

Forord

Denne bacheloroppgaven er en obligatorisk oppgave innenfor spesialiseringretningen økonomisk styring ved NTNU Handelshøyskolen i Trondheim, og er skrevet av Njord Fornes, Sander Bjerkholt Dørum, Sebastian Reinke Kristensen, Martin Lundemo Aakvik og Eirik Foss Nygård. Vi går en 3-årig bachelor i økonomi og administrasjon, og oppgaven leveres våren 2022.

I denne oppgaven har vi foretatt en regnskapsanalyse av bedriften SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, med fokus på lønnsomhet. Vi har brukt ulike nøkkeltall, og sett på faktorer som kan ha hatt innvirkning på den økonomiske utviklingen og lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. Når vi har sett på de ulike faktorene som har påvirket lønnsomheten, har vi viet ekstra oppmerksomhet til bærekraft. I tillegg har vi foretatt en strategisk analyse av eksterne og interne faktorer ved å bruke Porter fem konkurransekrefter, PESTEL-analyse, ressursbasert analyse og SVIMA-analyse, for å gå i dybden på bedriftens utvikling og lønnsomhet.

Til slutt ønsker vi å rette en takk til hverandre for et velfungerende og godt samarbeid gjennom hele oppgaveprosessen, samt vår eminente faglige veileder Tor-Eirik Olsen for god oppfølging gjennom hele prosessen. Vi vil også rette en stor takk til Ronny Thomas Jenssen, divisjonsdirektør ved SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, for å ha bistått med gode svar på faglige spørsmål gjennom dybdeintervju.

Innholdet i denne oppgaven står for forfatterenes regning.

Trondheim, april 2022

Sammendrag

I denne bacheloroppgaven har vi foretatt en regnskapsanalyse av SpareBank 1 Regnskapshuset SMN i perioden 2015 til og med 2020, med hovedfokus på lønnsomhet. Vi har sett på lønnsomhetsutviklingen ved å gå i dybden på utvalgte nøkkeltall innenfor de fire økonomiske forholdene lønnsomhet, likviditet, soliditet og finansiering. Videre har vi gjennomført en strategisk analyse der vi har sett nærmere på hvilke eksterne og interne forhold som kan forklare lønnsomhetsutviklingen i undersøkelsesperioden. I tillegg har vi gått i dybden på hvordan bærekraft kan ha påvirket lønnsomheten gjennom perioden.

Innledningsvis har vi presentert tema og vår problemstilling, samt beskrevet bedriften SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. I kapittel 2 har vi presentert relevant teori innenfor regnskapsanalyse, strategiske analyse og bærekraft. Videre beskrev vi valget av metode for oppgaven, og hvordan vi har gått frem metodisk for å belyse problemstillingen vår. I tillegg har vi i denne delen begrunnet valget av undersøkelsesdesign og datainnhenting, samt reflektert rundt studiens validitet og reliabilitet. Videre i oppgaven kommer analysedelen, og her ble regnskapsanalysen presentert med fokus på nøkkeltall og en horisontal analyse. Deretter foretok vi en strategisk analyse, der vi brukte Porters fem konkurransekrefter, PESTEL-analyse, ressursbasert analyse og en SVIMA-analyse for å kartlegge bedriftens konkurransefortrinn og hvordan bransjen har blitt påvirket i den aktuelle perioden. Til slutt gjennomførte vi en bærekraftsanalyse med utgangspunkt i den triple bunnlinjen, Corporate Social Responsibility og interessenteori for å si noe om hvordan bærekraft kan ha påvirket lønnsomhetsutviklingen til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN.

Basert på vår regnskapsanalyse kommer det fram at lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har hatt en nedgående trend, og en viktig forklaring på dette er blant annet langsiktige investeringer. Men vi observerte dog at lønnsomheten var på tilfredsstillende nivåer i hele undersøkelsesperioden. Noen av de viktigste driverne for den gode lønnsomheten var omdømme og humankapital, noe som ble kartlagt i vår strategiske analyse og vår bærekraftsanalyse. I våre analyser har vi sett at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har hatt vekst i både årsresultatet og markedsandelen, og basert på vår bærekraftsanalyse har de også skapt større samfunnsmessige verdier utover det rent økonomiske, noe som har bidratt til å komme et skritt nærmere verdens felles plan for bærekraft.

Abstract

In this bachelor thesis, we have carried out a financial analysis of Sparebank 1 Regnskapshuset SMN for the period 2015 to 2020, with a preeminent focus on profitability. To highlight the development of profitability, we have gone in-depth on selected key figures within the four economic areas: profitability, liquidity, solvency, and financing. Furthermore, we conducted a strategic analysis where external and internal conditions are discussed. In addition, we have conducted a comprehensive analysis of how sustainability may have affected profitability throughout the period.

Firstly, we introduced the topic and our research question. Furthermore, we presented the company SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. In Chapter 2, we have presented relevant theories on the topics of accounting analysis, strategic analysis, and sustainability. Additionally, we argued for our methodological approach drawn upon to address our research question. We have also justified the choice of research design and data collection, and reflected on the validity and reliability of the study. Later in the thesis, we presented the analyzes. First off, the financial analysis with a focus on key figures and a horizontal analysis. Then we carried out a strategic analysis, where we used Porter's five forces, PESTEL-analysis, resource-based analysis, and a VRIO-analysis to highlight the company's competitive advantage and how the industry has been affected during the period. Finally, we conducted a sustainability analysis based on the triple bottom line, Corporate Social Responsibility, and stakeholder theory to elaborate on how sustainability may have affected the profitability of SpareBank 1 Regnskapshuset SMN.

Based on our financial analysis, there has been a reduction in the profitability of SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, and one important explanation for this is long-term investments.

However, we observed that the profitability was within satisfactory levels throughout the period. Some of the most important reasons for good profitability are reputation and human capital, which are mapped in our strategic analysis and our sustainability analysis. In our analyzes, we have seen that SpareBank 1 Regnskapshuset SMN has had growth in both the annual results and the market share, and based on our sustainability analysis, they have also created greater societal values, which has helped to get one step closer to the world's joint plan for sustainability.

Innholdsfortegnelse

Forord	
Sammendrag	
Abstract	
Innholdsfortegnelse	
Figurliste	
Tabelliste	
Kapittel 1: Innledning	1
<i>1.1 Problemstilling og formål</i>	1
<i>1.2 Valg av case bedrift og motivasjon</i>	2
<i>1.3 Avgrensning</i>	3
Kapittel 2: Om bedriften og bransjen	4
Kapittel 3: Teori	7
<i>3.1 Regnskapsanalyse</i>	7
3.1.1 Metoder for regnskapsanalysen	8
3.1.2 Likviditet	9
3.1.3 Soliditet og finansiering	10
3.1.4 Lønnsomhet	11
<i>3.2 Porters fem konkurransekrefter</i>	13
3.2.1 Trussel fra inntrengere.....	14
3.2.2 Kunders forhandlingsmakt	14
3.2.3 Leverandørers forhandlingsmakt	14
3.2.4 Trussel fra nye substitutter	15
3.2.5 Rivalisering i markedet fra eksisterende konkurrenter	15
<i>3.3 PESTEL</i>	15
3.3.1 Faktorer	16
<i>3.4 Ressursbasert analyse</i>	16

3.5 SVIMA.....	17
3.5.1 Sjelden	17
3.5.2 Viktig.....	18
3.5.3 Ikke-imiterbar	18
3.5.4 Mobilisert	18
3.5.5 Appropriert	18
3.6 Bærekraft og grønn forretningsmodell	19
3.6.1 Den triple bunnlinjen - samfunn, miljø og økonomi	19
3.6.2 CSR - Bedriftens samfunnsansvar	20
3.6.3 Interessentteori	21
Kapittel 4: Metode	22
4.1 Forskningsdesign.....	22
4.2 Valg av undersøkelsesdesign	22
4.3 Forskningstilnærming.....	23
4.4 Valg av forskningsmetode.....	24
4.5 Datainnhenting	24
4.6 Tidshorisont.....	25
4.7 Reliabilitet og validitet.....	25
Kapittel 5: Analyse.....	28
5.1 Regnskapsanalyse	28
5.1.1 Soliditet	29
5.1.2 Likviditet	32
5.1.3 Lønnsomhet	33
5.1.4 Horisontal analyse	37
5.2 Porters fem konkurransekrefter	39
5.2.1 Trussel fra inntrengere.....	39
5.2.2 Kunders forhandlingsmakt	40
5.2.3 Trussel fra substitutter	40
5.2.4 Leverandørers forhandlingsmakt.....	41
5.2.5 Intern rivalisering	41

5.3 PESTEL	42
5.3.1 Politiske faktorer	42
5.3.2 Økonomiske faktorer	43
5.3.3 Sosiale faktorer	44
5.3.4 Teknologiske faktorer	44
5.3.5 Miljømessige faktorer	45
5.3.6 Juridiske faktorer	46
5.4 Ressursbasert analyse	47
5.5 SVIMA-analyse	48
5.6 Bærekraft og grønn forretningsmodell	51
5.6.1 FNs bærekraftsmål	52
5.6.2 Den økonomiske bunnlinjen	52
5.6.3 Den sosiale bunnlinjen	54
5.6.4 Den miljømessige bunnlinjen	55
5.6.5 CSR - Bedriftens samfunnsansvar	56
5.6.6 Aspekter knyttet til bærekraft som genererer inntekter	57
5.6.7 Hvordan skaper SpareBank 1 Regnskapshuset SMN verdi for samfunnet	60
Kapittel 6: Konklusjon og avsluttende refleksjoner	62
Kapittel 7: Egne erfaringer	65
Referanseliste	66
<i>Litteratur</i>	66
<i>Nettressurser</i>	66

Figurliste

Figur 2.1 - Utviklingen og fordelingen av markedsandeler blant de ti største aktørene i regnskapsbransjen fra 2019 til 2020	6
Figur 3.1 - Porters fem konkurransekrefter	14

Figur 5.1 - Egenkapitalandel	29
Figur 5.2 - Finansieringsgrad	30
Figur 5.3 - Rentedeckningsgrad	31
Figur 5.4 - Arbeidskapital og likviditetsgrad 1	32
Figur 5.5 - Totalkapitalrentabilitet	33
Figur 5.6 - Kapitalens omløpshastighet.....	34
Figur 5.7 - Resultatgrad.....	35
Figur 5.8 - Egenkapitalrentabilitet etter skatt	36

Tabelliste

Tabell 2.1 - Omsetning for de 10 største aktørene i regnskapsbransjen.....	5
Tabell 5.1 - Horisontal analyse 2015-2017	37
Tabell 5.2 - Horisontal analyse 2017-2019	38
Tabell 5.3 - Horisontal analyse 2019-2020	38

Kapittel 1: Innledning

1.1 Problemstilling og formål

SpareBank 1 er Norges nest største finanskonsern, men likevel troner de øverst på markedet for regnskapstjenester gjennom alliansen SpareBank 1 Regnskapshuset. Bedriften er en del av en næring under stadig utvikling, som får større og større betydning for Norge. Uten at folk flest er klar over det, er man avhengig av denne typen næring. Uansett hvor man jobber, vil man treffes av tjenester de ulike aktørene i regnskapsbransjen tilbyr, og man kan på sett og vis si at regnskapsbransjen vil ha en stor påvirkning på fremtiden. Hva mener vi med dette?

Regnskapsbransjen vil ha en sentral rolle når fokuset på bærekraft blir større og større. I tillegg vil andre næringer, og privatpersoner, plassere sin fremtid i regnskapsbransjens hender, gjennom aspekter som kjøp av ulike tjenester eller økonomisk rådgivning.

Av tilgjengelig informasjon, vil man kunne finne regnskapstall, som vil gi oss et bilde på hvordan lønnsomhetsutviklingen har vært over tid. Basert på dette har vi formulert følgende problemstilling:

Hvordan har lønnsomhetsutviklingen for SpareBank 1 Regnskapshuset SMN vært fra 2015 til og med 2020?

Det er ikke gitt at en analyse av regnskapstall vil forklare bedriftens lønnsomhet. Tallene viser oss bare hvordan utviklingen har vært fra en tid til en annen, ikke nødvendigvis hvorfor den har vært sånn. Dette er noe vi er interessert i å undersøke nærmere, og støtter dermed opp problemstillingen med følgende underproblemstilling:

Basert på en strategisk analyse og bærekraftsanalyse, hva kan være sentrale faktorer som forklarer lønnsomhetsutviklingen?

Formålet med oppgaven er å få en dypere forståelse av hvordan strategiske verktøy knyttet til interne og eksterne forhold, samt aspekter rundt bærekraft, og håndteringen av disse kan påvirke lønnsomhet over tid.

1.2 Valg av case bedrift og motivasjon

En av grunnene til at vi valgte SpareBank 1 Regnskapshuset SMN var fordi vi ønsket å snevre oss inn på et mer spesifikt felt, enn om man hadde fokusert på konsernet SpareBank 1 som helhet. SpareBank 1 vil være en potensiell arbeidsgiver for samtlige i gruppa, det være seg innen fagfelt som eiendom, regnskap, finans med mer. Vi landet derfor på SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, ettersom dagens regnskapstjenester er mer enn bare regnskap. Samtlige i gruppa vil dermed kunne finne felt i bedriften som faller i smak, og det vil være naturlig å rette fokus på avdelingen som holder til i regionen hvor vi tilbringer studietiden vår.

Gjennom tiden vår på studiet har vi arbeidet med flere ulike felt, som regnskap, organisatoriske emner, markedsføring, jus og finans. Derfor er det spennende å studere SpareBank 1 Regnskapshuset SMN som tilbyr ulike tjenester som interesserer samtlige gruppemedlemmer. En dag vil vi kanskje stå i en situasjon hvor vi blir nødt til å analysere både eksterne og interne forhold for å legge en strategi for en bedrift, og da vil erfaringen vi bygger gjennom bruk av strategiske analyser i oppgaven vår være nyttig. Konklusjonen vi kommer frem til i slutten av oppgaven vil neppe regnes som et fasitsvar for bedrifter innenfor regnskapsbransjen, men vi skaper i det minste en forståelse for hvilke sentrale faktorer og aspekter som forklarer lønnsomhetsutviklingen i SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. Siden konkurrenter som opererer i samme marked ofte treffes av de samme bransjespesifikke konjunkturer, vil det å kaste lys over håndteringen av de nevnte faktorene og aspektene som presenteres i underproblemstillingen kunne bidra til en økt forståelse om hvordan man kan oppnå bedre lønnsomhet. Gjennom arbeidet vårt lærer vi selv, og forhåpentligvis leseren, hvordan man kan bruke strategiske analyser for å kaste lys over en bedrifts økonomiske utvikling og lønnsomhet.

1.3 Avgrensning

Grunnen til at vi velger perioden 2015 til og med 2020, er fordi disse regnskapstallene er ferdigstilt og offentlige tilgjengelige til vårt bruk. Regnskapet for 2021, vil ikke være helt ferdigstilt i skrivende stund og dermed vanskeligere for oss å analysere. I tillegg er det naturlig å betrakte en femårsperiode som et minimum. En studie på ett, eller to år, kan gi et misvisende bilde av lønnsomhetsutviklingen til bedriften ved at de kan ha vært heldige eller uheldige og havnet i en særtilstand fra et år til et annet. Derfor vil en femårsperiode gi oss et større og fyldigere bilde, gitt at vi klarer å identifisere og kombinere informasjonen med andre eksterne og interne faktorer som kan ha påvirket utviklingen. De siste fem årene er også spennende å studere, ettersom SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har vært del av et strategisk samarbeid som har ført til at Regnskapshuset har blitt den største tilbyderen av regnskapstjenester.

Kapittel 2: Om bedriften og bransjen

Dagens regnskapsbransje omfatter mer enn bare regnskap. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN tilbyr skreddersydde regnskapsløsninger, enten du ønsker å gjøre alt regnskap selv, litt selv, eller om alt skal settes bort. Uansett alternativ, vil bedriften tilby rådgivning innenfor økonomi og regnskap der det foreligger behov for dette, slik at kunden kan ha størst fokus på egen drift og verdiskapning. I tillegg tilbys det også HR-tjenester og digitale løsninger. Uten å gå for mye i dybden på alle tilbudene ønsker vi kort å presentere tjenestene man kan benytte seg av, for å bli bedre kjent med SpareBank 1 Regnskapshuset SMN.

Under regnskaps- og lønnstjenester faller typiske tjenester som regnskap, fakturering, årsoppgjør, bedriftsøkonomisk rådgivning med mer. Her benyttes det elektroniske og digitale verktøy, samt tilhørende rådgivning fra kompetente medarbeidere. I tillegg til økonomisk rådgivning, tilbyr selskapet også juridisk rådgivning knyttet til skatt, avgift og diverse forretningsjus. Om distansebasert rådgivning ikke er nok for den respektive kunden, tilbys det HR-tjenester hvor det åpnes opp for muligheter å leie konsulenter i en «ønsket stillingsbrøk» (SpareBank 1 Regnskapshuset, 2021). Til slutt bistår også SpareBank 1 Regnskapshuset SMN med å finne passende digitale systemer innenfor økonomi, rapportering, lønn, automatisering, kundeoppfølging, prosjektstyring, lager og logistikk, samt rådgivning innenfor Microsoft og IT. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN tilpasser seg med andre ord kunden og utviklingen i markedet som er avhengig av mer enn bare regnskapstjenester.

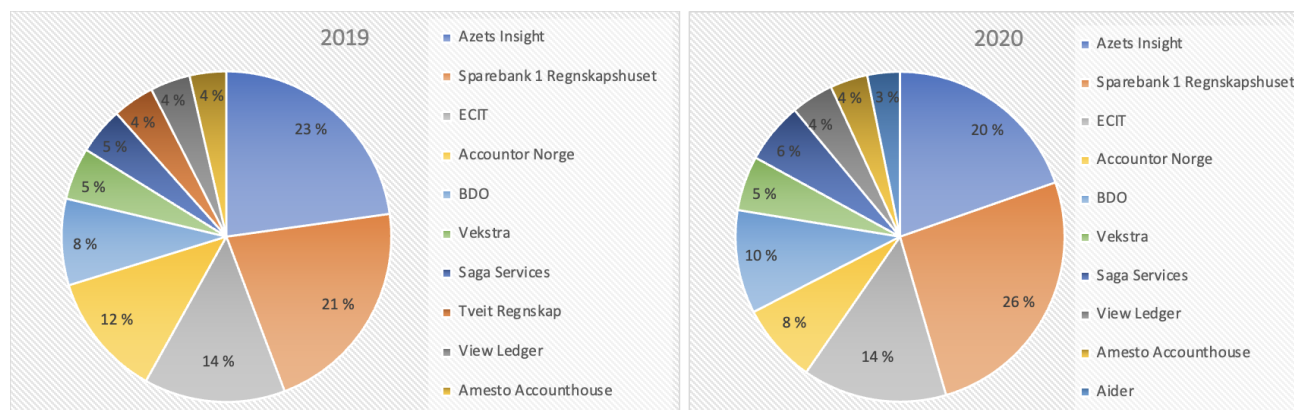
SpareBank 1 Regnskapshuset SMN er et resultat av omstillingen regnskapsbransjen gjennomgår. På Sparebank 1 Regnskapshuset sine hjemmesider står det at de per dags dato befinner seg på toppen av aktørene i den norske regnskapsbransjen. Gjennom flere kontorer spredd rundt i Trøndelag, Møre og Romsdal og Gudbrandsdalen styrkes fokuset på lokal forankring. «Vår ambisjon er å være en god samarbeidspartner for din bedrift.» (SpareBank 1 Regnskapshuset, 2021). Lokal kunnskap, samhandling, effektivitet og tilpasninger til de respektive enkeltkundene er hjelpemidler som vil bidra til økt vekst, større verdiskapning og utvikling hos kundene. Tall hentet fra Regnskapnorge (2021) fra 2019 og 2020 bekrefter at SpareBank 1 Regnskapshuset som helhet har hatt vekst, og per 2020 tronet de øverst som største aktør i regnskapsbransjen.

