

Tiril Isaksen  
Ida Jønland  
Ingeborg Rolseth Holt  
Tilde Magnussen

# Lønnsomhetsanalyse av Retro AS Trondheim

Profitability analysis of Retro AS Trondheim

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



Tiril Isaksen  
Ida Jønland  
Ingeborg Rolseth Holt  
Tilde Magnussen

# **Lønnsomhetsanalyse av Retro AS Trondheim**

Profitability analysis of Retro AS Trondheim

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

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for økonomi  
NTNU Handelshøyskolen



Kunnskap for en bedre verden



## Forord

Denne semesteroppgaven er en del av vårt avsluttende arbeid ved NTNU Handelshøyskolen. Oppgaven er skrevet av en gruppe på 4 studenter, med økonomisk styring som hovedprofil. Innholdet i denne oppgaven står for forfatterens regning.

Temaet har vært å analysere lønnsomheten til Retro AS gjennom perioden 2018-2020. For å få innblikk i bedriftens utvikling av lønnsomhet har vi sett på nøkkeltall og strategisk analyse. Prosessen har både vært lærerik og spennende, der vi har fått muligheten til å anvende teori i praksis. Vi har brukt mye av det som har blitt undervist gjennom studiet, noe som motiverer til videre læring.

Vi ønsker å rette en stor takk til vår veileder Tor-Eirik Olsen som under hele semesteret har gitt oss god hjelp med hyppige råd og tilbakemeldinger. Vi ønsker også å takke ansatte ved Retro AS, som har tatt tid til å svare på spørsmål knyttet til den strategiske analysen.

Trondheim, 2022

*Tiril Isaksen*

*Ida Jønland*

*Ingeborg Rolseth Holt*

*Tilde Magnussen*

---

Tiril Isaksen

Ida Jønland

Ingeborg Rolseth Holt

Tilde Magnussen

## Sammendrag

Denne oppgaven er skrevet i forbindelse med en bachelor ved NTNU Handelshøyskolen i Trondheim. I oppgaven blir det satt lys på den økonomiske utviklingen til Retro AS Trondheim, i perioden 2018-2020 med hensyn på lønnsomheten. Vi ønsket også å se hvorvidt det var konkrete indikatorer eller hendelser som var med på å påvirke lønnsomheten i den bestemte perioden. Vi har tatt i bruk offentlige regnskapstall og gjennomført en lønnsomhetsanalyse med utgangspunkt i ulike nøkkeltall. Supplering av en strategisk analyse med bakgrunn i intervju med økonomiansvarlig i tilsvarende periode har resultert i en dypere forståelse og innsikt i bedriftens utvikling.

Innledningsvis vil det fremgå en presentasjon av bedriften, i tillegg til formulering av tema og problemstilling. Videre følger teori knyttet til regnskapsanalyse med fokus på soliditet, likviditet, finansiering og lønnsomhet, samt teori i forbindelse med SWOT-analyse. I påfølgende kapitler vil vi ta for oss valg av metode og datainnsamling, før vi i hoveddelene vil gjennomføre en systematisk og detaljert beskrivelse av bedriften gjennom tolkning av nøkkeltallene. Avslutningsvis vil det følge en presentasjon av funn med tilhørende konklusjon.

Fra gjennomførte nøkkeltallsanalyser viser Retro AS Trondheim en god og relativt stabil lønnsomhet gjennom hele perioden. Analysene viser imidlertid at det i perioden 2019-2020 har vært foretatt en større investering som videre har påvirket soliditeten og lønnsomheten til en viss grad. Den strategiske SWOT-analysen viser følgelig at Retro AS har en styrke ved at de følger trender istedenfor merker, og at de har mange muligheter innen markedsføring og netthandel. Ved økt fokus og tilrettelegging på disse områdene kan det skapes konkurransefortrinn som videre kan danne grunnlag for en økonomisk utvikling i årene som kommer.

## Abstract

This thesis is part of a bachelor's degree in Economics at NTNU Handelshøyskolen in Trondheim. The thesis addresses the financial development of Retro AS Trondheim, through a profitability analysis in the period 2018-2020. In addition, specific indicators have been analyzed to see if they have affected the profitability during this period. The study is based on the financial statements of Retro AS along with an interview with the financial manager. The interview resulted in a deeper understanding and insight into the company's development.

Initially, there will be a presentation of the company and a description of our research question. Furthermore, we will describe theory related to accounting analysis with a focus on solvency, liquidity, financing, and profitability, as well as theory related to the SWOT analysis. In the subsequent chapters, we will consider the choice of method and data collection before the main part will carry out a systematic and detailed description of the company to resolve the problem. Finally, we'll come to a conclusion based on our findings.

From the completed analyses, Retro AS shows good and stable profitability throughout the period. However, the analyses show that a major investment has been made between 2019 and 2020. The investment affected the solvency and the profitability to a certain extent. According to the SWOT analysis, Retro has the strength of following trends rather than brands. However, they have many opportunities in marketing and e-commerce. By increasing the focus on these areas, a competitive advantage can be created.

# Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	1
1.1 Presentasjon av bedrift	1
1.2 Tema og problemstilling	2
1.3 Oppgavens oppbygning	2
2.0 Teori	3
2.1 Regnskapsanalyse	3
2.2 Soliditet	5
2.2.1 Egenkapitalandel	5
2.2.2 Gjeldsgrad	5
2.3 Likviditet	6
2.3.1 Likviditetsgrad 1	6
2.3.2 Likviditetsgrad 2	6
2.3.3 Arbeidskapital	7
2.4. Finansiering	8
2.4.1 Finansieringsgrad 1	8
2.5 Lønnsomhet	9
2.5.1 Egenkapitalrentabilitet	9
2.5.2 Totalkapitalens rentabilitet	10
2.5.3 Resultatgrad	11
2.5.4 Kapitalens omløpshastighet	11
2.5.5 Residual income (RI)	12
2.5.6 Bruttofortjeneste og bruttofortjeneste i prosent	12
2.6 Benchmarking	13
2.7 Strategisk analyseverktøy	14
2.7.1 SWOT	14
3.0 Metode	17
3.1 Problemstilling	17
3.2 Valg av metode og datainnsamling	18
4.0 Analyse	19
4.1 Nøkkeltallsanalyse	19
4.1.1 Soliditet	20
4.1.2 Likviditet	22



4.1.3 Finansiering	25
4.1.4 Lønnsomhet	26
4.2 Benchmarking	32
4.2.1 Bruttofortjeneste i %	32
4.2.2 Totalkapitalrentabilitet	33
4.2.3 Resultatgrad	34
4.3 Strategisk analyse	36
4.3.1 Interne styrker (Strengths)	37
4.3.2 Interne svakheter (Weaknesses)	38
4.3.3 Eksterne muligheter (Opportunities)	39
4.3.4 Eksterne trusler (Threats)	40
5.0 Konklusjon	41
6.0 Referanseliste	42
7.0 Vedlegg	43
Soliditet	46
Likviditet	47
Finansiering	48
Lønnsomhet	49

## Figuroversikt

Figur 1: SWOT-analyse .....	15
Figur 2: Egenkapitalandel .....	20
Figur 3: Gjeldsgrad.....	21
Figur 4: Likvidtetsgrad 1 .....	22
Figur 5: Likvidtetsgrad 2.....	23
Figur 6: Arbeidskapital.....	24
Figur 7: Finansieringsgrad 1 .....	25
Figur 8: Egenkapitalrentabilitet.....	26
Figur 9: Totalkapitalrentabilitet .....	27
Figur 10: Resultatgrad.....	28
Figur 11: Kapitalens omløpshastighet.....	29
Figur 12: Residual income .....	30
Figur 13: Bruttofortjeneste i % til Retro, Høyer og Bogart .....	32
Figur 14: Totalkapitalrentabiliteten til Retro, Høyer og Bogart.....	33
Figur 15: Resultatgrad til Retro, Høyer og Bogart.....	34
Figur 16: SWOT-analyse av Retro.....	36

## Tabelloversikt

Tabell 1: Bruttofortjeneste i kroner og prosent. ....	31
Tabell 2: Bruttofortegnelse i prosent til Retro, Høyer og Bogart.....	32
Tabell 3: Totalkapitalrentabilitet til Retro, Høyer og Bogart.....	34
Tabell 4: Resultatgrad til Retro, Høyer og Bogart .....	35

## 1.0 Innledning

I denne oppgaven har vi valgt å se på hvordan lønnsomheten til Retro AS har vært i perioden 2018-2020 ved å analysere nøkkeltall. Perioden er bevisst begrenset til tre år da Retro helt fra 2016 til 2018 har holdt et stabilt resultat. Før vi begynte på oppgaven hadde vi også kjennskap til at Retro i perioden 2019/2020 flyttet inn i nye store lokaler, og dermed er det enklere å se på lønnsomheten deres mellom 2018-2020 for å se mer direkte på utviklingen i en kortere tidsperiode.

Vi ønsket å velge en problemstilling som var inspirerende for oss og som samtidig var nyttig for bedriften. Utviklingen i markedet som Retro befinner seg i er interessant da det er en hard kamp om kundene og at de posisjonerer seg i en aldersgruppe som retter seg veldig mot oss mellom 20-30 år. I motsetning til andre bedrifter i samme bransje er Retro særegen i den form at de beveger seg mot endringer i trender framfor sesongendringer noe som igjen gjorde det mer spennende å se på lønnsomheten til Retro opp mot Høyer og Bogart som har en annen tilnærming til markedet.

### 1.1 Presentasjon av bedrift

Retro AS Trondheim er en klesbutikk etablert i Midtbyen som segmenterer seg innenfor det såkalte "high end" markedet som består av relativt dyre designerklær til dame og herre. Retro åpnet sin første butikk i 1986 i Carl Johans gate. Siden den gang har de stadig vært i vekst og i september 2020 flyttet de inn i nye lokaler i Mathesongården. Butikken strekker seg over tre etasjer med ulike rom og avdelinger i tråd med de ulike stilene og merkene de fører. I dag består Retro AS av totalt fire butikker fordelt på de tre byene Trondheim, Kristiansand og Bergen.

## 1.2 Tema og problemstilling

Formålet med oppgaven er å se på den økonomiske utviklingen og lønnsomheten til Retro AS Trondheim over en tidsperiode på tre år.

Vi har formulert følgende problemstilling:

“Hvordan har lønnsomheten til Retro AS Trondheim utviklet seg i perioden 2018 til 2020, og hva kan være mulige årsaker til denne utviklingen?”

## 1.3 Oppgavens oppbygning

For å besvare oppgavens problemstilling vil vi i kapittel 2 ta for oss relevant teori som trengs for å gjennomføre en analyse av Retro AS Trondheim. Videre vil kapittel 3 bestå av en metodedel som redegjør for hvilke metoder vi har valgt å benytte og begrunnelse for undersøkelsesopplegg. Kapittel 4 vil være delt inn i tre deler. Først vil vi gjennomføre en lønnsomhetsanalyse ved bruk av nøkkeltall før vi deretter gjør en benchmarking av Retro opp mot Bogart og Høyer. Siste del av kapittel 4 vil være en strategisk analyse med utgangspunkt i SWOT. Avslutningsvis vil kapittel 5 inneholde en konklusjon på bakgrunn av analysene.

## 2.0 Teori

I dette kapitlet vil vi presentere relevant teori som er nødvendig for videre analyse og besvarelse av problemstillingen. I stor grad vil dette dreie seg om teori knyttet opp til regnskapsanalyse, hvorpå formålet er å belyse utviklingen i lønnsomheten for Retro i perioden 2018-2020. Kapitlet er bygd opp slik at det starter med en redegjørelse av begrepet regnskapsanalyse, da det kan bli sett på som et overordnet ordet for den type analyse som blir brukt. Likevel vil lønnsomhet være vårt hovedfokus, derav navnet lønnsomhetsanalyse. Vi vil presentere områder som; soliditet, likviditet og finansiering. Avslutningsvis gir vi en presentasjon av rammeverkene som benyttes i den strategiske analysen.

### 2.1 Regnskapsanalyse

Regnskapsanalyse defineres som: “alle teknikker som benyttes for å kartlegge og belyse en bedrifts økonomiske utvikling og stilling” (Kristoffersen, 2019, s 531). Gjennom systematiske undersøkelser av regnskapsdata finner man relevant informasjon knyttet til bedriftens økonomiske situasjon. Det gjør det lettere å se på den økonomiske utviklingen av Retro og det gir grunnlag for å vurdere bedriftens situasjon og utvikling i forhold til konkurrentene. Det er flere aktører som er interessert i en regnskapsanalyse. Utarbeiding av regnskapstall gir ledelsen, ansatte, leverandører, kunder, investorer o.l. innblikk i hvilke deler av bedriften som gir nytte og hvilke forhold som bør utvikles for å nå Retro sine mål.

En regnskapsanalyse tar utgangspunkt i årsregnskap der resultatet og balansen over en tidsperiode kan gi svar på hvor bedriften står i dag. Det er derfor viktig å sammenligne regnskaper, da er det lettere å se endringer og forskjeller som har oppstått ved vurdering av regnskapstallene fra ulike perioder. Det finnes tre sammenligningsmetoder som kan brukes i en regnskapsanalyse; tidsserieanalyse, bedriftssammenligning og budsjettering sammenligning. I denne oppgaven vil vi i størst grad anvende tidsserieanalyse. Tidsserieanalyse sammenligner regnskapstall fra flere årsregnskap, hvorimot bedriftssammenligning setter en bedrifts regnskapstall opp mot en annen bedrift i samme bransje. Den siste metoden, budsjettsammenligning, legger vekt på sammenligning mellom fastsatte mål og faktisk resultat i bedriften (Kristoffersen, 2019).

I en regnskapsanalyse er det essensielt å analysere regnskapsdata, og det er vanlig å skille mellom horisontal-, vertikal og nøkkeltallsanalyse. En horisontal analyse baserer endring i regnskap ut ifra flere tidsperioder. Det kan være kvartal til kvartal, periode til periode eller år til år, hvor sammenligninger av tidsperioden er relevant for å se den finansielle utviklingen. Den vertikale analysen tar for seg basis størrelser og sammenligner det opp mot regnskapsposter eller balansen. Den siste metoden er nøkkeltallsanalyse, der forholdet mellom ulike poster i regnskapet blir beregnet til nøkkeltall, som kan si noe om bedriftens lønnsomhet, soliditet, likviditet og finansiering (Kristoffersen, 2019). Det er denne metoden vi har vektlagt i oppgaven, der regnskapstallene er hentet fra Retro AS sine årsregnskap i 2018, 2019, 2020.

## 2.2 Soliditet

Soliditet er et begrep som viser hvor godt en virksomhet vil tåle eventuelle tap (Visma, 2020). Når en skal måle soliditet finnes det flere ulike måter å gjøre det på. For å analysere soliditeten i Retro har vi valgt å ta utgangspunkt i nøkkeltallene egenkapitalandelen og gjeldsgrad.

