

Ida Eide Johansen
Sigrun Lunde Skattebo
Victoria Kvello Strand

Lønnsomhetsanalyse av Tinde Hytter AS

Bacheloroppgave i økonomisk styring

Bacheloroppgave i Økonomi og administrasjon
Veileder: Tor-Eirik Olsen

April 2022

Ida Eide Johansen
Sigrun Lunde Skattebo
Victoria Kvello Strand

Lønnsomhetsanalyse av Tinde Hytter AS

Bacheloroppgave i økonomisk styring

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

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen



NTNU

Kunnskap for en bedre verden

Forord

Vi er tre studenter på NTNU Handelshøyskolen som i sjette semester har skrevet denne bacheloroppgaven. Dette er den avsluttende oppgaven i vår treårige bachelor i økonomi og administrasjon, med økonomisk styring som spesialisering.

I denne oppgaven gjennomfører vi en lønnsomhetsanalyse av Tinde Hytter AS, en av landets ledende hytteleverandører. Hensikten med denne oppgaven er å kartlegge hvordan og hvorfor lønnsomheten til Tinde hytter AS har utviklet seg i en bestemt periode.

Vi ønsker å takke vår faglige veileder Tor-Eirik Olsen for god veiledning gjennom utarbeidelsen av bacheloroppgaven. I tillegg ønsker vi å takke administrerende direktør i Tinde Hytter AS, Audun Skattebo, for intervjuet vi gjennomførte. Intervjuet ga oss relevant informasjon og god innsikt i bedriftens utvikling.

Innholdet i denne oppgaven står for forfatterens regning.

Trondheim, 2022

Ida Eide Johansen

Ida Eide Johansen

Sigrun Lunde Skattebo

Sigrun Lunde Skattebo

Victoria Kvello Strand

Victoria Kvello Strand

Sammendrag

Hyttemarkedet har blomstret de siste årene, noe som har gitt gode resultater for flere av landets hytteleverandører. Derfor synes vi det var interessant å se på hvordan lønnsomheten til en hytteleverandør har utviklet seg. Vi har dermed gjennomført en lønnsomhetsanalyse av Tinde Hytter AS, en av landets ledende hytteleverandører i perioden 2015-2020.

Oppgaven inneholder en regnskapsanalyse med hovedfokus på lønnsomhet samt en strategisk analyse. Regnskapsanalysen inneholder nøkkeltall innenfor finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet. Totalt sett har Tinde Hytter AS svært gode og tilfredsstillende tall ved alle nøkkeltallene vi har beregnet. Det skinner dermed gjennom at Tinde Hytter AS har god lønnsomhet. Vi hadde i utgangspunktet en sterk ambisjon om å gjennomføre en «benchmark» med en av Tinde Hytter AS sine sterkeste konkurrenter. Dette viste seg å bli vanskelig å gjennomføre da den utvalgte konkurrenten og Tinde Hytter AS hadde svært ulik selskapsstruktur.

Videre i den strategiske analysen gjennomførte vi en SWOT-analyse for å kartlegge Tinde Hytter AS sine styrker og svakheter, i tillegg til muligheter og trusler i markedet. Dette var veldig aktuelt for vår oppgave, da man med koronapandemien ser tydelig at ytre faktorer kan påvirke lønnsomheten til et marked.

Avslutningsvis konkluderer vi med at Tinde Hytter AS har hatt svært god lønnsomhet i perioden 2015-2020. Intervjuet med administrerende direktør ga oss ytterligere informasjon som bidro til bedre forståelse av både regnskapstallene og for den strategiske analysen. Den strategiske analysen viste at Tinde Hytter AS er konkurransedyktige med sin komplette leveranse og godt fotfeste i sine markedsområder. Som en del av et selvfinansierende konsern får de flere fordeler både økonomisk og driftsmessig.

Abstract

The market for Norwegian holiday homes has flourished in recent years. This has given several suppliers great financial results. Therefore, we find it interesting to look at how the profitability to one of the suppliers has developed. Thus, we have completed a profitability analysis of Tinde Hytter AS, one of Norway's leading suppliers, in the period 2015-2020.

The Bachelor thesis contains an accounting analysis with main focus on profitability, as well as a strategic analysis. The accounting analysis contains key financial figures for financing, liquidity, solvency and profitability. Overall, the key financial figures for Tinde Hytter AS are very satisfying. Therefore, it is obvious that the profitability of Tinde Hytter AS is good. We started off with an ambition to implement a benchmark with one of Tinde Hytter AS's biggest competitors. After analyzing the competitor's company structure, we found it impossible too carry out.

Furthermore, in the strategic analysis we conducted a SWOT analysis to map Tinde Hytter AS's strengths and weaknesses, in addition to opportunities and threats in the market. This was highly relevant for our Bachelor thesis, as the COVID-19 pandemic clearly shows that external factors can affect the profitability of a market.

Finally, we conclude that Tinde Hytter AS has an excellent profitability in the period 2015-2020. The interview with the chief executive officer gave us additional information that contributed to a better understanding of both the accounting- and strategic analysis. The strategic analysis showed that Tinde Hytter AS are competitive with their complete delivery and that they do well and are expanding in their market areas. They also get several benefits, both financially and operationally, by being part of a self-financing group.

Innholdsfortegnelse

Forord	1
Sammendrag	2
Abstract	3
1 Innledning	8
1.1 Presentasjon av problemstilling	8
1.2 Presentasjon av Tinde Hytter AS.....	9
1.3 Disposisjon.....	9
2 Teori	10
2.1 Regnskapsanalyse med hovedfokus på lønnsomhet	10
2.2 Finansiering.....	11
2.2.1 Finansieringsgrad 1	11
2.2.2 Arbeidskapital.....	11
2.3 Likviditet	12
2.3.1 Likviditetsgrad 1.....	12
2.3.2 Likviditetsgrad 2.....	12
2.4 Soliditet	13
2.4.1 Egenkapitalandel	13
2.4.2 Gjeldsgrad.....	13
2.4.3 Rentedekningsgrad	14
2.5 Lønnsomhet	14
2.5.1 Totalkapitalrentabilitet	14
2.5.2 DuPont-metoden.....	15
2.5.5 Egenkapitalrentabilitet etter skatt	16
2.6 Strategisk analyse	17
2.6.1 SWOT.....	19
2.6.2 PESTEL.....	20
3 Metode	22
3.1 Problemstilling.....	22
3.2 Valg av metode.....	23
3.3 Valg av datainnsamling	23
3.3.1 Intervju	23

3.4 Validitet og reliabilitet.....	24
3.4.1 Kvantitative undersøkelser.....	24
3.4.2 Kvalitative undersøkelser.....	25
4 Analyse	27
4.1 Inntekter, kostnader og driftsresultat.....	27
4.2 Finansiering.....	29
4.2.1 Finansierungsgrad 1	29
4.2.2 Arbeidskapital.....	30
4.3 Likviditet	31
4.3.1 Likviditetsgrad 1.....	31
4.3.2 Likviditetsgrad 2.....	32
4.4 Soliditet	33
4.4.1 Egenkapitalandel	33
4.4.2 Gjeldsgrad.....	34
4.4.3 Rentedekningsgrad	35
4.5 Lønnsomhet.....	36
4.5.1 Totalkapitalrentabilitet	36
4.5.2 DuPont-metoden.....	38
4.5.3 Egenkapitalrentabilitet etter skatt.....	40
4.6 Benchmarking	41
4.7 Strategisk analyse.....	42
4.7.1 SWOT-analyse	43
5 Konklusjon.....	47
6 Referanseliste.....	49

Figuroversikt

Figur 1: Porters generiske strategier	17
Figur 2: Ansoffs ekspansjonsmatrise	18
Figur 3: SWOT-analyse	19
Figur 4: Driftsinntekter og driftskostnader	27
Figur 5: Driftsresultat.....	28
Figur 6: Finansieringsgrad 1	29
Figur 7: Arbeidskapital	30
Figur 8: Likviditetsgrad 1	31
Figur 9: Likviditetsgrad 2	32
Figur 10: Egenkapital.....	33
Figur 11: Gjeldsgrad	34
Figur 12: Rentedekningsgrad.....	35
Figur 13: Totalkapitalrentabilitet	36
Figur 14: Resultatgrad	38
Figur 15: Kapitalens omløpshastighet	39
Figur 16: Egenkapitalrentabilitet etter skatt.....	40

Tabelloversikt

Tabell 1: Driftsinntekter og driftskostnader	27
Tabell 2: Driftsresultat	28
Tabell 3: Finansieringsgrad 1 (tall i hele tusen).....	29
Tabell 4: Arbeidskapital (tall i hele tusen)	30
Tabell 5: Likviditetsgrad 1 (tall i hele tusen)	31
Tabell 6: Likviditetsgrad 2 (tall i hele tusen).....	32
Tabell 7: Egenkapitalandel (tall i hele tusen).....	33
Tabell 8: Gjeldsgrad (tall i hele tusen)	34
Tabell 9: Rentedekningsgrad (tall i hele tusen).....	35
Tabell 10: Gjennomsnittlig totalkapital (tall i hele tusen).....	36
Tabell 11: Totalkapitalrentabilitet (tall i hele tusen).....	36
Tabell 12: Resultatgrad (tall i hele tusen)	38
Tabell 13: Kapitalens omløpshastighet (tall i hele tusen)	39
Tabell 14: Egenkapitalrentabilitet etter skatt (tall i hele tusen)	40

1 Innledning

I dette kapittelet vil vi fokusere på hvorfor vi har valgt Tinde Hytter AS og problemstillingen for denne oppgaven. Kapittelet inkluderer også en disposisjon av oppgaven.

Denne oppgaven er en lønnsomhetsanalyse av bedriften Tinde Hytter AS i perioden 2015-2020. Lønnsomhetsanalyse er et relevant område for vår spesialiseringsretning, og er en god mulighet til å bruke kunnskapen vi har opparbeidet oss gjennom bachelorstudiet.

I skrivende stund befinner vi oss fortsatt i koronapandemien, så ved valg av bedrift fant vi det mest interessant å analysere en bedrift som har blitt påvirket av dette. Stengte grenser og begrensede muligheter for utenlandsturer har gjort at nordmenn har fått opp øynene enda mer for hyttelivet, som har gjort at markedet for fritidsboliger har økt betraktelig.

1.1 Presentasjon av problemstilling

I denne oppgaven foretar vi en analyse av utviklingen i lønnsomheten til Tinde Hytter AS. Etterspørselen i hyttemarkedet snudde i 2015, etter en svakt nedgående trend fra 2008 til 2014 (Øye, 2017). Dette var samtidig som oljeprisene falt kraftig, og «den store depresjonen» falt inn hos den norske befolkning. Da falt vi fra en første plass på det europeiske optimismebarometeret, ned til en 14. plass. Likevel så man at interessen for hyttekjøp eksploderte. Vanligvis synker interessen for større husholdningsinvesteringer når usikkerheten øker, men på hyttemarkedet så man det motsatte.

Etter at koronaviruset først ble påvist i Kina i 2019 og spredte seg til resten av verden, har usikkerheten spredt seg nok en gang. Også nå har man sett en kraftig oppgang i priser og volum i hyttemarkedet. Mulige grunner for dette kan være muligheten for fleksibelt arbeidssted og økt bruk av hjemmekontor, som gjør at man er mer villig til å investere i egen hytte.

På bakgrunn av dette er det interessant å gjøre en analyse av en enkelt bedrifts utvikling som følge av dette, og om det er andre faktorer som har påvirket utvikling før koronapandemi. I og med at Tinde Hytter AS er en av Norges ledende hytteleverandør, er det høyst relevant å se på deres utvikling i lønnsomhet. Vår problemstilling er dermed følgende:

«Hvordan har lønnsomheten til Tinde Hytter AS utviklet seg fra 2015-2020, og hvilke faktorer kan ha påvirket denne utviklingen?»

1.2 Presentasjon av Tinde Hytter AS

Tinde Hytter ble etablert som merkenavn i 2002, men har historie helt tilbake til 1968 med merkenavnet Horten Hus. Tinde Hytter AS er en bedrift som opererer innenfor hyttemarkedet. Med 40 års erfaring har de utviklet seg til å bli en av Norges ledende hytteleverandører, hvor deres spesialitet er å levere nøkkelferdige hytter. De er en hytteleverandør i sterk vekst med salg av over 300 hytter i 2020, og har et solid fotfeste i satsningsområdene sine. Med hjelp av sine verdier og ambisjoner har de som mål å bli markedsledende innen hyttemarkedet i Norge.

Leveransene til Tinde Hytter AS bygger videre på Gudbrandsdalen sine solide og gode håndverkstradisjoner, hvor deres hovedkontor og to fabrikker er lokalisert (Tinde Hytter, u.å.). De er også å finne på Norsk Hyttesenter på Hellerudsletta utenfor Oslo, og har salgskontorer i Lillehammer, Trondheim og Stryn.

Tinde Hytter AS reklamerer med at de «er en leverandør med solid økonomi, som sikrer deg en trygg leveranse og oppfølging» (Tinde Hytter, u.å.). De er godkjent under merkeordningen Trygt Hyttekjøp. Hytteprodusentene som bruker dette merket sikrer kunden kvalitet og trygghet gjennom hele byggeprosessen. Dette bidrar til at merkevaren Tinde Hytter møter kundenes forventninger til ansvarlighet, god faglig utførelse og gode arbeidsvilkår (Tinde Hytter, u.å.).

1.3 Disposisjon

For å besvare oppgavens problemstilling inneholder kapittel 2 relevant teori som benyttes i oppgavens analysedel. Videre vil kapittel 3 inneholde en fremstilling av våre metodiske valg. I kapittel 4 analyserer vi bedriften med utgangspunkt i problemstillingen vår. Analysedelen består av en lønnsomhetsanalyse og en strategisk analyse. I lønnsomhetsanalysen beregner vi ulike nøkkeltall, mens vi ved hjelp av ulike analyseverktøy gjennomfører en strategisk analyse. Avslutningsvis vil kapittel 5 inneholde oppgavens konklusjon.