Dette skyldes i stor grad at aktører slår seg sammen om større samarbeid (Austheim, 2019). «Retten til å selge regnskapstjenester oppnås kun ved å etablere selskap i Norge, og det må være et autorisert regnskapsførerselskap.» (Regnskapnorge, 2021). Dette betyr at markedet for regnskapstjenester foregår nasjonalt, men de respektive bedriftene vil ha fokus på det tilhørende lokale næringslivet. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN er kun ett av syv regnskapshus under alliansen SpareBank 1 Regnskapshuset, hvor fokuset som nevnt ligger i området Trøndelag, Møre og Romsdal, og Gudbrandsdalen. Vi setter omsetningstallene som er oppgitt i hele tusen og hentet fra Regnskapnorge, fra 2019 og 2020 inn i en tabell for å tydeliggjøre SpareBank 1 Regnskapshusets omsetningsvekst:

Tabell 2.1 - Omsetning for de 10 største aktørene i regnskapsbransjen

Regnskapsaktører	2019	2020	Endring
Azets Insight	1 046 000	1 127 521	81 521
Sparebank 1 Regnskapshuset	984 000	1 480 300	496 300
ECIT	636 000	812 810	176 810
Accountor Norge	557 000	447 600	- 109 400
BDO	388 000	581 000	193 000
Vekstra	234 000	307 490	73 490
Saga Services	210 000	342 630	132 630
Tveit Regnskap	188 000	-	- 188 000
View Ledger	180 000	239 500	59 500
Amesto Accounthouse	165 000	211 600	46 600
Aider	-	183 970	183 970
<hr/>			
Markedsstørrelse 2019	17 274 006		
Markedsstørrelse 2020	18 503 431		
Endring i markedsstørrelse	1 229 425		
<hr/>			
Markedsandel 2019 - totalt i bransjen	5,70 %		
Markedsandel 2020 - totalt i bransjen	8,00 %		
Endring i markedsandel	2,30 %		

Basert på tabellen over kan fordelingen av markedsandelene blant de ti største aktørene i regnskapsbransjen presenteres i følgende diagram:



Figur 2.1 - Utviklingen og fordelingen av markedsandeler blant de ti største aktørene i regnskapsbransjen fra 2019 til 2020

Det er viktig å merke seg at tabellen og figuren presenterer aktørenes omsetningstall som mål for vekst, og for SpareBank 1 Regnskapshuset som helhet kan man se at omsetningen har økt med kr 496 300 000. På det totale markedet for bransjen kan man se at SpareBank 1 Regnskapshuset har økt sin markedsandel fra 5,7% til 8%. Dersom man studerer fordelingen mellom de ti største aktørene har markedsandelen for SpareBank 1 Regnskapshuset (markert i oransje) økt fra 21% i 2019, til 26% i 2020. Det vil med andre ord si at selskapet er ledende blant de største aktørene i regnskapsbransjen. SpareBank 1 konsernet har gjennom etableringen av Regnskapshuset satt et mål om å etablere en nasjonal merkevare. SpareBank 1 Regnskapshusets suksess og vekst er et resultat av et strategisk samarbeid mellom samtlige regnskapsvirksomheter eid av SpareBank 1. SpareBank 1 er per i dag, landets nest største finansaktør (SpareBank 1 Regnskapshuset, 2021). Med en slik bauta i front, vil Regnskapshuset oppnå en sterk finansiell kraft. De skriver selv at den finansielle kraften brukes til å «påvirke utviklingen i bransjen og ta regnskapstjenestene til et nytt nivå» (SpareBank 1 Regnskapshuset, 2021). Hva som kan være andre årsaker til veksten vil bli drøftet under analysedelen.

Kapittel 3: Teori

I dette kapitlet vil det teoretiske rammeverket som skal benyttes for å belyse hoved- og underproblemstillingen bli presentert. Først vil vi se nærmere på hva en fullverdig regnskapsanalyse er, hvorfor dette er viktig, og hvordan en regnskapsanalyse kan gjennomføres. I løpet av teoridelen knyttet til regnskapsanalysen, vil de tre vanligste metodene, herunder horisontal analyse og nøkkeltallsanalyse bli presentert.

Videre presenteres utvalgte strategiske analyseverktøy for å kartlegge sentrale faktorer og aspekter som kan forklare selskapets lønnsomhetsutvikling i undersøkelsesperioden. Det vil hovedsakelig gås i dybden på Porters fem konkurransekrefter, PESTEL-analyse, SVIMA-analyse og ressursbasert analyse. Porters fem konkurransekrefter og PESTEL er eksterne analyser som skal kartlegge konkurransen i bransjen, samt viktige makrofaktorer som påvirker lønnsomheten. SVIMA-analyse og ressursbasert analyse er derimot interne analyser. Disse analyseverktøyene skal analysere SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sine ressurser og interne forhold som kan ha hatt en vesentlig betydning for lønnsomheten. Alle analyseverktøyene utfyller hverandre og gir et mer helhetlig perspektiv på sentrale strategiske aspekter som har påvirket lønnsomhetsutviklingen til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN.

Avslutningsvis skal vi legge vekt på bærekraft, og hvordan fokus på bærekraft kan ha påvirket lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. Relevante verktøy og teorier som den triple bunnlinjen, Corporate Social Responsibility og interessentteorien vil bli sammenkoblet med FNs bærekraftsmål og ulike rapporteringer, både lovpålagte og ikke-lovpålagte.

3.1 Regnskapsanalyse

Regnskap er språket som kommuniseres mellom bedriftene og brukerne, og brukes for å forklare den økonomiske situasjonen i en organisasjon. Regnskapets oppgave er å presentere kvantitativ informasjon som kan være nyttig når man skal foreta økonomiske beslutninger. For å lære å ta gode beslutninger er det i mange tilfeller helt avgjørende å foreta analyser av regnskapet. Brukerne av regnskapet, ofte bedriften selv eller utenforstående, har derfor behov for å utføre regnskapsanalyser. Ansatte har primært et trykksbehov, etterfulgt av et vekstbehov, og vil

dermed være interessert i å vite hvorvidt disse behovene ivaretas. Konkurrerende bedrifter har stor interesse av benchmarking for å kunne kartlegge forbedringsmuligheter. Til slutt, er det naturlig at offentlige myndigheter og investorer vil etterspørre regnskapet og regnskapsanalysen. Dette skyldes i all hovedsak at regnskapet skaper et grunnlag for blant annet utbytte, beskatning og andre avgifter, samt om de skal fortsette eller legge ned driften (Kristoffersen, 2019).

Ifølge Trond Kristoffersen defineres regnskapsanalyse som «alle teknikker som benyttes for å kartlegge og belyse en bedrifts økonomiske utvikling og stilling» (Kristoffersen, 2019, s. 435). Sagt på en annen måte er en regnskapsanalyse en systematisk bearbeidelse av regnskapsdata som kaster lys over bedriftens økonomiske situasjon. I en regnskapsanalyse legger man hovedvekt på vurdering av fire ulike forhold: lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet.

For å få god nytte av regnskapsanalyser, kan det være fornuftig å foreta ulike sammenligninger for å få en bedre forståelse av de ulike regnskapspostene og bedriftens økonomiske stilling. Generelt sett, vil sammenligning mot tidligere perioder, oppsatte mål, og andre bedrifter være naturlige sammenligningsgrunnlag. Men det mest sentrale for å belyse vår problemstilling er å foreta en sammenligning mot tidligere år (2015 til og med 2020), og en sammenligning mot andre selskaper.

3.1.1 Metoder for regnskapsanalysen

De tre mest vanlige metodene for å analysere regnskapsdata er nøkkeltallsanalyser, vertikale analyser og horisontale analyser, eller trendanalyser som det også benevnes (Kristoffersen, 2019). I denne oppgaven vil vi ta utgangspunkt i nøkkeltallsanalyse og horisontal analyse, fordi disse to metodene egner seg best for å belyse vår problemstilling. Horisontal analyse er en teknikk som benyttes for å analysere endringer i finansiell informasjon fra år til år, samt over gitte perioder (Kristoffersen, 2019). For eksempel kan salgsinntekter sammenlignes med tidligere års salgsinntekter, noe som gir en grundig analyse av de enkelte postene i de utvalgte tidsperiodene.

Når det gjelder nøkkeltallsanalysen finnes det en rekke forholds- og nøkkeltall som brukes når man skal gjennomføre en regnskapsanalyse. De ulike nøkkeltallene grupperes inn i fire

hovedkategorier: lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet. Nøkkeltallene som blir presentert under er nøkkeltallene som vi opplever som mest sentrale for vår problemstilling og casebedriften.

3.1.2 Likviditet

Likviditet er en bedrifts betalings situasjon. Det kan ses på som bedriftens evne til å betale sine forpliktelser etter hvert som de forfaller. Når vi skal se nærmere på likviditet er det likviditetsgrad 1 og arbeidskapital som blir de sentrale nøkkeltallene (Kristoffersen, 2019).

Likviditetsgrad 1 blir definert som «i hvor stor grad omløpsmidlene er finansiert med kortsiktig gjeld» (Kristoffersen, 2019, s. 460). Nøkkeltallet sier mye om bedriftens betalings evne, altså i hvor stor grad de er i stand til å dekke sine betalingsforpliktelser. Ifølge tommelfingerregler så regnes en likviditetsgrad større enn 1, og helst nærmere 2, som god (Kristoffersen, 2019). Nøkkeltallet kan uttrykkes ved:

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

Arbeidskapital er et nøkkeltall som viser hvor mye kapital en bedrift har tilgjengelig for å finansiere varer og tjenester inntil oppgjør for disse er mottatt. Da vil man få informasjon om hvor stor andel av omløpsmidlene som er finansiert med langsiktig kapital. De generelle retningslinjene for arbeidskapitalen i kroner er at den burde være positiv, slik at bedriften unngår problemer med å betale kortsiktig gjeld (Kristoffersen, 2019). En positiv arbeidskapital er et tegn på en sunn finansiering, og størrelsen på arbeidskapitalen må ses på i forhold til bedriftens størrelse. Det er også sentralt å se på endringen i arbeidskapital over tid. Arbeidskapitalen kan uttrykkes som differansen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld:

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

3.1.3 Soliditet og finansiering

Finansiering og soliditet er nært knyttet sammen og forteller oss om en bedrifts evne til å håndtere tap. En analyse av finansieringen tar utgangspunkt i sammensetning av en virksomhets totale eiendeler, mens soliditeten er knyttet til størrelsen på egenkapitalen i forhold til den totale kapitalen i bedriften (Kristoffersen, 2019). Nøkkeltallene egenkapitalandel, finansieringsgrad 1 og rentedekningsgrad vil bli sentrale i en analyse av soliditeten og finansieringen til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN.

Egenkapitalandelen blir definert som «hvor stor prosent av eiendelene som er finansiert med egne midler» (Kristoffersen, 2019, s. 463). Egenkapitalandel er et forholdstall, og desto større dette forholdstallet er, desto bedre er soliditeten i bedriften. Nøkkeltallet kan uttrykkes ved:

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

Finansieringsgrad 1 blir definert som «i hvor stor grad anleggsmidlene er langsiktig finansiert» (Kristoffersen, 2019, s. 460). Langsiktig kapital er summen av langsiktig gjeld og egenkapital. Den langsiktige kapitalen i virksomheten bør finansiere anleggsmidlene, samt deler av omløpsmidlene. Ifølge Kristoffersens (2019) tommelfingerregel bør finansieringsgraden være mindre enn 1. Dersom finansieringsgraden er over 1 så vil det si at anleggsmidlene er finansiert med kortsiktig gjeld, noe som er lite ønskelig. Finansieringsgrad 1 kan uttrykkes slik:

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

Det siste nøkkeltallet vi skal ta for oss er **rentedekningsgraden**. Rentedekningsgraden blir definert som «i hvilken grad en bedrift er i stand til å betale sine rentekostnader» (Kristoffersen, 2019, s. 465). Dette kan uttrykkes slik:

$$\text{Rentedekningsgrad} = \frac{(\text{Ordinært resultat før skatt} + \text{rentekostnader})}{\text{Rentekostnader}}$$

Totalt sett vil en sunn finansieringsstruktur tilsi at anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene i bedriften er finansiert med langsiktig kapital. De ulike nøkkeltallene for finansiering og likviditet

som er blitt presentert over vil gi en god indikasjon på hvorvidt dette er tilfelle i bedriften.

3.1.4 Lønnsomhet

I sammenheng med regnskapsanalyse handler lønnsomhet om i hvor stor grad en bedrift klarer å bruke sine eiendeler og kapital for å skape avkastning. Lønnsomhet kan være så mangt, og det fins mange mål på lønnsomhet. For å analysere lønnsomheten har vi valgt å fokusere på total kapitalrentabilitet, resultatgrad, kapitalens omløpshastighet, egen kapitalrentabilitet og driftsmargin.

Total kapitalrentabiliteten er et svært utbredt nøkkeltall ved måling av en bedrifts lønnsomhet.

Total kapitalrentabiliteten kan defineres som “bedriftens avkastning på den samlede kapitalen som er bundet eller investert i bedriften” (Kristoffersen, 2019, s. 452). Med andre ord viser nøkkeltallet hvor effektive bedriften har vært i forvaltningen av ressursene sine.

Total kapitalrentabiliteten beregnes slik:

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

En av de største fordelene med total kapitalrentabiliteten er at det er sammenlignbart. Når man skal regne ut total kapitalrentabiliteten foretrekker man å bruke gjennomsnittlig total kapital som mål på kapitalbinding. Denne tar hensyn til den økonomiske utviklingen gjennom året, noe som er fornuftig fordi de ulike tallene som eksempelvis driftsinntekter og driftskostnader er opparbeidet i perioden.

Vi har valgt å dekomponere total kapitalrentabiliteten inn i kapitalens omløpshastighet og resultatgraden. Ved å dekomponere total kapitalrentabiliteten i kapitalens omløpshastighet og resultatgraden vil vi få større innsikt i hvorfor total kapitalrentabiliteten har endret seg fra år til år.

Resultatgrad betegnes også som lønnsomhetsmargin. Resultatgraden er et nøkkeltall for lønnsomhet som skaper et grunnlag for sammenligning av effektiviteten i selskapet de utvalgte årene, noe som er viktig i en nøkkeltallsanalyse. Man er ute etter å finne ut av hvor mye av

inntektene til bedriften som kan brukes til rentekostnader og fortjeneste. Nøkkeltallet er også vanlig å bruke til å sammenligne effektiviteten til en bedrift sett opp imot konkurrerende bedrifter. Formelen som brukes til å komme fram til tallet er som følger:

$$\text{Resultatgrad i \%} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter})}{\text{Driftsinntekter} * 100}$$

Kapitalens omløpshastighet er et nøkkeltall som sier noe om hvor dyktig bedriften er til å forvalte totalkapitalen for å generere inntekter. Kapitalens omløpshastighet sier lite om lønnsomheten, men er heller et sentralt mål på begrepet død kapital. Dette nøkkeltallet er veldig bransjeavhengig, noe som er verdt å merke seg ved analyser og sammenligninger. Nøkkeltallet beregnes på følgende vis:

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

Egenkapitalrentabiliteten defineres som «avkastningen på eierens investering i bedriften»

(Kristoffersen, 2019, s. 454). Nøkkeltallet måler altså avkastningen på egenkapitalen.

Egenkapitalrentabiliteten kan beregnes både før og etter skatt. Eierne har størst interesse i å vite resultatet som tilfaller egenkapitalen, og derfor bruker vi resultat etter skatt.

Egenkapitalrentabiliteten kan beregnes slik:

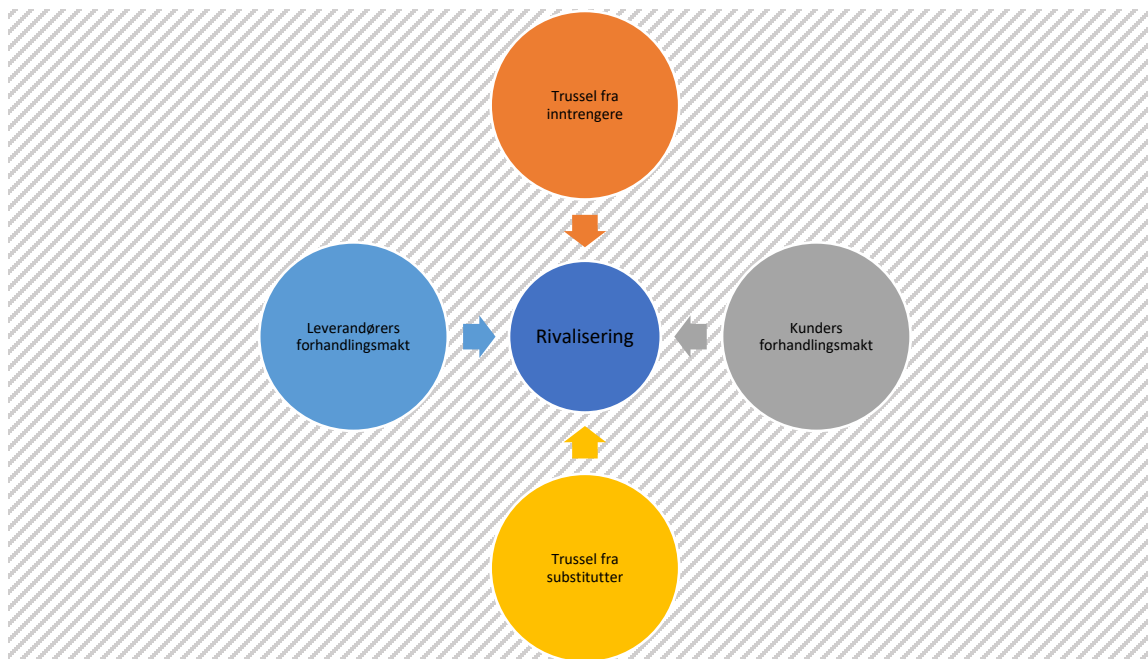
$$\text{Egenkapitalrentabiliteten} = \frac{\text{Resultat etter skatt} * 100\%}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}}$$

En ulempe med dette nøkkeltallet er at solide selskaper med mye kapital kan fremstå som mindre lønnsomme enn bedrifter som har lite kapital. Egenkapitalrentabiliteten har mange av de samme fordelene som totalkapitalrentabiliteten, for eksempel at nøkkeltallet er lett anvendelig og er sammenlignbart med andre bedrifter. Forskjellen mellom egenkapitalrentabilitet og totalkapitalrentabilitet er at sistnevnte har fordelene av å benytte totalkapital i nevneren istedenfor gjennomsnittlig egenkapital. På generelt grunnlag kan derfor egenkapitalrentabilitet oppleve langt større svingninger enn totalkapitalrentabiliteten.

En nøkkeltallsanalyse og horisontal analyse vil som kartlagt tidligere i oppgaven forklare hvordan den økonomiske utviklingen, herunder lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN AS har vært i de enkelte årene i vår undersøkelsesperiode. Analysene vil gi kvantitativ informasjon om tallmessige størrelser som sier noe om utviklingen av selskapets lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet. Men disse analysene sier ikke noe konkret om hva som skyldes lønnsomhetsutviklingen, noe som er avgjørende for å kunne lære og forbedre seg. For å forbedre seg trenger man kvalitativ informasjon, det er her de strategiske analyseverktøyene spiller en viktig rolle. Regnskapsbransjen har vært i stor utvikling de siste årene, noe som har ført til et stadig mer konkurranseintensivt marked. Det vil derfor være naturlig å se på Porters fem konkurransekrefter for å kunne si noe konkret om hva utviklingen i lønnsomhet skyldes.

3.2 Porters fem konkurransekrefter

Porters fem konkurransekrefter er en form for analyseverktøy som brukes til å gjennomføre konkurranseanalyser. Teorien bygger på et prinsipp om at det er avvik fra frikonkurranse som skaper positiv lønnsomhet i et marked. Formålet med teorien var å finne en metode å identifisere konkurranse i et marked (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016). Målet var dermed ikke å kartlegge et marked for å opprettholde konkurrenter, men å identifisere trusler i et marked for å unngå mest mulig konkurranse. Porters fem konkurransekrefter er som navnet tilsier en konkurranseanalyse, delt inn i fem hovedkategorier: inntrengere, leverandørers forhandlingsmakt, kunders forhandlingsmakt, trussel fra nye substitutter og rivalisering i markedet fra eksisterende konkurrenter (Framnes, Pettersen og Thjømøe, 2018).



Figur 3.1 - Porters fem konkurransekrefter (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016)

3.2.1 Trussel fra inntrengere

Trussel fra inntrengere går ut på å identifisere om det er sannsynlig at andre aktører vil prøve å komme inn på markedet, og i så fall hvor lett det er å gjøre dette. Dersom det er høye barrierer i form av store investeringer for å komme inn på markedet, er det mindre sannsynlig at det vil komme flere konkurrenter i markedet (Framnes, Pettersen og Thjømmøe, 2018).

3.2.2 Kunders forhandlingsmakt

Kunders forhandlingsmakt er makten kjøper besitter ovenfor selger. Dersom kunden har stor forhandlingsmakt, kan kunden presse prisen ned. Forhandlingsmakten påvirkes av hvor lett det er for kunden å bytte til alternativer, og hvor stor kundegruppen din er. Få kunder gir kunden større makt (Framnes, Pettersen og Thjømmøe, 2018).

3.2.3 Leverandørers forhandlingsmakt

Leverandørers forhandlingsmakt spiller på forholdet mellom leverandør og bedrift. Leverandøren leverer ressursene bedriften er avhengig av for at virksomheten skal klare å yte sitt tilbud til sin kundegruppe. Her gjelder det samme prinsippet som for kunders forhandlingsmakt, med at

dersom det er få leverandører av ressursene virksomheter er avhengige av, desto større makt har leverandørene (Framnes, Pettersen og Thjømøe, 2018).

3.2.4 Trussel fra nye substitutter

Trussel fra nye substitutter går ut på å identifisere om det finnes alternativer til den tjenesten eller varen du leverer i et annet marked enn det du opererer i. Man kan si at det er produkter som dekker samme nytten, men tilbys i et annet marked. Prissettingen av en vare eller tjeneste kan begrenses dersom det viser seg at det finnes flere substitutter (Framnes, Pettersen og Thjømøe, 2018).

