

Sofia Nenadovic
Marte Børresen Lereng
Sara Kjørum Falkenhaug

Lønnsomhetsanalyse av Tinde Hytter AS

Semesteroppgave i Økonomi og administrasjon

Veileder: Tor-Eirik Olsen

April 2022

Sofia Nenadovic
Marte Børresen Lereng
Sara Kjørums Falkenhaus

Lønnsomhetsanalyse av Tinde Hytter AS

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

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen

Sofia Nenadovic

Marte Børresen Lereng

Sara Kjørums Falkenhaus

Lønnsomhetsanalyse av Tinde Hytter AS

Profitability analysis of Tinde Hytter AS

Semesteroppgave i økonomi og administrasjon

Veileder: Tor-Eirik Olsen

Trondheim, April 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

Fakultet for økonomi

NTNU Handelshøyskolen



Kunnskap for en bedre verden

Forord

Denne semesteroppgaven er et avsluttende arbeid skrevet av Marte Børresen Lereng, Sara Kjørums Falkenhaus og Sofia Nenadovic. Vi er studenter ved NTNU Handelshøyskolen, og fullfører en bachelorgrad i økonomi og administrasjon våren 2022, med profilering innen økonomisk styring.

I denne oppgaven har vi tatt for oss en regnskapsanalyse av den norske bedriften Tinde Hytter AS, med hovedfokus på lønnsomhet. Vi har derfor benyttet oss av en rekke nøkkeltall, og brukt disse til å analysere endringer i lønnsomheten. For å få et enda dypere innblikk i Tinde Hytter AS har vi valgt å gjennomføre en strategisk analyse ved bruk av SWOT-analyse. Dette har gitt oss mulighet til å se lønnsomhetsutviklingen i sammenheng med det strategiske. Arbeidet med denne oppgaven har vært en lærerik prosess og gitt oss mulighet til å anvende teori i praksis.

Vi ønsker å benytte anledningen til å takke daglig leder Audun Skattebo og Tinde Hytter AS for muligheten til å gjennomføre intervju, og et godt samarbeid. Gjennom dialog med daglig leder har vi fått stor innsikt i bedriftens historie og utvikling. Videre ønsker vi også å rette en takk til vår veileder Tor-Eirik Olsen for god veiledning og gode råd underveis i arbeidet.

Innholdet i denne oppgaven står for forfatterens regning.

Trondheim, april 2022

Marte Børresen Lereng

Sara Kjørums Falkenhaus

Sofia Nenadovic

Sammendrag

I denne oppgaven har vi gjennomført en regnskapsanalyse av Tinde Hytter AS, med hovedfokus på lønnsomhet. Tinde Hytter AS er en bedrift som driver med produksjon og salg av nøkkelferdige hytter.

Innledningsvis starter vi med en kort presentasjon av problemstillingen, bedriften og bransjen. Videre følger teoridelen, hvor vi gjør rede for relevant teori. Teoridelen vil ta for seg teori knyttet til regnskapsanalyse med fokus på likviditet, soliditet, finansiering og lønnsomhet, samt teori knyttet til strategisk analyse. I påfølgende kapittel presenterer vi valg av metode, samt en drøfting av oppgavens validitet og reliabilitet. Her beskriver vi de ulike valgene som er foretatt i forbindelse med arbeidet med denne oppgaven.

I hoveddelen av oppgaven gjennomfører vi en analyse av bedriften for å ha best mulig grunnlag for å svare på problemstillingen. Her vil vi analysere utviklingen til Tinde Hytter AS ved hjelp av utvalgte nøkkeltall i perioden 2015-2020. I denne delen gjennomfører vi regnskapsanalysen med fokus på likviditet, soliditet, finansiering og lønnsomhet. Deretter følger benchmarking, hvor vi sammenligner nøkkeltallene til en konkurrerende bedrift, Leve Hytter AS. Benchmarkingen setter lønnsomhetsutviklingen til Tinde Hytter i en kontekst. Dette er hensiktsmessig siden flere av nøkkeltallene som er beregnet må ses opp imot bransjetallene. For å fullføre analysen vil vi videre presentere en strategisk analyse i form av en SWOT-analyse, for å forsøke å forklare hvilke faktorer som har påvirket utviklingen som er beskrevet i regnskapsanalysen.

Avslutningsvis vil det følge en oppsummering av funnene i analysene med tilhørende konklusjon. Basert på lønnsomhetsanalysen vi har gjennomført kan en se at lønnsomhetsutviklingen i Tinde Hytter AS har vært positiv i perioden 2015-2020, og lønnsomheten ved utgangen av perioden har vært bedre enn hos Leve Hytter AS. Av den strategiske analysen kommer det fram at Tinde Hytter AS har flere styrker og svakheter og at det er flere faktorer som kan ha påvirket bedriftens lønnsomhet i perioden.

Abstract

The thesis presents a financial statement analysis of Tinde Hytter AS [Tinde Cottages Ltd.], where the main focus is on profitability. The company Tinde Hytter AS produces and sells turnkey cottages.

In the introduction we briefly present the research question, the company and the industry it works in. This is followed by a discussion on relevant theory relating to financial statement analysis, with a focus on liquidity, solvency, financing and profitability, as well as theory relating to strategic analysis. In the next chapter we present the methodological approach and discuss the validity and reliability of the thesis. Here we explain the various choices that have been made when it comes to working on the thesis.

In the main part of the thesis we carry out an analysis of the company so we can have the best possible grounds for answering the research question. Here we analyse the development of Tinde Hytter AS using a selection of key figures for the 2015-2020 time period. The financial statement analysis that we perform focuses on liquidity, solvency, financing and profitability. We then take a benchmarking approach, where we compare the key figures with those from a competing company, Leve Hytter AS [Leve Cottages Ltd.]. This gives a context within which to evaluate Tinde Hytter's development in profitability. This is the preferred approach as several of the key figures that are used in the calculations must be seen in comparison to the figures for the industry as a whole. To complete the analysis we also undertake a strategic SWOT analysis to attempt to explain which factors have had impact on the development described in the financial statement analysis.

We conclude with a summary of the findings from the analysis. Based on the profitability analysis we have conducted Tinde Hytter AS has had positive profitability development in the 2015-2020 time period, and the profitability at the end of the period has exceeded the results for Leve Hytter AS. The strategic analysis shows that Tinde Hytter AS has several strengths and weaknesses, and that there are several factors that could have affected the company's profitability in the given period.

Innholdsfortegnelse

FORORD	I
SAMMENDRAG	II
ABSTRACT.....	III
TABELL- OG FIGURLISTE	VI
1.0 INNLEDNING.....	1
1.1 PRESENTASJON AV PROBLEMSTILLING	1
1.2 PRESENTASJON AV BEDRIFTEN	2
1.3 OM BRANSJEN	3
2.0 TEORI	4
2.1 REGNSKAPSANALYSE.....	4
2.1.1 <i>Finansiering</i>	5
2.1.2 <i>Likviditet</i>	6
2.1.3 <i>Soliditet</i>	7
2.1.4 <i>Lønnsomhet</i>	7
2.1.5 <i>Strategisk analyse</i>	10
3.0 METODE	11
3.1 UNDERSØKELSESDSIGN	11
3.2 VALG AV DATAMATERIALE	12
3.3 UNDERSØKELSENS VALIDITET OG RELIABILITET.....	12
4.0 ANALYSE	14
4.1 FINANSIERING 4.1.1 FINANSIERINGSGRAD 1	15
4.1.2 <i>Arbeidskapital</i>	16
4.2 LIKVIDITET 4.2.1 LIKVIDITETSGRAD 1	18
4.2.2 <i>Likviditetsgrad 2</i>	19
4.3 SOLIDITET 4.3.1 EGENKAPITALANDEL	20
4.3.2 <i>Gjeldsgrad</i>	21
4.4 LØNNSOMHET 4.4.1 BRUTTOFORTJENESTE	22
4.4.2 <i>Totalkapitalrentabilitet</i>	23

4.5 BENCHMARKING.....	27
4.5.1 <i>Bruttofortjeneste i prosent</i>	27
4.5.2 <i>Totalkapitalrentabilitet</i>	28
4.5.3 <i>Resultatgrad</i>	29
4.5.4 <i>Totalkapitalens omløpshastighet</i>	30
4.6 STRATEGISK ANALYSE.....	32
4.6.2 <i>PESTEL</i>	35
5.0 KONKLUSJON.....	40
LITTERATURLISTE.....	42

Tabell- og figurliste

FIGUR 1 : FINANSIERINGSGRAD 1	15
FIGUR 2 : ARBEIDSKAPITAL	17
FIGUR 3 : LIKVIDITETSGRAD 1	18
FIGUR 4 : LIKVIDITETSGRAD 2	19
FIGUR 5 : EGENKAPITALANDEL	20
FIGUR 6 : GJELDSGRAD	21
FIGUR 7 : BRUTTOFORTJENESTE I KRONER OG PROSENT	22
FIGUR 8 : TOTALKAPITALRENTABILITET	24
FIGUR 9 : RESULTATGRAD	25
FIGUR 10 : TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET	26
FIGUR 11 : BRUTTOFORTJENESTE I PROSENT	27
FIGUR 12 : TOTALKAPITALRENTABILITET	28
FIGUR 13 : RESULTATGRAD	30
FIGUR 14 : TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET	31
FIGUR 15 : FERIEREISER.....	36
FIGUR 16 : SWOT - ANALYSE	39

1.0 Innledning

I denne oppgaven skal vi gjennomføre en lønnsomhetsanalyse av Tinde Hytter AS med tall for perioden 2015 til 2020. Tinde Hytter er en bedrift som driver med produksjon og salg av nøkkelferdig hytter.

Det å være en del av næringslivet innebærer et stort press på å oppnå en lønnsom drift som kan vedvare. Konkurransen i markedet bedriften opererer i blir stadig sterkere og en globalisering fører ofte til økt press fra flere kanter. En bransje som innehar sterk konkurranse med mange aktører som tilbyr samme tjeneste er hyttebransjen, og valget falt derfor på Tinde Hytter AS. I tillegg til konkurransen er det også, som en følge av pandemien og mindre reising, blitt høyere etterspørsel etter hytter. I denne forbindelse synes vi derfor at hyttebransjen var en relevant og interessant bransje ved gjennomføringen av regnskapsanalysen.

En regnskapsanalyse vil være et verktøy for bedriften og vil gi en oversikt over hvordan den økonomiske situasjonen er, hva som kan forbedres og eventuelt hvor. Hensikten med denne oppgaven vil derfor være å skaffe seg et nærmere innblikk i hvordan lønnsomheten har utviklet seg, men også mulige årsaker til utviklingen vi ser. Vi ønsker med dette å oppnå en bedre forståelse og mer kunnskap om temaet lønnsomhet, samt redegjøre for strategiske faktorer som har bidratt til utviklingen i den aktuelle perioden.

1.1 Presentasjon av problemstilling

På bakgrunn av dette har vi utarbeidet følgende problemstilling:

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

For å kunne analysere lønnsomhetsutviklingen vil vi benytte oss av ulike nøkkeltall. Vi har valgt å ta for oss en periode over flere år, 2015-2020, for å kunne få et bilde av hvordan lønnsomheten har utviklet seg over tid og for å kunne se hvordan bedriften ble påvirket da koronapandemien kom til landet. Tinde Hytter AS er en virksomhet i vekst og det er følgelig interessant å analysere denne. For å få et helhetlig bilde av utviklingen vil vi supplere

regnskapsanalysen med en strategisk analyse. Ved å gjennomføre en SWOT-analyse ønsker vi å få en forståelse av hvilke strategiske grep som bedriften har tatt for å oppnå denne utviklingen den har hatt.

Vi har også valgt å sammenligne utviklingen med en av Tinde Hytter AS sine konkurrenter, Leve Hytter AS, blant annet for å se hvordan utviklingen til disse bedriftene har vært i forhold til hverandre. Dette vil kunne gi oss et klarere bilde av om utviklingen skyldes konjunkturer i markedet, eller om det ligger nøye planlagte strategiske grep bak den positive utviklingen i lønnsomheten til Tinde Hytter AS.

1.2 Presentasjon av bedriften

Som nevnt innledningsvis driver Tinde Hytter AS med produksjon og salg av hytter. Tindegruppen sin historie går helt tilbake til 1968 hvor Horten Hus ble etablert. I 2002 ble Tinde Hytter tatt over og etablert som et eget merkenavn. Helt siden 2002 har hyttesatsingen vært en stor suksess i bransjen og ifølge Tinde Hytter solgte bedriften over 300 hytter i 2020 (Tinde Hytter, 2022).

Med over 40 års erfaring med sin spisskompetanse i å levere nøkkelferdige hytter til sine kunder er Tinde Hytter AS blitt en av de ledende leverandørene i hyttemarkedet i Norge. Bedriften leverer alt fra tradisjonelle hytter med smårutete vinduer til de litt større og mer moderne hyttene med store vinduer (Hytteavisen, 2022). I hyttekatalogene har de hytter i fem ulike serier som representerer et bredt utvalg med ulik stilart - Tradisjon, Horisont, Sjø, Danebu og Rondane. Den mest prisgunstige hytteserien er for øvrig Rondane.

I dagens utgave av Tindegruppen har vi Tinde Hytter, Tinde Utvikling og Tinde Bolig som sammen med datterselskaper, og fokus på kvalitetsprodukter, skal være en ledende leverandør innen tomter, hytter og bolig. Med sin visjon om å bygge varige verdier for bedrift og kunder satser Tindegruppen videre på å være markedsledende innen hyttemarkedet i Norge (Tinde Hytter, 2022).