### 2.2.1 Egenkapitalandel

Egenkapitalandel er et nøkkeltall som benyttes for å vise hvor stor del av eiendelene innad i selskapet som er finansiert med egenkapital. Dersom egenkapitalandelen er høy vil det bety at bruken av gjeld eller lån for å finansiere eiendeler er redusert. For å peke på hva som anses som god egenkapitalandel, må dette ses på individuelt innenfor bestemte bransjer. Når vi snakker om Retro bør en se på egenkapitalandelen innenfor klesbransjen for å kunne vurdere om andelen deres er bra eller dårlig (Visma, 2020).

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

### 2.2.2 Gjeldsgrad

Gjeldsgraden vil vise hvor mye av eiendelene som er finansiert av gjeld i forhold til egenkapital. Med andre ord vil gjeldsgraden fortelle hvor stor andel av egenkapitalen som er knyttet opp i både kortsiktig og langsiktig gjeld. Desto lavere nøkkeltallet er, desto mer solid kan en si at selskapet er. Dersom bedriften har en gjeldsgrad på 1, vil dette bety at selskapet har like mye gjeld som egenkapital. Som en regel bør gjeldsgraden være under fem da høyere gjeldsgrad vil bety at en eventuell investering bærer større risiko.

$$\text{Gjeldsgrad} = \frac{\text{Sum gjeld}}{\text{Sum egenkapital}}$$



## 2.3 Likviditet

Likviditet henger som oftest sammen med lønnsomhet og vil derfor være relevant med tanke på problemstillingen. Likviditet beskriver bedriftens betalingsevne og kjøpekraft, og tar utgangspunkt i balansen på et bestemt tidspunkt. Videre har vi valgt å ta utgangspunkt i likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2 for å analysere likviditeten til bedriften.

### 2.3.1 Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 brukes for å sette et tall på virksomhetens evne til å betale for seg. Nøkkeltallet beskriver forholdet mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld. Omløpsmidler er penger eller andre eiendeler som lett kan gjøres om til kontanter, som f.eks. varelager, kundefordringer, eller børsnoterte aksjer. Kortsiktig gjeld er gjeld som må betales tilbake innen en kortere tidsperiode, ofte et år. Det er utviklet generelle retningslinjer hvor det blant annet fremgår at likviditetsgrad 1 bør være større enn 1 (Kristoffersen, 2019).

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

### 2.3.2 Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 måler bedriftens evne til å betale kortsiktig gjeld på kort sikt. Dette nøkkeltallet baserer seg derfor på de mest likvide omløpsmidlene og justerer beregningene ved å trekke ut varelageret fra omløpsmidlene. Varelageret regnes som de minst likvide omløpsmidlene ettersom det ikke er mulig å bruke varene som betalingsmiddel før de er solgt. Mest sannsynlig kan ikke varelageret selges unna umiddelbart. I henhold til problemstillingen kan likviditetsgrad 2 bli sett på som en støtte til likviditetsgrad 1. Likevel er det relevant da Retro har betydelige midler på varelageret, og man vil dermed få et godt bilde av likviditeten i sin helhet. Likviditetskrav 2 bør helst ha en verdi større enn 1.

Likviditetsgrad 2:  $\frac{\text{Omløpsmidler} - \text{varelager}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$

### 2.3.3 Arbeidskapital

Arbeidskapital er en måleenhet som sier noe om bedriftens disponible likviditet etter at alle bokførte kortsiktige gjeldsforpliktelser er gjort opp og alle bokførte kortsiktige fordringer er krevd inn. Dette blir regnet som omløpsmidler til bedriften. Nøkkeltallet viser hvor mye kapital som er tilgjengelig på kort sikt og hva som kan benyttes til vekst for innkjøp og investeringer eller til å betale finanskostnader, vedlikehold og avdrag til banker.

Arbeidskapitalen er svært viktig for en virksomhets kortsiktige finansielle helse og dens driftseffektivitet.

Arbeidskapital (AK) = Omløpsmidler (OM) – Kortsiktig gjeld (KG)

Arbeidskapital (AK) = Langsiktig kapital (EK + LG) – Anleggsmiddel (AM)

Arbeidskapitalen vil over tid endre seg som en følge av ulike driftssituasjoner bedriften havner i. Det er ønskelig at arbeidskapitalen utgjør 10-15% av omsetningen. Positiv arbeidskapital betyr at selskapet har tilstrekkelig midler til å dekke de kortsiktige forpliktelser. Her vil selskapet ha mulighet til å innfri sine betalingsforpliktelser på kort sikt. Er derimot arbeidskapitalen negativ, betyr det at bedriftens kortsiktige forpliktelser er større enn tilgjengelige midler til å gjøre opp med. Her er det økonomisk ubalanse og selskapet vil ha problemer med å betale ned gjeld med risiko for innlevering suspensjon av betalinger. Er arbeidskapitalen lik null vil det være en farlig situasjon på grunn av at omløpsmidler er finansiert med kortsiktige lån i sin helhet. Er det en forsinkelse i betalingen, vil den ikke ha kapasitet til å oppfylle de satte betalingsforpliktelsene (Charlotte, 2022).

## 2.4. Finansiering

En lønnsomhetsanalyse vil alltid inkludere finansiering på grunn av dens effektive måte å vise hvordan selskapets kapital er anskaffet og anvendt. Finansiering kan både være kortsiktig og langsiktig. Langsiktig kapital kan være summen av egenkapital og gjeld.

### 2.4.1 Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 viser i hvilken grad anleggsmidlene til bedriften er langsiktig finansiert. Et anleggsmiddel er en eiendel som er ment for bruk og eie over et lengre tidsperspektiv, og finansieringen bør derfor være deretter.

Dersom FG1 er lavere enn 1, vil anleggsmidlene i tillegg til deler av omløpsmidlene være finansiert gjennom bruk av langsiktig kapital. Langsiktig kapital er summen av langsiktige gjeld og egenkapital.

Ligger tallet derimot over 1, vil deler av anleggsmidlene være finansiert gjennom kortsiktig finansiert gjeld. Dette vil da være en indikasjon på usunn finansiering (Finansleksikon, 2022).

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

## 2.5 Lønnsomhet

Lønnsomhet sier noe om bedriftens evne til å skape overskudd. Enkelt forklart kan man oppnå god lønnsomhet ved at man tjener mer enn man bruker, slik at man får et overskudd til å vedlikeholde bedriften/produktet samt å utvikle seg videre i takt med markedet. Inntekter og kostnader vil være sentrale begreper. For å forbedre lønnsomheten kan man blant annet øke inntektene, redusere kostnader eller en kombinasjon av disse. Lønnsomhet i seg selv består av flere måleparameter hvor vi har valgt ut flere mål på lønnsomhet for å få et godt bilde av lønnsomheten til Retro og utviklingen. Følgende nøkkeltall som vil bli presentert er; egenkapitalrentabilitet, total kapitalens rentabilitet, resultatgrad, kapitalens omløpshastighet, residual income og bruttofortjeneste.

### 2.5.1 Egenkapitalrentabilitet

Egenkapitalrentabiliteten forteller om hvor stor avkastning eierne i bedrift har på investeringene, altså hvor mye avkastning man får per investerte egenkapital-krone. Desto høyere rentabilitet eierne får på sine investeringer, desto mer lønnsom er en bedrift for dem. Eierne i bedriften vil ofte vurdere en alternativ plassering av pengene for å kunne oppnå høyere avkastning dersom egenkapitalavkastningen er lav. Forskjellen mellom egenkapitalrentabiliteten og total kapitalrentabiliteten er at egenkapitalrentabiliteten ser man bort i fra lånte midler, blant annet gjeld.

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

Gjennomsnittlig egenkapital er da summen av egenkapital IB (inngående balanse) og egenkapital UB (utgående balanse) delt på to. Egenkapitalrentabiliteten bør ligge noen prosent høyere enn total kapitalrentabiliteten, grunnet større risiko for eierne.

For å kunne vurdere om den oppnådde egenkapitalrentabiliteten er god, må man vurdere ulike momenter om hvilken avkastning man kunne fått på kapitalen ved en alternativ investering. I tillegg bør man se på hvor stor risiko som er knyttet til investering og hvilke økonomiske mål bedriften har i fremtiden (Finanseksperter, 2021).

## 2.5.2 Totalkapitalens rentabilitet

Totalkapitalens rentabilitet, også omtalt som «Return of investment» er et lønnsomhetsmål for den totale kapitalen i bedriften. Totalkapitalens rentabilitet er det hyppigste brukte resultatmålet da nøkkeltallet tar høyde for de ulike elementene som er relevante når en skal se på lønnsomhet. Ved å bruke nøkkeltallet tas det høyde for inntekter, kostnader og investeringer, som der igjen hjelper til for total kapitalrentabiliteten som et forholdstall for å sammenligne prestasjoner mellom ulike selskaper i bransjer.

Når en skal gjøre en vurdering om selskapet har en god eller dårlig total kapitalrentabilitet, er det vesentlig å vurdere resultatet man får opp mot total kapitalrentabiliteten til andre selskaper i samme bransje. Normalt vil en total kapitalrentabilitet på 10 % anses som god. En må også sammenligne total kapitalrentabiliteten til Retro for de relevante årene som en ønsker å se nærmere på.

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

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Resultat før skatt} + \text{Finanskostnader})}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

Når en skal beregne ROI kan en bruke både gjennomsnittlig total kapital og total kapital. Det foretrekkes å bruke gjennomsnittlig total kapital framfor kun total kapitalen, da dette rett og slett gir et bedre bilde av lønnsomheten (målt ved ROI). Likevel kan man se nærmere på dette ved å dekomponere ROI til resultatgrad og kapitalens omløpsmidler.

### 2.5.3 Resultatgrad

Resultatgraden, Return on Sales (ROS), er et nøkkeltall som forteller hvor mye hver krone omsatt kaster av seg av resultat (Kristoffersen, 2019). Resultatgraden er et ofte brukt mål, men bør brukes i tillegg til andre nøkkeltall knyttet til lønnsomhet da det ikke fanger opp kapitalbindingen som vil være meget relevant når en ser på lønnsomhet.

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

### 2.5.4 Kapitalens omløpshastighet

Kapitalens omløpshastighet (KO) er et mål på bedriftens driftsinntekter sett i forhold til gjennomsnittlig totalkapital. For Retro AS kan KO være nyttig for å måle hvor effektivt kapitalen som er bundet til bedriften blir utnyttet til å genere inntekter. En høy omløpshastighet tilsvarer som regel en god utnyttelse av kapitalen. Isolert sett sier ikke KO noe som helst om lønnsomhet (jfr. formel). Likevel vil KO gi svært viktige innsikter for lønnsomheten og utviklingen i denne ved å se KO i sammenheng med ROS og ROI.

Nøkkeltallet kan forbedres ved å øke driftsinntekter eller redusere totalkapitalen. Et effektivt tiltak for å redusere totalkapital kan være å minske varelager og/eller utenforstående kundefordringer.

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

### 2.5.5 Residual income (RI)

Residual income (RI) er et regnskapsbasert resultatmål. RI er et mål på avkastning utover avkastningskravet. Dette blir også omtalt som superprofitt. I personlig økonomi kan restinntekt defineres som enten inntekten mottatt etter fullført arbeidet, eller som inntekten til overs etter å ha betalt all personlig gjeld og forpliktelser.

$$RI = \text{Driftsresultat (inklusive finansinntekter)} - (\text{avkastningskrav} \times \text{investert kapital})$$

### 2.5.6 Bruttofortjeneste og bruttofortjeneste i prosent

Bruttofortjeneste er et mål som beskriver hvordan det går med selskapet og brukes ofte til å se utviklingen over tid. Innen handelsvirksomheter, slik som Retro AS, blir dette nøkkeltallet hyppig brukt, da det viser overskudd av salgsinntekter fratrukket varekostnader.

Bruttofortjeneste er forskjellen mellom salgspris og innkjøpspris, og viser dermed hvor mye man tjener på en vare (Visma, 2020). Likevel viser ikke nøkkeltallet det endelige overskuddet man sitter med etter salg, men fortjenesten man har oppnådd før alle kostnader og fradrag er tatt i betraktning (husleie, forsikringer m.m.).

Vi vil også se på bruttofortjeneste i prosent, hvor nøkkeltallet benyttes til å vise prosentvist overskudd av salgsinntekter fratrukket varekostnader.

$$\text{Bruttofortjeneste} = \text{Salgsinntekter} - \text{Varekostnader}$$

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

## 2.6 Benchmarking

Ifølge Andersen & Pettersen (1995, s.14) er benchmarking;” ... *prosessen med kontinuerlig å måle og sammenlikne sine forretningsprosesser mot tilsvarende prosesser i ledende organisasjoner for å få informasjon som kan hjelpe organisasjonen å finne og gjennomføre forbedringstiltak.* Med andre ord betyr benchmarking avviksanalysemetoder som prøver å sammenligne egen ytelse med konkurrentenes eller ytelse til andre referansepunkt, ofte kalt konkurrentanalyse.

Hva man sammenligner vil avhenge av hva som er hensikten med benchmarkingen, hvilken informasjon man har tilgjengelig i tillegg til hvor mye penger og tid som skal benyttes på gjennomføring av arbeidet. Generelt er målet å hente inn informasjon om konkurrentene. Spesifikt er målet å dykke ned i deres produkter, prosesser og tjenestetilbud. Slike analyser skal bidra til å synliggjøre egne utfordringer og forbedringsområder for å kunne styrke egen bedrift. Det finnes flere ulike typer benchmarking og brukes ulikt med tanke på hvilket selskap og hvilken type analyse man jobber med. De mest brukte er strategiske, funksjonell, prosess og intern eller ekstern benchmarking.

Ekstern benchmarking er den mest brukte, og brukes opp mot direkte rivaler med egen virksomhet. Her sammenligner man med en likeartet ekstern virksomhet gjennom å skape seg et innblikk i de økonomiske forholdene for å gå innsikt i hvordan sin egen bedrift gjør det sammenlignet med ledende konkurrenter på markedet. Dette kan gjennomføres ved å se på de offentlige regnskapstallene for de siste tre årene og analysere disse.

En mindre brukt benchmarking er funksjonell benchmarking som er sammenligning mellom funksjoner eller prosesser i ulike bransjer. En annen type er intern benchmarking som iverksettes internt i et selskap. Dette skjer når strategiene til et bestemt område i selskapet blir tatt som en referanse som fungerer godt sammenlignet med andre avdelinger. Denne brukes også sammen med ekstern benchmarking for å få en mer utfyllende og helhetlig analyse.

