "Weaknesses"), mens de eksterne faktorene er muligheter og trusler ("Opportunities" og "Threats"). Når man utarbeider analysen er det viktig å ta hensyn til at flere faktorer kan bli sett på som for eksempel både en styrke og en svakhet i organisasjonen, og tilsvarende kan en trussel vises om til en mulighet om man bare er oppmerksom.

Formålet med SWOT-analysen er å kunne se på om bedriftens nåværende strategi er hensiktsmessig og oppnåelig gitt deres styrker og svakheter, og videre om de står godt rustet til å møte de utfordringene og mulighetene som bedriften møter eksternt. Ved å koble sammen den interne og eksterne analysen vil bedriften ha et godt grunnlag for valg av fremtidig strategi som vil være best mulig egnet i deres marked, og med deres forutsetninger. Det som er spesielt viktig er at man ved gjennomføring av analysen må ha kunnskap om både bedriften og markedet den operer i.

3.0 Metode

I dette kapitlet skal vi gjøre rede for hvordan vi har gått frem, både metodisk og praktisk, for å svare på problemstillingen. Vi går også inn på hvilke valg vi har foretatt, hvorfor akkurat disse valgene er tatt og mulige konsekvenser dette har medført.

3.1 Problemstilling

I vårt tilfelle er problemstillingen som presentert i kapittel 1:

Hvordan har lønnsomheten til Nava Sport Verdal utviklet seg i perioden 2013 til 2017, og hva er mulige årsaker til denne utviklingen?

Å utarbeide en god problemstilling blir ofte sett på som det mest tidkrevende og omfattende trinnet i prosessen. Vi har prøvd å innsnevre problemstillingen i stor grad, for å gjøre undersøkelsen så god som mulig. I vår oppgave er det ingen grunn til å prøve å dekke over for mye, da er det bedre å gå i dybden. Dermed har vi foretatt en rekke viktige valg allerede i valget av problemstilling, for å hovedsakelig avgrense hva vi skal fokusere på.

Vi har valgt å fokusere på en 5-årsperiode for å kartlegge lønnsomhetsutviklingen i Nava Sport Verdal. Vår problemstilling er todelt; første del er beskrivende og andre del er forklarende. Den beskrivende delen vil være avgrenset i tid, og sier noe om tilstanden over en gitt periode. Ved å inkludere den forklarende delen får vi i tillegg muligheten til å avdekke mulige årsaker til utviklingen til Nava Sport Verdal.

3.2 Undersøkellesdesign

Valg av undersøkelsesdesign vil ha mye å si for undersøkelsens gyldighet og pålitelighet (Jacobsen, 2015). Undersøkelsesdesign kan sees på som en fremgangsmåte for å sikre gode svar på den valgte problemstillingen.

I vår besvarelse av problemstilling har vi valgt å benytte oss av et intensivt design, nærmere bestemt en case-studie. Et intensivt undersøkelsesdesign handler om at man går i dybden på noen få enheter; hovedsakelig for å få et mer helhetlig bilde av situasjonen. Det intensive designet egner seg godt dersom man ønsker å finne individuelle nyanser og forskjeller.

Det er en case-studie som fokuserer på en kollektiv enhet. I vårt tilfelle er den kollektive enheten bedriften Nava Sport Verdal. Felles for alle case-studier er at studieobjektet er

avgrenset i tid og rom (Jacobsen, 2015), slik vår er avgrenset fra 2013-2017. Grunnen til at vi har valgt å fokusere på de disse fem årene er for å få et mest mulig korrekt bilde av dagens situasjon, samtidig som vi vil se en utvikling, noe vi bare får gjennom flere år med regnskapstall. Ved å se på den faktiske utviklingen over tid er dette en tidsseriestudie.

3.3 Datainnsamling

I vår oppgave anvender vi metodetriangulering. Det er en kombinasjon av kvalitativ- og kvantitativ tilnærming, der vi nå ønsker at de kvalitative, mer nyanserte og forklarende dataene, skal støtte opp de kvantitative og beskrivende regnskapstallene (Jacobsen, 2015, p. 137).

Regnskapstallene våre er sekundærdata vi har hentet fra Proff.no. Til SWOT-analysen har vi brukt primærdata der vi intervjuet daglig leder i Nava Sport Verdal, Randi Sveberg.

De kvantitative dataene i oppgaven er regnskapstall fra perioden 2013 til 2017. Hovedfokuset for oppgaven har vært å se på bedriftens lønnsomhet, og siden det er mange nøkkeltall å velge mellom, har vi måtte foretatt valg av de vi synes får fram lønnsomheten på en best mulig måte. Vi har tatt med tall på likviditet, finansiering, soliditet og lønnsomhet, med flest nøkkeltall innenfor lønnsomhetsdelen.

Årsaken til at vi valgte å fokusere på lønnsomhet er at det er det området innenfor økonomisk styring som er mest interessant, og ikke minst så vi muligheter til å skrive en godt strukturert oppgave innenfor dette temaet. Å gjennomføre en analyse av lønnsomheten til en bedrift kan gi gode muligheter til å identifisere og ta tak i betydelige elementer angående inntekts- og kostnadsposter i regnskapet.

Innenfor lønnsomhetsanalysen har vi valgt å ta for oss følgende nøkkeltall:

Totalkapitalrentabilitet, som er dekomponert til resultatgrad og totalkapitalens omløpshastighet, egenkapitalrentabilitet, bruttofortjeneste i prosent og driftsmargin. Vi har fokusert på disse da vi mener at disse gir det vi trenger av informasjon til å gjennomføre en god lønnsomhetsanalyse. Av øvrige nøkkeltall knyttet til likviditet, finansiering og soliditet har vi valgt følgende: Finansieringsgrad 1, arbeidskapital, langsiktig lagerfinansiering, egenkapitalandel, gjeldsgrad, likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2.

Videre har vi valgt å sammenligne bedriften opp imot konkurrerende bedrifter i samme området ved å gjennomføre en benchmarking. Vi har valgt å se på G-MAX Magneten på Levanger og Nava Sport Namsos. Bakgrunnen til dette valget er at Nava Sport Verdal satser

på et større område, og har en del kunder utenfor byen også. Derfor tok vi G-MAX fordi de er største konkurrent i området og Nava Sport Namsos fordi de er den største butikken i Nava Sport-kjeden. Med dette skal vi kunne se hvor godt de gjør det relativt sett i nærområdet.

Til slutt har vi valgt å gjennomføre en SWOT-analyse som skal hjelpe oss å se på mulige bakenforliggende forklaringer til endringene vi er vitne til i regnskap og nøkkeltall. Vi valgte SWOT-analyse av den grunn at det er noe vi har erfaringer med den fra tidligere fag, og den er godt egnet til å kartlegge en bedrifts styrker og svakheter, og muligheter og trusler. For å skaffe data til analysen valgte vi å ta kontakt med daglig leder i Nava Sport Verdal for nærmere innsikt i hva som var mulige årsaker til deres utvikling i perioden. Det er svært mange faktorer som kan forklare Nava Sport Verdals lønnsomhet, og mange av dem får vi ikke tilgang til ut ifra kvantitative regnskapstall og derfor skaper vi med en SWOT-analyse et enda bedre og mer realistisk bilde av bedriften. En fordel med å velge daglig leder fremfor personer med høyere stilling er at daglig leder ofte har en god del innsikt i den daglige driften. I vårt tilfelle jobber daglig leder i butikk hver dag og omgås mye med kunder. Dermed er det rimelig å anta at hun har god innsikt i de konkurransefortrinnene butikken faktisk har, samt hvilke utfordringer de står overfor.

3.4 Gyldighet og pålitelighet

For å vurdere den totale gyldigheten i undersøkelsen ser vi på gyldigheten og påliteligheten. Har det vært noen faktorer ved vårt opplegg som har kunnet påvirke resultatet i så stor grad at undersøkelsen blir betydelig svekket, er dette dårlig for påliteligheten. Tilsvarende må vi spørre om vi faktisk har målt det vi ønsker å måle, om vi har dekning for våre slutninger og om vi kan generalisere resultatene. Feil her vil svekke undersøkelsens gyldighet (Jacobsen, 2015, pp. 390-391).

Jacobsen (2015) skriver videre at gyldigheten i en undersøkelse splittes opp i henholdsvis intern og ekstern gyldighet. Intern gyldighet går på om resultatene oppfattes som riktige, om det er samsvar mellom virkeligheten og vår beskrivelse av virkeligheten. Vi tar utgangspunkt i at regnskapstallene fra Proff (Proff AS, 2018) er oppriktige, de er også vedlagt for at alle kan gå igjennom og sjekke våre resultater. Den eksterne gyldigheten går på om funnene kan generaliseres til andre enn de som er undersøkt. Det er ikke aktuelt i vårt tilfelle da hensikten vår ikke er å generalisere resultatene til andre sammenhenger.

De kvantitative dataene vi har benyttet har vært i form av bedriftens årsregnskaper for de siste fem årene, som er hentet fra www.proff.no. Dette regnes som sekundærkilde, noe som kan være en svakhet da de kan være samlet inn til andre formål enn vårt. Her er ikke det et problem siden formålet er det samme, og kildene regnes i tillegg som svært troverdige da det dreier seg om Nava Sports regnskapstall. Dette er strengt lovregulert gjennom blant annet regnskapsloven, og dette øker sekundærkildens gyldighet.

Undersøkelsens pålitelighet går på om det er trekk ved selve undersøkelsen som har skapt de resultatene vi har kommet frem til. Det er mye som kan ha påvirket resultatet av denne undersøkelsen, blant annet undersøkelseeffekter. I intervjudelen kan vår informant blitt påvirket av selve situasjonen under intervjuet. Intervjuet ble som sagt gjennomført per telefon, noe som gjorde at vi fikk raske svar, men det kan ha ført til feilkilder vi ikke vet om. Hun kan ha blitt påvirket av omgivelsene og på andre måter, noe som er vanskelig å oppdage over telefon. Det kan for eksempel være snakk om konteksten. Intervjuet hadde utgangspunkt i en intervjuguide som ble sendt til daglig leder på forhånd, slik at hun fikk forberedt seg på de ulike temaene vi ønsket å snakke om. I tillegg hadde hun tilgang på en del opplysninger gitt av eier og driver av bedriften som var nyttig for vår oppgave. Vi har også vært i korrespondanse med daglig leder flere ganger i løpet av arbeidet med oppgaven, for å få ytterligere informasjon om momenter vi lurte på. Daglig leder virket å ha god tid til å snakke med oss under intervjuet, og vi fikk dermed gode og utfyllende svar på det vi lurte på.

Mulige tastefeil vil også påvirke undersøkelsens pålitelighet. Dette dreier seg i hovedsak om vi har tastet inn feil tall i beregning av bedriftens nøkkeltall. Disse har vi sjekket to ganger, noe som burde minimere muligheten for at nøkkeltallene er feil.

Dermed kan vi konkludere med at gyldigheten i undersøkelsen er god, med tanke på at både de kvalitative og de kvantitative dataene i undersøkelsen er sterke. Påliteligheten er vanskeligere å si noe konkret om, med tanke på eventuelle intervju-effekter.

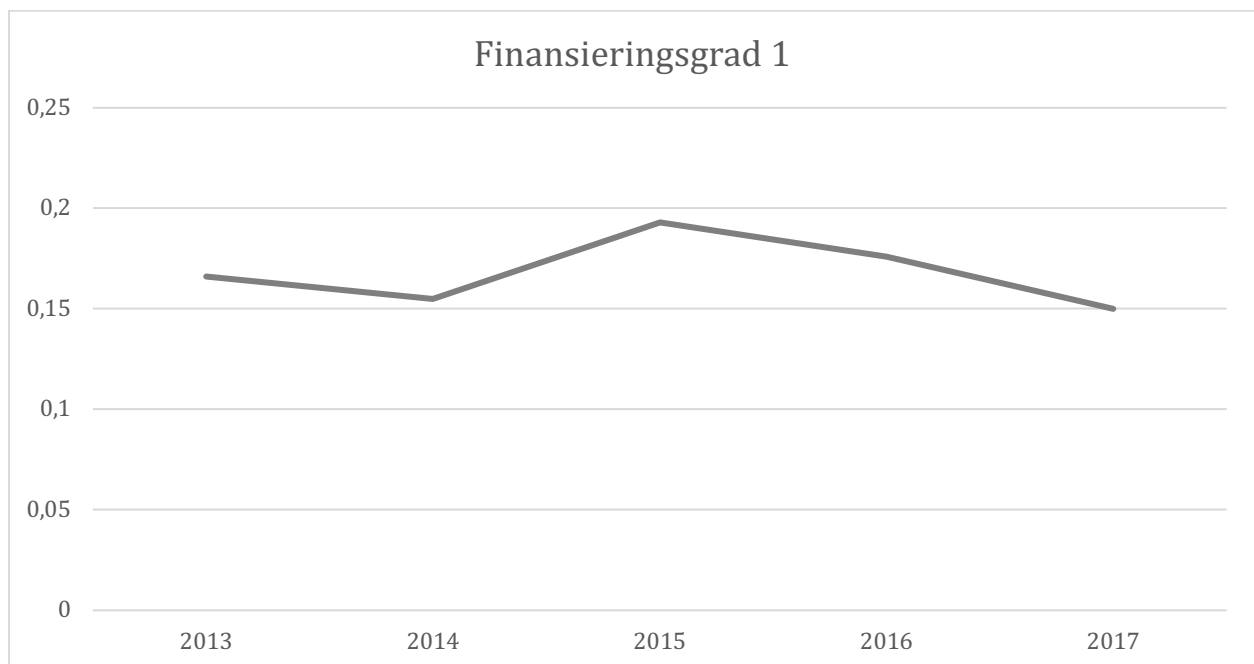
4.0 Analyse og diskusjon

Analysekapitlet er hoveddelen av oppgaven. Her presenteres nøkkeltallene fra teoridelen gjennom figurer og tabeller, med tilhørende analyse for hvert nøkkeltall. Videre kommer det sammenligning med to andre lignende bedrifter, Nava Sport AS, og G-MAX Magneten. Avslutningsvis presenteres SWOT-analysen som bidrar til et helhetlig bilde av Nava Sport Verdal og deres utvikling gjennom perioden.

