Semesteroppgave

NTNU
Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen

Bjørn Jørgen Westad Løseth
Jakob Westad Løseth

Regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet i norsk dagligvarebransje

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

NTNU
Kunnskap for en bedre verden

Bjørn Jørgen Westad Løseth
Jakob Westad Løseth

Regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet i norsk dagligvarebransje

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

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen

NTNU
Kunnskap for en bedre verden

Forord

Denne semesteroppgaven ble skrevet våren 2020 i forbindelse med avslutningen av bachelorstudiet i økonomi og administrasjon ved NTNU Handelshøyskolen i Trondheim. Semesteroppgaven er på 7,5 studiepoeng og er et obligatorisk emne innenfor studieretningen økonomisk styring.

Semesteroppgaven er en regnskapsanalyse med fokus på utvikling i lønnsomhet. Det er dagligvarebransjen som er temaet, og Rema 1000 er hovedfokuset i oppgaven. Vi har gjennomført en analyse av to av deres butikker, henholdsvis Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate. I tillegg har vi gjennomført en analyse av lønnsomheten til Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge.

Arbeidet med semesteroppgaven har gitt oss mulighet til å benytte det vi har lært gjennom studiet i praksis. Det har vært en spennende, lærerik og utfordrende periode.

Vi vil rette en takk til vår veileder Tor-Eirik Olsen for gode forelesninger i økonomisk styring og god veiledning gjennom arbeidet med semesteroppgaven.

Sammendrag

Vi har i denne oppgaven tatt for oss utviklingen i lønnsomhet til Rema 1000 Norge og to av deres butikker i Trondheim, samt deres konkurrent Kiwi region Midt-Norge. Vi har sett på regnskapet og nøkkeltallene for å se utviklingen i lønnsomheten. Årsaken til at vi ville fokusere på Rema 1000 er at de stadig taper markedsandeler til konkurrentene, og de har de siste årene fått mye negativ oppmerksomhet i media.

Kiwi ligger rett bak Rema 1000 dersom man ser til markedsandeler. Kiwi, som er en del av NorgesGruppen, har store konkurransefortrinn med tanke på innkjøpsbetingelser, noe som er en avgjørende faktor for lavpriskonkurransen. Dette kan være en av årsakene til at konkurransen har vært tiltakende de siste årene.

Ut fra sammenligningen virker det som Rema 1000 Stavset i større grad er sårbar for endringer i dagligvarebransjen enn Rema 1000 Olav Tryggvasons gate. I tillegg har konkurransen vært tiltakende på Byåsen de siste årene, mens i Midtbyen har konkurransen vært relativt uforandret. Dette gjenspeilet seg i nøkkeltallene vi har beregnet. Butikken på Stavset har hatt en betydelig nedgang, spesielt med tanke på resultat og salgsinntekter. Butikken i Olav Tryggvasons gate har derimot hatt en liten vekst med tanke på salgsinntekter siste årene. Resultatet har til tross for veksten i omsetning forverret seg over årene. Lønnsomheten til begge butikkene har hatt et fall, men Rema 1000 Stavet har hatt et større fall enn Rema 1000 Olav Tryggvasons gate.

Da vi sammenlignet Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge så vi at begge kjedene hadde mistet omsetning over perioden. Rema 1000 Norge sitt driftsresultat har forverret seg over årene, samtidig som Kiwi Midt-Norge sitt driftsresultat har bedret seg. Dette tyder på at Kiwi har kommet styrket ut i Midt-Norge, samtidig som Rema 1000 sin lønnsomhet i hele Norge har hatt et tilbakefall.

Abstract

In this term paper we have studied the development in the profitability of Rema 1000 Norge and two of their stores in Trondheim, and also the rival Kiwi region Midt-Norge. We have analysed their financial statement in order to examine and compare the development in profitability. One of the reasons we chose Rema 1000 as our reference is because of the negative attention they have attracted in media the last couple of years.

Over the last few years Kiwi has almost equalled Rema 1000 in terms of market shares. Kiwi, as a part of NorgesGruppen, has a competitive advantage in terms of general conditions for purchase of goods. This may be one of the reasons the competition has increased in the recent years.

We compared the two stores Rema 1000 Stavset and Rema 1000 Olav Tryggvasons gate, and we noticed that the store at Stavset is more vulnerable for changes in the grocery industry. The store at Stavset has in addition gotten more competitors in their area over the last couple years. Meanwhile the store in Olav Tryggvasons gate, which is in the city centre, has apparently not experienced any changes related to competition, as no new grocery stores have been established. The change in the market is also reflected in the key financial figures we have calculated. The store at Stavset has had a major decline, particularly in revenue and net income. The store in Olav Tryggvasons gate, has unlike Stavset, had an increase in revenues. But despite of the increase in revenues, the net income has decreased over the last years. The profitability at both stores has decreased, but Rema 1000 Stavset has the biggest downfall.

When we compared Rema 1000 Norge and Kiwi Midt-Norge we discovered that both companies have decreased sales revenues. Rema 1000 Norges net income has decreased over the last few years, but Kiwi Midt-Norges net income has improved. Through the period we observed that Kiwi has strengthened their position and profitability in Midt-Norge, while Rema 1000 has had a setback in throughout Norway.

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning **1**
1.1 Om bedriftene *2*
1.2 Oppgavens struktur *2*
2.0 Teori **4**
2.1 Regnskapsanalyse *4*
2.1.1 Lønnsomhet 4
2.1.1.1 Omsetning 4
2.1.1.2 Totalkapitalrentabilitet (ROI – Return on Investment) 5
2.1.1.3 DuPont-modellen 5
2.1.1.4 Resultatgrad (ROS – Return on Sales) 6
2.1.1.5 Kapitalens omløpshastighet (KO) 6
2.1.1.6 Bruttofortjeneste i prosent 6
2.1.2 Likviditet 8
2.1.2.1 Arbeidskapital 8
2.1.2.2 Likviditetsgrad 1 8
2.1.2.3 Likviditetsgrad 2 9
2.1.3 Soliditet 9
2.1.3.1 Egenkapitalandel 9
2.1.4 Finansiering 9
2.1.4.1 Finansieringsgrad 1 10
2.1.4.2 Gjeldsgrad 10
3.0 Metode **11**
4.0 Analyse/diskusjon **13**
4.1 Utviklingen i dagligvarebransjen *13*
4.1.1 Rema 1000 sin posisjon i markedet 13
4.1.2 Utvikling i markedsandeler 14
4.1.3 Kundelojalitet 16
4.2 Presentasjon av nøkkeltall for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate *17*
4.2.1 Likviditet 17
4.2.1.1 Arbeidskapital 17
4.2.1.2 Likviditetsgrad 1 18
4.2.1.3 Likviditetsgrad 2 18
4.2.2 Finansiering 19
4.2.2.1 Finansieringsgrad 1 19
4.2.2.2 Gjeldsgrad 20
4.2.3 Soliditet 21
4.2.3.1 Egenkapitalandel 21
4.2.4 Lønnsomhet 22
4.2.4.1 Omsetning 22
4.2.4.2 Totalkapitalrentabilitet 22
4.2.4.3 Resultatgrad 23
4.2.4.4 Kapitalens omløpshastighet 24

4.2.4.5 Bruttofortjeneste i prosent 25
4.2.4.6 Driftsmargin 26
4.2.4.7 Egenkapitalrentabilitet 27
4.3 Benchmarking Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate *28*
4.3.1 Likviditet 28
4.3.1.1 Likviditetsgrad 1 28
4.3.2 Finansiering 29
4.3.2.1 Gjeldsgrad 29
4.3.3 Lønnsomhet 30
4.3.3.1 Omsetning 30
4.3.3.2 Totalkapitalrentabilitet 31
4.3.3.3 Resultatgrad 32
4.3.3.4 Kapitalens omløpshastighet 33
4.3.3.5 Bruttofortjeneste i prosent 34
4.3.3.6 Driftsmargin 35
4.4 Benchmarking Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge *36*
4.4.1 Lønnsomhet 36
4.4.1.1 Omsetning 36
4.4.1.2 Totalkapitalrentabilitet 37
4.4.1.3 Resultatgrad 38
4.4.1.4 Kapitalens omløpshastighet 39
4.4.1.5 Driftsmargin 40
5.0 Konklusjon **41**
6.0 Feilkilder **43**
7.0 Referanseliste **44**
8.0 Vedlegg **46**

Tabelliste:

Tabell 1: Markedsandeler for Rema 1000, Kiwi og NorgesGruppen 15

Tabell 2: Norsk Kundebarometer 2019 16

Tabell 3: Norsk Kundebarometer 2015 16

Tabell 4: Arbeidskapital for Rema 1000 Stavset 17

Tabell 5: Arbeidskapital for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 17

Tabell 6: Likviditetsgrad 1 for Rema 1000 Stavset 18

Tabell 7: Likviditetsgrad 1 for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 18

Tabell 8: Likviditetsgrad 2 for Rema 1000 Stavset 18

Tabell 9: Likviditetsgrad 2 for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 19

Tabell 10: Finansieringsgrad 1 for Rema 1000 Stavset 19

Tabell 11: Finansieringsgrad 1 for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 20

Tabell 12: Gjeldsgrad for Rema 1000 Stavset 20

Tabell 13: Gjeldsgrad for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 20

Tabell 14: Egenkapitalandel for Rema 1000 Stavset 21

Tabell 15: Egenkapitalandel for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 21

Tabell 16: Salgsinntekter for Rema 1000 Stavset 22

Tabell 17: Salgsinntekter for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 22

Tabell 18: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Stavset 22

Tabell 19: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 23

Tabell 20: Resultatgrad for Rema 1000 Stavset 23

Tabell 21: Resultatgrad for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 24

Tabell 22: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Stavset 24

Tabell 23: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 25

Tabell 24: Bruttofortjenesteprosent for Rema 1000 Stavset 25

Tabell 25: Bruttofortjenesteprosent for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 25

Tabell 26: Driftsmargin for Rema 1000 Stavset 26

Tabell 27: Driftsmargin for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 26

Tabell 28: Egenkapitalrentabilitet for Rema 1000 Stavset 27
Tabell 29: Egenkapitalrentabilitet for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 27
Tabell 30: Likviditetsgrad 1 for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 28
Tabell 31: Gjeldsgrad for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 29
Tabell 32: Salgsinntekter for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 30
Tabell 33: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 31
Tabell 34: Resultatgrad for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 32
Tabell 35: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 33
Tabell 36: Bruttofortjenesteprosent for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 34
Tabell 37: Driftsmargin for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 35
Tabell 38: Salgsinntekter for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 36
Tabell 39: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 37
Tabell 40: Resultatgrad for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 38
Tabell 41: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 39
Tabell 42: Driftsmargin for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 40

Figurliste:

Figur 1: Markedsandeler for Rema 1000, NorgesGruppen og Kiwi 15

Figur 2: Likviditetsgrad 1 for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 29

Figur 3: Gjeldsgrad for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 29

Figur 4: Omsetning for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 30

Figur 5: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 31

Figur 6: Resultatgrad for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 32

Figur 7: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 33

Figur 8: Bruttofortjenesteprosent for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 34

Figur 9: Driftsmargin for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate 35

Figur 10: Omsetning for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 37

Figur 11: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 38

Figur 12: Resultatgrad for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 38

Figur 13: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 39

Figur 14: Driftsmargin for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge 40

1.0 Innledning

Oppgavevalget ble gjort ettersom begge gruppemedlemmene har jobbet i dagligvarebransjen i mange år, nærmere bestemt for Rema 1000. Dagligvarebransjen i Norge er noe alle har et forhold til, og dette vil alltid være et aktuelt og interessant tema. Vi følte dette var et naturlig oppgavevalg for oss. Vi valgte å utføre en regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet, siden vi følte det var en god måte å benytte det vi har lært innenfor økonomisk styring.

Dagligvarehandelen i Norge har få aktører og tøff konkurranse. NorgesGruppen, Coop og Rema 1000 dominerer markedet, i tillegg har Bunnpris også en del markedsandeler. Det er en evig kamp om kundene, og om hvilken butikkjede som skal være billigst. Dagligvarebransjen er en bransje som er preget av små marginer. Da konkurransetilsynet gjennomførte en «razzia» i dagligvaremarkedet i 2019 la de frem at noen kjeder hadde betydelig lavere innkjøpsavtaler enn andre. Kartleggingen viste at noen leverandører gir kjedene opp til 15% forskjell i pris for de samme varene. Konkurransetilsynet mente at dette potensielt kunne være skadelig for konkurransen i bransjen. Det var NorgesGruppen som hadde de beste vilkårene, noe som ikke er overraskende siden de er den største aktøren i markedet (Solgård et al., 2019).

Rema 1000 har de siste årene tapt markedsandeler til sine konkurrenter, samtidig som Kiwi har vunnet markedsandeler. Rema 1000 har fått en del negativ oppmerksomhet de siste årene gjennom blant annet «bestevenn strategien», hvor de satset sterkere på noen leverandører og droppet andre. Også lojalitetsprogrammet «Æ» fikk noe negativ oppmerksomhet, men ikke i samme grad. Dersom vi også inkluderer den nyere saken med NorgesGruppens lavere innkjøpspriser, så dannet vi oss en hypotese. Hypotesen er at Rema 1000 butikken på Stavset merket den negative trenden Rema 1000 har opplevd i større grad enn Rema 1000 Olav Tryggvasons gate. Grunnen til dette er at kundesegmentene til butikkene er noe forskjellig. For Olav Tryggvasons gate er det mer småhandel av kunder som er på bytur eller personer som er bosatt i Midtbyen, mens for Stavset er det heller etablerte familier som handler.

Hvis vi fokuserer på Rema 1000 Norge så er vår hypotese her at Rema 1000 har blitt svekket på landsbasis i perioden 2015 til 2018. Midt-Norge er nok den regionen i landet der Rema 1000 står sterkest, men vår hypotese er at Kiwi Midt-Norge likevel har blitt styrket gjennom perioden.

Problemstillingen vi valgte er*: «Hvordan har lønnsomheten til Rema 1000 Stavset utviklet seg i forhold til Rema 1000 Olav Tryggvasons gate i perioden 2015 til 2018. Og hvordan har lønnsomheten til Rema 1000 Norge utviklet seg i forhold til Kiwi Midt Norge i samme periode.*

1.1 Om bedriftene

Rema 1000 er en dagligvarekjede som eies 100% av Reitangruppen AS. Den første butikken ble åpent på Bromstad i 1979 etter at Odd Reitan hadde hentet inspirasjon fra den tyske butikkjeden Aldi. Per mars 2020 har Rema 1000 649 butikker i Norge, og i Danmark hadde de 326 butikker tidlig 2019. Rema 1000 sitt hovedkontor er i Oslo, mens Reitangruppen holder til på Lade gård i Trondheim (Rema.no, 2018).

Kiwi er en dagligvarebutikk som inngår i NorgesGruppen ASA. NorgesGruppen ble stiftet i 2000 og er et dagligvarekonsern som består av butikkjedene Kiwi, Spar, Meny, Joker og flere kiosk-kjeder. Kiwi er NorgesGruppens lavpriskjede, og ble startet i 1979 av Tor Kirkeng, Henning Kirkeng og Svein Wike. I 2018 hadde de 652 butikker i Norge (Ekberg, 2020).

Rema 1000 Stavset ligger på Byåsen i Trondheim. Det er Thomas Onarheim Dahl som er kjøpmann, og han driver butikken gjennom selskapet sitt Thomas Onarheim Dahl AS. Selskapet ble stiftet i 2011 og har 39 ansatte. Rema 1000 Stavset er en av de største Rema 1000 butikkene i landet målt i omsetning.