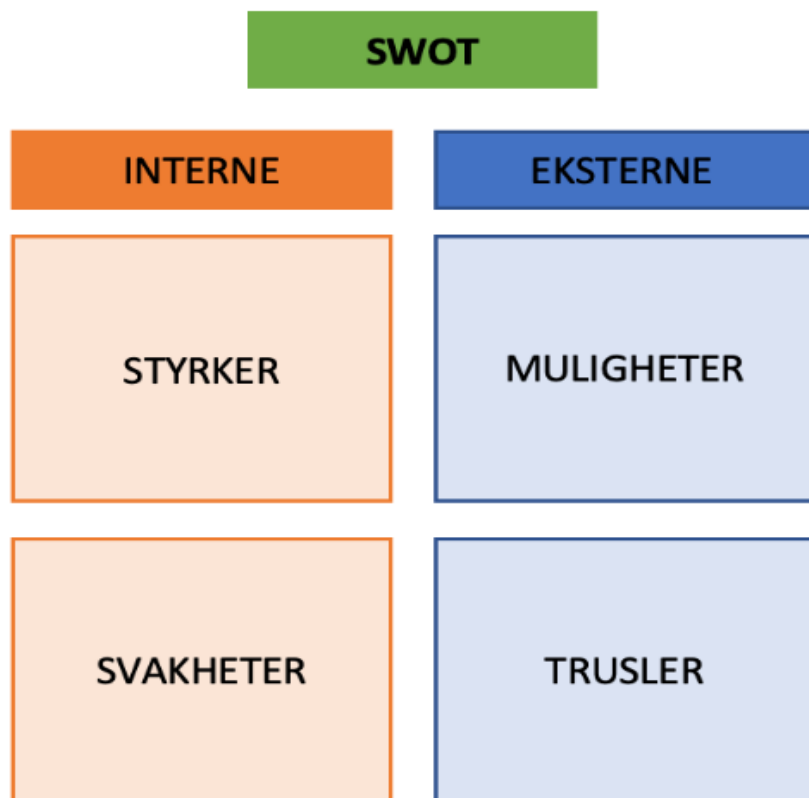


## 2.7 Strategisk analyseverktøy

Den strategiske analysen bidrar med å forklare utviklingen til bedriften og er et viktig analyseverktøy sammen med regnskapsanalysen til å svare sammen på Retro AS lønnsomhet. Den strategiske analysen forklarer mer utviklingen av bedriften gjennom strategiske valg og mål bedriften har tatt. Ved å få oversikt over interne og eksterne faktorer som er avgjørende for å nå organisasjons mål, gjennom å utarbeide klare utviklingsområde som kan sette retningslinjer for videre vekst. Analysen innebærer å se på flere sider av en organisasjon gjennom å få oversikt over utfordringer og muligheter som kan ha innvirkning på lønnsomheten til bedriften.

### 2.7.1 SWOT

SWOT er et hyppig brukt analyseverktøy til å utarbeide et helhetlig bilde av bedriftens eksterne og interne forhold. Der bedriften må sette strategiske mål ut fra indre og ytre krefter, som kan påvirke virksomheten i fremtiden, der bedriftens strategi skal være et virkemiddel for å oppnå kontroll. SWOT baserer seg på interne styrker og svakheter og eksterne muligheter og trusler (Jacobsen, 2018 s. 44)



Figur 1: SWOT-analyse (Snl,2022)

Ved å utarbeide en strategisk analyse av muligheter og trusler vil bedriften få større oversikt over markedet og konkurrentenes mål og hvordan de utvikler seg. Analyseverktøy har en ekstern analyse del på makronivå som baserer seg på PESTEL modellen. Der analysen ser på økonomiske, teknologiske, kulturelle og sosiale forholdene knyttet til muligheter i markedet. PESTEL peker på forholdene i omgivelser som kan bidra til om virksomhetens strategi vil lykkes eller ikke (Erichsen, Solberg, Stiklestad, s. 261). Den eksterne delen består også av aktørnivå som baserer seg på hvilke segment, konkurrenter, leverandører og distributører Retro må være klare over for å se på muligheter til å skape større lønnsomhet over tid. Denne type analyseverktøy omhandler Porters fem konkurransekrefter, som ser mer på mikroforhold. Der bedriften ser på hvilke egenskaper som er viktig for suksess i bransjen og ser på potensielle trusler i markedet.

Den andre delen av SWOT-analysen ser på interne faktorer knyttet til sterke og svake sider som påvirker organisasjonens evne til å nå sine mål. Ved intern analyse betrakter man virksomhetens kapasitet, produktkvalitet, kompetanse, verdiskapning, teknologi, kundetilfredshet o.l., slik at organisasjonen kan finne ut hva bedriften er gode til og hva Retro bør utvikle seg videre på for å nå sine mål. Potensielle sterke sider omhandler organisasjonens ressurser som gir muligheter til utvikling og konkurransefortrinn til videre drift. Disse ressursene kan skape en intern trygghet ved å satse på verdiskapende forhold. Svakheter i en organisasjon er mangler eller utfordringer som kan skape uro og usikkerhet i organisasjonen, som kan sette stopper for videre vekst og lønnsomhet over tid.

## 3.0 Metode

I det følgende skal vi presentere metodiske valg og prioriteringer som har blitt foretatt for å best mulig kunne svare på problemstillingen. Hensikten med forskning, og metode som sådan, er å frembringe gyldig og troverdig kunnskap om virkeligheten. Gyldighet, også kalt validitet, innebærer at det datamaterialet som samles inn faktisk svarer på den problemstillingen vi har stilt. Derimot omfatter troverdighet/reliabilitet hvorvidt undersøkelsen er til å stole på (Jacobsen, 2018).

Kapittelet vil starte med en redegjørelse for hvordan vi har gått frem for å definere problemstillingen. Videre vil vi komme med noen refleksjoner knyttet til undersøkelsesdesign og innsamling av data.

### 3.1 Problemstilling

Ved utarbeidelse av problemstilling begynte vi med å finne et område vi ønsket å sette søkelys på. Deretter fant vi et spesifikt tema og kom frem til denne konkrete problemstillingen: «*Hvordan har lønnsomheten for Retro utviklet seg i perioden 2018-2020?*» Vi har også valgt å supplere med en underproblemstilling som skal hjelpe til med å forklare utviklingen i lønnsomheten: «*hva kan være mulige årsaker til denne utviklingen?*»

En undersøkelsesprosess starter ofte med at man tilegner seg kunnskap innenfor et avgrenset tema. Deretter finner man en problemstilling, som videre vil bestemme undersøkelsesopplegg og hvilke metoder som skal brukes. Hovedsakelig skilles det mellom tre ulike dimensjoner ved analyse av problemstilling. Den er enten klar eller uklar, kausale eller deskriptiv, og om vi kan generalisere til en større populasjon eller ikke.

Vår problemstilling er klar og hovedsakelig kausal. Dette på grunn av at vi kun ser på lønnsomheten til Retro i en avgrenset tidsperiode og vil finne årsakssammenhenger. I tillegg vil det ikke være mulig å generalisere resultatet fordi problemstillingen er snevret inn til å kun gjelde en undersøkelsesenhet. De sentrale komponentene variabel, fysisk ramme og avgrensning i tid dekkes alle av problemstillingen vår. Her er variabelen lønnsomhetsutviklingen, den fysiske rammen er Retro og tidsrommet 2018-2020 er avgrensningen i tid.

## 3.2 Valg av metode og datainnsamling

Valg av undersøkelsesdesign vil ha store konsekvenser for undersøkelsens validitet (Jacobsen, 2018). Slik det fremgår i avsnittet ovenfor har vi valgt et intensivt undersøkelsesopplegg, da vi ønsker å gå i dybden uten muligheter for å generalisere resultatet. Intensive undersøkelsesdesign studerer mange variabler, men relativt få enheter. Dette gir oppgaven høy intern validitet.

Når det kommer til valg av metode, er problemstillingen styrende. På mange måter kan vi si at formuleringen av vår problemstilling samsvarer med en deduktiv metode. Dette fordi vi går fra teori til empiri og vil se på de kausale sammenhengene. Empirien blir på den måten styrt av teoretiske antakelser, der vi prøver å bekrefte en allerede oppfunnet påstand.

For å danne grunnlag for undersøkelsens reliabilitet, har vi valg innsamling av både kvalitative og kvantitative data. Tallene som er brukt i oppgaven vil være hentet ut fra proff.no. Proff er en nyttetjeneste for det norske næringsliv. Selskapets formål er å levere oppdatert dypdeinformasjon om norske bedrifter (Purehelp, 2022). Påpeker også at vi har gått gjennom hverandres beregninger for å kvalitetssikre at de riktige slutningene tas.

I tillegg har vi fått mulighet til å gjennomføre et intervju med økonomiansvarlig i virksomheten. Et individuelt intervju er en av de hyppigst benyttede metodene innenfor kvalitativ tilnærming. Denne datainnsamlingsmetoden er kjennetegnet ved at undersøker og undersøkt – heretter kalt informant – prater sammen som i en vanlig dialog.

En forutsetning for et vellykket intervju er tillit fra begge parter. Planlegging vil påvirke intervjuets kvalitet, både under selve intervjuet og det påfølgende arbeidet. I henhold til denne oppgaven har det derfor vært god dialog mellom undersøker og informant, der informant har fått muligheten til å forberede seg på forkant.

Informasjonen fra intervjuet la et grunnlag til benchmarkingen som styrker oppgavens reliabilitet og validitet. Her er også nøkkeltallene er nøye utvalgt ut for å kunne gi et godt bilde av lønnsomheten.

## 4.0 Analyse

Analysen baserer seg på nøkkeltallsanalyse, benchmarking og strategisk analyse av Retro AS i perioden 2018-2020. En periode på tre år er et minimumskrav for å kunne si noe om en økonomisk utvikling. Målet var å se på de aller nyeste tallene, men ettersom tallene fra 2021 er ikke offentlige enda er perioden satt fra 2018-2020.

Den benyttede teorien er presentert i teorikapittelet. Beregningene av nøkkeltallene er vedlagt i kapittel 6 (vedlegg).

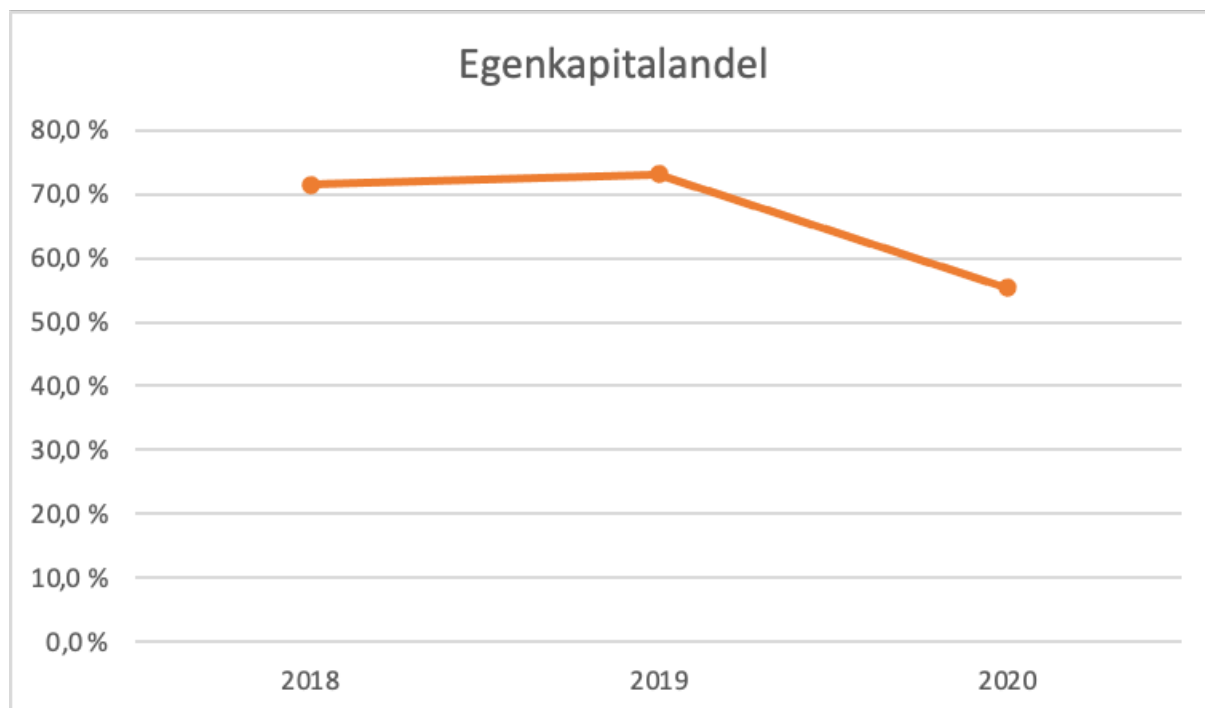
### 4.1 Nøkkeltallsanalyse

I nøkkeltallsanalysen vil vi anvende teorien for å si noe om den utviklingen av lønnsomhet til Retro AS. Vi presenterer funnene ved hjelp av linjediagram og tabeller. Tabellene er lagt til som vedlegg og vil vise hva som påvirker eventuelle endringer, mens linjediagrammet tydelig viser utviklingen fra 2018 til 2020.

## 4.1.1 Soliditet

### Egenkapitalandel

Egenkapitalandelen forteller hvor mye man kan tape før fremmedkapitalen også blir påført et tap (Kristoffersen, 2019).



Figur 2: Egenkapitalandel

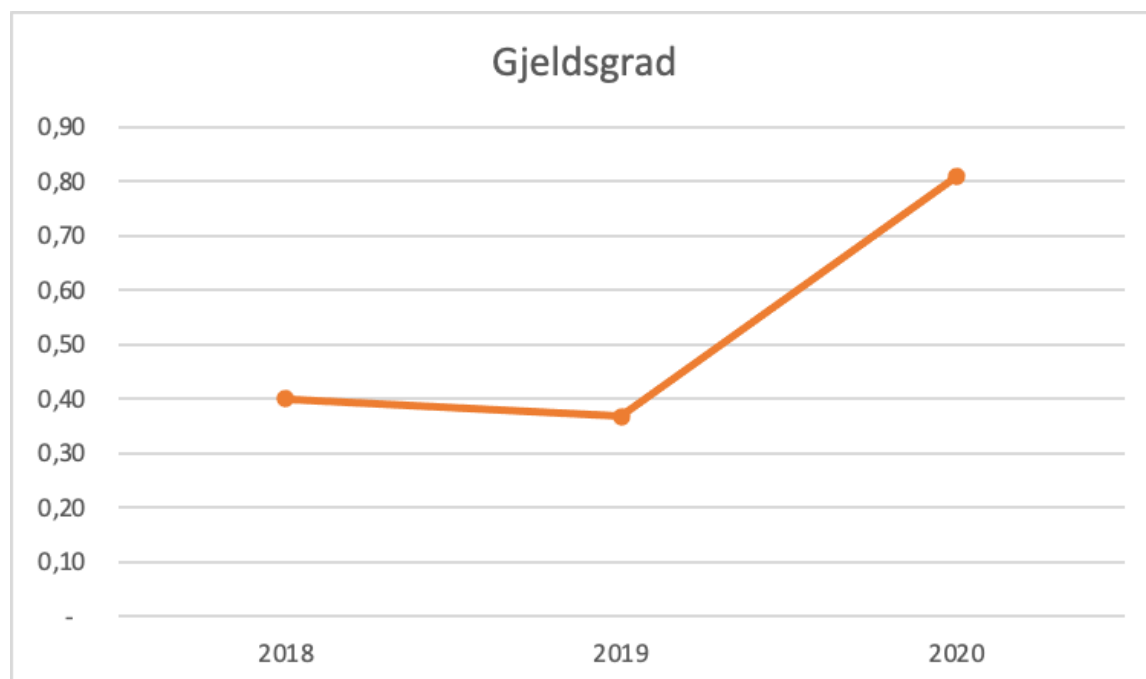
Egenkapitalandelen til Retro har vært meget høy over hele perioden, og fra 2018-2020 har den aldri vært under 50 %. Som det framgår av figuren 2 er egenkapitalandelen i 2018 og 2019 relativt lik på rundt 70 %, mens den i 2020 faller ned til 55 %.