3.2.5 Rivalisering i markedet fra eksisterende konkurrenter

Konkurrenter er de aktørene som leverer samme tjeneste i det samme markedet. Rivalisering i markedet er for de fleste aktørene den mest åpenbare trusselen i et marked, men den er også den mest sammensatte og komplekse. Dette er fordi de fire punktene ovenfor påvirker hvordan den totale konkurransen i markedet er. I et marked hvor det eksempelvis foreligger dyre etableringskostnader, vil dette indikere at det ikke er så attraktivt og lett å etablere seg i et allerede fungerende marked. Dersom det foreligger små investeringer for å etablere seg, vil dette medføre at flere aktører etablerer seg. Når det er mange aktører i et marked tilsier dette at kundene vil ha flere valgmuligheter, og dermed også større forhandlingsmakt (Framnes, Pettersen og Thjømøe, 2018).

3.3 PESTEL

Utgangspunktet for alle former for konkurranseanalyse er å ta for seg et bestemt marked og identifisere potensielle muligheter og hindringer i det valgte markedet. En PESTEL-analyse er ikke noe unntak. PESTEL er et akronym der bokstavene står for Politiske, Økonomiske, Sosiale, Teknologiske, Miljø og Lovmessige faktorer. PESTEL-analyse er en ekstern analyse brukt for å kartlegge og systematisere eksterne faktorer som påvirker konkurranseforholdene i et bestemt marked (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016). For å forstå forskjeller og endringer i overordnede faktorer over tid, må man forstå verdiskapning og verdikapring i et marked. Verdiskapning og verdikapring er det som forklarer nivået av lønnsomhet i et marked på det gitte tidspunktet. Der

endringer av lønnsomheten skyldes at enten verdiskapningens eller verdikapringens størrelsesforhold endres (Framnes, Pettersen og Thjømøe, 2018).

3.3.1 Faktorer

Politiske faktorer i markedet er faktorer som påvirkes av myndighetenes politiske føringer. Kort sagt er politiske faktorer i en PESTEL-analyse alle politiske avgjørelser som har en innvirkning på virksomheter. Økonomiske forhold er faktorer som påvirker det økonomiske aspektet av markedet. Dette kan være både de økonomiske forholdene til den som skal innta markedet, og den generelle økonomien i markedet. Eksempelvis hvordan kjøpekraften til kjøperne endres. Sosiale faktorer er menneskelige faktorer. Dette kan være en økt menneskelig ressurs i form av befolkningsvekst, eller at de sosiale trendene endres. Teknologiske faktorer tar for seg utviklingen av teknologi, og hvordan denne teknologien får betydning for bedrifter og samfunnet generelt ved automatisering og bruk av data. Klimatiske faktorer innebærer alt av tilgang og bruk av naturressurser til holdninger ovenfor klimaet. Juridiske faktorer er eksisterende og potensielle fremtidige nasjonale og internasjonale lover, som har, eller kan få innvirkning på din virksomhet (Framnes, Pettersen og Thjømøe, 2018).

3.4 Ressursbasert analyse

Aktører i regnskapsbransjen kan tilsynelatende virke ganske like, og det opereres under samme norske lov og forhold. Hvordan kan det da ha seg at noen lykkes bedre enn andre? Her vil ressursbasert analyse kunne kartlegge konkurransefortrinn bedriftene besitter gjennom de tilgjengelige ressursene. Lien og Jakobsen definerer ressurser på følgende måte: «Ressurser er beholdninger av innsatsfaktorer som påvirker bedrifters relative evne til å iverksette produktmarkedsstrategier.» (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016, s. 151). Denne definisjonen bør gjøre oss oppmerksomme på at ressurser har en relativ verdi, og ressursanalysen blir dermed særdeles viktig. Dette betyr at man er avhengig av å kartlegge hvilke innsatsfaktorer som kan brukes på hvilke strategier, samt opp mot hvilke ressurser konkurrentene besitter.

Noen ressurser vil være vanskelige å imitere og disse er det særdeles viktig å kartlegge, da de vil fungere som vedvarende konkurransefortrinn (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016). I tillegg vil

kartleggingen av disse ressursene være viktige for hvordan bedriften ønsker å legge opp strategien sin. Altså, ulike ressurser krever ulike strategier. Det handler om å se kundene fra flere perspektiver, og bruke de ressursene man har tilgjengelig på en slik måte at man skiller seg ut, og videre kaprer kunder. En slik ressursbasert analyse er altså bare en generell analyse over hvilke ressurser man besitter. Videre vil koblingen mellom ressursenes egenskaper og resultatene, avgjøre hvor stort potensiale de har til å skape et konkurransefortrinn (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016). Det vil da være naturlig å benytte seg av en SVIMA-analyse.

3.5 SVIMA

Jay Barney presenterte i 1991 VRIO-rammeverket som et verktøy for å kunne kartlegge hvorvidt en ressurs er verdifull, sjelden, imiterbar og hvordan organisasjonen utnytter ressursen. Jo sterkere disse faktorene er, og hvor vanskeligere det er å imitere ressursen avgjør hvor kraftig konkurransefortrinnet som følger av ressursen er. I senere tid har Lien og Jakobsen (2015) presentert SVIMA-rammeverket, som er tilnærmet lik VRIO (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016.). Oppgaven vår vil presentere, og senere i analysedelen, benytte seg av SVIMA-analysen. Gangen i en SVIMA-analyse er lik som i en VRIO analyse hvor hver avgjørende faktor analyseres. En svært viktig faktor som det rettes fokus på gjennom SVIMA-analysen er selskapets humankapital. De siste årene har det nemlig vist seg at «å utvikle en nasjons humankapital er faktisk den viktigste økonomiske faktoren for økonomisk suksess på lang sikt.» (SVEA, 2018). Det blir dermed viktig å kaste lys over SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin humankapital, og hvorvidt denne er en del av den økonomiske utviklingen.

3.5.1 Sjelden

Man begynner ofte å analysere hvor sjelden en ressurs er for å avgjøre om ressursen har potensial til å skape et konkurransefortrinn. En unik ressurs vil kunne skape et bedre konkurransefortrinn (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016).

3.5.2 Viktig

Videre vurderes det om ressursen er viktig for bedriftens verdiskaping. Her vil en ressurs også anses som viktig dersom «den kan bli brukt til å utnytte muligheter eller til å eliminere trusler i selskapets omgivelser» (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016, s. 154).

3.5.3 Ikke-imiterbar

En ressurs som enkelt kan imiteres av en konkurrent vil være en trussel for konkurransefortrinnet. I beste tilfelle vil en imiterbar ressurs kunne skape et midlertidig fortrinn. Imitasjon kan skje ved at konkurrenter skaffer seg de samme ressursene, eller at de substitueres med andre ressurser som er like gode eller bedre. Ressursene kan kjøpes, eller utvikles selv, men det gitt at man har ressurser og kapasitet nok til å faktisk kunne utvikle disse. Dersom ressursen er veldig sjelden av naturlige årsaker, vil man i mange tilfeller besitte en ikke-imiterbar ressurs. Ressurser kan også ha juridisk beskyttelse slik at de er ikke-imiterbare (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016).

3.5.4 Mobilisert

Mobilisering handler om at ressursen må kunne mobiliseres, tas i bruk og utnyttes. Her handler det om at selskapet må ha klare strategier for å kunne utnytte ressursene effektivt. Det nytter ikke å tilfredsstille de førstnevnte kriteriene dersom man ikke klarer å mobilisere ressursen (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016).

3.5.5 Appropriert

Til slutt, for at en ressurs skal kunne skape et konkurransefortrinn må den medfølgende verdien ressursen skaper for bedriften være appropriert. Dette betyr i korte trekk at dersom en ressurs skaper verdier for 10 millioner kroner, vil ikke dette ha noe å si dersom de ansatte krever 10 millioner i lønn. Selskapet må altså selv sitte igjen med noe av verdien ressursen skaper. En annen faktor som spiller inn her er andre aktørers forhandlingsmakt. Kunder, ansatte eller leverandører vil kunne kapre biter av verdien som skapes ved å eksempelvis forhandle om priser i sin favør (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016).

3.6 Bærekraft og grønn forretningsmodell

3.6.1 Den triple bunnlinjen - samfunn, miljø og økonomi

En kjent definisjon på bærekraftig utvikling, utarbeidet av Brundtland-kommisjonen lyder «En utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov» (FN-sambandet, 2020). Bærekraft som begrep blir ofte sett i lys av tre grunnpilarer, nærmere bestemt samfunn, miljø og økonomi. Ifølge Carson og Skauge (2019) handler bærekraft om å ta et langsiktig og helhetlig ansvar for virksomheten. Dette betyr at virksomheten må balansere disse tre faktorene på en god måte. Dette vil si at en virksomhet må være lønnsom, uten at det går på bekostning av samfunnet og miljøet i sin helhet. Et ofte brukt begrep i denne sammenhengen er den triple bunnlinjen. Begrepet tar utgangspunkt i at en virksomhet skal prestere på alle arenaer. Med andre ord kan ikke en virksomhet utelukkende ha økonomiske intensjoner, de må også ta hensyn til miljø og samfunnsmessige mål (Carson og Skauge, 2019).

Den sosiale bunnlinjen handler ifølge Carson og Skauge (2019) om virksomhetens effekt på mennesker - både internt og eksternt. De interne temaene dreier seg om arbeidsbetingelser og diskriminering, mens de eksterne handler om menneskerettigheter, korrupsjon og bidrag til lokalsamfunnet. I stor grad handler den sosiale bunnlinjen om en gjensidig sosial struktur som er det beste for menneskene (Carson og Skauge, 2019).

Videre defineres den miljømessige bunnlinjen som «hvordan virksomheten virker inn på det ytre miljøet gjennom sin aktivitet» (Carson og Skauge, 2019, s. 136). Det handler i praksis om å minimere bedriftens påvirkning på det ytre miljø.

Den økonomiske bunnlinjen derimot, omhandler den økonomiske verdien som en virksomhet genererer etter at kostnader ved driften er trukket fra. Det kan oppfattes som at en virksomhet som har større inntekter enn kostnader er bærekraftig. Derimot handler det ikke om lønnsomhet i en snever bedriftsøkonomisk sammenheng, men om den økonomiske innvirkningen virksomheter har på samfunnet som helhet (Carson og Skauge, 2019). I et bærekraftig perspektiv er økonomi

bare et middel for å oppnå andre goder gjennom det økonomiske overskuddet. Økonomi er med andre ord ikke det eneste målet til en bedrift.

Den triple bunnlinjen er, i motsetning til de andre strategiske verktøyene som er presentert i oppgaven, ikke et tradisjonelt analyseverktøy, men er heller en viktig metafor som skaper et bilde over bedrifters forpliktelser utover det rent økonomiske. Tanken bak den triple bunnlinjen er nettopp dette, at en bedrifts resultater ikke bare måles i økonomiske størrelser, men også i miljømessige og sosiale størrelser (Carson og Skauge, 2019). Disse tre målestokkene er med andre ord svært sentrale i den grønne utviklingen vi befinner oss i, og spesielt i dagens samfunn vil langsiktig lønnsomhet være dypt preget av hvorvidt virksomhetene tar hensyn til disse tre pilarene.

3.6.2 CSR - Bedriftens samfunnsansvar

Ifølge World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) defineres CSR som: «Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large» (GAEA, u.å.).

Bedrifter har med andre ord et utvidet ansvar ut over egen lønnsomhet. Næringslivsetikeren Archie B. Carroll er en av de som har argumentert for at bedrifter har et utvidet samfunnsansvar, og han har identifisert fire områder for bedrifters samfunnsansvar: det økonomiske, det juridiske, det etiske og det filantropiske (Carson og Skauge, 2019). Modellen til Carroll plasserer økonomisk ansvar nederst, etterfulgt av det juridiske, det etiske og det frivillige eller filantropiske ansvaret. Bedrifter skal klatre denne vertikale pyramiden, på samme vis som man gjør med Maslows «behovspyramide». Det vil si at man skal bevege seg fra det mest grunnleggende til det minst pressende. De tre nederste nivåene i pyramiden til Carroll kan på mange måter ses på som hygiene faktorer, altså faktorer som man forventer er til stede til enhver tid. Det er kun det øverste nivået som baserer seg direkte på frivillighet, og det er bedriften selv som avgjør i hvilken grad de ønsker å leve opp til samfunnets normer og forventninger.

3.6.3 Interessentteori

En viktig faktor i den strategiske delen av bærekraft er det som benevnes grønn forretningsmodell. Dette viser til de mangfoldige bærekraftige og grønne aktivitetene en bedrift utfører i den daglige driften. Nært tilknyttet den grønne forretningsmodellen er begrepet interessentteori, som handler om en bedrifts interessenter som både påvirker og blir påvirket av bedriftens mål (Carson og Skauge, 2019). En bedrift og dens interessenter påvirker hverandre, både direkte og indirekte, og det er derfor viktig med et godt samspill mellom partene for at en bedrift skal kunne jobbe etter en grønn forretningsmodell. Interessentene kan deles inn i ulike nivåer, hvorav virksomhetsledelsen sin oppgave blir å balansere hensynet til disse ulike nivåene, og ta et mer aktivt ansvar overfor sine interessenter (Carson og Skauge, 2019). Det er hovedsakelig gjennom samskapning at man skaper høyere felles verdier, og dette står i sentrum av interessentteorien og vår bærekraftsanalyse.

Kapittel 4: Metode

I dette kapittelet vil den valgte forskningsmetoden som har blitt lagt til grunn for vår bacheloroppgave presenteres. En metode blir av sosiologen Vilhelm Aubert beskrevet som «en fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener formålet, hører med i arsenalet av metode» (Oppen, Mørk og Haus, 2020, s. 23).

Innenfor faglitteraturen skilles det mellom to forskningsmetoder, nemlig kvantitativ og kvalitativ metode. Kvantitativ metode blir anvendt i de tilfeller hvor formålet er å samle inn informasjon fra mange respondenter, hvor man går mer i bredden enn dybden. Kvantitativ metode forholder seg til mer kvantifiserbare størrelser som kan estimeres og fortolkes basert på statistisk metode (Oppen, Mørk og Haus, 2020).

Når det gjelder kvalitativ metode er dette en metode som går mer i dybden og tar sikte på å forklare og forstå sosiale fenomener. Metoden baserer seg på ord fremfor tall, og dette gjøres ofte med dybdeintervjuer, observasjoner eller dokumentundersøkelser. Kvalitativ metode kjennetegnes av det som kalles for intensivt design, noe som vil si at man går mer i dybden enn bredden. Uansett om det er kvantitativ eller kvalitativ metode som benyttes, er det enighet om at reliabilitet og validitet er sentrale aspekter som til enhver tid må ivaretas (Oppen, Mørk og Haus, 2020).

4.1 Forskningsdesign

Forskningsdesign blir ifølge Oppen, Mørk og Haus (2020) beskrevet som en fremdriftsplan eller en konkret beskrivelse over de ulike prosessene som utarbeides for å kunne belyse problemstillingen.

4.2 Valg av undersøkelsesdesign

Litteraturen skiller mellom tre ulike undersøkelsesopplegg, herunder kausalt, eksplorerende og deskriptivt. Valg av design vil være avhengig av hvor mye kunnskap man innehar om området man skal undersøke og selve formålet med studiet (Oppen, Mørk og Haus, 2020). Det

undersøkelsesdesignet som egner seg best til å belyse vår hovedproblemstilling er et eksplorativt undersøkelsesdesign, og dette skyldes at dette designet foretrekkes i de tilfeller hvor man søker etter forståelse for å forklare et fenomen. Underproblemstillingen krever mer dybdeinformasjon hvorav det skal kartlegges sentrale aspekter som forklarer lønnsomhetsutviklingen som har blitt analysert.

Vi har valgt å strukturere oppgaven ved at vi først har gjennomført en regnskapsanalyse, og derav en strategisk analyse med fokus på sentrale analyseverktøy og bærekraft. Regnskapsanalysen tar utgangspunkt i et beskrivende design, mens den strategiske analysen bærer preg av et forklarende design, noe som videre danner grunnlaget for valg av metode.

4.3 Forskningstilnærming

Innenfor metodefaget skilles det mellom deduktiv, induktiv og abduktiv tilnærming til undersøkelser. En deduktiv tilnærming vil si at man tar utgangspunkt i teori som allerede finnes for å søke etter fenomener. En slik tilnærming er teoristyrte, noe som vil si at man ønsker å teste teoretiske antakelser (Jacobsen, 2015). Ved en induktiv tilnærming er man mer empiristyrte ved at man heller går fra empiri til teori, og man ønsker i slike tilfeller å utvikle hypoteser fremfor å teste hypoteser. Både kvalitativ og kvantitativ metode tar utgangspunkt i teorier, men forskjellen mellom disse to metodene er at presisjonsnivået ved kvantitativ metode, herunder spørreundersøkelser må være høyt. Ved kvalitativ metode vil man ha mulighet for å kunne utdype spørsmål, stille oppfølgingsspørsmål og avklare misforståelser, noe som innebærer at presisjonsnivået kan litt mer upresist. Den siste tilnærming er det som kalles abduktiv tilnærming. Abduktiv tilnærming er en mer pragmatisk tilnærming som tar utgangspunkt i at man må starte med observasjoner, fordi det er dette som skaper problemstillingen (Jacobsen, 2015).

Vår oppgave tar sikte på å belyse og besvare problemstillingen «Hvordan har lønnsomhetsutviklingen for SpareBank 1 Regnskapshuset SMN vært fra 2015 til og med 2020?». Videre tar underproblemstillingen sikte på å identifisere sentrale faktorer som forklarer lønnsomhetsutviklingen i den valgte tidsperioden. Basert på dette, har vi tatt i bruk en deduktiv tilnærming, hvorav relevante teorier og verktøy har blitt presentert i teorikapitlet.

4.4 Valg av forskningsmetode

Valg av forskningsmetode vil si hvordan man ønsker å samle inn data og informasjon, og hva slags informasjon man er på utkikk etter. Det er hovedsakelig problemstillingen og undersøkelsesdesign som setter grunnlag for valg av metode, og metodene som kan anvendes er som nevnt kvantitativ og kvalitativ metode (Jacobsen, 2015).

I oppgaven har vi benyttet metodetriangulering for å kunne belyse og besvare vår problemstilling. Regnskapsanalysen som vi har gjennomført tar utgangspunkt i kvantifiserbare tallstørrelser, noe som retter seg mot kvantitativ metode. For å kunne kartlegge sentrale faktorer som kan forklare den observerte lønnsomhetsutviklingen gjennomførte vi et dybdeintervju med divisjonsdirektøren i SpareBank 1 Regnskapshuset SMN Ronny Thomas Jenssen den 02.03.2022. Dette for å få bedre dybdeinformasjon rundt de strategiske aspektene, og spesielt ved bærekraftsanalysen hvor informasjons- og bakgrunnsgrunnlaget var begrenset. Ved å kombinere metodene, vil problemstillingen og underproblemstillingen bli belyst fra flere perspektiver, noe som gir bedre reliabilitet i våre konklusjoner.

4.5 Datainnhenting

Ved datainnhenting skilles det mellom to typer, primær- og sekundærdata. Forskjellen mellom disse to typene er hovedsakelig at primærdata er informasjon som er samlet inn for første gang av forskeren, mens sekundærdata er informasjon som allerede er samlet inn av andre forskere, ofte til andre studier og formål. Både kvantitativ og kvalitativ metode kan ta utgangspunkt i primær- og sekundærdata, men det mest hensiktsmessige er uansett å sikte mot primærdata. Når informasjonen er primærdata vil dette styrke reliabiliteten og validiteten til resultatene ettersom informasjonen er hentet inn til studiets konkrete formål, samt at andre ikke har formet dataen og satt sitt preg (Jacobsen, 2015).

I regnskapsanalysen har vi tatt utgangspunkt i bedriftens årsrapport og sentrale nøkkeltall som er hentet fra (Proff Forvalt, u.å.), noe som er å anse som kvantitativ sekundærdata. Samtidig har vi også gjennomført et dybdeintervju med divisjonsdirektøren i SpareBank 1 Regnskapshuset SMN,

og dette anses for å være primærdata. Formålet med intervjuet var å sikre et bedre og mer troverdig informasjonsgrunnlag rundt bærekraftsanalysen hvor det forelå lite informasjon om den grønne forretningsmodellen til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. Intervjuet har vært en viktig kilde for å sikre god reliabilitet og gyldighet rundt vår bærekraftsanalyse og oppgaven generelt. Både reliabilitet og gyldighet er to viktige begreper som er nærmere forklart under. Disse begrepene er viktig for å kunne få troverdige og riktige resultater som gjenspeiler virkeligheten i sin helhet.