Rema 1000 Olav Tryggvason gate ligger i Midtbyen i Trondheim. Hanne Gjestad er kjøpmann, og hun driver butikken gjennom sitt selskap Hanne Gjestad AS. Selskapet ble stiftet i 1993 og har 18 ansatte. Rema 1000 Olav Tryggvasons gate er en sentrumsbutikk, og er derfor mindre enn Rema 1000 Stavset både i areal og omsetning.

1.2 Oppgavens struktur

Oppgaven starter med en teoridel hvor det blir gjort rede for teorien bak nøkkeltallene vi har valgt å benytte i analysen. Teorikapitlet er delt inn underkapitlene lønnsømhet, likviditet, soliditet og finansiering.

Deretter kommer metodekapitlet. I denne delen vil det bli gjort rede for hvordan vi arbeidet med å samle inn informasjon i oppgaven, hvilke metoder som har blitt benyttet og hvordan den metodiske tilnærmingen har påvirket studiets reliabilitet og validitet.

Videre kommer hoveddelen i oppgaven, nemlig analysen. Først vil nøkkeltallene vi har valgt bli presentert for Rema 1000 Stavet og Rema 1000 Olav Tryggvason gate. Deretter vil det komme en sammenligning av disse butikkene, da med størst fokus på lønnsomhet. Den siste delen i analysekapitlet er en sammenligning av Rema 1000 Norge og NG Kiwi Midt-Norge, hvor det er fokus på lønnsomhet.

Til slutt i oppgaven kommer en konklusjon hvor vi oppsummerer oppgaven og svarer på problemstillingen. Her vil vi diskutere funnene vi har gjort i analysen. Avslutningsvis i oppgaven kommer feilkilder, referanseliste og vedlegg.

2.0 Teori

I denne delen av oppgaven skal vi gjøre rede for relevant teori som vil bli anvendt videre i vår analyse. Først vil vi forklare hva regnskapsanalyse er, og deretter fokusere på lønnsomhet, likviditet, soliditet og finansiering. Teori rundt relevante nøkkeltall innenfor disse temaene vil bli presentert.

2.1 Regnskapsanalyse

Regnskapsanalyse er en form for prestasjonsmåling, hvor man tar utgangspunktet i regnskapet for å vurdere prestasjonene til en virksomhet. En regnskapsanalyse kan utføres av flere ulike aktører. Dette kan være virksomheten som ønsker å måle egen utvikling, eller deres utvikling i forhold til konkurrenter. Eksempelvis kan banker og investorer gjennomføre regnskapsanalyser for å vurdere en virksomhets økonomiske situasjon. Siden analysen kan bli gjennomført av forskjellige aktører kan den ha ulike formål. Banker kan ha kredittverdighet som formål, mens virksomheter kan ha forbedring som formål (Berg, 2017).

2.1.1 Lønnsomhet

Lønnsomhet handler om virksomhetens evne til å tjene penger, og videre kunne frembringe overskudd. For at en virksomhet skal fortsette sin drift er den avhengig av å ha god drift og lønnsomhet. For å kunne beregne overskudd har man en rekke nøkkeltall man kan benytte. Videre i teoridelen skal vi gjøre rede for teorien rundt disse nøkkeltallene som vi har valgt å ta for oss.

2.1.1.1 Omsetning

Omsetning er alle samlede inntekter til en virksomhet innenfor en gitt periode. Som regel innebærer dette inntjening fra fakturerte varer og tjenester, kontantsalg og andre inntekter (Visma, 2020a). Omsetning kan også kalles salgsinntekter og blir avgrenset innenfor en tidsperiode. Omsetning er ikke regnet som et nøkkeltall, men vi inkluderer det i analysen uansett.

2.1.1.2 Totalkapitalrentabilitet (ROI – Return on Investment)

Totalkapitalrentabiliteten er et nøkkeltall som uttrykker hvor mye hver krone som er investert i bedriften gir i avkastning, uavhengig av hvor finansieringen kommer fra (Berg, 2017). Totalkapitalrentabilitet tar høyde for ulike momenter ved lønnsomhet, og tar for seg den totale kapitalen til en virksomhet. ROI er et forholdstall, noe som gjør at det egner seg til bruk ved sammenligning med andre virksomheter. Totalkapitalrentabilitet er det hyppigste brukte resultatmålet siden det da viser avkastningen på den samlede kapitalen.

Man bruker gjennomsnittlig totalkapital ved å ta inngående balansen i perioden (IB) + utgående balansen (UB) i perioden dividert med 2. Årsaken til at man bruker gjennomsnitt totalkapital er at det er en pragmatisk tilnærming da man tar hensyn for endringer, også for kapitalbindingen over perioden. Dette er fornuftig siden driftsresultatet er generert gjennom hele året. Det er ulike metoder for å regne totalkapitalrentabilitet på som vi bemerker oss nedenfor. Nevneren kan også skiftes ut med sysselsatt kapital og eiendeler i bruk. Telleren kan skiftes ut med resultat før skatt pluss finanskostnader.

Formlene for totalkapitalrentabilitet er som følger:

$$Totalkapitalrentabilitet = \frac{(Driftsresultat + finansinntekter)}{Gjennomsnittlig\ totaltkapital}$$

$$Totalkapitalrentabilitet = \frac{(Resultat\ før\ skatt + finanskonstander)}{Gjennsomsnittlig\ totalkapital}$$

2.1.1.3 DuPont-modellen

DuPont-metoden gir oss muligheten til å analysere totalkapitalrentabiliteten ved å dekomponere den til to sentrale nøkkeltall. Disse nøkkeltallene kalles resultatgraden (ROS) og kapitalens omløpshastighet (KO). Ved å analysere disse kan man bemerke seg hvor virksomheten bør innføre tiltak og finne hva som er driver av totalkapitalrentabiliteten. Kapitalens omløpshastighet måler hvor effektiv en virksomhet utnytter sin kapital, eller sirkulasjonen av kapitalen. Resultatgrad er et nøkkeltall som viser hvor mye av hver krone i driftsinntekter som omgjøres til driftsresultat (Hoff, 2013).

Formelen for DuPont-modeller er som følger:

$$Totalapitalrentabilitet = Resultatgrad \times Kapitalens\ omløpshastighet$$

2.1.1.4 Resultatgrad (ROS – Return on Sales)

Som nevnt over er resultatgrad er et nøkkeltall som viser hvor mye av hver krone i driftsinntekter som omgjøres til driftsresultat. Synker resultatgraden vil totalkapitalrentabiliteten reduseres, og øker resultatgraden vil totalkapitalrentabiliteten øke (Hoff, 2013). Det er følgelig positivt med høyest mulig resultatgrad, noe som medfører at mest mulig av driftsinntektene blir igjen i virksomheten. For å forbedre sin resultatgrad må virksomheter analysere sine inntekter og kostnader, og deretter forsøke henholdsvis å øke og/eller redusere disse. Bedrifter kan bedre sin rentabilitet ved å tjene mer for hver krone de selger for, altså bedre sin resultatgrad (Hoff, 2013).

Formelen for resultatgrad er som følger:

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

2.1.1.5 Kapitalens omløpshastighet (KO)

Kapitalens omløpshastighet er et mål på hvor effektivt bedriften utnytter den samlede kapitalen som er bundet i bedriften. Eller sagt på en annen måte; hvor store driftsinntekter vi har per krone bundet i bedriften (Hoff, 2013). En virksomhet vil forsøke å oppnå bedre resultat ved mindre bruk av kapitalen. Høy omløpshastighet tilsier at virksomheten har en effektiv bruk av kapitalen. Synker omløpshastigheten tilsier det dårligere effektivitet i form av overinvestering, ubrukte eiendeler som for eksempel store varelager og utestående fordringer. Disse punktene skaper noe kalles for «død kapital», som betyr kapital som ikke frembringer inntekt, noe enhver virksomhet burde unngå.

Formelen for kapitalens omløpshastighet er som følger:

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

2.1.1.6 Bruttofortjeneste i prosent

En bruttofortjeneste er differansen mellom salgsinntekter og varekostnad, eventuelt differansen mellom innkjøpspris og utsalgspris. Dersom man regner ut bruttofortjeneste i kroner kalles dette

avanse. Dersom man vil ha bruttofortjeneste i prosent finner man hvor mange prosent av hver krone solgt går til fortjeneste til virksomheten. Dette skal dekke de øvrige kostnadene bedriften har som de faste kostnadene, og i tillegg skape en fortjeneste. Bruttofortjeneste (salgsinntekter – varekostnad) divideres med salgsinntektene og multipliseres med 100, da får vi bruttofortjeneste i prosent. Denne vil følgelig ha lavere verdi enn avansen (Hoff, 2013).

Formelen for bruttofortjenesteprosent er som følger:

$$Bruttofortjenesteprosent = \frac{Salgsinntekter - Varekostnad}{Salgsinntekter} \times 100\%$$

2.1.1.7 Driftsmargin

Driftsmarginen viser hvor stor andel av hver krone som blir igjen som resultat, uavhengig av finansieringsforhold (Hoff, 2013). Driftsmarginen gir en pekepinn på hvor lønnsom virksomheten er og belyser hvor mye av driftsinntektene virksomheten klarer å omgjøre til driftsresultat. Det er vanlig å sammenligne driftsmarginen med konkurrerende virksomheter i samme bransje.

Formelen for driftsmargin er som følger:

$$Driftsmargin = \frac{Driftsresultat}{Driftsinntekter} \times 100\%$$

2.1.1.8 Egenkapitalrentabilitet

Egenkapitalrentabiliteten sier hvor mye et selskap gir i avkastning i forhold til innskudd kapital fra eierne. Dette blir følgelig et resultatmål som i hovedsak er betydningsfull for eierne/investorene. Egenkapitalrentabilitet forteller interessenter om at det er lønnsomt eller ikke for dem å investere i selskapet. Ved utregning av egenkapitalrentabilitet benyttes gjennomsnittlig egenkapital siden egenkapitalen gjerne endres gjennom året. Gjennomsnittlig egenkapital er da egenkapital IB + egenkapital UB dividert med 2. Ved utregning kan det være nyttig å bruke både resultat før og etter skatt, men det er avhengig av formålet med analysen. Dersom man bruker etter skatt, får man verdiskapningen eierne sitter igjen med.

Formelen for egenkapitalrentabilitet (før skatt) er som følger:

$$Egenkapitalrentabilitet = \frac{Resultat\ før\ skatt}{Gjennomsnittlig\ egenkapital} \times 100\%$$

2.1.2 Likviditet

Likviditet handler om pengegestrømmer, og om evnen til å imøtekomme de økonomiske forpliktelsene en virksomhet har. Likviditet viser en virksomhets betalingsevne (Berg, 2017). Det å ha god likviditet vil si at virksomheten til enhver tid har nok midler til å betale sine regninger, og til å kjøpe varer (Visma, 2020a). Innenfor likviditet har vi valgt å fokusere på nøkkeltallene arbeidskapital, likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2.

2.1.2.1 Arbeidskapital

Arbeidskapitalen til en virksomhet er knyttet opp mot driften (Berg, 2017). Dette er kapital som man behøver for å betale løpende utgifter/regninger (Sirnes, 2018). Omløpsmidler er penger en virksomhet har i banken, eller penger som en virksomhet ved enkle grep kan omdanne til kontanter. Kortsiktig gjeld er penger som virksomheten innen kort tid forlater bankkontoen. Hvis arbeidskapitalen er positiv vil dette si at virksomheten klarer å betale sine regninger. Positiv arbeidskapital vil også si at deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert (Berg, 2017).

Formelen for arbeidskapital er som følger:

$$Arbeidskapital = Omløpsmidler - Kortsiktig\ gjeld$$

2.1.2.2 Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 og arbeidskapital er i prinsippet det samme, men likviditetsgrad 1 er et forholdstall som viser en virksomhets evne til å betale kortsiktig gjeld. Siden dette er et forholdstall egner dette seg bedre for sammenligning (Berg, 2017). Normen er at forholdstallet på likviditetsgrad 1 skal være større enn 2, men dette er et relativt strengt krav.

Formelen for likviditetsgrad 1 er som følger:

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

2.1.2.3 Likviditetsgrad 2

Ved beregning av likviditetsgrad 2 trekker man varelageret fra omløpsmidlene. Dette gir en indikasjon på virksomhetens kortsiktige likviditet, altså virksomhetens kortsiktige betalingsevne (Berg, 2017). Normen er at forholdstallet på likviditetsgrad 2 skal være større enn 1.

Formelen for likvidtetsgrad 2 er som følger:

$$Likviditetsgrad\ 2 = \frac{(Omløpsmidler - varelager)}{Kortsiktig\ gjeld}$$

2.1.3 Soliditet

Soliditet sier noe om hvor robust en virksomhet er og dens evne til å tåle tider med dårlig lønnsomhet, og dens evne til å tåle tap (Berg, 2017). Man bruker soliditet for å vise hvor mange prosent av virksomheten eiendeler som er finansiert av egenkapital, og dermed hvor god betalingsevnen er på lang sikt. Jo større andel av virksomheten som er finansiert av egenkapital, jo høyere og bedre soliditet. Høy soliditet innebærer lav økonomisk risiko (Visma, 2020b).

2.1.3.1 Egenkapitalandel

Egenkapitalandel, eller egenkapitalprosent, viser hvor stor del av eiendelene til en virksomhet som er finansiert med egenkapital. Høy egenkapitalandel vil si at man er godt rustet mot tøffere tider. Lav egenkapitalandel vil si at mer gjeld blir brukt for å dekke eiendelene (Berg, 2017).

Formelen for egenkapitalandel er som følger:

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

2.1.4 Finansiering

Finansiering forklarer hvordan en virksomhet anskaffer og anvender kapital. Ved å analysere en virksomhets finansiering tar man utgangspunktet i sammensetningen av dens eiendeler (Kristoffersen, 2016). Eiendeler kan være finansiert gjennom egenfinansiering, fremmedfinansiering eller selvfinansiering. Egenfinansiering betyr at eierne skyter inn kapital. Fremmedfinansiering er finansiering gjennom lån, dette kan være både kortsiktige og

langsiktige. Selvfinansiering er at man driftes av egen overskudd (leksikon, 2020). Innenfor finansiering benytter vi nøkkeltallene finansieringsgrad 1 og gjeldsgrad.

2.1.4.1 Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 viser hvor stor grad av anleggsmidlene er langsiktig finansiert. Med langsiktig kapital menes langsiktig gjeld og egenkapital. Normen er at finansieringsgrad 1 skal være mindre enn 1, noe som vil tilsi en sunn finansiering. Dette innebærer at anleggsmidler langsiktig finansiert, og samtidig at deler av omløpsmidlene også er langsiktig finansiert (Kristoffersen, 2016).

Formelen for finansieringsgrad 1 er som følger:

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

2.1.4.2 Gjeldsgrad

Gjeldsgrad viser hvor mye av eiendelene om er finansiert av gjeld i forhold til egenkapitalen. Jo mer virksomheten bruker mye på å finansiere eiendelene gjennom lån, jo høyere vil risikoen være. Gjeldsgrad er et forholdstall, noe som vil si jo lavere forholdstall, desto mer solid virksomhet (Kristoffersen, 2016).

Formelen for gjeldsgrad er som følger:

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

3.0 Metode

I dette kapittelet vil vi gjøre rede for hvordan vi arbeidet med å samle inn informasjon i oppgaven. Vi vil komme inn på hvilke metoder vi har bruk, hvor vi har hentet informasjon fra og hvordan den metodiske tilnærmingen kan ha påvirket studiets reliabilitet og validitet.

Metode er en måte å gå frem på for å samle inn empiri, altså data som handler om virkeligheten. Metode er da et hjelpemiddel til å gi en beskrivelse av virkeligheten (Jacobsen, 2015). Gangen i en undersøkelses prosess følge Jacobsen i åtte faser. Vi vil kort kommentere noen av disse stegene.