4.1 Finansiering

Under finansiering analyserer vi nøkkeltallene finansieringsgrad 1, arbeidskapital og langsiktig lagerfinansiering.

4.1.1 Finansieringsgrad 1



Figur 1: Finansieringsgrad 1

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
Anleggsmidler	454	493	650	637	548
Langsiktig kapital	2 735	3 176	3 361	3 627	3 642
Finansieringsgrad 1	0,17	0,16	0,19	0,18	0,15

Tabell 1: Finansieringsgrad 1

For Nava Sport Verdal utgjør anleggsmidlene en klart mindre andel av total kapitalen enn omløpsmidlene. Dette skyldes at innen detaljhandelen er det først og fremst varelager og bankinnskudd som er viktig for drift, mens anleggsmidler har en mindre viktig rolle for bedriften. Anleggsmidlene her består i hovedsak av driftsløsøre og inventar, samt en betydelig del immaterielle eiendeler. De eier for eksempel ikke egne lokaler som kunne vært en stor post under anleggsmidler.

Vi ser at i løpet av perioden 2013 til 2017 har finansieringsgrad 1 vært tilnærmet stabil, og har ligget mellom 0,15 og 0,19. Toppen i denne perioden var i 2015 da finansieringsgrad 1 var på 0,19, der økningen skyldes økte investeringer på posten for driftsløsøre. Som nevnt tidligere bør dette nøkkeltallet ligge lavere enn 1 på generelt grunnlag. Innen detaljhandelen må det påpekes at dette sjelden er et problem, og at en verdi nært 1 i de fleste tilfeller ville vært negativt. Uansett har Nava Sport Verdal en tilfredsstillende finansieringsgrad 1.

4.1.2 Arbeidskapital

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Omløpsmidler</i>	6 853	7 357	6 496	6 491	13 954
<i>Kortsiktig gjeld</i>	4 573	4 674	3 786	3 500	10 860
<i>Arbeidskapital</i>	2 280	2 683	2 710	2 991	3 094

Tabell 2: Arbeidskapital

Kravet til arbeidskapitalen er at den skal være positiv, altså at omløpsmidlene er større enn kortsiktig gjeld. Dette er oppfylt gjennom hele perioden. Både omløpsmidlene og den kortsiktige gjelden har vært relativt stabil fra 2013 til 2016, mens i 2017 har begge økt en god del. Arbeidskapitalen har økt litt for hvert år, noe som er bra da dette indikerer at de har god likviditet samt at anleggsmidlene ikke er finansiert med kortsiktig gjeld, jf. finansieringsgrad 1. Nava Sport har hatt en positiv utvikling i perioden, og det er følgelig ønskelig å opprettholde denne slik at bedriften har en sunn likviditet og finansiering.

4.1.3 Langsiktig lagerfinansiering

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Arbeidskapital</i>	2 280	2 683	2 710	2 991	3 094
<i>Varelager</i>	5 340	5 000	4 800	5 450	7 201
<i>Langsiktig lagerfinansiering i prosent</i>	42,70 %	53,66 %	56,46 %	54,88 %	42,97 %

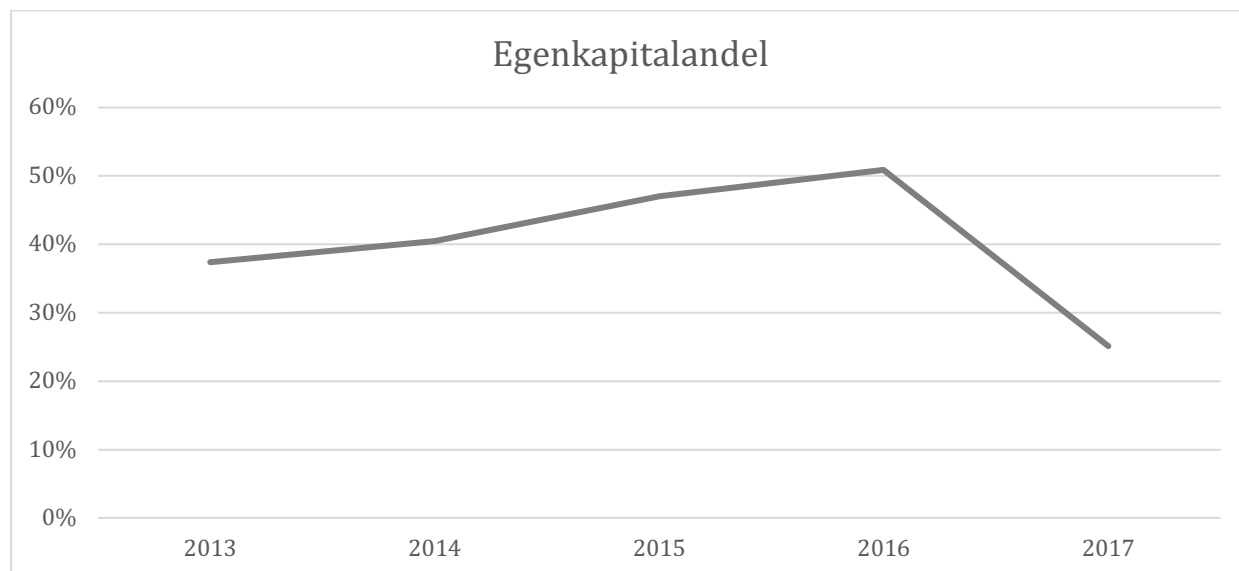
Tabell 3: Langsiktig lagerfinansiering

Dette nøkkeltallet forteller hvor stor del av varelageret som er langsiktig finansiert. I utgangspunktet bør nøkkeltallet være over 100 % i og med at varelageret ikke er særlig likvid. I denne bransjen er det dog vanlig med kortsiktig lagerfinansiering da innkjøp til varelager ofte dreier seg om sesongbaserte varer, samt at det er ønskelig med relativt hurtig omløpshastighet på varelageret. Å ha for stort varelager kan ofte være dyrt da det krever stor lagerplass, men det kan også være dyrt å ikke ha varer på lager. Det kan for eksempel resultere i at de må bestille hurtigleveranse (som ofte er dyrere) eller i verstefall ende i at kunden kjøper produktet en annen plass. Tallene for Nava Sport Verdal har vært ganske jevne i hele perioden, med ytterpunktene i 2013 og 2017. Vi ser at fra 2016 til 2017 har nøkkeltallet blitt redusert med nesten 12%, dette kan skyldes blant annet økningen i kortsiktig gjeld samt økning i varelager dette året.

4.2 Soliditet

Under soliditet analyserer vi nøkkeltallene egenkapitalandel og gjeldsgrad.

4.2.1 Egenkapitalandel



Figur 2: Egenkapitalandel i prosent

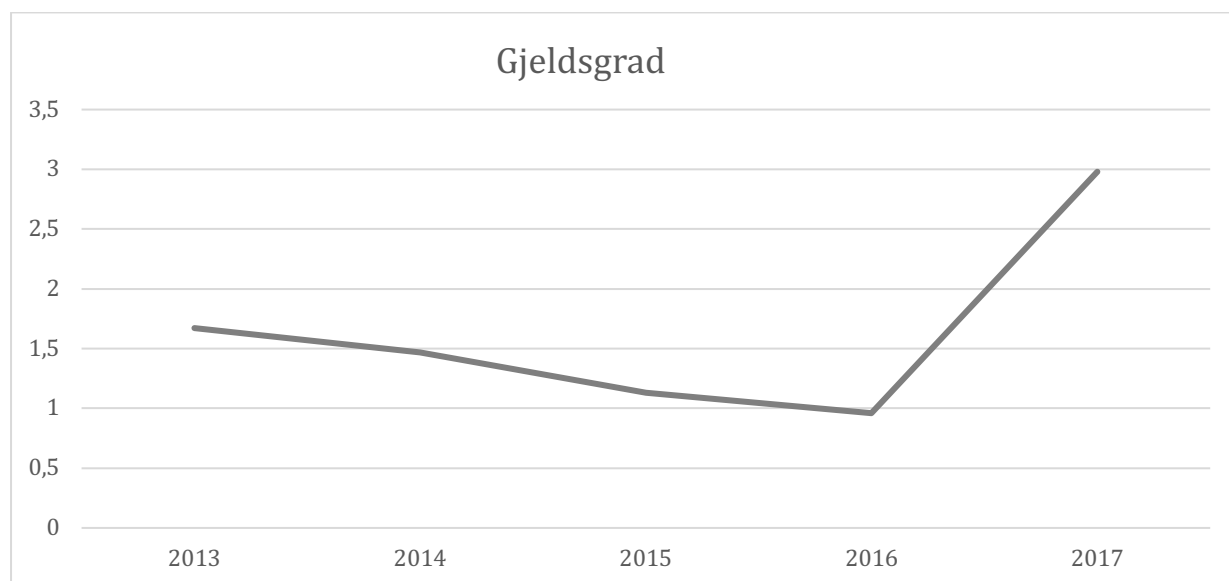
Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
Egenkapital	2 735	3 176	3 361	3 627	3 642
Totalkapital	7 307	7 850	7 147	7 128	14 502
Egenkapitalandel i prosent	37,43 %	40,46 %	47,03 %	50,88 %	25,11 %

Tabell 4: Egenkapitalandel i prosent

Egenkapitalandelen har hatt en jevn oppgang fram til 2016, da den var på 50,88 %. Deretter falt den til 25,11 % i 2017. Det vil si at over 50 % av totalkapitalen var finansiert med egne midler i 2016. Egenkapitalen har økt gradvis gjennom alle årene vi har tall fra. Dermed skyldes altså ikke nedgangen lavere egenkapital, men høyere gjeldsandel, nærmere bestemt kortsiktig gjeld. Ved første øyekast kan det se ut som bedriftens soliditet blir dårligere, men en av de viktigste årsakene til nedgangen kan være økt leverandørgjeld grunnet større salg. Dette må ses i sammenheng med nøkkeltall for gjeldsgrad i det neste punktet.

4.2.2 Gjeldsgrad



Figur 3: Gjeldsgrad

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
Gjeld	4 573	4 674	3 786	3 500	10 860
Egenkapital	2 735	3 176	3 361	3 627	3 642
Gjeldsgrad	1,67	1,47	1,13	0,96	2,98

Tabell 5: Gjeldsgrad

Her ser vi på forholdet mellom gjeld og egenkapital i finansiering av bedriftens eiendeler. I utgangspunktet er det best om dette tallet ikke er høyt, og som vi kan se har det gått jevnt nedover fra 1,67 i 2013 til 0,96 i 2016. Deretter blir den tredoblet i 2017, opp til 2,98. Altså har Nava Sport Verdal tre ganger så mye gjeld som de har egenkapital. I praksis betyr dette at de har høyere krav til å betale renter og dermed større krav til å tjene inn penger slik at de kan nedbetale denne gjelden. Denne utviklingen går parallelt med nedgangen i egenkapitalandelen i avsnittet ovenfor.