1.3 Om bransjen

Hyttemarkedet er et marked som de siste fem til seks årene har hatt en enorm vekst. Ettersom en investering i hytter kan ses på som en luksusinvestering for mange, tar kjøp og salg av fritidseiendommer ofte litt lengre tid enn kjøp og salg av bolig. En undersøkelse gjort av Dagens Næringsliv viser at det i gjennomsnitt tok 50 dager å selge en fritidsbolig i 2021, mot 93 dager i 2020 (Feratovic, L. og Hollum, J., 2021).

Da koronapandemien kom til Norge i 2020 førte dette til at nordmenn flyktet til fjellparadiset Norge har å by på. Med stengte grenser, lave renter og hjemmekontor resulterte dette i en enorm etterspørsel etter hytter. Hyttestinasjonene med alpinanlegg har opplevd desidert størst vekst og det er stor betalingsvillighet blant interessentene. En kan ofte se at det er fjelldestinasjonene som vinner hyttemarkedet, noe som kan skyldes at nordmenn generelt har fått øynene opp for norsk natur og friluftsliv. Her er etterspørselen høyest rundt sensommeren eller tidlig på høsten, og 2020 representerer en prisstigning på 4,9 prosent på fjellhytter. En ny undersøkelse viser at fjellhyttene i første halvår av 2021 steg med hele 16,5 prosent. Når det gjelder hytter på sjøen derimot økte etterspørselen med 11,5 prosent i 2020, men dalte ned til 6,4 prosent i første halvår av 2021 (Feratovic m.fl., 2021).

En fersk analyse viser at selv om pandemien har vært en utløsende faktor for folk flest til å skaffe seg hytter, er hyttemarkedet fremdeles brennhett og viser for eksempel at gjennomsnittsprisen i Kvitfjell har steget med over 22 prosent (Resvoll, 2021).

Videre tror Prognosesenteret at toppen er nådd og de venter derfor et betydelig fall videre i markedet. Andre halvår av 2021 viste en omsetning som var 16% lavere enn første halvår. Selv om det ligger an til å bli noe mindre salg av hytter fremover, er fortsatt etterspørselen høy da det enda er pandemi og lav rente (Løtveit, 2022).

2.0 Teori

For å kunne besvare problemstillingen vil vi i denne delen av besvarelsen presentere relevant teori knyttet til temaet for oppgaven. Vi vil overordnet starte med å presentere hva som kjennetegner en regnskapsanalyse som analyseverktøy, før vi videre presenterer de aktuelle nøkkeltallene som gir oss et overordnet bilde på bedriftens økonomiske utvikling og lønnsomhet. Avslutningsvis vil vi presentere SWOT-analysen som et strategisk verktøy for å vurdere interne og eksterne faktorer i bedriften.

2.1 Regnskapsanalyse

En regnskapsanalyse er en grundig og systematisk vurdering av regnskapet, med sikte på å avklare bedriftens økonomiske tilstand og utvikling. Regnskapsanalysen har som formål å være et hjelpemiddel for eiere, ledelsen, de ansatte og andre interessenter for å vurdere bedriften i ulike økonomiske situasjoner (Kristoffersen, 2019).

En kan skille mellom flere måter å gjennomføre en regnskapsanalyse på: horisontale, vertikale, interne og eksterne regnskapsanalyser. Med en horisontal regnskapsanalyse menes en fremvisning av regnskapstallenes utvikling over flere regnskapsår- eller perioder. Slike analyser gjøres for å enklere kunne forstå hva som har skjedd i løpet av den aktuelle perioden. Et eksempel kan være å sammenligne nåværende inntekt med inntekten fra tidligere perioder.

Når man benytter seg av vertikale analyser ser man derimot på sammenhengen mellom tallene i et regnskapsoppsett for det enkelte år og setter ulike poster til en prosent av en basisstørrelse (Kristoffersen, 2019). En kan for eksempel velge seg eiendeler som en basisstørrelse, og sette anleggsmidlene som en prosent av dette.

Skillet mellom interne og eksterne analyser trekkes ved tilgangen på informasjon. Interne regnskapsanalyser kjennetegnes ved at det finnes ubegrenset tilgang på informasjon for den som analyserer regnskapet. Ofte kan dette være gjort av de ansatte i bedriften. Hensikten med en intern regnskapsanalyse er å fremme læring som for eksempel skal bidra til å forbedre drift og lønnsomhet. En ekstern regnskapsanalyse er ofte foretatt av en utenforstående analytiker som kun har tilgang på den offentlige regnskapsinformasjonen. Det er en ekstern regnskapsanalyse vi i hovedsak har valgt å basere denne oppgaven på, da vi har innhentet informasjon og regnskapstall fra proff.no.

En sentral del av en regnskapsanalyse er analyse av nøkkeltall. I en nøkkeltallsanalyse beregner man forholdet mellom ulike poster i regnskapet. Med en slik analyse er formålet ofte å vurdere nøkkeltallene til bedriften i forhold til normtall, sammenligne bedriften med andre bedrifter i samme bransje og gjennomføre tidssammenligninger i samme bedrift. I en nøkkeltallsanalyse vil ofte fokuset være en vurdering av fire sentrale forhold (Kristoffersen, 2019):

- Finansiering
- Likviditet
- Soliditet
- Lønnsomhet

Vi har derfor valgt å fokusere på å gjennomføre en nøkkeltallsanalyse av Tinde Hytter AS i vår besvarelse. I utgangspunktet vil vi i hovedsak presentere nøkkeltall fra forhold som omhandler lønnsomhet, men vi vil også trekke inn noen sentrale nøkkeltall fra de andre øvrige forholdene.

2.1.1 Finansiering

Når man snakker om finansiering er det knyttet til anvendelse og anskaffelse av bedriftens kapital. For å redegjøre for hvordan bedriften i løpet av et år har skaffet kapital til veie og hva denne er brukt til kan man analysere nøkkeltall som omhandler finansiering. Bedriften kan anskaffe både langsiktig og kortsiktig kapital. Summen av egenkapital og langsiktig gjeld kalles for langsiktig kapital (Kristoffersen, 2019). For å analysere finansieringen i Tinde Hytter AS har vi valgt å fokusere på finansieringsgrad 1 og arbeidskapital. For å vurdere om bedriften oppfyller dette kravet kan man bruke finansieringsgrad 1:

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

Nøkkeltallet viser altså i hvor stor grad anleggsmidlene er langsiktig finansiert. Et minimumskrav er at de eiendelene som inngår i regnskapet som anleggsmidler skal være langsiktig finansiert. Langsiktig kapital må derfor være større enn anleggsmidlene. Finansieringsgrad 1 bør altså ikke være høyere enn 1. En finansieringsgrad 1 på under 1 betyr at deler av omløpsmidlene også er finansiert med langsiktig kapital. Om nøkkeltallet

overstiger 1 vil det bety at deler av anleggsmidlene er finansiert med kortsiktig kapital. Dette indikerer usunn finansiering, noe som også kan skape betalingsproblemer for bedrifter (Kristoffersen, 2019).

Et annet sentralt nøkkeltall knyttet til finansiering er arbeidskapitalen. Arbeidskapitalen forteller oss hvor godt finansiert bedriften er etter kortsiktige gjeldsforpliktelser er gjort opp og kortsiktige fordringer er krevd inn. Nøkkeltallet forteller oss derfor hvor mye kapital bedriften har tilgjengelig på kort sikt og indikerer at deler av omløpsmidlene er finansiert av langsiktig kapital, så lenge arbeidskapitalen er positiv (Kristoffersen, 2019). En generell regel vil derfor være at arbeidskapitalen bør være positiv, fordi en negativ arbeidskapital som regel indikerer en usunn finansiering. Arbeidskapitalen kan beregnes slik:

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

2.1.2 Likviditet

Likviditet er et begrep som uttrykker en bedrifts betalingsevne. Det er viktig at en bedrift har god likviditet, slik at den er i stand til å betale sine forpliktelser ved forfall. Å ha tilstrekkelig likviditet er en betydelig faktor til at en virksomhet overlever og kan utvikle seg videre. Det finnes flere ulike nøkkeltall som reflekterer likviditeten til en bedrift. De relevante nøkkeltallene for likviditet som presenteres i denne oppgaven vil være likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2.

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

Likviditetsgrad 1 forteller oss hvor mye av omløpsmidlene som er finansiert av kortsiktig gjeld. Omløpsmidlene inkluderer kundefordringer, varelager og andre eiendeler som raskt kan gjøres om til likvide midler. Kortsiktig gjeld er gjeld med betalingsfrist på under ett år. Det er ønskelig at nøkkeltallet er over 2 (Kristoffersen, 2019).

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

Likviditetsgrad 2 forteller oss hvor god bedriftens kortsiktige likviditet er. Beregningen skiller seg fra likviditetsgrad 1 ved at varelageret trekkes fra omløpsmidlene i telleren.

Likviditetsgrad 2 brukes når varelageret ikke kan omgjøres til likvide midler ved enkle

transaksjoner. Det er ønskelig at nøkkeltallet er over 1, slik at bedriften har mer likvide omløpsmidler enn kortsiktig gjeld (Kristoffersen, 2019).

2.1.3 Soliditet

Soliditet sier noe om bedriftens evne til å tåle tap, og dens betalingsevne på lang sikt. Forholdet mellom egenkapital og samlet kapital i bedriften står sentralt innenfor soliditet. Nøkkeltallene vi skal fokusere på i denne oppgaven er egenkapitalandel og gjeldsgrad.

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

Egenkapitalandelen viser andelen av eiendelene som er finansiert med egne midler. Høy egenkapitalandel betyr god soliditet i bedriften. Nøkkeltallet gir en indikasjon på hvor mye bedriften kan tape før gjelden også blir påført et tap. Hvor stor egenkapitalandelen bør være, avhenger både av bransje og risiko, og må derfor vurderes ut ifra hvert enkelt tilfelle.

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

Gjeldsgraden viser forholdet mellom fremmedkapital og egenkapital. Et lavt forholdstall er ønskelig, da dette betyr at eiendelene i større grad er finansiert av egenkapital. Jo lavere nøkkeltallet er, desto bedre er soliditeten i bedriften. En gjeldsgrad på 1 betyr at eiendelene er finansiert med like mye gjeld og egenkapital.

2.1.4 Lønnsomhet

En bedrifts lønnsomhet forteller noe om bedriftens evne til å skape overskudd. En av bedriftens viktigste målsetting er å ha en tilstrekkelig lønnsomhet, da en god lønnsomhet er avgjørende for at bedriften skal overleve på lang sikt (Kristoffersen, 2019). For å få innsikt i lønnsomheten er det nødvendig å analysere den. Dette gir bedriften mulighet til å få en grundig oversikt over lønnsomheten og hvor det er muligheter for forbedring. Om lønnsomheten ikke er tilfredsstillende over tid kan dette medføre at investorer og eiere mister interessen til å tilføre bedriften ny egenkapital.

Lønnsomheten måles ved bruk av ulike nøkkeltall. De relevante nøkkeltallene for lønnsomhet vil være bruttofortjeneste i prosent og totalkapitalrentabilitet.

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

Det er kun aktuelt for handelsbedrifter å benytte seg av bruttofortjenesten som nøkkeltall. Bruttofortjenesten i kroner er differansen mellom salgsinntekten og varekostnaden, mens bruttofortjenesten i % viser forholdet mellom bruttofortjenesten i kroner og salgsinntekten. Dette nøkkeltallet måler hvor stor andel av salget bedriften sitter igjen med før den tar hensyn til bedriftens øvrige kostnader som er knyttet til drift og lignende (Kristoffersen 2019). Jo høyere bruttofortjenesten er, desto bedre.

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = \frac{\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}}{\text{Gjennomsnittlig totalkapital}} \times 100\%$$

Totalkapitalrentabiliteten forteller noe om effektiviteten til bedriften ved forvaltning av ressursene som bedriften rår over. Nøkkeltallet måler driftsresultatet i forhold til investert kapital, sagt på en annen måte måler den bedriftens avkastning på den samlede kapitalen som er bundet i bedriften, uavhengig av finansieringen. Totalkapitalrentabiliteten er et forholdstall som gjør det enklere å sammenligne ulike selskaper. Når en skal beregne totalkapitalen kan en bruke ulike verdier i nevner, avhengig av hvilke regnskapstall en ønsker å benytte og hva formålet med beregningen er. En bedrift kan blant annet definere investert kapital (nevneren) som totalkapital, gjennomsnittlig totalkapital, sysselsatt kapital eller eiendeler i bruk.

Tinde Hytter AS er en bedrift i utvikling og i denne oppgaven ønsker vi som nevnt å se på lønnsomhetsutviklingen over tid. Vi vil derfor benytte gjennomsnittlig totalkapital ved beregningen av dette nøkkeltallet. Ved å bruke gjennomsnittlig totalkapital kan vi få et bedre bilde av bedriftens kapitalbinding gjennom året. Hvorvidt det beregnede nøkkeltallet er tilfredsstillende vurderes opp mot risikoen ved virksomheten.

2.1.4.1 Dekomponering av total kapitalrentabiliteten (DuPont-metoden)

For å få en bedre innsikt i hva utviklingen i total kapitalrentabiliteten skyldes er det mulig å foreta en dekomponering av total kapitalrentabiliteten. Total kapitalrentabiliteten kan defineres slik:

$$\text{Total kapitalrentabilitet} = \text{Resultatgrad} \times \text{total kapitalens omløpshastighet}$$

DuPont-metoden dekomponerer total kapitalrentabiliteten i resultatgrad og total kapitalens omløpshastighet. Dekomponeringen viser at hvis en bedrift ønsker å øke total kapitalrentabiliteten har den flere alternativer - den kan enten øke driftsinntektene, redusere den investerte kapitalen eller redusere kostnadene. Ofte er det mest nærliggende å fokusere på å øke inntektene eller redusere kostnadene for å øke total kapitalrentabiliteten, men det er også viktig å ta hensyn til total kapitalen for å unngå død kapital, altså kapital som i liten eller ingen grad brukes til å skape inntekter. Dette er årsaken til at det kan være viktig å analysere total kapitalens omløpshastighet, til tross for at den isolert sett ikke sier noe om lønnsomheten.