Selv med en reduksjon i egenkapitalandel, er et nivå på 55% fortsatt svært solid.

Egenkapitalandel avhenger av bransje og risiko, men bør hovedsakelig være minst 35% (Vigmostad og Bjørke, 2015). Slik man kan se i balansen vedlagt i kapittel 6, er det totalkapitalen på hele 50 333 000 kr som utgjør den store forskjellen. En totalkapital på 15 800 000 kr mer i 2020 enn 2019, vil naturligvis ha en stor effekt. Egenkapitalen holder seg derimot relativt stabil i denne perioden, med en liten økning fra år til år.

I forhold til forventinger er ikke denne nedgangen overraskende. Dette skyldes kunnskap om en strategisk investering i 2020.

## Gjeldsgrad



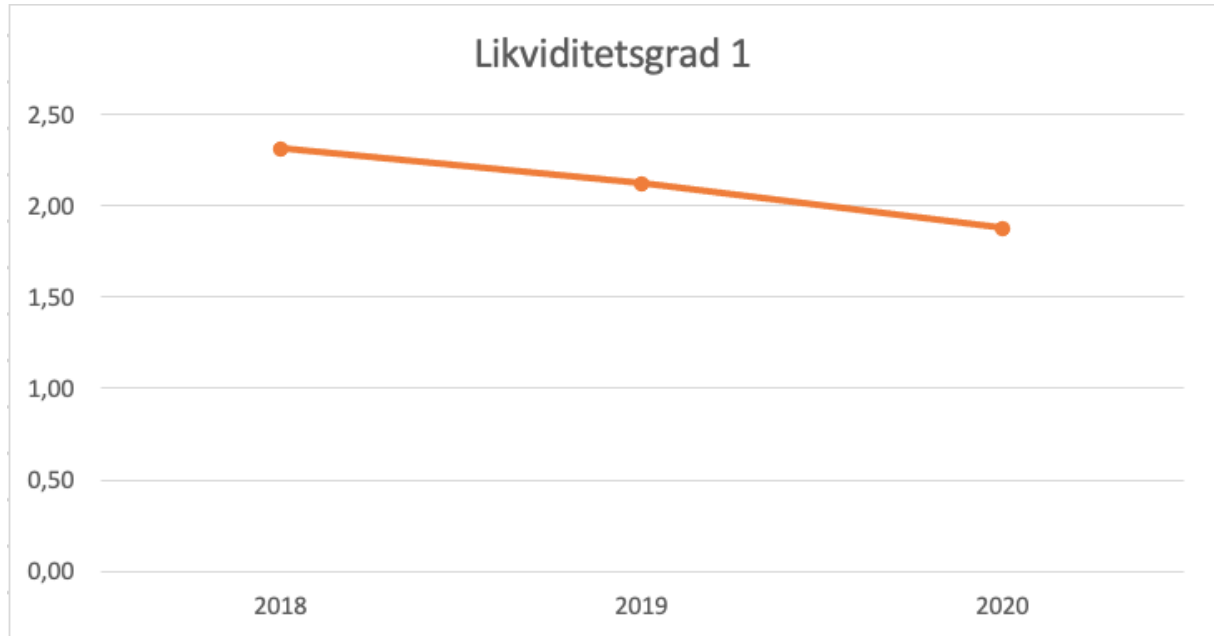
Figur 3: Gjeldsgrad

Gjeldsgraden og egenkapitalandelen henger tett sammen. Egenkapitalandelen avtar med økende gjeldsgrad (Kristoffersen, 2019). Dersom en har en gjeldsgrad på 1 betyr det at egenkapitalen og sum gjeld er like stor. Dette er også noe som kan fanges opp av analysen. Når egenkapitalen faller fra 2019 til 2020 stiger gjeldsgraden tilsvarende fra 0,37 til 0,81 samme år. Dette skyldes blant annet at Retro i perioden har investert i nye lokaler som videre har ført til økte anleggsmidler og høyere gjeld.



## 4.1.2 Likviditet

### Likviditetsgrad 1

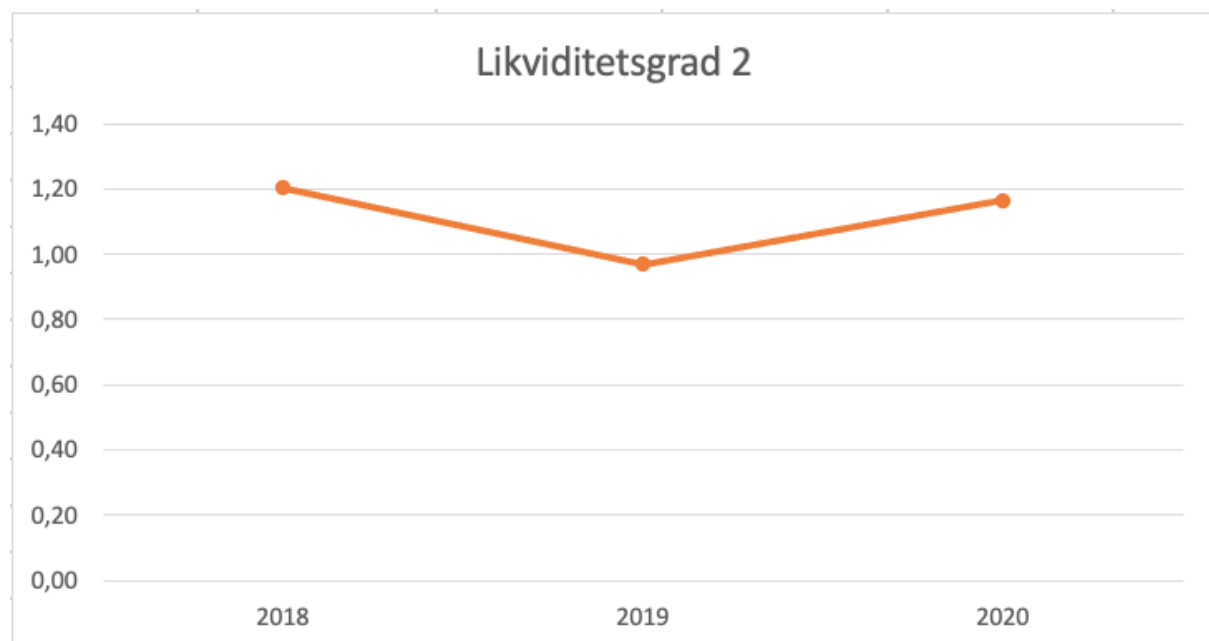


Figur 4: Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 forteller oss om forholdet mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld. Figur 4 viser at Retro har en negativ utvikling i perioden 2018-2020. Fra 2018 til 2019 var den kortsiktige gjelden nesten helt uendret. Forskjellen ligger i nedgang i omløpsmidler, noe som forteller oss at bedriften har redusert andel av eiendelene. Likviditetsgrad 1 bør ligge over 1. I både 2018 og 2019 er nøkkeltallet over 2, noe som er meget bra. Likviditetsgraden i 2020 var på 1,8. Dette er godkjent, men bedriften bør likevel jobbe for å redusere den kortsiktige gjelden.

I perioden 2019-2020 økte derimot omløpsmidlene nesten med det dobbelte. Grunnen til nedgang i denne perioden er stor økning i den kortsiktige gjelden. Faktorer som har påvirket dette kan igjen være knyttet til skifte av lokalet. Retro har økt kapasiteten og størrelsen på butikken noe som gjør at bedriften har investert mer.

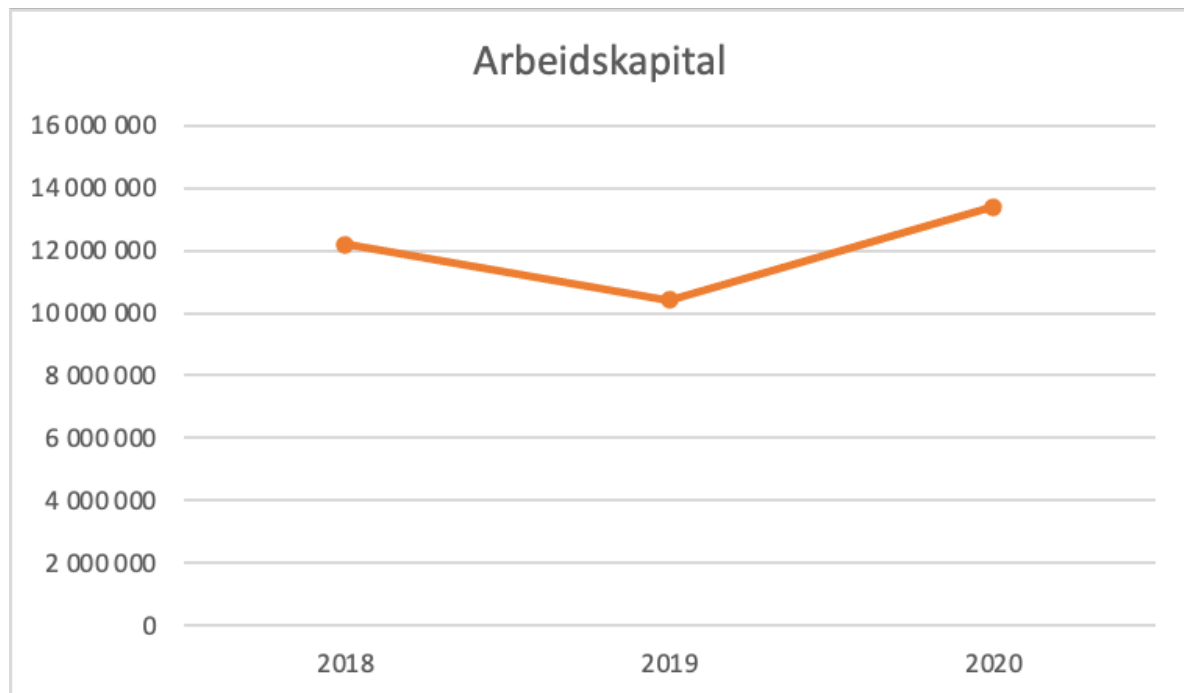
## Likviditetsgrad 2



Figur 5: Likviditetsgrad 2

For likviditetsgrad 2 er kravet at nøkkeltallet bør være over 1. Dette kan være relativt høyt i forhold til hva de fleste bedrifter klarer å opprettholde. Derimot ser vi at Retro i både 2018 og 2020 har en likviditetsgrad 2 på over 1. I 2019 var den rett under 1 (0,97), noe som på mange måter også er bra. Grunnen til nedgangen i 2019 er økning i varelager, men en nedgang i omløpsmidler. I 2020 økte derimot omløpsmidlene, men med samme størrelse som varelageret. Dette gjør at likviditeten stabiliseres tilbake til samme verdi som i 2018. Økningen av varelageret i 2019 og 2020 er ikke unaturlig i henhold til større kapasitet i det nye lokalet.

## Arbeidskapital



Figur 6: Arbeidskapital

Som nevnt i teorikapittelet angir arbeidskapital hvor mye kapital som er tilgjengelig på kort sikt. Arbeidskapitalen bør være positiv, da en negativ arbeidskapital vil indikere at likviditeten er dårlig.

I figur 6 ser vi at Retro har hatt en arbeidskapital som er positiv og dette med god margin. I 2018 var arbeidskapitalen på 12 000 000, mens den i 2019 sank til 10 000 000. Deretter økte den til 13 000 000 i 2020.

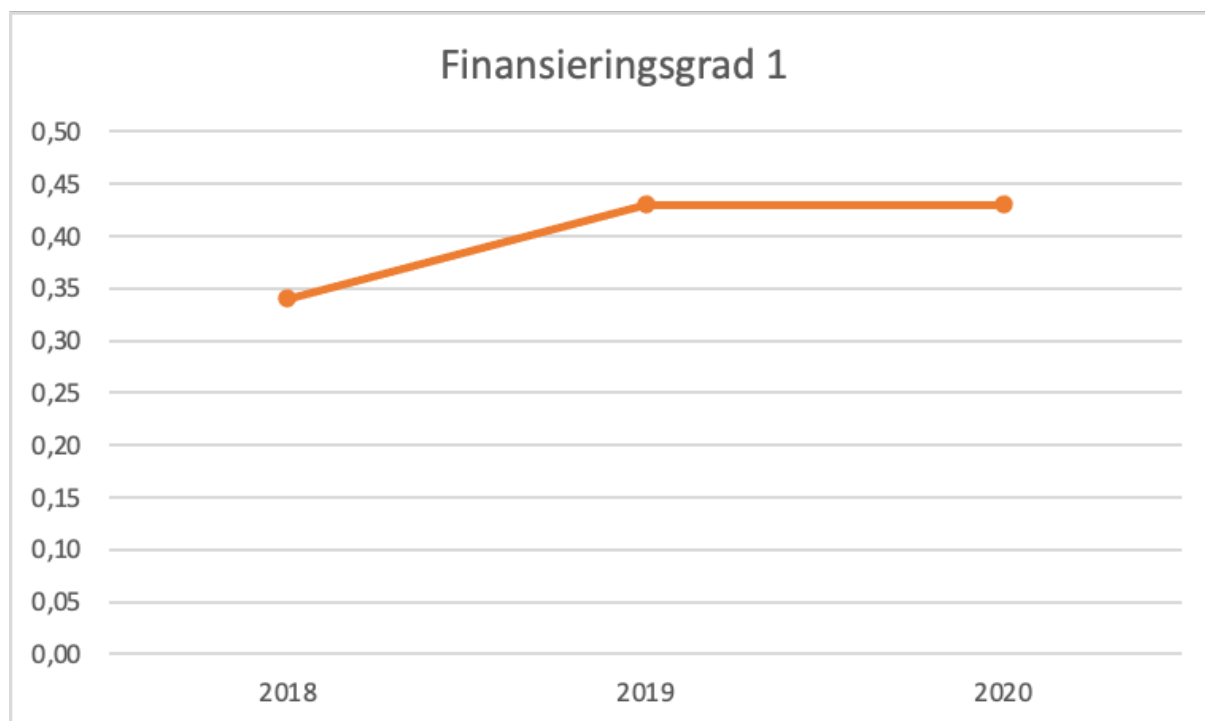
Nedgangen i 2019 samsvarer med resultatet vi fikk i likviditetsgrad 1 og knytter seg til samme årsak; en reduksjon i omløpsmidler og uendret kortsiktig gjeld.