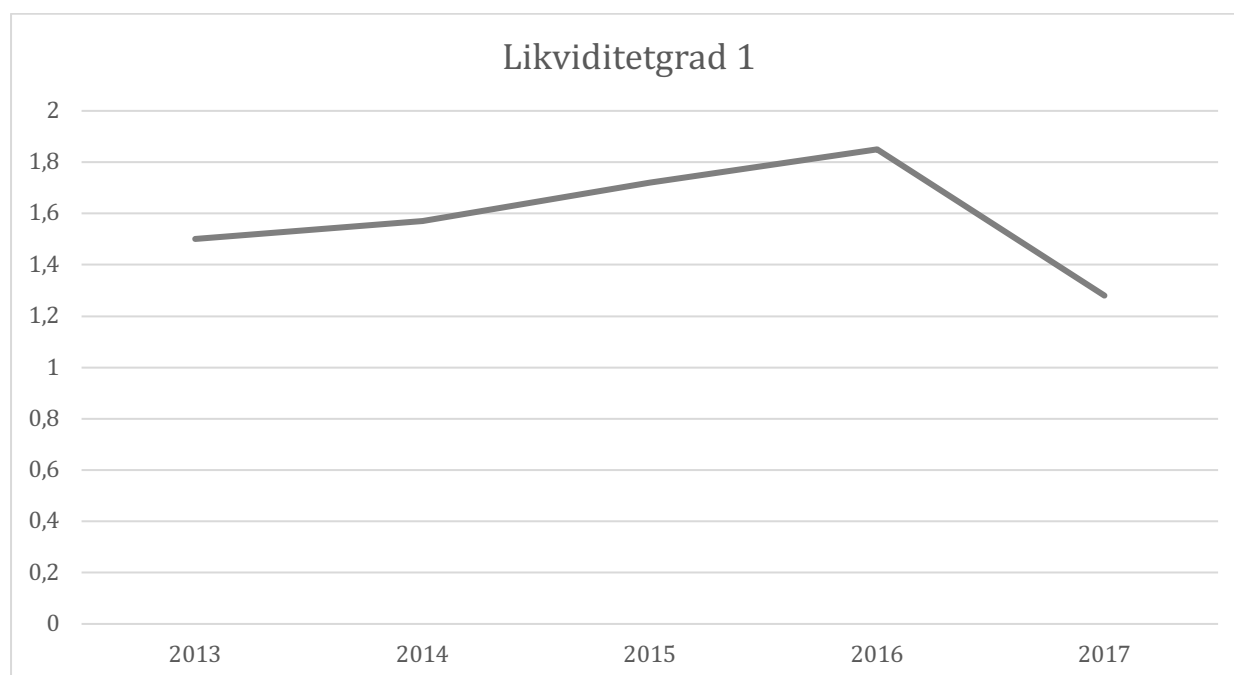
Som vi kan se ut fra regnskapstallene har bedriften ingen langsiktig gjeld, så all gjeld er kortsiktig. I 2017 utgjør leverandørgjeld den klart største posten under kortsiktig gjeld, og deretter følger en annen stor post, kortsiktig konserngjeld. De andre årene er leverandørgjelden svært lav i forhold til dette året, da har kortsiktig konserngjeld vært den klart største posten. Økningen i kortsiktig gjeld fra 2016 til 2017 skyldes i all hovedsak økning av leverandørgjeld og kortsiktig konserngjeld. Med dette har de også hatt betydelig

høyere omsetning og resultat. Dermed trenger ikke den høye gjeldsgraden til Nava Sport Verdal å være et negativt tegn med tanke på soliditeten deres.

4.3 Likviditet

Under likviditet analyserer vi nøkkeltallene likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2.

4.3.1 Likviditetsgrad 1



Figur 4: Likviditetsgrad 1

Alle regnskapstall er i hele tusen.

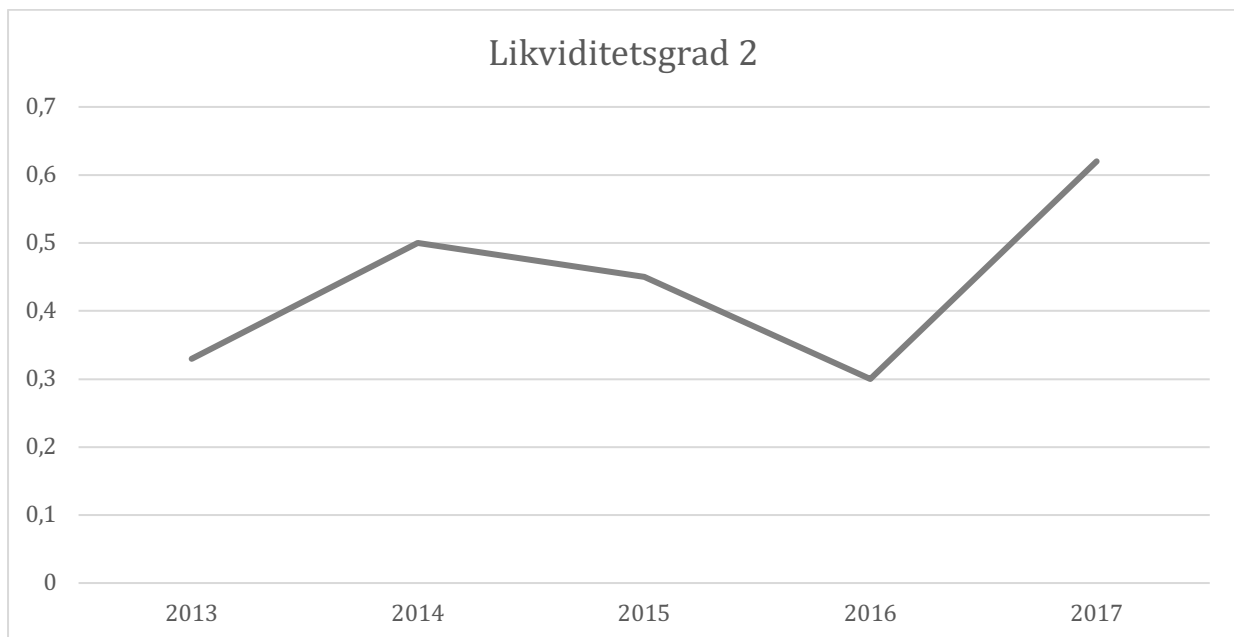
År	2013	2014	2015	2016	2017
Omløpsmidler	6 853	7 357	6 496	6 491	13 954
Kortsiktig gjeld	4 573	4 674	3 786	3 500	10 860
Likviditetsgrad 1	1,50	1,57	1,72	1,85	1,28

Tabell 6: Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 er nært sammenknyttet med finansierungsgrad 1, og forteller oss hvor mye av omløpsmidlene som er finansiert av kortsiktig gjeld. Som nevnt tidligere er 1 det absolutte kravet her for at bedriften skal være i stand til å betale ned sin kortsiktige gjeld. Vi ser at dette nøkkeltallet hadde en jevn økning i periode fra 2013 til 2016, før den falt betydelig i 2017. Vi ser fra beregningen at både omløpsmidlene og den kortsiktige gjelden økte mye i 2017,

primært gjennom økt bankinnskudd og varelager for omløpsmidlene, og leverandør- og konserngjeld på gjeldssiden. Totalt sett kan vi si at likviditetsgrad 1 er tilfredsstillende for bedriften gjennom hele perioden, men den negative utviklingen i 2017, som riktignok i stor grad skyldes oppbygning av lager, må tas alvorlig da det svekker bedriftens betalingsevne.

4.3.2 Likviditetsgrad 2



Figur 5: Likviditetsgrad 2

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
Mest likvide omløpsmidler	1 513	2 357	1 696	1 041	6 753
Kortsiktig gjeld	4 573	4 674	3 786	3 500	10 860
Likviditetsgrad 2	0,33	0,50	0,45	0,30	0,62

Tabell 7: Likviditetsgrad 2

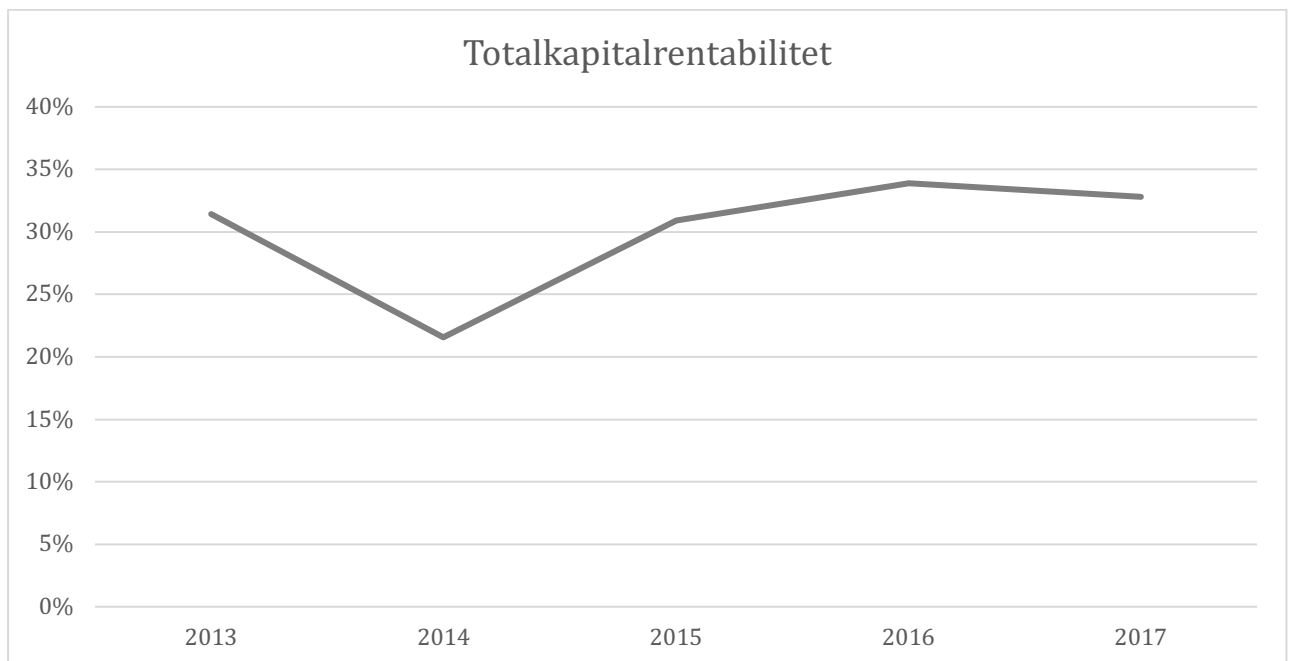
Likviditetsgrad 2 går hakket dypere enn Likviditetsgrad 1 da den tar tak i de mest likvide omløpsmidlene. Ved å se på de mest likvide omløpsmidlene mot omløpsmidlene totalt ser vi at forskjellen i tallene er veldig store. Dette skyldes med andre ord at varelageret utgjør en svært stor del av omløpsmidlene, noe som er svært vanlig innenfor denne bransjen. Som vi kan se av figuren har likviditetsgrad 2 gjennomgående vært lavere enn normtallet på 1. Det

må likevel ses i sammenheng med bransjen, der varelager utgjør en svært betydelig del av eiendelene, og dermed kan normen her være lavere enn 1. Økningen skyldes en stor økning i kasse/bank, som er av et omløpsmiddel av det mer likvide slaget. Som nevnt tidligere har varelageret hele tiden utgjort store deler av omløpsmidlene, noe som er grunnen til de moderate tallene for Likviditetsgrad 2. Derfor er det ikke nødvendigvis hensiktsmessig å forholde seg til regelen til Kristoffersen om en likviditetsgrad over 1. Det er selvfølgelig bra jo høyere tall, men det er likevel ikke dårligere tall vi ser her, bransjen tatt i betraktning.

4.4 Lønnsomhet

Under lønnsomhet, som er vårt hovedfokus, analyserer vi nøkkeltallene totalkapitalrentabilitet samt dekomponering av denne, egenkapitalrentabilitet før skatt, bruttofortjeneste i prosent og driftsmargin.

4.4.1 Totalkapitalrentabilitet



Figur 6: Totalkapitalrentabilitet

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
Driftsresultat + Finansinntekter	2 361	1 634	2 318	2 419	3 550
Gjennomsnittlig totalkapital	7 519	7 579	7 499	7 138	10 815
Totalkapitalrentabilitet i prosent	31,40 %	21,56 %	30,91 %	33,89 %	32,82 %

Tabell 8: Totalkapitalrentabilitet

Totalkapitalrentabiliteten viser bedriftens avkastning på den totale kapitalen som er bundet i bedriften. Tallene for Nava Sport er jevnt over svært gode. De hadde en nedgang i 2014, noe som gjenspeiles i flere av de andre nøkkeltallene samt at omsetningen for bedriften var dårligst i dette året. I de resterende årene har totalkapitalrentabiliteten vært like over 30%, noe som er meget tilfredsstillende. Totalt for perioden har den økt med 1,42% fra 2013 til 2017. At dette nøkkeltallet er ganske stabilt er positivt, spesielt med tanke på at gjennomsnittlig totalkapital økte mye i 2017.