Valg av problemstilling kommer først ut. I denne fasen skal problemet konkretiseres, og man vil gjøre problemstillingen interessant. Vi skal konkret beskrive hvordan lønnsomheten har endret seg over perioden, og videre finne årsakene til dette. Problemstillingen vi valgte var*: «Hvordan har lønnsomheten til Rema 1000 Stavset utviklet seg i forhold til Rema 1000 Olav Tryggvasons gate i perioden 2015 til 2018. Og hvordan har lønnsomheten til Rema 1000 Norge utviklet seg i forhold til Kiwi Midt Norge i samme periode.* Dette er en enkel og beskrivende problemstilling, og man skjønner fort hva som er målet i oppgaven.

Valg av undersøkelsesopplegg er neste steg. Her bestemmes hvilket undersøkelsesopplegg som passer problemstillingen best. Dette valget har store konsekvenser for validiteten, altså gyldigheten til oppgaven. Siden vi har en beskrivende problemstilling hvor vi skal se hvordan lønnsomheten til Rema 1000 Stavset, Rema 1000 Olav Tryggvasons gate, Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge har utviklet seg over en periode, så benytter vi det som kalles caseundersøkelse.

Videre bestemmes hvilken metode som kan brukes til å samle inn informasjon, kvalitativt eller kvantitativ. Kvalitative data omhandler egenskaper og er ofte beskrivende, mens kvantitative data omhandler antall, altså tall. Siden oppgaven er en regnskapsanalyse, og har vi benyttet en kvantitativ tilnærming. Vi har brukt proff.no for å hente inn regnskap for bedriftene. Deretter vil data som er hentet inn bli tolket og beskrevet videre. Ved innhentning av teori og annen informasjon har vi benyttet oss av faglitteratur og troverdige nettsider. Vi har bevisst unngått nettsider som for eksempel Wikipedia.

Valgene av Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate ble gjort på bakgrunn av deres beliggenhet og størrelse for å se hvordan Rema 1000 sin utvikling kan ha påvirket de forskjellig. De er to ulike type butikker, så derfor kan lønnsomheten ha en ulik utvikling. Valget av Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge ble gjort siden begge er lavpriskjeder som er store konkurrenter. Kiwi har hatt god utvikling i Norge, mens Rema 1000 har hatt det motsatte. Vi valgte ikke hele NorgesGruppen siden de inkluderer mange andre butikkjeder og virksomheter.

Valget av nøkkeltallene i regnskapsanalysen er gjort med tanke på å få vist frem den økonomiske situasjonen til virksomhetene. Noen av nøkkeltallene, som for eksempel totalkapitalrentabilitet, er forholdstall, mens andre ikke er det. Ut ifra dette så skjønner man at totalkapitalrentabilitet er et godt nøkkeltall å bruke i sammenligningen av to virksomheter. Vi har også inkludert nøkkeltall som ikke er forholdstall, som for eksempel driftsmargin. Man kan da ikke like lett sammenligne to virksomheter, men det gir likevel et godt bilde på den økonomiske sitasjonen i virksomheten. Vi har også inkludert omsetning i analysen, selv om dette ikke er et nøkkeltall. Disse valgene kan gjøre at analysen mister noe av validiteten, men likevel synes vi det er viktig å presentere disse tallene.

Vi har valgt å inkludere en rekke forskjellige nøkkeltall innenfor lønnsomhet, da dette er hovedfokuset i oppgaven. Innenfor likviditet, soliditet og finansiering er det ikke blitt benyttet like mange beregninger. Alle nøkkeltallene vi har inkludert i analysen har derfor forskjellige sammenligningsgrunnlag. Vi mener likevel at nøkkeltallene vi har inkludert er viktig for å undersøke den økonomiske situasjonen til virksomhetene.

4.0 Analyse/diskusjon

Analysedelen starter med en betraktning av utviklingen i dagligvarebransjen de siste årene. Videre vil nøkkeltallene for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate bli presentert, og deretter sammenlignet. Deretter vil vi bruke noe av de samme analysemetodene for å sammenligne Rema 1000 Norge med Kiwi Midt-Norge sine nøkkeltall. Valg av nøkkeltall er gjort med bakgrunn for å forstå den økonomiske sitasjonen for virksomhetene, og for å forklare utviklingen i lønnsomhet over perioden. Alle regnskapstall vi har benyttet kan sees i vedlegg. I regnskapet og tabellene står tallene i tusen om ikke annet er nevnt.

4.1 Utviklingen i dagligvarebransjen

Vi vil videre kommentere utviklingen som har skjedd i dagligvarebransjen de siste årene. Hvordan Rema 1000 sin posisjon i markedet er, hvordan utviklingen av markedsandelene har vært i dagligvarebransjen de siste årene og kundelojaliteten til butikkjedene vil kort bli kommentert.

4.1.1 Rema 1000 sin posisjon i markedet

Rema 1000 har som dagligvarekjede en klar visjon og forretningsidé som de kommuniserer til forbrukerne. Dette omhandler blant annet slagordene «det enkle er ofte det beste» og «bare lave priser», som signaliserer identiteten til kjeden. Dagligvarekjeden ønsker å ha de laveste prisene og dermed være den billigste kjeden i markedet. Dette er noe av strategien har ført til at Rema 1000 har mest markedsandeler blant enkeltbutikker. Konkurransen har nå blitt tøffere og utviklingen de siste årene har vært negativ for Rema 1000.

Rema 1000 er som kjent en lavprisbutikk, og er fast bestemt på at de skal være butikken med de laveste prisene. Dette gjør de for å være attraktiv for kunder som bryr seg om pris, noe som de fleste forbrukere gjør bevisst eller ubevisst. Selv om Rema 1000 er en lavprisbutikk, så formidles det at man også kan forvente god standard, service og kvalitet, samt et stort vareutvalg. Dersom man tar i bruk strategiklokken så ville man plassert Rema 1000 i rute 2, hvor tilført verdi er middels til en lav pris. Dette gjør at forventningene til kundene er lave, og dagligvarekjeden

forsøker å gjøre kundene tilfreds med en lav pris i forhold til kvalitet på det de har handlet.

4.1.2 Utvikling i markedsandeler

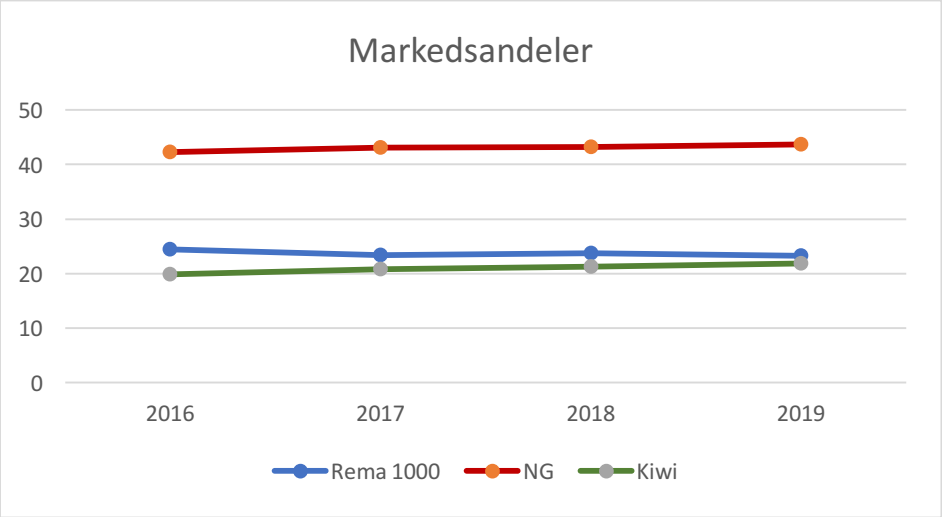
Konkurransen for Rema 1000 har vært tiltakende de siste årene hvor spesielt Kiwi har hatt betydelig fremgang. Både Kiwi og Rema 1000 ønsker å være den dagligvarebutikken som tilbyr kundene den laveste prisen, og dermed presser de i stor grad prisene til hverandre ned. Når dette skjer ender det ofte med at de selger enkelte varer med tap, altså innkjøpskjøpsprisen er høyere enn utsalgsprisen. Dette er uheldig for enhver butikk hvor de allerede er i kamp med å ha de laveste prisene og det allerede er små marginer. Dersom Kiwi og Rema 1000 setter pris simultant, for eksempel på en ny vare, kan dette minne om en Bertrand-konkurranse. Bertrand-konkurranse er en form for priskonkurranse hvor man antar at bedrifter setter prisene simultant for homogene produkter (Sørgard, 2003). Deretter presser de prisene til hverandre nedover til de begge treffer sin grensekostnad. Den med lavest grensekostnad, noe som ofte ser ut til å være Kiwi, går seirende ut av priskrigen siden de generelt har bedre innkjøpspriser enn Rema 1000. Det er ikke uvanlig at butikker selger med underskudd for å kunne være den butikken som tilbyr den beste prisen, selv om dette et uheldig for enhver butikk. Det hele ender opp med å ligne på «Game of Chicken», hvor den som tilbyr den laveste prisen går seirende ut. Dersom man er veldig teoretisk så vinner den butikken som er billigst over hele markedet. De butikken som blir presentert som den billigste vinner markedsandeler om dette varer over tid.

NorgesGruppen har utvilsomt mest markedsandeler i Norge, som vi ser i tabell 1. Dette gjør at de har stor makt i bransjen og står i en bedre posisjon da de skal forhandle frem innkjøpsbetingelser enn det Rema 1000 har. Kiwi som er en del av NorgesGruppen, kan da som lavprisbutikk få bedre bruttofortjeneste på enkelte varer i forhold til Rema 1000 på en vare satt til samme utsalgspris. Marginene på mellom blir da knappere for Rema 1000. Kiwi får da en bedre pris-kostnads-margin på mange av varene, enn det mange av konkurrentene får, noe som kan være usunt for konkurransen. Fra tabell 1 ser vi utviklingen i markedsandelene i dagligvarebransjen de siste fire årene. Vi kan se at Rema 1000 har mistet 1,2 prosentpoeng, mens NorgesGruppen, med sine dagligvarekjeder har en økning på 1,4 prosentpoeng. Isolert så har Kiwi hatt god økning på 1,9 prosentpoeng. Det kan da virke som mange av kundene har byttet fra Rema 1000 til nettopp Kiwi. Man kan også se at det forspranget Rema 1000 hadde til Kiwi er nesten utlignet. Dersom

utviklingen fortsetter i samme spor, kan Kiwi innen få år bli den ledende lavprisbutikken i landet. Tallene fra tabell 1 er hentet fra dagligvarehandelen.no og finansavisen.no (Dagligvarehandelen, 2018) (Dagligvarehandelen, 2019) (FALCK, 2020).

Markedsandeler	2016	2017	2018	2019
Rema 1000	24,4	23,4	23,7	23,2
Kiwi	19,9	20,8	21,3	21,8
NG	42,3	43,1	43,2	43,7

Tabell 1: Markedsandeler for Rema 1000, Kiwi og NorgesGruppen



Figur 1: Markedsandeler for Rema 1000, NorgesGruppen og Kiwi

Konkurransetilsynet har det siste året jobbet med «Prosjekt Dagligvare» hvor de har undersøkt forskjellene i innkjøpsbetingelsene mellom dagligvarekjedene. I november slo konkurransetilsynet til hos Lilleborg hvor de selv ble overrasket over hvor store forskjellene var. To like varer hadde opptil 15% forskjell i innkjøpsprisen. – «Vi er overrasket over at det er så store prisforskjeller. Prisforskjeller i seg selv er ikke ulovlig, men dersom slike prisforskjeller har medført at forbrukeren har betalt høyere priser som følge av dette, kan det foreligge et brudd på konkurranseloven», sier konkurransedirektør Lars Sørgard (Bjørnestad and Moe, 2019). Dette er også tilfelle hos flere leverandører, noe som også bekymrer næringsministeren. Torbjørn Røe Isaksen vil vurdere om det er best å forby prisdiskriminering for hele bransjen eller bare for de dominerende leverandørene (Dahl and Valvik, 2019). Det vil følgelig være svært positivt for

Rema 1000 dersom noe av konkurransefortrinnet til Kiwi ville blitt minsket, slik at de kunne styrket sin posisjon som den billigste butikken.

4.1.3 Kundelojalitet

Mange kunder velger matvarebutikk etter tilgjengelighet og Kiwi har åpnet mange nye butikker de siste årene. Det er rimelig årsak for at de har kapret markedsandeler. Dersom man ser til resultatene Norsk Kundebarometer for 2019 finner man at Kiwi har bedre score på både lojalitet og tilfredshet enn Rema 1000. Dagligvarekjeden tapte mye innenfor disse feltene etter lanseringen av «bestevenn-strategien». Eksempelvis ble mange i Nord-Norge ble svært irritert på Rema 1000 da Mack mistet hylleplassen sin. Generelt så ble personer over hele landet misfornøyd etter at avtaler med leverandører ble oppløst. Dette var en reaksjon fra Rema 1000 for å forbedre innkjøpsbetingelsene med enkelte leverandører, men dette førte til mye negativ oppmerksomhet i mediene.

Som vi ser i tabell 2 og tabell 3 har Kiwi vunnet mye terreng i de siste årene innen lojalitet og tilfredshet sammenlignet med Rema 1000. Rema 1000 lanserte også lojalitetsprogrammet «Æ» for å knytte bånd til sine kunder, hvilket ikke gikk helt etter planen. Det er veldig kostbart å miste kunder, og dette skulle da øke gjenkjøpsraten ved å gi kundene fordeler. Dette var nok isolert sett et godt tiltak, men ga likevel blandede resultater. Tallene under er hentet fra Norsk Kundebarometer (BI, 2019) (BI, 2015).

NKB 2019	Tilfredshet	Lojalitet
Kiwi	73,2	90,9
Rema	70,4	86,6

Tabell 2: Norsk Kundebarometer 2019

NKB 2015	Tilfredshet	Lojalitet
Kiwi	69,7	87,8
Rema	75,0	90,4

Tabell 3: Norsk Kundebarometer 2015

4.2 Presentasjon av nøkkeltall for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate

I denne delen av analysen vil vi presentere våre utvalgte nøkkeltall for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate. Her vil vi vise hva som er årsaken til at nøkkeltallene har den verdien de har. Vi fokuserer mest på lønnsomheten, men inkluderer også likviditeten, finansieringen og soliditeten til virksomhetene.

4.2.1 Likviditet

Her vil likviditeten til Rema 100 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate bli gjennomgått. Vi benytter nøkkeltallene arbeidskapital og likviditetsgrad 1 og 2 for å se på endringer over perioden 2015-2018.

4.2.1.1 Arbeidskapital

Rema 1000 Stavset	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Omløpsmidler	16 397	18 355	21 520	22 608
Kortsiktig gjeld	17 882	18 715	18 868	18 489
Arbeidskapital	- 1 485	- 360	2 652	4 119

Tabell 4: Arbeidskapital for Rema 1000 Stavset

Rema 1000 Stavset har hatt en positiv utvikling i arbeidskapitalen over årene. Omløpsmidlene har økt og den kortsiktige gjelden er relativt på et stabilt nivå. Arbeidskapitalen er negativ de to første årene. I 2017 får omløpsmidlene en solid økning som kan sees i tabell 4. Dette fører til at Rema 1000 Stavset er blitt mer likvide, noe som er svært positivt for å ha økonomisk handlingsrom.

Rema 1000 OTG	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Omløpsmidler	6 711	7 411	7 689	7 291
Kortsiktig gjeld	7 227	7 546	7 490	5 016
Arbeidskapital	- 516	- 135	199	2 275

Tabell 5: Arbeidskapital for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Den kortsiktige gjelden for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate er stabil til den i 2018 blir redusert. Dette er svært positivt for arbeidskapitalen til butikken, som vi ser ut ifra tabell 5. Arbeidskapitalen de to første årene var negativ, før den knapt ble positiv i 2017. Omløpsmidlene

øker de tre første årene, helt til 2018 da den får en liten tilbakegang. Siden den kortsiktige gjelden er redusert i stor grad for 2018 gir det totalt en svært positiv utvikling i arbeidskapitalen.