2 Teori

I denne delen av oppgaven presenteres teorien som legger grunnlaget for våre analyser. Teorien er knyttet til regnskapsanalysen og den strategiske analysen som vi har valgt å gjennomføre for å belyse problemstillingen.

Regnskapsanalysen fokuserer på tidligere regnskap og nøkkeltall utregnet med utgangspunkt i disse. Dette er en analyse uavhengig av bedriftens ytre faktorer.

I motsetning til regnskapsanalysen, fokuserer den strategiske på både indre og ytre faktorer. Ved hjelp av SWOT og PESTEL kan man få bedre innsikt i faktorer som påvirker lønnsomheten til bedriften.

2.1 Regnskapsanalyse med hovedfokus på lønnsomhet

En regnskapsanalyse utføres for å si noe om bedriftens økonomiske utvikling og finansielle situasjon. Formålet er dermed å gi et helhetsbilde av bedriftens økonomiske situasjon.

Man kan dele regnskapsanalyser inn i interne og eksterne analyser. Interne regnskapsanalyser baseres på all informasjon i bedriften og gjennomføres dermed ofte av analytikere eller ansatte som har tilgang til all informasjon. En ekstern regnskapsanalyse derimot gjennomføres på offentlig tilgjengelig regnskapsinformasjon. Denne oppgaven er i hovedsak en ekstern regnskapsanalyse, da regnskapstallene var offentlige og tilgjengelige via proff.no. Vi fikk også tilsendt årsregnskapene for perioden fra Tinde Hytter AS som inneholdt noter som forklaringsfaktorer for noen av regnskapstallene. Årsregnskapet for bedriften er offentlig informasjon.

En viktig del av regnskapsanalysen er å beregne nøkkeltall. Nøkkeltall kan være fine å benytte ved benchmarking siden de fleste nøkkeltall er forholdstall.

En praktisk regnskapsanalyse omfatter som regel en vurdering av finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet (Kristoffersen, 2019). Lønnsomhet viser bedriftens evne til å skape overskudd, finansiering viser bedriftens anskaffelse og anvendelse av kapital, soliditet viser bedriftens evne til å tåle tap og likviditet viser bedriftens betalingsevne (Kristoffersen, 2019). I de følgende delkapitlene vil vi presentere ulike nøkkeltall fra disse fire kategoriene, finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet.

2.2 Finansiering

Finansiering handler om anvendelse og anskaffelse av kapital. Anleggsmidler og omløpsmidler kan i utgangspunktet finansieres med både kortsiktig og langsiktig kapital. Som langsiktig kapital regnes egenkapital og langsiktig gjeld, mens kortsiktig kapital er kortsiktig gjeld. Det indikerer sunn finansiering dersom anleggsmidler finansieres av langsiktig kapital, og at deler av omløpsmidlene også finansieres langsiktig. Vi velger å fokusere på finansieringsgrad 1 og arbeidskapital som mål for finansiering.

2.2.1 Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 sier noe om i hvor stor grad bedriftens anleggsmidler er langsiktig finansiert. Langsiktig kapital består av langsiktig gjeld og egenkapital. Dersom finansieringsgrad 1 er høyere enn 1, vil det tyde på at bedriften finansierer noe av anleggsmidlene sine med kortsiktig kapital. Er derimot finansieringsgrad 1 lavere enn 1, tyder det på at noe av omløpsmidlene også finansieres av langsiktig kapital. Anleggsmidler er langsiktige eiendeler og burde ikke finansieres med kortsiktig kapital. Det er også positivt om omløpsmidlene også blir finansiert av noe langsiktig kapital. Formelen for finansieringsgrad 1 er gitt ved:

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

2.2.2 Arbeidskapital

Arbeidskapital er differansen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld i balansen. En positiv arbeidskapital tyder normalt på god finansiering og forteller at deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert. Er arbeidskapitalen negativ derimot, tyder det på at anleggsmidlene er kortsiktig finansiert. En negativ arbeidskapital indikerer derfor en usunn finansiering. Formel for arbeidskapital er gitt ved:

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

2.3 Likviditet

Likviditet sier noe om bedriftens betalingsevne og kjøpekraft. God likviditet vil si at bedriften evner å innfri betalingsforpliktene sine, som vil si at bedriften til enhver tid har midler å betale regningene sine med. For å analysere likviditeten til Tinde Hytter AS har vi valgt å fokusere på likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2.

2.3.1 Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 er forholdet mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld, og sier noe om hvordan bedriften evner å betale deres kortsiktige gjeld. En norm er at likviditetsgrad 1 skal være høyere enn likviditetsgrad 2. Det vil si at minimum halvparten av bedriftens omløpsmidler bør være langsiktig finansiert.

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

2.3.2 Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 er forholdet mellom omløpsmidler fratrukket varelager, altså de mest likvide omløpsmidlene, og kortsiktig gjeld. Denne graden måler evnen til å betale kortsiktig gjeld på kort sikt. Når varelageret ikke kan gjøres om til likvide midler innenfor en kortsiktig tidshorisont brukes likviditetsgrad 2 i stedet for likviditetsgrad 1. Det er anbefalt at likviditetsgrad 2 bør være høyere enn 1. For virksomheter som har betydelige varelagre er graden ofte et svært sentralt nøkkeltall for å vurdere likviditeten.

Formelen for likviditetsgrad 2 er gitt ved:

$$\text{Likviditetsgrad 2} = \frac{\text{Omløpsmidler} - \text{Varelager}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$$

2.4 Soliditet

En bedrifts soliditet uttrykker dens evne til å tåle tap og betale på lang sikt. Soliditeten sier noe om bedriftens forhold mellom egenkapital og gjeld (Kristoffersen, 2019). Dette vises blant annet ved bedriftens egenkapitalandel, som er hvor mange prosent av bedriftens eiendeler som er finansiert med egenkapital (Visma, u.å.). En bedrift som har en høy egenkapitalandel, har god soliditet. Jo høyere soliditet en bedrift har, jo lavere økonomisk risiko er knyttet til bedriften. God inntjening, likviditet, rentabilitet og finansieringsstruktur er andre kjennetegn på en god soliditet. Dette gjør at man er godt rustet mot eventuell tap eller tilbakeslag, og kan også være en fordel i forhandlinger om nye lån eller kreditt. Soliditet kan som nevnt ovenfor uttrykkes med egenkapitalandel. I tillegg gir også gjeldsgrad og rentedekningsgrad nyttig informasjon om bedriftens soliditet.

2.4.1 Egenkapitalandel

Egenkapitalandelen viser hvor stor del av bedriftens eiendeler som er finansiert med egenkapital. Det sier noe om hvor stor låneevne bedriften har, og om soliditeten er god. En negativ egenkapitalandel innebærer at hele bedriftens aksjekapital er tapt. I de fleste virksomheter vil en egenkapitalandel på 30-50% være tilfredsstillende (Kristoffersen, 2019). Det finnes likevel ingen klare retningslinjer for øvre og nedre grense på egenkapitalandelen, da dette avhenger av bransje og risikoen knyttet til bedriften. En bør også ta hensyn til hvor bedriften befinner seg i livssyklusen, da det er vanlig at bedrifter i startfasen i større grad er finansiert med gjeld. Formelen for egenkapitalandel er gitt ved:

$$\text{Egenkapitalandel} = \left(\frac{\text{Egenkapital}}{\text{Totalkapital}} \right) \times 100\%$$

2.4.2 Gjeldsgrad

Gjeldsgraden viser hvor mye av bedriftens eiendeler som er finansiert med gjeld i forhold til egenkapitalen. Nøkkeltallet viser med andre ord hvor mye av egenkapitalen som kommer fra gjeld, og hvor mye som kommer fra bedriftens aksjonærer (Visma, u.å.). En gjeldsgrad på 1 betyr at andel egenkapital og gjeld er like stor. En høy gjeldsgrad tolkes som større risiko knyttet til bedriften, da den har mer renter og avdrag som skal nedbetales. Formelen for gjeldsgrad er gitt ved:

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

2.4.3 Rentedeckningsgrad

Rentedekningsgraden er et mål på bedriftens evne til å betale rentene sine.

Rentedekningsgraden avhenger av lønnsomheten og rentene på gjelden til bedriften. Hvis man har god lønnsomhet, vil man ha bedre evne til å betale rentekostnadene. Hvis rentedekningsgraden er mindre enn 1, betyr det at bedriften går med underskudd. Ifølge Kristoffersen (2019) bør rentedekningsgraden være større enn 3 (Kristoffersen, 2019).

Formelen for rentedekningsgrad er gitt ved:

$$\text{Rentedekningsgrad} = \frac{\text{Ordinært resultat før skatt} + \text{Finanskostnader}}{\text{Finanskostnader}}$$

2.5 Lønnsomhet

Lønnsomhet omhandler bedriftens evne til å skape overskudd. Tilstrekkelig lønnsomhet er avgjørende for at bedriften skal overleve på lang sikt, og for at investorer og eiere skal være interessert i å skyte inn ny egenkapital i bedriften (Kristoffersen, 2019). I denne oppgaven velger vi å ta for oss totalkapitalrentabilitet, og deretter dekomponerer denne til resultatgrad og kapitalens omløpshastighet. Videre vil vi se på bedriftens egenkapitalrentabilitet etter skatt.

2.5.1 Totalkapitalrentabilitet

Totalkapitalrentabilitet viser avkastningen av den samlede kapitalen som er bundet i bedriften og måler hvor effektiv bedriften har vært i forvaltningen av sine ressurser, uavhengig av finansieringen (Kristoffersen, 2019). Lønnsomhetsmålet kan også omtales som Return on Investment (ROI). Nøkkeltallet er også et forholdstall som gjør det enklere å sammenligne prestasjoner mellom ulike type selskaper («benchmarking»), eller mellom ulike avdelinger innad i bedriften. Ved beregning av totalkapitalrentabilitet kan man bruke ulike definisjoner på investert kapital. I denne oppgaven har vi valgt å benytte oss av gjennomsnittlig totalkapital. Grunnlaget for dette er at man får med både IB og UB regnskapstall som gir et mer rettviseende bilde på hvordan bedriften har gjort det gjennom perioden. Et annet argument for å benytte seg av gjennomsnittlig totalkapital er at driftsresultatet er generert gjennom året. Dersom bedriften har vært gjenstand for sterk vekst, så er også gjennomsnittlig totalkapital

(IB + UB) bedre å bruke enn kun total kapital (UB). Formelen for total kapitalrentabilitet er følgende:

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

Eventuelt:

$$\text{Total kapitalrentabilitet} = \left(\frac{\text{Resultat før skatt} + \text{Finanskostnader}}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}} \right) \times 100\%$$

Resultat før skatt benyttes fordi det representerer skillet mellom verdiskapning og utdeling av verdier. Finanskostnadene inkluderes for å få et presist mål for den samlede kapitalen. Dette resultatet representerer avkastning på bedriftens samlede ressurser som fordeles på kreditorer, det offentlige og eierne (Kristoffersen, 2019).

2.5.2 DuPont-metoden

DuPont-metoden for lønnsomhetsanalyse er en dekomponering av total kapitalrentabiliteten. Ved å dekomponere total kapitalrentabiliteten finner man resultatgrad og kapitalens omløpshastighet. Resultatgraden viser hvor mye hver krone omsatt kaster av seg av resultat, mens kapitalens omløpshastighet viser sirkulasjon av kapitalen i bedriften. Ved å gjennomføre en dekomponering av total kapitalrentabiliteten vil vi kunne få et bedre innblikk i hva som ligger bak tallene. Formelen for dekomponert total kapitalrentabilitet er gitt ved:

$$\text{Total kapitalrentabilitet} = \text{Resultatgrad} \times \text{Kapitalens omløpshastighet}$$

2.5.2.1 Resultatgrad

Resultatgrad er et lønnsomhetsmål som viser andelen av hver omsatt krone som er tjent i perioden. Disse går til fordeling på kreditorer, skattemyndighetene og eierne (Kristoffersen, 2019). Resultatgraden måler lønnsomheten i bedriften i forhold til salget. Bedriften kan derfor bedre resultatgraden ved å øke inntektene og/eller redusere kostnadene. Formelen for resultatgrad er gitt ved:

$$\text{Resultatgrad} = \left(\frac{\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter}}{\text{Driftsinntekter}} \right) \times 100\%$$

2.5.2.2 Kapitalens omløpshastighet

Kapitalens omløpshastighet viser sirkulasjon av kapitalen i bedriften. Dette nøkkeltallet måler hvor effektivt bedriften utnytter kapitalen som er bundet i bedriften til å generere inntekter. Jo høyere omløpshastigheten er, desto bedre er utnyttelse av kapitalen i bedriften. Likevel er det viktig å påpeke at kapitalens omløpshastighet varierer fra bransje til bransje (Kristoffersen, 2019). Ved å øke inntektene eller redusere den investerte kapitalen som er bundet i bedriften kan kapitalens omløpshastighet forbedres (Kristoffersen, 2019). Formelen for kapitalens omløpshastighet er gitt ved:

$$\text{Kapitalens omløpshastighet} = \frac{\text{Driftsinntekter}}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

2.5.5 Egenkapitalrentabilitet etter skatt

Egenkapitalrentabiliteten viser avkastningen på eierne investering i bedriften. Dette nøkkeltallet er derfor mest interessant for eierne. En ny investor som er interessert i å kjøpe nye aksjer eller eiendeler, kan benytte seg av egenkapitalrentabiliteten til ulike bedrifter og deretter rangere disse for å finne den optimale investeringen (Kristoffersen, 2019).

Nøkkeltallet kan beregnes både før og etter skatt, men siden eierne ønsker å vite hvor stor andel av resultatet som tilfaller egenkapitalen, har de ofte størst interesse av egenkapitalrentabiliteten etter skatt:

$$\text{Egenkapitalrentabilitet etter skatt} = \frac{\text{Ordinært resultat} \times 100\%}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}}$$

2.6 Strategisk analyse

Ved å gjøre en strategisk analyse av bedriftens ytre og indre forhold, vil man få en større forståelse av hvorfor lønnsomheten har utviklet seg som den har gjort. Ved å ha en oversikt over disse kan man ta strategiske beslutninger som bidrar til enda bedre lønnsomhet. I analysen diskuteres Tinde Hytter AS sine generiske strategier og strategiske retninger. I tillegg tar vi for oss en SWOT-analyse som tar utgangspunkt i PESTEL ved diskusjon av de ytre faktorene.