4.4.2 Dupont modell

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
Driftsresultat + Finansinntekt	2 361	1 634	2 318	2 419	3 550
Driftsinntekt	20 328	17 734	20 208	21 097	26 364
Resultatgrad	0,12	0,09	0,11	0,11	0,13

Tabell 9: Resultatgrad

År	2013	2014	2015	2016	2017
Driftsinntekt	20 328	17 734	20 208	21 097	26 364
Snitt totalkapital	7 519	7 579	7 499	7 138	10 815
Totalkapitalens omløpshastighet	2,70	2,34	2,69	2,96	2,44

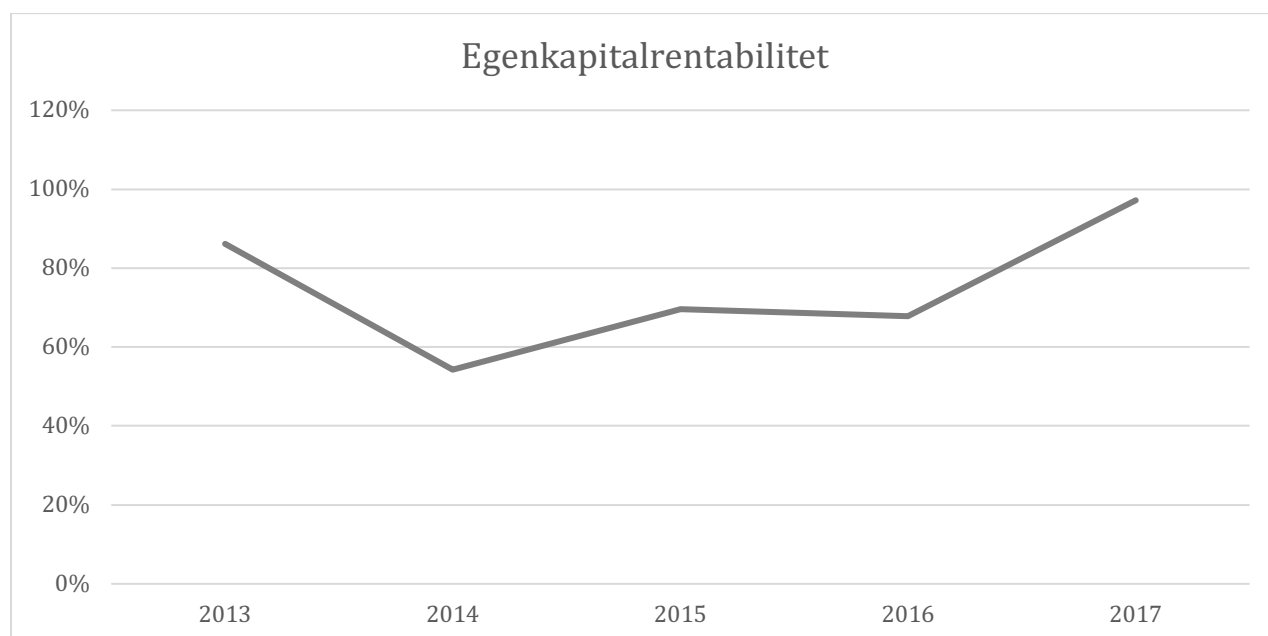
Tabell 10: Totalkapitalens omløpshastighet

DuPont-modellen er en dekomponering av totalkapitalrentabiliteten, hvor vi ser på resultatgraden og totalkapitalens omløpshastighet. Resultatgraden bør være så stor som

mulig, da den sier noe om hvor mye resultat man har generert fra inntektene. Nava Sport har hatt en ROS (resultatgrad) på rundt 11% gjennom hele perioden, med unntak av 2014 og 2017. I 2014 var den nede i 9,21%, men i 2017 var den oppe i 13,47%, noe som er det beste året i denne perioden.

Totalkapitalens omløpshastighet viser hvor effektivt bedriften har brukt kapitalen til å skape inntekter. Denne har også holdt en jevn trend, med noe nedgang i 2014 etterfulgt av økning igjen frem til 2016, mens i 2017 hadde de en liten reduksjon ned til 2,4377. De har økt driftsinntektene i 2017, men totalkapitalen har også økt, som nevnt tidligere med blant annet økt varelager og økt bankinnskudd.

4.4.3 Egenkapitalrentabilitet før skatt



Figur 7: Egenkapitalrentabilitet før skatt

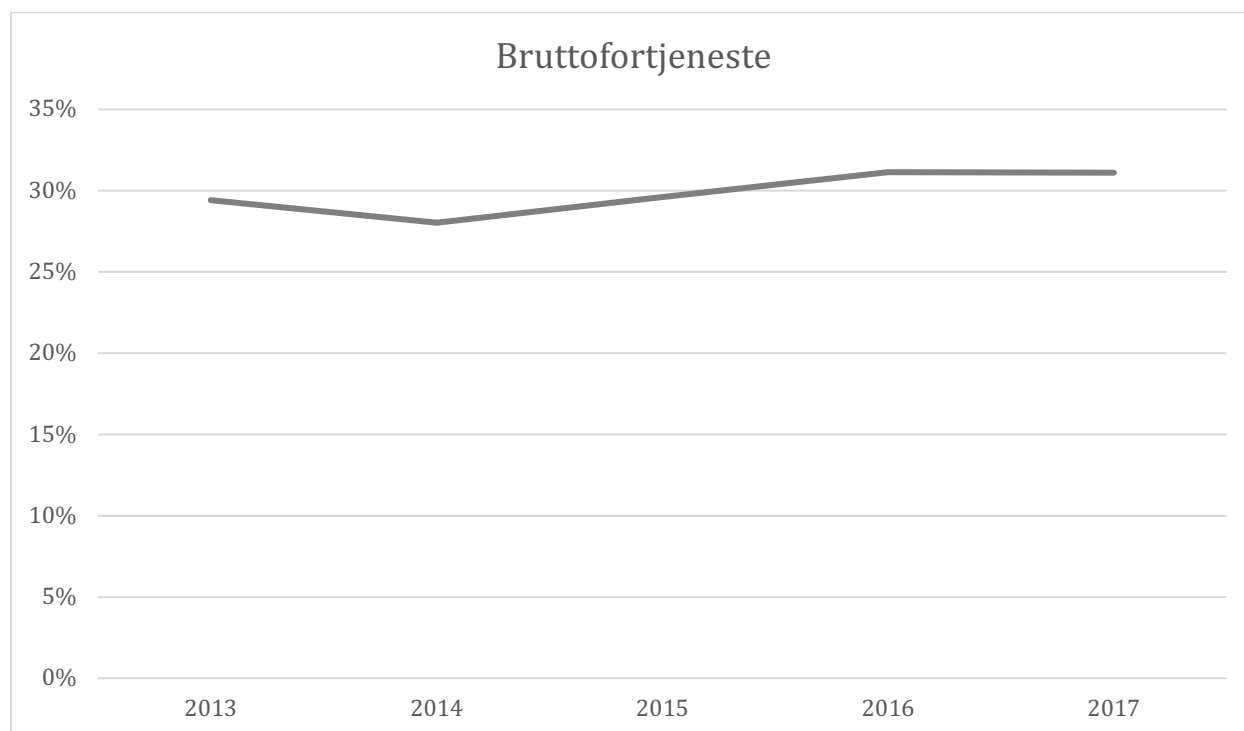
Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
Resultat før skatt	2 320	1 604	2 275	2 369	3 533
Snitt egenkapital	2 694	2 956	3 269	3 494	3 635
Egenkapitalrentabilitet før skatt	86,11 %	54,27 %	69,59 %	67,80 %	97,21 %

Tabell 11: Egenkapitalrentabilitet før skatt

Det er ønskelig med en egenkapitalrentabilitet så høy som mulig, da den gjenspeiler avkastningen på investert kapital for eierne. Nava Sport Verdal har hatt gjennomgående svært høy egenkapitalrentabilitet, med hele 97,19% i 2017 og godt over 50% i hele perioden.

4.4.4 Bruttofortjeneste i prosent



Figur 8: Bruttofortjeneste

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2013	2014	2015	2016	2017
Bruttofortjeneste	5 980	4 971	5 983	6 549	8 203
Salgsinntekt	20 328	17 734	20 208	21 077	26 364
Bruttofortjeneste i prosent	29,42 %	28,03 %	29,61 %	31,07 %	31,11 %

Tabell 12: Bruttofortjeneste i prosent

Vi ser at bruttofortjenesten har vært jevn gjennom perioden, men med en liten økning totalt sett. Fra 2013 til 2014 faller bruttofortjenesten med 1,39 prosentpoeng, før vi videre ser en stabil økning de påfølgende årene. At bruttofortjenesten har vært stabil samtidig som salgsinntekten har økt så mye som den har i perioden tyder på stabile varekostnader, noe som selvfølgelig er svært nyttig for forutsigbarheten i bedriften. Bransjetall er som nevnt i

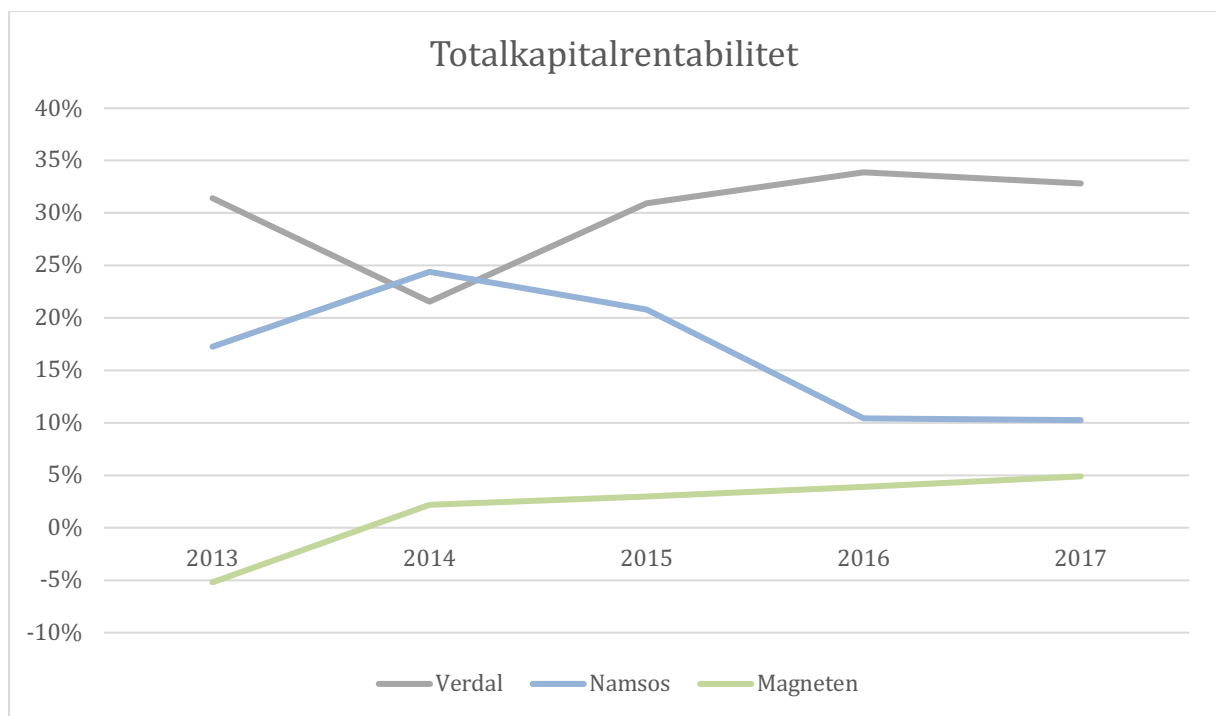
teorikapitlet rundt 28 %, med blant annet 28,8 % i 2016 (se vedlegg). Som detaljhandel er også varekostnad den klart største kostnadsposten, og at bruttofortjenesten da er på omkring 30% gjennom perioden må sies å være godt nok i dette tilfellet.

4.5 Benchmarking

Fram til nå har vi kun sett på regnskapstallene til Nava Sport Verdal, og isolert sett kan vi påstå at de har gjort det ganske bra. Selv om disse tallene virker å være gode, er det derimot ikke gitt at de har gjort det godt sammenlignet med resten av bransjen. Siden lønnsomhet er vår analyses hovedfokus skal vi derfor sammenligne lønnsomhetstallene med to andre konkurrerende bedrifter, Nava Sport Namsos og G-MAX Magnetten på Levanger. Dette for å skape et mer korrekt og oversiktlig bilde over hvordan de faktisk gjør det i markedet.

Vi har valgt å sammenligne lønnsomhetstallene hos Nava Sport Verdal med G-MAX Magnetten og Nava Sport Namsos fordi begge anses som konkurrenter, en internt og en eksternt. I stedet for å bare se på sportsbutikker på samme sted, altså Verdal, har vi valgt å se på andre steder. Dette fordi de satser større enn bare på Verdal. Derfor har vi valgt å sammenligne med den største butikken i samme kjede og den største konkurrenten i nærheten. Videre blir Nava Sport Verdal omtalt som Verdal, Nava Sport Namsos omtalt som Namsos og G-MAX Magnetten på Levanger som Magnetten.