Resultatgraden kan defineres som:

$$\text{Resultatgrad} = \frac{\text{Driftsresultat} + \text{finansinntekter}}{\text{Driftsinntekter}} \times 100\%$$

Resultatgraden uttrykker hvor mye bedriften tjener på hver krone som er omsatt i perioden, altså avkastningen av hver krone som er omsatt (Kristoffersen, 2019). For å forbedre resultatgraden kan bedriften øke inntektene eller redusere kostnadene, da dette vil øke driftsresultatet.

Total kapitalens omløpshastighet kan defineres som:

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

Total kapitalens omløpshastighet forteller noe om sirkulasjonen av kapitalen i bedriften, altså hvor effektivt bedriften evner å utnytte den bundne kapitalen i bedriften. Lav verdi på dette nøkkeltallet betyr at det er mye kapital som ligger «død» i bedriften og dermed ikke utnyttes

effektivt, derfor er det følgelig ønskelig at dette nøkkeltallet skal være høyt (Kristoffersen, 2019).

2.1.5 Strategisk analyse

Formålet med å gjennomføre en strategisk analyse er å kartlegge hvilke styrker og svakheter Tinde Hytter har, samt hvilke markedsrelaterte muligheter og trusler som eksisterer. En kombinasjon av SWOT og PESTEL vil gi bedriften muligheter til å få en rask oversikt over hvilken situasjon den står overfor, og dermed også et godt utgangspunkt for å kunne ta gode strategiske beslutninger.

SWOT er en forkortelse for strengths (styrker), weaknesses (svakheter), opportunities (muligheter) og threats (trusler). En SWOT-analyse er et strategisk analyseverktøy som brukes for å identifisere en bedrifts situasjon både internt og i markedet. Den interne delen av SWOT-analysen fokuserer på bedriftens egne ressurser, og hvilke styrker og svakheter de har. Dette kan gi bedriften en pekepinn på hva som er bra, men også hva som bør endres og forbedres. Den eksterne delen av analysen tar for seg makroomgivelsene, og retter fokus mot muligheter eller trusler som kan utnyttes eller som må motvirkes.

PESTEL er en sentral delanalyse som kan være nyttig i utarbeidelse av den eksterne delen av SWOT-analysen. PESTEL er en forkortelse for seks ulike makrofaktorer som kan ha innvirkning på bedriften. Analysen omfatter politiske, økonomiske, sosiale, teknologiske, miljømessige og rettslige faktorer. Ved gjennomføring av en PESTEL analyse vil man lettere kunne forstå hvordan de ulike faktorene påvirker bransjen, kundene og bedriften både på kort og lang sikt (Fjeldstad, Ø. og Lunnan, R., 2018).

Det vil være nyttig å inkludere en SWOT-analyse i oppgaven for å kunne gi et mer helhetlig bilde av utviklingen til Tinde Hytter utover bare det regnskapsmessige. Ved å se på bedriftens interne og eksterne faktorer kan det være lettere å forstå hvorfor de har den posisjonen i markedet som de har, samt for å vurdere hvilke forbedringsområder og konkurransefortrinn de har, og kan videreutvikle for å kunne øke lønnsomheten fremover. SWOT-analysen vil i første omgang brukes for å svare på andre del av problemstillingen. Analysen vil være preget av et langsiktig perspektiv, som bidrar til at bedriften kjenner markedet bedre, og følgelig er bedre rustet til å møte fremtidens muligheter og utfordringer.

3.0 Metode

Metode er en vesentlig del av alle undersøkelser som blir gjort, da dette utgjør grunnmuren for analysen. I denne delen av oppgaven vil vi derfor redegjøre for hvordan vi har gått frem for å besvare vår problemstilling “Hvordan har lønnsomheten til Tinde Hytter AS utviklet seg fra 2015 til 2020, og hvilke faktorer kan ha påvirket dette?”. Vi vil gjennomgå hvilke metodiske valg vi har foretatt oss og avslutningsvis vil vi diskutere i hvilken grad disse valgene har hatt innvirkning på oppgavens reliabilitet og validitet.

3.1 Undersøkelsesdesign

Det finnes ulike undersøkelsesdesign en kan velge mellom og det er viktig å velge et design som er egnet for besvarelse av ens egen problemstilling. Utgangspunktet for vårt valg av undersøkelsesdesign er følgelig problemstillingen. Valg av undersøkelsesdesign vil ha stor betydning for undersøkelsens validitet (Jacobsen, 2018). Vi har valgt å gjennomføre en enkeltcasestudie, og supplerer denne med en sammenligning av utvalgte lønnsomhetsmål for en konkurrent.

Oppgaven vår består i stor del av en regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet og en strategisk analyse med hovedfokus på de eksterne forholdene. Vi tar for oss Tinde Hytter AS i et definert tidsrom, og ser på utviklingen uten formål om å bruke funnene til å generalisere. For å øke forståelsen av bedriftens posisjon i markedet har vi foretatt benchmarking. En sammenligning av to konkurrerende bedrifter, i dette tilfellet Tinde Hytter AS og Leve Hytter AS, vil gi oss et bedre bilde på hvordan lønnsomhetsutviklingen i Tinde Hytter har vært i forhold til konkurrenten.

Problemstillingen vår kan sies å være klar, deskriptiv og ikke-generaliserende. Vi har allerede kunnskap om det vi ønsker å undersøke og dermed kan det sies at problemstillingen er klar. Vi har oversikt over hvilke nøkkeltall en regnskapsanalyse består av og vi ønsker dermed ikke å avdekke disse, men heller sette verdier på de allerede eksisterende nøkkeltallene og deretter analysere. Videre kan problemstillingen omtales som både deskriptiv og forklarende, da vi ønsker å beskrive og forklare utviklingen i en bestemt periode, 2015-2020. Problemstillingen er også ikke-generaliserende i den forstand at funnene ikke kan generaliseres utover begrensningene vi har gjort i denne oppgaven: Tinde Hytter AS i perioden 2015-2020.

3.2 Valg av datamateriale

Vi har i denne oppgaven valgt å bruke metodetriangulering ved å kombinere kvalitative og kvantitative data for å få mest mulig utfyllende informasjon til besvarelsen. Som kvantitative data har vi tatt utgangspunkt i regnskapstall hentet fra proff.no ved beregning av de ulike nøkkeltallene i regnskapsanalysen. Proff.no ansees som en sekundærkilde, da informasjonen som er tilgjengelig på nettstedet er bearbeidet av en annen part (Jacobsen, 2018). Vurdering av proff.no som kilde vil bli omtalt under validitet og reliabilitet.

I tillegg til en regnskapsanalyse tar problemstillingen vår for seg en strategisk analyse. For å kunne svare bedre og mer utfyllende på dette har vi benyttet kvalitative data som er innhentet ved gjennomføring av et åpent intervju med daglig leder i Tinde Hytter AS. Dataen som ble hentet inn under intervjuet har bidratt til mer utfyllende og konkret informasjon. Dette er informasjon som ikke nødvendigvis er like tydelige i regnskapstallene og som supplerer tallene på en informativ måte, samt gitt oss mer forståelse rundt bedriften.

3.3 Undersøkelsens validitet og reliabilitet

I forbindelse med gjennomføring av en undersøkelse, vil det være viktig å stille seg kritisk til valgene man har tatt i løpet av prosessen. Ved å stille seg kritisk til valgene som blir tatt, kan man lettere vurdere styrker og svakheter ved undersøkelsen og hva som kan ha påvirket resultatene og oppgaven som helhet. Det er høyst ønskelig at undersøkelser alltid skal forsøke å minimere problemene knyttet til validitet og reliabilitet.

Begrepet validitet (gyldighet) dreier seg om i hvilken grad undersøkelsen måler det vi faktisk ønsker å måle. Reliabilitet (pålitelighet) handler om hvorvidt resultatene vi har konkludert er troverdig og pålitelig. Ved vurderingen av undersøkelsens reliabilitet, vil det være sentralt å diskutere om det er momenter ved utførelsen som har påvirket resultatene våre.

Validitet deles inn i intern og ekstern validitet. Intern validitet går ut på om resultatene oppfattes som riktige og virkelighetsnære. Ekstern validitet handler om i hvilken grad vi kan generalisere funnene våre utover andre bedrifter (Jacobsen, 2018). Siden problemstillingen vår er ikke-generaliserende, vil det falle utenfor oppgavens hensikt å drøfte dens eksterne validitet.

Vi har gjennomført en enkeltcasestudie, og det vil derfor være mest sentralt å fokusere på undersøkelsens interne validitet. Her er det viktig å være kritisk til kildene vi har benyttet, og vurdere om de er gode og gir riktig informasjon. Lønnsomhetsanalysen er i sin helhet basert på regnskapsinformasjon hentet fra proff.no. Proff er en offentlig og nøytral sekundærkilde som er lovbestemt, og anses derfor å ha høy validitet (gyldighet) og pålitelighet. Den fremste utfordringen ved bruk av sekundærdata er at de kan være samlet inn til et annet formål. Dette anser ikke vi som et problem i denne oppgaven, da formålet for innsamlingen er sammenfallende.

Videre vil det være relevant å drøfte om de valgte nøkkeltallene gir et godt bilde på lønnsomhetsutviklingen til Tinde Hytter. Vi mener at vår faglige kunnskap og god veiledning fra Tor-Eirik gir et godt grunnlag for å kunne si at vi har valgt ut relevante nøkkeltall. Ved å benytte oss av flere nøkkeltall, kan vi lettere se bedriftens økonomiske utvikling i sin helhet. Nøkkeltallene underbygger og forklarer hverandre, og gir grunn til å påstå at undersøkelsen tilfredsstillende kravet til intern gyldighet.

En feilkilde knyttet til lønnsomhetsanalysen kan være feil føring av regnskapstallene fra proff. Dette kan igjen føre til at tabellene og figurene viser feil resultater. Vi har prøvd å unngå slike slurvefeil ved at samtlige på gruppen har gjennomført beregningene, før vi så har sammenlignet resultatene.

Den strategiske analysen baserer seg i større grad på egen kunnskap og antagelser, i tillegg til et intervju med daglig leder i Tinde Hytter. Et intervju kan styrke oppgavens reliabilitet, da vi har hentet informasjon direkte fra bedriften. På den annen side kan daglig leder både bevisst og ubevisst sette bedriften i et bedre lys, som kan være med på å svekke reliabiliteten. Det kan sies at vi aldri vil oppnå full objektivitet eller ha full informasjon om det vi ønsker å undersøke. Undersøkelsen vil derfor kunne inneholde svakheter og mangler.

Vi valgte å gjennomføre et åpent og muntlig intervju med daglig leder. Dette fordi vi kun hadde en enhet som skulle intervjues, og vi var interesserte i hva intervjuobjektet hadde å si, samtidig som vi ikke ønsket å legge begrensninger på svarene hans. Grunnet koronapandemien og lokaliseringen av bedriften ble møtet gjennomført via Teams. Personen vi intervjuet, daglig leder i Tinde Hytter AS, kan sies å være kvalifisert til å uttale seg om Tinde Hytters lønnsomhet og strategi. Opplevelsen vår er at intervjuobjektet har vært ærlig, og svart på spørsmålene etter beste evne. Intervjuet ga oss svar på de spørsmålene vi ønsket

og resulterte følgelig i mye relevant og nyttig informasjon omkring Tinde Hytters strategi. Svarene er utgangspunktet for den strategiske analysen. Informasjonen vi har fått gjennom intervjuet kan også støttes opp av regnskapstallene. Dette styrker følgelig oppgavens reliabilitet.

I tillegg har vi som nevnt valgt å sammenligne Tinde Hytter opp mot en konkurrent, Leve Hytter. Valget er basert på hvem daglig leder anser som en av de største konkurrentene, og fordi de opererer i det samme markedet om de samme kundene. Benchmarkingen gjør det lettere å evaluere hvordan utviklingen til Tinde Hytter egentlig har gått i forhold til andre i bransjen, og styrker dermed oppgavens validitet og reliabilitet.

Oppsummert så vil vi med begrunnelse i diskusjonene ovenfor konkludere med at oppgaven oppfyller kravet til validitet og reliabilitet.

4.0 Analyse

I denne delen av oppgaven vil vi gjennomføre en todelt analyse av Tinde Hytter AS. Analysen vil bestå av en regnskapsanalyse med grafiske fremstillinger, og en strategisk analyse. Regnskapsanalysen vil være basert på tall hentet fra forholdene som er knyttet opp mot likviditet, soliditet, lønnsomhet og finansiering. Vi har valgt å presentere tallene i lønnsomhetsanalysen i hele 1000, da dette også er gjort på proff sine nettsider. For å sette funnene i kontekst skal vi sammenligne utvalgte nøkkeltall med Leve Hytter AS, for å gi et mer nyansert bilde av lønnsomheten til Tinde Hytter AS. Formålet med den strategiske analysedelen vil være å kartlegge interne og eksterne forhold som påvirker bedriften, ved hjelp av en SWOT-analyse, for å bedre forstå utviklingen av lønnsomheten.