Ved valg av strategi for en bedrift skiller Porter mellom tre generiske strategier: kostnadsbasert, differensiert eller fokusert (Erichsen, et al., 2018). Ved kostnadslederskap eller differensieringsstrategi, er målet å dekke hele markedet. En kostnadsleder ønsker å tilby sitt produkt til den laveste prisen, mens en differensiert bedrift jobber for merverdi som skiller seg fra hva konkurrentene tilbyr. På den måten skal man bli mer attraktiv. Ved en fokusstrategi er ambisjonen å ta deler av markedet, som vil være forankret i enten kostnadsbasert strategi eller differensiering. En bedrifts generiske strategi er knyttet opp mot dens konkurransefortrinn og kjernekompetanse, og blir dermed utgangspunktet for valg av posisjonering i markedet.

		STRATEGISK FORDEL	
		LAVE KOSTNADER	MERVERDI
STRATEGISK MÅLGRUPPE	BRED	KOSTLADSLEDER	DIFFERENSIERING
	SMAL	KOSTNADSFOKUSERING	DIFFERENSIERT FOKUSERING

Figur 1:Porters generiske strategier

Kilde: Erichsen et al. (2018)

Ansoffs ekspansjonsmatrise er et rammeverk for å diskutere og eventuelt utvikle nye strategiske retninger for en virksomhet (Erichsen, et al., 2018). Bedriften må blant annet stille seg spørsmålet om hvilket område man ønsker å operere innenfor, om man bør trekke seg ut eller ekspandere inn i nye forretningsområder. Man skiller da mellom ulike strategiske

retninger; Markedspenetrering, markedsutvikling, produkt- og tjenesteutvikling, diversifisering, konsolidering og tilbaketrekking.

Ved markedspenetrering øker man intensiteten i markedet bedriften allerede opererer i, med samme produkter og tjenester. Denne retningen er relevant når virksomheten ikke tar ut sitt fulle markedspotensial. Med markedsutvikling tilbyr man produkter og tjenester til et helt nytt marked, for eksempel et nytt geografisk marked eller ny målgruppe. Produktutvikling innebærer å tilby nye tjenester eller produkter til målgrupper man betjener fra før av. Ved diversifisering er både marked og produkt eller tjeneste helt nytt for bedriften, fordi man velger et helt nytt forretningsområde. Hvis bedriften er fornøyd med dagens situasjon og ønsker å beholde denne, har man en konsoliderende strategisk retning. Da vil man jobbe for å opprettholde samme omsetning og markedsandel, som kan oppnås ved blant annet produktutvikling og større markedsføring. Ved tilbaketrekking ønsker man enten å selge seg ut eller legge ned virksomheten.

	Eksisterende produkt / tjeneste	Nytt produkt / ny tjeneste
Eksisterende marked	Markedspenetrering	Produkt- og tjenesteutvikling
Nytt marked	Markedsutvikling	Diversifisering

Figur 2: Ansoffs ekspansjonsmatrise

Kilde: Erichsen et al. (2018)

2.6.1 SWOT

SWOT-analysen (Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats) er et verktøy for å identifisere en bedrifts interne faktorer (styrker og svakheter), og de eksterne faktorer (muligheter og trusler).

Interne forhold er noe bedriften har direkte mulighet til å påvirke. Når bedriften har en forståelse for sin situasjon, kan man identifisere forhold som kan videreutvikles til varige konkurransefortrinn, og unngå forhold som svekker konkurranseevnen. Man vil da kunne styrke sin posisjon i markedet. Eksempler på interne forhold er kompetanse, markedsføring, leveransetid, kundeservice osv.

De eksterne faktorene har ikke bedriften mulighet til å påvirke direkte, og er derfor omgivelser man må tilpasse seg til. Et godt hjelpemiddel for den eksterne analysen er PESTEL, hvor man vil få en oversikt over politiske, økonomiske, sosialkulturelle, miljømessige og lovmessige forhold. Selv om man ikke kan påvirke disse forholdene direkte, bør bedriften utnytte de mulighetene som byr seg og følge med på eventuelle trusler som kan påvirke deres posisjon i markedet.

	NYTTE	SKADE
INTERNT	<i>Styrker</i> S Strengths	<i>Svakheter</i> W Weaknesses
EKSTERNT	<i>Muligheter</i> O Opportunities	<i>Trusler</i> T Threats

Figur 3: SWOT-analyse

Kilde: Pihl (2022)

2.6.2 PESTEL

En PESTEL-analyse er som nevnt ovenfor et godt verktøy for å analysere eksterne forhold som kan påvirke lønnsomheten til bedriften. Analysen gir en oversikt over hvilke omgivelsesfaktorer som kan påvirke bedriften både på kort og lang sikt, men som bedriften selv ikke kan påvirke direkte. Navnet på analysen står for ordene Political (politiske forhold), Economical (økonomiske forhold), Social (sosiokulturelle forhold), Technological (teknologiske forhold), Environmental (miljømessige forhold) og Legal (juridiske forhold). Ved å være forberedt på hendelser som kommer eller kan komme, kan bedriften ta valg for å bli rustet for truslene og omfavne mulighetene bedre.

Politiske faktorer omhandler hvordan myndigheter og offentlige institusjoner griper inn for å regulere økonomien og markedene (Selnes & Lanseng, 2014). Da kan blant annet være skatter og avgifter, regjeringens holdninger til inngrep i næringslivet eller bærekraftskrav. Sistnevnte har blitt mer og mer relevant de siste årene, og legger rammer for både bedriftens drift og hva som forventes fra kundene.

Økonomiske faktorer er for eksempel endringer i rentenivå, utvikling i forbrukernes inntektsnivå og forbruk (Framnes, et al., 2021). Et eksempel på endring i rentenivå så vi under koronapandemien, hvor Norges Bank satt styringsrenten lik null (SpareBank 1, 2020). Aktiviteten i Norge falt drastisk da koronaepidemien startet, i tillegg til at oljeprisen falt. Nullrente er et uttrykk for at økonomien i Norge går rimelig dårlig, som skaper behov for økte investeringer og aktivitetsnivå. En styringsrente på null gir økt kjøpekraft til de som har lån, slik at bedrifter kan holde seg flytende og andre kan ta opp lån for å skape økonomisk vekst. Boliglånsrenta ble også rekordlav, og det var forventet at rentene ville holde seg lave i flere år fremover.

Eksempler på sosiokulturelle forhold er demografi, sosial mobilitet og konsum (Selnes & Lanseng, 2014). Ved hjelp av befolkningsstatistikk kan man se på utviklingen i samfunnet innenfor disse forholdene, og dermed få bedre informasjon om forbrukernes atferd.

Ved at en bedrift følger med på relevant teknologisk utvikling og benytter seg av denne, kan man blant annet redusere kostnader og forbedre kvaliteten på produktene sine.

Hva som inngår i miljømessige faktorer er blant annet påvirkning på naturen, ressursmangel og kundenes holdninger til miljøvern. Et miljøbevisst fokus blant forbrukerne blir større og større, og setter dermed enkelte markeder under press. De miljømessige faktorene har også

tilknytning til de juridiske forhold, fordi markeder får stadig strengere krav og reguleringer i forhold til miljøet.

Juridiske forhold er ulike lovgivninger og reguleringer, både generelle og mer spesifikke for én type bransje. Eksempler på dette er miljøvernlovgivning og handelsreguleringer. De juridiske forholdene kan ha mye å si på en bedrifts lønnsomhet. Nye lover og reguleringer kan føre til både gunstige og ugunstige konsekvenser, eksempelvis bedre rettigheter eller store tap.

3 Metode

Metode er en strategi for hvordan man skal gå frem for å frembringe gyldig og troverdig kunnskap om virkeligheten (Jacobsen, 2015). Man stiller spørsmål og setter hypoteser, i tillegg til å bruke empiri og data for å kunne forklare ulike situasjoner.

I dette kapittelet redegjør vi for metodiske valg tatt gjennom utformingen av denne bacheloroppgaven, fra valg av problemstilling til analysen av datainnsamlingen. Avslutningsvis tar vi en vurdering av bacheloroppgavens validitet og reliabilitet.

3.1 Problemstilling

En problemstilling er et spørsmål om virkeligheten man ønsker å få besvart.

Problemstillingen er et viktig utgangspunkt for de senere valgene man tar i undersøkelsen, og bør derfor være så god som mulig. Ved utformingen av problemstillingen starter man med en ide eller tema som man har fattet interesse for, for å så konkretisere problemstillingen slik at den er undersøkbar. Innholdet i problemstillingen skal forklare hvem, hva, hvor og når. I tillegg har man tre krav til en god problemstilling; At den skal være spennende, enkel og fruktbar. Hvis resultatet av undersøkelsen er åpenbart før man starter, vil det ikke være særlig spennende. For at man ikke skal gape over for mye, bør problemstillingen være så enkel og spisset som mulig. Med fruktbar menes det at undersøkelsen skal tilføye ny kunnskap, men det trenger ikke å være revolusjonerende.

Problemstillingen vi har valgt er «Hvordan har lønnsomheten til Tinde Hytter AS utviklet seg fra 2015-2020, og hvilke faktorer kan ha påvirket denne utviklingen?». Denne dekker de fire kriteriene for innhold i problemstillingen. Når vi skulle velge bedrift til bacheloroppgaven synes samtlige av medlemmene i gruppen at hyttemarkedet var et spennende utgangspunkt. For nordmenn er fjellet og hytte et interessere-område i seg selv, i tillegg til at vi så for oss en endring i dette markedet med tanke på korona-situasjonen vi er i. Dermed ønsket vi å tilegne oss ny kunnskap om en av hytteleverandørene og forholdene i hyttemarkedet. Siden vi har avgrenset problemstillingen til en bedrift og innenfor en avgrenset periode, vil vi anse den som enkel og godt spisset. Det er fullt mulig å undersøke denne problemstillingen empirisk.

Problemstillingens karakter betraktes som både beskrivende og forklarende. Vi ønsker å beskrive hvordan fenomenet lønnsomheten til Tinde Hytter AS har utviklet seg over tid, og hvordan de ulike nøkkeltallene for lønnsomheten varierer. I tillegg har vi den forklarende

delen hvor vi ønsker å peke på mulige årsaker til hvorfor utviklingen har blitt som den har blitt. Et annet karaktertrekk med denne problemstillingen er at den ikke er generaliserbar, da resultatene ikke gjelder utover bedriften vi har valgt.

3.2 Valg av metode

Valg av metode tas på bakgrunn av problemstillingen. Det skilles mellom kvantitativ og kvalitativ metode, men det er også mulig å gjøre en kombinasjon av disse. Ved å kombinere ulike metoder kan man begrense noen av de svake sidene som finnes ved enhver metode. Ved kvantitativ metode er det mulig å tallfeste det man undersøker, mens kvalitativ metode gir mer dybde og detaljforståelse av fenomenet.

Oppgavens problemstilling gjør det naturlig å velge en kombinasjon av kvantitativ og kvalitativ metode. Vi benytter oss av regnskapstall utlevert av Tinde Hytter AS og Proff.no, samt informasjon hentet fra deres nettsider, samtidig som vi gjennomfører et intervju med administrerende direktør i Tinde Hytter AS. Dette er en enkeltcasestudie, der vi ønsker å utvikle en helhetlig forståelse og en så virkelighetsnær beskrivelse av organisasjonen som mulig.

3.3 Valg av datainnsamling

Innsamling av data er gjort gjennom bruk av primær- og sekundærdata. Sekundærdata er innhentet fra Tinde Hytter AS og annen informasjon publisert på nett, mens primærdata er innhentet gjennom intervju med administrerende direktør. Hovedmomentene gjort i kapittel 4 er basert på regnskapstallene for Tinde Hytter AS hentet fra Tinde Hytter AS og Proff.no. For den strategiske analysen har vi brukt informasjonen vi innhentet i intervjuet med administrerende direktør. Videre i kapittel 4 hadde vi som utgangspunkt å sammenligne Tinde Hytter AS med en av sine største konkurrenter, Saltdalshytta AS.

3.3.1 Intervju

Vi valgte å gjennomføre et semistrukturert intervju med administrerende direktør i Tinde Hytter AS. Vi ønsket å intervju administrerende direktør da en slik person har bred informasjonstilgang som kan være nyttig for både regnskapsanalysen og den strategiske

analysen. Intervjuet ble gjennomført digitalt via Microsoft Teams da Tinde Hytter AS sine hovedkontorer holder til i Ringeby. Samtlige medlemmer i gruppen var til stede under intervjuet. Vi lagde en intervjuguide på forhånd med en del åpne spørsmål og noen mer konkrete spørsmål. De åpne spørsmålene bidrar til at intervjuobjektet har muligheten til å komme med utfyllende og nyanserte svar som er svært verdifulle for den strategiske analysen.

3.4 Validitet og reliabilitet

Validitet og reliabilitet er viktige momenter for å kunne si noe om undersøkelsens pålitelighet og gyldighet. Reliabilitet handler om hvordan dataene er samlet inn og om resultatene undersøkelsen konkluderer med er pålitelige. Validitet sier noe om gyldigheten og hvor godt man klarer å måle det man har som hensikt å undersøke.

3.4.1 Kvantitative undersøkelser

Dataene som er innhentet for regnskapsanalysen er mottatt direkte fra Tinde Hytter AS og Proff.no. Regnskapsføringen til Tinde Hytter AS og deres konkurrent, Saltdalshytta AS, er lovpålagt og de er derfor pliktig til å gjennomføre et finansregnskap som viser bedriftens økonomiske utvikling og finansielle stilling. Vi har fått tilgang på Tinde Hytter AS sitt interne regnskap, noe som har bidratt med utfyllende informasjon som man ikke nødvendigvis behøver å finne i finansregnskapet. Regnskapstallene til Saltdalshytta AS er hentet fra Proff.no. Siden bedriften er lovpålagt og pliktig til å føre et finansregnskap, vurderes kilden som valid nok til å kunne brukes for en lønnsomhetsanalyse til tross for at det er sekundærdata. På generelt grunnlag kan sekundærdata være problematisk. Dette fordi data er samlet inn av andre og muligens ikke være samlet inn for oppgavens formål. Imidlertid er formålet til Proff.no «å skaffe de beste dataene som til enhver tid er tilgjengelig» (Proff, u.å.).