4.2.1.2 Likviditetsgrad 1

Rema 1000 Stavset	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Omløpsmidler	16 397	18 355	21 520	22 608
Kortsiktig gjeld	17 882	18 715	18 868	18 489
Likviditetsgrad 1	0,92	0,98	1,14	1,22

Tabell 6: Likviditetsgrad 1 for Rema 1000 Stavset

Likviditetsgrad 1 er mindre enn 1 for både 2015 og 2016, men for 2017 og 2018 er den like over 1, som man kan se i tabell 6. Denne utviklingen er gode nyheter for Rema 1000 Stavset som har økt omløpsmidlene mer enn den kortsiktige gjelden. Rema 1000 Stavset har hatt en jevn positiv utvikling over disse årene som tilsier at de har blitt mer likvide for hvert år, men de ligger fortsatt godt under kravet for likviditetsgrad 1 som er på 2.

Rema 1000 OTG	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Omløpsmidler	6 711	7 411	7 689	7 291
Kortsiktig gjeld	7 227	7 546	7 490	5 016
Likviditetsgrad 1	0,93	0,98	1,03	1,45

Tabell 7: Likviditetsgrad 1 for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Olav Tryggvasons gate hadde høyere kortsiktig gjeld enn omløpsmidler i 2015 og 2016. For 2017 er omløpsmidlene og den kortsiktige gjelden tilnærmet like, noe som gir en likviditetsgrad omtrent 1. Den kortsiktige gjelden blir redusert i 2018 som gir et svært positivt utslag for likviditeten da den ender på 1,45. Butikken har en positiv utvikling over årene som er oppløftende for likviditeten.

4.2.1.3 Likviditetsgrad 2

Rema 1000 Stavset	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Omløpsmidler	16 397	18 355	21 520	22 608
Varelager	6 702	6 948	7 068	5 544
Kortsiktig gjeld	17 882	18 715	18 868	18 489
Likviditetsgrad 2	0,54	0,61	0,77	0,92

Tabell 8: Likviditetsgrad 2 for Rema 1000 Stavset

Likviditetsgrad 2 for Stavset har vært relativt lav for årene før 2018. Likviditetsgraden burde ideelt sett vært over 1 og butikken har dermed ikke hatt tilstrekkelig kortsiktig likviditet første tre årene av perioden. I 2018 nærmer Stavset seg 1,0 som viser de er blitt mer likvide. Det er likevel en positiv utvikling over perioden da likviditetsgraden var 0,54 i 2015, og den har forbedret seg til 0,92 i 2018.

Rema 1000 OTG	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Omløpsmidler	6 711	7 411	7 689	7 291
Varelager	2 572	2 974	3 243	2 530
Kortsiktig gjeld	7 227	7 546	7 490	5 016
Likviditetsgrad 2	0,57	0,59	0,59	0,95

Tabell 9: Likviditetsgrad 2 for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Rema 1000 Olav Tryggvasons gate hadde stabil likviditetsgrad 2 på mellom 0,57 og 0,59 fra 2015 til 2017. Dette er noe lavt med tanke på at likviditetsgraden burde vært nærmere 1. Den kortsiktige gjelden og varelageret blir redusert i 2018, og dette fører til at likviditeten øker. Verdien havner på 0,95 i 2018, noe som viser god utvikling for butikken.

4.2.2 Finansiering

I denne delen er det finansieringen til Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate kommentert. Vi benytter oss av nøkkeltallene finansieringsgrad 1 og gjeldsgraden.

4.2.2.1 Finansieringsgrad 1

Rema 1000 Stavset	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Anleggsmidler	4 996	3 801	2 603	2 549
Egenkapital	3 215	3 332	5 252	6 668
Langsiktig gjeld	195	109	2	-
Finansieringsgrad 1	1,47	1,11	0,50	0,38

Tabell 10: Finansieringsgrad 1 for Rema 1000 Stavset

Rema 1000 Stavset har i 2015 og 2016 en finanseringsgrad på over 1, noe som ikke er positivt. Normen er at denne verdien burde være under 1. De neste årene har Rema 1000 Stavset en kraftig forbedring, og ender i 2018 med finansieringsgrad på 0,38. Årsaken til dette er at den langsiktige gjelden er blitt nedbetalt over årene, samtidig som anleggsmidlene har blitt redusert

og egenkapitalen har økt. Den lave finansieringsgrad 1 verdien tilsier at anleggsmidlene er langsiktig finansiert, samtidig som også deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert.

Rema 1000 OTG	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Anleggsmidler	1 868	1 535	1 143	791
Egenkapital	1 288	1 344	1 327	3 066
Langsiktig gjeld	65	57	15	-
Finansieringsgrad 1	1,38	1,10	0,85	0,26

Tabell 11: Finansieringsgrad 1 for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Finansieringsgraden til Rema 1000 Olav Tryggvasons gate er relativt høy de første to årene hvor verdien ender på over 1. Utviklingen er positiv over perioden, og butikken får en markant bedring i 2018. Årsaken til dette er at butikken har redusert anleggsmidlene i 2018, økt egenkapitalen og den langsiktige gjelden er nedbetalt. Finansieringsgraden ender i 2018 på 0,26, noe som er meget godt. Også for Rema 1000 Olav Tryggvason gate tilsier den lave finansieringsgrad 1 verdien at anleggsmidlene er langsiktig finansiert, samtidig som også deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert.

4.2.2.2 Gjeldsgrad

Rema 1000 Stavset	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Gjeld	18 127	18 824	18 871	18 489
Egenkapital	3 215	3 332	5 252	6 668
Gjeldsgrad	5,64	5,65	3,59	2,77

Tabell 12: Gjeldsgrad for Rema 1000 Stavset

Rema 1000 Stavset sin gjeld har gjennom årene vært stabil mellom kr 18 000 000 og kr 19 000 000, som vi ser i tabell 12. Egenkapitalen øker derimot hvert år, men spesielt i 2017 og 2018. Egenkapitalen dobler seg nesten fra 2015 til 2018 som gjør at gjeldsgraden halverer seg. Dette er svært positivt for Rema 1000 Stavset siden eiendelene er mindre finansiert med gjeld.

Rema 1000 OTG	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Gjeld	7 602	7 602	7 505	5 016
Egenkapital	1 288	1 344	1 327	3 066
Gjeldsgrad	5,66	5,66	5,66	1,64

Tabell 13: Gjeldsgrad for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Gjelden til Rema 1000 Olav Tryggvasons gate er jevn de tre første årene, men blir betydelig redusert i 2018 til kr 5 016 000. Egenkapitalen har også en positiv utvikling da den i 2018 endte på kr 3 066 000, mens egenkapitalen de foregående årene har vært på omtrent kr 1 300 000. Dette gir en spesielt gunstig gjeldsgrad i 2018 for butikken.

4.2.3 Soliditet

Innenfor soliditet har vi valgt å kun fokusere på nøkkeltallet egenkapitalandel. Denne blir beregnet og kommentert for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate.

4.2.3.1 Egenkapitalandel

Rema 1000 Stavset	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Egenkapital	3 215	3 332	5 252	6 668
Totalkapital	21 393	22 156	24 123	25 157
Egenkapitalandel i %	15,03	15,04	21,77	26,51

Tabell 14: Egenkapitalandel for Rema 1000 Stavset

Egenkapitalandelen til Rema 1000 Stavset har økt fra 15,03% i 2015 til 26,51% i 2018. Dette er en veldig fin utvikling. Dette vil si at andelen av eiendelene til Rema 1000 Stavset er mer finansiert med egenkapital i 2018 enn tidligere år. Årsaken til dette er at egenkapitalen har økt fra kr 3 215 000 i 2015 til kr 6 668 000 i 2018. Totalkapitalen har da også økt i samme periode og sum gjeld har vært stabil på omtrent kr 18 000 000.

Rema 1000 OTG	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Egenkapital	1 288	1 344	1 327	3 066
Totalkapital	8 579	8 946	8 832	8 081
Egenkapitalandel i %	15,01	15,02	15,03	37,94

Tabell 15: Egenkapitalandel for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

For Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har egenkapitalandelen hatt en betydelig positiv økning. I 2015 var egenkapitalandelen på 15,01%, mens i 2018 hadde den økt til 37,94%. Vi ser ut fra tabell 15 at egenkapitalen har økt fra kr 1 288 000 i 2015 til kr 3 066 000 i 2018. Totalkapitalen har blitt redusert fra kr 8 579 000 i 2015 til kr 8 081 000 i 2018. Siden egenkapitalen har økt, vil det si at Rema 1000 har kvittet seg med gjeld siden totalkapitalen har blitt redusert. De har kvittet seg helt med den langsiktige gjelden som var på kr 65 000 i 2015, og den kortsiktige gjelden har blitt redusert med ca. 2 millioner kroner over perioden. Dette er en god utvikling for butikken.

4.2.4 Lønnsomhet

Innenfor lønnsomhet så vil vi se på utviklingen i omsetning, totalkapitalrentabilitet, resultatgrad, kapitalen omløpshastighet, bruttofortjenesteprosent, driftsmarginen og egenkapitalrentabiliteten til Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate i perioden 2015 til 2018. Dette er hovedfokuset i oppgaven og vi har da følgelig flere nøkkeltall under dette punktet enn de foregående.

4.2.4.1 Omsetning

Rema 1000 Stavset	2015	2016	2017	2018
Salgsinntekter	194 644	187 566	168 772	152 812

Tabell 16: Salgsinntekter for Rema 1000 Stavset

Vi ser ut ifra tabell 16 at Rema 1000 Stavset har hatt et markant fall i sine salgsinntekter. Spesielt fra 2016 og videre år har fallet i omsetning blitt sterkt redusert. Årsaker til dette kan være at det har blitt etablert flere nye butikker på Byåsen de siste årene. Blant disse kan vi nevne at Kiwi åpnet butikk på Dalgård i 2017, og det ble også åpent en ny Rema 1000 butikk på Hallset i 2018. Dette kan selvfølgelig ha påvirket noe av omsetningen til Rema 1000 Stavset. De negative medieoppslagene Rema 1000 hadde fra 2016 kan også ha påvirket omsetningen.

Rema 1000 OTG	2015	2016	2017	2018
Salgsinntekter	71 542	74 430	74 889	76 653

Tabell 17: Salgsinntekter for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

For Rema 1000 Olav Tryggvasons gate ser vi ut ifra tabell 17 at omsetningen har hatt en positiv økning i perioden, og derav en indikasjon på en positiv utvikling for butikken. Den stabile omsetningen til butikken er et godt tegn, og det kan tyde på at butikken ikke har blitt så påvirket av medieoppslagene rundt Rema 1000.

4.2.4.2 Totalkapitalrentabilitet

Rema 1000 Stavset	2015	2016	2017	2018
Driftsresultat + finansinntekt	5 179	3 964	4 505	3 923
Gjennomsnittlig totalkapital	21 204	21 775	23 140	24 640
Totalkapitalrentabilitet	0,244	0,182	0,195	0,159

Tabell 18: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Stavset

Rema 1000 Stavset har hatt et fall i driftsresultatet og finansinntektene fra kr 5 179 000 i 2015 til kr 3 923 000 i 2018. Dette tilsvarer en nedgang på nesten 25%. Samtidig kan vi også se at gjennomsnittlig totalkapital har økt gjennom perioden. Dette har da ført til at totalkapitalrentabiliteten har blitt redusert. Dette er uheldig siden totalkapitalrentabiliteten en sterk indikasjon på lønnsomheten. Hvert år i perioden har gitt nedgang i totalkapitalrentabiliteten, unntatt 2017 som var et litt positivt år. I 2018 endte ROI på 15,9% for Rema 1000 Stavset, som tilsier god lønnsomhet, men utviklingen er ikke god.

Rema 1000 OTG	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Driftsresultat + finansinntekt	2 959	2 548	2 592	2 266
Gjennomsnittlig totalkapital	8 694	8 763	8 889	8 457
Totalkapitalrentabilitet	0,340	0,291	0,292	0,268

Tabell 19: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har også en negativ utvikling i driftsresultatet (inklusive finansinntekter). Prosentvis er driftsresultatet + finansinntekter blitt redusert med 23,5%, på tross av at omsetningen har hatt en økning. Totalkapitalen har over årene vært på et relativt stabilt nivå. Dette forteller oss at det er hovedsakelig driftsresultatet som er årsaken til at totalkapitalrentabiliteten har blitt redusert. I 2018 havner totalkapitalrentabiliteten på 26,8%, som viser god lønnsomhet. Tabell 19 viser dog en negativ trend som viser at butikken sin lønnsomhet har blitt svekket over perioden.

4.2.4.3 Resultatgrad

Rema 1000 Stavset	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Driftsresultat	5 124	3 859	4 443	3 828
Finansinntekter	55	105	62	95
Driftsinntekter	194 644	187 566	168 772	152 812
Resultatgrad	0,027	0,021	0,027	0,026

Tabell 20: Resultatgrad for Rema 1000 Stavset

Vi ser fra tabell 20 at resultatgraden til Rema 1000 Stavset har vært relativt stabil gjennom perioden, men noe lavt. Det at resultatgraden er lav er ingen overraskelse. Dagligvarebransjen er en bransje som er preget av små marginer. 2016 skiller seg litt ut da resultatgraden var på 2,1%, som er det laveste i perioden. De andre årene lå resultatgraden på 2,7% og 2,6%. Driftsinntektene har hatt en negativ utvikling gjennom perioden, men samtidig så har

varekostnaden til Rema 1000 gått ned. Dette fører da til at utsalget på driftsresultatet ikke har vært så ekstremt som nedgangen i driftsinntektene. Finansinntektene har variert gjennom perioden fra det laveste i 2015 på kr 55 000 og til det høyeste i 2016 på kr 105 000.

Rema 1000 OTG	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Driftsresultat	2 932	2 510	2 560	2 229
Finansinntekter	27	38	32	37
Driftsinntekter	71 542	74 430	74 559	76 653
Resultatgrad	0,041	0,034	0,035	0,030

Tabell 21: Resultatgrad for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

For Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har utviklingen i resultatgraden vært negativ, som man kan se i tabell 21. Resultatgraden gikk fra å være 4,1% i 2015 til 3,0% i 2018. Driftsinntektene har økt jevnt gjennom perioden, mens finansinntektene er relativt stabile gjennom perioden. Driftsresultatet har hatt en negativ utvikling på tross av alt driftsinntektene har hatt en positiv utvikling. Noe av årsaken til dette er nok at varekostnaden til butikken har økt mer enn økningen i driftsinntekter.

4.2.4.4 Kapitalens omløpshastighet

Rema 1000 Stavset	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Driftsinntekter	194 644	187 566	168 772	152 812
Gjennomsnittlig totalkapital	21 204	21 775	23 140	24 650
Kapitalens omløpshastighet	9,180	8,614	7,294	6,202

Tabell 22: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Stavset

Kapitalens omløpshastighet har gått fra å være på 9,180 i 2015 til 6,202 i 2018. Dette skyldes at driftsinntektene til Rema 1000 Stavset blitt redusert over perioden, samtidig som totalkapitalen har økt gjennom perioden fra kr 21 204 000 i 2015 til kr 24 650 000 i 2018. Ved at driftsinntektene har blitt redusert, og gjennomsnittlig totalkapital har økt, så har kapitalens omløpshastighet derav blitt redusert. Siden kapitalens omløpshastighet er et mål på hvor effektivt bedriften utnytter sin kapital sett ut fra inntektene sine er dette ikke en god utvikling for Rema 1000 Stavset. Kapitalens omløpshastighet er fortsatt relativ høy, men trenden er nedadgående. Det at kapitalens omløpshastighet er høy er ikke noe overaskende siden dagligvarebutikker har høy omløpshastighet på varene sine.