4.1 Finansiering

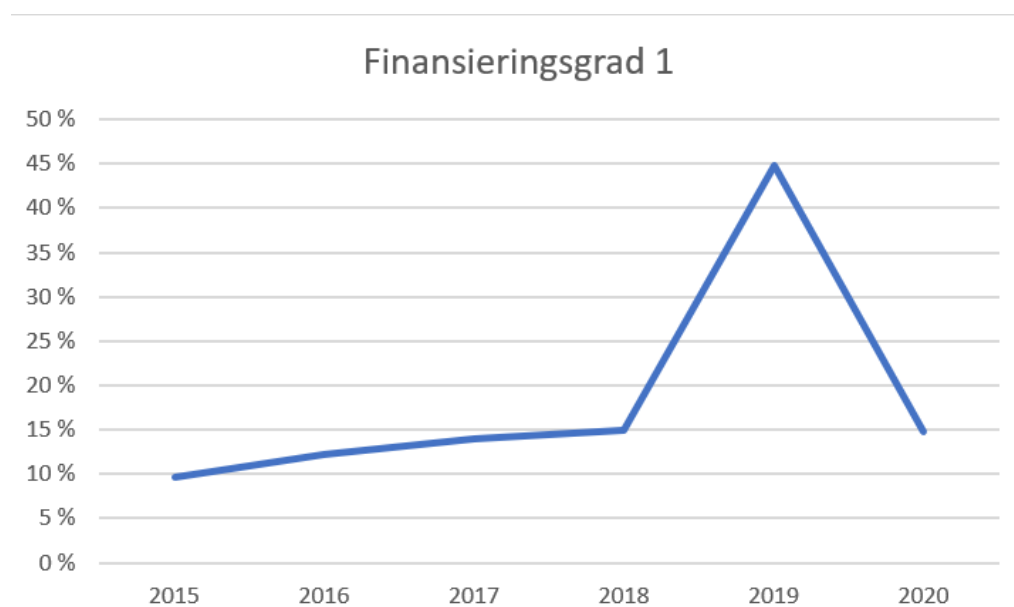
4.1.1 Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 forteller oss i hvor stor grad anleggsmidlene er langsiktig finansiert, altså finansiert gjennom langsiktig gjeld og egenkapital.

Tabell 1 : Utvikling i finansieringsgrad 1 i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Anleggsmidler	2 281	3 113	4 336	5 802	21 088	8 614
Langsiktig gjeld	1 554	1 357	2 327	1 858	1 776	4 289
Egenkapital	21 908	24 093	28 629	37 113	45 253	53 809
Langsiktig kapital	23 462	25 450	30 956	38 971	47 029	58 098
Finansieringsgrad I	9,7%	12,23%	14%	14,89%	44,84%	14,8%

Figur 1 : Finansieringsgrad 1



Som tidligere nevnt i teoridelen burde alle anleggsmidler være finansiert med langsiktig kapital ettersom de er ment for varig eie og bruk. Finansieringsgrad 1 bør derfor være under 1, da dette indikerer at også deler av omløpsmidlene til bedriften er langsiktig finansiert av den langsiktige kapitalen.

Av tabell 1 kan en se at finansieringsgrad 1 gjennom hele perioden holder seg på godt under 100%. For bedriften vil dette innebære at de har finansiert anleggsmidlene samt deler av omløpsmidlene med langsiktig kapital og de tilfredsstillter derfor minimumskravet. Jo lavere finansieringsgrad 1 er, jo større andel av omløpsmidlene vil, i tillegg til anleggsmidlene, være langsiktig finansiert. Finansieringsgrad 1 varierer noe i perioden. Bedriften har høyest finansieringsgrad 1 i 2019, selv om den likevel er godt under 100%.

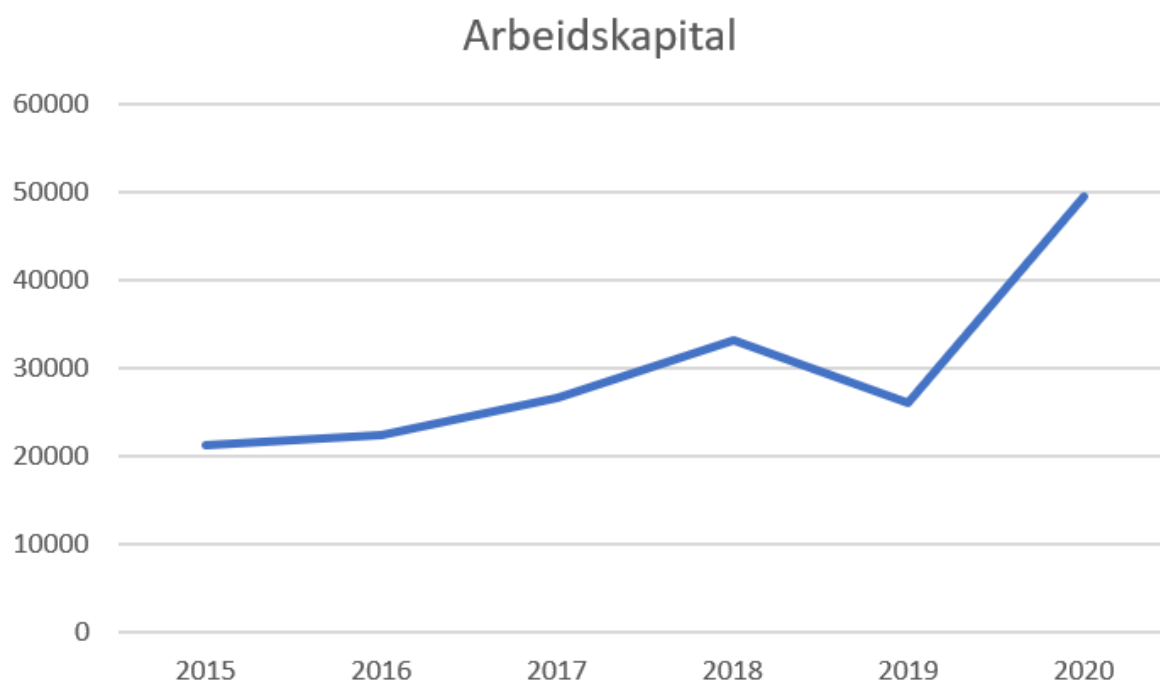
4.1.2 Arbeidskapital

Arbeidskapitalen forteller oss hvor mye kapital bedriften har tilgjengelig på kort sikt, altså etter kortsiktige gjeldsforpliktelser er gjort opp og kortsiktige fordringer er krevd inn. Om arbeidskapitalen er positiv vil det si at deler av omløpsmidlene er finansiert av langsiktig kapital. Hovedregelen er at arbeidskapitalen bør være positiv for at bedriften skal fremstå likvid.

Tabell 2 : Utvikling i arbeidskapital i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Omløpsmidler	56 581	77 277	84 240	109 397	119 552	164 081
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 2 : Arbeidskapital



Totalt over hele perioden er arbeidskapitalen positiv og tilfredsstillende derfor kravet om positivitet. Arbeidskapitalen fra et likviditetsperspektiv forteller oss at bedriften er likvid. Av tabell 2 kan man se at arbeidskapitalen er økende fra 2015 til 2018. Den økende trenden sammenfaller med at bedriften i dette intervallet opparbeider seg en økende mengde tilstrekkelige midler til å dekke sine kortsiktige forpliktelser. I 2019 har bedriften et lite fall i arbeidskapital som skyldes at gjelden har økt mer enn eiendelene.

4.2 Likviditet

4.2.1 Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 forteller oss hvor mye av omløpsmidlene som er finansiert av kortsiktig gjeld.

Tabell 3 : Utvikling i likviditetsgrad 1 i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Omløpsmidler	56 581	77 277	84 240	109 397	119 552	164 081
Kortsiktig gjeld	35 399	54 940	57 620	76 208	93 611	114 596
Likviditetsgrad 1	1,6	1,41	1,46	1,44	1,28	1,43

Figur 3 : Likviditetsgrad 1



Tabell 3 viser en nedgang i likviditetsgrad 1 i perioden 2015 til 2016. Likviditetsgrad 1 varierer noe i perioden, men holder seg over 1 til enhver tid. Det foreligger imidlertid muligheter for forbedring, da nøkkeltallet helst ønskes å ha en verdi over normtallet 2 (Kristoffersen, 2019).

4.2.2 Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 gir en indikasjon på bedriftens kortsiktige likviditet. Det er ønskelig at likviditetsgrad 2 er større enn 1 (Kristoffersen, 2019).

Tabell 4 : Utvikling i likviditetsgrad 2 i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Omløpsmidler	56 581	77 277	84 240	109 397	119 552	164 081
Varelager	14 196	13 845	15 376	29 648	47 711	36 398
Mest likvide omløpsmidler	42 385	63 432	68 864	79 749	71 841	127 683
Kortsiktig gjeld	35 399	54 940	57 620	76 208	93 611	114 596
Likviditetsgrad 2	1,2	1,15	1,2	1,05	0,77	1,11

Figur 4 : Likviditetsgrad 2



Likviditetsgrad 2 holder en stabil verdi mellom 1,2 og 1,15 i perioden 2015 til 2017. Av tabell 4 ser vi at nøkkeltallet har en nedgang til 1,05 i 2018, før utviklingen viser en ytterligere forverring i 2019 til en verdi på 0,77. Nedgangen skyldes en økning i varelageret, noe som fører til at økningen i mest likvide omløpsmidler er relativt mindre enn økningen i kortsiktig

gjeld. En verdi på 0,77 anses ikke som tilfredsstillende, da bedriften ikke har tilstrekkelig med likvide omløpsmidler for å dekke kortsiktig gjeld. I 2020 forbedres nøkkeltallets verdi til 1,11, hvilket er tilfredsstillende.

4.3 Soliditet

4.3.1 Egenkapitalandel

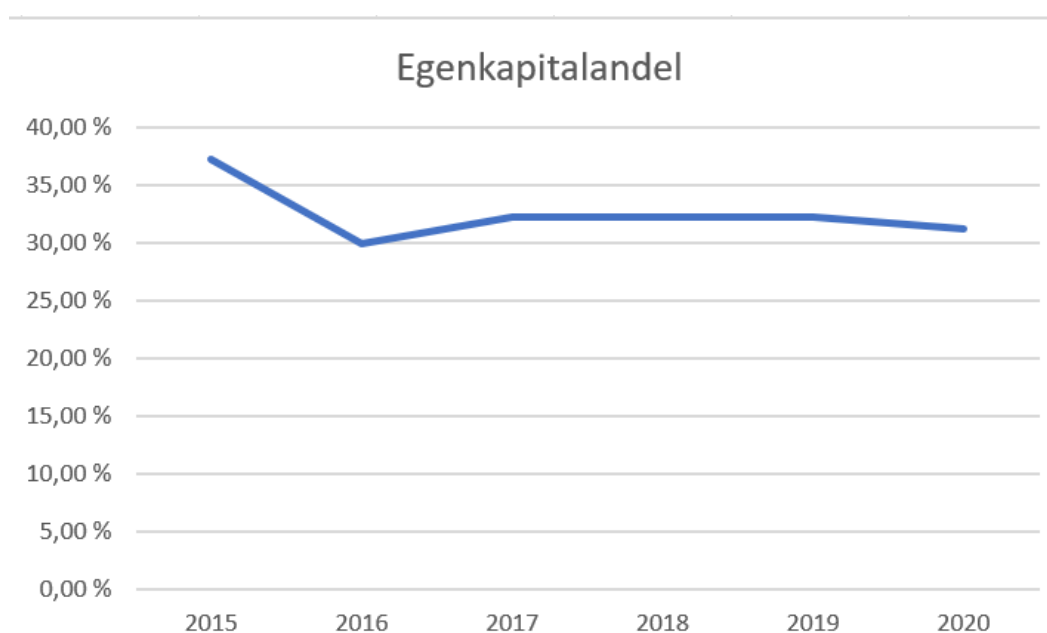
Egenkapitalandelen viser andelen av eiendelene som er finansiert med egne midler.

Nøkkeltallet reflekterer bedriftens evne til å tåle tap.

Tabell 5 : Utvikling i egenkapitalandel i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Egenkapital	21 908	24 093	28 629	37 133	45 253	53 809
Totalkapital	58 862	80 390	88 575	115 199	140 640	172 694
Egenkapitalandel	37,2%	30%	32,3%	32,2%	32,2%	31,2%

Figur 5 : Egenkapitalandel



Det fremgår av figur 5 ovenfor at egenkapitalandelen holder seg relativt stabil gjennom hele perioden, med unntak av nedgangen fra 2015 til 2016. Nedgangen skyldes en økning av totalkapitalen. Totalkapitalen i 2020 er tre ganger så stor som i 2015, noe som betyr at virksomheten har vokst mye i perioden. En egenkapitalandel på 30% er tilfredsstillende, og Tinde Hytter viser god soliditet i hele perioden.

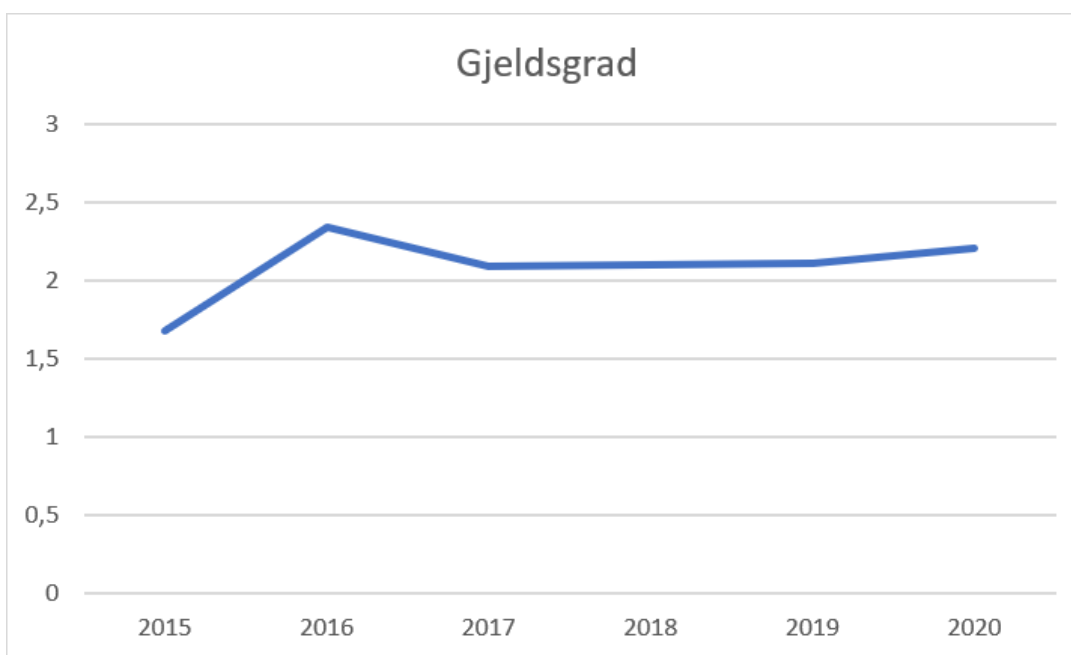
4.3.2 Gjeldsgrad

Gjeldsgraden viser forholdet mellom fremmedkapital og egenkapital. Jo lavere gjeldsgrad, desto bedre soliditet viser bedriften.