Eventuelle feilkilder som kan påvirke reliabiliteten av den kvantitative undersøkelsen kan være innføringsfeil av tall, tabeller og grafer. Dette har vi unngått ved at flere har gjort de samme beregningene og gått gjennom beregningene flere ganger etterpå. Skulle det være noen feil i regnskapene som er tilgjengelige hos Proff.no er dette noe vi ikke har kontroll over.

3.4.2 Kvalitative undersøkelser

Når man skal vurdere reliabiliteten i kvalitative undersøkelser må man vurdere intern- og ekstern gyldighet, samt troverdighet.

Intern gyldighet sier noe om det er samsvar mellom virkeligheten og vår beskrivelse av virkeligheten. Man må ta en egen validering av kildene og informasjonen man besitter. Man stoler mer på kilder som har god kunnskap og/eller har førstehåndsinformasjon om emnet. Vi fikk muligheten til å gjennomføre et intervju med administrerende direktør som regnes som en person i bedriften som besitter god kunnskap og førstehåndsinformasjon om bedriften. Noen kan ha en spesiell egeninteresse for informasjonen, disse bør byttes ut med informanter som ikke kan mistenkes for å gi et fordreid bilde av virkeligheten. En administrerende direktør vil på generelt grunnlag ønske det beste for bedriften sin, og noen vil kanskje argumentere for at denne personen kan mistenkes for å gi et fordreid bilde av virkeligheten. Dette er noe vi ikke fikk inntrykk av da intervjuobjektet virket ærlig, viste god kunnskap og ga utfyllende svar gjennom intervjuet. Regnskapsanalysen vi gjennomførte viser at lønnsomheten til Tinde Hytter AS har hatt en positiv utvikling. Gitt denne utviklingen er det naturlig at svarene til administrerende direktør er positivt ladet.

Ekstern gyldighet i kvalitativ metode omhandler teoretisk generalisering. Med teoretisk generalisering ønsker man å avdekke fenomener, etablere kausalmekanismer og avdekke spesielle forutsetninger for at noe skal ha effekt (Jacobsen, 2015). Dette har ikke vært et fokusområde for denne oppgaven, da vi hverken ønsker eller har grunnlag for generalisering.

Troverdighet sier noe om reliabiliteten til resultatet ved undersøkelsen. Undersøkelseeffekter og konteksteffekter kan påvirke resultatene, og dermed påliteligheten til undersøkelsen (Jacobsen, 2015). Intervjueffekten forekommer ved at den som intervjues påvirkes av intervjueren eller omvendt. Det kan ofte være viktig å ha a-symmetri i intervjusammenheng. Intervjues for eksempel eldre personer bør man sette en intervjuer til samme alder. I vårt tilfelle utførte vi intervjuet selv, og hadde dermed ikke intervjuobjekt og intervjuere i samme aldersgruppe. Konteksteffekter kan også være med på å påvirke atferden hos intervjuobjektet, som for eksempel hvor intervjuet er gjennomført. I dette tilfellet ble intervjuet gjennomført digitalt med video via Microsoft Teams. Dette er en kontekst som kan påvirke partene i intervjuet. Det kan likevel argumenteres for at dette ikke er like vesentlig i dag etter en lang periode med koronapandemi og hjemmekontor.

Avslutningsvis for både kvantitative og kvalitative undersøkelser er det viktig å gå over om man har gjort et godt og grundig arbeid. Slurvete gjennomføring av datainnsamling, analyser og etterarbeid kan slå ut annerledes enn hva man ønsker.

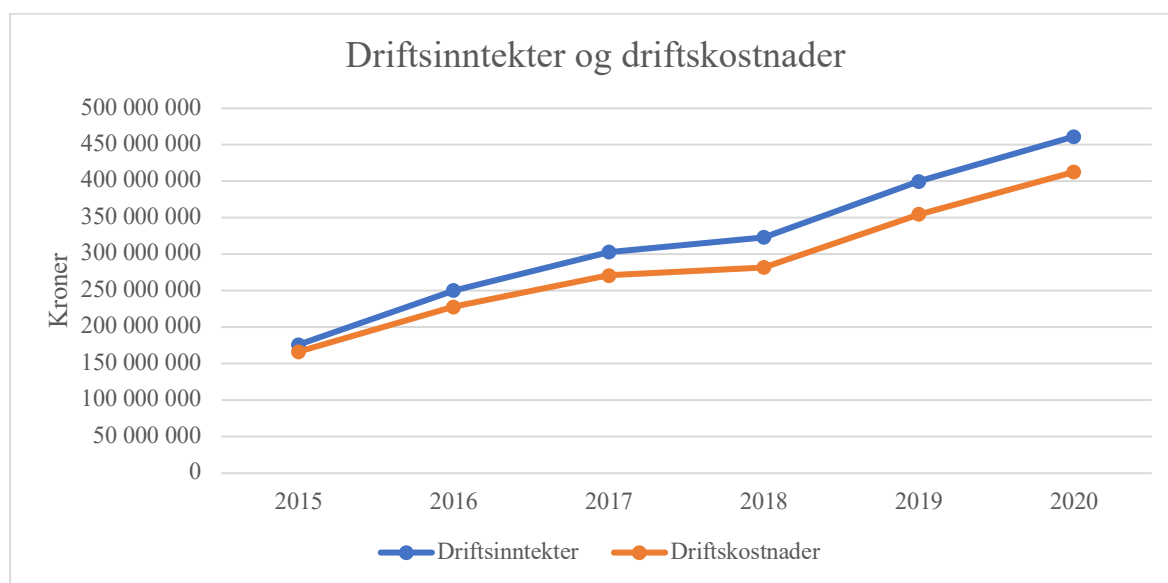
4 Analyse

I dette kapittelet foretar vi en analyse av regnskapstallene og beregnede nøkkeltall til Tinde Hytter AS, hvor det legges vekt på utviklingen i lønnsomhet. I tillegg gjennomføres det en strategisk analyse for å synliggjøre mulige forklaringer på Tinde Hytter AS sin økonomiske utvikling og hvilke muligheter og trusler de må ta hensyn til i fremtiden.

4.1 Inntekter, kostnader og driftsresultat

Tabell 1: Driftsinntekter og driftskostnader

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Driftsinntekter	176 353 309	250 652 127	302 927 083	323 135 082	400 104 389	461 309 088
Driftskostnader	166 728 207	227 955 707	271 090 565	281 931 513	354 915 943	412 779 729

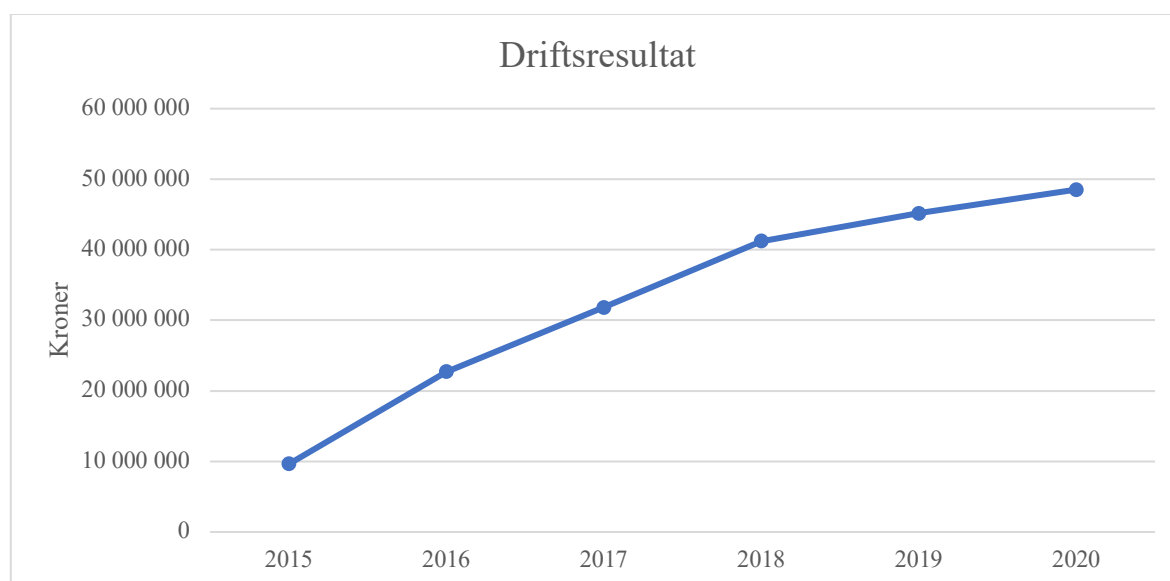


Figur 4: Driftsinntekter og driftskostnader

Tallene i årsregnskapet viser at driftsinntektene og driftskostnadene følger hverandre. Disse postene omfatter alle inntekter og kostnader som er direkte knyttet til den ordinære driften i Tinde Hytter AS i løpet av de ulike inntektsårene (Kristoffersen, 2019). I 2015 ser man at driftskostnadene er tilnærmet lik driftsinntektene, med et driftsresultat på 9,6 millioner.

Tabell 2: Driftsresultat

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Driftsresultat	9 625 102	22 696 420	31 836 518	41 203 569	45 188 446	48 529 359



Figur 5: Driftsresultat

Figur 5 viser en tydelig økning i driftsresultat i Tinde Hytter AS fra 2015 til 2020.

Driftsresultatet viser lønnsomheten av den ordinære driften av bedriften før det tas hensyn til finansiering og avkastning av finansielle plasseringer (Kristoffersen, 2019). Tinde hytter har hatt en formidabel økning av driftsresultatet i perioden. Fra 9,6 millioner i 2015 til 48,5 millioner i 2020. Dette viser at bedriften gjennomgående har veldig god lønnsomhet. For å se på hva som kan være årsaken til denne gode lønnsomheten har vi regnet ut flere nøkkeltall. En utregning av disse kommer i de følgende kapitlene. I kapitlet for strategiske valg kommer vi også tilbake til hvilke mulige strategiske valg Tinde Hytter AS har tatt som kan være forklaringsfaktorer for de gode driftsresultatene.

4.2 Finansiering

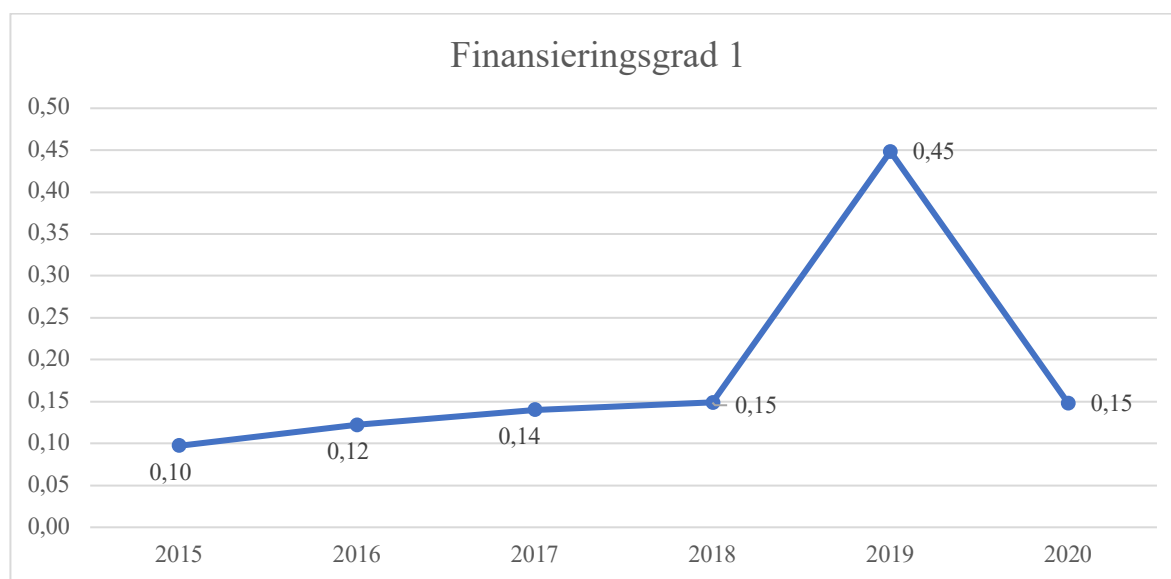
I dette delkapittelet vil vi vise hvilke tall vi fikk da vi regnet ut Finansieringsgrad 1 og arbeidskapital for Tinde Hytter AS for årene 2015 til 2020.

4.2.1 Finansieringsgrad 1

Finansgrad 1 viser i hvor stor grad anleggsmidlene til Tinde Hytter AS er finansiert med langsiktig kapital. Dette tallet bør være lavere enn 1.