Rema 1000 OTG	2015	2016	2017	2018
Driftsinntekter	71 542	74 430	74 559	76 653
Gjennomsnittlig totalkapital	8 694	8 763	8 889	8 457
Kapitalens omløpshastighet	8,229	8,494	8,388	9,064

Tabell 23: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

For Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har kapitalens omløpshastighet økt fra 8,229 i 2015 til 9,064 i 2018, noe som er deres høyeste i perioden. Dette vises i tabell 23. Denne økningen skyldes at driftsinntektene har økt i denne perioden, og at totalkapitalen har blitt noe redusert. En stabil omløpshastighet på over 9% er svært godt, og trenden er god for butikken.

4.2.4.5 Bruttofortjeneste i prosent

Rema 1000 Stavset	2015	2016	2017	2018
Salgsinntekter	193 528	186 581	164 886	148 850
Varekostnad	160 705	155 365	139 165	125 688
Bruttofortjeneste i prosent	16,96	16,73	15,60	15,56

Tabell 24: Bruttofortjenesteprosent for Rema 1000 Stavset

Som vi har sett tidligere har Rema 100 Stavset en negativ utvikling i omsetning de siste årene. Det vi kan bemerke oss fra tabell 24 er at varekostnadene også har blitt redusert. Det man registrer fra bruttofortjenesteprosenten er at den holder seg nokså stabil, men har en liten nedgang. Bruttofortjenesten endte på 15,56 i 2018, noe som er en nedgang fra årene før. Det beste året var 2015, da var bruttofortjenesten på 16,96. Selv om salgsinntekter og varekostnad ofte følger hverandre, er det likevel interessant å observere hvordan butikken har håndtert nedgangen i salgsinntektene i forhold til varekostnadene.

Rema 1000 OTG	2015	2016	2017	2018
Salgsinntekter	71 534	74 421	73 884	75 915
Varekostnad	57 908	60 929	60 763	62 693
Bruttofortjeneste i prosent	19,05	18,13	17,76	17,42

Tabell 25: Bruttofortjenesteprosent for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

For Rema 1000 Olav Tryggvasons gate er det en økning i salgsinntektene, men også en forventet økning i varekostnadene. Bruttofortjenesten har blitt redusert som følge av at varekostnadene har økt mer enn salgsinntektene. Ser også her at salgsinntekter og varekostnadene følger hverandre,

men over perioden ser vi at det er en nedgang på omtrent 1,5 prosentpoeng. En bruttofortjeneste på 17,42 i 2018 må sies å være godkjent, men det er uansett ikke en god utvikling for butikken.

4.2.4.6 Driftsmargin

Rema 1000 Stavset	2015	2016	2017	2018
Driftsresultat	5 124	3 859	4 443	3 828
Driftsinntekter	194 644	187 566	168 772	152 812
Driftsmargin	0,026	0,021	0,026	0,025

Tabell 26: Driftsmargin for Rema 1000 Stavset

Rema 1000 Stavset har både nedgang i resultat og inntekter i løpet av perioden. Vi ser i tabell 26 at det er nedgang fra 2015 til 2016 for driftsresultatet, men en liten oppgang i 2017 før et tilbakefall i 2018. Driftsinntektene har en negativ utvikling over alle årene. Den samme utviklingen har også driftsresultatet, som gjør at driftsmargin holder seg noenlunde stabil. Største utslaget er i 2016 hvor det lave resultatet ser ut til å være årsaken. Driftsmarginen sier hvor mye av omsetningen butikken klarer å omgjøre til resultat. Det har Rema 1000 Stavset klart å holde på tilnærmet likt nivå på grunn av nedgangen i både resultat og inntekter.

Rema 1000 OTG	2015	2016	2017	2018
Driftsresultat	2 932	2 510	2 560	2 229
Driftsinntekter	71 542	74 430	74 559	76 653
Driftsmargin	0,041	0,034	0,034	0,029

Tabell 27: Driftsmargin for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Hos Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har driftsmarginen blitt redusert. Driftsinntektene har økt mens driftsresultatet har blitt lavere. Dette gjør dermed at driftsmarginen følgelig blir redusert. Dette kan skyldes faktorer som økt varekostnad sammenlignet med salgsinntekter. Det er ønskelig for butikken å endre denne trenden hvor resultatet følger inntektene i større grad. Totalt sett viser dette at lønnsomheten har blitt svekket.

4.2.4.7 Egenkapitalrentabilitet

Rema 1000 Stavset	2015	2016	2017	2018
Resultat før skatt	5 174	3 963	4 502	3 922
Gjennomsnitt egenkapital	3 187	3 274	4 292	5 960
Egenkapitalrentabilitet	162,347	121,063	104,893	65,805

Tabell 28: Egenkapitalrentabilitet for Rema 1000 Stavset

For Rema 1000 Stavset har egenkapitalrentabiliteten hatt en negativ trend over hele perioden med et kraftig fall i 2018. Selv om trenden har vært negativ så er egenkapitalrentabiliteten fortsatt veldig høy. Dette nøkkeltallet forteller da eierne til Rema 1000 Stavset hvor mye avkasting de får igjen på investert kapital. Hovedårsaken til trenden er at resultatet er blitt redusert, mens egenkapitalen har økt over årene.

Rema 1000 OTG	2015	2016	2017	2018
Resultat før skatt	2 957	2 543	2 589	2 265
Gjennomsnitt egenkapital	1 640	1 316	1 336	2 197
Egenkapitalrentabilitet	180,360	193,237	193,860	103,119

Tabell 29: Egenkapitalrentabilitet for Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har et stabilt nivå for egenkapitalrentabiliteten frem til 2018. Her blir egenkapitalen økt kraftig, noe som forårsaker at egenkapitalrentabiliteten blir svekket. Resultatet før skatt blir også svekket over perioden, som bidrar ytterligere at egenkapitalrentabiliteten blir lav for 2018. Det er sannsynligvis fordi eieren har investert mer kapital inn i bedriften som er hovedårsaken for den lave verdien for nøkkeltallet i 2018. Selv om det er en betydelig nedgang i perioden så er egenkapitalrentabiliteten fortsatt veldig høy.

4.3 Benchmarking Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

I denne delen av analysen vil vi sammenligne Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate. Vi vil kommentere forskjellene i utvikling gjennom vår valgte periode, og hva årsakene til utviklingen kan være. Vi fokuserer mest på utviklingen i lønnsomheten i denne delen.

4.3.1 Likviditet

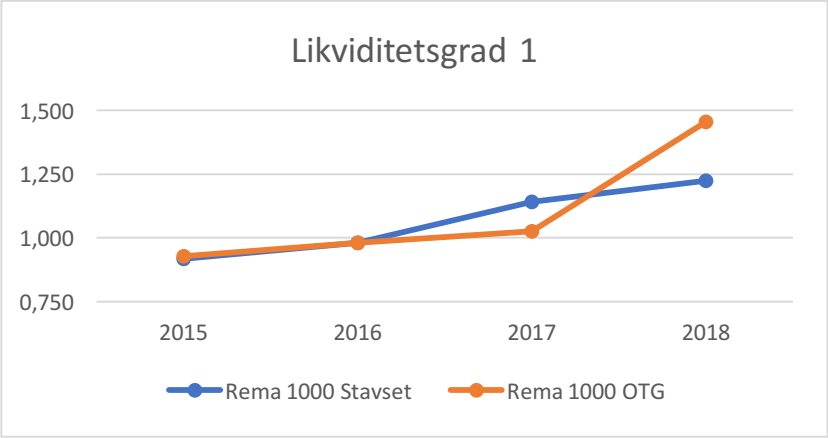
Innenfor likviditet velger vi å kun fokusere på nøkkeltallet likviditetsgrad 1 siden dette egner seg godt for å sammenligne likviditeten til butikkene.

4.3.1.1 Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Stavset	0,917	0,981	1,141	1,223
Rema 1000 OTG	0,929	0,982	1,027	1,454

Tabell 30: Likviditetsgrad 1 for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Som vi ser ut ifra sammenligningen i tabell 30 har både Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate noe svak likviditet. Begge butikkene har hatt lik utvikling over perioden, med en bedring i likviditeten. Det er Olav Tryggvasons gate som har hakket bedre likviditet i 2018. Normtallet for likviditetsgrad 1 er at denne skal være 2 eller større. Verken Stavset eller Olav Tryggvasons gate oppfyller dette. Likviditet sier noe om evnen til å betale kortsiktig gjeld. I figur 2 ser man utviklingen til likviditeten til butikkene.



Figur 2: Likviditetsgrad 1 for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

4.3.2 Finansiering

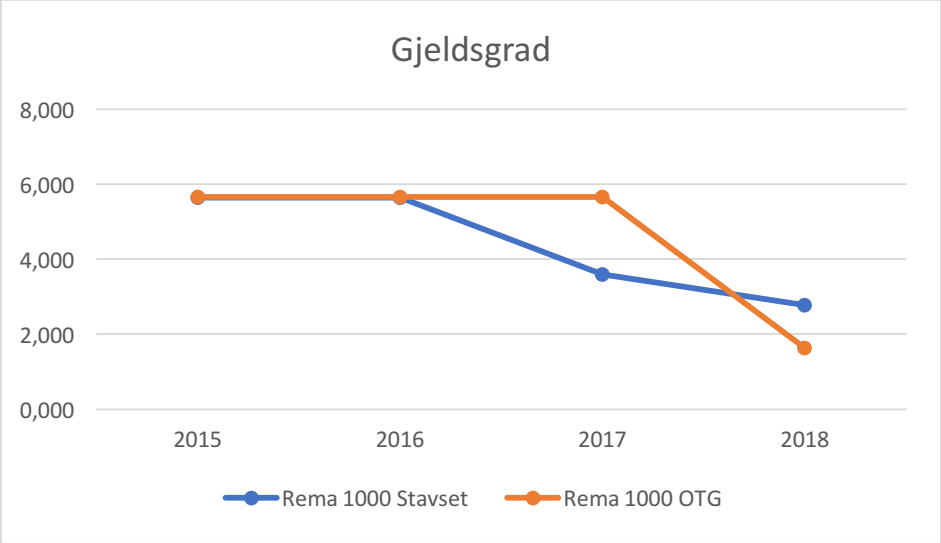
Gjeldsgraden er det eneste nøkkeltallet vi har brukt for å sammenligne finansieringen til Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate da vi har mest fokus på lønnsomhet.

4.3.2.1 Gjeldsgrad

Gjeldsgrad	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Stavset	5,638	5,649	3,593	2,773
Rema 1000 OTG	5,661	5,656	5,656	1,636

Tabell 31: Gjeldsgrad for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Fra tabell 31 ser vi at gjeldsgraden til Stavset og Olav Tryggvasons gate var nesten helt lik i 2015 og 2016. For Rema 10000 Stavset ble den redusert i 2017, og ytterligere i 2018 da den endte på 2,773. For Rema 1000 Olav Tryggvasons gate fikk gjeldsgraden et kraftig fall i 2018 og endte opp på 1,636. Årsaken at gjeldsgraden ble redusert for Olav Tryggvasons gate var at de kvittet seg med en del kortsiktig gjeld og økte egenkapitalen i 2018. For Rema 1000 Stavset så er sum gjeld ganske lik gjennom perioden, men egenkapitalen blir økt i 2017 og 2018. Den lave gjeldsgraden i 2018 tyder på at begge butikkene er solide. Utviklingen kan sees i figur 3.



Figur 3: Gjeldsgrad for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

4.3.3 Lønnsomhet

Benchmarking av lønnsomheten til Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvason gate. Nøkkeltallene som blir benyttet i analysen er omsetning, totalkapitalrentabilitet, resultatgrad, kapitalens omløpshastighet, bruttofortjenesteprosent og driftsmargin.

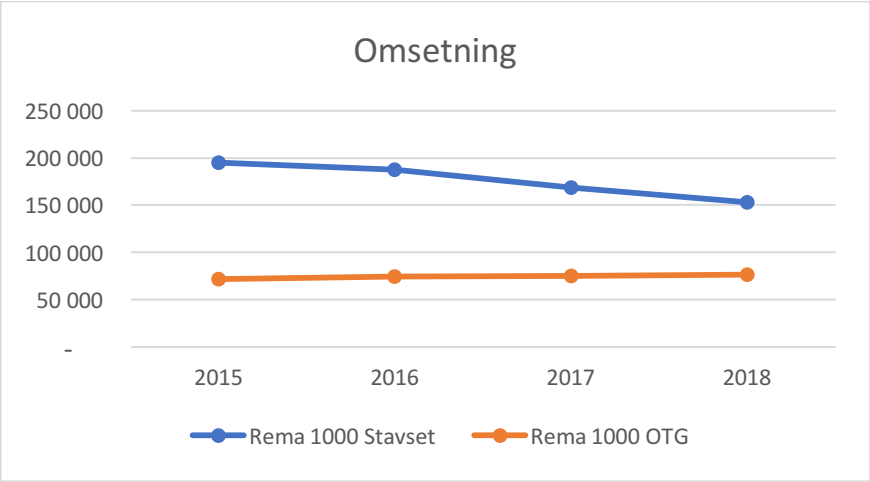
4.3.3.1 Omsetning

Salgsinntekter	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Stavset	194 644	187 566	168 772	152 812
Rema 1000 OTG	71 542	74 430	74 889	76 653

Tabell 32: Salgsinntekter for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Fra sammenligningen i tabell 32 ser vi klart at Rema 1000 Stavset er en mye større butikk enn Rema 1000 Olav Tryggvasons gate. Dersom vi ser på utviklingen gjennom perioden så er det Olav Tryggvasons gate som kommer best ut. I 2018 hadde Olav Tryggvasons gate en omsetning på kr 76 653 000, deres beste i perioden. Dette er en økning på ca. kr 5 000 000 siden 2015. Omsetning har økt hvert år gjennom perioden. For Stavset har utviklingen vært svært negativt. I 2018 hadde Stavset en omsetning på kr 152 812 000, deres svakeste gjennom perioden. De har mistet omtrent kr 42 000 000 i omsetning siden 2015, noe som er svært uheldig. Nedgangen i omsetning har vært stor hvert eneste år i perioden.

Vi ser at butikken i Midtbyen har klart seg godt gjennom perioden, butikken på Byåsen har nedgang i omsetningen. Dette kan være på grunn av den tidligere nevne konkurransesituasjonen til butikkene. I figur 4 kan man se utviklingen til omsetningen for de to butikkene over perioden.



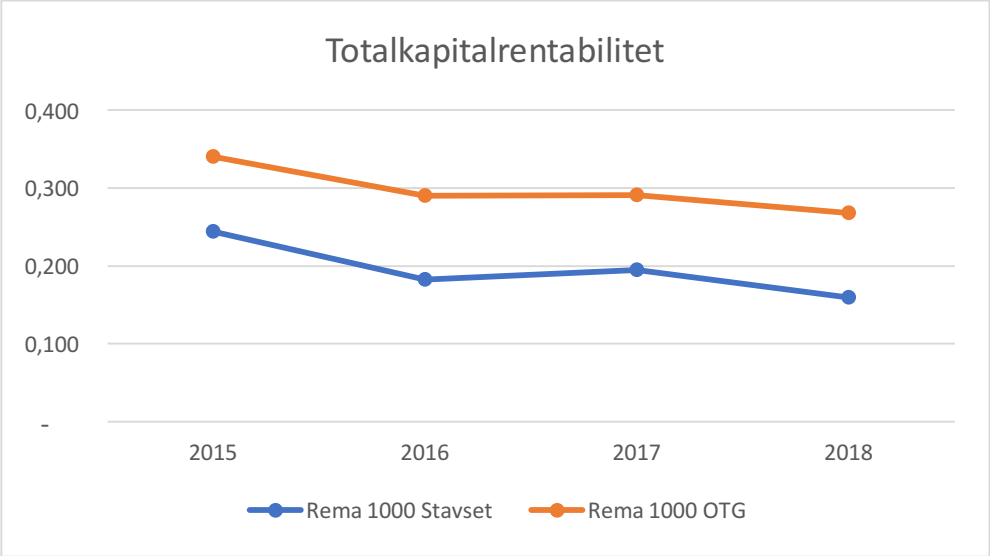
Figur 4: Omsetning for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

4.3.3.2 Totalkapitalrentabilitet

Totalkapitalrentabilitet	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Stavset	0,244	0,182	0,195	0,159
Rema 1000 OTG	0,340	0,291	0,292	0,268

Tabell 33: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Når vi sammenligner totalkapitalrentabiliteten ser vi ut ifra tabell 33 at Olav Tryggvasons gate har bedre ROI enn Stavset gjennom hele perioden. Totalkapitalrentabiliteten for begge butikkene er blitt redusert fra 2015 til 2018, med unntak av en liten oppgang for begge butikkene i 2017 sammenlignet med året før. Butikkene har veldig lik utvikling, men Olav Tryggvasons gate har hele tiden høyere verdier. Dette vil si at hver krone som blir investert gir bedre avkastning hos Olav Tryggvasons gate enn hos Stavset. Totalkapitalrentabilitet viser altså at Olav Tryggvasons gate er mer lønnsom. Utviklingen av ROI vises i figur 5. Ved dekomponering av ROI kan vi videre se hva som er årsaken til den negative utviklingen for de to butikkene.