Tabell 6 : Utvikling i gjeldsgrad i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Gjeld	36 953	56 297	59 947	78 066	95 387	118 885
Egenkapital	21 908	24 093	28 629	37 133	45 253	53 809
Gjeldsgrad	1,68	2,34	2,09	2,10	2,11	2,21

Figur 6 : Gjeldsgrad



Av tabell og figur 6 ser vi at gjeldsgraden har økt fra 2015 til 2016, før den ble redusert til 2,09 i 2017. Fra 2017 og til 2020 viser tallene en gradvis økning, hvilket betyr at gjeld har økt mer enn egenkapitalen.

4.4 Lønnsomhet

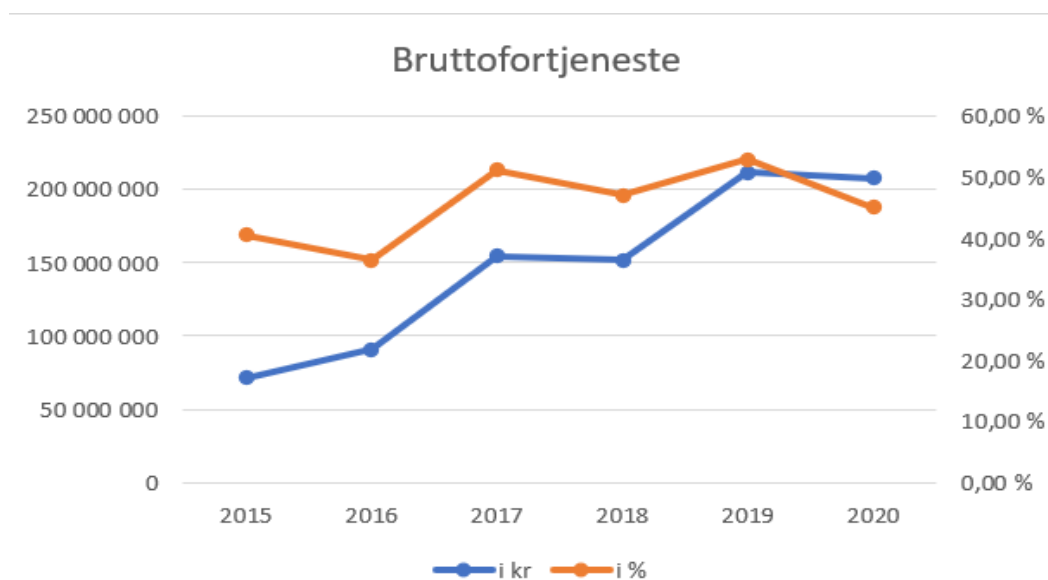
4.4.1 Bruttofortjeneste

Bruttofortjenesten måler hvor stor andel av salget bedriften sitter igjen med før den tar hensyn til bedriftens øvrige kostnader som er knyttet til drift og lignende.

Tabell 7 : Utvikling i bruttofortjeneste i kroner og prosent i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Salgsinntekter	176 353	250 521	302 741	322 948	399 330	457 387
Varekostnader	104 918	159 440	148 109	171 490	187 940	249 810
Bruttofortjeneste i kroner	71 435	91 081	154 632	151 458	211 390	207 577
Bruttofortjeneste i %	40,5%	36,35%	51,1%	47%	52,9%	45%

Figur 7 : Bruttofortjeneste i kroner og prosent



Figuren og tabellen for bruttofortjeneste ovenfor viser at Tinde Hytter AS har en stor variasjon i bruttofortjeneste i prosent i perioden. Salgsinntektene øker drastisk i perioden, og dette er ikke uventet med tanke på økningen i total kapital. Et grep bedriften kan gjøre for å snu dette er å redusere varekostnadene samt øke salgsinntektene slik at differansen og fortjenesten blir høyere. Samlet sett ser vi at perioden under ett viser en stigende bruttofortjeneste. For bedriften vil dette gi en pekepinn på hvor mye de tjener på hyttesalgene og hvor mye de sitter igjen med til å dekke andre kostnader. Fra 2015 til 2020 har bruttofortjenesten steget med 4,5 prosentpoeng. Isolert sett er dette positivt med tanke på at bedriften har vokst betydelig.

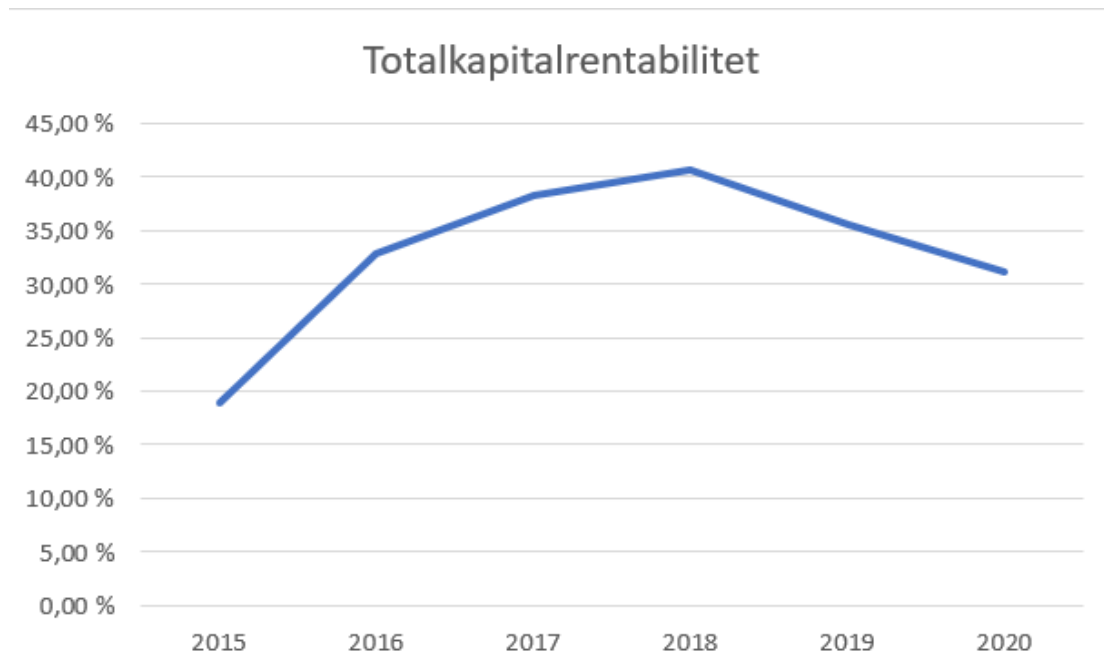
4.4.2 Totalkapitalrentabilitet

Totalkapitalrentabiliteten er et nøkkeltall som forteller noe om effektiviteten til bedriften ved forvaltning av ressurser, altså avkastningen på total kapitalen i bedriften.

Tabell 8 : Utvikling i total kapitalrentabiliteten i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	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	84 482,5	101 887	127 919,5	156 667
Totalkapitalrentabilitet	18,9%	32,8%	38,2%	40,6%	35,5%	31,1%

Figur 8 : Totalkapitalrentabilitet



Perioden sett under ett er totalkapitalrentabiliteten svært god for Tinde Hytter AS. Av tabell og figur 8 ser vi at utviklingen i totalkapitalrentabiliteten har vært positiv fram til toppåret 2018, før det deretter har vært en synkende trend for bedriften. Dette har skjedd til tross for stigende driftsresultat i hele perioden. Årsaken til fallende totalkapitalrentabilitet skyldes at den gjennomsnittlige totalkapitalen har økt relativt mer enn driftsresultatet fra 2018, og dette har ført til en synkende totalkapitalrentabilitet.

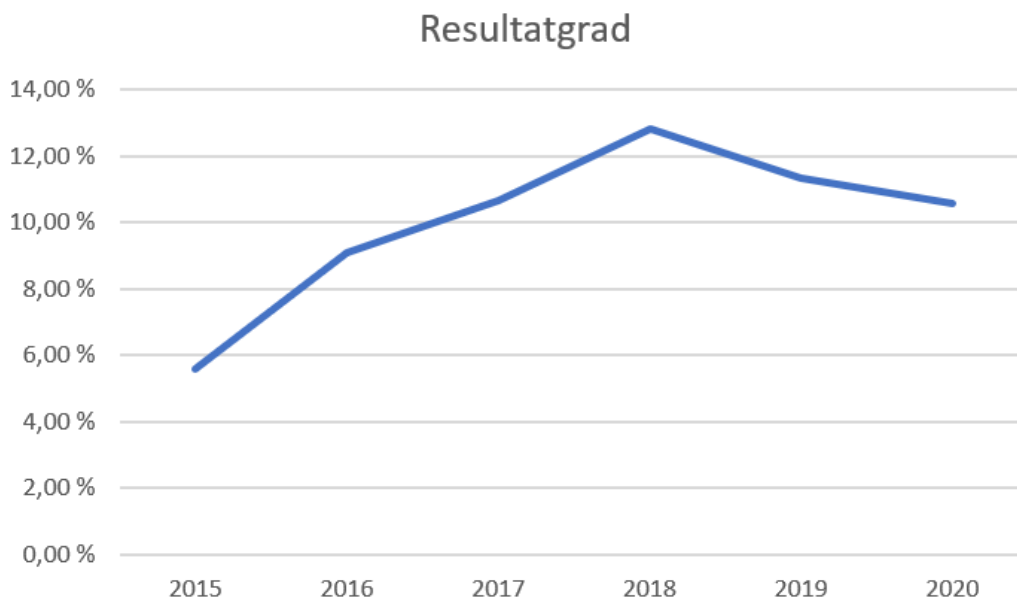
4.4.2.1 Dekomponering av totalkapitalrentabilitet (DuPont-metoden)

DuPont-metoden dekomponerer totalkapitalrentabiliteten i resultatgrad og totalkapitalens omløpshastighet. Resultatgraden uttrykker avkastningen av hver krone som er omsatt, mens totalkapitalens omløpshastighet forteller noe om hvor effektivt bedriften evner å utnytte den bundne kapitalen i bedriften.

Tabell 9 : Utvikling i resultatgraden i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	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	5,6%	9,1%	10,66%	12,81%	11,34%	10,56%

Figur 9 : Resultatgrad

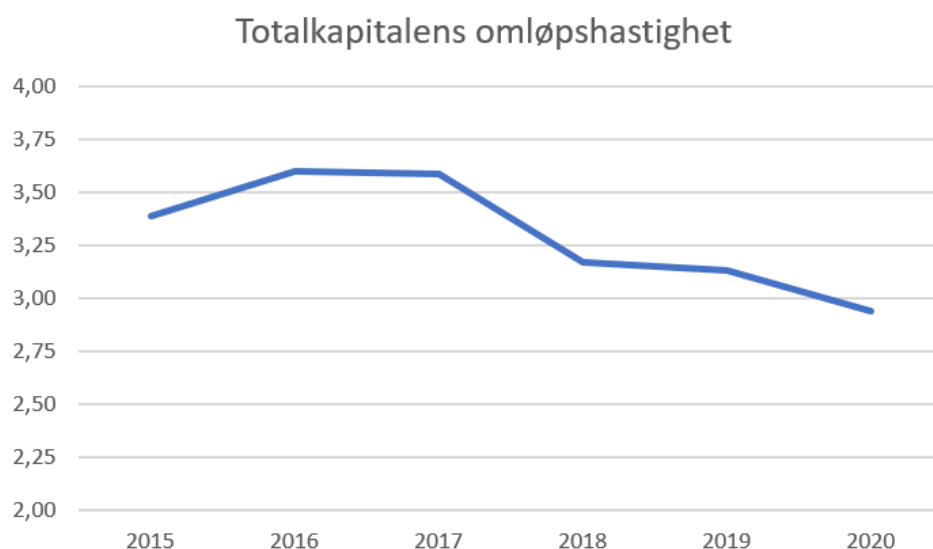


Resultatgraden har i likhet med total kapitalrentabiliteten hatt en stigende trend til 2018, dette kommer fram i tabellen og figuren over. Resultatgraden har vært positiv i hele perioden og det indikerer at bedriften forbedrer resultatet for hver krone omsatt.