Tabell 3: Finansieringsgrad 1 (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sum anleggsmidler	2 281	3 113	4 336	5 802	21 088	8 614
Sum egenkapital	21 908	24 093	28 629	37 133	45 253	53 809
Sum langsiktig gjeld	1 554	1 357	2 327	1 858	1776	4 289
Finansieringsgrad 1	0,10	0,12	0,14	0,15	0,45	0,15



Figur 6: Finansieringsgrad 1

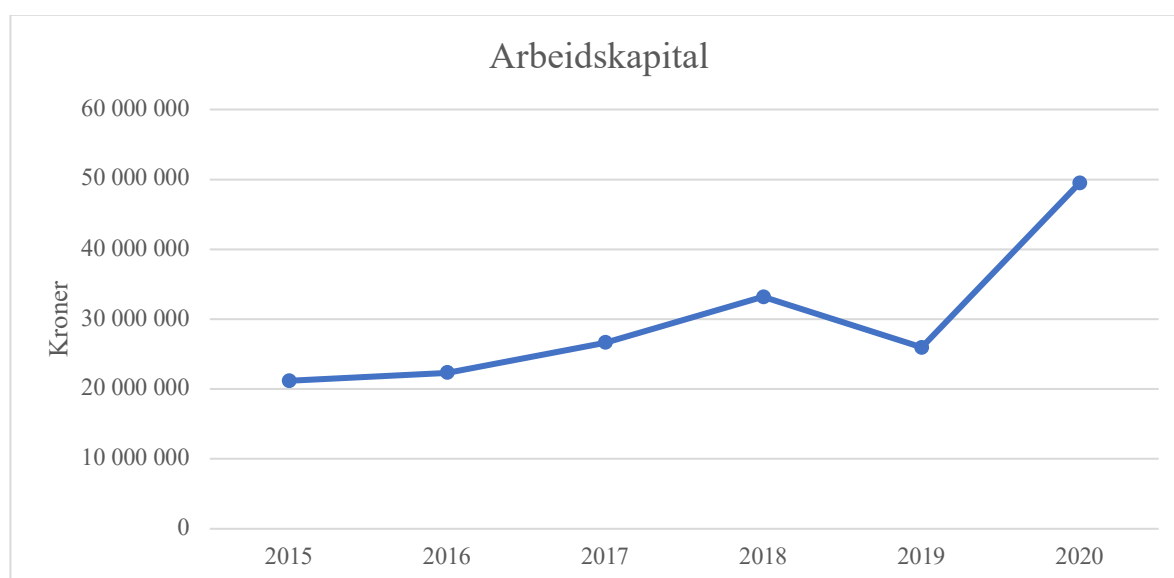
Figur 6 viser at Tinde Hytter AS har en lav finansieringsgrad gjennom hele perioden. Fra 2015 frem til 2018 og i 2020 har selskapet en finansieringsgrad fra 0,10 til 0,15, noe som er veldig lavt og godt under ønsket nivå. I 2019 er det derimot et hopp og finansieringsgrad 1 øker til 0,45. Fra tabellen over ser vi at dette skyldes en betydelig økning i anleggsmidler. Fra balansen og note 12 i årsregnskapet til Tinde Hytter AS for 2019 kommer det frem at den høye verdien for anleggsmidler i hovedsak skyldes et lån på 12 000 000 kroner til holdingselskapet Grunder Consult AS pr. 31.12. Lånet er ikke renteberegnet. Noe som er

fordi holdingselskapet er morselskapet til Tinde Hytter AS. Til tross for dette lånet er finansieringsgrad 1 for 2019 fortsatt under 1, noe som er positivt. De lave tallene for finansieringsgrad 1 indikerer at alle anleggsmidlene og store deler av omløpsmidlene til Tinde Hytter AS finansieres av langsiktig kapital.

4.2.2 Arbeidskapital

Tabell 4: *Arbeidskapital (tall i hele tusen)*

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Omløpsmidler	56 581	77 277	84 240	109 397	119 552	164 081
Sum kortsiktig gjeld	35 399	54 940	57 620	76 208	93 611	114 596
Arbeidskapital	21 182	22 337	26 620	33 189	25 941	49 485



Figur 7: *Arbeidskapital*

Fra tabellen over ser vi at arbeidskapitalen til Tinde Hytter AS er positiv under hele perioden fra 2015-2020. Den er også økende, bortsett fra året 2019. Her har selskapet en nedgang i arbeidskapital som skyldes en høyere økning i kortsiktig gjeld til forskjell fra økningen i omløpsmidler. Til tross for nedgangen i arbeidskapital for året 2019 er alle tallene positive, som indikerer at finansieringen av anleggsmidlene er sunn.

Generelt er finansieringen til Tinde Hytter AS både ved finansieringsgrad 1 og arbeidskapitalen, veldig god i perioden.

4.3 Likviditet

I dette delkapittelet regner vi ut likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2 for bedriften Tinde Hytter AS i perioden 2015-2020 som et mål på likviditet.

4.3.1 Likviditetsgrad 1

Tabell 5: Likviditetsgrad 1 (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Omløpsmidler	56 581	77 277	84 240	109 397	119 552	164 081
Sum kortsiktig gjeld	35 399	54 940	57 620	76 208	93 611	114 596
Likviditetsgrad 1	1,60	1,41	1,46	1,44	1,28	1,43



Figur 8: Likviditetsgrad 1

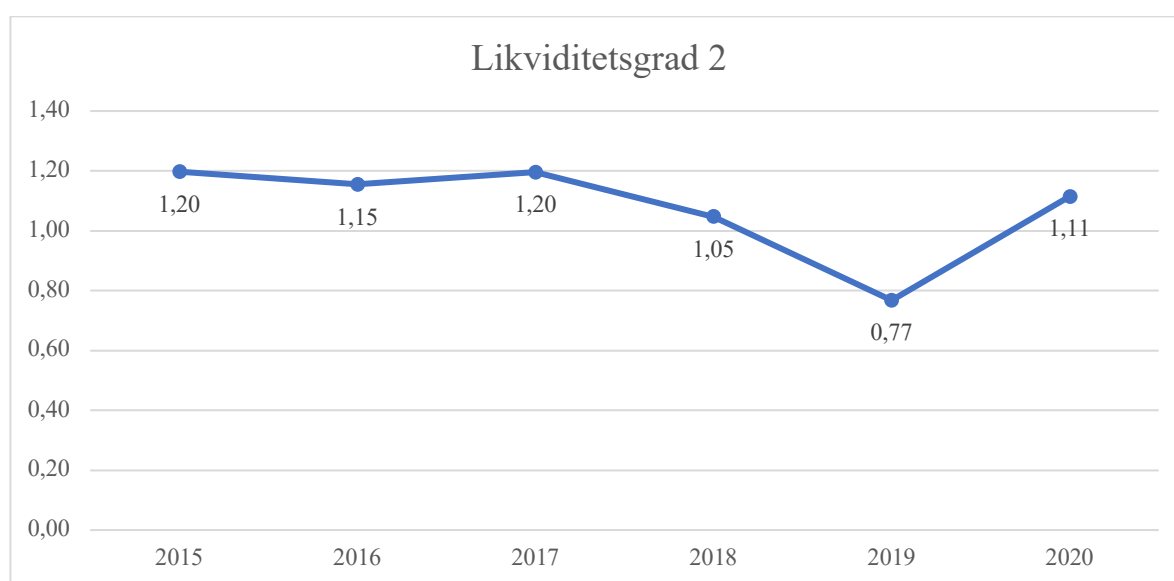
Likviditetsgrad 1 sier noe om hvordan bedriften evner å betale deres kortsiktige gjeld. Tinde Hytter AS har en ganske jevn likviditetsgrad gjennom perioden, fra 1,28 i 2019 til 1,6 i 2015. Som en norm burde likviditetsgrad 1 være minst over 1 og helst over 2. Noe av årsaken til at likviditetsgraden holder seg på dette nivået er fordi omløpsmidlene øker, men de øker i takt med den kortsiktige gjelden. Bedriften har dermed mulighet for forbedring, slik at likviditetsgrad 1 nærmer seg 2-tallet. Likevel skriver Kristoffersen (2019) at gjennomsnittlig likviditetsgrad 1 for aksjeselskaper i Norge var på 1,24 i 2017, som betyr at Tinde Hytter AS generelt ligger over snittet (Kristoffersen, 2019).

4.3.2 Likviditetsgrad 2

Når vi regner ut likviditetsgrad 2 trekker vi fra varelager, i forhold til likviditetsgrad 1 der vi hadde med varelageret som sum for omløpsmidler.

Tabell 6: Likviditetsgrad 2 (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sum omløpsmidler	56 581	77 277	84 240	109 397	119 552	164 081
Sum varelager	14 196	13 845	15 376	29 648	47 711	36 398
Sum kortsiktig gjeld	35 399	54 940	57 620	76 208	93 611	114 596
Likviditetsgrad 2	1,20	1,15	1,20	1,05	0,77	1,11



Figur 9: Likviditetsgrad 2

Tinde Hytter AS har et stort varelager, som vi ser gjør utslag på tallene vi får sammenlignet med likviditetsgrad 1. Normen sier at likviditetsgrad 2 burde være over 1. Her ser vi at 2019 skiller seg fra de resterende årene ved at likviditetsgrad 2 i dette året er lavere enn 1. Noe av årsaken til dette fallet ser ut til å være at varelageret er en betydelig større del av omløpsmidlene, sammenlignet med de resterende årene. I 2019 er varelageret 40% av de totale omløpsmidlene.

Mens sammenlignet med 2020 er varelageret kun 20% av de totale omløpsmidlene. Fra årsregnskapet til Tinde Hytter AS for 2019 ser man under note 5 Varelager at posten for Demohytter/hytter for salg har økt betydelig fra 2018 til 2019. Noe som gjør utslag på likviditetsgrad 2 for samme året. I de resterende årene ligger likviditetsgrad 2 derimot over 1, noe som er positivt og indikerer god likviditet.

4.4 Soliditet

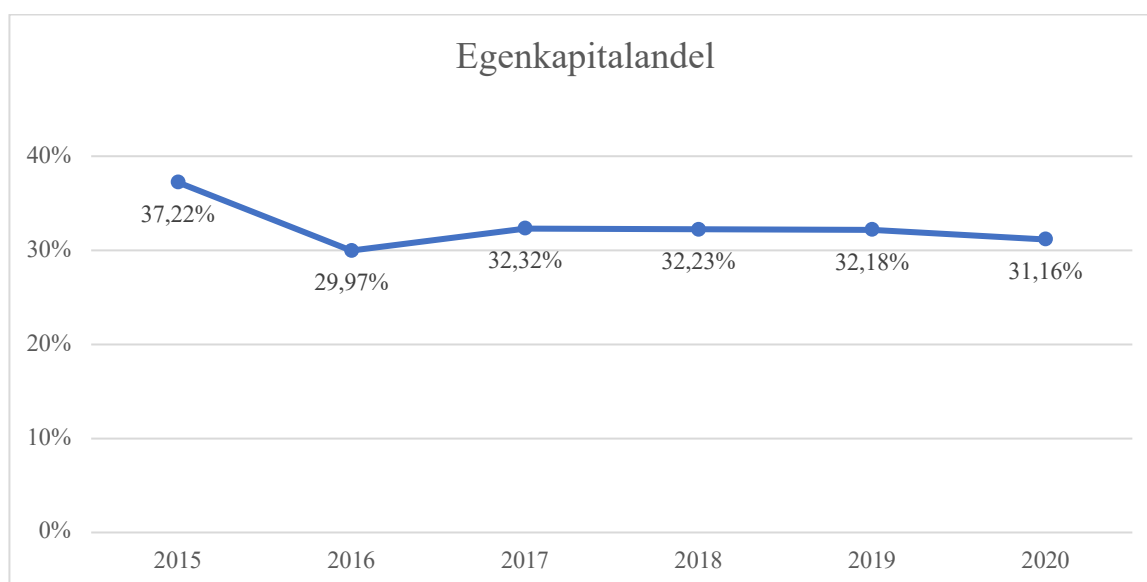
I dette delkapittelet regner vi ut egenkapitalandel, gjeldsgrad og rentedeckningsgrad for Tinde Hytter AS i perioden 2015-2020 som et mål på bedriftens soliditet.

4.4.1 Egenkapitalandel

Tinde Hytter AS sin egenkapitalandel viser hvor stor del av deres eiendeler som er finansiert med egenkapital. Ifølge Kristoffersen vil en egenkapitalandel på 30-50% være tilfredsstillende (Kristoffersen, 2019).

Tabell 7: Egenkapitalandel (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sum egenkapital	21 908	24 093	28 629	37 133	45 253	53 809
Sum totalkapital	58 862	80 390	88 575	115 199	140 640	172 694
Egenkapitalandel	37,22 %	29,97 %	32,32 %	32,23 %	32,18 %	31,16 %



Figur 10: Egenkapital

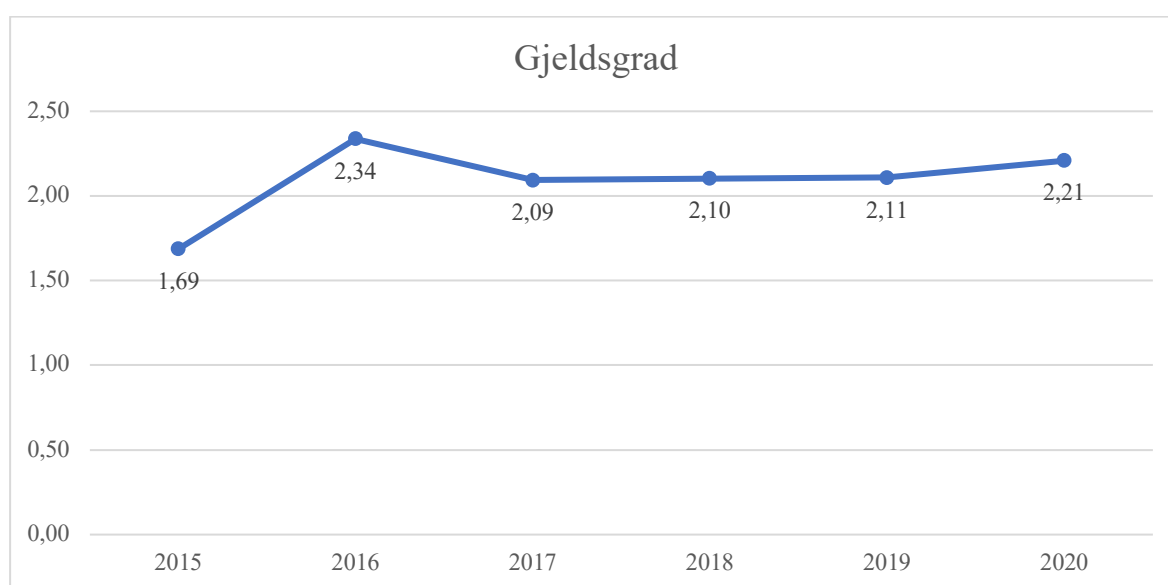
Vi ser av figur 10 at egenkapitalandelen er positiv for alle årene. I 2015 lå egenkapitalandelen på 37,22%, og anses som tilfredsstillende. I 2016 sank egenkapitalandelen ned til 29,97 %, som hovedsakelig skyldes en økning i kortsiktig gjeld (fra 35,4 millioner i 2015 til 54,9 millioner i 2016). Likevel anses dette som tilfredsstillende. For de resterende årene ser man at totalkapitalen har økt jevnlig. Egenkapitalandelen har likevel holdt seg stabil som et resultat av at egenkapitalen også har økt.

