

Henrik Skorpe Skjolden  
Lars Tallerud  
Vegard Bostad  
Petter Holm Bogfjellmo

# Lønnsomhetsanalyse av Trondheim Kino AS

Profitability analysis of Trondheim Kino AS

Bacheloroppgave i Økonomi og administrasjon  
Veileder: Tor-Eirik Olsen  
April 2023



Henrik Skorpe Skjolden  
Lars Tallerud  
Vegard Bostad  
Petter Holm Bogfjellmo

# **Lønnsomhetsanalyse av Trondheim Kino AS**

Profitability analysis of Trondheim Kino AS

Bacheloroppgave i Økonomi og administrasjon  
Veileder: Tor-Eirik Olsen  
April 2023

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for økonomi  
NTNU Handelshøyskolen



**NTNU**

Kunnskap for en bedre verden



## Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttende del av vår bachelor i økonomi og administrasjon ved NTNU Handelshøyskolen i Trondheim. Dette er en obligatorisk oppgave innenfor vår spesialisering innen Økonomisk Styring.

Vi har valgt å gjennomføre en lønnsomhetsanalyse av Trondheim Kino AS i perioden 2018-2021. Vi har sett på regnskapstall og analysert sentrale nøkkeltall, og benchmarket lønnsomheten mot to andre sentrale aktører i samme bransje. I tillegg har vi utvidet oppgaven med en SWOT-analyse. Dette har vært en ypperlig mulighet til å la tverrfaglig kompetanse komme ut i praksis.

Vi vil gi en stor takk til vår veileder Tor-Eirik Olsen for glimrende tilgjengelighet, oppfølging og konstruktiv kritikk dette året. Dette har virkelig bidratt til å styrke vår analyse ytterligere.

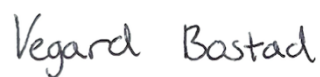
Innholdet i denne oppgaven står for forfatterens regning.

Trondheim, 25.04.2023



---

Henrik Skorpe Skjolden



---

Vegard Bostad



---

Lars Tallerud



---

Petter Holm Bogfjellmo

## Sammendrag

I denne bacheloroppgaven har vi gjennomført en lønnsomhetsanalyse av Trondheim Kino AS i perioden 2018-2021. Vi har i tillegg gjennomført en strategisk analyse for å forklare utviklingen i lønnsomheten og gi oppgaven mer tyngde. Kinobransjen har de siste årene vært sterkt preget av koronapandemien. Diverse restriksjoner har ført til dårligere utnyttelse av tilgjengelig kapasitet og flere populære filmer har blitt satt på vent, som en følge av pandemien. I slike tider blir det desto vanskeligere å drive lønnsomt. Av den grunn har vi valgt sentrale nøkkeltall innenfor finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet for å forklare den økonomiske utviklingen i perioden.

For å få et mer helhetlig bilde av den økonomiske situasjonen til Trondheim kino AS, har vi også valgt å gjøre en Benchmark med Bergen kino og Kristiansand kino. I perioden 2018-2021 er de to første årene å kjennetegne som “vanlige” år, mens de siste er svært preget av pandemi. Dette ser vi særlig i overgangen fra 2019 til 2020, der omsetningen falt betraktelig. Omsetningsfallet gjorde at resultat før skatt i 2020 ble negativt og lønnsomheten det samme året var veldig dårlig. Allerede i 2021 ser vi at lønnsomheten har tatt seg opp igjen, og man skal ikke se bort ifra at lønnsomheten vil være tilbake på “gamle nivåer” allerede i 2022.

## **Abstract**

In this thesis, we have conducted a profitability analysis of Trondheim Kino AS in the time period 2018-2021. In addition, we have conducted a strategic analysis to explain the development in profitability. In recent years, the cinema industry has been heavily affected by the pandemic. Various restrictions have led to poorer utilization of available capacity and several popular movies have been put on hold due to the pandemic. In such times, it becomes more difficult to run profitably. For that reason, we have chosen central financial key figures within financing, liquidity, solvency, and profitability to explain the economic development in the period.

In order to get a better understanding of the profitability of Trondheim kino AS, we have chosen to do a benchmark with Bergen kino and Kristiansand kino. In the period 2018-2021, the first two years can be characterized as "normal" years, while the last two are heavily impacted by the pandemic. We see this in the transition from 2019 to 2020, where the sales fell considerably. The drop in sales led to a negative result before taxes in 2020, and the profitability the same year was very poor. However, already in 2021, we see that the profitability has picked up again, and one should not ignore the fact that the profitability will be back to "old levels" as early as 2022.