Tabell 10 : Utvikling i totalkapitalens omløpshastighet i perioden 2015 til 2020 (i hele 1 000)

År	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	84 482,5	101 887	127 919,5	156 667
Kapitalens omløpshastighet	3,38	3,6	3,59	3,17	3,13	2,94

Figur 10 : Totalkapitalens omløpshastighet



Av figuren og tabellen kan vi se at totalkapitalens omløpshastighet har vært synkende siden 2017, og var med andre ord stigende i perioden 2015-2016. Dette skyldes at den gjennomsnittlige totalkapitalen har økt relativt mer enn driftsinntektene i perioden 2017-2020. Det er forventet at omløpshastigheten i en slik bedrift, som selger komplette hytter og ofte har høy kapitalbinding, er lavere enn eksempelvis en dagligvarebutikk. Endringen observert i totalkapitalrentabiliteten kan i stor grad forklares ut fra endringen i resultatgrad. For å få et helhetlig bilde vil vi i det følgende sammenligne lønnsomheten til en av Tinde Hyttes konkurrenter.

4.5 Benchmarking

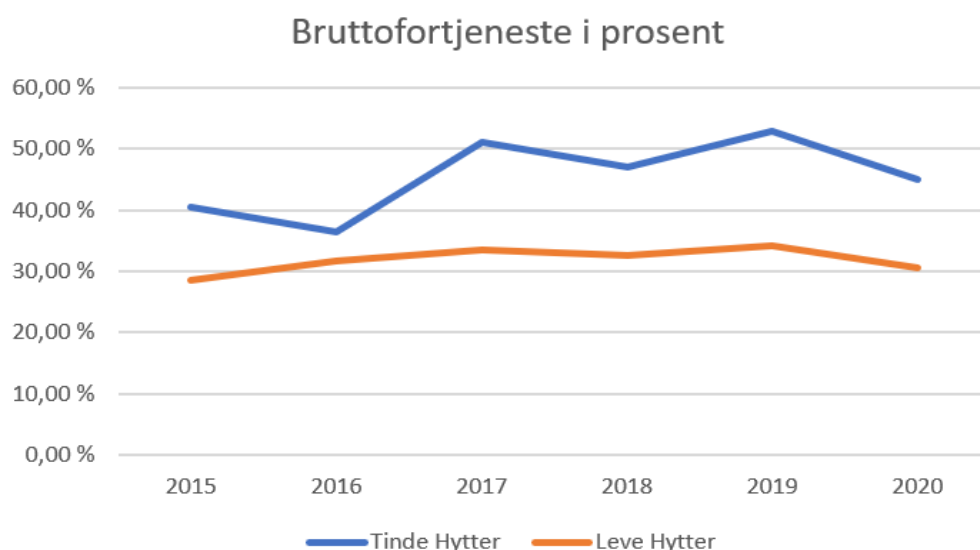
Benchmarking er en måte for bedriften å sammenligne egen drift med direkte konkurrenter. Målet med benchmarking er å styrke egen virksomhet ved å synliggjøre egne utfordringer og forbedringsområder (Kristoffersen, 2019). For å gi oss selv et bedre bilde på hvordan lønnsomhetsutviklingen har vært i perioden 2015 til 2020, har vi valgt å sammenligne Tinde Hytter AS med Leve Hytter AS, som i likhet med Tinde Hytter produserer og selger hytter. Dette vil være hensiktsmessig siden flere av nøkkeltallene som er beregnet må ses opp imot bransjetallene. I sammenligningsprosessen vil vi fokusere hovedsakelig på nøkkeltall knyttet til lønnsomhet.

4.5.1 Bruttofortjeneste i prosent

Tabell 11 : Sammenligning av bruttofortjeneste i prosent

Bruttofortjeneste i prosent						
År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tinde Hytter AS	40,5%	36,35%	51,1%	47%	52,9%	45%
Leve Hytter AS	28,6%	31,7%	33,6%	32,6%	34,2%	30,5%
<i>Differanse</i>	<i>11,9%</i>	<i>4,65%</i>	<i>17,5%</i>	<i>14,4%</i>	<i>18,7%</i>	<i>14,5%</i>

Figur 11 : Bruttofortjeneste i prosent



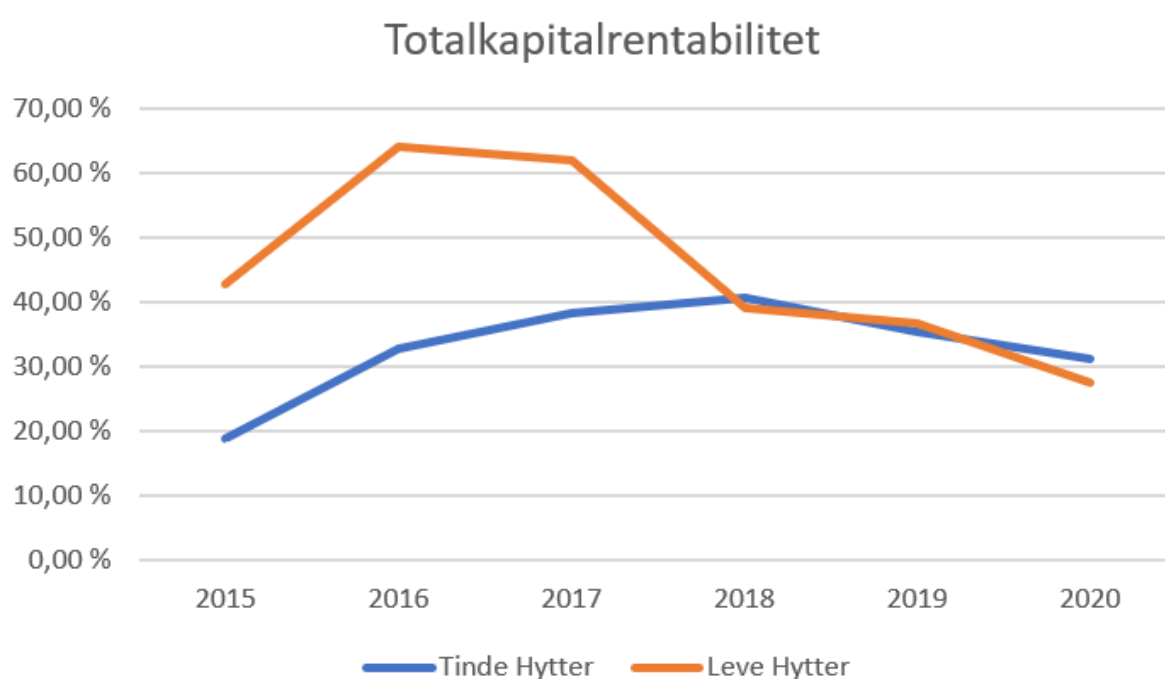
Tabellen og figuren over viser at Tinde Hytter AS i hele perioden har høyere bruttofortjeneste i prosent enn Leve Hytter. Tinde Hytter AS driver i et større omfang enn Leve Hytter AS. Tinde Hytter AS har om lag dobbelt så stor omsetning som konkurrenten i hele perioden. Samtidig har Tinde Hytter AS relativt lavere varekostnader i perioden, som bidrar til høyere bruttofortjeneste. På bakgrunn av dette kan vi si at Tinde Hytter AS gjennomgående har en god bruttofortjeneste, og at den i tillegg skiller seg positivt ut fra en av sine konkurrenter.

4.5.2 Totalkapitalrentabilitet

Tabell 12 : Sammenligning av totalkapitalrentabilitet

Totalkapitalrentabilitet						
År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tinde Hytter	18,9%	32,8%	38,2%	40,6%	35,5%	31,1%
Leve Hytter AS	42,7%	64%	62,1%	39%	36,7%	27,5%
Differanse	(22,8%)	(31,2%)	(23,9%)	1,6%	(1,2%)	3,6%

Figur 12 : Totalkapitalrentabilitet



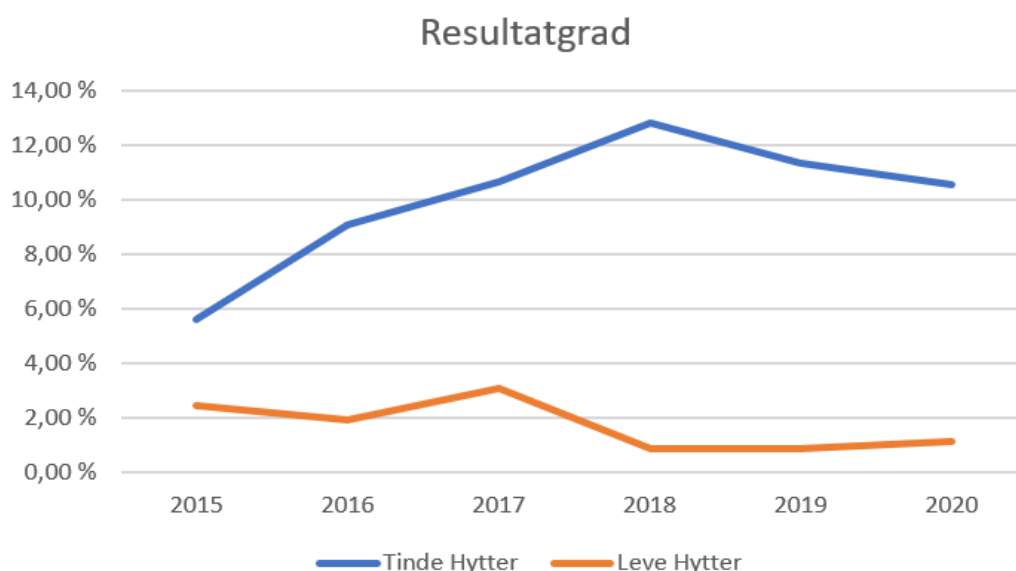
Ved sammenligning av ROI for henholdsvis Tinde Hytter og Leve Hytter ser vi at det var en vesentlig forskjell ved starten av perioden. Leve Hytter hadde en total kapitalrentabilitet på 42,7% ved periodens begynnelse, mens nøkkeltallet var 18,9% for Tinde Hytter. Jevnt over har Leve Hytter hatt en synkende total kapitalrentabilitet, mens Tinde Hytter startet med økning for deretter å oppleve en liten nedgang. For Leve Hytter skyldes fallet i total kapitalrentabilitet en nedgang i driftsresultatet på nesten 12 millioner kroner fra 2017. Nedgangen kan en se kommer av at salgsinntektene har blitt mindre, samtidig har avskrivningskostnadene økt betraktelig gjennom hele perioden. Tinde Hytter sin utvikling følger av en økning i driftsresultatet gjennom hele perioden, noe som også gjenspeiles i salgsinntektene. Ved total kapitalrentabilitet som lønnsomhetsmål ser vi at Leve Hytter var den mest lønnsomme bedriften fram til 2018, hvor bedriftene videre sammenfaller i stor grad.

4.5.3 Resultatgrad

Tabell 13 : Sammenligning av resultatgrad

Resultatgrad						
År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tinde Hytter	5,6%	9,1%	10,66%	12,81%	11,34%	10,56%
Leve Hytter AS	2,46%	1,91%	3,10%	0,85%	0,85%	1,14%
Differanse	3,14%	7,19%	7,56%	11,96%	10,49%	9,42%

Figur 13 : Resultatgrad



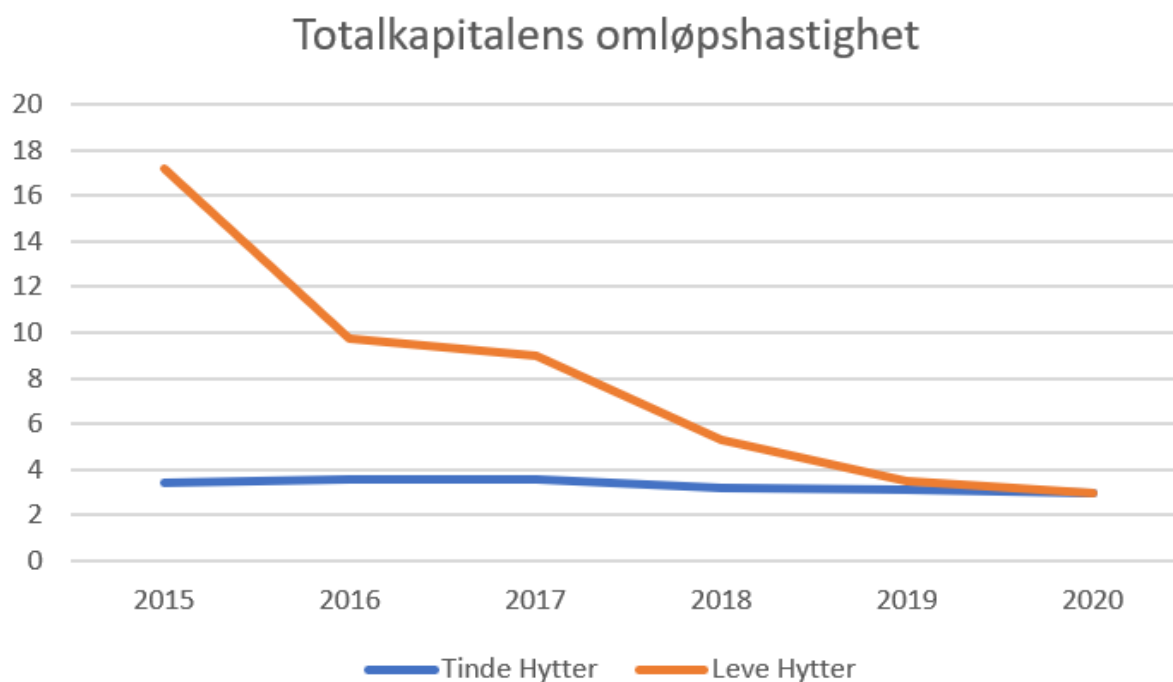
Dersom en ser hele perioden under ett, ser vi at utviklingen i resultatgraden for de to bedriftene har vært svært ulik. Tinde Hytter har en dobling av resultatgraden sin i perioden, hvor de går fra 5,6% til 10,56%, mens Leve Hytter opplever nesten ingen svingninger i resultatgraden. Et fall i resultat for Leve Hytter i 2018 gjenspeiles i resultatgraden, samtidig som Leve Hytter hadde et betraktelig fall i anleggsmidler samme år. Den betydelige økningen Tinde Hytter opplevde fra 2015 til 2018 skyldes at samtlige resultatposter har økt relativt sett. Ved utgangen av 2020 er resultatgraden til Tinde Hytter vesentlig bedre enn hos konkurrenten.