4.6 Tidshorisont

Oppgavens hovedfokus er å analysere lønnsomhetsutviklingen til Sparebank 1 Regnskapshuset SMN fra 2015 til og med 2020. Vi bruker med andre ord en studie som strekker seg over tid, og på fagspråket kalles dette en longitudinell studie. Ved å benytte en slik studie vil man kunne kartlegge bedriftens lønnsomhetsutvikling over flere år, noe som nøytraliserer enkelte års negative og positive hendelser. Man får med andre ord en bedre oversikt over utviklingen gjennom årene. I tillegg vil en analyse med flere observasjoner over lengre tid føre til mer troverdige og gyldige resultater, fordi flere observasjoner er positivt.

4.7 Reliabilitet og validitet

Både reliabilitet og validitet er viktige faktorer som har blitt gjennomgående nevnt i dette delkapittelet. Det å være kritisk til funnene og datagrunnlaget er viktig for å kunne stadfeste hvorvidt disse anses som troverdige og gyldige. Begrepet reliabilitet er ifølge Oppen, Mørk og Haus (2020) en betegnelse på om resultatene våre er pålitelige, stabile og reproduserbare. Når man stiller spørsmål ved reliabiliteten, stiller man spørsmål ved påliteligheten til resultatene man har kommet fram til. Man stiller seg med andre ord spørrende til om dataen som er samlet inn har blitt påvirket av metoden som er brukt for innsamling og analyse.

Validitet derimot, går ut på hvorvidt vi har klart å måle det fenomenet som vi ønsket å måle. I denne sammenhengen benyttes begrepet begrepsvaliditet (Oppen, Mørk og Haus, 2020). Det er viktig å oppnå en tilfredsstillende validitet fordi dette indikerer høy kvalitet på våre analyser. For å kunne si noe konkret om SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin lønnsomhetsutvikling i

undersøkellesperioden har vi vært avhengige av å velge de riktige nøkkeltallene som måler lønnsomheten på en god måte, og i denne sammenhengen er konstruksjonsvaliditet sentralt. Det er naturligvis ønskelig med høy gyldighet for våre resultater, fordi dette indikerer en tilfredsstillende begrepsvaliditet og konstruksjonsvaliditet. Videre kan validiteten deles inn i intern og ekstern validitet, hvorav vår oppgave retter seg mer mot intern gyldighet. Intern gyldighet bygger på om resultatene oppfattes som riktige og gjenspeiler virkeligheten, mens ekstern gyldighet handler derimot om man har grunnlag for å kunne generalisere funnene (Oppen, Mørk og Haus, 2020). Intensjonen med oppgaven er ikke å generalisere funnene våre utover SpareBank 1 Regnskapshuset SMN som enkeltcasestudie, og dermed blir det mer hensiktsmessig å ha fokus på intern gyldighet.

SpareBank 1 Regnskapshuset SMN er en regnskapspliktig bedrift på lik linje med andre aksjeselskaper. Regnskapstallene våre som er hentet ut fra (Proff Forvalt, u.å.) vil dermed inneha høy validitet. Det er imidlertid viktig å tenke på at utarbeidelsen av årsregnskapet bygger videre på ulike forutsetninger og prinsipper som påvirker kvaliteten på regnskapsmaterialet (Kristoffersen, 2019). Forutsetningene og prinsippene er som følger:

- Historisk kost-prinsippet
- Skjønnsmessige vurderinger
- Bruk av ulike regnskapsprinsipp
- Spesielle forhold
- Foretakets sammensetning

Det er vanskelig å ha kontroll over disse forutsetningene og prinsippene i og med at regnskapstallene til bedriften er hentet ut av (Proff Forvalt, u.å.). Forutsetningene og prinsippene påvirker kvaliteten på regnskapsmaterialet, og det er ukjent hvordan årsregnskapet er utformet. Men dette vil ikke påvirke vår oppgave av betydelig grunn, men dette ville ha vært sentralt i en benchmarking hvor man skal sammenligne to selskaper, herunder to regnskap. Her ville det ha forligget en risiko forbundet med forskjellig bruk av forutsetninger og prinsipper.

En mulighet for å underbygge våre resultater ville vært å gjennomføre en benchmarking. I slike tilfeller er man avhengig av å finne en god kandidat som kan benyttes i benchmarkingen. I vårt tilfelle, fant vi ingen tilnærmet like og derav gode bedrifter til å gjennomføre en benchmarking mot SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. En potensiell aktør kunne vært Azets Insights, men Azets Insight sitt regnskap gjelder hele konsernet, og siden vår oppgave kun omfatter Regnskapshuset SMN, og ikke hele konsernet, ville resultatene ha blitt litt sprikende og skjeve. Vi valgte av den grunn å ikke gjennomføre en benchmarking, fordi dette kunne ha påvirket besvarelsen negativt med tanke på feilaktige og misvisende konklusjoner, samt at vi ikke har kontroll på de ulike forutsetningene og prinsippene som er blitt lagt til grunn ved utarbeidelse av årsregnskapet.

Ved innsamling av sekundærdata til vår strategiske analyse er det særdeles viktig å være kritisk til informasjonen man innhenter og kontrollerer. Ved innhenting av sekundærkilder, har vi stilt oss kritiske til dataen, og kilden. Generelt i denne oppgaven har vi tatt i bruk ulike forhåndsregler for å sikre reliable og valide konklusjoner og data. En feilkilde utover forhåndsreglene vi har tatt er feilføring av regnskapstall og generelt slurv i oppgaven. Men denne feilkilden har blitt minimert ved at flere av gruppens medlemmer har kontrollert tallene, samt at gruppens medlemmer har kontrollert hverandres arbeid grundig.

Ved intern gyldighet hersker det ingen tvil om at regnskapstallene og nøkkeltallene i regnskapsanalysen er gyldige og gode til å kunne belyse vår problemstilling. Regnskapstallene og våre valgte nøkkeltall fanger opp bedriftens økonomiske stilling og utvikling i vår undersøkelsesperiode, og dette gir oss god data til å kartlegge lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN i den valgte undersøkelsesperioden.

Når det gjelder vår strategiske analyse og bærekraftsanalyse, så kan disse analysene bli subjektive, og vil i den grunn ikke være like reliable som regnskapsanalysen. Det foreligger dermed en fare for at vår oppfatning avviker fra hvordan virkeligheten faktisk er. Men som nevnt, har vi gjennomført et dybdeintervju med en av næringslivslederne i SpareBank 1 Regnskapshuset SMN for å minimere denne feilkilden så godt som mulig.

Kapittel 5: Analyse

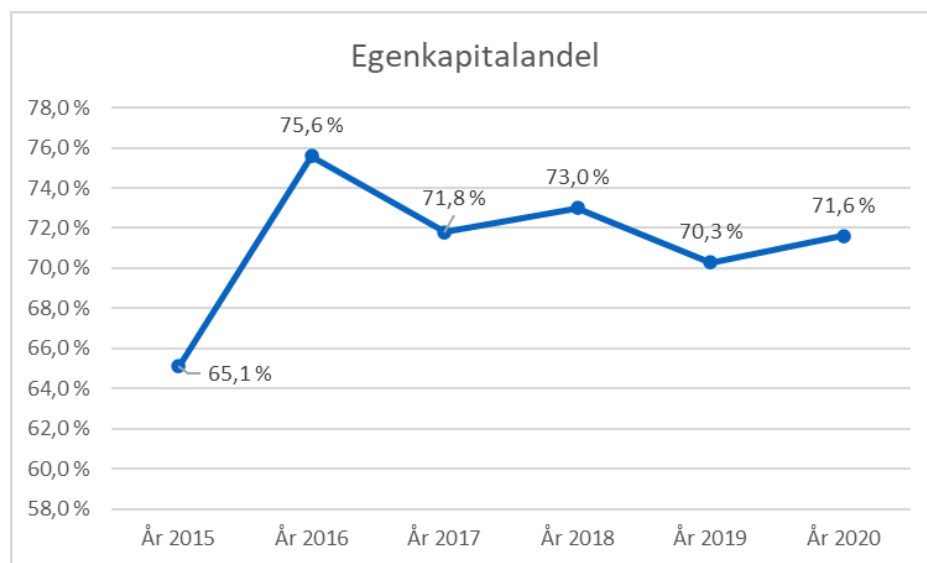
Hittil har vi kartlagt det teoretiske rammeverket for vår oppgave, hvor vi har sett nærmere på sentrale analyseverktøy og teorier som kan hjelpe oss med å belyse problemstillingen. I dette kapittelet vil analysedelen, herunder regnskapsanalysen, den strategiske analysen og bærekraftsanalysen presenteres. Vi har først gjennomført en regnskapsanalyse med fokus på nøkkeltallsanalyse og horisontal analyse for å kunne si noe konkret om SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin lønnsomhetsutvikling i den valgte undersøkelsesperioden. Analysene vil forklare bedriftens lønnsomhet, likviditet, finansieringsstruktur og soliditet i undersøkelsesperioden. Disse analysene legger det videre grunnlaget for hovedproblemstillingen.

Videre har vi gjennomført ulike strategiske analyser som Porters fem konkurransekrefter, PESTEL-analyse, ressursbasert analyse og SVIMA-analyse som ble presentert i teorikapitlet. Disse analysene skal forklare sentrale aspekter som kan ha hatt stor betydning for den lønnsomhetsutviklingen som ble kartlagt under regnskapsanalysen, og skal gå dypere inn på hva som skyldes den helhetlige utviklingen som blir observert i regnskapsanalysen. Helt til slutt av analysedelen vil vi gå nærmere inn på bærekraftsperspektivet, og hvordan dette har påvirket lønnsomhetsutviklingen til SpareBank 1 Regnskapshuset i undersøkelsesperioden.

5.1 Regnskapsanalyse

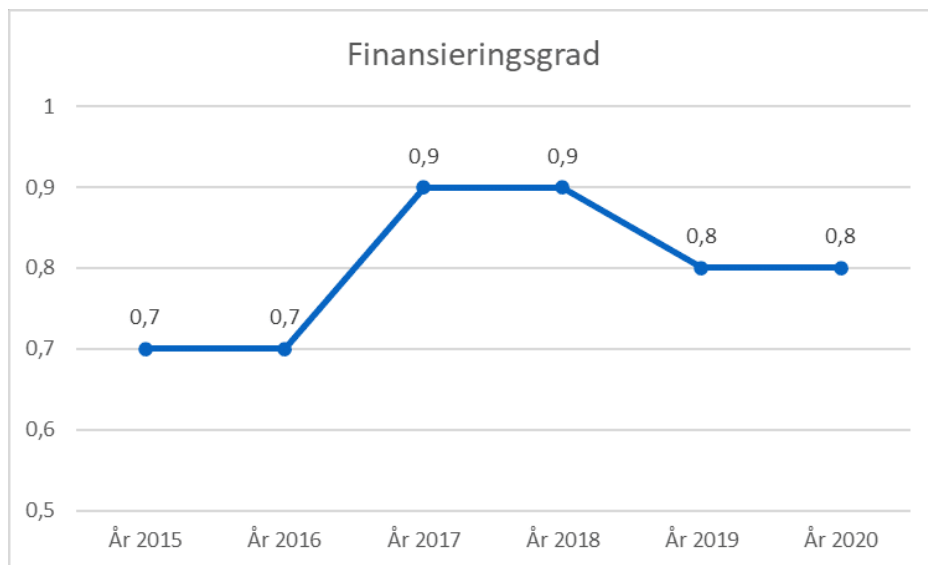
I dette delkapittelet skal vi ta for oss nøkkeltallene og horisontal analyse som er presentert i teoridelen. For å kunne forstå utviklingen i lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN er det viktig å forstå strukturen på driften. Regnskapshuset driver som nevnt med tjenester tilknyttet økonomisk rådgivning, herunder HR-tjenester, IT og digitale tjenester, regnskap, lønn og eierskifte. Disse tjenestene er en viktig del av bransjen, og flere av disse har også fått større betydning og oppmerksomhet de siste årene. Dette har totalt sett ført til at omsetningen i regnskapsbransjen har økt betraktelig de siste årene. Som vi presenterte i kapittel 2 er det SpareBank 1 Regnskapshuset som helhet som har vært den dominerende aktøren med tanke på vekst i 2020, og de har kapret en vesentlig større markedsandel. Det er derfor interessant å undersøke lønnsomheten fra 2015 til og med 2020.

5.1.1 Soliditet



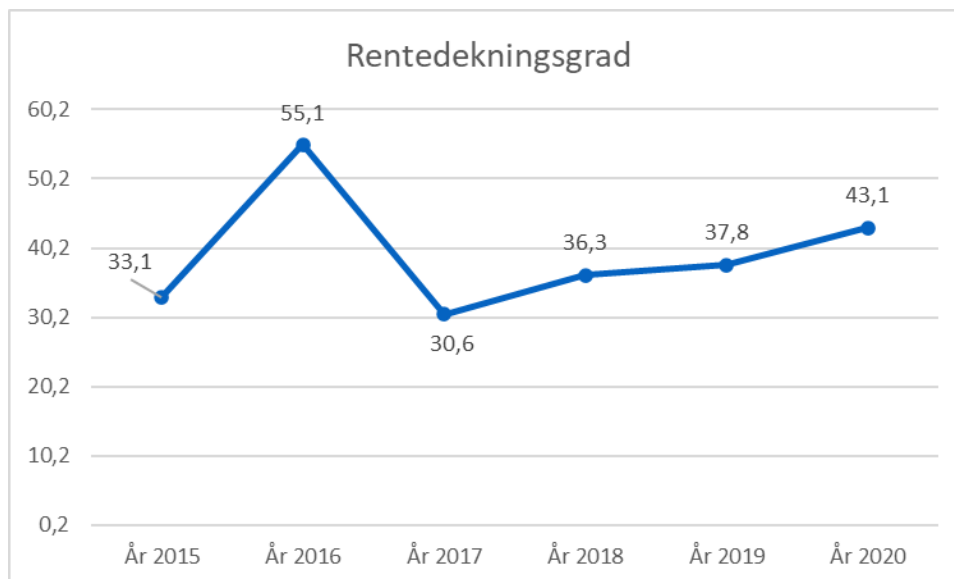
Figur 5.1 - Egenkapitalandel

Soliditeten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har i hele undersøkelsesperioden vært svært god. Egenkapitalandelen til bedriften var i 2015 på 65,1%, noe som anses for å være svært høyt og tilfredsstillende. Dette vil indikere at bedriften ikke er avhengig av ekstern finansiering, men at eiendelene er stort sett er finansiert med bedriftens egenkapital. I 2016 var nøkkeltallet på 75,6%, noe som er meget tilfredsstillende og høyt. De neste årene frem til 2020 har nøkkeltallet vært solid på rundt 70%, og i 2020 endte egenkapitalandelen på 71,6%. En egenkapitalandel på 71,6% er langt over hva som er anbefalt, og anses for å være mer enn tilfredsstillende. En viktig forklaring på bedriftens høye egenkapitalandel skyldes bedriftens positive årsresultat i de ulike årene. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har i hele undersøkelsesperioden levert positive årsresultat, hvorav hele overskuddet har blitt ført til annen egenkapital før eventuelt utbytte eller konsernbidrag. Slik man observerer i regnskapet, har egenkapitalen økt betraktelig hvert år i undersøkelsesperioden, og dette skyldes en blanding av innskutt og opptjent egenkapital som man ser gjennom flere kunngjøringer i foretaksregisteret (Brønnøysund, u.å.). Effekten av dette er naturligvis en høy egenkapitalandel, noe som er meget bra for bedriftens soliditet og finansieringsstruktur.



Figur 5.2 - Finansieringsgrad

Når det gjelder finansieringsgraden til bedriften er denne også tilfredsstillende gjennom alle årene. Nøkkeltallet bør ikke være større enn 1, og den har i hele undersøkelsesperioden vært på 0,7 til 0,9. I 2015 og 2016 var nøkkeltallet på 0,7, noe som signaliserer at anleggsmidlene til bedriften har stort sett vært finansiert med langsiktig kapital. Videre i 2017 og 2018 økte nøkkeltallet til 0,9, noe som fremdeles er tilfredsstillende, men likevel noe høyt. Dersom nøkkeltallet hadde vært over 1 ville dette ha indikert at anleggsmidlene er noe kortsiktig finansiert, noe som ikke er ønskelig. I både 2019 og 2020 endte nøkkeltallet opp på 0,8, noe som anses for å være tilfredsstillende. Sett under ett fra 2015 til og med 2020 har det altså vært en økning i finansieringsgrad 1, en utvikling bedriften burde snu.



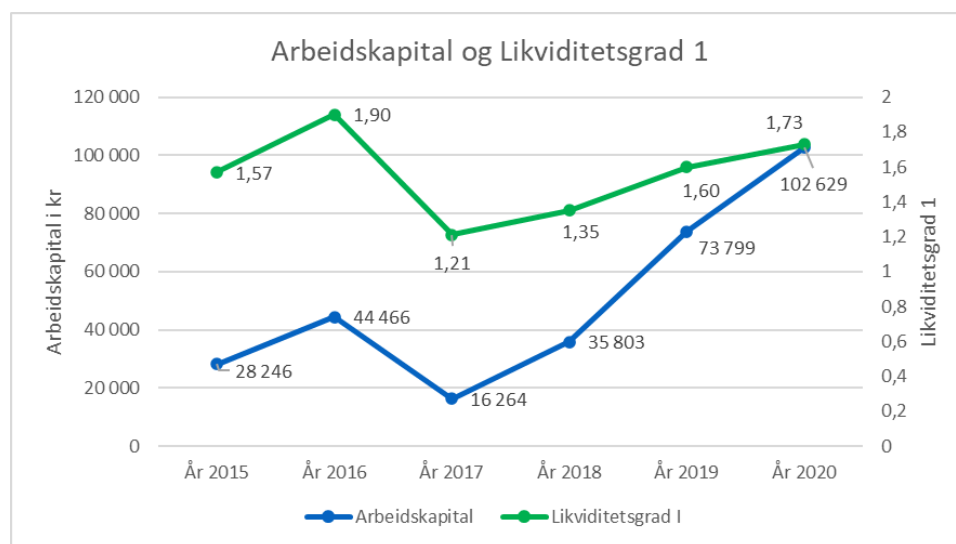
Figur 5.3 - Rentedekningsgrad

Rentedekningsgraden til bedriften har i hele undersøkelsesperioden var meget solid. I 2017 var nøkkeltallet på sitt laveste, her var rentedekningsgraden på 30,6. En rentedekningsgrad på 30,6 kan sies å være svært høyt når tommelfingerreglene ifølge Proff Forvalt (u.å.) tilsier at et nivå på 3,5 er meget tilfredsstillende. Bedriftens evne til å betale rentekostnader med driftsresultatet og finansinntektene er derfor høy i alle årene. I 2020 var rentedekningsgraden på 43,1. Årsaken til at bedriftens evne til å betale renter er tilfredsstillende høy i alle de valgte årene er bedriftens høye driftsresultat og at rentekostnadene er lave. De totale rentekostnadene har vært relativt små sett opp mot bedriftens driftsresultat, og dette er mer eller mindre et synlig resultat på at store deler av anleggsmidlene er finansiert med egenkapitalen i bedriften. Man ser med andre ord klare sammenhenger mellom bedriftens strategiske valg forbundet med finansiering.

Vi ser at bedriften har drevet lønnsomt, som vi vil illustrere nærmere senere. Dette har ikke blitt trukket ut av selskapet og det hersker ingen tvil om at bedriften har en sunn og solid finansieringsstruktur, noe som gjenspeiler seg i nøkkeltallene som er analysert ovenfor. Anleggsmidlene er finansiert med langsiktig kapital, og store deler av eiendelene generelt er finansiert med egenkapitalen. I tillegg til den opptjente egenkapitalen har det gjennom perioden blitt skutt inn mye egenkapital som bidrar positivt til soliditeten. Eierne har med andre ord veldig god kontroll på finansieringen og soliditeten til selskapet, noe som er en viktig forklaring på

bedriftens økonomiske utvikling i perioden. Bedriftens solide finansieringsstruktur er sunn, og dette setter bedriften i en sterk posisjon med tanke på uforutsette hendelser i dagens dynamiske samfunn.

5.1.2 Likviditet



Figur 5.4 - Arbeidskapital og likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 viser en positiv trend når hele perioden ses under ett. Nøkkeltallet har økt fra 1,57 i 2015 til 1,73 i 2020. Likviditetsgrad 1 skal optimalt være nære eller over 2, men en likviditetsgrad på 1,73 vil likevel vurderes som god. Økningen skyldes at omløpsmidlene har økt litt mer enn den kortsiktige gjelden har gjennom hele perioden. Det er en større økning i bankinnskudd som ligger bak økningen i omløpsmidlene, fra 2015 til og med 2020 har verdiene økt fra 49 668 kr til 178 600 kr. Fordringene har også hatt en markant økning fra 28 424 kr til 64 242 kr (alle tall i hele tusen). Det er verdt å merke seg en betraktelig nedgang i likviditetsgrad 1 fra 2016 på 1,90 til 1,21 i 2017. Omløpsmidlene holdt seg stabile, mens den kortsiktige gjelden økte her.