Derimot ser vi, i forhold til likviditetsgrad 1, en økning av arbeidskapital i 2020.

Årsaken til økningen i denne perioden er at differansen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld er større enn i 2018 og 2019. Med andre ord så økte omløpsmidler mer enn kortsiktig gjeld, noe som gjør at Retro sitter igjen med høyere arbeidskapital.

### 4.1.3 Finansiering

#### Finansieringsgrad 1



Figur 7: Finansieringsgrad 1

Langsiktig kapital i bedriften bør finansiere anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene.

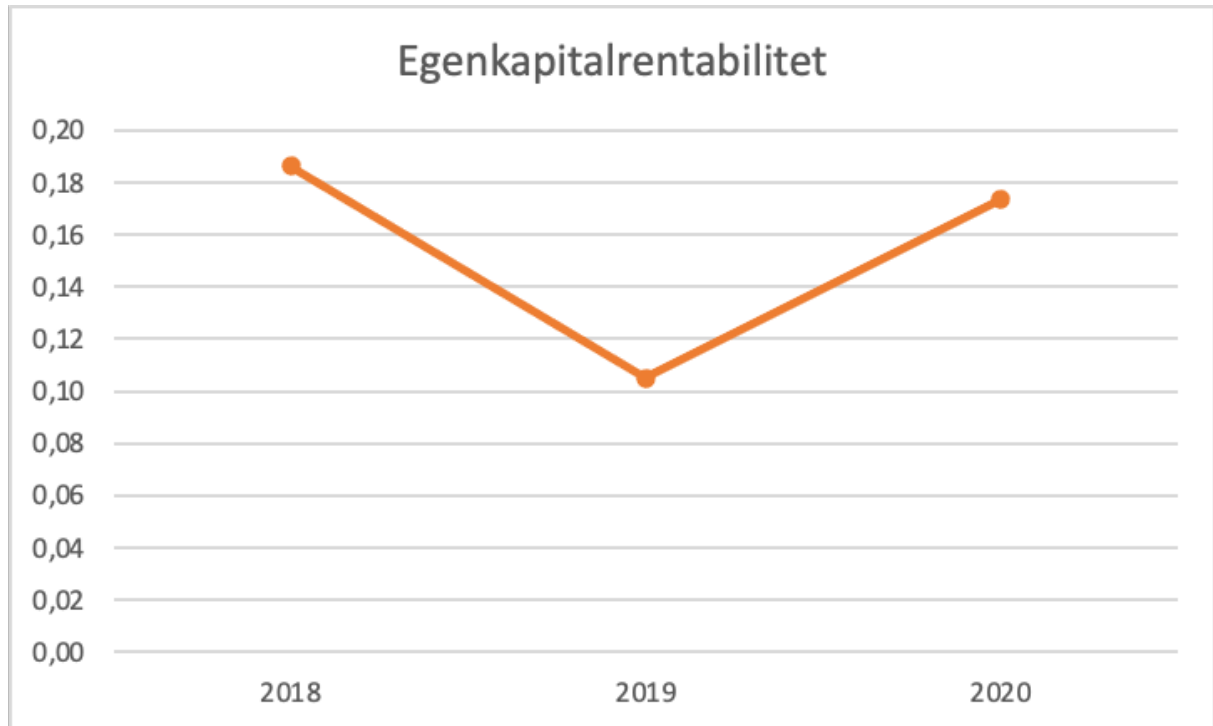
Finansieringsgrad 1 bør derfor være mindre enn 1 (Kristoffersen, 2019).

Hos Retro er finansieringsgrad 1 godt under 1. Finansieringsgraden henger også sammen med arbeidskapitalen, noe som vil bety at når arbeidskapitalen er positiv vil kravet til finansieringsgrad 1 være tilfredsstillt.

I 2018 er finansieringsgrad 1 på 0,34, og i 2019 og 2020 ligger den uendret på 0,43. Ved at graden er mindre enn 1 alle år, betyr det at langsiktig kapital finansierer anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene. Retro svarer derfor til en sunn finansieringsstruktur.

#### 4.1.4 Lønnsomhet

##### Egenkapitalrentabilitet



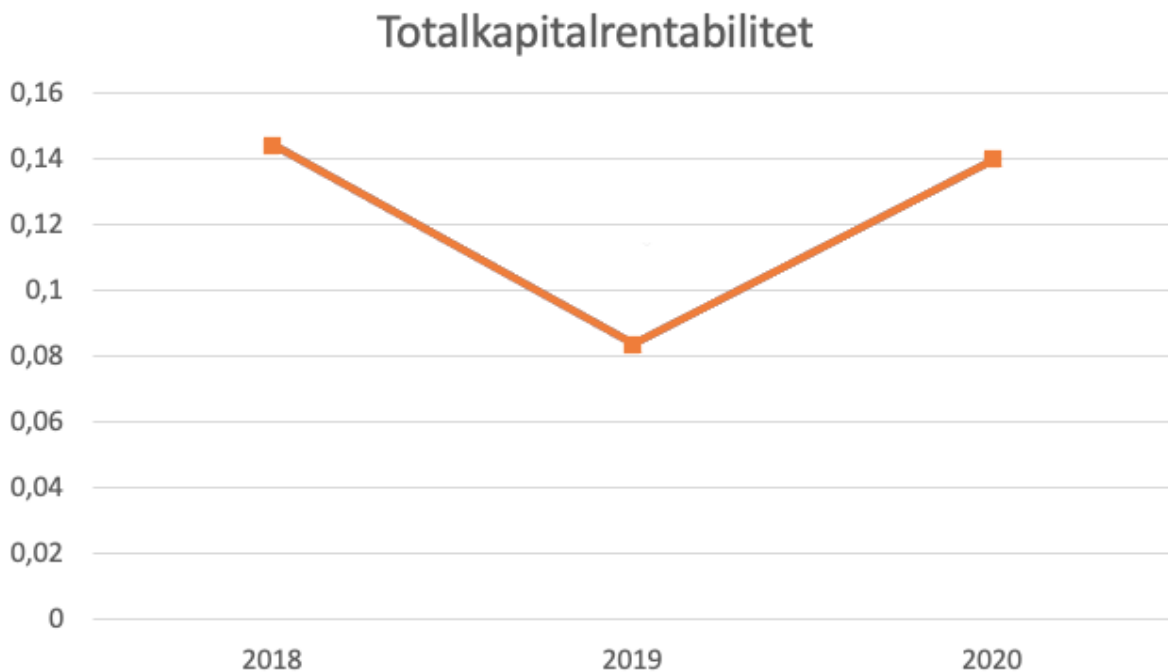
Figur 8: Egenkapitalrentabilitet

Egenkapitalrentabiliteten viser avkastningen på eierens investeringer i bedriften. Analysen av egenkapitalrentabiliteten viser en nedgang fra 2018 til 2019 på 0,09. Fra 2019 til 2020 steg den derimot igjen fra 0,10 til 0,17. Nedgangen i 2019 henger sammen med at årsresultatet samme år som også faller kraftig. Årsresultatet har stor påvirkningskraft på egenkapitalrentabiliteten i tillegg til ordinært resultat. I dette tilfellet sank det ordinære resultatet med over to millioner fra 2018 til 2019. I 2020 økte derimot det ordinære resultatet med to millioner igjen, og egenkapitalrentabiliteten kom seg nesten opp til samme tall som i 2018. Dette viser hvor stabil Retro er, og de bekrefter igjen at de bruker kapitalen deres på en god måte.

I motsetning til total Kapitalrentabilitet viser egenkapitalrentabilitet hvor stor avkastning man har hatt på egenkapitalen. Her ser vi bort i fra avkastningen på lånefinansierte midler. Bedrifter er derimot i stor grad lånefinansiert, noe som gjør at total Kapitalrentabiliteten gir et bedre bilde av bedriftens lønnsomhet. Eiere som står for egenkapitalen, bærer høyere risiko

enn långivere med pantesikkerhet. Siden risiko og forventet avkastning i teorien går som hånd i hanske, bør egenkapitalrentabiliteten være høyere enn totalrentabiliteten.

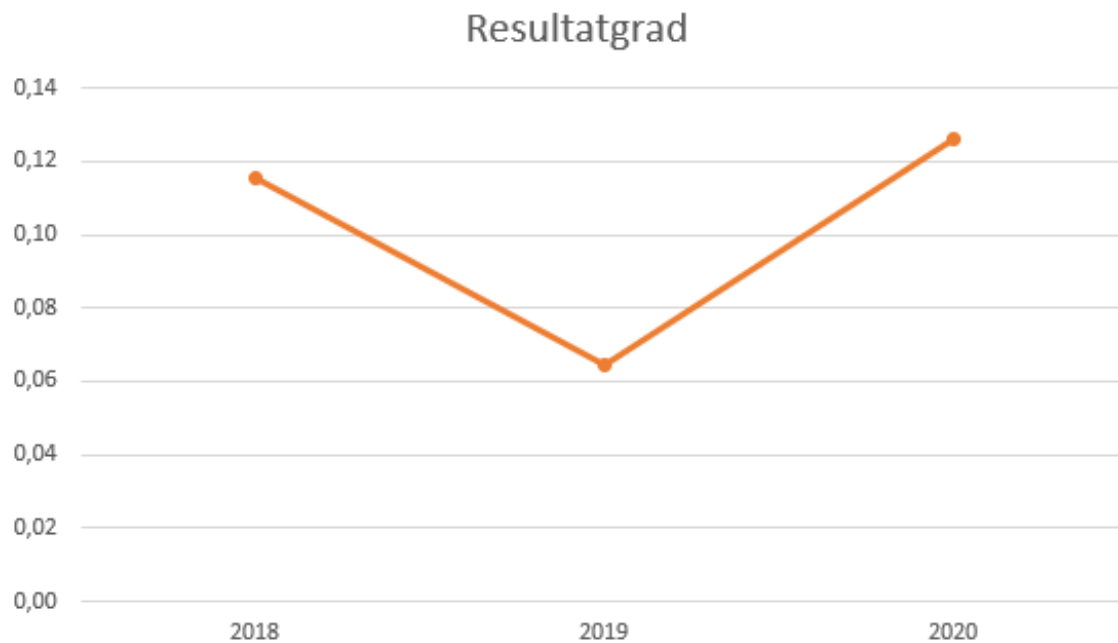
## Totalkapitalrentabilitet (ROI)



Figur 9: Totalkapitalrentabilitet

Totalkapitalrentabiliteten er et nøkkeltall som ser på bedriftens lønnsomhet. Nøkkeltallet beregner avkastningen på kapitalen som har blitt anskaffet i de ulike årene. I perioden vi har tatt utgangspunkt i er totalkapitalrentabiliteten størst i 2018. Bedriften hadde derimot en nedgang i lønnsomhet i 2019 før den i 2020 går opp igjen. ROI er et forholdstall som beskriver lønnsomheten i bedriften, og det er derfor viktig å se på hva som forårsaker nedgangen i 2019 og hva som skylder økningen igjen i 2020. Vi skal derfor dekomponere ROI for å se på om endringen er knyttet til resultatgraden eller den kapitale omløpshastigheten.

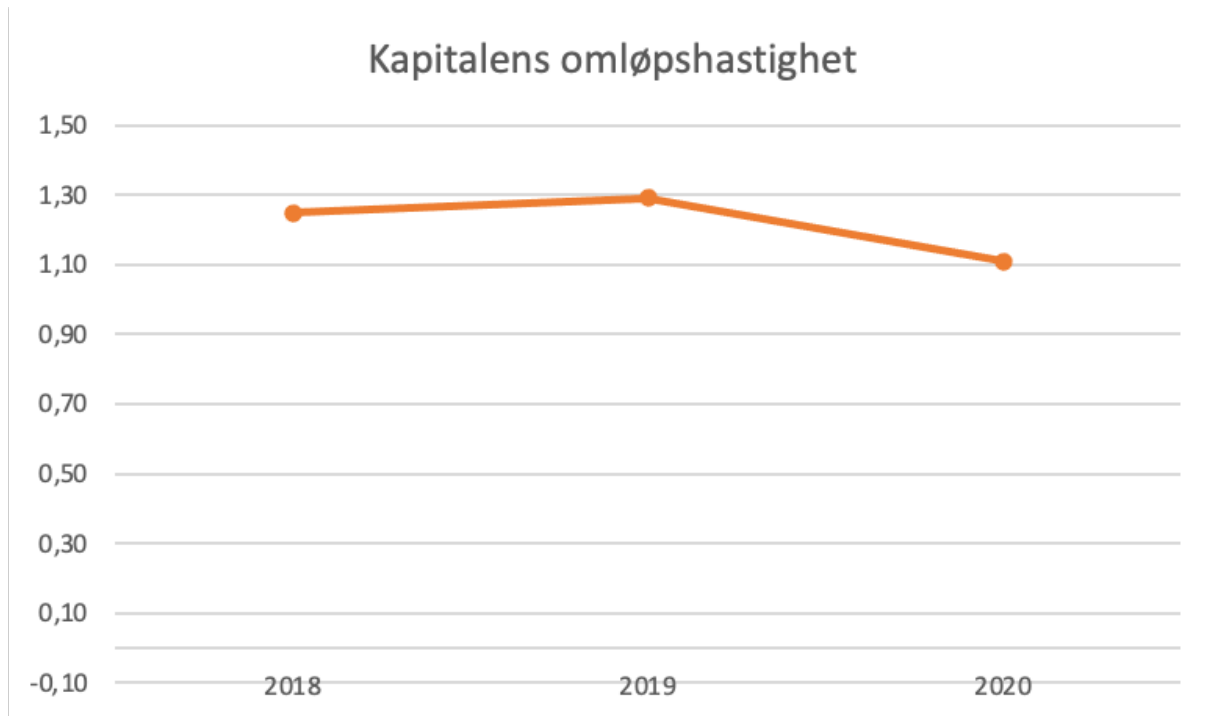
## Resultatgrad (ROS)



Figur 10: Resultatgrad

Resultatgraden (ROS) til Retro viser hvordan lønnsomheten er i forhold til den totale inntekten. Dette nøkkeltallet viser seg å være best i 2020. En handelsbedrift som Retro kan forbedre resultatgraden sin ved øke inntektene og redusere kostnadene sine. Inntektene kan de øke ved å sette opp prisen, selge flere enheter eller selge nye produkter (Kristoffersen, 2014). Kostnadene kan også reduseres ved bedre innkjøpsavtaler. Retro viser at de er en kostnadseffektiv bedrift, spesielt i årene 2020 og 2018.