4.5.4 Totalkapitalens omløpshastighet

Tabell 14 : Sammenligning av totalkapitalens omløpshastighet

Totalkapitalens omløpshastighet						
År	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tinde Hytter	3,38	3,6	3,59	3,17	3,13	2,94
Leve Hytter AS	17,2	9,74	9,0	5,31	3,5	3
Differanse	(13,82)	(6,14)	(5,41)	(2,14)	(0,37)	(0,06)

Figur 14 : Totalkapitalens omløpshastighet



Av tabellen og figuren kan vi se at Tinde Hytters totale omløpshastighet har vært relativt jevn hele perioden, mens Leve Hytter har hatt en synkende utvikling. Likevel har Leve Hytter AS hatt en gjennomgående høyere omløpshastighet på totalkapitalen i perioden, noe som vil si at de har vært bedre til å generere inntekter fra kapitalen.

4.6 Strategisk analyse

For å kunne komme med mulige forklaringsfaktorer for lønnsomhetsutviklingen til Tinde Hytter, så vil vi supplere regnskapsanalysen med en strategisk analyse. Vi vil først gjennomføre en SWOT-analyse. Her vil det fokuseres på hvilke interne styrker og svakheter bedriften har, samt eksterne muligheter og trusler som påvirker konkurransebildet. I utarbeidelsen av den eksterne delen av SWOT-analysen vil vi inkludere en PESTEL-analyse. Den strategiske analysen er basert på informasjon fra intervjuet med daglig leder i Tinde Hytter, samt egen refleksjon basert på informasjon fra andre kilder.

4.6.1 SWOT-analyse

4.6.1.1 Styrker (Strengths)

Med styrkene til Tinde Hytter menes de interne faktorene som gir bedriften en fordel i konkurransen med andre bedrifter. Det er viktig for bedriften å være klar over hvilke konkurransefortrinn de har, og hvordan de kan utnytte disse på best mulig måte.

En av de viktigste styrkene til Tinde Hytter er den såkalte «Tinde-kvaliteten». Denne går ut på at de leverer nøkkelferdige hytter med en totalleveranse av byggesett, snekkere, rørleggere mv., slik at kunden kun trenger å forholde seg til ett kontaktpunkt. Dette vil gjøre det enkelt og ryddig for kunden gjennom hele byggeprosessen, og vil derfor være et klart konkurransefortrinn Tinde Hytter har overfor flere av sine konkurrenter.

I tillegg til den totalleveransen Tinde Hytter har, så peker daglig leder på fleksibilitet og tilpasningsdyktighet som en viktig styrke. Tinde Hytter har kontroll på hele verdikjeden – alt fra salg, tegning, prosjektering og bygging. Flexibiliteten og tilpasningsdyktigheten til ulike løsninger bidrar til at bedriften kan tilpasse seg kundens ønsker. Dette vil gi fornøyde kunder (høy kundetilfredshet), og følgelig god omtale som kan bidra til å styrke posisjonen til bedriften i markedet.

Tinde Hytter har lojale og dyktige ansatte som innehar mye kompetanse på området. Daglig leder nevner trivsel, stolthet og delaktighet som faktorer som har bidratt til at de ansatte er lojale. Dette har blant annet resultert i lavt sykefravær, noe som er generelt positivt for bedriften. I tillegg opererer Tinde Hytter med en LEAN-tankegang, hvor ledere og medarbeidere samler seg om mål og jobber sammen over tid for å nå disse. Dette gjør at de ansatte får en følelse av delaktighet, noe som gir anerkjennelse og en følelse av stolthet over å

få være en del av teamet. En LEAN-tankegang handler også om smidigere prosesser, som vil føre til bedre flyt og mindre sløsing i organisasjonen. Flere av de ansatte i Tinde Hytter har vært med på utviklingen i over 20 år, og bedriften har derfor mange som sitter på unik kunnskap som er vanskelig å kopiere. Faktorene nevnt over styrker Tinde Hytter som bedrift, og gir dem et fortrinn overfor konkurrentene.

En annen styrke ved Tinde Hytter er at de gjennomgående har hatt en trygg, sikker og tett resultatoppfølging. Dette har bidratt til at de har hatt gode styringstall hele veien, noe som har gitt dem muligheten til å ta grep tidlig. I den usikre perioden i forbindelse med koronapandemien jobbet Tinde Hytter med å tidlig få kunnskap og oversikt over alt som var av aktivitet, slik at de ikke tok feil beslutninger. De rapporterte nøkkeltall flere ganger i uken, i flere måneder. Dette ga dem en trygghet til å hevde at det var et marked, tross nedstengningen og usikkerheten. Det at Tinde Hytter lyktes tidlig med å få oversikt over situasjonen, gjorde at de fikk et tydelig konkurransefortrinn overfor konkurrentene sine. Dette nevner daglig leder som en faktor til at de har klart å ta større markedsandeler den siste perioden. De var med andre ord proaktive og tok stilling til hvordan de skulle håndtere situasjonen, i motsetning til flere konkurrenter som så problemer fremfor muligheter.

Alle de ovennevnte faktorene har bidratt til en positiv utvikling i lønnsomheten hos Tinde Hytter. Bedriften har de siste årene hatt en sterkere utvikling enn markedet. Dette har ført til at de har tatt større markedsandeler de siste 4-5 årene, og bedriften ser fortsatt muligheter til å fortsette denne gode trenden.

4.6.1.2 Svakheter (Weaknesses)

Det vil være viktig for en bedrift å være klar over sine svakheter, slik at man vet på hvilke områder det finnes rom for forbedringer. Ved å rette fokus på svakhetene man har, kan man lettere sette seg mål for å forbedre disse, slik at de kan gjøres om til muligheter og videre om til styrker.

Som nevnt tidligere kan fleksibiliteten og tilpasningsdyktigheten til Tinde Hytter ses på som en styrke. Samtidig kan denne styrken medføre utfordringer for bedriften dersom man strekker seg for langt for å oppfylle kundens ønsker. Tilpasningene kan føre til krevende endringer, som krever både mer tid og ressurser, som igjen kan svekke lønnsomheten til ulike prosjekter. På denne måten kan fleksibiliteten og tilpasningsdyktigheten også ses på som en svakhet.

Spesialkompetansen til enkeltansatte i bedriften utgjør både en intern styrke og en intern svakhet for Tinde Hytter. Det er som nevnt flere enkeltpersoner i bedriften som besitter unik kompetanse. Dersom denne kompetansen forsvinner, kan det føre til at bedriften settes i en mer sårbar situasjon.

I intervjuet kom det frem at en annen svakhet ved Tinde Hytter er at merkevaren ikke har vært godt nok kjent utenfor kjerneområdet. Dette kan ha medført at potensielle kunder istedenfor har gått til konkurrenten. Merkevaren er imidlertid et område Tinde Hytter har jobbet mer med, men i intervjuet presiseres det at det fremdeles foreligger forbedringspotensialer for å gjøre seg bedre kjent i markedet.

4.6.1.3 Muligheter (Opportunities)

En av de største mulighetene Tinde Hytter har fremover er å kombinere tomter og hytter. Tinde som konsern har i tillegg til Tinde Hytter også et tomteselskap; Tinde Utvikling. Et samarbeid mellom de to datterselskapene vil gi rom for enda større samspill og styrke i tiden fremover. Slik kan de styre utviklingen litt mer selv, og se gode muligheter til å vokse og øke lønnsomheten. Dette er en strategi som vil gi Tinde Hytter et klart fortrinn overfor konkurrentene, og som vil kunne hjelpe bedriften til å kapre enda større markedsandeler.

I tillegg investerte Tinde-konsernet i et stort næringsbygg på Vinstra i 2021. Tidligere har produksjonen av hytter foregått i tre ulike lokaler, mens nå samles all produksjon til ett lokale. Valget om å flytte all produksjon til Vinstra vil være med på å gi Tinde Hytter muligheter fremover, deriblant muligheter for vekst, sier daglig leder i intervjuet. Flytting til nye lokaler vil gi økt kapasitet, en mer effektivisert og automatisert produksjon, flere arbeidsplasser, m.m. Dette vil være svært gunstig for Tinde Hytter dersom de kaprer større markedsandeler og fortsetter den gode utviklingen i tiden fremover.

4.6.1.4 Trusler (Threats)

Hyttemarkedet har de siste årene nådd nye høyder. Dette har resultert i et godt marked som har gitt gode muligheter for nyetableringer, noe som kan utgjøre en trussel for Tinde Hytter av flere grunner.

For det første vil nyetablerte bedrifter være med på å forstyrre markedet, både med tanke på pris, kvalitet og oppfølging av lovverk. Slike bedrifter har ofte en mer kortsiktig strategi, og kan av den grunn være noe mer «på kanten» enn mer seriøse aktører som har tenkt å overleve

lenge. For det andre er det flere enn bare rene hytteprodusenter som ønsker å ta del i markedet. Grunnet god og stabil vekst over flere år, ser man at også boligprodusenter tar del i konkurransen. Dette har ført til at konkurransesituasjonen har blitt tøffere og mer utfordrende for allerede godt etablerte aktører.

Tinde Hytter driver hyttebygging i flere regioner. Den største trusselen vil ikke nødvendigvis være de største aktørene med den sterkeste merkevaren, men de lokale bedriftene som har god forankring hos lokalbefolkningen. De lokale bedriftene kan ha en fordel ved at de kjenner markedet og befolkningen godt, noe som kan gjøre det vanskeligere for andre bedrifter å ta markedsandeler.

4.6.2 PESTEL

Som nevnt vil vi inkludere en PESTEL-analyse for å gi et mer fullstendig bilde av forhold i makroomgivelsene som har og har hatt betydning for bransjen. For Tinde Hytter vil både politiske, økonomiske, sosiokulturelle, teknologiske, miljømessige og juridiske faktorer ha en innvirkning på virksomheten.

4.6.2.1 Politiske og juridiske faktorer

Vi har valgt å betrakte politiske og juridiske forhold som ett element i denne analysen, da disse faktorene ofte vil flyte over i hverandre. Politiske faktorer har stor påvirkningskraft på bedriftene i Norge. Norsk politikk og lovgivning er kjennetegnet av en viss stabilitet, noe som skaper forutsigbarhet for aktørene i næringslivet.

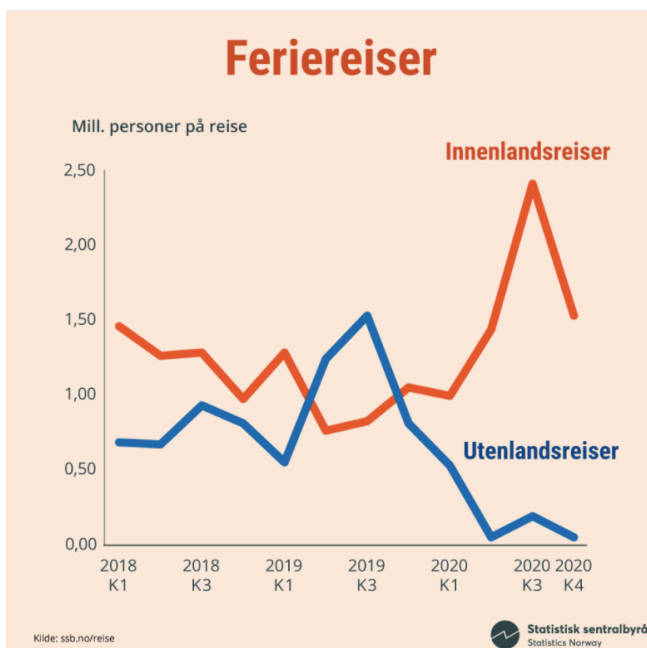
Skatte- og avgiftspolitik

Skatt- og avgiftspolitik er nesten kontinuerlig på den politiske agendaen, og har stor betydning for aktører i næringslivet. I 2021 fikk Norge en ny regjering, hvor vi gikk fra en “blå” regjering til en “rødgrønn” regjering. Den rødgrønne regjeringen har gjort endringer i skattepolitikken, som blant annet har resultert til økte skatt- og avgiftssatser både for norske innbyggere og for næringslivet. Dette er en politisk faktor som har en viss påvirkningskraft på atferden til kundene som ønsker å kjøpe hytter, i tillegg til at det kan påvirke beslutningene til aktørene i hyttemarkedet.

Stengte grenser

En annen politisk faktor som har påvirket hyttemarkedet de siste årene er blant annet det at myndighetene stengte grensene i forbindelse med koronapandemien. Det ble gitt oppfordringer om å holde seg hjemme, og å unngå unødvendige reiser. Antall innenlandsreiser har skutt til værs, og norgesferie er mer populært enn noen gang. Ifølge SSB ble mer enn en av fem ferier eller feriereiser i 2020 lagt til fjellturer (Tuv, N., Fredriksen, N. og Rydjord, M., 2021). Dette har, og vil påvirke hyttemarkedet i tiden fremover, da det kan se ut til at pandemien har bidratt til endringer i holdninger knyttet til det å feriere i Norges land.

Figur 15 : Feriereiser



4.6.2.2 Økonomiske faktorer

Det vil være viktig å fokusere på den makroøkonomiske utviklingen i samfunnet, da endringer i økonomiske faktorer kan gi ringvirkninger til både tilbud og etterspørselen i markedet. Dette vil følgelig kunne gi både muligheter og problemer for aktørene i markedet.