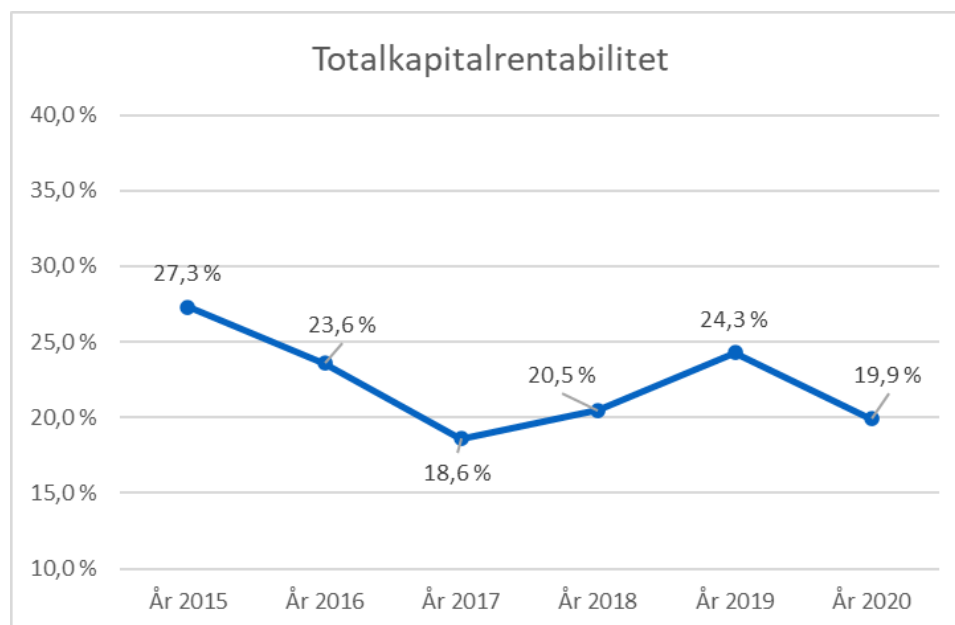
Arbeidskapitalen til bedriften er positiv, som er et minimumskrav fordi anleggsmidlene til bedriften skal helst være finansiert med langsiktig kapital. Sett bort ifra nedgangen fra 2016 til 2017 har arbeidskapitalen også hatt en positiv utvikling gjennom hele perioden. Arbeidskapitalen

måler mye av det samme som likviditetsgrad 1, forskjellen er at vi ved likviditetsgrad 1 får et forholdstall som er lettere å anvende i sammenligning med andre bedrifter.

Vi ser at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har god likviditet, noe som skyldes at de får tilført finansiell kapital fra morselskapet SpareBank 1 SMN. Samtidig har Regnskapshuset SMN også bygget opp en god likviditet selv gjennom bunnlinjen, men denne kapitalen tildeles morselskapet i form av årlig utbytte som igjen tildeles datterselskapene gjennom interne transaksjoner.

Bedriften har gjennom organisk vekst og oppkjøp vokst betraktelig. Oppkjøpene er finansiert med 100% egenkapital, og det kan derfor hevdes at oppkjøpene ikke har gått ut over likviditeten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN i vår undersøkelsesperiode.

5.1.3 Lønnsomhet



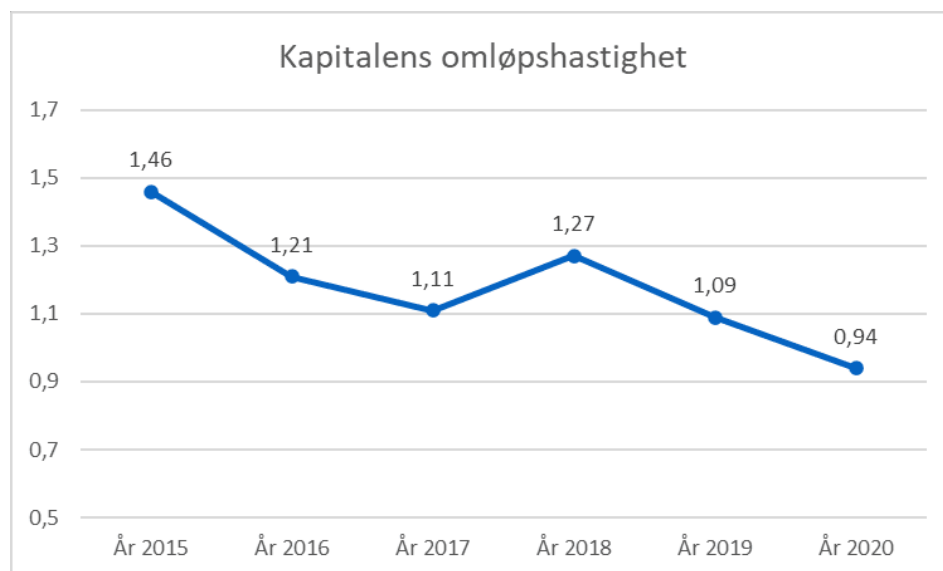
Figur 5.5 - Totalkapitalrentabilitet

En normalverdi for totalkapitalrentabiliteten vil være forskjellig fra bransje til bransje, men ifølge Kristoffersen (2019) regnes en totalkapitalrentabilitet på over 15% som meget god.

Totalkapitalrentabiliteten til bedriften er over 15% alle årene og anses dermed for å være meget god. Utviklingsmessig har det vært en nedgang til å begynne med fra år 2015 til og med år 2017 (27,3% til 18,6%), før det tok seg opp igjen til 24,5% i 2019. Totalkapitalrentabiliteten endte opp

på 19,9% i 2020. Dette gir oss en tidlig indikasjon på god lønnsomhet hos Sparebank 1 Regnskapshuset SMN, selv om vi ser en negativ utvikling i undersøkelsesperioden. Totalkapitalrentabiliteten vil i denne oppgaven være sentral ettersom det er her vi får svar på om oppkjøpene har lønnet seg eller ikke.

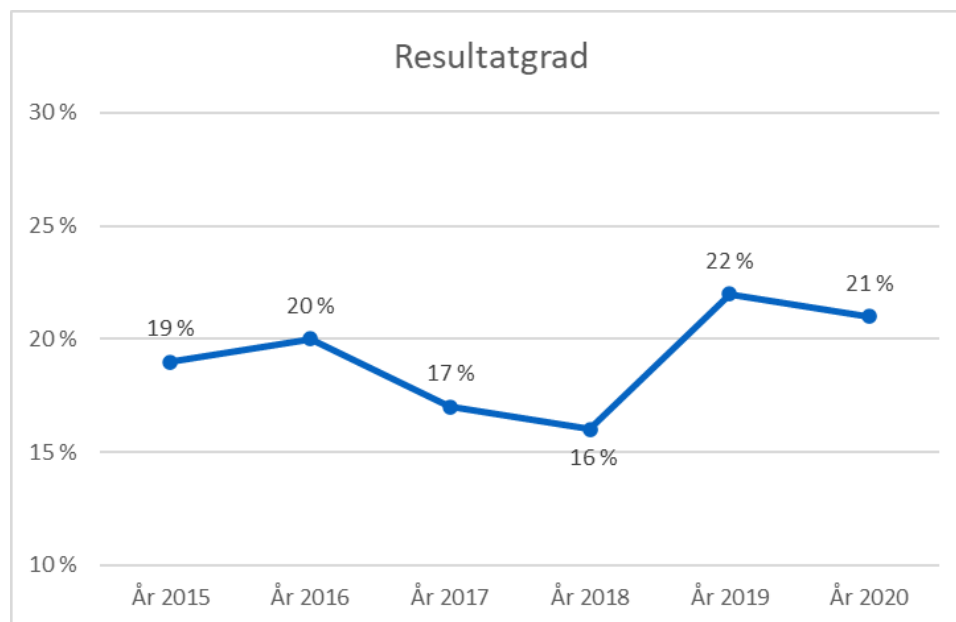
For å se nærmere på hva endringene i total kapitalrentabiliteten skyldes har vi som tidligere nevnt valgt å dekomponere denne i kapitalens omløpshastighet og resultatgrad.



Figur 5.6 - Kapitalens omløpshastighet

Når vi benytter DuPont-modellen for å dekomponere total kapitalrentabiliteten inn i kapitalens omløpshastighet gjør vi det enklere å se om bedriften klarer å bruke kapitalen sin til å generere inntekt. Kapitalens omløpshastighet har gjennom perioden sunket fra 1,46 til 0,94. Dette er en betydelig forverring. Det er verdt å merke seg at kriteriet som er satt for god omløpshastighet, over 4, er veldig bransjeavhengig og internt. Totalkapitalen til bedriften har økt betraktelig i

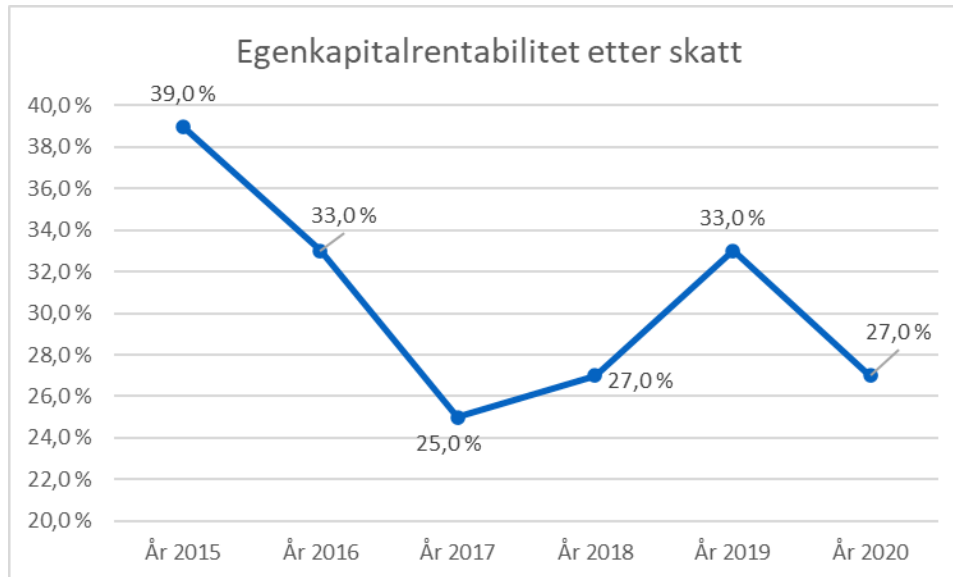
perioden. I 2015 hadde de en total kapital på 143 716 kr, mens i 2020 var total kapitalen på hele 591 592 kr (begge tall i hele tusen).



Figur 5.7 - Resultatgrad

Resultatgraden var i 2015 på 19%. Videre økte den til 20% i 2016, før det ble en nedgang i 2017 (17%) og 2018 (16%). I 2019 tok resultatgraden seg opp til 22% og endte til slutt på 21% i 2020. Det vil si at 21% av inntektene i 2020 kan brukes til å dekke finanskostnader og fortjeneste. Driftsinntektene har økt kontinuerlig i hele perioden, og det samme har driftsresultatet. Den nedadgående trenden i resultatgraden fra 2016 til 2018, og 2019 til 2020 skyldes at driftskostnadene økte mer enn driftsinntektene og finansinntektene gjorde sammenlagt. Andel

lønnskostnader av driftsinntektene var i 2015 på 67%, mens i 2020 er andelen nede på 62%. Det vil med andre ord si at bedriften har god utnyttelse per ansatt og bedriften drives mer effektivt.



Figur 5.8 - Egenkapitalrentabilitet etter skatt

Egenkapitalrentabilitet etter skatt følger total kapitalrentabiliteten tett. Den er meget god i hele perioden, selv om det har vært en nedadgående utvikling fra 39% i 2015 til 27% i 2020. I følge (Proff Forvalt, u.å.) bør egenkapitalrentabiliteten etter skatt ligge på over 17% for å kunne anses som meget god, noe den gjør i alle årene. Bedriften har med andre ord hatt god avkastning på eiernes investeringer.

Lønnsomheten til Sparebank 1 Regnskapshuset SMN er i perioden god, men utviklingen er likevel isolert sett nedadgående. Denne utviklingen vil til dels skyldes oppkjøpene av mindre regnskapsbyråer som bedriften har gjennomført de siste årene, men dog vil hovedforklaringen ligge på forvaltningen av bedriftens total kapital. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har mye finansiell kapital, og dermed har de fått tilført mer kapital enn det de har klart å forvalte på en god måte. Det vil heller lønne seg å spare denne kapitalen enn å gjøre forhastede valg som har større risiko for å ikke generere lønnsomhet. Dette kan være en viktig forklaring på nedgangen i kapitalens omløpshastighet i undersøkelsesperioden, samt en av grunnene til den nedadgående lønnsomheten.

Lønnsomhet med overskudd i samtlige år støtter opp under at likviditeten og soliditeten til bedriften er god. Når lønnsomheten til bedriften er god på lang sikt vil dette bedre likviditeten og soliditeten. Midler som blir oppspart av å gå i overskudd kan brukes til å nedbetale eventuell gjeld, eller å ha som likviditetsreserve for eventuelle nedgangstider. Derfor vil god lønnsomhet på sikt bedre likviditeten og soliditeten.

For å få et verdifullt tilskudd til nøkkeltallsanalysen og å skape en dypere forståelse av hva som ligger bak utviklingen vil vi se nærmere på endringen fra år til år ved å gjennomføre en horisontal analyse.

5.1.4 Horisontal analyse

Den horisontale analysen vil bli gjennomført ved å sammenligne tallene fra regnskapsperioden 2015 til og med 2020. Det vil bli sett på endringen fra et enkeltår til det påfølgende, med det første av to sammenligningsår som basisår for utregning av prosentvis endring. Postene vi skal se nærmere på er først og fremst driftsinntekter og driftskostnader. Videre ser vi nærmere på finansinntekter og -kostnader, samt resultat før skatt og skattekostnad.

Tabell 5.1 - Horisontal analyse 2015-2017 (alle tall i hele tusen)

SpareBank 1 Regnskapshuset SMN Horisontal analyse (trend-analyse)	Resultatregnskap			Resultatregnskap		
	2015	2016	Endring i Prosent	2016	2017	Endring i Prosent
Sum driftsinntekter (1)	192 088,00	209 094,00	8,85 %	209 094,00	267 080,00	27,73 %
Sum driftskostnader (2)	-157 287,00	-169 205,00	7,58 %	-169 205,00	-223 269,00	31,95 %
Driftsresultat	34 801,00	39 889,00	14,62 %	39 889,00	43 811,00	9,83 %
Finansinntekter	1 297,00	982	-24,29 %	982	836	-14,87 %
Finanskostnader	-1 090,00	-742	-31,93 %	-742	-1 460,00	96,77 %
Ordinært resultat før skatt (4)	35 008,00	40 129,00	14,63 %	40 129,00	43 187,00	7,62 %
Skattekostnad på ordinært resultat (5)	-9 331,00	-10 060,00	7,81 %	-10 060,00	-10 289,00	2,28 %
Årsoverskudd	25 677,00	30 069,00	17,10 %	30 069,00	32 898,00	9,41 %

Tabell 5.2 - Horisontal analyse 2017-2019 (alle tall i hele tusen)

SpareBank 1 Regnskapshuset SMN Horisontal analyse (trend-analyse)	Resultatregnskap		Endring	Resultatregnskap		Endring
	2017	2018	I Prosent	2018	2019	I Prosent
Sum driftsinntekter (1)	267 080,00	415 954,00	55,74 %	415 954,00	487 790,00	17,27 %
Sum driftskostnader (2)	-223 269,00	-350 410,00	56,95 %	-350 410,00	-381 180,00	8,78 %
Driftsresultat	43 811,00	65 544,00	49,61 %	65 544,00	106 610,00	62,65 %
Finansinntekter	836	1 534,00	83,49 %	1 534,00	2 613,00	70,34 %
Finanskostnader	-1 460,00	-1 846,00	26,44 %	-1 846,00	-2 891,00	56,61 %
Ordinært resultat før skatt (4)	43 187,00	65 232,00	51,05 %	65 232,00	106 332,00	63,01 %
Skattekostnad på ordinært resultat (5)	-10 289,00	-15 285,00	48,56 %	-15 285,00	-23 370,00	52,89 %
Årsoverskudd	32 898,00	49 947,00	51,82 %	49 947,00	82 962,00	66,10 %

Tabell 5.3 - Horisontal analyse 2019-2020 (alle tall i hele tusen)

SpareBank 1 Regnskapshuset SMN Horisontal analyse (trend-analyse)	Resultatregnskap		Endring
	2019	2020	I Prosent
Sum driftsinntekter (1)	487 790,00	518 749,00	6,35 %
Sum driftskostnader (2)	-381 180,00	-411 247,00	7,89 %
Driftsresultat	106 610,00	107 502,00	0,84 %
Finansinntekter	2 613,00	1 988,00	-23,92 %
Finanskostnader	-2 891,00	-2 539,00	-12,18 %
Ordinært resultat før skatt (4)	106 332,00	106 951,00	0,58 %
Skattekostnad på ordinært resultat (5)	-23 370,00	-23 502,00	0,56 %
Årsoverskudd	82 962,00	83 449,00	0,59 %

Driftsinntektene til bedriften er betydelig større enn finansinntektene og er den største inntektskilden til Sparebank 1 Regnskapshuset SMN. Vi kan lese av tabellene over at utviklingen i driftsinntektene har vært positiv i samtlige år. Økningen har vært stor de fleste årene, men har stagnert litt mot 2020. Driftsinntektene består i all hovedsak av salgsinntekter av bedriftens ulike tjenester. Dette er som nevnt innledningsvis inntekter fra blant annet bedriftens konsulenttjenester, fakturering, årsoppgjør og rådgivning for å nevne noen. Hvilke av inntektene som er passive inntekter, og hvilke inntekter bedriften hvert år må bruke lønnskostnader på å generere er ikke lett å vite. Det er dermed vanskelig å kunne sette driftsinntektene opp mot driftskostnadene, herunder lønnskostnadene, for å se om bedriften har klart å bli mer effektive gjennom perioden. Det er verdt å legge merke til at driftskostnadene har økt i takt med driftsinntektene og i perioder økt mer enn driftsinntektene (fra 2016 til 2018, og fra 2019 til 2020). Dette henger naturlig sammen med at bedriften har hatt stor vekst de siste årene og det kan være beslutninger som ikke har vært lønnsomme, eller som blir lønnsomme fram i tid.

Finansinntektene har økt fra 2015 til 2020. Egenkapitalen har hatt en sterk vekst i perioden, og økningen i finansinntektene henger sammen med denne veksten. Finanskostnadene har overdoblet seg fra 2015 til 2020. Den kortsiktige gjelden til bedriften har tredoblet seg i samme periode, mens den langsiktige gjelden har gått fra 0 til 25 157 kr (i hele tusen). Økningen i finanskostnader må ses i sammenheng med dette.

Årsresultat før skatt har hatt en enorm økning fra 35 008kr til 106 951kr (i hele tusen) om man ser hele perioden under ett. Det er verdt å merke seg at fra år til år har det vært en positiv økning, og ingen periodevis nedgang i årsresultatet, i likhet med driftsresultatet. Skattekostnaden følger selvfølgelig denne utviklingen.

Ut ifra den horisontale analysen alene får vi ikke et helhetsbilde siden balanseposter ikke er inkludert. Men som tidligere nevnt gir den et godt tilskudd til nøkkeltallsanalysen som bidrar til et mer helhetlig bilde av utviklingen til bedriften. For å se på hvilke faktorer som ligger bak utviklingen i lønnsomhet vil vi foreta strategiske analyser for å se på de eksterne og interne faktorene som kan ha vært med på å drive denne utviklingen.

5.2 Porters fem konkurransekrefter

Hensikten med denne delen av den strategiske analysen er å kartlegge konkurransesituasjonen SpareBank 1 Regnskapshuset SMN befinner seg i. På denne måten vil man danne et bilde på hvorvidt markedsposisjonen til selskapet er truet av henholdsvis nye aktører, kunder, substitutter, leverandører og rivalisering.

5.2.1 Trussel fra inntrengere

Her ønsker man å kartlegge inntrengere og nye etableringer i markedet. Som nevnt i teoridelen er det veldig bransjeavhengig hvor stor trusselen fra inntrengere er. I regnskapsbransjen finner vi en lav terskel for å kunne opprette et regnskapskontor. Satt litt på spissen kreves det bare at daglig leder er autorisert regnskapsfører, samt en startkapital på 30 000 kroner for å starte et regnskapskontor i form av et aksjeselskap. Så lenge daglig leder er autorisert regnskapsfører, vil også regnskapskontoret være autorisert, i henhold til Finanstillsynets standarder (Uksnøy, 2021).

Dette kravet har vi presisert tidligere i oppgaven. Med andre ord er det stor mulighet for at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN opplever inntrengere i markedet, men i dagens situasjon anser vi ikke dette som en trussel med tanke på selskapets sterke posisjon.