4.4.2 Gjeldsgrad

Gjeldsgraden viser hvor mye av Tinde Hytter sine eiendeler som er finansiert med gjeld i forhold til egenkapital. En gjeldsgrad på 1 vil bety at Tinde Hytter sine eiendeler er finansiert med 50% gjeld og 50% egenkapital. Høy gjeldsgrad assosieres med høy risiko tilknyttet bedriften.

Tabell 8: Gjeldsgrad (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sum gjeld	36 953	56 297	59 947	78 066	95 387	118 885
Sum egenkapital	21 908	24 093	28 629	37 133	45 253	53 809
Gjeldsgrad	1,69	2,34	2,09	2,10	2,11	2,21



Figur 11: Gjeldsgrad

Fra tabellen over ser vi at gjeldsgraden for samtlige år ligger over 1, som betyr at de gjennom hele den valgte perioden har vært finansiert av mer gjeld enn egenkapital. Den laveste gjeldsgraden finner vi i 2015 på 1,69. I 2016 økte gjeldsgraden med 0,65, som var i sammenheng med den økte kortsiktige gjelden. Dette er gjeld til Tinde Utvikling, som er et annet datterselskap under konsernet (Tindegruppen). I intervjuet med administrerende direktør i Tinde Hytter AS ble vi informert om at de er en del av et selvfinansierende konsern, som betyr at de låner innad i konsernet.

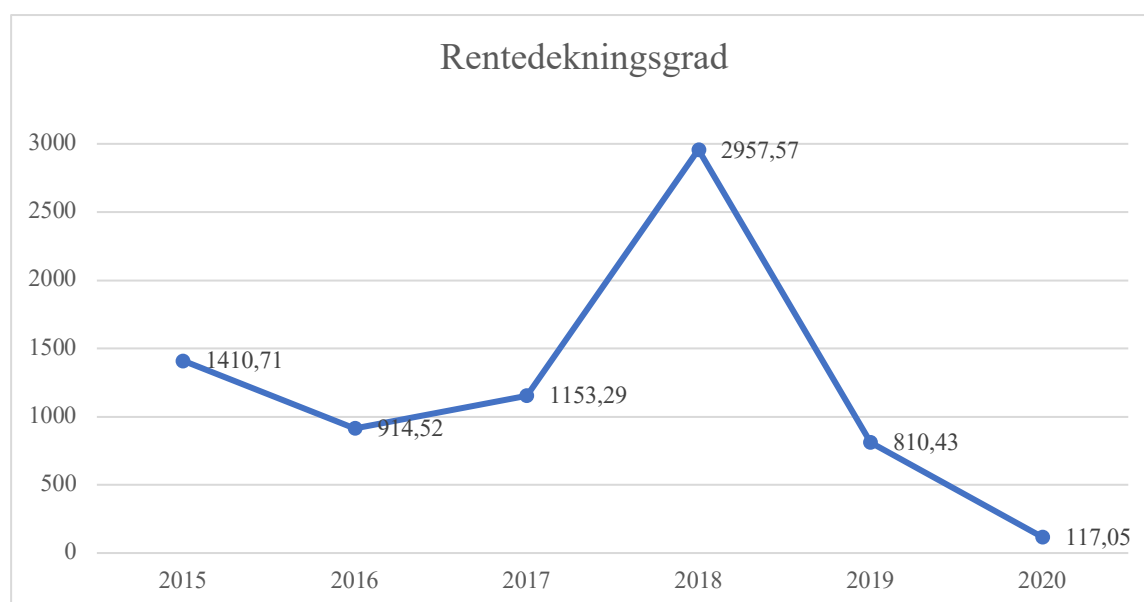
Å være en del av et selvfinansierende konsern kan bety at man har større fleksibilitet, fordi man slipper å sette opp konkrete oppsett for lån som når man går til banken for finansiering. Dette vil fungere som en operasjonell fordel, mens det i tillegg vil gi økonomiske fordeler. Dette kommer tydeligere frem når vi ser på rentedeckningsgraden til Tinde Hytter AS.

4.4.3 Rentedeckningsgrad

Tinde Hytter AS sin rentedeckningsgrad sier noe om deres evne til å betale rentekostnadene sine. Rentedeckningsgraden bør ikke være under 1, da det betyr at de går med underskudd. På generelt grunnlag anbefales det at rentedeckningsgraden er større enn 3.

Tabell 9: Rentedeckningsgrad (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Resultat før skatt	9 868	22 838	32 264	41 392	45 328	48 277
Finanskostnader	7	25	28	14	56	416
Rentedeckningsgrad	1410,71	914,52	1153,29	2957,57	810,43	117,05



Figur 12: Rentedeckningsgrad

Tallene i tabellen viser tydelig at Tinde Hytte AS hadde mer enn god nok evne til å betale rentekostnadene sine gjennom hele den valgte perioden. Dette er grunnet lave finanskostnader i forhold til resultatet før skatt. Finanskostnadene for 2020 var på 415 991 kr. Dette var en stor økning fra tidligere år. I årsregnskapet til Tinde Hytter AS for 2020 ser man at 371 386 kr var rentekostnad til foretak i samme konsern. Sett bort fra dette hadde de andre finanskostnader på 44 605 kr, som er tilsvarende tallene fra tidligere år.

Som en følge av at Tinde Hytter AS er en del av et selvfinansierende konsern, har de fått en lavere rente innad i konsernet enn de ville fått hvis de tok opp lån i banken. I tillegg vil interne låneopptak fremfor hos banken gjøre at man slipper å betale etableringsgebyret.

4.5 Lønnsomhet

Som mål på lønnsomhet beregner vi i dette delkapittelet total kapitalrentabilitet og benytter DuPont-metoden for å dekomponere total kapitalrentabiliteten ytterligere. I tillegg beregnes egen kapitalrentabilitet etter skatt.

4.5.1 Total kapitalrentabilitet

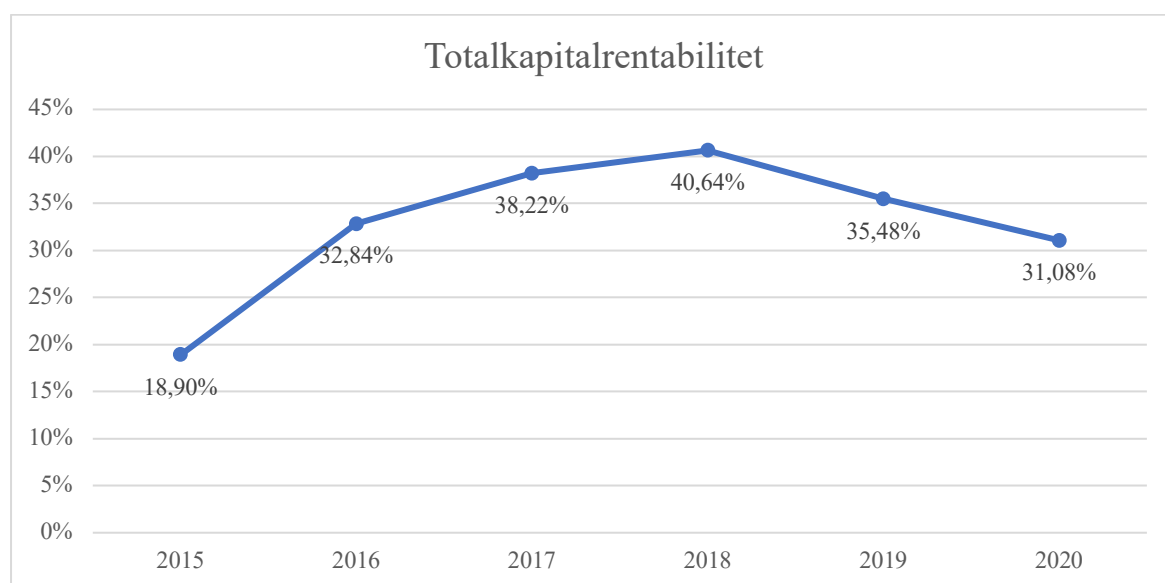
Ved å se på total kapitalrentabiliteten til Tinde Hytter AS kan man se avkastningen av den samlede kapitalen som er bundet i bedriften og hvor effektiv de har vært i forvaltningen av sine ressurser.

Tabell 10: Gjennomsnittlig total kapital (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total kapital (IB)	45 608	58 862	80 390	88 576	115 199	140 640
Total kapital (UB)	58 862	80 390	88 576	115 199	140 640	172 695
Gjennomsnittlig total kapital	52 235	69 626	84 483	101 888	127 920	156 668

Tabell 11: Total kapitalrentabilitet (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Driftsresultat	9 625	22 696	31 837	41 204	45 188	48 529
Finansinntekter	250	166	455	202	196	163
Gjennomsnittlig total kapital	52 235	69 626	84 483	101 888	127 920	156 668
Total kapitalrentabilitet	18,90%	32,84%	38,22%	40,64%	35,48%	31,08%



Figur 13: Total kapitalrentabilitet

De siste fem årene har totalkapitalrentabiliteten til Tinde Hytter AS vært svært god. 2015 regnes også som veldig god, men er noe lavere enn de resterende årene. Dette viser at bedriften har en god avkastning og bruker ressursene sine på en fornuftig måte. Både totalkapitalen og driftsresultatet inkludert finansinntekter er økende gjennom perioden. Totalkapitalen har økt mer enn resultat før rentekostnader har økt. Tinde Hytter AS har fremdeles hatt en økende trend i totalkapitalrentabiliteten, men synker noe i år 2019 og 2020. Dette kan skyldes av at totalkapitalen har økt mer enn resultatet og at i denne perioden var økningen i resultat før finanskostnader relativt liten sammenlignet med de tidligere årene. En annen årsak kan være investeringer som på sikt vil gjøre det bedre senere i regnskapsår. Etter intervjuet med administrerende direktør fikk vi høre at bedriften hadde en forskyvning på salgsinntektene, noe som kan påvirke resultatene i lønnsomheten. Dette er på grunn av at hytter som selges nødvendigvis ikke er ferdigstilt samme år. Den positive utviklingen i totalkapitalrentabilitet viser at Tinde Hytter AS har vært gode på å utnytte sine økonomiske ressurser i perioden. For å få bedre innsikt i tallene bak totalkapitalrentabiliteten benytter vi oss av DuPont-metoden og dekomponerer totalkapitalrentabiliteten ytterligere.

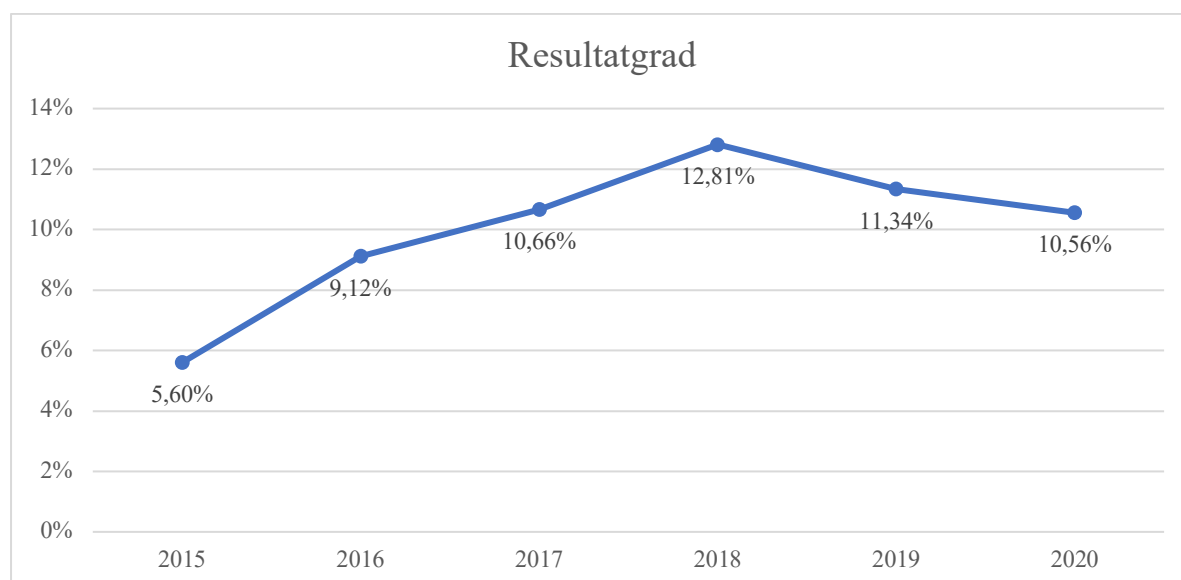
4.5.2 DuPont-metoden

Som nevnt innledningsvis i lønnsomhetskapittelet benytter vi DuPont-metoden for å dekomponere total kapitalrentabiliteten og finner et mål på resultatgrad og kapitalens omløpshastighet.