# INNHOILDSFORTEGNELSE

<b>1.0 Innledning .....</b>	<b>1</b>
1.1 Presentasjon av bedriften .....	1
1.2 Tema og Problemstilling.....	1
<b>2.0 Teori.....</b>	<b>3</b>
2.1 Regnskapsanalyse .....	3
2.1.1 Finansiering .....	3
2.1.2 Likviditet .....	4
2.1.3 Soliditet.....	5
2.1.4 Lønnsomhet .....	6
2.2 Strategisk teori.....	10
2.2.1 SWOT-analyse .....	11
<b>3.0 Metode .....</b>	<b>12</b>
3.1 Undersøkellesdesign.....	12
3.2 Valg av datamaterialet.....	12
3.3 Validitet og reliabilitet.....	13
<b>4.0 Analyse og diskusjon.....</b>	<b>15</b>
4.1 Regnskapsanalyse .....	15
4.1.1 Hovedtrekk .....	15
4.1.2 Finansiering .....	18
4.1.3 Likviditet .....	20
4.1.4 Soliditet.....	22
4.1.5 Lønnsomhet .....	24
4.2 Benchmark .....	29
4.2.1 TKR (Totalkapitalrentabilitet).....	30
4.2.2 Resultatgrad.....	31
4.2.3 Totalkapitalens omløpshastighet .....	32
4.2.4 Egenkapitalrentabilitet før skatt .....	33
4.3 SWOT-analyse.....	33



4.3.1 Styrker .....	35
4.3.2 Svakheter .....	37
4.3.3 Muligheter .....	38
4.3.4 Trusler.....	39
<b>5.0 Konklusjon.....</b>	<b>42</b>
<b>6.0 Kilder .....</b>	<b>44</b>

## Figurliste

Figur 1: Oversikt over driftsresultat (Alle tall i hele 1000).....	15
Figur 2: Balansen.....	17
Figur 3: Grafisk framstilling av finansieringsgrad 1 i perioden.....	18
Figur 4: Grafisk framstilling av Arbeidskapital i perioden (Alle tall i hele 1000).....	19
Figur 5: Grafisk framstilling av Likviditetsgrad 1 i perioden.....	21
Figur 6: Grafisk framstilling av Egenkapitalandelen i perioden.....	22
Figur 7: Grafisk framstilling av Gjeldsgrad i perioden.....	23
Figur 8: Grafisk framstilling av Driftsmargin i perioden.....	24
Figur 9: Grafisk framstilling av Egenkapitalrentabilitet før skatt i perioden.....	25
Figur 10: Grafisk framstilling av Totalkapitalrentabilitet i perioden.....	26
Figur 11: Grafisk framstilling av Resultatgrad i perioden.....	27
Figur 12: Grafisk framstilling av Totalkapitalens omløpshastighet i perioden.....	28
Figur 13: Benchmark Totalkapitalrentabilitet.....	30
Figur 14: Benchmark Resultatgrad.....	31
Figur 15: Benchmark Totalkapitalens omløpshastighet.....	32
Figur 16: Benchmark Egenkapitalrentabilitet før skatt.....	33

## Tabelloversikt

Tabell 1: SWOT-Matrise.....	11
Tabell 2: Resultatregnskap (Alle tall i hele 1000).....	16
Tabell 3: Andel av totale driftsinntekter og driftskostnader.....	16
Tabell 4: Balansen (Alle tall i hele 1000).....	17
Tabell 5: Regnskapstall til Finansieringsgrad 1 (Alle tall i hele 1000).....	19
Tabell 6: Regnskapstall til Arbeidskapital (Alle tall i hele 1000).....	20
Tabell 7: Regnskapstall til Likviditetsgrad 1 (Alle tall i hele 1000).....	21
Tabell 8: Regnskapstall til Egenkapitalandel (Alle tall i hele 1000).....	22
Tabell 9: Regnskapstall til Gjeldsgrad (Alle tall i hele 1000).....	23

Tabell 10: Regnskapstall til Driftsmargin (Alle tall i hele 1000).....	24
Tabell 11: Regnskapstall til Egenkapitalrentabilitet .....	25
Tabell 12: Regnskapstall til Totalkapitalrentabilitet (Alle tall i hele 1000).....	26
Tabell 13: Regnskapstall til Resultatgrad (Alle tall i hele 1000) .....	28
Tabell 14: Regnskapstall til Totalkapitalens omløpshastighet.....	29
Tabell 15: SWOT Trondheim Kino .....	35

## 1.0 INNLEDNING

### 1.1 PRESENTASJON AV BEDRIFTEN

Trondheim Kino er Midt-Norges største kultur- og underholdningsarena med om lag 850 000 besøkende på årlig basis (Trondheim Kino, 2023). Dette fordelt på 2 kinosentre i Trondheim sentrum (Nova og Prinsen), i tillegg til Kimen Kulturhus i Stjørdal. Selskapet Trondheim Kino AS ble etablert i 1999 og er heleid av Trondheim kommune. Fordelt på 22 saler har Trondheim Kino som formål å drive kinovirksomhet, der de skal tilby publikum et bredt og kvalitetsmessig filmprogram. Deres visjon er å tilby publikum “en større opplevelse”, der kjerneverdiene; vennlighet, engasjement, kompetanse og trygghet ligger til grunn for alt de gjør (Trondheim Kino, 2023).