5.2.2 Kunders forhandlingsmakt

Uansett hvilken bransje man jobber i er man avhengig av kundene. Kundene vil på sett og vis inneha en makt ovenfor selskapet. Selv om Regnskapshuset som helhet har en sterk posisjon i markedet, må man ikke glemme at det fortsatt finnes konkurrenter kunden fritt kan bytte til dersom de ønsker. Denne trusselen møter SpareBank 1 Regnskapshuset SMN på en god måte ved at de tilbyr flere tjenester, samt tilpasser seg hver enkelt kunde og dens behov. På denne måten er det større sannsynlighet å beholde kundene. Samtidig er denne tilpasningsevnen et resultat av kunders forhandlingsmakt. Med andre ord kan vi konkludere med at kundene har vært en del av SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin tilpasning, og innehar altså en makt over selskapet. Vi anser dog ikke kundens makt som en trussel overfor SpareBank 1 Regnskapshuset SMN per i dag, grunnet at markedet består av et stort antall kunder. Færre kunder ville naturligvis gitt kunden større forhandlingsmakt.

5.2.3 Trussel fra substitutter

Vi finner få substitutter i regnskapsbransjen. Selv om regnskapskontor er mer enn bare tilbydere av regnskapstjenester står man ovenfor to valg: å kjøpe tjenester, eller å gjennomføre selv. Dersom man velger å for eksempel føre regnskap selv, så krever dette kunnskap. For vanlige personer vil det, nesten uten unntak, være mest vanlig å benytte seg av tjenestene regnskapskontor tilbyr. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN kan hevdes å ha «eliminert» sine substitutter ved at de i samsvar med det forrige avsnittet, har tilpasset seg kunden. Hos Regnskapshuset SMN har man, som nevnt, mulighet til å sette vekk litt regnskap, alt regnskap, eller gjøre alt selv. Grunnet at det i realiteten finnes svært få direkte substitutter til regnskapsbransjen, og de som eksisterer er mer krevende å benytte seg av anser vi trusselen fra substitutter i dag til å være svært lav

5.2.4 Leverandørers forhandlingsmakt

Denne typen bransje skiller seg litt ut med tanke på leverandører. Regnskapshuset SMN er ikke avhengig av leverandører for å kunne yte sine tjenester, på samme måte som en produksjonsbedrift. Med tanke på regnskapsprogram og digitale løsninger handler det i stor grad om samarbeid. Etter vår forståelse eier ikke selskapet noen av programmene selv, og den eneste faren er dersom noen av leverandørene nekter Regnskapshuset SMN å bruke programmene. Det er rimelig å anta at dette aldri vil bli tilfellet, da både kundene, SpareBank 1 Regnskapshuset SMN og leverandørene av programmene har nytte av et samarbeid. Med andre ord vil vi konkludere med at leverandørers forhandlingsmakt er en faktor som ikke er relevant i noen særlig grad i dette tilfellet.

5.2.5 Intern rivalisering

Til slutt handler det om konkurransen internt i markedet. Som nevnt tidligere i oppgaven finnes det andre aktører som også tilbyr regnskapstjenester. Forskjellen ligger i at Regnskapshuset som helhet tilbyr mer enn bare regnskap. Konkurransen vil dermed ligge rundt andre større regnskapshus som også møter flere kunder gjennom flere typer tjenester. Det er tydelig at intern rivalisering vil være den største trusselen for SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, men samtidig har regnskapsanalysene våre og tidligere drøfting i oppgaven pekt på at Regnskapshuset for øyeblikket er ledende aktør i markedet. Det er dermed rimelig å konkludere at selskapet håndterer rivaliseringen på en god måte.

Under rivalisering ønsker vi også å presentere nyere funn som viser at det foreligger sterke bindinger mellom aktørene i markedet. Et eksempel på dette er DNB og SpareBank 1-alliansens felles oppkjøp av Uni Micro. Uavhengig av hvilke samarbeid og oppkjøp som gjennomføres vil slike samarbeid kunne forstyrre fri konkurranse. Videre vil dette kunne ødelegge for markedet, med tanke på nyetableringer som ønsker å entre markedet. Heldigvis følger både Finans- og Konkurransetilsynet med for å sørge for at markedet manipuleres minst mulig (Regnskapsnorge, 2020).

5.3 PESTEL

Videre skal vi ta i bruk PESTEL-analysen for å kartlegge sentrale makrofaktorer som kan ha påvirket lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN i den valgte undersøkelsesperioden. Dette analyseverktøyet skaffer oss et overblikk over hva som har skjedd i bransjen generelt, og hva som vil kunne påvirke bedriften i årene som kommer.

Tabell 5.4 - PESTEL oversikt

Politiske (P)	Økonomiske (E)	Sosiokulturelle (S)
<ul style="list-style-type: none">• Politiske situasjonen 2015-2020• Skattepolitikk	<ul style="list-style-type: none">• Generell vekst i regnskapsbransjen• Økt kjøpekraft• Korona	<ul style="list-style-type: none">• Posisjonering• Kundeforståelse• Verdier og holdninger• HR
Teknologiske (T)	Miljømessige (E)	Juridiske (L)
<ul style="list-style-type: none">• Digitalisering• Utvikling innenfor tjenesteytingen regnskap• Økonomifunksjonen i dagens samfunn• Innovasjon og tilpasningsevne	<ul style="list-style-type: none">• Bærekraftperspektiv• Grønt skifte• Sosiale signaler• Samfunnsansvar	<ul style="list-style-type: none">• Parisavtalen• CO2-avgift

5.3.1 Politiske faktorer

I perioden 2015 til og med 2020 som er det aktuelle tidsaspektet for denne bacheloroppgaven har det sammenhengende vært en blålig konservativ regjering i Norge, ledet av Erna Solberg. Det at det var en og samme blå regjering under hele undersøkelsesperioden er med å forklare den store veksten Norge har hatt økonomisk fra 2015 til og med 2020. Veksten kan blant annet forklares ved at partiene som tilhørte til Solberg regjeringen har en særdeles næringsvennlig politikk, samt at dersom en regjering sitter med makten sammenhengende under en lengre periode, gir dette mer forutsigbarhet og stabilitet i markedet. For SpareBank 1 Regnskapshuset SMN kan det tenkes at

dette har ført til en mer oversiktlig politisk situasjon, der det sannsynligvis har vært mindre usikkerhet rundt den politiske retningen Norge skulle ta under perioden, enn hvis et regjeringsskifte hadde funnet sted.

Et annet politisk aspekt som er med på å påvirke bedriftens årsresultat og derav lønnsomhet er skattepolitikken til regjeringen. Skattesatsen har i nyere tid blitt brukt som et virkemiddel for de ulike partiene, og i 2020 var skattesatsen på 22% for aksjeselskaper. Skattepolitikken påvirker også SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sine kunder i form av skatt på deres årsresultat. Men siden skattepolitikken er nøytral og likestilt, så påvirker dette alle bedriftene på lik linje.

5.3.2 Økonomiske faktorer

Ser en på de økonomiske faktorene som kan forklare utviklingen i lønnsomheten til Regnskapshuset SMN i perioden 2015 til og med 2020, er mye av grunnen knyttet til den generelle veksten i markedet. Veksten skyldes nærmere sagt en positiv utvikling i kjøpekraft hos den enkelte innbygger, liten arbeidsledighet, gunstig rente, lav inflasjon og en stigende BNP. Alle de nevnte faktorene har en indirekte sammenheng, og det er riktig å si at veksten gjelder næringslivet som helhet. Eksempelvis har inflasjon spilt en rolle de siste årene, og dette har blant annet påvirket prisene på tjenestene til regnskapsbransjen. I perioden 2015-2020 har imidlertid inflasjonen ligget på nivåer rundt 1,3% til 3,5%, noe som indikerer en relativt lav inflasjonsrate med stabile utslag. Den lave inflasjonen over tid er med på å skape et forutsigbart marked det er lett å forholde seg til (Smarte Penger, 2022).

12. Mars 2020 inntraff koronapandemien Norge for fullt og landet stengte ned (FHI, 2021). Dette førte til stor usikkerhet i næringslivet og manges liv ble snudd på hodet. Børsmarkedet generelt falt dramatisk, permitteringer og hjemmekontor ble standard, samt ingen visste hvilke utfordringer man sto ovenfor. For SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin del var koronapandemien en utfordring i 2020 i form av tilpasninger og smittevernsrestriksjoner til pandemien. Basert på vår regnskapsanalyse fremkommer det ikke tydelig noen dramatisk påvirkning av pandemien innenfor undersøkelsesperioden. Selv om det meste av pandemien

havner utenfor vårt relevante område, velger vi å nevne hendelsen grunnet dens størrelse, men vi kommenterer den ikke ytterligere.

5.3.3 Sosiale faktorer

Regnskapshuset SMN sin vekst mener vi skyldes i stor grad deres posisjonering og forståelse av viktigheten av sosiale faktorer. Det vil si at Sparebank 1 Regnskapshuset SMN har truffet godt med sin evne til å tilpasse seg kundenes behov. De har også klart å tilpasse seg trendene og retningen samfunnet har utviklet seg i. Dette er i stor grad gjort gjennom at selskapet oppfyller de sosiale normene i samfunnet.

For SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin del vil vi trekke frem deres økte fokus på Human Resource der Regnskapshuset selger HR tjenester til sine kunder. Gjennom dette er det også naturlig å anta at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har jobbet godt med HR innad i konsernet i og med at de selger HR tjenester av så god kvalitet til andre (SpareBank 1 SMN, 2021).

5.3.4 Teknologiske faktorer

Verden har de siste årene gått gjennom en teknologisk utvikling. Dette gjelder også innenfor regnskapsbransjen. For SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin del er det en rekke ulike aspekter som har påvirket deres drift de siste årene, og som kommer til å påvirke i fremtiden.

Regnskapsbransjen har stått ovenfor en stor teknologisk utvikling med tanke på digitalisering og maskinlæring. Regnskapshus har i den grunn måtte tilpasse seg denne utviklingen, og dette har ført til et større fokus på implementering av automatiserte systemer som Semine AI og VISMA.NET.ERP (Jenssen et al, 2021).

På generell basis har rollen til økonomifunksjonen tidligere dreid seg om å registrere transaksjoner, etterleve lovbestemte krav og rapporter. I dagens samfunn er utviklingen gått mer i en retning av et økt fokus på å redusere kostnader ved å øke effektiviteten og re-allokere ressurser til mer verdiskapende arbeid, samtidig som det gir mulighet for å løse kapasitetsutfordringer (Jenssen et al, 2021). Tiden har vist at de ledende organisasjonene innenfor regnskap har klart å

benytte teknologien til tjenesteutvikling i større grad for forbedring av kvalitet, kompetanseheving og som driver for større endringer.

Regnskapsbransjen har blitt svært endret på grunn av teknologien, og dette har skapt en del utfordringer for flere regnskapsbedrifter i form av manglende omstillingsevne og kompetanse. Når bransjen generelt går over til mer digitale løsninger og systemer, vil det antas at kundene stiller større krav til brukeropplevelsene og tilgjengelighet. Det er hovedsakelig de bedriftene som har klart denne omstillingen på en god måte som sitter i førersetet i regnskapsbransjen. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN kan hevdes å ha vært dyktige innenfor digitalisering, og har hjulpet sine kunder med å jobbe smartere og kunne ta riktige beslutninger med utgangspunkt i mer digitale systemer, noe som har signalisert at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN er tilpasningsdyktige og har den riktige kompetansen rundt teknologi (SpareBank 1 SMN, 2021).

Ifølge flere fagekspertene, foreligger det liten tvil om at den teknologiske utviklingen vil påvirke fremtiden betydelig (Visma, 2019). Den teknologiske utviklingen har klart startet, men nøkkelen for å oppnå suksess i fremtiden vil ligge i å kunne forutse hva som blir viktig i fremtiden, og være tidlig ute med dette. For å kunne være fremtidens regnskapshus krever det med andre ord en sterk innovasjons- og omstillingsevne.

5.3.5 Miljømessige faktorer

Global oppvarming er under perioden 2015 til og med 2020 blitt omtalt som det største problemet menneskeheten står ovenfor, og dermed er miljøaspektet blitt en faktor alle bedrifter er nødt til å tenke på i sin hverdag.

For SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin del handler dette da om å prøve å påvirke miljøet så lite som mulig negativt gjennom sin aktivitet. Selskapet jobber dermed aktivt med FNs bærekraftsmål og følger FNs prinsipper for ansvarlig bankdrift. Dette innebærer ikke bare å passe på sine egne utslipp, men aktivt hjelpe andre bedrifter med å gjøre det samme.

Bærekraft er blitt mer en retning enn en trend i perioden 2015 til og med 2020. Dette fordi at dersom en skal klare å utvikle et bærekraftig samfunn er vi nødt til å leve mer miljøbevisst i all tid fremover. Dette fører til at kundegruppen til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN også vil legge vekt på å ta miljøbevisste valg. Dermed er det å ikke henge med i det grønne skiftet en reell trussel for å miste kunder. For SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sitt tilfelle er denne trusselen nå blitt snudd til en styrke gjennom at de kommer godt ut etter gode målinger gjennom analyser av bærekraftsrapporter (SpareBank 1 SMN, 2021). Dette kommer vi tilbake til senere under bærekraftsanalysen. Samtidig gir denne omstillingen selskapet et godt omdømme ovenfor samfunnet og tilhørende kundegruppe, noe som er med på å styrke troverdigheten og posisjoneringen til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN.

5.3.6 Juridiske faktorer

Ser en på trusler gjennom lovverk i perioden 2015 til og med 2020 er det mange lover og regler som har direkte og indirekte virkning på næringslivet i Norge og regnskapsbransjen. Som vi skrev innledningsvis i oppgaven, er det et krav å være et autorisert regnskapsførerselskap som er etablert i Norge for å kunne selge regnskapstjenester. Av andre sentrale lover er kundene og selskapene underlagt regnskapsloven, samt andre tilhørende lover knyttet til skatt og avgift. Vi velger derfor å fokusere på potensielle lovmessige endringer som leder til at en mer bærekraftig drift vil være gunstig. Den største trusselen her anses å være Paris-avtalen. Paris-avtalen ble vedtatt i 2015 og var en avtale mellom alle FNs medlemsland, hvor alle forpliktet seg til å redusere sine utslipp for å prøve å forhindre en global økning i temperatur på mer enn 2 grader.

Innenriks anses den største trusselen i form av en miljøbevisst lov å være en potensiell økning av CO2 avgiften. Sannsynligheten for at denne økningen kommer, vurderes til å være relativt stor. Dette grunnet det økte fokuset rundt det grønne skiftet, regjeringsskifte og press utenifra av FN og deres medlemsland. I ettertid i 2021 har det vist seg at lovendringen med en økning i CO2 avgiftene ble ett faktum, og at det å omstille seg til en mer miljøvennlig drift i forkant hadde vært gunstig (Regjeringen.no, 2022).

5.4 Ressursbasert analyse

En kartlegging av hvilke sentrale ressurser SpareBank 1 Regnskapshuset SMN besitter vil være utgangspunktet for en intern analyse. Det er gjennom ressurser man bygger varige konkurransefortrinn over tid. Etter å ha kartlagt ressursene vil det være naturlig å analysere hver enkelt ressurs, som vi vil gjøre gjennom en SVIMA-analyse. Den ressursbaserte analysen er med andre ord forarbeidet som ligger til grunn for å kunne gjennomføre en SVIMA-analyse (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016). Dermed ønsker vi å presisere at hovedvekten vil ligge på SVIMA-analysen, mens den ressursbaserte analysen vil fungere som en innledning til den interne analysen.

Som nevnt i teoridelen er en ressurs en innsatsfaktor som danner grunnlaget for en strategi. Det kan da være snakk om materielle, eller immaterielle ressurser. For SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, og andre aktører i samme bransje, vil de immaterielle ressursene være fremtredende. Videre vil de ulike ressursene nevnes kort, og bli drøftet ytterligere under SVIMA-analysen.

Det er dog viktig å peke på at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN besitter en svært viktig materiell ressurs, nemlig finansiell kapital. Som vi skrev under presentasjonen av bedriften, vil det å være et datterselskap av konsernet SpareBank 1 gi tilgang til kapital. Dette presiserer de også selv på deres egne nettsider. Som vi ser i regnskapsanalysen blir SpareBank 1 Regnskapshuset SMN tilført kapital i form av innskutt egenkapital, og det er rimelig å anta at dette kommer fra konsernet.

Av de immaterielle ressursene som Sparebank 1 Regnskapshuset SMN besitter, er den mest sentrale humankapitalen. Uten ansatte og riktig kompetanse vil ikke selskapet drives i det hele tatt. Humankapital vil også være med på å skape et omdømme rundt bedriften, samt relasjoner og strategiske samarbeid som kan vise seg å være konkurransefortrinn. Disse nevnte ressursene vil kunne plasseres under kategorien nettverkskapital. Under omdømme kan man også trekke frem merkevare som en ressurs. Til slutt kan man betrakte innovasjon og tilpasningsevne som en ressurs. Med tanke på at samfunnet er i stadig endring, vil tilpasningsevnen være kritisk for å kunne møte markedets nye krav og standarder.

5.5 SVIMA-analyse

Basert på den innledende ressursanalysen, benytter vi oss av SVIMA-tabellen utformet av Lien og Jakobsen (2015) for å skape en oversikt over de ulike ressursene, før de drøftes ytterligere:

Tabell 5.5 - SVIMA-analyse

<i>Ressurs</i>	<i>Sjelden</i>	<i>Viktig</i>	<i>Ikke-imiterbar</i>	<i>Mobilisert</i>	<i>Approprierbar</i>	<i>Utfall</i>
Finansiell kapital - Innskutt egenkapital	Nei	Ja	Nei	Ja	Ja	Potensielt fortrinn
Humankapital - Kompetanse	Ja	Ja	Nei	Ja	Ja	Varig fortrinn
Nettverkskapital - Relasjoner, omdømme, strategiske samarbeid	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Varig fortrinn
Innovasjon - Tilpasningsevne	Nei	Ja	Nei	Ja	Ja	Potensielt fortrinn
Merkevare	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Varig fortrinn

Finansiell kapital er ikke å regne som en sjelden ressurs. Den er heller ikke vanskelig å imitere da alle kan, på sikt, opparbeide seg finansiell kapital. Selv om den finansielle kapitalen ikke er sjelden eller vanskelig å imitere, er det en særdeles viktig ressurs. Siden det er finansiell kapital fra konsernet SpareBank 1 SMN som blir skutt inn i SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, så er det ingen tvil om at denne ressursen er approprierbar. Med dette mener vi at det er ingen tvil knyttet til at den innskutte egenkapitalen skaper en verdi for SpareBank 1 Regnskapshuset SMN.

Hvorvidt ressursen er mobilisert er også ganske klar. Vi kategoriserer dermed den finansielle kapitalen som et potensielt fortrinn, men ikke et varig fortrinn siden det ikke skiller seg ut på noen måte og er tilgjengelig for konkurrenter. På generell basis er materielle ressurser enklere for

konkurrenter å kartlegge og analysere, og dermed vil disse sjelden kunne skape varige konkurransefortrinn for selskapet (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016).

Når det gjelder de immaterielle ressursene, så vil disse være vanskeligere for konkurrenter å gjenskape. Noen av de immaterielle ressursene er inkrementert så kraftig i et selskap at utenforstående konkurrenter aldri vil klare å kartlegge disse (Lien, Knudsen og Baardsen, 2016). Som en av de viktigste ressursene finner vi humankapitalen. Selskapets personal vurderes som den største ressursen de besitter. Ved hjelp av dyktige ansatte arbeider SpareBank 1 Regnskapshuset SMN målrettet etter bærekraftsmål fastsatt av FN. Å ha slike høyere mål å strekke seg etter skaper en overordnet og indre motivasjon for de ansatte, som videre vil være en sentral faktor for et godt arbeidsmiljø. Et godt arbeidsmiljø er nøkkelen til trivsel på jobb, og økt trivsel fører til bedre produktivitet og lønnsomhet over tid. Det kan dermed finnes sammenhenger mellom de ansattes kompetanse, og de generelt gode resultatene vi har kommet frem til i regnskaps- og lønnsomhetsanalysen tidligere i oppgaven. Humankapitalen selskapet besitter vil regnes som sjelden og svært viktig. Det er også tydelig at de ansatte er godt mobilisert, i form av at de faktisk genererer verdi for bedriften. Verdien som skapes, er større enn det som eventuelt måtte oppstå av kostnader for selskapet som gjør det rimelig å konkludere at humankapitalen er appropriert. Det eneste vi stiller oss litt kritiske til er at denne ressursen kan imiteres, gjennom for eksempel utdanning av nye kompetente ansatte. Humankapitalen vil uansett, i tilfellet vårt, regnes som et varig konkurransefortrinn.