4.5.2.1 Resultatgrad

Tabell 12: Resultatgrad (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Driftsresultat	9 625	22 696	31 837	41 204	45 188	48 529
Finansinntekter	250	166	455	202	196	163
Driftsinntekter	176 353	250 652	302 927	323 135	400 104	461 309
Resultatgrad	5,60%	9,12%	10,66%	12,81%	11,34%	10,56%



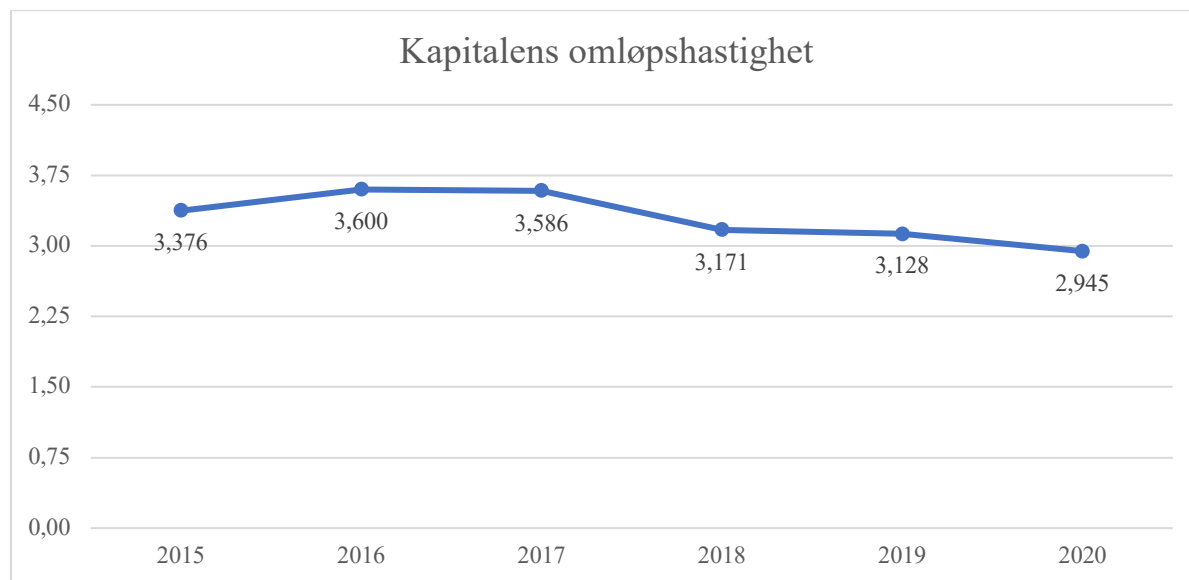
Figur 14: Resultatgrad

Resultatgraden for Tinde Hytter AS regnes som god og ligger på rundt 10% sett bort ifra 2015. Ved å se på figur 14 ser man at resultatgraden har samme utvikling som total kapitalrentabiliteten i figur 13. Ved å sammenligne grafene for total kapitalrentabilitet og resultatgrad ser man at det er en lik trend og at 2018 er det beste året i denne perioden. Utviklingen i resultatgraden har tilsynelatende mye å si for utviklingen for total kapitalrentabiliteten i bedriften. Bedriften har hatt en kraftig forbedring fra 2015 til 2016 og holdt seg noenlunde stabil de siste årene.

4.5.2.2 Kapitalens omløpshastighet

Tabell 13: Kapitalens omløpshastighet (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Driftsinntekter	176 353	250 652	302 927	323 135	400 104	461 309
Gjennomsnittlig totalkapital	52 235	69 626	84 483	101 888	127 920	156 668
Kapitalens omløpshastighet	3,376	3,600	3,586	3,171	3,128	2,945



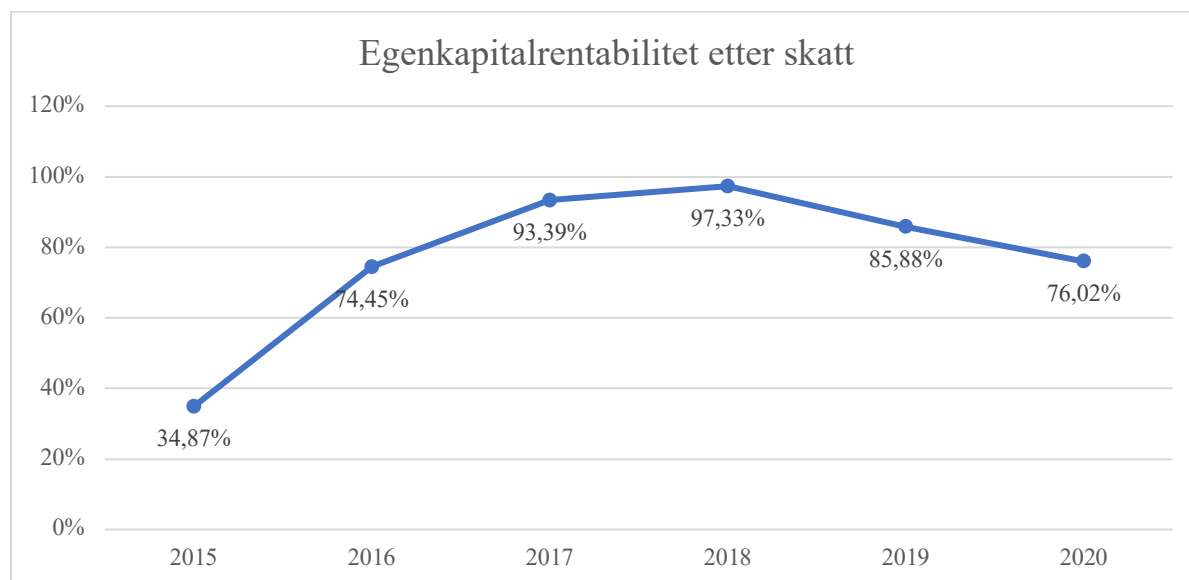
Figur 15: Kapitalens omløpshastighet

Kapitalens omløpshastighet viser sirkulasjon av kapitalen i bedriften. Kapitalens omløpshastighet til Tinde Hytter AS varierer noe, med en negativ utvikling sett under ett. Nøkkeltallet viser at de utnytter kapitalen som er bundet i bedriften på en god måte. Basert på disse tallene kan man anta at det som har drevet endringene i totalkapitalrentabiliteten er resultatgraden.

4.5.3 Egenkapitalrentabilitet etter skatt

Tabell 14: Egenkapitalrentabilitet etter skatt (tall i hele tusen)

Årstall	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ordinært resultat	7 328	17 125	24 619	32 004	35 376	37 654
Gjennomsnittlig egenkapital	21 015	23 001	26 361	32 881	41 193	49 531
Egenkapitalrentabilitet etter skatt	34,87%	74,45%	93,39%	97,33%	85,88%	76,02%



Figur 16: Egenkapitalrentabilitet etter skatt

Egenkapitalrentabiliteten viser avkastningen på eiernes investering. Som tidligere nøkkeltall i lønnsomhetsanalysen, viser beregningen også her en positiv utvikling, men med en nedgang fra 2019 til 2020. I likhet med totalkapitalrentabiliteten og resultatgraden er 2018 det beste året. Tinde Hytter AS har svært god avkastning på egenkapitalen. I analysen av bedriftens soliditet kommer det frem at bedriften har god egenkapitalandel. Derfor kan man si at den gode avkastningen på egenkapitalen skyldes deres høye resultater etter skatt (ordinært resultat).

4.6 Benchmarking

Som vist i regnskapsanalysen er Tinde Hytter AS en bedrift som anses som svært lønnsom. Dette gjør at de er svært utsatt for konkurranse da det er lukrativt for andre å komme inn i et marked der det er grobunn for god lønnsomhet.

På bakgrunn av dette hadde vi en sterk ambisjon om å foreta «benchmarking» med relevante virksomheter, fortrinnsvis de mest fremtredende konkurrentene. I intervjuet med administrerende direktør i Tinde Hytter AS kom det tydelig frem at Saltdalshytta AS er en av deres største konkurrenter og den bedriften som vi burde sammenligne Tinde Hytter AS med. Saltdalshytta AS er sammen med Tinde Hytter AS en av de ledende hytteleverandørene i Norge og har landets største og mest moderne hyttefabrikk i Saltdal (Saltdalshytta, u.å.). Vi ønsket derfor å sammenligne Tinde Hytter AS sine lønnsomhetstall med Saltdalshytta AS sine lønnsomhetstall.

Da vi begynte å studere Saltdalshytta AS ble vi raskt oppmerksomme på at disse to selskapene er organisert ulikt med svært ulik selskapsstruktur. Dette gjør det derfor vanskelig å gjøre en god «benchmark» som er til nytte for oppgaven og Tinde Hytter AS. Derfor har vi valgt å ikke foreta «benchmarking» i denne oppgaven.

4.7 Strategisk analyse

For å få en større forståelse av hvorfor Tinde Hytter AS sin lønnsomhet har utviklet seg, inkluderer vi en strategisk analyse i denne oppgaven.

Porter skiller mellom tre ulike generiske strategier; kostnadsbasert, differensiert og fokusert. Forankret i en fokusert strategi, har man også kostnadsfokusering og differensiert fokusering. På nettsiden skriver Tinde Hytter AS at de leverer hytter i Østlands-området, Trøndelag, Nord-Vest landet og Telemark/Vestfold. De har ingen ambisjoner om å utvide til andre områder, og har satt en grense for geografisk område. Grunnen til at de ikke ønsker å utvide til for eksempel Nord-Norge er at distribusjonsdelen blir for lite lønnsom, fordi kjøreavstanden er for lang og logistikken ikke vil gå opp. I intervjuet med Tinde Hytter AS kom det frem at deres strategi fra 2018 til 2020 for å øke markedsandel, var å fortsette etablering i de ulike regionene, få større volum og fortsette produktutviklingen. Her mener de at de fortsatt har mye å hente, så deres mål fremover er å få større geografisk spredning ved å tette områdene de allerede er i.

De ønsker dermed ikke å nå ut til hele hyttemarkedet, som gjør at de har en fokusert strategi. Ifølge administrerende direktør er deres største fordel at kundene får en komplett leveranse. Dette er en strategi de har hatt i alle år, som fungerer som en merverdi for kundene. Det kan derfor argumenteres for at Tinde Hytter AS har en differensiert fokusert strategi.

Ansoff skiller mellom seks ulike strategiske retninger; Markedspenetrering, markedsutvikling, produkt-og tjenesteutvikling, diversifisering, konsolidering og tilbaketrekking. Det kan argumenteres for at Tinde Hytter AS har et ønske om å bevege seg i flere av disse retningene. Ved markedspenetrering øker man intensiteten i markedet man allerede opererer i, med samme produkter og tjenester. Som nevnt ovenfor var deres strategi for økt markedsandel å få større volum i de ulike regionene de allerede opererer i. Samtidig ønsker de å fortsette produktutvikling. Dette gjelder både forbedring av seriehyttene de leverer, i tillegg til å øke andel ferdigprosjekterte hytter. Administrerende direktør mener at hyttemarkedet etter hvert vil bli presset i en retning hvor ferdigprosjekterte hytteprosjekter vil dominere, så dette er noe de må være med på for å beholde sin posisjon i hyttemarkedet. Ved en konsoliderende strategisk retning jobber man for å opprettholde samme omsetning og markedsandel. Under intervjuet med administrerende direktør kom det frem at Tinde Hytter AS føler de har kommet lang hvis de klarer å opprettholde og stabilisere seg rundt lønnsomhetsnivået de hadde i 2021, selv om han tror at størrelsen på markedet kommer til å

gå tilbake til hvordan det var i 2018/2019. Dette tolkes som et ønske om en konsoliderende retning fremover.

4.7.1 SWOT-analyse

I og med at Tinde Hytter AS er en av de ledende hyttelieferandørene i Norge, er det interessant å se på hvilke styrker som gjør de konkurransedyktige, i tillegg til hvilke muligheter de har tatt nytte av. I tillegg er det viktig å diskutere svakheter og trusler, da dette også kan påvirke Tinde Hytter AS sin lønnsomhet. De har som mål på å bli markedsledere innen hyttemarkedet i Norge. Dette innebærer blant annet at de ønsker en så stor markedsandel som mulig.

Styrker

Ved spørsmålet om hva de anser som sine styrker, ble deres komplette leveranse fremhevet. Den komplette leveransen innebærer at de sitter på all kompetanse internt, fra rørlegger og elektriker til tegning og salg. Dette gjør at kunden får alt i en kjøpekontrakt, og man kun har ett firma å forholde seg til gjennom hele byggeprosessen. Dette skaper trygghet hos kundene, fordi de alltid vil ha en kontaktperson innad. Den komplette leveransen bidrar i tillegg til at Tinde Hytter har opparbeidet seg et strukturert og fast samarbeid med de de jobber med, som over tid har blitt mer og mer effektivisert og optimalisert. Dette har igjen ført til gode erfaringer og kompetanse. Ved å være en ledende leverandør i Norge viser det til at de leverer godt etter kundenes forventninger. Som følge av at de har valgt å ha sin egen fabrikk fremfor å «outsourc»e, utfører de en kvalitetskontroll på produktene før de fraktes og settes opp på hyttetomtene.

En annen styrke Tinde Hytter AS nevner i intervjuet er at de føler de har klart å utvikle fine, moderne produkter som henger med i tiden. Dette kan ses i sammenheng med produktutviklingsretningen Tinde Hytter AS har som nevnt ovenfor. Som nevnt innledningsvis er Tinde Hytter AS geografisk spredt, og de beskriver på sin hjemmeside at de har «solid fotfeste i sine satsningsområder» (Tinde Hytter, u.å.).

Å være del av et større konsern har gitt Tinde Hytter AS flere fordeler. De er en del av TindeGruppen, som er et datterselskap av Grunder Consult AS. Tindegruppen har totalt tre datterselskap; Tinde Hytter, Tinde Utvikling og Tinde Bolig. Dette gjør at alle selskapene totalt har en stor tomteportefølje, som de samarbeider om. Tinde Bolig har nå blitt en del av

Tinde Hytter, som skaper synergieffekter. Det er tidligere nevnt i oppgaven at Grunder Consult AS er et selvfinansierende konsern, som blant annet er grunnen til at finanskostnadene til Tinde Hytter AS er såpass lave.

Svakheter

Den komplette leveransen hvor hele verdikjeden er innad i Tinde Hytter AS, vil for visse kunder fungere som en svakhet. De erfarer at noen kunder ønsker et lokalt samarbeid for at håndverkerne skal ha mulighet til å stille opp raskere. På Tinde Hytter AS sin nettside skriver de at de «foretrekker å samarbeide med lokale håndverksbedrifter» (Tinde Hytter, u.å.), men hvis dette ikke kommer tydelig nok frem kan det føre til at eventuelle kunder mistes. Derfor mener Tinde Hytter AS at de har mer å hente på å bygge merkevare for å øke kundens kjennskap til deres byggeprosesser.