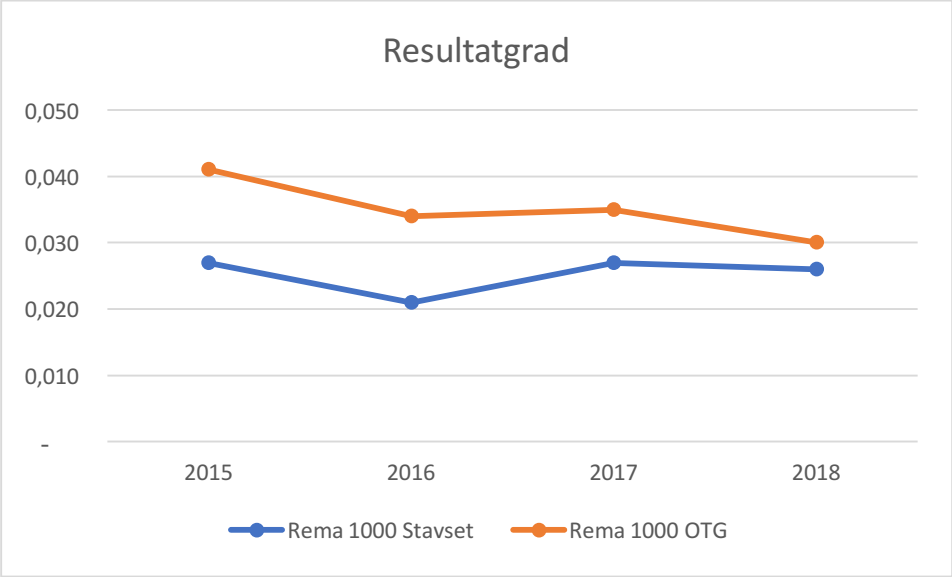
Figur 5: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

4.3.3.3 Resultatgrad

Resultatgrad	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Stavset	0,027	0,021	0,027	0,026
Rema 1000 OTG	0,041	0,034	0,035	0,030

Tabell 34: Resultatgrad for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Etter dekomponering av totalkapitalrentabiliteten ved DuPont-metoden får vi resultatgraden. Som vi kan se i tabell 34 har Olav Tryggvasons gate høyere resultatgrad enn Stavset gjennom hele perioden. Selv om Olav Tryggvasons gate sin resultatgrad har blitt redusert med 1,1 prosentpoeng gjennom perioden, er den fortsatt høyere enn resultatgraden til Stavset i 2018. Det vil si at forskjellene mellom butikkenes resultatgrad blir mindre og mindre for hvert år, noe som vises i figur 6. Årsaken til dette er at driftsresultatet til Olav Tryggvasons gate er redusert, men driftsinntektene går opp som fører til utslag på resultatgraden. For Stavset går både driftsinntekter og driftsresultat ned, og da blir utslaget på resultatgraden mindre.



Figur 6: Resultatgrad for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

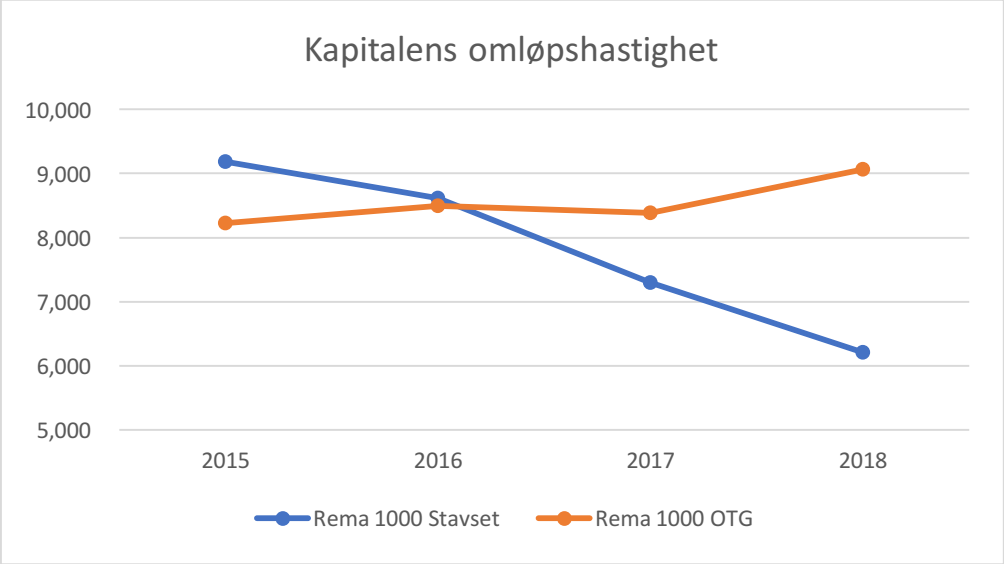
4.3.3.4 Kapitalens omløpshastighet

Kapitalens omløpshastighet	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Stavset	9,180	8,614	7,294	6,202
Rema 1000 OTG	8,229	8,494	8,388	9,064

Tabell 35: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Tabell 35 viser utviklingen av kapitalens omløpshastighet for butikkene. Både Stavset og Olav Tryggvasons gate har god omløpshastighet på kapitalen. Over perioden hadde Stavset en negativ utvikling, mens Olav Tryggvasons gate hadde en positiv utvikling. I 2015 og 2016 var det Stavset som hadde høyest omløpshastighet av butikkene, men i 2017 og 2018 så var det Olav Tryggvasons gate som hadde den høyeste omløpshastighet. Dette skyldes at Stavset har hatt et kraftig fall i sin omsetning over perioden og minimal økning i totalkapitalen, mens Olav Tryggvasons gate har økt omsetningen sin og holdt totalkapitalen stabil. Utviklingen er illustrert i figur 7.

Nå som vi har dekomponert totalrentabiliteten kan vi se at der er kapitalens omløpshastighet som påvirker ROI i størst grad for Stavset, mens det er resultatgraden som er årsaken til for nedgangen i ROI for Olav Tryggvasons gate.



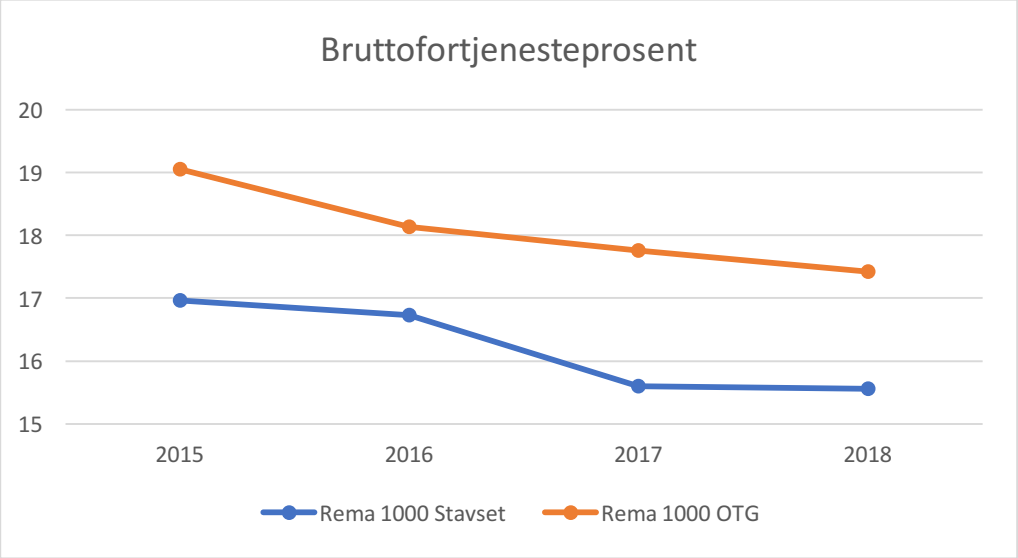
Figur 7: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

4.3.3.5 Bruttofortjeneste i prosent

Bruttofortjeneste i prosent	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Stavset	16,960	16,731	15,599	15,561
Rema 1000 OTG	19,048	18,129	17,759	17,417

Tabell 36: Bruttofortjenesteprosent for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

Olav Tryggvasons gate har gjennom hele perioden hatt bedre bruttofortjeneste enn Stavset. Begge butikkene har hatt nedgang i deres bruttofortjeneste, som vises i tabell 36. Nedgangen til begge butikkene har vært på omtrent 1,5%. For Stavset kan nedgangen kan forklares ved at salgsinntektene har blitt redusert gjennom perioden. Varekostnaden har også blitt redusert, så derfor har ikke utslaget på bruttofortjenesten blitt så store som man kunne forvente dersom man ser til omsetningsfallet. Årsaken til fallet i bruttofortjenesten for Olav Tryggvasons gate er at økningen i varekostnaden har vært større enn økningen i salgsinntekter. Fallet i bruttofortjenesteprosenten til butikkene er illustrert i figur 8.



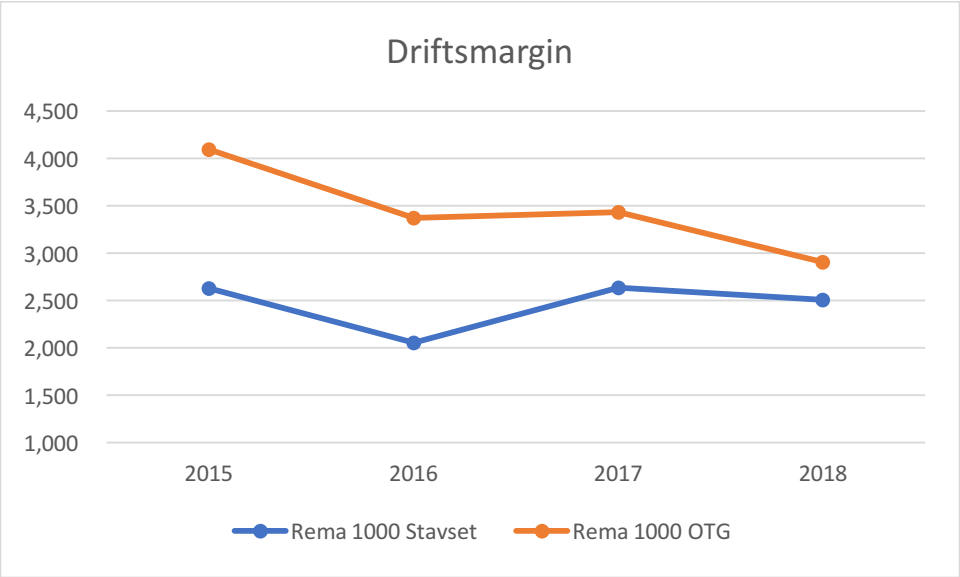
Figur 8: Bruttofortjenesteprosent for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

4.3.3.6 Driftsmargin

Driftsmargin	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Stavset	2,632	2,057	2,633	2,505
Rema 1000 OTG	4,098	3,372	3,434	2,908

Tabell 37: Driftsmargin for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

I tabell 37 ser vi driftsmarginen til de to butikkene. Olav Tryggvasons gate har gjennom hvert år i perioden hatt høyere driftsmargin enn Stavset. Dette viser at andelen av hver krone som blir igjen som resultat er høyere for Olav Tryggvasons gate enn hos Stavset. Stavset har hatt en noenlunde stabil driftsmargin på omtrent 2,5, mens Olav Tryggvasons gate har noe nedgang fra 2015 til 2018, da verdien har gått fra 4,098 til 2,908. Forskjellen mellom butikkene har blitt mindre gjennom perioden, som er illustrert i figur 9.



Figur 9: Driftsmargin for Rema 1000 Stavset og Rema 1000 Olav Tryggvasons gate

4.4 Benchmarking Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

I denne delen av analysen sammenlignes Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge. Vi vil analysere hvordan lønnsomheten til konkurrentene har utviklet seg de siste årene.

4.4.1 Lønnsomhet

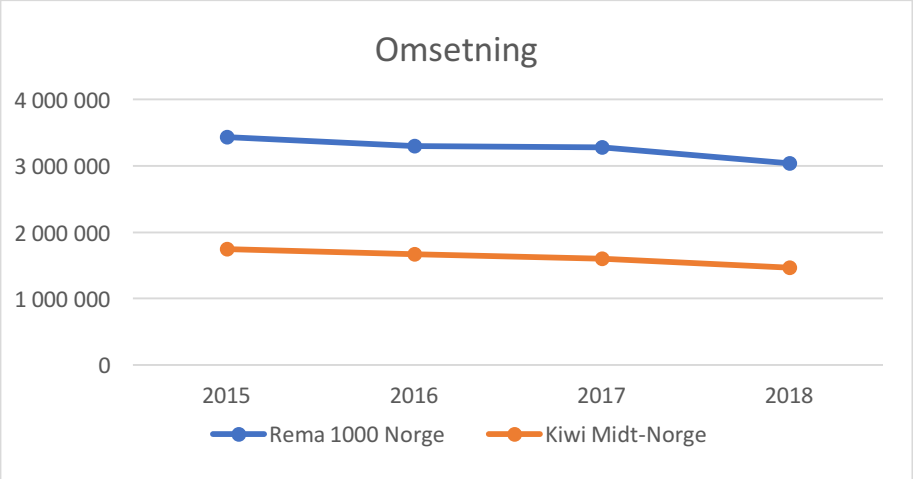
Benchmarking av lønnsomheten til Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge. Nøkkeltallene som blir benyttet i analysen er omsetning, totalkapitalrentabilitet, resultatgrad, kapitalens omløpshastighet, bruttofortjenesteprosent og driftsmargin.

4.4.1.1 Omsetning

Omsetning	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Norge	3 431 128	3 297 330	3 279 035	3 032 764
Kiwi Midt-Norge	1 740 708	1 663 821	1 600 707	1 467 478

Tabell 38: Salgsinntekter for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

Fra tabell 38 og figur 10 ser vi omsetningen til Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge. Rema 1000 Norge har følgelig flere butikker enn Kiwi Midt-Norge i vår avgrensning. Vi ser at trenden til begge kjedene har hvert nedadgående gjennom perioden. Fra 2015 til 2018 har Rema 1000 mistet nesten 400 millioner kr i omsetningen på landsbasis. I samme periode har Kiwi i Midt-Norge tapt ca. 270 millioner kr i omsetning. Dette gir en omsetning på kr 3 032 174 000 for Rema 1000 Norge i 2018, og kr 1 467 478 000 for Kiwi Midt-Norge i 2018. For Rema 1000 har nedgangen vært på 11,6%, mens for Kiwi Midt-Norge har nedgangen vært på 15,7%.