Den neste ressursen vi tar for oss er nettverkskapitalen. Nettverkskapitalen oppstår av god humankapital, siden de ansatte vil være bedriftens ansikt utad. Hver enkelt ansatt besitter et verdifullt nettverk og et stort spekter av relasjoner som er verdifulle for selskapet, og konsernet som helhet. Gode relasjoner til kunder og andre interessenter er nøkkelen til et bra omdømme. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har opparbeidet seg et godt omdømme, og vil videre være en avgjørende faktor for å sikre gode ansatte (jf. Humankapitalen) og strategiske samarbeid. Som nevnt tidligere er SpareBank 1 Regnskapshuset SMN allerede en del av det interne samarbeidet mellom alle regnskapshusene eid av SpareBank 1 konsernet. Dette samarbeidet vil bidra til at selskapet dekker et stort geografisk område, og kan ta læring av andre regnskapshus og bygge

videre på andres løsninger. I tillegg vil omdømmet sørge for eksterne samarbeid, for eksempel i form av å levere digitale løsninger. Så vidt vi forstår eier de ingen av regnskapsprogrammene selv, men har etablert nettverk og samarbeid for å kunne veilede kunder og tilby den beste løsningen. Sist, men ikke minst, vil det gode omdømmet både tiltrekke seg og bevare kunder. Nettverkskapitalen tilfredsstillende alle faktorene i SVIMA-analysen og regnes som et varig konkurransefortrinn.

Den nest siste ressursen omhandler innovasjon og tilpasningsevne. Tilpasningsevnen går hånd i hånd med de øvrige ressursene. For å kunne tilpasse seg et marked og kundenes krav er man avhengig av finansiell kapital, humankapital, samt nettverkskapital. Siden vi allerede har tydeliggjort de nevnte ressursene tidligere, er det rimelig å peke på SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin tilpasningsevne. Gjennom samarbeidet med flere aktører skaper selskapet muligheter for å tilpasse seg hver enkelt kunde og skreddersy løsninger som passer best for enkeltkunden. I tillegg ønsker vi å nevne innovasjon til den grad at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN tar del i flere prosjekter sammen med kunder for å skape bedre løsninger for samfunnet. Dette gjenspeiler også selskapets fokus på bærekraft. Vi har valgt å betrakte denne ressursen som viktig, mobilisert og appropriert. Den er dog ikke sjelden eller vanskelig å imitere, da det finnes flere konkurrenter som også kan ta del i grønne prosjekter og innovasjonsprosesser. I dagens samfunn er det nesten uunngåelig å ta del i innovasjon. Innovasjonen og tilpasningsevnen vil vi kategorisere som et potensielt fortrinn, men ikke et varig fortrinn.

Til slutt er det selskapet som merkevare. Som vi skrev i kapittel 2 om bedriften er selskapet tydelige på at de ønsker å skape en merkevare. Merkevaren er et resultat av de respektive ressursene som allerede har blitt drøftet. En kraftig markedsposisjon, relasjoner og godt omdømme er gode faktorer for å oppnå en sterk merkevare. I tillegg arbeider SpareBank 1 konsernet aktivt med sponsorobjekter for å skape oppmerksomhet og assosiasjoner til konsernet. En slik oppmerksomhet rundt konsernet som helhet vil videre føre til bevissthet rundt andre tilbud man kan benytte seg av, som for eksempel tjenester fra Regnskapshuset. Merkevaren tilfredsstillende også alle kravene i en SVIMA-analyse, og vil regnes som et varig konkurransefortrinn.

Man ser altså en sammenheng mellom de ulike ressursene SpareBank 1 Regnskapshuset SMN besitter. En sterk finansiell kapital gjør at selskapet vil kunne sikre seg riktig humankapital, som videre vil føre til nettverkskapital. Innovasjon og merkevare er en bonus som følger av god innsikt i markedet, samt villighet og evne til å tilpasse seg. Vi konkluderer med at alle de nevnte ressursene er med på å skape gode konkurransefortrinn og påvirker den gjennomgående gode lønnsomheten vi har presentert tidligere i besvarelsen.

5.6 Bærekraft og grønn forretningsmodell

Basert på vår regnskapsanalyse av SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, herunder nøkkeltallsanalysen og den horisontale analysen er det tydelig at lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har endret seg fra 2015 til og med 2020. Generelt sett vil bærekraftsperspektivet kunne forbedre den langsiktige lønnsomheten, noe som indikerer at mange bærekraftige bedrifter ikke vil oppnå kortsiktige gevinster av deres bærekraftige investeringer. Men innsikten fra vår strategiske analyse gir dog grunnlag for å kunne hevde at det foreligger andre forhold utover de nevnte aspektene som kan forklare lønnsomheten til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN i undersøkelsesperioden. Disse forholdene har en sammenheng med bærekraftsperspektivet slik divisjonsdirektør Ronny Thomas Jenssen forklarte under intervjuet. Det er som nevnt naturligvis mange årsaker til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin sterke lønnsomhet og vekst i markedet, men det er mulig å argumentere for at fokuset på bærekraft og FNs bærekraftsmål har spilt en sentral rolle i denne utviklingen.

I dette delkapittelet skal vi se nærmere på hvordan arbeidet med bærekraft har påvirket lønnsomhetsutviklingen til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. Vi har benyttet funnene fra intervjuet den 02.03.2022 med divisjonsdirektør Ronny Thomas Jenssen i Sparebank 1 Regnskapshuset SMN for å få en innsikt i hvordan bedriften jobber med bærekraft i det daglige. Basert på hvordan bedriften jobber med bærekraft har vi fått innsikt i hvordan de kan generere lønnsomhet fra bærekraft. Det er mange ulike momenter som taler for at det kan være lønnsomt å være bærekraftig, og dette i form av blant annet bedre omdømme som ble kartlagt i vår strategiske analyse. Omdømme og humankapital ble i vår strategiske analyse kartlagt som de viktigste konkurransefortrinnene til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, og man ser at disse

ressursene knytter seg tett opp mot bærekraftsperspektivet. I en bransje som er relativt homogen som regnskapsbransjen, er konkurransefortrinnene til den enkelte det som skiller aktørene fra hverandre, og det er her SpareBank 1 Regnskapshuset SMN skiller seg klart ut fra sine konkurrenter.

5.6.1 FNs bærekraftsmål

FNs bærekraftsmål blir sett på som verdens felles arbeidsplan for å bekjempe ulikhet, utrydde fattigdom og stoppe klimaendringene innen 2030 (FN-sambandet, 2020). Ifølge Carson og Skauge (2019) brukes FNs bærekraftsmål aktivt i mange virksomheters arbeid med bærekraftsspørsmål. Ulike typer virksomheter velger ut noen av målene som de ønsker å prioritere, og gir dermed et aktivt bidrag til å realisere de. På denne måten blir FNs bærekraftsmål omdannet til et virkningsfullt strategisk verktøy, ved at bedriftene gir et tydelig signal på hvilke effekter de har på miljø og samfunn på både lokalt, nasjonalt og globalt plan.

SpareBank 1 SMN konsernet som helhet jobber aktivt med FNs bærekraftsmål og følger FNs prinsipper for ansvarlig bankdrift. Konsernet, herunder Regnskapshuset prioriterer spesielt bærekraftsmål 8, 9, 10, 11, 13, 16 og 17 (SpareBank 1 SMN, 2021). Bærekraftsmålene er valgt ut ifra en vesentlighetsanalyse basert på bankens interesser.

5.6.2 Den økonomiske bunnlinjen

I regnskapsanalysen observerte vi at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har levert positive årsresultat hvert år i vår undersøkelsesperiode. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har med andre ord hatt en solid vekst i årsresultatet i undersøkelsesperioden, noe som generelt sett forklarer den tilfredse lønnsomheten. Den økonomiske bunnlinjen handler ikke bare om årsresultatet, men den handler om bedrifters økonomiske innvirkning på samfunnet som helhet. Bedriftens økonomiske resultat anses imidlertid for å være kapital som kan brukes for å oppnå andre goder, altså et middel, og i et klassisk bærekraftsperspektiv er det ingen tvil om at det er de sosiale og miljømessige faktorene som står i sentrum.

Det er hovedsakelig finansregnskapet som forklarer bedriftens finansielle situasjon, og dette er SpareBank 1 Regnskapshuset SMN lovpålagt å levere inn. Men i dagens dynamiske samfunn hvorav bærekraft er i fokus, har SpareBank 1 Regnskapshuset SMN også rapportert inn ESG-rapporter (Environmental, Social and Governance) og andre bærekraftige rapporter forbundet med deres daglige arbeid som FNs bærekraftsrapport. Disse bærekraftsrapportene antas i den grunn å ha blitt en viktig del av bedriftens økonomiske resultatmåling i dagens perspektiv. I dagens homogene regnskapsbransje er det viktig å kunne få frem at man jobber aktivt med bærekraft og at man er samfunnsengasjert, og dette kan skyldes flere faktorer. Det kan antas at regjeringens oppmerksomhet knyttet til FNs bærekraftsmål er en sentral faktor, og dette har videre medført at det har blitt gunstigere for bedrifter som jobber aktivt med bærekraft og opererer etter en grønnere forretningsmodell. Intervjuobjektet hevdet at deres arbeid med bærekraft har blitt en viktig del av bedriftens omdømme, noe som har hatt stor betydning for SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin lønnsomhet med tanke på kunder og andre interessenter.

Regnskapsbransjen har også gått igjennom store endringer, både med tanke på digitalisering og nå med tanke på bærekraft. Ifølge intervjuobjektet er det kun 1% prosent av kundene til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN som etterspør energi- og klimaregnskapet. Men som nevnt forklarer intervjuobjektet at dette regnskapet kommer til å bli lovpålagt på lik linje med finansregnskapet i fremtiden. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har ifølge intervjuobjektet arbeidet svært aktivt med et eget energi- og klimaregnskap og det har blitt disponert en del ressurser og midler til dette arbeidet, noe setter de i en sterk posisjon i fremtiden. Dette regnskapet vil åpenbart ha en betydelig innvirkning på næringslivet og klimaet generelt, og kommer til å være en viktig fremtidig rapport for å oppnå målet om nullutslipp (Jenssen et al, 2021).

Regnskapshuset er med andre ord i førersetet ved utarbeidelse av energi og klimaregnskap. Et energi- og klimaregnskap viser en oversikt over selskapets eget klimagassutslipp (GHG - utslipp) (Jenssen et al, 2021). Dette verktøyet vil gjøre det lettere for bedrifter å være bevisst over organisasjonens fotavtrykk, og ta beslutninger basert på andre forhold enn bare lønnsomhet i sin helhet. En kritisk analyse av energi og klimaregnskapet vil gjøre bedrifter i stand til å finne hvor

«skoen trykker» og gjøre endringer (SpareBank 1 SMN, 2021). Dette verktøyet kommer til å bli sentralt for norsk næringsliv i kampen om å nå målet om nullutslipp.

Sett i lys av den økonomiske bunnlinjen, foreligger det indikasjoner på at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har benyttet deres økonomiske midler til å oppnå sosiale og miljømessige fordeler som både bedriften og samfunnet som helhet nyter godt av. Bedriftens økonomiske innvirkning på samfunnet som helhet fremkommer i deres bærekraftsrapporter og vurderinger, hvorav de scorer høyt i enhver anledning. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har en positiv økonomisk innvirkning på samfunnet som helhet, noe man ser tydelig i de sosiale og miljømessige aspektene under, samt bærekraftsrapportene til SMN-konsernet.

5.6.3 Den sosiale bunnlinjen

Den sosiale bunnlinjen handler om en gjensidig sosial struktur som er det beste for menneskene i og utenfor bedriften, og at dette også vil være det beste for bedriften på sikt. SpareBank 1 SMN, herunder regnskapshuset brenner for å finansiere gode formål, og deres hensikt er å skape verdier for regionen de er en del av. De har en utbyttepolitikk som består av 40% til gode formål i lokalsamfunnene, mens 60% går til aksjeeiere (SpareBank 1 SMN, 2021). Lokalsamfunnet er med andre ord bankens største eier, og hvert år bidrar samfunnsutbytte til store og små formål for å gjøre Midt-Norge til et bedre sted å bo. Utbyttepolitikken har fokus på å bidra til å redusere ulikhet i lokalsamfunnet i samsvar med bærekraftsmål 10 (Mindre ulikhet). I tillegg er banken opptatt av å støtte lokalt næringsliv for å opprettholde og skape attraktive arbeidsplasser i Midt-Norge.

Samtidig som SpareBank 1 SMN konsernet, herunder regnskapshuset har et spesielt fokus på lokalsamfunnet, tenker de også nasjonalt og globalt. De tar FN's bærekraftsmål aktivt i bruk, og disse bærekraftsmålene skal hjelpe de til å påvirke samfunnet positivt. I samsvar med bærekraftsmål 8 (Anstendig arbeid og økonomisk vekst) jobber SpareBank 1 Regnskapshuset SMN aktivt for at arbeidsplassen skal være god, og de uttaler at de arbeider bevisst med å unngå forskjellsbehandling i alle deler av arbeidsforholdet (SpareBank 1 SMN, 2021).

5.6.4 Den miljømessige bunnlinjen

Dette aspektet fokuserer på å redusere bedriftens påvirkning på miljøet gjennom sin aktivitet. Banken har et stort fokus internt på å redusere egne utslipp, gjennom ansvarlig innkjøp og mer miljøvennlig reisevirksomhet (SpareBank 1 SMN, 2021). Men i tillegg til å drive aktivt med å redusere egne utslipp, hjelper også Regnskapshuset andre bedrifter i Midt-Norge til å velge klimavennlige løsninger og investeringer. I samsvar med bærekraftsmål nummer 11 (Bærekraftige byer og samfunn) og 13 (Stoppe klimaendringene), hjelper banken med støtte og finansiering til lokale teknologi- og innovasjonsmiljø og andre grønne investeringer. Gjennom «grønne» produkter hjelper de også kunder og interessenter til å ta bærekraftige valg.

I tillegg til å bruke FNs bærekraftsmål aktivt, er Regnskapshuset miljøfyrtårnsertifisert. Det betyr at de tar et bevisst miljøansvar. Sparebank 1 Regnskapshuset SMN er også medlem av Partnership for Carbon Accounting Financials (PCAF) som er et «globalt samarbeid mellom like finansinstitusjoner som jobber for å harmonisere estimering, måling og opplysning om klimagassutslipp finansiert av lån og investeringer» (SpareBank 1 SMN, 2021). Ifølge rapporten «Tall som teller», som er en analyse av bærekraftsrapporteringen til de 100 største selskapene på Oslo Børs, fikk SpareBank 1 SMN, og herunder Regnskapshuset karakteren A- (SpareBank 1 SMN, 2021). Den totale karakterfordelingen viser at 35 av selskapene fikk karakter A (A+, A, A-), noe som indikerer at flere store bedrifter også tar ansvar rundt bærekraft (Kapital, 2021). Men dette tilsier også at 65% av de største selskapene på Oslo Børs fikk karakter under A, og det kan dermed hevdes at rapporten viser at SpareBank 1 SMN er på riktig vei når det gjelder bærekraft.

Vi har tidligere nevnt energi- og klimaregnskap som en viktig bærekraftsrapport. Ifølge intervjuobjektet er det tydelig at energi- og klimaregnskap er en rapportering som kommer til å bli like viktig som finansregnskapet i fremtiden. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN jobber aktivt med å energi- og klimaregnskapet selv om det ikke er så stor etterspørsel etter dette regnskapet per dags dato. Men dette signaliserer at Regnskapshuset jobber aktivt med bærekraft, samt at de også er rustet for hva som kommer i fremtiden. De har med andre ord brukt tid og ressurser på

interne bærekrafts løsninger, samt bærekrafts løsninger for sine kunder, noe som setter de i en sterk posisjon i dagens regnskapsbransje.

Sett i lys av miljø bunnlinjen finner vi flere momenter som gir oss grunnlag for å kunne hevde at Regnskapshuset tar et solid ansvar i forhold til å ha fokus på miljøet. Basert på den triple bunnlinjen, herunder samfunn, miljø og økonomisk bunnlinje er det tydelig at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN og SMN-konsernet tar et helhetlig samfunnsansvar og er en viktig aktør i den grønne utviklingen.

5.6.5 CSR - Bedriftens samfunnsansvar

Bedriftens samfunnsansvar handler om virksomhetens forpliktelse til å bidra til en bærekraftig økonomisk utvikling, samtidig som de skal bidra til ansattes tilfredshet og gi bidrag til lokalsamfunnene. Den triple bunnlinjen er nært tilknyttet bedriftens samfunnsansvar, og på en måte kan den triple bunnlinjen fungere som en måleindikator for bedriftens samfunnsansvar. Vi skal derfor bruke modellen til Archie B. Carroll for å måle SpareBank 1 Regnskapshuset SMN samfunnsansvar basert på den triple bunnlinjen.

Det første trappetrinnet i Carrolls modell er det økonomiske, og det blir sett på som en betingelse for de øvrige trappetrinnene. Vi har sett ut ifra den økonomiske bunnlinjen og regnskapsanalysen at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN er et solid selskap med god likviditet og lønnsomhet. Derfor kan man si at det nederste trappetrinnet i modellen er oppfylt. Det neste trinnet er det juridiske. Vi har sett ut ifra den sosiale bunnlinjen og det juridiske aspektet under den strategiske analysen at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN følger lover og reguleringer, og dermed kan vi si at dette trinnet også er oppfylt. Det etiske ansvaret handler om å følge de sosiale normene ut over lover og reguleringer. I den sosiale bunnlinjen har vi for eksempel sett at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN jobber bevisst for å unngå forskjellsbehandling i alle ledd av arbeidsforholdet, og at samfunnsutbytte politikken er basert på å redusere ulikhet i samfunnet. Basert på de nevnte eksemplene synes det rimelig å hevde at SMN tar det etiske ansvaret på alvor og er kommet langt i dette arbeidet.

Det øverste trinnet til Carroll er det filantropiske ansvaret, og det kan defineres som alle former for bidrag til samfunnet ut over lover og reguleringer. Man kan påstå at samfunnet som helhet har en oppfatning av at bedrifter, og spesielt hjørnesteinsbedrifter burde gi tilbake til samfunnet. Vi har sett under den sosiale bunnlinjen at SpareBank 1 konsernet, og herunder SpareBank 1 Regnskapshuset SMN er en viktig bidragsyter når det gjelder og gi tilbake til samfunnet. Men i tillegg til å gi bidrag til store og små formål, bidrar de også til innovasjon som samfunnet kommer til å nyte godt av i fremtiden. Vi kan derfor hevde med godt belegg at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN oppfyller det øverste trinnet i Carrolls modell for samfunnsansvar, noe som også gjenspeiler seg i bærekraftsrapporten til konsernet (SpareBank 1 SMN, 2021).

5.6.6 Aspekter knyttet til bærekraft som genererer inntekter

Basert på en studie av Harvard Business School fra 2014 (Eccles, Ioannou og Serafeim, 2014), er det flere viktige aspekter som kan skape lønnsomhet ved å ha et fokus på bærekraft og arbeide aktivt med dette. Studien trekker frem at bedrifter som arbeider etter en grønn forretningsmodell og som setter bærekraft i fokus vil ha et stort potensial for å kunne dra nytte av immaterielle faktorer som blant annet økt tillit i markedet, mer lojale kunder og lignende. Basert på vår strategiske analyse av SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har aspektene som trekkes frem i studien en direkte tilknytning til hva vi kartla som Regnskapshusets viktige ressurser og konkurransefortrinn. Det foreligger med andre ord en sammenheng mellom de sentrale aspektene i vår strategiske analyse og bærekraftsanalysen som kan forklare bedriftens lønnsomhetsutvikling i den valgte undersøkelsesperiode.

På bakgrunn av vår bærekraftsanalyse ovenfor av SpareBank 1 Regnskapshuset SMN fremgår det tydelig at de arbeider aktivt med bærekraft og har rettet mye oppmerksomhet mot denne grønne utviklingen. Regnskapshuset og SMN-konsernet som helhet jobber strukturert og målrettet mot FNs bærekraftsmål, og dette gjenspeiler seg i både det sosiale, miljø, og økonomiske perspektivet som ble kartlagt ovenfor. Fokuset på bærekraftperspektivet er som nevnt mer langsiktig med tanke på lønnsomheten, men vi observerer dog at bedriften kan ha dratt kortsiktig nytte av arbeidet med bærekraft, og dette er også Ronny Thomas Jenssen enig i.

Ser vi på studien av Harvard Business School (Eccles, Ioannou og Serafeim, 2014), er en av de viktigste aspektene ved å arbeide med bærekraft og etter en grønn forretningsmodell økt tillit i markedet. SpareBank 1 Regnskapshuset som helhet har fra 2019 til 2020 hatt en kraftig omsetningsvekst, og derav en kraftig vekst i markedsandelen (Regnskapsnorge, 2021). Det kan med dette grunnlaget hevdes at Regnskapshuset har fått økt tillit av markedet og kundene. Gjennom arbeidet og fokuset på bærekraft sender Regnskapshuset klare signaler på at de er samfunnsengasjerte og bryr seg om fremtiden, noe som i teorien både fremmer økonomisk vekst og styrker omdømme til bedriften. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN kan hevdes å ha et godt innarbeidet omdømme, og dette skyldes naturligvis ikke bare deres arbeid med bærekraft, men det er dog riktig å si at bærekraft har en sentral rolle her totalt sett. I en så homogen bransje som regnskapsbransjen, vil omdømme blant annet være et av de aspektene som skiller regnskapsbedriftene fra hverandre og dette er også et konkurransefortrinn som smitter videre over på de andre aspektene som også trekkes frem i studien. Isolert sett vil omdømme stå i sentrum for bedriftens vekst og tillit.