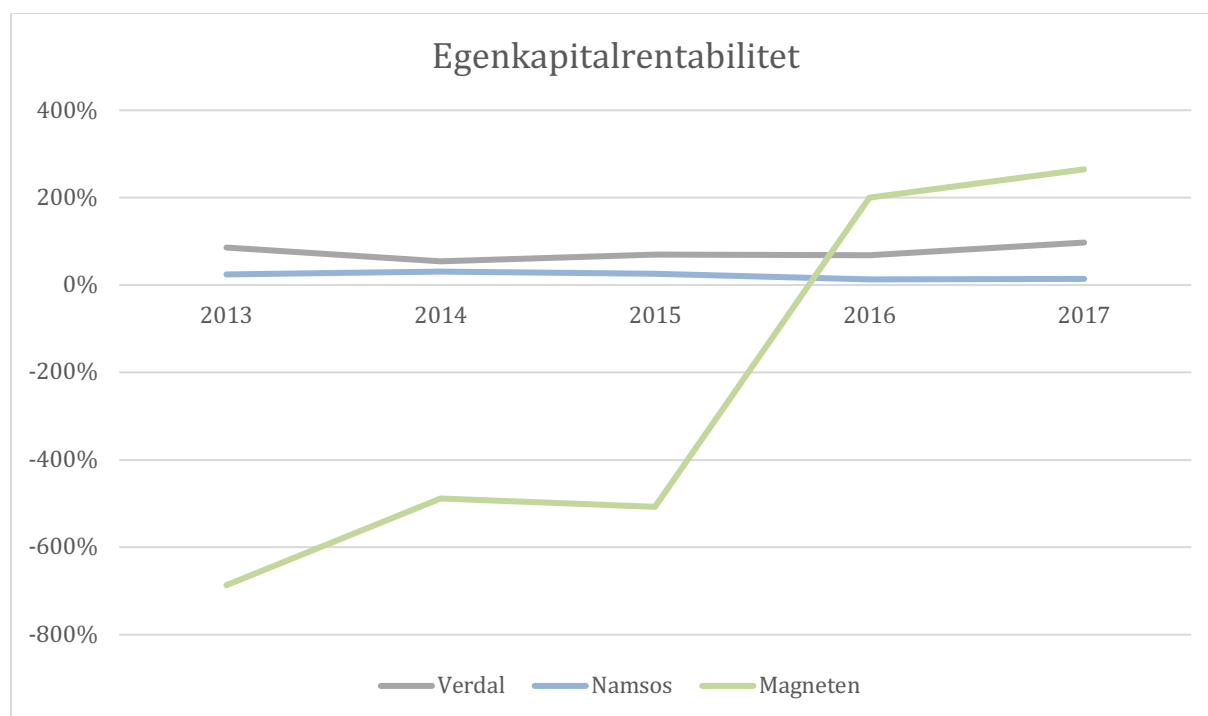
4.5.1 Totalkapitalrentabilitet



Figur 9: Totalkapitalrentabilitet (benchmarking)

Som vi ser ut ifra figuren har Verdal de beste tallene. De begynner klart høyest i 2013, men blir tatt igjen av Namsos i 2014 da Namsos hadde et godt år og Verdal hadde et dårlig år med nedgang i salget. Dette går tilbake igjen i 2015 og fortsetter i 2016, før det holder seg jevnt. Magneten har klart dårligst total kapitalrentabilitet, men som man kan se gikk de fra negativ i 2013 til positiv i 2014. Etter dette har de gradvis økt noe hvert år. Ut ifra tallene er det grunn til å påstå at Verdal er den klart mest lønnsomme, og at deres total kapitalrentabilitet gjennomgående er svært høy.

4.5.2 Egenkapitalrentabilitet



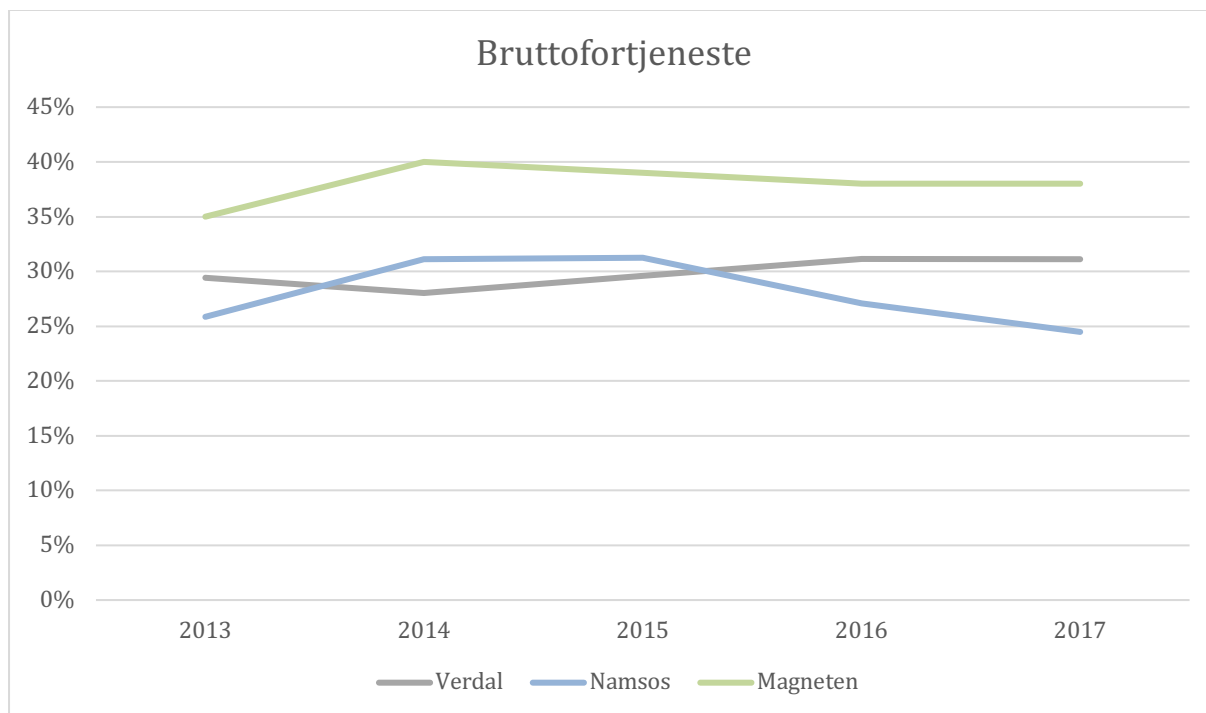
Figur 10: Egenkapitalrentabilitet (benchmarking)

	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Verdal</i>	86,12 %	54,27 %	69,60 %	67,80 %	97,21 %
<i>Namsos</i>	24,55 %	30,76 %	25,47 %	12,91%	13,36 %
<i>Magneten</i>	-686,76 %	-488,64 %	-507,14 %	200,00 %	264,71 %

Tabell 13: Egenkapitalrentabilitet (benchmarking)

Her kan man se en noe spesiell figur angående egenkapitalrentabilitet. Grunnen er i hovedsak utviklingen til Magneten. De opererer med veldig lav egenkapital og kombinert med negativt resultat i de tre første årene gir dette sterkt utslag på grafen. Som vi har sett tidligere har Verdal en relativt jevn egenkapitalrentabilitet, og vi kan se at det samme gjelder for Namsos. Utviklingen er at Magneten blir betydelig bedre, men det skyldes kapitalstrukturen. Derfor blir det lite hensiktsmessig å sammenligne disse, men vi sitter da igjen med at Verdal gjør det mye bedre enn Namsos. Namsos har riktignok en ganske betydelig høyere egenkapitalandel enn Verdal igjen, og dermed vil det bli en noe kunstig sammenligning, men vi kan uansett se at Verdal gjør det godt sammenlignet med konkurrentene på dette nøkkeltallet. Hvis man ser bort i fra tallene til Magneten er det en større forskjell mellom Verdal og Namsos enn hva figur 10 tilsier, dette synliggjøres bedre av tabell 13. I 2017 har Namsos en egenkapitalrentabilitet på 13,36 %, mens Verdal har 97,21 %.

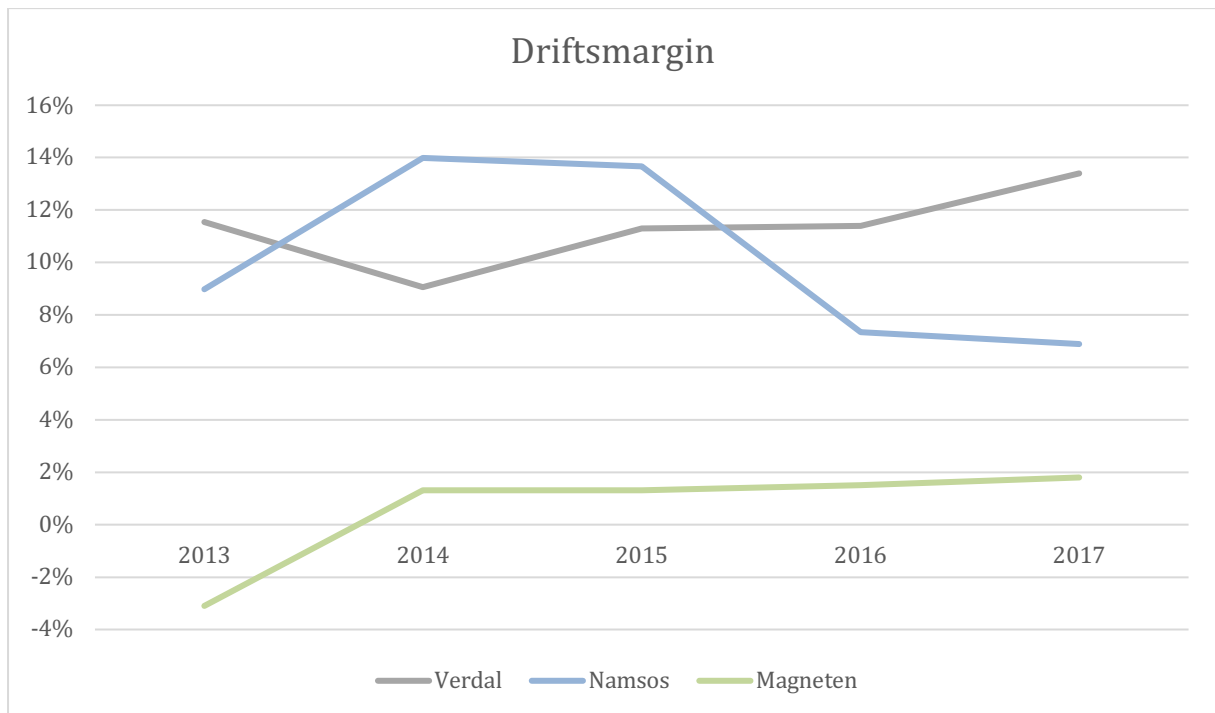
4.5.3 Bruttofortjeneste i prosent



Figur 11: Bruttofortjeneste i prosent (benchmarking)

Vi er i figuren at Magneten har best bruttofortjeneste i prosent gjennom hele perioden. De har en liten økning fra 2013 til 2014, men holder seg ellers relativt stabil resten av perioden. Verdal og Namsos ligger på rundt samme nivå, litt under Magneten, gjennom hele perioden. Det kan se ut til at Namsos får en negativ utvikling i slutten av perioden, mens Verdal klarer å holde seg stabil. Dette er bra for Verdal da de klarer å holde kostnadene på samme nivå som inntektene når sistnevnte stiger. Tallene for Magneten viser derimot at Verdal har noe å strekke seg etter. De viser at det er mulig for en sportsbutikk på denne størrelsen å ha høyere bruttofortjenestene, noe som bør være målet til Verdal.

4.5.4 Driftsmargin



Figur 12: Driftsmargin (benchmarking)

Figur 12 viser at Verdal har en god utvikling i perioden etter nedgangen i 2014.

Sammenlignet med Namsos kommer de bedre ut med en liten oppgang fra 2013 til 2017, enn Namsos' nedgang på omlag like mye. Magneten sine tall var veldig dårlige i 2013, men økte en del til 2014 før de holdt en jevn, marginal oppgang til 2017. Sammenlignet med de to øvrige ligger Magneten langt under, og kommer aldri over en driftsmargin på 2 %. Det er derfor grunnlag til å godkjenne driftsmarginen til Verdal målt opp mot konkurrentene.

Ser man bedriftene opp mot hverandre ser vi en utelukkende positiv utvikling for Nava Sport Verdal. Vi ser at de har best lønnsomhet på samtlige av disse nøkkeltallene, med unntak av bruttofortjenesten.

4.6 SWOT

Vi har valgt å gjennomføre en SWOT-analyse av Nava Sport Verdal hvor vi tar for oss deres interne styrker og svakheter, samt deres eksterne muligheter og trusler. SWOT-analysen er et supplement til den økonomiske analysen, da den bidrar med informasjon om faktorer i og

rundt bedriften som har stor påvirkningskraft på det rent økonomiske. Dette bidrar igjen til et mer helhetlig inntrykk av Nava Sport Verdal som bedrift. Analysen er utarbeidet på grunnlag av et intervju med daglig leder Randi Sveberg.