Muligheter

Hyttemarkedet var stabilt frem til 2017, og har økt gradvis. I tillegg gjorde det et hopp i 2021 (Statistikkbanken, u.å.). En påvirkende faktor for dette var koronapandemien, som gjorde at nordmenn fikk smaken av ferie i Norge. Administrerende direktør i Tinde Hytter AS har troen på et langsiktig ønske om hytteferie i Norge, og håper dermed at markedet ikke vil reduseres med det første. Dette ser de på som en mulighet til å innhente enda flere kunder og gjøre merket mer anerkjent i hyttemarkedet.

Tinde Hytter AS ønsker fremover å rette fokus mot feltutbygging. På grunn av stadig mindre tilgjengelig areal, må samtlige leverandører i hyttemarkedet begynne å tenke nytt. Som en stor leverandør med god lønnsomhet, har Tinde Hytter AS muligheten til å ta hånd om mer feltutbygging selv. Denne muligheten har de planer om å utnytte ved å skaffe større tomteområder og bygge mindre leilighetsbygg, og dermed få tettere utbygging. På den andre siden er det veldig kostbart og krevende å regulere bygningsområder.

I 2021 startet Tinde Hytter AS flyttingen av all produksjon til en ny og større fabrikk. Da dette arealet ble tilgjengelig, så de på det som en god mulighet til å effektivisere produksjonen av hyttelementene ytterligere. De ser for seg en effektivisering på minimum 10%, i tillegg til å øke totalkapasiteten.

Trusler

Det kommer tydelig frem i regnskapsanalysen at Tinde Hytter AS er en bedrift med svært god lønnsomhet. Dette er primært sett noe veldig positivt, men svært god lønnsomhet gjør også at de er utsatt for konkurranse. Dette fordi det blir lukrativt for andre å bli en del av dette markedet da de ser den gode lønnsomheten som Tinde Hytter AS har.

En mulig fremtidig politisk faktor som administrerende direktør nevnte under intervjuet, var at politikken kan ytterligere begrense mulighetene for område-utvidelse og fritidsbebyggelse. I 2005 publiserte Stortinget en veileder for planlegging av fritidsbebyggelse, for å sikre nasjonale og regionale verdier knyttet til naturlandskap og kulturmiljø (Miljøverndepartementet, 2005). Dette kan ses i sammenheng med miljømessige faktorer, hvor føringene for fritidsbebyggelse kan bli mer restriktive. Færre tomteområder tilgjengelig kan påvirke Tinde Hytter AS sin lønnsomhet negativt. I tillegg vil det presse hytteutviklerne til å bygge mer arealeffektivt og tettere. Dette er som nevnt over noe Tinde Hytter AS ser på som en mulighet de ønsker å utnytte, men med felles føringer for hele markedet vil også de andre hytteleverandørene ønske å gjøre det samme. Konkurransesbildet i markedet vil dermed bli spisset.

Som kjent skapte koronapandemien stor økonomisk usikkerhet for norsk næringsliv ved dens begynnelse. Usikkerheten gjorde at noen kunder satte hyttekjøpet på vent i starten. Tinde Hytter AS måtte derfor tenke annerledes for å finne ut hvordan de skulle gå videre fremover. Som en følge av pandemien satte Norges Bank styringsrenta ned til historiske null prosent. Lavere lånerente bidrar til økt kjøpekraft til de som har lån. Dette resulterte i at flere kunne ta opp hytteprosjekt igjen (SpareBank 1, 2020). I skrivende stund er styringsrenten på vei opp igjen noe som betyr at folk vil få høyere renter på lånene sine. Det kan diskuteres om dette kan føre til at flere vil få problemer med å betale ned lånene sine. En mulig konsekvens av dette kan være at flere må selge hyttene sine, som åpner opp for at andre kjøper disse hyttene fremfor å bygge via en hytteleverandør som Tinde Hytter AS.

De økonomiske faktorene kan påvirke de sosiokulturelle faktorene. Dette kommer noe frem i avsnittet ovenfor da koronapandemien påvirket holdninger blant kunder og forbrukere, og mulig endring i livsstil. Likevel er ikke dette noe som kom tydelig frem i oppgavens regnskapsanalyse på grunn av forskyvningseffekten som nevnt tidligere.

Som nevnt i teoridelen er ressursmangel en type miljømessig faktor. Stor etterspørsel etter trelast i kombinasjon med begrenset tømmertilgang på grunn av billeangrep på furu i flere

land, har gjort at markedet for furu ikke mettes (XL-bygg, u.å.). Dette har påvirket Tinde Hytter AS i den grad at leveringstiden på hyttene har blitt forlenget. Dette har vært utfordrende ovenfor noen kunder da de ikke har forstått den ukontrollerbare situasjonen. Lønnsomhetsmessig fikk ikke Tinde Hytter AS noe virkning av dette i 2020 på grunn av forskyvningseffekten. De har merket det mer i regnskapstallene for 2021, i tillegg til at de nå har en stor ordresreserve som skal rulles ut.

Som en følge av dette erfarte Tinde Hytter AS at deres fastpris-løsning på hyttene ikke var særlig gunstig hvis man ender opp i situasjoner som denne. Da de merket at fastprisen førte til dårligere lønnsomhet da kostnadene for hyttebyggingen overgikk prisen kontrakten fastslo, valgte de å endre til indeksprisen fra SSB. På denne måten klarte Tinde Hytter å gjøre en trussel om til en mulighet for å sikre seg bedre lønnsomhet i fremtiden.

En lovmessig endring man ser at kommer mer og mer av er større krav til bærekraft. For å kunne nå Norges miljømål, må også byggebransjen ta ansvar. Dette innebærer blant annet økt gjenbruk av materialer, bedre avfallshåndtering og grønne produksjonsmetoder (Franzefoss, 2020). Derfor utarbeides det stadig strengere lover og forskrifter. For Tinde Hytter AS sin del betyr dette flere utredninger for flom og større kompetansekrav til hvem som utfører dette. Dette gjør at de må leie profesjonelle firmaer, som gjør byggeprosessen relativt dyrere.

Som man ser på lønnsomheten til Tinde Hytter AS, er det ingen tegn til at nordmenn kjøper mindre hytter. Fokuset på en mer bærekraftig livsstil med et lavere konsum kommer til å bli viktigere og viktigere, så en mulig trussel noen tiår frem i tid kan være at markedet for hytteutbygging ikke vil være lik stort.

5 Konklusjon

I dette kapittelet skal vi oppsummere og svare på problemstillingen. Som nevnt er oppgavens problemstilling «Hvordan har lønnsomheten til Tinde Hytter AS utviklet seg fra 2015-2020, og hvilke faktorer kan ha påvirket denne utviklingen?». For å få et grunnlag for å kunne diskutere og besvare problemstillingen har vi beregnet og analysert nøkkeltall i en regnskapsanalyse og gjennomført en strategisk analyse av Tinde Hytter AS. Vi har også gjennomført et intervju med administrerende direktør i Tinde Hytter AS. Intervjuet ga oss et bedre innblikk i hvilken posisjon Tinde Hytter AS har hatt i markedet de siste årene. Administrerende direktør snakket også om hvordan koronapandemien har påvirket bedriften og hvordan han ser for seg markedet fremover.

Av nøkkeltallene beregnet fra regnskapene til Tinde Hytter AS ser man at lønnsomheten er gjennomgående veldig god, med blant annet en økning i driftsresultatet fra 9,6 millioner i 2015 til 48,5 millioner i 2020. Administrerende direktør nevnte at de forventet en økning i driftsresultat også for 2021 og 2022. Dette kan bedriften se antydninger til allerede fordi de har en forskyvning av salgsinntekter. Hytter som blir prosjektert og reservert et år, blir ofte inntektsført ett til to år etter hytten står ferdig og betalingen er gjennomført. Dette gjør at Tinde Hytter AS kan predikere deler av driftsresultatene noen år fremover.

Tinde Gruppen som konsern er selvfinansierende, noe som bidrar til at finansieringen i Tinde Hytter AS er veldig god. Det ser vi igjen i nøkkeltallet finansierungsgrad 1, som er godt innenfor ønsket verdi.

Videre i regnskapsanalysen gjorde vi også beregninger på likviditet. Tinde Hytter AS har under perioden tilfredsstillende likviditet. Vi regnet også på soliditet, ved nøkkeltallene egenkapitalandel og gjeldsgrad. Egenkapitalandelen har holdt seg på et tilfredsstillende nivå gjennom hele perioden. Selvfinansieringen påvirker også gjeldsgraden. Selv om Tinde Hytter AS har en gjeldsgrad på over 1, så er mye av gjelden i regnskapet gjeld som er innad i konsernet. Dette gjør at risikoen som vanligvis tilknyttes bedrifter med høy gjeldsgrad ikke gjelder her, og soliditeten kan anses som veldig god.

Til slutt i regnskapsanalysen beregnet vi nøkkeltallene totalkapitalrentabilitet, resultatgrad, kapitalens omløpshastighet og egenkapitalrentabilitet etter skatt som mål lønnsomhet. Totalkapitalrentabiliteten til Tinde Hytter AS har gjennom perioden 2015-2020 vært svært god. Videre kunne vi se at resultatgraden og totalkapitalrentabiliteten gjenspeilet hverandre. Utviklingen i resultatgraden har derfor tilsynelatende mye å si for utviklingen for

total kapitalrentabiliteten til Tinde Hytter AS. Kapitalens omløpshastighet viste at de utnytter kapitalen som er bundet i bedriften på en god måte. Basert på tallene til resultatgrad og kapitalens omløpshastighet blir det derfor tydelig at det som har drevet endringene i total kapitalen er resultatgraden. Egenkapitalrentabiliteten etter skatt viste positiv utvikling og med bakgrunn i bedriftens soliditet kom det frem at Tinde Hytter AS hadde en god egenkapitalandel. Den gode avkastningen på egenkapitalen skyldes således deres høye resultat etter skatt.

Videre har vi også gjennomført en strategisk analyse for å kunne belyse funnene fra regnskapsanalysen. Den største styrken Tinde Hytter AS har er deres komplette leveranse, som gjør at deres tilbud skiller seg fra konkurrentenes. Som nevnt gjennomgående i oppgaven er det også store fordeler knyttet til å være en del av et større selvfinansierende konsern. Administrerende direktør har troen på at hyttemarkedet ikke kommer til å reduseres i tiden fremover, så deres mål er å opprettholde markedsandelene de har nå. En mulig trussel for hytteleverandører i fremtiden er ytterligere begrensning av mulighetene for område-utvidelse og fritidsbebyggelse. I tillegg vil de økte kravene til bærekraft gjøre byggeprosessen dyrere, noe som kan påvirke lønnsomheten til Tinde Hytter AS.

Som et svar på problemstillingen kan vi si at lønnsomheten til Tinde Hytter AS i perioden 2015-2020 har utviklet seg i positiv retning, med gjennomgående gode nøkkeltall. Faktorer som har påvirket dette er at bedriften har utviklet et tilbud som er populært blant kundene, og har klart å følge hyttemarkedet og kapre markedsandeler. Koronapandemien har gjort at nordmenn har sett verdien av fritidsboliger i Norge, noe som gagnet Tinde Hytter AS.

6 Referanseliste

Erichsen, M., Solberg, F. & Stiklestad, T., (2018). *Ledelse i små og mellomstore bedrifter*. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget.

Framnes, R., Huse, H., Pettersen, A. & Thjømøe, H. M., (2021). *Markedsføringsledelse*. 10. utg. Oslo: Universitetsforlaget.

Franzefoss, (2020). *Hva er bærekraftige byggeprosjekter?*.

Tilgjengelig fra: <https://www.franzefoss.no/blogg/hva-er-barekraftige-byggeprosjekter>

(Hentet: 01. mars 2022).

Jacobsen, D. I., (2015.) *Hvordan gjennomføre undersøkelser?*. 5. utg. Kristiansand: Cappelen Damm.

Kristoffersen, T., (2019.) *Årsregnskapet - En grunnleggende innføring*. 6. utg. Bergen: Fagbokforlaget.

Miljøverndepartementet, (2005.) *T-1450 Planlegging av fritidsbebyggelse*.

Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/t-1450-planlegging-av-fritidsbebyggelse/id88355/>

(Hentet: 01. mars 2022).

Pihl, R., (2022). *SWOT-analyse*.

Tilgjengelig fra: <https://snl.no/SWOT-analyse>

(Hentet: 14 mars 2022).

Proff, (u.å.). *Rettigheter*.

Tilgjengelig fra: <https://innsikt.proff.no/rettigheter/>

(Hentet: 08. mars 2022).

Saltdalshytta, (u.å.). *Om Saltdalshytta*.

Tilgjengelig fra: <https://saltdalshytta.no/om-saltdalshytta>

(Hentet: 22. januar 2022).

Selnes, F. & Lanseng, E. J., (2014). *Markedsføringsledelse med digitale verktøy*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

SpareBank 1, (2020). *Nullrente i Norge - hva betyr det?*.

Tilgjengelig fra: <https://www.sparebank1.no/nb/bank/om-oss/nyheter/nullrente-i-norge---hva->

betyr-det--.html

(Hentet: 21. februar 2021).

Statistikkbanken, (u.å.). *Eiendomsomsetning*.

Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/statbank/table/11694/tableViewLayout1/>

(Hentet: 22. februar 2022).

Tinde Hytter, (u.å.). *Om Tinde Hytter*.

Tilgjengelig fra: <https://www.tindehytter.no/om-tinde-hytter>

(Hentet: 18. januar 2022).

Visma, (u.å.). *Soliditet*.

Tilgjengelig fra: <https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/s/soliditet/>

(Hentet: 20. januar 2021).

XL-bygg, (u.å.). *Råvaremangel på trelast - Hva betyr det for deg?*

Tilgjengelig fra: <https://www.xl-bygg.no/article/raavaremangel-paa-trelast>

(Hentet: 01. mars 2022).

Øye, B.-E., (2017). *Hyttemarkedet er i balansert ubalanse*.

Tilgjengelig fra: <https://prognosesenteret.no/balansert-ubalanse-hyttemarkedet/>

(Hentet: 20. januar 2021).