## Kapitalens omløpshastighet (KO)



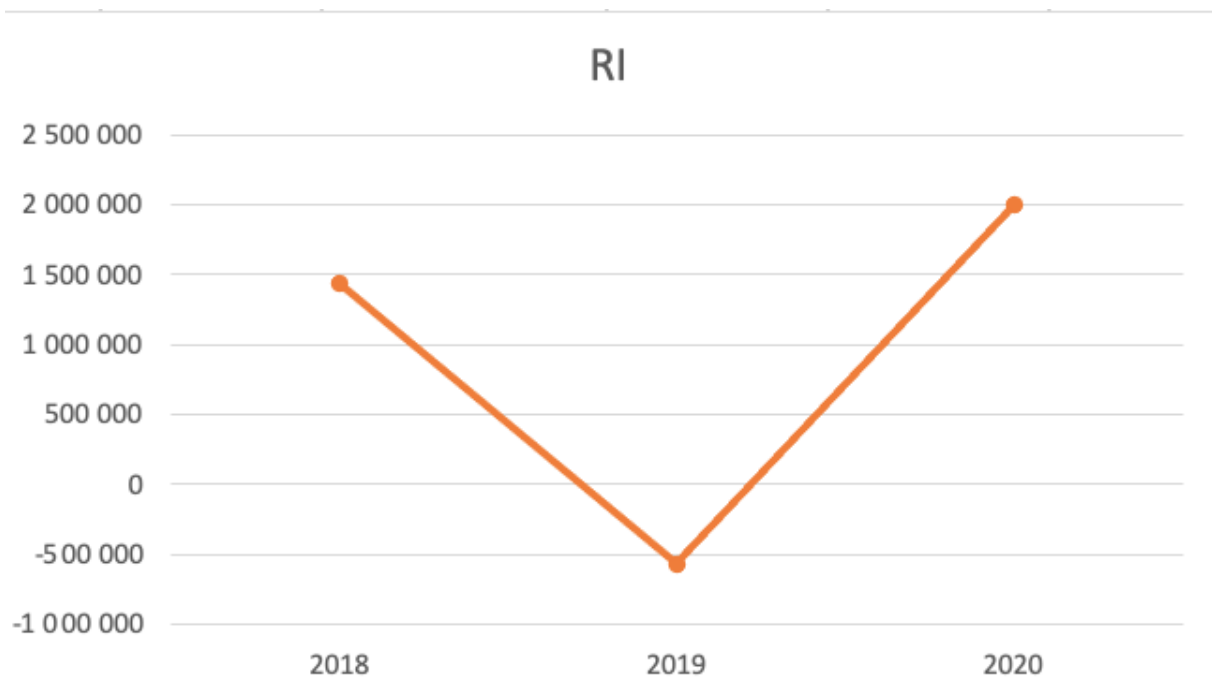
Figur 11: Kapitalens omløpshastighet

En høy verdi for kapitalens omløpshastighet viser at kapitalen i bedriften utnyttes effektivt (Kristoffersen, 2019). Når en snakker om Retro som tilhører klesbransjen vil det være vanskelig å si konkret hva et bra mål på kapitalens omløpshastighet er. For Retro har kapitalens omløpshastighet vært relativt lik i 2018 og 2019 hvor den var på 1,25 og 1,29 før den fikk et lite fall i 2020 og havnet på 1,11.

Tatt i betraktning at Retro tilhører klesbransjen klarer de å opprettholde en relativt høy omløpshastighet på kapitalen sin og unngår at varer blir liggende på lager som “død kapital”. For Retro er det også viktig å opprettholde kapitalens omløpshastighet og ikke la den synke ytterligere. Spesielt viktig er dette da de tilhører klesbransjen hvor kundepreferanser og sesonger vil være faktorer som bidrar til at det kreves en høy omløpshastighet på kapitalen.



## Residual income (RI)



Figur 12: Residual income

Residual income hadde en nedgang i 2019 og en svært god oppgang i 2020.

Vi brukte 10 % som avkastningskrav for Retro da dette er et relevant tall med tanke på deres marked (jf. teorikapittelet).

Av resultatregnskapet kan vi se en reduksjon i både driftsresultat og finansinntekter, samt en økning i totalkapitalen i 2019. Disse faktorene har stor betydning for utviklingen av RI, slik som vist i figuren. Likevel er det finansinntektene som i størst grad er årsaken til den drastiske nedgangen, da finansinntektene er 1 500 000 kr lavere enn i 2018.

I motsetning til 2019 ser vi en god økning i alle faktorene i 2020. Dog er det driftsresultatet og finansinntekten, som har en økning på henholdsvis 1 690 000 og 2 456 000 kr, som er årsaken til den positive utviklingen.

En positiv RI i 2018 og 2020 peker på at Retro skaper verdi utover avkastningskravet investorene har til den investerte kapitalen. Med andre ord skaper Retro merverdi.

## Bruttofortjeneste i kroner og prosent

År	2020	2019	2018	Δ2020	Δ2019
<b>Driftsinntekt</b>	53 910 000	42 661 000	38 630 000	1,263	1,104
<b>Varekostnad</b>	30 558 000	24 592 000	22 108 000	1,243	1,112
<b>Bruttofortjeneste</b>	23 352 000	18 069 000	16 522 000	1,292	1,094
<b>Bruttofortjeneste i %</b>	43,32	42,35	42,77	1,03 %	-1 %

Tabell 1: Bruttofortjeneste i kroner og prosent.

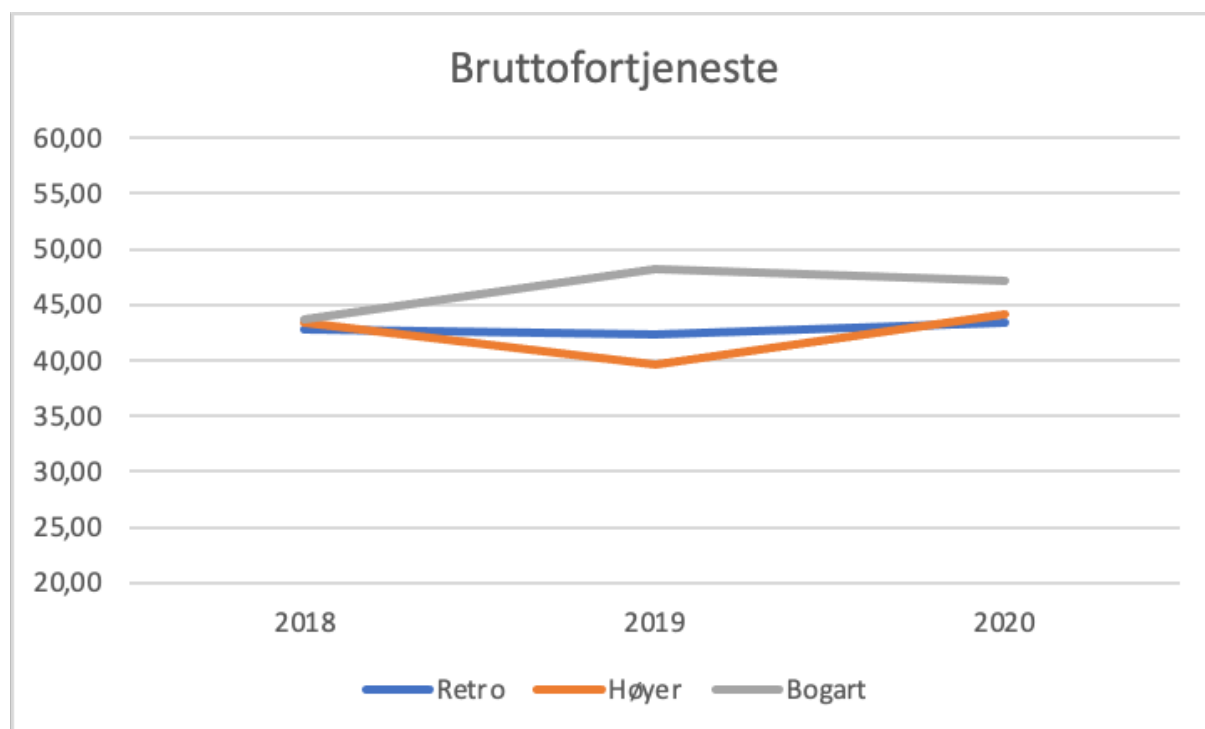
Bruttofortjenesten hadde en liten nedgang fra 2018 til 2019, før den året etter hadde en svak oppgang fra 2019 til 2020. Driftsinntektene har hatt god en økning alle tre årene, med klart sterkere oppgang fra 2019 til 2020 med over 10 millioner.

Totalt sett skyldes den lille nedgangen i bruttofortjenesten fra 2018 til 2019 at varekostnadene økte mer enn driftsinntektene. Selv om vi ser en større økning i varekostnader i 2020, blir likevel bruttofortjenesten bedre da differansen mellom driftsinntekt og varekostnad er høyere enn tidligere år. Dette er derfor ikke et tilfelle i 2019.

## 4.2 Benchmarking

Vi har i denne oppgaven valgt å benytte oss av en benchmarking av noen av nøkkeltallene for lønnsomheten mellom Retro AS, Høyer AS og Bogart AS hvor alle bedriftene oppholder seg i Trondheim, mer bestemt midt i byen. Her skal vi sammenligne lønnsomheten til bedriftene ved å ta for oss følgende nøkkeltall; bruttofortjeneste i prosent, totalkapitalrentabilitet og resultatgrad. Alle tallene fra Høyer og Bogart er hentet fra Proff.no slik som tallene fra Retro.

### 4.2.1 Bruttofortjeneste i %



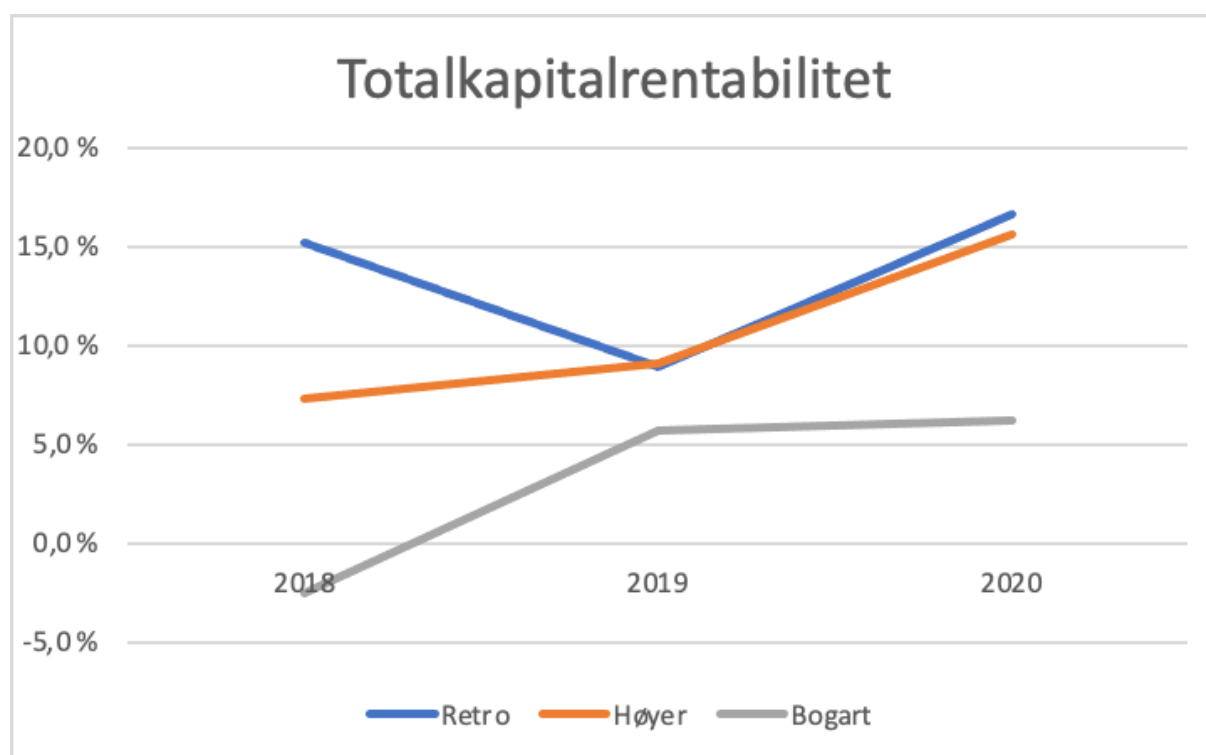
Figur 13: Bruttofortjeneste i % til Retro, Høyer og Bogart

	2018	2019	2020
<b>Retro</b>	42,77 %	42,35 %	43,32 %
<b>Høyer</b>	43,40 %	39,62 %	44,14 %
<b>Bogart</b>	43,66 %	48,21 %	47,08 %

Tabell 2: Bruttofortegnelse i prosent til Retro, Høyer og Bogart

Her kan vi se at Bogart holder seg noen prosentpoeng over Retro og Høyer gjennom hele perioden. Vi ser samtidig ut fra grafene at det ikke har vært særlig til variasjon i perioden, noe som gjelder for alle de tre bedriftene. Alle bedriftene avslutter perioden bedre enn startet, men i 2019 ser man tydelig at Bogart skiller seg ut. Retro har hatt en marginal økning på 0,5 prosentpoeng i perioden, mens Høyer hadde en nedgang i 2019. En mulig forklaring på disse tallene kan være at Bogart har en bedre relasjon til leverandørene sine, og får dermed lavere priser som sikrer lavere varekostnad. Dette kan ha noe med at Bogart kom på markedet før både Retro og Høyer.