<p>Styrker</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ettertraktede varer - God spisskompetanse - Stabil arbeidsstokk – lite gjennomtrekk - Annerledes - Nærhet til kunder 	<p>Muligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utvide med flere butikker - Øke kundemassen - Videreutvikle kompetanse
<p>Svakheter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stort varelager - Beliggenhet 	<p>Trusler</p> <ul style="list-style-type: none"> - Netthandel - XXL og G-MAX i nærområdet - Sesongavhengig

4.6.1 Styrker

Virksomheten har et varesortiment bestående av ettertraktede varemerker, samt at de har et stort utvalg av varer. De er ikke en del av en kjede, noe som daglig leder ser på som en styrke i og med at de har større frihet til å bestemme innkjøp selv. Dette åpner for at de kan bestille varer som etterspørres av de kundene de har, og at de kan ha et vidt spenn av ulike merker i forskjellige prisklasser. At de ikke er avhengig av en større kjede og står ganske fritt til å velge i varer og leverandører, gjør ifølge daglig leder at Nava Sport Verdal blir mer konkurransedyktige og «spennende» for kundene. Det er også dette som menes med «annerledes», da Nava Sport skiller seg ut fra de store kjedebutikkene på nettopp varesortiment og desentralisert beslutningsmyndighet.

At de har denne friheten med tanke på varer og sortiment, gjør også at de ansatte får spesialisert sin kompetanse. De får god kjennskap til de merkene og produktene som er i butikken. De ansatte er en av de største styrkene hos Nava Sport Verdal ifølge Sveberg, da mange har vært i butikken siden den åpnet. Dette har vært en viktig faktor for å bygge gode kunderelasjoner i og med at mange lokale handler hos Nava, samt at de ansatte sitter på ekstremt mye kunnskap rundt både butikken og deres sortiment. De har også faste ansatte på de ulike avdelingene, slik at de som eksempelvis jobber med jakt og friluft, har spisskompetanse på nettopp dette området.

En annen styrke ved de ansatte er ifølge Sveberg at de er lojale og motiverte. De har lite gjennomtrekk blant ansatte, og et godt arbeidsmiljø som gjør de ansatte motiverte for å gjøre

en god jobb. I tillegg jobber Sveberg mye ute i butikken selv, slik at hun også får en god kjennskap til kundene, sine ansatte og selvfølgelig varene i butikken.

4.6.2 Svakheter

Et stort varelager uten spesielt kontroll eller oversikt er problematisk for driften av butikken. Varer som blir liggende på lager for lenge kan fort rotes bort eller ende opp som svinn, noe som kan bli en stor kostnad over tid. Det binder opp mye kapital å ha for mye varer på lager, og spesielt ukurante varer. Dette kan være en svakhet for Nava i den grad de ikke klarer å kvitte seg med varelageret.

En annen svakhet er beliggenheten for Nava Sport Verdal. De befinner seg på et kjøpesenter i utkanten av Verdal sentrum, hvor det ikke er særlig mange butikker som drar folk. Den største andelen av kunder som kommer til kjøpesenteret kommer for å handle på Nava, noe som gjør at de ikke kan dra fordel av «drop-in» kunder som bare stikker innom senteret. På en annen side har de rimelige leiekostnader i forhold til de andre Navabutikkene, og avstanden til sentrum er ikke veldig stor. I tillegg ligger kjøpesenteret i nærhet til E6, som åpner for at forbipasserende kan stoppe innom. Det må presiseres at beliggenheten kan både være en svakhet og en styrke. Styrke i den forstand at det ikke er noen andre store aktører på Verdal, samt nærheten til E6.

4.6.3 Muligheter

En mulighet for Nava som konsept er å utvide med nye butikker, blant annet har de ifølge daglig leder vurdert å utvide mot Sverige, i Åre. Dette er en mulighet for Nava som helhet, men for Nava Sport Verdal er dette en mulighet i form av at Nava som konsept kan bli bedre kjent over et større geografisk område, som kan tjene butikken i Verdal med at konseptet blir større og mer anerkjent.

En annen mulighet er selvfølgelig å få økt kundemassen. Nava Sport Verdal har helt klart kapret størst andel av kundemassen på Verdal, men de har også kunder som kommer fra nabobygder og byer utenfor Verdal. Det er alltid mulig å øke kundemassen, ved å eksempelvis fokusere på tydelig kommunikasjon og målrettet markedsføring mot de segmentene de ønsker å nå.

I tråd med styrken de har ved å kunne foreta innkjøp selv og kommunisere direkte med leverandører, har de også mulighet til å invitere leverandørene til å holde kurs for de ansatte

om deres produkter. Dette er en mulighet de har i dag, som bør benyttes for å videreutvikle kompetansen hos de ansatte – samt å bygge en god relasjon til leverandørene ved å vise interesse for deres produkter.

4.6.4 Trusler

Sportsbutikker er svært sesongavhengig, noe som utgjør en stor trussel for bransjen. Etterspørselen etter eksempelvis ski vil være svært avhengig av at det kommer snø, en faktor butikkene selv ikke kan påvirke. Dette gjør innkjøpsprosessen vanskelig, i og med at man aldri helt vet om man treffer med innkjøpet. Det er ikke ønskelig å sitte igjen med mange ski på lager etter vintersesongen er over, og ofte må man selge varene til reduserte priser for å få de ut av lager.

Daglig leder påpeker at netthandel er en av de største truslene de opplever i dag. Netthandelen generelt har økt hos norske forbrukere (Høgseth, 2018) noe som følgelig setter et press på fysiske butikker. Den største trusselen med netthandel er at mange ikke kommer til butikkene for å handle, men handler hjemmefra via nett. I tillegg er det flere kunder som kommer innom butikk for å prøve varer, for så å kjøpe de på nett fordi de for eksempel har funnet varen på tilbud.

XXL og G-MAX er to store kjeder innenfor sportsbransjen, og at begge disse befinner seg i umiddelbar nærhet til Nava Sport Verdal kan være en trussel. Begge de nevnte opererer med blant annet prisgaranti, noe som gjør de konkurransedyktige på pris. Et viktig moment for Nava her vil være å differensiere seg fra de store aktørene, ved å eksempelvis tilby produkter man vanligvis ikke kan finne hos disse. På denne måten må kundene komme til Nava for å kjøpe disse produktene. Store kjeder har også mulighet til å forhandle seg frem til billigere innkjøpspriser ved kjøp av store kvantum, noe som også gjør at de kan konkurrere enda mer på pris. I tillegg er XXL og G-MAX etablerte over hele landet, slik at de er kjente navn for mange nordmenn. Nava må klare å få potensielle kunder til å bli klar over deres tilstedeværelse i markedet, og følgelig etablere et anerkjent konsept slik at de kan konkurrere på andre faktorer enn pris.

5.0 Konklusjon og diskusjon

I denne semesteroppgaven har vi gjennom nøkkeltallsanalyse, bedriftssammenligning og en strategisk analyse forsøkt å svare på følgende problemstilling:

Hvordan har lønnsomheten til Nava Sport Verdal utviklet seg i perioden 2013 til 2017, og hva er mulige årsaker til denne utviklingen?

I nøkkeltallsanalysen hadde vi fire forskjellige fokusområder med spesiell vekt på lønnsomheten i bedriften. Først av alt fant vi at nøkkeltallene for finansiering i selskapet har vært relativt stabile gjennom hele perioden. Det kanskje mest overraskende for nettopp disse var at alle disse nøkkeltallene fikk en svakere verdi enn hva vi forventet, og hva som kan sies å være normen generelt sett, men at dette heller er spesielt for bransjen, og derfor ikke bekymringsverdig med tanke på finansieringen av bedriften.

Videre viste nøkkeltallene for soliditet i utgangspunktet en negativ utvikling gjennom perioden. Svekket egenkapitalandel, og økt gjeldsgrad er på papiret dårlig for en bedrift, men når vi så dette i sammenheng med økt omsetning, samt oppbygging av lager blir inntrykket noe annet. Det er åpenbart ikke noen forbedring av situasjonen, men det trenger heller ikke være snakk om noe betydelig svekkelse for Nava Sport Verdal at disse har hatt den utviklingen vi ser.

Over til likviditetsdelen av nøkkeltallsanalysen kan vi se at utviklingen er nært knyttet sammen med det vi kunne se for soliditet. Oppbygging av lager som gjorde utslag på tallene tidligere har også gjort det her. Likviditeten må sies å være tilfredsstillende gjennom perioden, bransjen tatt i betraktning. Vi ser at til tross for svingninger fra år til år er ikke den totale utviklingen veldig stor, så vi kan snakke om en relativt stabil utvikling over femårsperioden.

Til slutt har vi lagt hovedfokus på lønnsomheten i selskapet. Vi ser der at selskapet har hatt en gjennomgående positiv utvikling for alle nøkkeltallene, med unntak av i 2014 da alle tallene viste negativ utvikling. Situasjonen er likevel forbedret totalt sett, og vi må si at lønnsomheten i Nava Sport Verdal er svært tilfredsstillende slik den fremtrer her.

I vår sammenligning med Namsos og G-MAX Magneten har vi kun tatt for oss lønnsomhetstallene siden disse er i hovedfokus. Det er vanskelig å se noe særlig til samvariasjon mellom utviklingen for noen av lønnsomhetstallene. Dermed er det nærliggende å anta at variasjonene i mindre grad skyldes markedsconjunkturer, men i større grad av de enkelte butikkenes prestasjoner og drift. Ut i fra figurene under benchmarkingen er det grunn til å påstå at Nava Sport Verdal gjennomgående har god lønnsomhet sammenlignet med konkurrentene. De er også relativt stabile, noe som er en betryggende egenskap. Det eneste nøkkeltallet hvor man ser at Magneten har en bedre posisjon er på bruttofortjeneste i prosent. Her ligger Nava Sport Verdal bare rett over bransjetallene som er mellom 28 % til 29 % (jf. vedlegg 6).

I den strategiske analysen har vi forsøkt å belyse ulike interne og eksterne faktorer for Nava Sport Verdal som kan bidra til å forklare utviklingen i lønnsomheten. Vi har belyst flere faktorer i vår SWOT-analyse, og fant noen sentrale faktorer som er viktig for butikken. Noen av de viktigste faktorene for lønnsomheten er blant annet deres varesortiment som består av ettertraktede produkter og et utvalg av varer i høy kvalitet. I tillegg er de ansatte en kritisk suksessfaktor for butikken, da motiverte og kunnskapsrike ansatte er svært viktig for butikkens renommé og følgelig for å oppnå salg.

En annen viktig faktor i analysen er konkurransemarkedet, hvor det er ekstremt viktig å klare å etablere en solid kundemasse som en forutsetning for å være lønnsom i en konkurransepreget bransje. Nava Sport Verdal har evnet å skape seg en god kundemasse, da de har kunder både i og utenfor Verdal. Dette vil også være en viktig faktor for lønnsomheten hos butikken.

Butikkens kompetanse, kontakt med leverandører, kundeservice og kunnskapsrike ansatte er styrker som fungerer meget godt hos Nava Sport Verdal. En viktig faktor videre vil være å opprettholde den gode daglige driften samtidig som de henger med på trender i bransjen, samt at de evner å til enhver tid ha et sortiment som er ettertraktet hos forbrukerne. At deres ansatte trives i jobben er særdeles viktig, derfor er det også viktig for butikken at de evner å holde på sine ansatte. Dette reduserer faren for gjennomtrekk, i tillegg til at de sparer seg for opplæringskostnader. Gjennomtrekk er ikke et problem for Nava i dag, men å være oppmerksomme på dette feltet er alltid viktig.

Ut ifra regnskapsanalysen kan vi konkludere med at bedriften Nava Sport Verdal i perioden 2013 til 2017 har hatt en positiv utvikling. Etter et tungt år i 2014 har lønnsomheten i Nava Sport Verdal igjen kommet opp på samme nivå som i 2013, og viser også en svak forbedring på enkelte nøkkeltall gjennom perioden. Alt i alt har bedriften prestert meget solid ut ifra vår analyse.

6.0 Referanseliste

- Berg, T. (2018) *Grunnleggende økonomistyring*. Cappelen Damm Akademisk.
- Høgseth, M. H. (2018) *E24: Næringsliv, netthandel*.
Tilgjengelig fra: https://e24.no/naeringsliv/netthandel/fersk-undersokelse-nordmenn-bruker-144-milliarder-paa-netthandel/24450737?fbclid=IwAR3Ko6bvnpu4pg9wIDH1q2qhTHFL1I_eJQe4fhj7LISY7Q59Mdy9sBxvAI
(Hentet: 06. mars 2019).
- Jacobsen, D. I. (2015) *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* 3. utgave. Cappelen Damm Akademisk.
- Kristoffersen, T. (2016a) *Årsregnskapet - en grunnleggende innføring*. 5. Utgave. Fagbokforlaget.
- Kristoffersen, T. (2016b) *Årsregnskapet: oppgavesamling med løsninger*. 5. Utgave. Fagbokforlaget.
- Nava Sport AS (uten dato) *Om oss: Nava Sport*
Tilgjengelig fra: <https://www.navasport.no/about-us>
(Hentet: 06. mars 2019).
- Proff AS (2018) *Proff Regnskap*.
Tilgjengelig fra: <https://www.proff.no/>
(Hentet: 27. februar 2019).
- Solheimsnes, P. A. (2018) *E24: Derfor skjelver sportsbransjen*.
Tilgjengelig fra: <https://e24.no/pluss/naeringsliv/sport-og-fritid/derfor-skelver-sportsbransjen/24522349>
(Hentet: 06. mars 2019).
- Statistisk sentralbyrå (2018a) SSB: *Kommunefakta Namsos*.
Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/kommunefakta/namsos>
(Hentet: 06. mars 2019).
- Statistisk sentralbyrå (2018b) SSB: *Kommunefakta Verdal*.
Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/kommunefakta/verdalen>
(Hentet: 06. mars 2019).
- Statistisk sentralbyrå (uten dato) SSB: *Varehandel, strukturstatistikk*.
Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/statbank/table/07924/tableViewLayout1/>
(Hentet: 23. januar 2019).