Videre vil et viktig aspekt forbundet med lønnsomt og bærekraft være flinkere ansatte i bedriften (Eccles, Ioannou og Serafeim, 2014). Basert på markedsundersøkelser gjennomført av Econa (Econa, 2021) og Academic Work (Academic Work, 2021) forbundet med de mest attraktive arbeidsplasser i Norge, er SpareBank 1 som helhet høyt oppe på begge listene. Aktivt arbeid med bærekraft viser ikke bare at bedriften tar ansvar, men det viser også at bedriften tilfører sine ansatte nødvendig kompetanse rundt blant annet bærekraft, og gir motivasjon for å kunne løse fremtidens og dagens utfordringer. Flinke og kvalifiserte ansatte søker seg gjerne til bedrifter som SpareBank 1 Regnskapshuset SMN nettopp på grunn av deres profesjonalitet, kompetanse og likestilling. Når en bedrift får de klokeste og skarpeste hodene, vil dette også fremme en raskere inntjeningssevne på både kort og lang sikt, noe som ifølge Ronny Thomas Jenssen er tilfelle for SpareBank 1 Regnskapshuset SMN.

Regnskapshuset vil også basert på deres aktive arbeid med bærekraft kunne sikre seg mer lojale kunder. Interessenter i dagens samfunn er ofte opptatt av hvordan de kan bidra til å løse FN's bærekraftsmål, og dette indikerer at man gjerne velger en aktør som er opptatt av akkurat dette.

Som nevnt under miljø og økonomisk bunnlinje, har SpareBank 1 Regnskapshuset SMN hatt et stort fokus på implementering av energi- og klimaregnskap, noe som kundene til Regnskapshuset SMN kommer til å nyte godt av i fremtiden. Bedriften har dyktige ansatte som jobber med både energi- og klimaregnskapet og som innehar den rette kompetansen for å løse dagens og fremtidens utfordringer. Men Regnskapshuset har også andre bærekraftige løsninger for deres kunder og siden sosial kapital handler om bærekraft i dagens perspektiv, kan dette resultere i mer lojale kunder og interessenter generelt, noe som igjen fører til bedre lønnsomhet for bedriften.

Både SpareBank 1 Regnskapshuset SMN og SMN-konsernet som helhet har fått mye oppmerksomhet rundt deres aktive arbeid med bærekraft, og spesielt rundt deres fokus på bærekraftige rapporteringer som for eksempel energi- og klimaregnskapet (Jenssen et al, 2021). Flere bærekraftige rapporter som SMN-konsernets FNs bærekraftsrapport og «Tall som teller» bekrefter SpareBank 1 SMN sitt aktive arbeid med bærekraft, noe som skaper et godt omdømme (Sparebank 1 SMN, 2021).

Men videre, vil også Regnskapshusets sterke fokus på bærekraft føre til mer innovasjonsfremmende aktiviteter. Når bedriften kontinuerlig følger med på utviklingen i samfunnet og markedet, vil dette sikre at de får med seg de siste bærekraftige løsningene som de kan bygge videre på. Ser vi tilbake på energi- og klimaregnskapet, er dette relativt ferskt, men Regnskapshuset SMN har allerede jobbet godt med dette og har en stor fordel innenfor dette området. Fordelen med Regnskapshusets arbeid med bærekraft gjenspeiles med andre ord i deres evne til å tenke innovativt og fange opp endringer fortløpende. Bedriften har de siste årene fulgt nøye med på bærekraft, og dette har resultert i verdifull kompetanse som bedriftens ansatte innehar og som de kan anvende til å skille seg ut.

Det er vanskelig å kunne si konkrete hvor mye av lønnsomhetsutviklingen som skyldes arbeidet med bærekraft, men ut ifra de ulike aspektene som har blitt kartlagt ovenfor foreligger det indikasjoner på at bærekraft har stått sentralt i SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin lønnsomhetsutvikling de siste årene. Det at de nevnte aspektene genererer høyere lønnsomhet er

naturligvis viktig, men for SpareBank 1 SMN handler det ikke bare om å maksimere årsresultatet og de økonomiske tallene, men også å maksimere samfunnets verdier.

5.6.7 Hvordan skaper SpareBank 1 Regnskapshuset SMN verdi for samfunnet

FNs bærekraftsmål og generelle utfordringene med tanke på klima, samfunnet osv. er ingen enkel oppgave som en aktør kan løse alene. Det kreves mer samskapning som vil si at man er avhengig av et helhjertet samarbeid med alle interessentene hvor man går inn for å skape høyere felles verdier for samfunnet. SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har en rekke interessenter å forholde seg til, hvorav det foreligger gjensidig påvirkning i alle forholdene, men det vi ser er at bedriften går frem som en ledestjerne for den grønne utviklingen. Bedriften ønsker gjennom sine bærekraftige løsninger å påvirke sine interessenter til å ta en større del av den grønne utviklingen, og dette gjør de for å gjøre verden til et bedre sted. Som nevnt gir banken som helhet 40% av overskuddet til samfunnet gjennom filantropiske handlinger og dette impliserer at konsernet ikke er opptatt av å tjene mest og sitte på mest kapital. Men de er opptatt av å skape høyere verdi for samfunnet og det er derfor vi synes SpareBank 1 SMN, herunder SpareBank 1 Regnskapshuset SMN er helt unike.

SMN-konsernet arbeider som nevnt mest med FN's bærekraftsmål 17, og sett i lys av interessent teorien hersker det ingen tvil om at bedriften sammen med deres interessenter har skapt større verdi og kommer til å skape høyere verdi i fremtiden. Gjennom deres påvirkningskraft, har flere av SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sine kunder blitt mer miljøbevisste og mer opptatt av å tenke grundig over sine handlinger. Regnskapshuset påvirker ikke bare sine kunder, men også andre interessenter som studenter og investorer gjennom for eksempel fagseminar som Utsikt som SpareBank 1 Regnskapshuset SMN arrangerer hvert år. Videre påvirker også SpareBank 1 Regnskapshuset SMN regnskapsbransjen i stor grad ved å sette et press på implementering av grønn forretningsmodell og mer aktivt arbeid med bærekraft. Dette har ført til at flere konkurrerende bedrifter må ta i bruk en grønnere strategi for å kunne beholde og kapre kunder i dagens samfunn.

Vår oppgave handler om lønnsomhetsutviklingen til SpareBank 1 Regnskapshuset SMN i et snevert bedriftsøkonomisk perspektiv, men selv om Regnskapshuset SMN har fått økt omsetning og vekst, er det også interessant å se på bedriftens handlinger som har resultert i større samfunnsmessige verdier utenfor det rent bedriftsøkonomiske. Ser vi på problemstillingen i et større og bredere perspektiv, har SpareBank 1 Regnskapshuset SMN og SMN-konsernet skapt større verdi og vekst i samfunnet som helhet, og dette har bidratt til å komme et skritt nærmere FNs bærekraftsmål.

Kapittel 6: Konklusjon og avsluttende refleksjoner

I dette kapitlet vil vi sammenfatte funnene våre fra regnskaps- og lønnsomhetsanalysen og den strategiske analysen. På denne måten skal vi besvare problemstillingen:

Hvordan har lønnsomhetsutviklingen for SpareBank 1 Regnskapshuset SMN vært fra 2015 til og med 2020?

Som nevnt innledningsvis mener vi at det ikke er nok å kun analysere regnskapstall for å forstå SpareBank 1 Regnskapshuset SMN sin lønnsomhetsutvikling. Vi ønsket derfor å peke på ulike årsaker knyttet til hvorfor lønnsomheten har utviklet seg på den måten den har gjort i det aktuelle tidsrommet. Derfor formulerte vi følgende underproblemstilling, for å støtte opp problemstillingen:

Basert på en strategisk analyse og bærekraftsanalyse, hva kan være sentrale faktorer som forklarer lønnsomhetsutviklingen?

Allerede tidlig i oppgaven vår, under kapittel 2, tydeliggjorde vi at SpareBank 1 Regnskapshuset er den ledende aktøren i regnskapsbransjen. Dermed ble det interessant å analysere den største avdelingen under Regnskapshuset som helhet, nemlig SpareBank 1 SMN. Ut ifra nøkkeltallsanalysen har vi kommet frem til at selskapet under hele undersøkelsesperioden har levert positive årsresultat, som har blitt overført til annen egenkapital. Egenkapitalen har økt fra år til år, gjennom den opptjente egenkapitalen, samt innskutt egenkapital fra konsernet SpareBank 1. Dette har resultert i gjennomgående gode nøkkeltall for egenkapitalandelen. Dette har vært svært positivt for bedriftens soliditet, og finansiering, selv om vi har pekt på at finansieringsgrad 1 er preget av en negativ trend som selskapet burde forsøke å snu. Angående selskapets likviditet, ser man at nøkkeltallene har vært gjennomgående gode gjennom perioden. Vi har også pekt på at både arbeidskapitalen og likviditetsgrad 1 opplevde et fall i 2017.

Videre har vi analysert bedriftens økonomiske utvikling, hvor hovedfokuset vårt ligger på lønnsomhet. Totalkapitalrentabiliteten har gjennom hele perioden vært gjennomgående god, selv om det har vært svingninger. Totalkapitalrentabiliteten gir oss en god indikasjon på om oppkjøpene av mindre regnskapskontor har vært lønnsomme. Basert på tallene fra perioden, er det rimelig å anta at det ikke har blitt foretatt bomkjøp. Vi har pekt på en årlig nedgang i kapitalens omløpshastighet, uten å vekke noen form for bekymring, da man ser at resultatgraden har tatt seg opp betraktelig. Dette betyr at selskapet har økt driftsinntektene sine gjennom perioden, noe som kan gjenspeile effektiv drift gjennom kompetente ansatte.

Egenkapitalrentabiliteten har også vært preget av svingninger, men har vært svært tilfredsstillende gjennom hele perioden. Alle nøkkeltallene sett under ett, viser en gjennomgående god lønnsomhet for SpareBank 1 Regnskapshuset SMN. Perioden vi har studert viser dog en noe nedgående utvikling. Dette kan være et resultat av investeringer og oppkjøp som ikke har gitt avkastning i undersøkelsesperioden vår. Med tanke på hovedproblemstillingen, så tyder det altså på at Regnskapshuset SMN drives effektivt med medfølgende god lønnsomhet.

Den gode lønnsomheten kan forklares av flere eksterne og interne faktorer. Siden vi allerede har pekt på at selskapet drives effektivt med god kompetanse, vil naturligvis store deler av lønnsomheten skyldes de interne faktorene. De eksterne faktorene vil derimot påvirke driften gjennom ulike faktorer som skaper premisser i samfunnet og rundt selskapet. Basert på vår analyse av konkurransesituasjonen kan vi med rimelighet konkludere med at SpareBank 1 Regnskapshuset håndterer konkurransen i bransjen på en god måte. Som vi har pekt på gjennom analysen vil SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, under undersøkelsesperioden, ikke oppleve alvorlige trusler fra hverken kunder, leverandører, substitutter, nye etableringer eller intern rivalisering. Situasjonen kan naturligvis se annerledes ut om 10 år, hvor man da blir avhengig av å gjennomføre nye strategiske analyser av den daværende situasjonen. Fra PESTEL-analysen ønsker vi spesielt å trekke frem teknologiske faktorer, økonomiske, samt de miljømessige faktorene. Man ser en økt vekst i regnskapsbransjen, samt en digitalisering, som Regnskapshuset har klart å tilpasse seg etter. I tillegg blir det større og større fokus på bærekraft fra år til år, en trend selskapet følger nøye. I teorien vil ikke bærekraftige investeringer ikke generer lønnsomhet på kort sikt, noe som kan være en forklaring på ubalansen vi observerte i vår nøkkeltallsanalyse. Men våre funn gir dog grunnlag for at man kan hevde at SpareBank 1 Regnskapshuset SMN har

oppnådd kortsiktige effekter av deres bærekraftige aktiviteter. SpareBank 1 Regnskapshuset som helhet ønsker å skape en merkevare, og dette gjøres blant annet gjennom fokus på bærekraft. Dette vil også føre til et bedre omdømme, som vi under SVIMA-analysen pekte på som et varig konkurransemiddel. Dette konkurransemiddelet kombinert med humankapitalen, som også regnes som et varig konkurransemiddel, er to svært sentrale interne faktorer som har en klar sammenheng med selskapets lønnsomhet. Selskapet bruker økonomiske midler og humankapital til å oppnå sosiale og miljømessige fordeler, til gunst for både selskapet og samfunnet. Fokuset på bærekraft har skapt en sterk merkevare, og god nettverkskapital. Begge disse faktorene er også å regne som varige konkurransefortrinn som vil skape oppmerksomhet og gode relasjoner rundt bedriften, som igjen fører til lønnsomhet på sikt.

Samlet sett har SpareBank 1 Regnskapshuset SMN gjennom en grundig tilpasning til dagens samfunn, og den videre utviklingen, opparbeidet seg flere svært viktige konkurransefortrinn som har en klar positiv påvirkning på lønnsomheten. Et selskap med et bærekraftig fokus vil være attraktivt for eksisterende ansatte, og fremtidig ny kompetanse. På lang sikt vil disse konkurransefortrinnene vi pekte på under den strategiske analysen styrkes, og øke lønnsomheten ytterligere, gjennom fokus på bærekraft og det grønne skiftet.

Kapittel 7: Egne erfaringer

Gjennom arbeidet vårt har vi klart å øke vår forståelse rundt sammenhengen mellom selskapets ressurser og utnyttelse av disse for å generere lønnsomhet over tid. Strategiske analyser og regnskapsanalyser har en større sammenheng enn det vi først var klar over før vi skrev oppgaven. I løpet av vår tid på NTNU Handelshøyskolen har vi opparbeidet oss god kompetanse knyttet til gjennomføringen av regnskapsanalyser og strategiske analyser. Dette arbeidet var naturligvis tidkrevende og faglig utfordrende. Etter å ha arbeidet med flere teorier og metoder for analyse gjennom studiet har vi opparbeidet oss nødvendig kompetanse for å gjennomføre slike analyser. Et tema vi opplevde som mer krevende var bærekraft, noe som primært skyldes at vi i løpet av utdanningen ikke har hatt emner som har fokusert utelukkende på bærekraft. Unntaket er vårt fjerde semester på studiet, hvor vi fikk en liten smakebit av bærekraft knyttet til etikkfaget. Dette gjorde at vi stilte med relativt blanke ark, og så oss nødt til å gjennomføre enda grundigere kildeinnhenting og kildekritikk.

Ved å kunne skrive en større oppgave i grupper har dette åpnet opp for diskusjoner og læring knyttet til dette. Dersom noen har lest seg opp på temaer som var relevant for oppgaven, har vi kunne tatt lærdom av hverandre. Vi har som gruppe møtt på større og mindre utfordringer, men gjennom godt samarbeid og lange diskusjoner føler vi at vi landet på rimelige og reliable konklusjoner i samsvar med problemstillingen vår.

Referanseliste

Litteratur

Carson, S.G., Skauge, S. (2019). *Etikk for beslutningstakere*. 2. Utgave, 3 opplag. Oslo: Cappelen Damm.

Jacobsen, D.I. (2018) *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 3. utgave. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

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

Lien, L. B., Knudsen, E. S., Baardsen, T. Ø. (2016). *Strategiboka*. Bergen: Fagbokforlaget

Oppen, M., Mørk, B. E. og Haus, E. (2020) *Kvantitative og kvalitative metoder i merkantile fag En introduksjon*. 1. Utgave. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Nettressurser

Academic Work (2021). Tilgjengelig fra: <https://www.academicwork.no/bedrifter/ypai-2021-mest-attractive-arbeidsgivere> (Hentet: 13. februar 2022).

Austheim, S. (2019). *De 10 største aktørene i regnskapsbransjen*. Tilgjengelig fra: <https://www.regskapnorge.no/faget/artikler/bransjeaktuelt/10-storste-aktorer-i-regnskapsbransjen/> (Hentet: 12. januar 2022).

Brønnøysundregisteret (u.å.). Tilgjengelig fra: https://w2.brreg.no/kunngjoring/hent_nr.jsp?orgnr=936285066 (Hentet: 02.03.2022)

Eccles, R.G., I. Ioannou og G. Serafeim (2014) *The impact of Corporate Sustainability an Organizational Processes and Performance*. Tilgjengelig fra:

[*The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance*](#) (Hentet: 07. februar 2022).

Econa (2021): *Her vil ferske økonomer jobbe*: Tilgjengelig fra:

<https://nye.econa.no/faglig-oppdatering/medlemsbladet-magma/6-2021/her-vil-ferske-okonomer-jobbe/> (Hentet: 13. februar 2022).

FHI (2021) *Stressnivået økte hos foreldre da Norge stengte ned*. Tilgjengelig fra:

<https://www.fhi.no/nyheter/2021/stressnivaet-okte-hos-foreldre-da-norge-stengte-ned/> (Hentet: 14. februar 2022).

FN-sambandet (2020) *Bærekraftig utvikling*. Tilgjengelig fra:

<https://www.fn.no/tema/fattigdom/baerekraftig-utvikling> (Hentet: 24. januar 2022).

GAEA (u.å.) *CSR*. Tilgjengelig fra: <https://www.gaea.bg/about-GAEA/corporate-social-responsibility.html> (Hentet: 15. januar 2022).

Jensen, R. T. et al. (2021) *Utsikt 2021, Utsikt 2021*. Scandic Nidelven, 21.oktober. 2021.

Trondheim: SpareBank 1 Regnskapshuset SMN, S. 86-105.

Kapital (2021) *Dette er børsens beste og verste på bærekraftrapportering*. Tilgjengelig fra:

<https://kapital.no/reportasjer/naeringsliv/2021/09/07/7730495/borsens-beste-pa-baerekraftrapportering>: (Hentet: 13. februar 2022).

Kapital (2021) *Børsens beste på bærekraftsrapportering*. Tilgjengelig fra:

<https://kapital.no/reportasjer/naeringsliv/2021/09/07/7730495/borsens-beste-pa-baerekraftrapportering> (Hentet: 13. februar 2022).

Proff Forvalt (u.å.) Tilgjengelig fra: <https://forvalt.no/ForetaksIndex/Firma/FirmaSide/936285066> (Hentet: 14. februar 2022).

Regnskapnorge (2021) *10 største aktører i 2020*. Tilgjengelig fra:

<https://www.regnskapnorge.no/om-oss/bransjeutvikling/> (Hentet: 12. januar 2022).

Regnskapnorge (2021) *DNB og SpareBank 1-alliansen kjøper opp 2/3 av Uni Micro*. Tilgjengelig

fra: <https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/bransjeaktuelt/dnb-og-sparebank-1-alliansen-kjoper-opp-23-av-uni-micro/> (Hentet: 14. februar 2022).

SpareBank 1 Regnskapshuset (2021) *Om oss*. Tilgjengelig fra: [https://smnregnskap-](https://smnregnskap-no.herokuapp.com/om-oss)

[no.herokuapp.com/om-oss](https://smnregnskap-no.herokuapp.com/om-oss) (Hentet: 12. januar 2022).

SpareBank 1 Regnskapshuset (2021) *Et komplett regnskapshus*. Tilgjengelig fra:

<https://smnregnskap-no.herokuapp.com/tjenester> (Hentet: 12. januar 2022).

SpareBank 1 SMN (2021) *Bærekraft*. Tilgjengelig fra: [https://www.sparebank1.no/nb/smn/om-](https://www.sparebank1.no/nb/smn/om-oss/barekraft/prioriterte-barekraftsmal.html)

[oss/barekraft/prioriterte-barekraftsmal.html](https://www.sparebank1.no/nb/smn/om-oss/barekraft/prioriterte-barekraftsmal.html) (Hentet: 07. februar 2022).

SVEA (2018) *Humankapital er gull verdt*. Tilgjengelig fra:

<https://www.svea.com/no/nb/bedrift/svea-innsikt/nyheter/humankapital-er-gull-verdt/> (Hentet:

26. januar 2022).

Smarte Penger (2022) *Guide til konsumprisindeksen*. Tilgjengelig fra:

<https://www.smartepenger.no/div/776-inflasjon> (Hentet: 03.mars 2022).

Ungt Entreprenørskap (u.å.) *Derfor lønner bærekraft seg*. Tilgjengelig fra:

<https://baerekraft.ungdomsbedrift.no/derfor-lonner-brekraft-seg> (Hentet: 07. februar 2022).

Visma (2019) *Regnskapsbransjen er i et paradigmeskifte*. Tilgjengelig fra:

<https://www.visma.no/blogg/spar-digitale-klasseskiller-i-regnskapsbransjen/> (Hentet: 13. februar

2022).

Regjeringen.no (2022) *Guide til konsumprisindeksen*. Tilgjengelig fra:

<https://www.regjeringen.no/no/tema/okonomi-og-budsjett/skatter-og-avgifter/veibruksavgift-pa-drivstoff/co2-avgiften/id2603484/> (Hentet: 04. Mars 2022).