#### 4.2.2 Totalkapitalrentabilitet



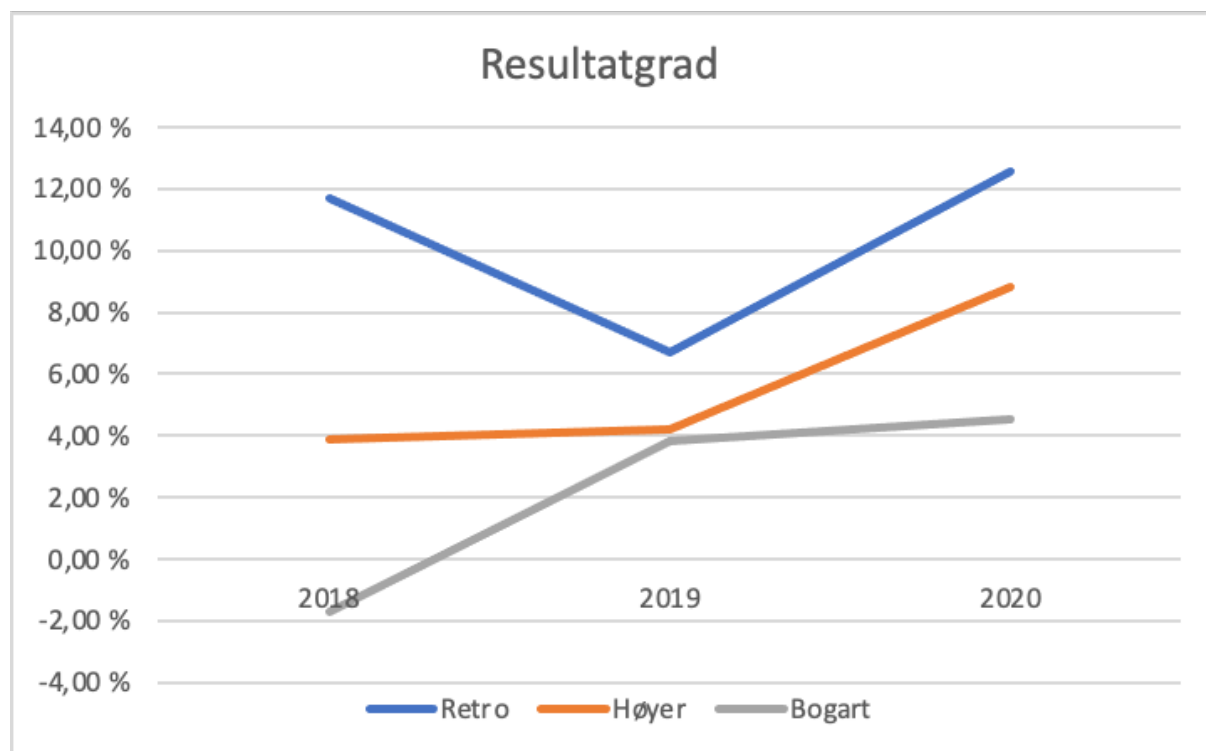
Figur 14: Totalkapitalrentabiliteten til Retro, Høyer og Bogart

	2018	2019	2020
<b>Retro</b>	15,2 %	8,9 %	16,6 %
<b>Høyer</b>	7,3 %	9,1 %	15,6 %
<b>Bogart</b>	-2,5 %	5,7 %	6,2 %

Tabell 3: Totalkapitalrentabilitet til Retro, Høyer og Bogart

Totalkapitalrentabiliteten for Retro, Høyer og Bogart sammenfaller i noen grad i perioden, spesielt de to førstnevnte bedriftene følger hverandre tett fra 2019-2020. Dette nøkkeltallet gir oss en klar indikasjon på hvilken av de tre bedriftene er mest lønnsom. Vi ser at Retro og Høyer til enhver tid er mer lønnsom enn Bogart. Høyer opplevde imidlertid en sterk oppgang i perioden, mens Retro gikk brått ned i 2019. Dette skyldes hovedsakelig en nedgang i finansinntekter for Retro og driftsinntekter for Høyer. I 2020 gjorde både Retro og Høyer helt tydelig tiltak som fikk driftsresultatet til å øke betraktelig, og sikret igjen en høy ROI. Vi bemerker oss her at Bogart har størst i 2019, det i året hvor Retro opplevde sitt dårligste år.

#### 4.2.3 Resultatgrad



Figur 15: Resultatgrad til Retro, Høyer og Bogart

	2018	2019	2020
<b>Retro</b>	11,67 %	6,69 %	12,59 %
<b>Høyer</b>	3,86 %	4,21 %	8,81 %
<b>Bogart</b>	-1,70 %	3,81 %	4,52 %

Tabell 4: Resultatgrad til Retro, Høyer og Bogart

I motsetning til Retro, har Høyer og Bogart en oppgang i 2019, mens alle har hatt stigning i 2020. Nedgangen skyldes finansinntektene som kun var halvparten fra 2018 i 2019. Retro og Høyer har doblet økningen sin, dette på grunn av økningen i både driftsinntekter og finansinntekter.

Her ser vi den samme tendensen som vi så under total kapitalrentabiliteten. Det dårligste året for Retro er 2019, der de igjen har en nedgang med 5 prosentpoeng i resultatgraden. Dette er året hadde Bogart en liten opptur. Retro får resultatgraden opp igjen i 2020 der de klarer å nesten doble driftsresultatet sitt. Dette er en god prestasjon som Bogart kunne hatt nytte av å lære av, da deres resultatgrad kun går opp med 0,7% og generelt ligger på et svært lavt nivå. For Høyer sin del så har de klatret og jobbet seg opp i ryggen på Retro. Den endelige utviklingen i perioden har vært positiv for alle de tre virksomhetene. Økningen og nedgangen har imidlertid vært marginal.

Ved å benchmarke med Høyer og Bogart har vi fått muligheten til å få et bedre innblikk i lønnsomheten til Retro sammenlignet med konkurrentene. Isolert sett gir ikke nøkkeltallene noe svar på hvordan Retro gjør det mot konkurrentene. Når vi derimot sammenligner nøkkeltall for flere bedrifter i samme bransje, genererer nøkkeltallene sammen en bredere og bedre beskrivelse av utviklingen for Retro. Ved å sammenligne med Høyer og Bogart ser vi at disse kjedene jevnt over har prestert bedre og bedre når det kommer til lønnsomhet. Retro har likevel en noe bedre avkastning på total kapitalen enn Høyer og Bogart. Retro er den som viser best lønnsomhet i perioden. Høyer viser en sterk utvikling, mens Bogart er kjeden som er noe bak og jobber seg opp til de to andre konkurrentene.

### 4.3 Strategisk analyse

I dette delkapitlet presenteres en SWOT-analyse av Retro AS. Analysen inkluderer styrker og svakheter internt, samt trusler og muligheter eksternt. Momentene som fremkommer i analysen, er i hovedsak innhentet i dialog med økonomiansvarlig i bedriften. Modellen under viser et sammendrag av de viktigste aspektene. En videre utdyping vil senere bli presentert.

<p style="text-align: center;"><b>Styrker</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Herre- og dameavdeling</li><li>- Følger trender aktivt</li><li>- Bruken av ansatte</li><li>- Desentralisert organisasjonsstruktur</li><li>- Godt renommé</li><li>- Skreddersydde løsninger</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Svakhet</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Utskifting av varelager</li><li>- Tid og kostnad knyttet til trender</li><li>- Høye priser</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>Muligheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Fokus på nettbutikk</li><li>- Omnikanal</li><li>- Investeringer</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Trusler</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Økt konkurranse</li><li>- Netthandel</li><li>- Distribusjon</li><li>- Tollgrenser</li><li>- Lovendringer</li><li>- Politiske reguleringer</li></ul>

Figur 16: SWOT-analyse av Retro

### 4.3.1 Interne styrker (Strenghts)

Siden 1986 har Retro solgt klær til moteinteresserte og nysgjerrige nordmenn med sans for kvalitet. De fremstår som en bedrift med høy kvalitet og er en av klesbutikkene i Trondheim som assosieres med status og eksklusivitet. Retro tilbyr klær og tilbehør til både damer og herrer, noe som blir sett på som en styrke for bedriften. Ved at de har størst omsetning på herreavdelingen, gjør at de skiller seg ut fra majoriteten av klesbutikker i Norge. Retro følger trender aktivt, og mener selv de er mer opptatt av dette enn hvilke merker de selger.

Økonomiansvarlig i Retro gir også uttrykk for at kunder ikke kjøper et merke hvis de ikke lager motemessige klær.

Et slikt fokus henger sammen med en annen intern styrke Retro har, nettopp bruken av deres ansatte. Fordelt på de ulike avdelingene har de mange ansatte i ulike alder. Etersom de yngre ofte er mer oppdatert på trendenes utvikling, ønsker ledelsen å gi større ansvar til de. Med andre ord har de en desentralisert organisasjonsstruktur, der de ansatte både har stor innvirkning på beslutninger og sitter med pengene til bedriften. Dette skaper motiverte ansatte og et ønske om å bli værende i bedriften.

Hos Retro blir kundene satt i fokus, og med et godt renommé ser man tydelig at bedriften både beholder faste kunder og stadig tiltrekker seg nye. Konseptet er justert i forhold til beliggenhet på avdelingene, noe som er enda en styrke for bedriften. Hver avdeling har egen innkjøpsansvarlig, som selv analyserer, kjøper inn og finner skreddersydde løsninger til kundene. Alt dette bidrar til en sterk posisjon i markedet.



### 4.3.2 Interne svakheter (Weaknesses)

Retros fokus på trender bidrar til at varelageret raskere byttes ut sammenlignet med andre konkurrenter. Dette kan være en svakhet, da ikke alle kunder er like opptatt av å følge det som er populært. Ofte viser det seg at enkelte kjøper plagg en selv synes er fint og som er behagelig å gå med. Retro kan dermed miste kunder hvis trendene forandrer seg og ulike type plagg går ut av deres beholdningslager. I og med at Retros leverandører har egne butikker eller er leverandører til andre bedrifter, vil det si at kunder kan oppsøke andre konkurrenter for å få kjøpe det de har lyst på.

En annen svakhet kan også være tiden og kostnaden knyttet til å følge med på trender. Sammenlignet med andre konkurrenter bruker Retro mye tid på å holde seg oppdatert på de nyeste trendene. Ofte bestiller innkjøpsansvarlig inn klær et halvt år før de kommer i butikk, noe som innebærer gode analyser om moten fremover. Inspirasjon blir som regel hentet fra land som ligger foran Norge trendmessig. Dette kan for eksempel være USA, Frankrike, England og Danmark (København).

På mange måter er det positivt for Retro å ha et sterkt fokus på kvalitet og mote. Likevel medfører det også høye priser på varene, som for mange gjør at det blir uaktuelt å handle der. Potensielle kunder vil på denne måten gå tapt, men dette er dog en svakhet Retro har tatt høyde for.

### 4.3.3 Eksterne muligheter (Opportunities)

I dagens digitale samfunn blir netthandel ansett som viktig for bedrifter, og her har Retro et stort potensial for videre utvikling. I løpet av tidsperioden 2018-2020 har de satset mye på netthandel og satt seg flere mål de ønsker å nå. I første omgang har mulighetene basert seg på å skape en Omnikanal, der kommunikasjonen og brukeropplevelsen er helhetlig. Digital markedsføring blir på den måten også viktig for å nå ut til et større publikum. Per dags dato har Retro hele 48 200 følgere på sin Instagram profil. Dette viser at de i perioden 2018-2020 har vært aktive på denne fronten, men at de samtidig jobber med å bli enda bedre.

Andre eksterne muligheter handler om investeringer. Basert på oppgavens tidsrom kan man si at Retro så en stor mulighet ved å investere i Mathesongården, dvs. det nye lokalet i Olav Tryggvasons gate. Dette ble nøye vurdert og har vært et ønske for Retro over lengre tid. Fordelene ved dette lokalet er først og fremst beliggenheten. Lokalet ligger midt i hjertet av sentrum, og er svært synlig. Dette gjør at Retro tiltrekker seg flere enn sine faste kunder. Bakgrunnen for investeringen var mye på grunn av at de trengte mer plass til dameavdelingen. Forventingene knyttet til flyttingen var en økning i omsetning på 20% i herreavdelingen og 80% i dameavdelingen. Ser man på tallene fra 2020 ser man at dameavdelingen økte med 85% og herreavdelingen 35%. Dette viser at de har fått betalt for investeringen og gir gode muligheter for videre vekst. Selv om oppgaven ikke tar for seg året 2021, kunne økonomiansvarlig fortelle oss at de hadde en økning på 23 millioner dette året. En slik utvikling gir selvfølgelig mersmak, og flere investeringer i fremtiden er aktuelt. En langsiktig plan dreier seg om å starte opp i Oslo i løpet av et 5-10 års perspektiv. Likevel blir det nevnt at konkurransen i Oslo er hard, og ettersom Retro ikke vil tilhøre et senter blir lokalet og beliggenheten svært viktig.

#### 4.3.4 Eksterne trusler (Threats)

I likhet med i dag var økt konkurranse fra andre klesbedrifter en trussel i perioden 2018-2020. Bogart, Høyer og Kleins blir nevnt som noen av de største konkurrentene, basert på kundesegment, produkter og beliggenhet. Disse konkurrentene har også hatt en fordel ved at de er såpass kjente andre steder i landet, og kan tiltrekke seg både turister og andre kunder.

Ser vi derimot på tiden fremover vil økt netthandel være en stor trussel for de fysiske butikkene til Retro. Ifølge statistisk sentralbyrå er bruken av netthandel større enn noen gang. Mye av grunnen til dette kan skyldes covid-19 og endringer i vaner. I en undersøkelse gjennomført av Bring oppga 3 av 10 respondenter at de har endret handlevanene sine på nett som følge av pandemien. De svarte blant annet at de har kjøpt mer på nett, og at de har handlet i nye varekategorier. En økning i netthandel vil bety at tilbudet etter varer blir større, og det kan være lettere for kunder å handle til rabattert pris. Dette kan være svært uheldig for Retro, da de ofte ikke har muligheter til å justere prisene i like stor grad.

Distribusjon kan også bli sett på som en annen trussel for Retro. Etersom de ikke produserer sine varer selv, er de avhengige av flere andre eksterne faktorer. Først og fremst må de opprettholde god kontakt med leverandører. Her er det leverandørene som har høy forhandlingskraft, da de har flere bedrifter å velge mellom og ikke er like avhengig av Retro. Samtidig er det trusler knyttet til lovendringer, tollgrenser og andre politiske reguleringer. Dette er noe Retro selv ikke kan styre, men som likevel kan utgjøre en stor forskjell. Pandemien er et godt eksempel på hvordan eksterne faktorer påvirker bedrifter og hvor viktig globalisering er i dagens samfunn.

## 5.0 Konklusjon

I denne oppgaven har vi benyttet oss av en regnskapsanalyse og en strategisk analyse for å svare på problemstillingen “Hvordan har lønnsomheten til Retro AS Trondheim utviklet seg i perioden 2018 til 2020, og hva kan være mulige årsaker til denne utviklingen?”. Vi vil i følgende kapittel legge frem vårt svar på problemstillingen.