Figur 10: Omsetning for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

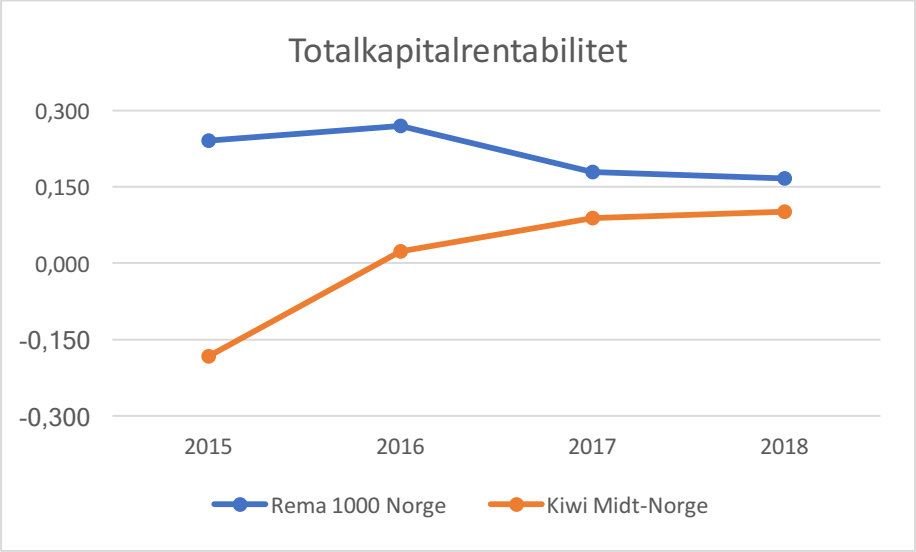
4.4.1.2 Totalkapitalrentabilitet

Totalkapitalrentabilitet	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Norge	0,241	0,269	0,179	0,167
Kiwi Midt-Norge	-0,183	0,023	0,088	0,101

Tabell 39: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

Totalkapitalrentabiliteten til Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge har hatt ulik utvikling, som vi kan se i tabell 39 og figur 11. Rema 1000 Norge sin utvikling i perioden har vært negativ, mens Kiwi Midt-Norge sin utvikling har vært positiv. ROI til Rema 1000 Norge endte på 24,1% i 2015, og fikk videre en økning i 2016. Deretter faller ROI og ender på 16,7% i 2018. Dette vil si at fallet over perioden er på 7,4%. Årsaken til dette er at både driftsresultatet og finansinntektene til Rema 1000 har vært nedadgående, samtidig som totalkapitalen har økt gjennom perioden.

For Kiwi Midt-Norge har utviklingen vært positiv. I 2015 hadde de en negativ ROI på -18,3%, men i 2018 endte de på 10,1%. Dette er en økning på 28,4 prosentpoeng, noe som er veldig sterkt. Årsaken til denne økningen er primært at driftsresultatet har økt. Totalkapitalen har også gått noe ned over perioden. I figur 11 ser vi utviklingen i totalkapitalrentabiliteten. Figuren viser at Kiwi Midt-Norge sin lønnsomhet har bedre utvikling enn Rema 1000 Norge dersom man ser til totalkapitalrentabilitet.



Figur 11: Totalkapitalrentabilitet for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

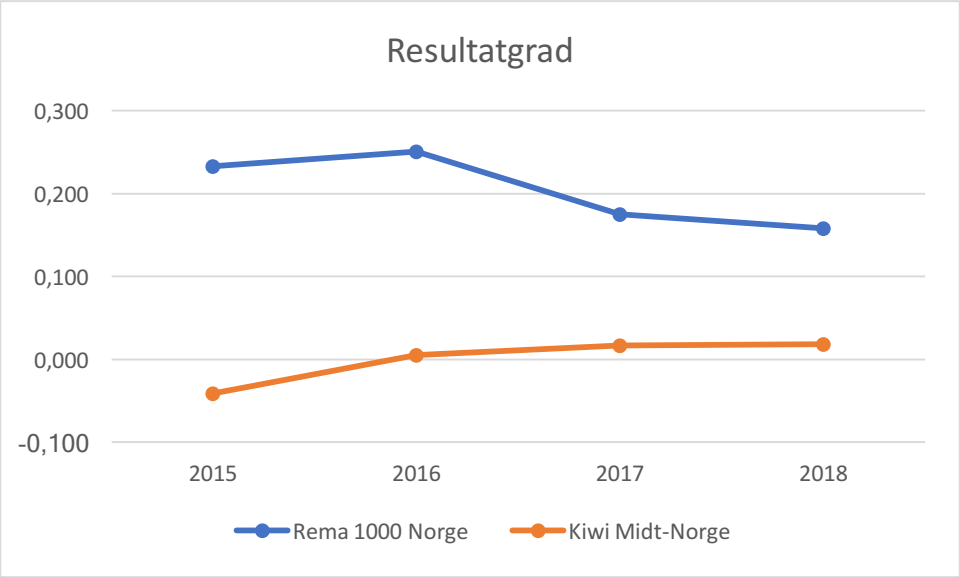
4.4.1.3 Resultatgrad

Resultatgrad	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Norge	0,233	0,251	0,175	0,158
Kiwi Midt-Norge	-0,041	0,005	0,017	0,018

Tabell 40: Resultatgrad for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

Resultatgraden til Rema 1000 Norge har hatt en negativ utvikling. I 2015 var resultatgraden til Rema 1000 på 23,3%, men i 2018 hadde den falt til 15,8%. Dette tilsvarer et fall på 7,5%. Det beste året med tanke på resultatgrad for Rema 1000 var i 2016.

For Kiwi Midt-Norge har utviklingen vært positiv. I 2015 var resultatgraden svært svak, med -4,1%. Utviklingen har vært god, og i 2018 var verdien på 1,8%. Dette er en økning på 5,9%. Figur 12 viser utviklingen for resultatgrad.



Figur 12: Resultatgrad for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

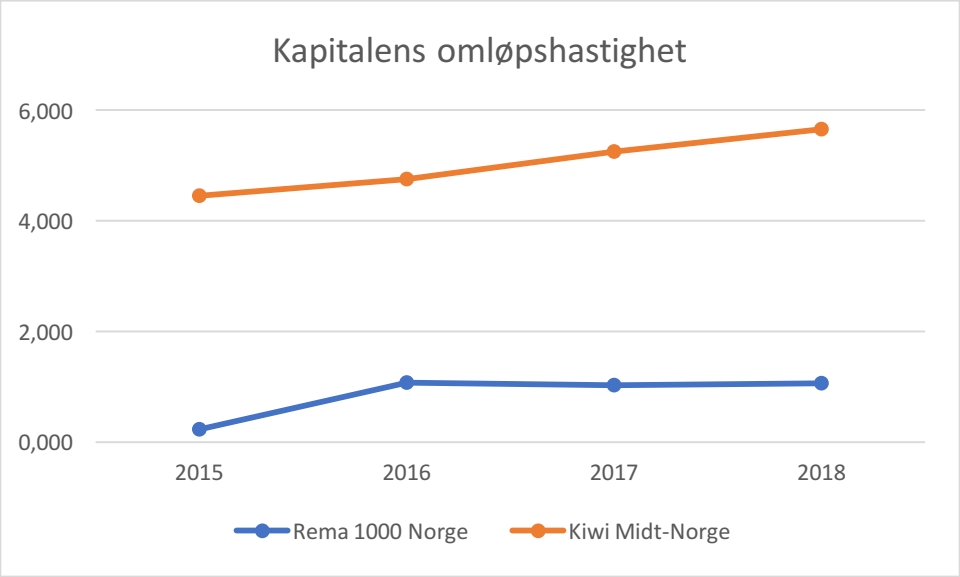
4.4.1.4 Kapitalens omløpshastighet

Kapitalens omløpshastighet	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Norge	0,230	1,069	1,023	1,058
Kiwi Midt-Norge	4,454	4,756	5,249	5,659

Tabell 41: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge har også relativt lik trend på kapitalens omløpshastighet, hvor begge har positiv utvikling. Rema 1000 har gått fra å ha 0,23 i 2015 til 1,058 i 2018. Kiwi Midt-Norge, som har høyere verdien enn Rema 1000, har gått fra 4,454 i 2015 til 5,659 i 2018. Økningen til Kiwi Midt-Norge har da vært noe bedre enn Rema 1000 Norge sin. Dette illustreres i figur 13.

Vi ser da at den utviklingen til Kiwi Midt-Norge i både resultatgraden og kapitalens omløpshastighet har påvirket totalkapitalrentabiliteten positivt. For Rema 1000 Norge er det resultatgraden som er årsaken til fallet i totalkapitalrentabiliteten, noe som er uønsket. Kapitalens omløpshastighet er relativt lav for Rema 1000 Norge, noe som er litt merkelig.



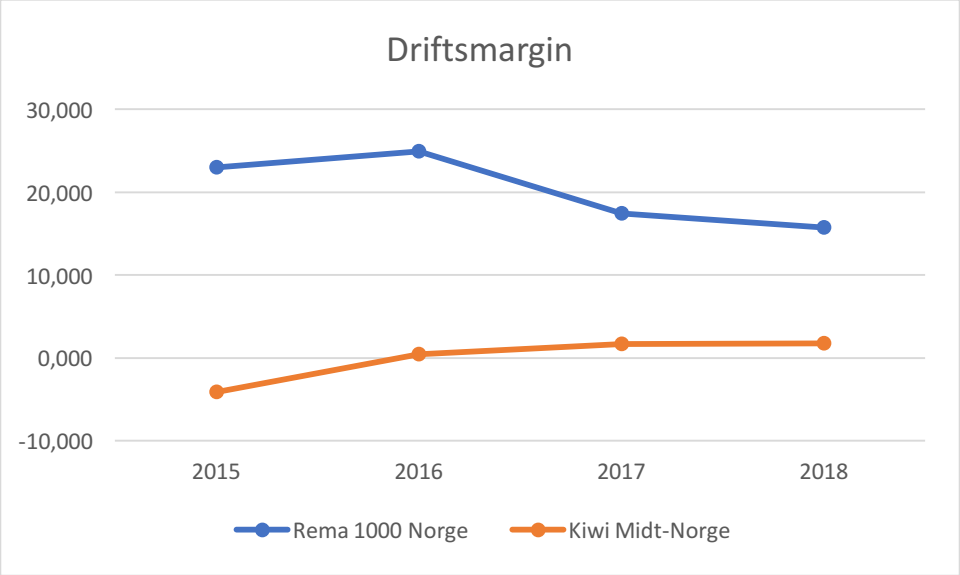
Figur 13: Kapitalens omløpshastighet for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

4.4.1.5 Driftsmargin

Driftsmargin	2015	2016	2017	2018
Rema 1000 Norge	23,01	24,96	17,44	15,76
Kiwi Midt-Norge	-4,11	0,47	1,66	1,77

Tabell 42: Driftsmargin for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

Driftsmarginen har for Rema 1000 Norge gått fra 23,01% i 2015 til 15,76% i 2018. Dette tilsvarer en nedgang på 7,25%. I 2016 var det faktisk en økning, men deretter gikk driftsmarginen nedover. Årsaken til dette er at driftsresultatet har blitt redusert, selv om salgsinntektene har økt. For Kiwi Midt-Norge er trenden positiv. De har gått fra -4,11% i 2015 til 1,77% i 2018. Dette tilsvarer en vekst på 5,88%. Veksten var største fra 2015 til 2016 da driftsmarginen til Kiwi Midt-Norge ble positiv. Utviklingen illustreres i figur 14.



Figur 14: Driftsmargin for Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge

5.0 Konklusjon

Avslutningsvis kan se vi ut ifra regnskapet og nøkkeltallberegningen for Rema 1000 Stavset at lønnsomheten til butikken har hatt et fall gjennom perioden. Totalkapitalrentabiliteten til Rema 1000 Stavset har en negativ utvikling, og det er hovedsakelig kapitalens omløpshastighet som er årsaken til dette. Omsetningen til Rema 1000 Stavset har blitt betydelig redusert og driftsresultatet har hatt samme utvikling.

Totalkapitalrentabiliteten til Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har også en negativ utvikling, hvorav resultatgraden er årsaken til denne nedgangen. Omsetningen til Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har hatt noe vekst i perioden, men driftsresultatet har likevel hatt nedgang.

Innledningsvis ble det presentert en hypotese hvor vi mente at Rema 1000 Stavset merket den negative trenden Rema 1000 har opplevd i større grad enn Rema 1000 Olav Tryggvasons gate. Rema 1000 Olav Tryggvasons gate har noe bedre utvikling enn Rema 1000 Stavset i totalkapitalrentabilitet, selv om trenden til begge butikken er relativt like. Vi kan konkludere ut ifra våre nøkkeltallsberegninger at Rema 1000 Stavset har hatt ett større fall i sin lønnsomhet enn Rema 1000 Olav Tryggvasons gate. En årsak til dette kan være at Rema 1000 Stavset har fått flere nye konkurrenter på Byåsen, med blant annet en Kiwi butikk åpnet like ved i 2017. Konkurransen i Midtbyen for Rema 1000 Olav Tryggvason gate har vært lik gjennom hele perioden, siden det ikke er blitt etablert nye konkurrenter. Butikken i Midtbyen er mindre utsatt for endring i kundemønstret på grunn av lokaliseringen til butikken.

Totalkapitalrentabiliteten til Rema 1000 Norge har blitt svekket over perioden, og det er i hovedsak resultatgraden som er årsaken til dette. Driftsmarginen har også hatt et fall, selv om verdien fortsatt er høy i slutten av perioden. Dette er noen av årsakene til fallet i lønnsomheten til Rema 1000 Norge.

For Kiwi Midt-Norge har totalkapitalrentabiliteten har hatt en positiv utvikling. Både resultatgraden og kapitalens omløpshastighet har hatt en økning over perioden. Driftsmarginen til Kiwi Midt-Norge har også hatt en positiv utvikling.
Vi presenterte også her en hypotese hvor vi mente at Rema 1000 Norge sin lønnsomhet har blitt

svekket gjennom perioden, samtidig som Kiwi Midt-Norge sin lønnsomhet har blitt styrket. Vi kan konkludere med at Kiwi står sterkere i Midt-Norge i slutten av perioden, enn det de gjorde i begynnelsen av perioden. Samtidig har Rema 1000 Norge sin lønnsomhet blitt svekket på landsbasis. Dette fallet samsvarer med den mislykkede bestevennstrategien og de negative medieoppslagene Rema 1000 opplevde i 2016. Rema 1000 har tapt markedsandeler som følge av at de har tapt kunder til konkurrentene. NorgesGruppen har også hatt bedre innkjøpsbetingelser enn konkurrentene og dette kan være en av årsakene til at markedsandelene til Kiwi har økt.

6.0 Feilkilder

En analyse vil kunne ha feilkilder. I vår regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet har vi hentet inn regnskapstall fra proff.no. Det er mulig at selskapene har pyntet på sine regnskap for å se mer attraktive ut. Det kan også hende at regnskapstallene vi har benyttet fra proff.no med tanke på Rema 1000 Norge og NG Kiwi Midt-Norge inneholder noen andre selskaper enn kun dagligvarebutikker. Ut fra det vi har undersøkt skal regnskapene kun inneholde opplysninger fra dagligvarebutikkene.

Sammenligningen av Rema 1000 Norge og Kiwi Midt-Norge kan skape implikasjoner da dette er to helt forskjellige regioner. Årsaken til dette er at Rema 1000 ikke har regnskap for de enkelte regionene, mens Kiwi kun har regnskap for regionene og ikke hele kjeden samlet. Kiwi har åpnet mange nye butikker i Norge de siste årene, og dette kan ha påvirket regnskapet. Dette kan påvirke sammenligningsgrunnlaget. Rema 1000 og NG Kiwi kan ha ulik regnskapspraksis, noe som også kan påvirke regnskapet.