Rentenivå

Rentenivået i Norge er en økonomisk faktor som påvirker Tinde Hytter og hyttebransjen som helhet. For å redusere de negative effektene pandemien hadde, så satte myndighetene styringsrenten ned til 0% fra mai 2020. Den lave renta har bidratt til å stimulere økonomien, og har blant annet gjort det billigere for bedrifter å gjøre investeringer. På denne måten kan lønnsomme bedrifter skape positive ringvirkninger i økonomien.

I tillegg har en lav rente påvirket privatøkonomien til den norske befolkningen. Det har blitt gunstigere å ta opp lån, og kjøpekraften har gått opp. Dette er en faktor som kan ha bidratt positivt til hyttemarkedet, da flere har valgt å investere i fritidsboliger innenlands. I starten av 2022 ligger rentenivået på 0,5%. Rentenivået er fortsatt lavt, og dette vil påvirke Tinde Hytter og hyttemarkedet i sin helhet på en positiv måte. Sentralbanksjefen har imidlertid hintet relativt kraftig om 4-5 renteøkninger inneværende år. Dette vil kunne påvirke Tinde Hytter negativt i tiden fremover.

Økt sparing

Grunnet den usikre perioden som har fulgt med pandemien, så har nordmenn fått opp øynene for viktigheten av å ha kontroll og oversikt over egen økonomi. Ifølge SSB sparte husholdningene totalt 257 milliarder kroner i 2020. Dette er en markant økning fra tidligere år, og henger sammen med at konsumet i husholdningene har falt kraftig. I tillegg til økt sparing, har en lav rente gjort at det har lønnet seg å investere pengene i noe istedenfor å ha de stående i banken. Dette kan også være en faktor som har gjort at flere har valgt å investere pengene sine i fritidsboliger.

Økt pris på råvarer

Grunnet produksjonsutfordringer og høy etterspørsel, har prisen på byggevarer og andre råvarer økt den siste tiden. Dette har påvirket Tinde Hytter både i 2020, 2021 og 2022. Prisøkningen har ført til en ganske kraftig kostnadsøkning for bedriftene. Problemene er globale, og det er ikke mye som tilsier at det vil skje en prisnedgang med det første.

Forsinkelser i levering

I 2021 la Tinde Hytter merke til en av mange senvirkninger koronapandemien vil ha. Dette er knyttet opp mot at leveringsevnen av varer har blitt dårligere. Utfordringen med levering av ulike komponenter skyldes blant annet at det er vanskelig å få tak i båter og containere til å transportere varene. Dette vil få store følger for samtlige aktører i markedet, da det er flere ledd i byggeprosessen som preges av disse leveringsvanskene.

4.6.2.3 Teknologiske faktorer

Det er ingen tvil om at teknologi har påvirket, og vil påvirke næringslivet i tiden fremover. Fokus på teknologisk utvikling vil derfor være viktig å implementere i bedriftens strategi og byggeprosess, både for å holde oppe med konkurrentene og fordi teknologi kan åpne opp for nye muligheter.

Å være med på den teknologiske utviklingen vil kunne åpne opp for utvikling av blant annet nye byggeløsninger i hyttemarkedet. Dette kan sikre bedre kostnadseffektivitet, som igjen kan hjelpe bedriften med å opprettholde en konkurransedyktig pris. I tillegg til å bidra til mer kostnadseffektive løsninger, så har teknologien åpnet opp for at møter kan holdes gjennom digitale plattformer istedenfor at man må være fysisk tilstede.

Tinde Hytter har hatt en gradvis teknologisk utvikling over flere år. I 2017–2018 gjorde de et stort teknologisk fremskritt, hvor de tok i bruk blant annet Superoffice som digitaliserte alle dokumenter. I tillegg kjørte bedriften opplæring og kurs i alle nye digitale programmer, slik at samtlige ansatte mestret dette godt. Dette gjorde det lettere for ansatte i bedriften å ha en fleksibel arbeidshverdag. At Tinde Hytter var tidlig ute med den teknologiske utviklingen, gjorde at de lå et steg fremfor konkurrentene sine i tiden etter mars 2020, da mange ble pålagt å være på hjemmekontor. Daglig leder nevner i intervjuet at teknologien har vært med på å effektivisere mye, spesielt i forhold til prosjekter og møter.

4.6.2.4 Miljømessige faktorer

Miljømessige forhold handler om hvilke klima- og miljøhensyn som påvirker bedriften og kundene bedriften har. Disse forholdene vil være sentrale å implementere i en bedrifts strategi, da det kan være avgjørende for om bedriften har en lønnsom utvikling eller ikke. Miljøengasjementet blant befolkningen har økt, og bærekraft og fokus på miljøet vil stå mer sentralt i blant annet valget av hytteprodusenter. Det vil derfor være viktig for enhver bedrift å være med på den bærekraftige utviklingen, for å kunne se muligheter og utfordringer som kommer med det økende fokuset på klima.

Økt naturvern

Hyttebransjen vil være preget av økt naturvern. Det blir stadig flere miljøverntiltak som påvirker bedriftene, inkludert freding av naturreservater som hindrer utbygging i flere områder.

Tinde Hytter ønsker å minimalisere sitt økologiske avtrykk i verdikjeden. Den teknologiske utviklingen har bidratt noe til dette, blant annet ved å digitalisere alle dokumenter og benytte seg av digitale møter istedenfor å reise lange avstander for å avholde fysiske møter. I tillegg benytter bedriften seg av lokale leverandører av trevarer, slik at transporten av trelast er kortere. Når det kommer til selve hyttebyggingen tilbyr de både fjernvarme og søppelsortering i sine hytter. Daglig leder nevner at Tinde Hytter ikke har kommet langt nok med fokuset på bærekraft ennå. De har imidlertid flere prosjekter på gang, og bærekraft er noe Tinde Hytter kommer til å sette mer fokus på i tiden fremover.

Figur 16 : SWOT - analyse

Internt	Styrker <ul style="list-style-type: none">• Totalleveransen• Fleksibilitet og tilpasningsdyktighet• Lojale og dyktige ansatte• Tett resultatoppfølging• Fokus på bærekraft	Svakheter <ul style="list-style-type: none">• Fleksibilitet og tilpasningsdyktighet• Spesialkompetansen til enkeltansatte• Merkevarer
	Muligheter <ul style="list-style-type: none">• Kombinere tomter og hytter• Flytting av produksjonen til ett lokale• Teknologisk utvikling	Trusler <ul style="list-style-type: none">• Sterkere konkurranse• Nyetableringer som forstyrrer markedet• Covid-19 og senvirkninger
Eksternt		

5.0 Konklusjon

Avslutningsvis vil vi i dette kapittelet besvare problemstillingen vår: “Hvordan har lønnsomheten til Tinde Hytter AS utviklet seg fra 2015 til 2020, og hvilke faktorer kan ha påvirket denne utviklingen?”.

Sett under ett har utviklingen til Tinde Hytter AS vært positiv i hele perioden vi har analysert. På grunn av koronapandemien har etterspørselen etter hytter økt betraktelig de siste årene og analysen bærer preg av dette. I nøkkeltallsanalysen ble fire sentrale forhold analysert; finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet.

Nøkkeltallene for finansiering viser at finansieringsgrad 1 er under 100% i hele perioden, og er dermed tilfredsstillende. For bedriften innebærer dette at de har finansiert anleggsmidlene samt deler av omløpsmidlene med langsiktig kapital. Arbeidskapitalen forteller oss om bedriften er likvid. Tinde Hytter AS har en positiv arbeidskapital, noe som er tilfredsstillende.

Nøkkeltallene for likviditet er tilfredsstillende. Vi har analysert både likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2. Likviditetsgrad 1 har variert noe i perioden, men holdt seg over 1 til enhver tid. Normtallet for nøkkeltallet er imidlertid 2, og det er dermed muligheter for forbedring. Likviditetsgrad 2 er synkende i perioden, men stiger til 1,11 i 2020, noe som er tilfredsstillende.

Nøkkeltallene for bedriftens soliditet viser at soliditeten har vært relativt stabil gjennom hele perioden og er tilfredsstillende. Både egenkapitalandelen og gjeldsgraden har en relativt flat utvikling, med små unntak i enkelte år. Egenkapitalen påvirkes av økningen av totalkapitalen, mens endringen i gjeldsgraden påvirkes av den relative endringen i egenkapital og gjeld.

Hovedfokuset i oppgaven er analyse av bedriftens lønnsomhet, og dette er derfor belyst av flere nøkkeltall. Dette er gjort for å få bedre oversikt over hvordan lønnsomheten har utviklet seg i perioden og ikke minst for å få innsikt i hva som driver lønnsomheten. Samlet sett er bruttofortjenesten i % stigende i perioden, noe som isolert sett er positivt med tanke på at bedriften har vokst betydelig. Totalkapitalrentabiliteten var stigende i starten av perioden, og synkende mot slutten av perioden. Dette skyldes at den gjennomsnittlige totalkapitalen har økt relativt mer enn driftsresultatet fra 2018. En sammenligning av resultatgrad og

total kapitalrentabiliteten viser tydelig samme utvikling. Dette tyder på at endringen i total kapitalrentabiliteten i stor grad forklares ut fra endringen i resultatgrad, fremfor total kapitalens omløpshastighet. Sett under ett kan vi derfor si at lønnsomheten gjennomgående har vært veldig god i perioden.

I oppgaven er det foretatt en sammenligning av lønnsomheten til Tinde Hytter AS og Leve Hytter AS. Her fant vi at Tinde Hytter AS i hele perioden har høyere bruttofortjeneste enn Leve Hytter AS. Ved sammenligning av ROI for henholdsvis Tinde Hytter og Leve Hytter ser vi at det var en vesentlig forskjell ved starten av perioden. Jevnt over har Leve Hytter hatt en synkende total kapitalrentabilitet, mens Tinde Hytter startet med økning og deretter hadde de en liten nedgang. Ved total kapitalrentabilitet som lønnsomhetsmål ser vi at Leve Hytter var den mest lønnsomme bedriften fram til 2018, hvor bedriftene videre sammenfaller i stor grad. Dersom en ser hele perioden under ett, ser vi at utviklingen i resultatgraden for de to bedriften har vært svært ulik. Tinde Hytter har en dobling av resultatgraden sin i perioden, mens Leve Hytter har en relativt stabil resultatgrad. Omløpshastigheten for total kapitalen til Tinde Hytter har vært relativt jevn hele perioden, mens Leve Hytter har hatt en sterkt synkende utvikling. Likevel har Leve Hytter AS hatt en gjennomgående høyere omløpshastighet på total kapitalen i perioden, noe som vil si at de har vært bedre til å generere inntekter fra kapitalen.

Hovedfunnene i SWOT-analysen viser blant annet at Tinde Hytter AS er en kvalitetsbevisst aktør med kontroll på hele verdikjeden. Bedriftens styrker ligger dermed i kompetansen til de ansatte, tilpasningsmulighetene og den tette resultatoppfølgingen. Svakheterne til bedriften henger sammen med styrkene. For selv om bedriften på den ene siden er opptatt av å møte kundenes behov og gi kundene det de ønsker, kan dette medføre ekstra kostnader og utfordringer. Spesialkompetanse blant enkelte ansatte er også en svakhet til bedriften. Muligheten til Tinde Hytter AS baserer seg hovedsakelig på kombinerende av tomter og hytter. Et samarbeid mellom to datterselskap i Tinde-konsernet vil kunne gi gode muligheter for vekst. Som et resultat av den store veksten i etterspørselen etter hytter har flere aktører startet opp virksomheter. Disse nyetablerte bedriftene er trusler for Tinde Hytter AS.

Det kan ikke utelukkes at det finnes momenter vi har oversett, som kan påvirke funnene og konklusjonen. Analysen som er gjennomført er basert på regnskapstall og intervju med daglig leder, supplert med andre aktuelle informasjonskilder som har vært relevante for besvarelsen.

Litteraturliste

Feratovic, L. og Hollum, J. (2021) *Hytteprisene har steget 12,6 prosent hittil i år – dette er den dyreste hyttekommunen*. Tilgjengelig fra:

<https://www.dn.no/eiendom/hyttemarkedet/hyttepriser/eiendom-norge/hytteprisene-har-steget-126-prosent-hittil-i-ar-dette-er-den-dyreste-hyttekommunen/2-1-1026649> (Hentet: 23.februar 2022).

Fjeldstad, Ø. og Lunnan, R. (2018) *Strategi*, 2.utgave. Bergen: Fagbokforlaget

Hytteavisen (2022) *Tinde Hytter AS - det beste fra norsk hyttekultur*. Tilgjengelig fra:

<https://www.hytteavisen.no/tinde-hytter-as-det-beste-fra-norsk-hyttekultur.6006295-51010.html> (Hentet: 23.februar 2022).

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

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

Løtveit, H. (2022). *Venter betydelig fall i hyttemarkedet*. Tilgjengelig fra:

<https://www.abcnyheter.no/hus-hjem-og-hage/2022/01/13/195816357/venter-betydelig-fall-i-hyttemarkedet> (Hentet: 23.februar 2022).

Resvoll, A. (2021). *Hyttemeglere venter nytt toppår: – Det er stor betalingsvilje*. Tilgjengelig fra: <https://e24.no/privatoekonomi/i/z7VkJr/hyttemeglere-venter-nytt-toppar-det-er-stor-betalingsvilje> (Hentet: 23.februar 2022).

Tuv, N., Fredriksen, N. og Rydjord, M. (2021). *Koronaåret i 10 grafer*. Tilgjengelig fra:

<https://www.ssb.no/helse/artikler-og-publikasjoner/koronaaret-i-10-grafer> (Hentet: 01.mars 2022).

Tinde Hytter (2022). Tilgjengelig fra: <https://www.tindehytter.no/> (Hentet: 23.februar 2022).