Basert på nøkkeltallanalysen har vi observert at soliditeten og finansieringen til Retro var stabil og god i perioden 2018-2019. Den største endringen lå i 2020, noe som samsvarer med våre forventninger i forkant av analysen. Med bakgrunn i bytting av lokalet dette året er utviklingen forståelig.

Lønnsomheten i perioden 2018-2020 var positiv, men ROI gikk ned fra 2018 til 2019. Etersom dette var før bytte av lokalet, var det interessant å studere årsaken til denne nedgangen. I stor grad kan vi konkludere med at det dreide seg om driftsresultat, ordinært resultat og finansinntekter. I 2020 stabiliseres lønnsomheten i forhold til forrige periode. Dette skyldes en positiv økning i faktorene som er nevnt.

Alt i alt viser det seg at investeringen var et strategisk godt valg av Retro. Allerede i 2020 har Retro fått betalt for investeringen i form av økning i omsetning og ikke minst bedre lønnsomhet basert på ROI. Dette gir mersmak og muligheter for andre investeringer i fremtiden. Retro har et godt renommé, en stor herreavdeling, en desentralisert organisasjonsstruktur og følger trender aktivt. Dette er interne styrker som gir Retro viktige konkurransefortrinn i markedet. Trusler er derimot økt konkurranse og netthandel, men med mer fokus på nettbutikk og opprettholdelse av sine interne styrker kan Retro fortsette den positive utviklingen i årene som kommer.

I perioden 2018-2020 viser Retro til positiv økonomisk utvikling, med bedre lønnsomhet enn sine konkurrenter. Med en jevn økning av både driftsinntekter, anleggsmidler og eiendeler ser man at Retro er sterk bedrift på sitt marked og har god lønnsomhet.

## 6.0 Referanseliste

B. Andersen og P-G. Pettersen (December 31, 1995), *Benchmarking Handbook* (1995<sup>th</sup> edition), Chapman & Hall

Bring (2020, 25.06), *Slik har koronapandemien påvirket handlevaner*, [Slik har koronapandemien påvirket netthandelen - bring.no](#), hentet, 11.04.2022

Charlotte (2022), *Hva er arbeidskapital?* Finanssenteret, <https://www.finanssenteret.as/hva-er-arbeidskapital-arbeidskapitalkonsept/>, hentet 04.02.2022

Conta (n.d), *Hva er bruttofortjeneste*, [Hva er bruttofortjeneste | Conta.no](#), hentet 26.01.2022

Erichsen, Solberg og Stiklestad (2018), *Ledelse i mellomstore virksomheter* (2.utg.), Fagbokforlaget

Fiken (n.d), *Hva er likviditetsgrad*, [Hva er likviditetsgrad - Fiken forklarer](#), hentet 26.01.2022

Finanseksperter (2021), *Egenkapitalrentabilitet*, [Egenkapitalrentabilitet | Finanseksperter.no](#), hentet 29.01.2022

Finansleksikon (2021), *Bruttofortjeneste i prosent*, [Bruttofortjeneste i prosent - Finansleksikon](#), hentet 26.01.2022

Finansleksikon (2021), *Resultatgrad*, [Resultatgrad - Finansleksikon](#), hentet 31.01.2022

Finanssenteret (2022, *Benchmarking*, [Benchmarking - Finanssenteret](#) , hentet 10.02.22

Jacobsen, T. (2018), *Hvordan organisasjoner fungerer*, Fagbokforlaget

Kristoffersen T. (2019), *Årsregnskapet* (6.utg.), Fagbokforlaget

Purehelp (2022), *Firmapresentasjon*, [Proff AS - 918298037 - Firmapresentasjon \(purehelp.no\)](#), hentet 09.02.2022

Store norske leksikon (2020), *SWOT-analyse*, <https://snl.no/SWOT-analyse> ,Hentet 10.02.22

Trageton, S. (n.d), *Regnskapsanalyse*, [NDLA](#), hentet 31.01.2022

Tripletex (n.d), *Hva er likviditetsgrad 2?*, [Hva er likviditetsgrad 2? - Regnskapsspråket - Tripletex.no](#), hentet 26.01.2022.

Visma (2020), *Egenkapitalandel*, [Egenkapitalandel \(visma.net\)](#), hentet 30.01.2022

Visma (2020), *Hva er soliditet*, [Hva er soliditet? - Visma](#), hentet 30.01.2022

Vigmostad A. og Bjørke A (2015), *Finansiering*, Fagbokforlaget, [6.3 Finansiering \(portfolio.no\)](#), hentet 15.04.2022

## 7.0 Vedlegg

<b>RESULTATREGNSKAP</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Salgsinntekter	38 630 000	42 661 000	53 910 000
Annen driftsinntekter	1 920 000	1 920 000	1 965 000
<b>Sum driftsinntekter</b>	<b>40 550 000</b>	<b>44 581 000</b>	<b>55 875 000</b>
Varekostnad	22 108 000	24 492 000	30 558 000
Lønnskostnader	10 465 000	11 463 000	13 236 000
Herav kun lønn	8 743 000	9 517 000	11 281 000
Ordinære avskrivninger	135 999	120 000	142 000
Annen driftskostnader			
<b>Sum driftsresultat</b>	<b>1 656 000</b>	<b>1 356 000</b>	<b>3 046 000</b>
Sum annen renteinntekt	47 000	98 000	91 000
Sum annen finansinntekt	3 030 000	1 530 000	3 893 000
Sum finansinntekter	3 077 000	1 628 000	3 986 000
Sum annen rentkostnad	2 000	4 000	65 000
Sum annen finanskostnad	1 000	2 000	1 000
Finanskostnader	3 000	6 000	1 518 000
Resultat før skatt	4 730 000	2 978 000	5 514 000
Sum skatt	405 000	329 000	690 000
<b>Ordinært resultat</b>	<b>4 325 000</b>	<b>2 649 000</b>	<b>4 824 000</b>
<b>Årsresultat</b>	<b>4 325 000</b>	<b>2 649 000</b>	<b>4 824 000</b>
Ordinært utbytte	2 250 000	630 000	2 250 000

<b>Sum utbytte</b>	<b>2 250 000</b>	<b>630 000</b>	<b>2 250 000</b>
Konsernbidrag	0	975 000	2 126 000

<b>BALANSEREGNSKAP</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Sum immaterielle midler</b>	63 000	61 000	29 000
<b>Sum anleggsmidler</b>	11 053 000	14 843 000	21 665 000
Driftsløsøre/inventar/verktøy/ biler	295 000	175 000	603 000
Sum varige driftsmidler	295 000	175 000	603 000
Aksjer/investeringer i datterselskap	10 606 000	11 581 000	12 255 000
Investeringer i aksjer og andeler	20 000	20 000	20 000
Andre fordringer	69 000	55 000	7 758 000
Sum finansielle anleggsmidler	10 695 000	14 607 000	21 033 000
Sum varelager	10 300 000	10 708 000	10 877 000
Kundefordringer	112 000	46 000	131 000
Konsernfordringer	5 072 000	2 127 000	5 754 000
Sum fordringer	5 072 000	2 127 000	5 754 000
Kasse/bank/post	5 741 000	6 572 000	11 100 000
<b>Sum kasse/bank/post</b>	<b>5 741 000</b>	<b>6 572 000</b>	<b>11 100 000</b>

<b>Sum omløpsmidler</b>	21 454 000	19 690 000	28 667 000
<b>Sum eiendeler</b>	32 507 000	34 533 000	50 333 000
Aksjer/selskapskapital	6 750 000	6 750 000	6 750 000
Sum innskutt egenkapital	6 075 000	6 075 000	6 075 000
Sum opptjent egenkapital	17 162 000	19 181 000	21 755 000
Andre egenkapital	17 162 000	19 181 000	21 755 000
<b>Sum egenkapital</b>	23 237 000	25 256 000	27 830 000
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	0	0	7 232 000
Sum langsiktig gjeld	0	0	7 232 000
Leverandørgjeld	2 474 000	3 345 000	4 190 000
Skyldig offentlige avgifter	2 089 000	2 304 000	2 964 000
Ordinært utbytte	2 250 000	630 000	2 250 000
<b>Sum utbytte</b>	2 250 000	630 000	2 250 000
Kortsiktig konserngjeld	0	1 250 000	2 250 000
Annen kortsiktig gjeld	2 064 000	1 696 000	3 083 000
Sum kortsiktig gjeld	9 270 000	9 277 000	15 270 000
<b>Sum gjeld</b>	9 270 000	9 277 000	22 502 000
<b>Sum egenkapital og gjeld</b>	32 507 000	34 533 000	50 333 000



## Soliditet

### Egenkapitalandel

	2018	2019	2020
Egenkapital	23 237 000	25 256 000	27 830 000
Totalkapital	32 507 000	34 533 000	50 333 000
EK andel	71,5 %	73,14 %	55,3 %

2018:  $23\,237\,000 / 32\,507\,000 = 71,5 \%$

2019:  $25\,256\,000 / 34\,533\,000 = 73,14 \%$

2020:  $27\,830\,000 / 50\,333\,000 = 55,3 \%$

### Gjeldsgrad

	2018	2019	2020
Gjeld	9 270 000	9 277 000	22 502 000
Egenkapital	23 237 000	25 256 000	27 830 000
Gjeldsgrad	0,40	0,37	0,81

2018:  $9\,270\,000 / 23\,237\,000 = 0,40$

2019:  $9\,277\,000 / 25\,256\,000 = 0,37$

2020:  $22\,502\,000 / 27\,830\,000 = 0,81$

## Likviditet

### Likviditetsgrad 1

	2018	2019	2020
Omløpsmidler	21 454 000	19 690 000	28 667 000
Kortsiktig gjeld	9 270 000	9 277 000	15 270 000
Likviditetsgrad 1	2,31	2,12	1,88

2018:  $21\,454\,000 / 9\,270\,000 = 2,31$

2019:  $19\,690\,000 / 9\,277\,000 = 2,12$

2020:  $28\,667\,000 / 15\,270\,000 = 1,88$

### Likviditetsgrad 2

	2018	2019	2020
Omløpsmidler	21 454 000	19 690 000	28 667 000
Kortsiktig gjeld	9 270 000	9 277 000	15 270 000
Varelager	10 300 000	10 708 000	10 877 000
Likviditetsgrad 2	1,20	0,97	1,17

2018:  $21\,454\,000 - 10\,300\,000 / 9\,270\,000 = 1,20$

2019:  $19\,690\,000 - 10\,708\,000 / 9\,277\,000 = 0,97$

2020:  $28\,667\,000 - 10\,877\,000 / 15\,270\,000 = 1,17$

## Arbeidskapital

	2018	2019	2020
Omløpsmidler	21 454 000	19 690 000	28 667 000
Kortsiktig gjeld	9 270 000	9 277 000	15 270 000
Arbeidskapital	12 184 000	10 413 000	13 397 000

2018: 21 454 000 - 9 270 000 = 12 184 000

2019: 19 690 000 - 9 277 000 = 10 413 000

2020: 28 667 000 - 15 270 000 = 13 397 000

## Finansiering

### Finansieringsgrad 1

	2018	2019	2020
Anleggsmidler	11 053 000	14 843 000	21 665 000
Egenkapital	23 237 000	25 256 000	27 830 000
Gjeld	9 270 000	9 277 000	22 502 000
Langsiktig kapital	32 507 000	34 533 000	50 332 000
Finansieringsgrad	0,34	0,43	0,43

2018: 11 053 000 / (23 237 000 + 9 270 000) = 0,34

2019: 14 843 000 / (25 256 000 + 9 277 000) = 0,43

2020: 21 665 000 / (27 830 000 + 22 502 000) = 0,43

## Lønnsomhet

### Totalkapitalrentabiliteten (ROI):

	2018	2019	2020
Driftsresultat	1 656 000	1 356 000	3 046 000
Finansinntekt	3 030 000	1 530 000	3 986 000
Totalkapital	32 507 000	34 533 000	50 333 000
ROI	0,14	0,083	0,14

2018:  $(1\,656\,000 + 3\,030\,000) / 32\,507\,000 = 0,14$

2019:  $(1\,356\,000 + 1\,530\,000) / 34\,533\,000 = 0,083$

2020:  $(3\,046\,000 + 3\,986\,000) / 50\,333\,000 = 0,14$

### Egenkapitalrentabilitet

	2018	2019	2020
Ordinært resultat	4 325 000	2 649 000	4 824 000
Egenkapital	23 237 000	25 256 000	27 830 000
EKR	0,19	0,10	0,17

2018:  $4\,325\,000 / 23\,237\,000 = 0,19$

2019:  $2\,649\,000 / 25\,256\,000 = 0,10$

2020:  $4\,824\,000 / 27\,830\,000 = 0,17$

### Resultatgrad (ROS):

	2018	2019	2020
Driftsresultat	1 656 000	1 356 000	3 046 000
Finansinntekter	3 030 000	1 530 000	3 986 000
Sum	4 686 000	2 886 000	7 032 000
Driftsinntekter	40 550 000	44 581 000	55 875 000

TK	32 507 000	34 533 000	50 333 000
ROS	12 %	7 %	13 %

2018:  $4\,686\,000 / 40\,550\,000 = 0,1155$

2019:  $2\,886\,000 / 44\,581\,000 = 0,0647$

2020:  $7\,032\,000 / 55\,875\,000 = 0,1258$

### Kapitalens omløpshastighet (KO)

	2018	2019	2020
Driftsinntekter	40 550 000	44 581 000	55 875 000
Totalkapital	32 507 000	34 533 000	50 333 000
Kapitalens omløpshastighet	1,25	1,29	1,11

2018:  $40\,550\,000 / 32\,507\,000 = 1,25$

2019:  $44\,581\,000 / 34\,533\,000 = 1,29$

2020:  $55\,875\,000 / 50\,333\,000 = 1,11$

### Bruttofortjeneste:

År	2018	2019	2020
Driftsinntekt	38 630 000	42 661 000	53 910 000
Varekostnad	22 108 000	24 592 000	30 558 000
Bruttofortjeneste	16 522 000	18 069 000	23 352 000
Bruttofortjeneste i %	42,77	42,35	43,32

2018:  $38\,630 - 22\,108 = 16\,522$

2019:  $42\,661 - 24\,592 = 18\,069$

2020:  $53\,910 - 30\,558 = 23\,352$

**Residual income (RI):**

	2018	2019	2020
Driftsresultat	1 656 000	1 356 000	3 046 000
Finansinntekter	3 030 000	1 530 000	3 986 000
Sum	4 686 000	2 886 000	7 032 000
TK	32 507 000	34 533 000	50 333 000
RI	1435300	-567300	1998700

2018:  $4\,686\,000 - (32\,507\,000 * 10\%) = 1\,435\,300$

2019:  $2\,886\,000 - (34\,533\,000 * 10\%) = -567\,300$

2020:  $7\,032\,000 - (50\,333\,000 * 10\%) = 1\,998\,700$