En annen mulig feilkilde i oppgaven er at verdiene for Rema 1000 Norge sin resultatgrad, kapitalens omløpshastighet og driftsmargin har noen uvanlige verdier. Det kan være noen bakenforliggende årsaker til dette som ikke er direkte knyttet til dagligvarebutikker. Ut ifra tallene på proff.no så skal våre beregninger være korrekte.

Vi tar også høyde for eventuelle feilkilder som dataplotting, feil utregning og feil avlesning.

7.0 Referanseliste

BERG, T. 2017. *Grunnleggende økonomistyring* Cappelen damm akademisk

BI, H. 2015. *NORSK KUNDE-BAROMETER 2015* [Online]. Available: https://www.bi.no/forskning/norsk-kundebarometer/tidligere-resultater/norsk-kundebarometer-2015/ [Accessed 25.03.2020].

BI, H. 2019. *NORSK KUNDE-BAROMETER* [Online]. Available: https://www.bi.no/forskning/norsk-kundebarometer/resultater-2019/ [Accessed 25.03.2020].

BJØRNESTAD, S. & MOE, I. 2019. *Konkurransetilsynet: Overrasket over de store prisforskjellene* [Online]. Available: https://www.aftenposten.no/okonomi/i/kJxV26/konkurransetilsynet-overrasket-over-de-store-prisforskjellene [Accessed 25.03.2020].

DAGLIGVAREHANDELEN. 2018. *Daligvarefastien 2018* [Online]. Available: https://dagligvarehandelen.no/sites/handelsbladet.no/files/dagligvarefasiten_2018.pdf [Accessed 25.03.2020].

DAGLIGVAREHANDELEN. 2019. *Dagligvarefasiten 2019* [Online]. Available: https://dagligvarehandelen.no/sites/default/files/dagligvarefasiten_2019.31.pdf [Accessed 25.03.2020].

DAHL, C. A. & VALVIK, M. E. 2019. *Regjeringen vurderer å kreve like innkjøpspriser for Rema, Coop og Kiwi* [Online]. Available: https://www.aftenposten.no/okonomi/i/70JMR8/regjeringen-vurderer-aa-kreve-like-innkjoepspriser-for-rema-coop-og-kiwi [Accessed 25.03.2020].

EKBERG, E. 2020. *NorgesGruppen* [Online]. Available: https://snl.no/NorgesGruppen [Accessed 30.03.2020].

FALCK, L. S. 2020. *Dagligvarerapporten 2020: Svak vekst for dagligvarebransjen* [Online]. Available: https://finansavisen.no/nyheter/handel/2020/02/13/7497620/dagligvarerapporten-2020-svak-vekst-for-dagligvarebransjen [Accessed 25.03.2020].

HOFF, K. G. 2013. *Driftsregnskap og budsjettering*, Universitetsforlaget.

JACOBSEN, D. I. 2015. *Hvordan gjennomføre undersøkelser?*, Cappelen Damm Akademisk.

KRISTOFFERSEN, T. 2016. *Årsregnskapet*, Fagbokforlaget.

LEKSIKON, S. N. 2020. *Finansiering* [Online]. Available: https://snl.no/finansiering [Accessed 18.03.2020].

PROFF.NO. 2020a. *Hanne Gjestad AS* [Online]. Available: https://www.proff.no/selskap/hanne-gjestad-as/trondheim/butikkhandel/IG0JH2K10MC/ [Accessed 05.03.2020].

PROFF.NO. 2020b. *Ng Kiwi Midt-Norge* [Online]. Available: https://www.proff.no/selskap/ng-kiwi-midt-norge-as/lierstranda/butikkhandel/IGC95ZE10MC/ [Accessed 05.03.2020].

PROFF.NO. 2020c. *REMA 1000 Norge AS* [Online]. Available: https://www.proff.no/selskap/rema-1000-norge-as/oslo/utleie-og-leasing/IG8T4I401TD/ [Accessed 05.03.2020].

PROFF.NO. 2020d. *Thomas Onarheim Dahl AS* [Online]. Available: https://www.proff.no/selskap/thomas-onarheim-dahl-as/trondheim/butikkhandel/IGHY8CX10MC/ [Accessed 05.03.2020].

REMA.NO. 2018. *Om Rema 1000* [Online]. Available: https://www.rema.no/om-rema-1000/ [Accessed 30.03.2020].

SIRNES, E. 2018. *Arbeidskapital* [Online]. Store norske leksikon. Available: https://snl.no/arbeidskapital [Accessed 17.03.2020].

SOLGÅRD, J., RANDEN, M. & SOLEM, L. K. 2019. *Konkurransetilsynet etter razzia i dagligvaremarkedet: – Vi er overrasket over at det er så store prisforskjeller* [Online]. Available: https://www.dn.no/innenriks/konkurransetilsynet/dagligvarebransjen/konkurransetilsynet-etter-razzia-i-dagligvaremarkedet-vi-er-overrasket-over-at-det-er-sa-store-prisforskjeller/2-1-705580?fbclid=IwAR2w_aZ4uyzH3PkRyOKyXRoozMNLw8RmJBPhuF8YsQf__hrxthTS5sqXv6k [Accessed 28.03.2020].

SØRGARD, L. 2003. *Konkurransestrategi*, Fagbokforlaget.

VISMA. 2020a. *Likviditet* [Online]. Available: https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/l/likviditet/ [Accessed 17.03.2020 2020].

VISMA. 2020b. *Soliditet* [Online]. Visma Available: https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/s/soliditet/ [Accessed 17.03.2020].

8.0 Vedlegg

Regnskap og nøkkeltall for Thomas Onarheim Dahl AS, Rema 1000 Stavset (Proff.no, 2020d)

Regnskapsperiode	2018	2017	2016	2015	2014
Sum salgsinntekter	148 850	164 886	186 581	193 528	189 405
Annen driftsinntekt	3 962	3 886	985	1 116	1 147
Sum driftsinntekter	152 812	168 772	187 566	194 644	190 552
Varekostnad	125 688	139 165	155 365	160 705	155 184
Driftsresultat	3 828	4 443	3 859	5 124	6 678
Sum finansinntekter	95	62	105	55	99
Resultat før skatt	3 922	4 502	3 963	5 174	6 768
Sum skatt	906	1 082	1 006	1 407	1 839
Ordinært resultat	3 016	3 420	2 957	3 766	4 930
Årsresultat	3 016	3 420	2 957	3 766	4 930
Sum anleggsmidler	2 549	2 603	3 801	4 996	6 243
Sum varelager	5 544	7 068	6 948	6 702	6 471
Sum omløpsmidler	22 608	21 520	18 355	16 397	14 771
Sum eiendeler	25 157	24 123	22 156	21 393	21 014
Sum egenkapital	6 668	5 252	3 332	3 215	3 159
Sum langsiktig gjeld	-	2	109	195	216
Sum kortsiktig gjeld	18 489	18 868	18 715	17 882	17 639
Sum gjeld	18 489	18 871	18 824	18 127	17 855
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	25 157	24 123	22 156	21 393	21 014

NØKKELTALL	2018	2017	2016	2015
Totalkapitalrentabilitet	0,159	0,195	0,182	0,244
Resultatgrad	0,026	0,027	0,021	0,027
Kapitalens omløpshastighet	6,202	7,294	8,614	9,180
Bruttofortjenesteprosent	15,561	15,599	16,731	16,960
Driftsmargin	2,505	2,633	2,057	2,632
Egenkapitalrentabilitet	65,805	104,893	121,063	162,347
Arbeidskapital	4119	2652	-360	-1485
Likviditetsgrad 1	1,223	1,141	0,981	0,917
Likviditetsgrad 2	0,923	0,766	0,610	0,542
Egenkapitalandel	26,506	21,772	15,039	15,028
Finansieringsgrad 1	0,382	0,495	1,105	1,465
Gjeldsgrad	2,773	3,593	5,649	5,638
Gjennomsnittlig totalkapital	24640	23139,5	21774,5	21203,5
Gjennomsnittlig egenkapital	5960	4292	3273,5	3187

Regnskap og nøkkeltall for Hanne Gjestad AS, Rema 1000 Olav Tryggvasons gate (Proff.no, 2020a)

Regnskapsperiode	2018	2017	2016	2015	2014
Sum salgsinntekter	75 915	73 884	74 421	71 534	69 272
Annen driftsinntekt	738	675	8	8	24
Sum driftsinntekter	76 653	74 559	74 430	71 542	69 296
Varekostnad	62 693	60 763	60 929	57 908	56 039
Driftsresultat	2 229	2 560	2 510	2 932	2 584
Sum finansinntekter	37	32	38	27	29
Resultat før skatt	2 265	2 589	2 543	2 957	2 604
Sum skatt	526	631	687	794	708
Ordinært resultat	1 739	1 958	1 856	2 163	1 896
Årsresultat	1 739	1 958	1 856	2 163	1 896
Sum anleggsmidler	791	1 143	1 535	1 868	2 085
Sum varelager	2 530	3 243	2 974	2 572	2 865
Sum omløpsmidler	7 291	7 689	7 411	6 711	6 723
Sum eiendeler	8 081	8 832	8 946	8 579	8 808
Sum egenkapital	3 066	1 327	1 344	1 288	1 991
Sum langsiktig gjeld	-	15	57	65	110
Sum kortsiktig gjeld	5 016	7 490	7 546	7 227	6 707
Sum gjeld	5 016	7 505	7 602	7 291	6 817
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	8 081	8 832	8 946	8 579	8 808

Nøkkeltall	2018	2017	2016	2015
Totalkapitalrentabilitet	0,268	0,292	0,291	0,340
Resultatgrad	0,030	0,035	0,034	0,041
Kapitalens omløpshastighet	9,064	8,388	8,494	8,229
Bruttofortjenesteprosent	17,417	17,759	18,129	19,048
Driftsmargin	2,908	3,434	3,372	4,098
Egenkapitalrentabilitet	103,119	193,860	193,237	180,360
Arbeidskapital	2275	199	-135	-516
Likviditetsgrad 1	1,454	1,027	0,982	0,929
Likviditetsgrad 2	0,949	0,594	0,588	0,573
Egenkapitalandel	37,941	15,025	15,023	15,013
Finansieringsgrad 1	0,258	0,852	1,096	1,381
Gjeldsgrad	1,636	5,656	5,656	5,661
Gjennomsnittlig totalkapital	8456,5	8889	8762,5	8693,5
Gjennomsnittlig egenkapital	2196,5	1335,5	1316	1639,5

Regnskap og nøkkeltall for Rema 1000 Norge AS (Proff.no, 2020c)

Regnskapsperiode	2018	2017	2016	2015	2014
Sum salgsinntekter	2 847 567	2 733 160	2 836 036	2 762 986	2 634 195
Annen driftsinntekt	583 561	564 170	442 999	269 778	377 494
Sum driftsinntekter	3 431 128	3 297 330	3 279 035	3 032 764	3 011 689
Varekostnad	0	0	0	0	0
Driftsresultat	540 881	575 181	818 381	697 900	849 748
Sum finansinntekter	705	1 803	5 980	8 485	20 007
Resultat før skatt	517 711	559 688	814 476	696 575	840 232
Sum skatt	119 892	134 821	204 222	185 877	229 473
Ordinært resultat	397 819	424 867	610 254	510 698	610 759
Årsresultat	397 819	424 867	610 254	510 698	610 759
Sum anleggsmidler	2 053 917	2 052 359	1 905 353	1 849 282	1 902 774
Sum varelager	0	0	0	0	0
Sum omløpsmidler	1 132 263	1 244 584	1 244 447	1 137 670	971 732
Sum eiendeler	3 186 180	3 296 943	3 149 800	2 986 952	2 874 506
Sum egenkapital	1 180 855	1 011 000	960 100	1 226 378	1 168 563
Sum langsiktig gjeld	1 135 933	924 724	190 861	176 856	171 250
Sum kortsiktig gjeld	869 392	1 361 219	1 998 838	1 583 717	1 534 691
Sum gjeld	2 005 325	2 285 943	2 189 699	1 760 573	1 705 941
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	3 186 180	3 296 943	3 149 799	2 986 951	2 874 504

Nøkkeltall	2018	2017	2016	2015
Totalkapitalrentabilitet	0,167	0,179	0,269	0,241
Resultatgrad	0,158	0,175	0,251	0,233
Kapitalens omløpshastighet	1,058	1,023	1,069	1,035
Bruttofortjenesteprosent	100,000	100,000	100,000	100,000
Driftsmargin	15,764	17,444	24,958	23,012
Egenkapitalrentabilitet	47,240	56,789	74,501	58,171
Arbeidskapital	262871	-116635	-754391	-446047
Likviditetsgrad 1	1,302	0,914	0,623	0,718
Likviditetsgrad 2	1,302	0,914	0,623	0,718
Egenkapitalandel	37,062	30,665	30,481	41,058
Finansieringsgrad 1	0,887	1,060	1,655	1,318
Gjeldsgrad	1,698	2,261	2,281	1,436
Gjennomsnittlig totalkapital	3241561,5	3223371	3068375	2930727,5
Gjennomsnittlig egenkapital	1095927,5	985550	1093239	1197470,5

Regnskap og nøkkeltall for NG Kiwi Midt-Norge AS (Proff.no, 2020b)

Regnskapsperiode	2018	2017	2016	2015	2014
Sum salgsinntekter	1 705 372	1 627 941	1 559 296	1 408 297	1 217 080
Annen driftsinntekt	35 336	35 880	41 411	59 181	39 247
Sum driftsinntekter	1 740 708	1 663 821	1 600 707	1 467 478	1 256 327
Varekostnad	1 368 361	1 307 252	1 267 941	1 185 465	999 953
Driftsresultat	30 877	27 709	7 506	-60 249	-12 977
Sum finansinntekter	178	121	174	110	62
Resultat før skatt	28 562	24 592	3 283	-64 462	-16 208
Sum skatt	6 583	5 924	873	-16 087	-4 185
Ordinært resultat	21 979	18 668	2 410	-48 375	-12 023
Årsresultat	21 979	18 668	2 410	-48 375	-12 023
Sum anleggsmidler	127 265	134 330	140 397	147 560	132 847
Sum varelager	94 170	99 213	102 595	95 211	88 524
Sum omløpsmidler	176 291	177 275	181 922	203 256	175 307
Sum eiendeler	303 556	311 605	322 319	350 816	308 154
Sum egenkapital	133 372	111 393	92 725	90 315	110 488
Sum langsiktig gjeld	40 945	62 905	84 621	106 497	39 796
Sum kortsiktig gjeld	129 239	137 307	144 973	154 004	157 870
Sum gjeld	170 184	200 212	229 594	260 501	197 666
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	303 556	311 605	322 319	350 816	308 154

Nøkkeltall	2018	2017	2016	2015
Totalkapitalrentabilitet	0,101	0,088	0,023	-0,183
Resultatgrad	0,018	0,017	0,005	-0,041
Kapitalens omløpshastighet	5,659	5,249	4,756	4,454
Bruttofortjenesteprosent	19,762	19,699	18,685	15,823
Driftsmargin	1,774	1,665	0,469	-4,106
Egenkapitalrentabilitet	23,338	24,096	3,587	-64,204
Arbeidskapital	47 052	39 968	36 949	49 252
Likviditetsgrad 1	1,364	1,291	1,255	1,320
Likviditetsgrad 2	0,635	0,569	0,547	0,702
Egenkapitalandel	43,937	35,748	28,768	25,744
Finansieringsgrad 1	0,730	0,771	0,792	0,750
Gjeldsgrad	1,276	1,797	2,476	2,884
Gjennomsnittlig totalkapital	307 580,5	316 962	336 567,5	329 485
Gjennomsnittlig egenkapital	122 382,5	102 059	91 520	100 401,5

NTNU

Kunnskap for en bedre verden