7.0 Vedlegg

Vedlegg 1 (Årsregnskap Nava Sport Verdal AS)

	2017	2016	2015	2014	2013
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	26364,00	21077,00	20208,00	17734,00	20328,00
Annen driftsinntekt	0,00	20,00	0,00	0,00	1,00
Sum driftsinntekter	26364,00	21097,00	20208,00	17734,00	20328,00
Varekostnad	18161,00	14528,00	14225,00	12763,00	14348,00
Beholdningsendringer	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Lønnskostnader	2852,00	2494,00	2316,00	2187,00	2284,00
Herav kun lønn	2445,00	2133,00	1985,00	1860,00	1966,00
Ordinære avskrivninger	76,00	76,00	109,00	112,00	112,00
Nedskrivning	-	-	-	-	-
Andre driftskostnader	1743,00	1594,00	1273,00	1064,00	1237,00
Driftsresultat	3533,00	2406,00	2284,00	1606,00	2347,00
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inntekt på investering i datterselskap	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sum annen renteinntekt	6,00	6,00	24,00	22,00	14,00
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sum annen finansinntekt	11,00	6,00	10,00	6,00	0,00
Sum finansinntekter	17,00	13,00	34,00	28,00	14,00
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	0,00	0,00	2,00	0,00	3,00
Andre finanskostnader	16,00	49,00	42,00	31,00	38,00
Sum annen finanskostnad	16,00	49,00	42,00	31,00	38,00
Sum finanskostnader	17,00	49,00	44,00	31,00	41,00
Resultat før skatt	3533,00	2369,00	2275,00	1604,00	2320,00
Sum skatt	858,00	602,00	630,00	433,00	654,00
Ordinært resultat	2675,00	1767,00	1645,00	1171,00	1666,00
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	0,00	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Årsresultat	2675,00	1767,00	1645,00	1171,00	1666,00
Utbytte	-	-	-	-	-
Konsernbidrag	-	-	-	730,00	1584,00
BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2017,00	2016,00	2015,00	2014,00	2013,00
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK

Goodwill	-	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	234,00	247,00	195,00	272,00	121,00
Sum anleggsmidler	548,00	637,00	650,00	493,00	454,00
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	-	-	-	-	-
Maskiner/anlegg/biler	-	-	-	-	-
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	274,00	350,00	425,00	191,00	303,00
Sum varige driftsmidler	274,00	350,00	425,00	191,00	303,00
Aksjer/Investeringer i datterselskap	-	-	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Investeringer i aksjer og andeler	40,00	40,00	-	-	-
Andre fordringer	-	0,00	30,00	30,00	30,00
Sum finansielle anleggsmidler	40,00	40,00	30,00	30,00	30,00
Sum varelager	7201,00	5450,00	4800,00	5000,00	5340,00
Kundefordringer	571,00	129,00	38,00	81,00	52,00
Konsernfordringer	0,00	70,00	70,00	-	-
Sum fordringer	601,00	229,00	108,00	128,00	89,00
Sum investeringer	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kasse/Bank/Post	6151,00	812,00	1588,00	2229,00	1424,00
Sum Kasse/Bank/Post	6151,00	812,00	1588,00	2229,00	1424,00
Sum omløpsmidler	13954,00	6491,00	6496,00	7357,00	6853,00
Sum eiendeler	14502,00	7128,00	7147,00	7850,00	7307,00
Aksje/Selskapskapital	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
Annen innskutt egenkapital	-	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	1501,00	1501,00	1501,00	1501,00	1501,00
Sum opptjent egenkapital	2141,00	2126,00	1859,00	1674,00	1233,00
Annen egenkapital	2141,00	2126,00	1859,00	1674,00	1233,00
Sum egenkapital	3642,00	3627,00	3361,00	3176,00	2735,00
Sum avsetninger til forpliktelser	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Annen langsiktig gjeld	-	-	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Leverandørgjeld	4876,00	157,00	830,00	237,00	722,00
Skyldig offentlige avgifter	1080,00	507,00	526,00	831,00	872,00
Utbytte	-	-	-	-	-
Kortsiktig konserngjeld	3930,00	2000,00	2000,00	3015,00	2 600
Annen kortsiktig gjeld	969,00	682,00	416,00	279,00	304,00
Sum kortsiktig gjeld	10860,00	3500,00	3786,00	4674,00	4573,00
Sum gjeld	10860,00	3500,00	3786,00	4674,00	4573,00

SUM EGENKAPITAL OG GJELD	14502,00	7128,00	7147,00	7850,00	7307,00
Garantistillelser	-	-	-	-	-
Pantstillelser	-	-	-	-	-

Vedlegg 2 (Årsregnskap for Nava Sport AS (Namsos))

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2017	2016	2015	2014	2013
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	60306,00	47236,00	43021,00	40403,00	41251,00
Annen driftsinntekt	459,00	300,00	0,00	0,00	0,00
Sum driftsinntekter	60765,00	47536,00	43021,00	40403,00	41251,00
Varekostnad	45888,00	34672,00	29575,00	27821,00	30588,00
Beholdningsendringer	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Lønnskostnader	5431,00	4561,00	4063,00	3577,00	3392,00
Herav kun lønn	4946,00	4115,00	3674,00	3257,00	3131,00
Ordinære avskrivninger	200,00	445,00	439,00	288,00	137,00
Nedskrivning	-	-	-	-	-
Andre driftskostnader	5062,00	4370,00	3067,00	3063,00	3429,00
Driftsresultat	4184,00	3488,00	5877,00	5654,00	3705,00
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inntekt på investering i datterselskap	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sum annen renteinntekt	51,00	43,00	58,00	100,00	86,00
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sum annen finansinntekt	32,00	8,00	0,00	8,00	8,00
Sum finansinntekter	143,00	260,00	248,00	318,00	222,00
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	192,00	195,00	118,00	65,00	79,00
Andre finanskostnader	139,00	45,00	-	-	-
Sum annen finanskostnad	139,00	45,00	0,00	0,00	0,00
Sum finanskostnader	354,00	260,00	133,00	65,00	79,00
Resultat før skatt	3973,00	3488,00	5993,00	5907,00	3847,00
Sum skatt	971,00	891,00	1640,00	1596,00	1093,00
Ordinært resultat	3002,00	2597,00	4353,00	4312,00	2755,00
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Årsresultat	3002,00	2597,00	4353,00	4312,00	2755,00
Utbytte	-	-	-	-	-
Konsernbidrag	-	-	-	-	-

BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2017,00	2016,00	2015,00	2014,00	2013,00
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	77,00	117,00	157,00	197,00	-
Sum immaterielle midler	493,00	537,00	423,00	585,00	432,00
Sum anleggsmidler	5887,00	5892,00	4173,00	4734,00	3569,00
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	-	-	-	-	-
Maskiner/anlegg/biler	0,00	84,00	422,00	760,00	-
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	265,00	341,00	334,00	395,00	143,00
Sum varige driftsmidler	265,00	425,00	756,00	1155,00	143,00
Aksjer/Investeringer i datterselskap	1700,00	1500,00	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Investeringer i aksjer og andeler	440,00	440,00	5,00	5,00	5,00
Andre fordringer	-	-	-	-	-
Sum finansielle anleggsmidler	5130,00	4930,00	2995,00	2995,00	2995,00
Sum varelager	17700,00	12000,00	6300,00	6500,00	7000,00
Kundefordringer	4374,00	3375,00	177,00	173,00	207,00
Konsernfordringer	8365,00	9508,00	17301,00	9115,00	4759,00
Sum fordringer	12772,00	12884,00	17478,00	9330,00	5015,00
Sum investeringer	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kasse/Bank/Post	8170,00	9004,00	4285,00	6108,00	6693,00
Sum Kasse/Bank/Post	8170,00	9004,00	4285,00	6108,00	6693,00
Sum omløpsmidler	38642,00	33887,00	28063,00	21938,00	18708,00
Sum eiendeler	44529,00	39779,00	32236,00	26673,00	22277,00
Aksje/Selskapskapital	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Annen innskutt egenkapital	-	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Sum opptjent egenkapital	30657,00	27808,00	25210,00	20858,00	16546,00
Annen egenkapital	30657,00	27808,00	25210,00	20858,00	16546,00
Sum egenkapital	31157,00	28308,00	25710,00	21358,00	17046,00
Sum avsetninger til forpliktelser	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	4500,00	5000,00	-	-	-
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Annen langsiktig gjeld	-	-	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	4500,00	5000,00	0,00	0,00	0,00
Gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Leverandørgjeld	2986,00	911,00	2524,00	1575,00	1896,00
Skyldig offentlige avgifter	1576,00	1554,00	1058,00	1305,00	1592,00
Utbytte	-	-	-	-	-

Kortsiktig konserngjeld	1659,00	1681,00	1066,00	396,00	176,00
Annen kortsiktig gjeld	1731,00	1282,00	360,00	487,00	458,00
Sum kortsiktig gjeld	8872,00	6472,00	6526,00	5315,00	5231,00
Sum gjeld	13372,00	11472,00	6526,00	5315,00	5231,00
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	44529,00	39779,00	32236,00	26673,00	22277,00
Garantistillelser	-	-	-	-	-
Pantstillelser	-	-	-	-	-

Vedlegg 3 (Årsregnskap for G-Max Magneten)

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2017	2016	2015	2014	2013
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	29209,00	27605,00	26079,00	22295,00	16020,00
Annen driftsinntekt	-126,00	-118,00	-16,00	-80,00	0,00
Sum driftsinntekter	29083,00	27487,00	26063,00	22214,00	16020,00
Varekostnad	18121,00	16924,00	15872,00	13382,00	10422,00
Beholdningsendringer	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Lønnskostnader	4523,00	4328,00	4312,00	3963,00	2729,00
Herav kun lønn	3763,00	3596,00	3600,00	3308,00	2294,00
Ordinære avskrivninger	0,00	32,00	48,00	51,00	25,00
Nedskrivning	-	-	-	-	-
Andre driftskostnader	5923,00	5797,00	5496,00	4539,00	3341,00
Driftsresultat	516,00	406,00	334,00	279,00	-497,00
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inntekt på investering i datterselskap	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sum annen renteinntekt	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sum annen finansinntekt	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sum finansinntekter	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	381,00	285,00	366,00	395,00	162,00
Andre finanskostnader	-	-	-	-	-
Sum annen finanskostnad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sum finanskostnader	381,00	385,00	476,00	495,00	257,00
Resultat før skatt	135,00	21,00	-142,00	-215,00	-752,00
Sum skatt	39,00	36,00	-23,00	-56,00	-196,00
Ordinært resultat	96,00	-15,00	-119,00	-159,00	-557,00
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-	-

Skatt ekstraordinært	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Årsresultat	96,00	-15,00	-119,00	-159,00	-557,00
Utbytte	-	-	-	-	-
Konsernbidrag	-	-	-	-	-
BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2017,00	2016,00	2015,00	2014,00	2013,00
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	95,00	134,00	170,00	147,00	146,00
Sum anleggsmidler	275,00	314,00	382,00	407,00	457,00
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	-	-	-	-	-
Maskiner/anlegg/biler	0,00	0,00	11,00	25,00	39,00
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	0,00	0,00	21,00	56,00	93,00
Sum varige driftsmidler	0,00	0,00	32,00	81,00	132,00
Aksjer/Investeringer i datterselskap	-	-	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Investeringer i aksjer og andeler	1,00	1,00	-	-	-
Andre fordringer	-	-	179,00	179,00	179,00
Sum finansielle anleggsmidler	180,00	180,00	179,00	179,00	179,00
Sum varelager	8094,00	8 374	8727,00	9420,00	8702,00
Kundefordringer	85,00	73,00	313,00	81,00	199,00
Konsernfordringer	-	-	-	-	-
Sum fordringer	2328,00	1328,00	1574,00	1479,00	2485,00
Sum investeringer	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kasse/Bank/Post	189,00	209,00	125,00	171,00	2639,00
Sum Kasse/Bank/Post	189,00	209,00	125,00	171,00	2639,00
Sum omløpsmidler	10611,00	9911,00	10426,00	11069,00	13827,00
Sum eiendeler	10886,00	10226,00	10808,00	11477,00	14284,00
Aksje/Selskapskapital	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Annen innskutt egenkapital	-	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Sum opptjent egenkapital	-1,00	-97,00	-82,00	-62,00	-50,00
Annen egenkapital	0,00	-	-	-	0,00
Sum egenkapital	99,00	3,00	18,00	38,00	50,00
Sum avsetninger til forpliktelser	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Annen langsiktig gjeld	-	-	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Gjeld til kredittinstitusjoner	6779,00	6925,00	7630,00	8671,00	0,00
Leverandørgjeld	1069,00	1354,00	1153,00	1096,00	11839,00
Skyldig offentlige avgifter	971,00	909,00	1003,00	1040,00	1106,00
Utbytte	-	-	-	-	-
Kortsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Annen kortsiktig gjeld	1968,00	1035,00	1003,00	633,00	1289,00
Sum kortsiktig gjeld	10787,00	10223,00	10789,00	11439,00	14234,00
Sum gjeld	10787,00	10223,00	10789,00	11439,00	14234,00
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	10886,00	10226,00	10808,00	11477,00	14284,00
Garantistillelser	-	-	-	-	-
Pantstillelser	-	-	-	-	-

Vedlegg 4 (Nødvendig regnskap fra 2012)

REGNSKAPSTALL i hele 1000	Nava Sport Verdal AS	Nava Sport AS	G-MAX Magneten AS
	NOK	NOK	NOK
Sum eiendeler	7730,00	23230,00	4843,00
Sum egenkapital	2653,00	14292,00	169,00

Vedlegg 5 (Utregning av nøkkeltall for Nava Sport Verdal)

Finansieringsgrad 1:

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

2013:

$$\frac{454}{2735} = 0,17$$

2014:

$$\frac{493}{3176} = 0,16$$

2015:

$$\frac{650}{3361} = 0,19$$

2016:

$$\frac{637}{3627} = 0,18$$

2017:

$$\frac{548}{3642} = 0,15$$

Arbeidskapital:

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

2013:

$$6853 - 4573 = 2280$$

2014:

$$7357 - 4674 = 2683$$

2015:

$$6496 - 3786 = 2710$$

2016:

$$6491 - 3500 = 2991$$

2017:

$$13954 - 10860 = 3094$$

Langsiktig lagerfinansiering:

$$\text{Langsiktig lagerfinansiering} = \frac{\text{Arbeidskapital} * 100 \%}{\text{Varelager}}$$

2013:

$$\frac{2280 * 100 \%}{5340} = 42,70 \%$$

2014:
$$\frac{2683 * 100 \%}{5000} = 53,66 \%$$

2015:
$$\frac{2710 * 100 \%}{4800} = 56,46 \%$$

2016:
$$\frac{2991 * 100 \%}{5450} = 54,88 \%$$

2017:
$$\frac{3094 * 100\%}{7201} = 42,97 \%$$

Egenkapitalandel:

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

2013:
$$\frac{2735 * 100 \%}{7307} = 37,43 \%$$

2014:
$$\frac{3176 * 100 \%}{7850} = 40,46 \%$$

2015:
$$\frac{3361 * 100 \%}{7147} = 47,03 \%$$

2016:
$$\frac{3627 * 100 \%}{7128} = 50,88 \%$$

2017:
$$\frac{3642 * 100\%}{14502} = 25,11 \%$$

Gjeldsgrad:

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

$$\begin{array}{l} 2013: \\ \frac{4573}{2735} = 1,67 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2014: \\ \frac{4674}{3176} = 1,47 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2015: \\ \frac{3786}{3361} = 1,13 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2016: \\ \frac{3500}{3627} = 0,96 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2017: \\ \frac{10860}{3642} = 2,98 \end{array}$$

Likviditetsgrad 1:

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

$$\begin{array}{l} 2013: \\ \frac{6853}{4573} = 1,50 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2014: \\ \frac{7357}{4674} = 1,57 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2015: \\ \frac{6496}{3786} = 1,72 \end{array}$$

2016:

$$\frac{6491}{3500} = 1,85$$

$$\begin{array}{l} 2017: \\ \frac{13954}{10860} = 1,28 \end{array}$$

Likviditetsgrad 2:

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

$$\begin{array}{l} 2013: \\ \frac{1513}{4573} = 0,33 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2014: \\ \frac{2357}{4674} = 0,50 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2015: \\ \frac{1696}{3786} = 0,45 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2016: \\ \frac{1041}{3500} = 0,30 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2017: \\ \frac{6753}{10860} = 0,62 \end{array}$$

Totalkapitalrentabilitet:

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

$$\begin{array}{l} 2013: \\ \frac{(2347 + 14) * 100 \%}{\frac{7307 + 7730}{2}} = 31,4 \% \end{array}$$

2014:

$$\frac{(1606 + 28) * 100 \%}{\frac{7850 + 7307}{2}} = 21,56 \%$$

2015:

$$\frac{(2284 + 34) * 100 \%}{\frac{7147 + 7850}{2}} = 30,91 \%$$

2016:

$$\frac{(2406 + 13) * 100 \%}{\frac{7128 + 7147}{2}} = 33,89 \%$$

2017:

$$\frac{(3533 + 17) * 100 \%}{\frac{14502 + 7128}{2}} = 32,82 \%$$

Resultatgrad:

$$\text{Resultatgrad} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekt}) * 100\%}{\text{Driftsinntekt}}$$

2013:

$$\frac{(2347 + 14) * 100 \%}{20328} = 11,61\%$$

2014:

$$\frac{(1606 + 28) * 100 \%}{17734} = 9,21\%$$

2015:

$$\frac{(2284 + 34) * 100 \%}{20208} = 11,47\%$$

2016:

$$\frac{(2406 + 13) * 100 \%}{21097} = 11,47\%$$

2017:

$$\frac{(3533 + 17) * 100 \%}{26364} = 13,47\%$$

Totalkapitalens omløpshastighet:

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

2013:

$$\frac{20328}{\frac{7307 + 7730}{2}} = 2,70$$

2014:

$$\frac{17734}{\frac{7850 + 7307}{2}} = 2,34$$

2015:

$$\frac{20208}{\frac{7147 + 7850}{2}} = 2,69$$

2016:

$$\frac{21097}{\frac{7128 + 7147}{2}} = 2,96$$

2017:

$$\frac{26364}{\frac{14502 + 7128}{2}} = 2,44$$

Egenkapitalrentabilitet før skatt:

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

2013:

$$\frac{2320}{\frac{2653 + 2735}{2}} = 86,12 \%$$

2014:

$$\frac{1604}{\frac{2735 + 3176}{2}} = 54,27 \%$$

2015:

$$\frac{2275}{\frac{3176 + 3361}{2}} = 69,60 \%$$

2016:

$$\frac{2369}{\frac{3361 + 3627}{2}} = 67,80 \%$$

2017:

$$\frac{3533}{\frac{3627 + 3642}{2}} = 97,21 \%$$

Bruttofortjeneste i prosent:

$$\text{Bruttofortjeneste i prosent} = \frac{\text{Salgsinntekt} - \text{Varekostnad}}{\text{Salgsinntekt}}$$

2013:

$$\frac{20328 - 14348}{20328} = 29,42 \%$$

2014:

$$\frac{17734 - 12763}{17734} = 28,03 \%$$

2015:

$$\frac{20208 - 14225}{20208} = 29,61 \%$$

2016:

$$\frac{21077 - 14528}{21077} = 31,07\%$$

2017:

$$\frac{26364 - 18161}{26364} = 31,11 \%$$

Driftsmargin:

$$\text{Driftsmargin} = \frac{\text{Driftsresultat}}{\text{Driftsinntekt}}$$

2013:

$$\frac{2347}{20328} = 11,55 \%$$

2014:

$$\frac{1606}{17734} = 9,06 \%$$

2015:

$$\frac{2284}{20208} = 11,30 \%$$

2016:

$$\frac{2406}{21097} = 11,40 \%$$

2017:

$$\frac{3533}{26364} = 13,40 \%$$

Vedlegg 6 (Utregning av nøkkeltall for Nava Sport Namsos)**Totalkapitalrentabilitet:**

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

2013:

$$\frac{(3705 + 222) * 100\%}{\frac{23230 + 22277}{2}} = 17,26\%$$

2014:

$$\frac{(5654 + 318) * 100\%}{\frac{22277 + 26673}{2}} = 24,40\%$$

2015:

$$\frac{5877 + 248}{\frac{26673 + 32236}{2}} = 20,79\%$$

2016:

$$\frac{3488 + 260}{\frac{32236 + 39779}{2}} = 10,41\%$$

2017:

$$\frac{(4184 + 143) * 100\%}{\frac{39779 + 44529}{2}} = 10,26\%$$

Egenkapitalrentabilitet:

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

2013:

$$\frac{3847}{\frac{14292 + 17046}{2}} = 24,55\%$$

2014:

$$\frac{5907}{\frac{17046 + 21358}{2}} = 30,76\%$$

2015:

$$\frac{5993}{\frac{21358 + 25710}{2}} = 25,47\%$$

2016:

$$\frac{3488}{\frac{25710 + 28308}{2}} = 12,91\%$$

2017:

$$\frac{3973}{\frac{28308 + 31157}{2}} = 13,36\%$$

Bruttofortjeneste i prosent:

$$\text{Bruttofortjeneste i prosent} = \frac{\text{Salgsinntekt} - \text{Varekostnad}}{\text{Salgsinntekt}}$$

2013:

$$\frac{41251 - 30588}{41251} = 25,85\%$$

2014:

$$\frac{40403 - 27821}{40403} = 31,14\%$$

2015:

$$\frac{43021 - 29575}{43021} = 31,25\%$$

2016:

$$\frac{47236 - 34672}{47236} = 26,60\%$$

2017:

$$\frac{60306 - 45888}{60306} = 23,91\%$$

Driftsmargin:

$$\text{Driftsmargin} = \frac{\text{Driftsresultat}}{\text{Driftsinntekt}}$$

2013:

$$\frac{3705}{41251} = 8,98\%$$

2014:

$$\frac{5654}{40403} = 13,99\%$$

2015:

$$\frac{5877}{43021} = 13,66\%$$

$$\begin{array}{l} 2016: \\ \frac{3488}{47536} = 7,34\% \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2017: \\ \frac{4184}{60765} = 6,89\% \end{array}$$

Vedlegg 7 (Utregning av nøkkeltall for G-Sport Magneten)

Totalkapitalrentabilitet:

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

$$\begin{array}{l} 2013: \\ \frac{(-497 + 1) * 100 \%}{\frac{4843 + 14284}{2}} = -5,19\% \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2014: \\ \frac{(279 + 1) * 100 \%}{\frac{14284 + 11477}{2}} = 2,17\% \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2015: \\ \frac{(334+0)*100 \%}{\frac{11477+10808}{2}} = 3,00\% \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2016: \\ \frac{(406 + 0) * 100 \%}{\frac{10808 + 10226}{2}} = 3,86\% \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2017: \\ \frac{(516 + 0) * 100 \%}{\frac{10226 + 10886}{2}} = 4,89\% \end{array}$$

Egenkapitalrentabilitet:

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

2013:

$$\frac{-752}{\frac{169 + 50}{2}} = -686,76\%$$

2014:

$$\frac{-215}{\frac{50 + 38}{2}} = -488,64\%$$

2015:

$$\frac{-142}{\frac{38 + 18}{2}} = -507,14\%$$

2016:

$$\frac{21}{\frac{18 + 3}{2}} = 200\%$$

2017:

$$\frac{135}{\frac{3 + 99}{2}} = 264,71\%$$

Bruttofortjeneste i prosent:

$$\text{Bruttofortjeneste i prosent} = \frac{\text{Salgsinntekt} - \text{Varekostnad}}{\text{Salgsinntekt}}$$

2013:

$$\frac{16020 - 10422}{16020} = 34,94\%$$

2014:

$$\frac{22295 - 13382}{22295} = 39,98\%$$

2015:

$$\frac{26079 - 15872}{26079} = 39,14\%$$

2016:

$$\frac{27605 - 16924}{27605} = 38,69\%$$

2017:

$$\frac{29209 - 18121}{29209} = 37,96\%$$

Driftsmargin:

$$\text{Driftsmargin} = \frac{\text{Driftsresultat}}{\text{Driftsinntekt}}$$

2013:

$$\frac{-497}{16020} = -3,10\%$$

2014:

$$\frac{279}{22214} = 1,26\%$$

2015:

$$\frac{334}{26063} = 1,28\%$$

2016:

$$\frac{406}{27487} = 1,48\%$$

2017:

$$\frac{516}{29083} = 1,77\%$$

Vedlegg 8 (Bransjetall for bruttofortjeneste)

	Bruttofortjeneste i prosent av salgsinntekt (prosent)		
	2014	2015	2016
47 Detaljhandel, unntatt med motorvogner	28,3	28,5	28,8

(Statistisk sentralbyrå, u.d.)

Verdier for bruttofortjeneste i prosent av salgsinntekt (prosent) for detaljhandel i årene 2014-2016.