I 2011 ble Trondheim Kino AS den første kinovirksomheten sertifisert som miljøfyrtårn. De skal tilby “ren underholdning” på alle områder, og skal framstå som et miljøvennlig underholdningsalternativ. I tillegg til å være en tilbyder av “ren underholdning”, skal Trondheim Kino også påvirke samarbeidspartnere og medarbeidere til å velge “rene” alternativer (Trondheim Kino, 2023).

### 1.2 TEMA OG PROBLEMSTILLING

Film- og underholdningsbransjen er i stadig endring. Trondheim Kino er eneste tilbyder av kinovisning i Trondheim og har dermed ingen direkte konkurrenter i tilstrekkelig nærhet. Diverse streamingtjenester har de siste årene blitt en del av hverdagen for folk flest og flere foretrekker streaming av filmer hjemmefra, framfor å dra på kino. Med det for øyet vil det være viktig for Trondheim Kino å holde seg orientert på hva som beveger seg i film- og kinobransjen, slik at de fortsatt kan levere et konkurransedyktig produkt til forbrukerne.

I denne bacheloroppgaven ønsker vi å se nærmere på hvordan en sentral aktør i Trondheim har klart seg under koronapandemien og hvordan dette har påvirket lønnsomheten deres. En virksomhet som Trondheim Kino er svært sårbar for restriksjoner som fraråder fysisk

kontakt. Følgelig vil det være interessant å se hvordan slike restriksjoner påvirker lønnsomheten til virksomheten. Vi skal dermed gjennomføre en lønnsomhetsanalyse av Trondheim Kino i perioden 2018-2021. Vi har valgt følgende periode for å kunne sammenligne lønnsomheten til bedriften før korona, med hvordan det var i 2020 og 2021 da pandemien herjet. Av den grunn har vi utarbeidet følgende problemstilling:

*«Hvordan har lønnsomheten til Trondheim Kino utviklet seg i perioden 2018-2021, og hva kan være mulige årsaker til denne utviklingen?»*

## 2.0 TEORI

For å kunne svare på problemstillingen vil vi presentere relevant teori knyttet til temaet. Først vil vi presentere hva en regnskapsanalyse er. Deretter går vi inn på de ulike områdene innenfor regnskapsanalyse og viser til relevante nøkkeltall innenfor hvert område. Til slutt vil vi også ta for oss en strategisk del hvor fokus rettes mot en SWOT-analyse, for å prøve å kartlegge underliggende årsaker til utviklingen.

### 2.1 REGNSKAPSANALYSE

Regnskapsanalyse er en systematisk bearbeidelse av regnskapsdata, der man ønsker å kartlegge en bedrifts økonomiske situasjon og utvikling (Kristoffersen, 2019). En slik analyse kan gjennomføres både horisontalt og vertikalt, der man ved beregning av nøkkeltall kan måle bedriftens økonomiske tilstand. Horisontal regnskapsanalyse går ut på å sammenligne regnskapsposter over tid, fra år til år. I en vertikal analyse ser man på hver regnskapspost i forhold til en bestemt regnskapspost som benyttes som grunnlag. Dette betyr at man for eksempel setter salgsinntekt som 100 %, og beregner de andre regnskapspostene i prosent av salgsinntektene. Vi vil i det følgende fokusere på utvalgte nøkkeltall innenfor finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet.

#### 2.1.1 FINANSIERING

Med finansiering menes at man trenger kapital både til den daglige driften og til å gjøre nødvendige investeringer (Kristoffersen, 2019). Dette gjelder både anskaffelse og anvendelse av kapital. Da kan man vite om eiendelene er finansiert med langsiktig eller kortsiktig kapital. Langsiktig kapital er langsiktig gjeld og egenkapital, mens kortsiktig kapital er den kortsiktige gjelden. Generelt bør langsiktige eiendeler være finansiert med langsiktig kapital. Videre følger de relevante nøkkeltallene for finansiering, finansieringsgrad 1 og arbeidskapital.

#### 2.1.1.1 FINANSIERINGSGRAD 1

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

Finansieringsgrad 1 sier i hvilken grad anleggsmidlene er finansiert med langsiktig kapital (Langli, 2016). Normalt kreves det at finansieringsgraden bør være lavere enn 1, slik at man ikke finansierer anleggsmidler, som er langsiktige, med kortsiktig kapital. Er finansieringsgrad 1 lavere enn 1 betyr det at noe av omløpsmidlene er finansiert med langsiktig kapital.

#### 2.1.1.2 ARBEIDSKAPITAL

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

Arbeidskapital viser hvor mye av omløpsmidlene som er finansiert med langsiktig kapital, og har derfor betydelig sammenheng med finansieringsgrad 1. Det er ønskelig at arbeidskapitalen er positiv, da dette indikerer at omløpsmidlene er finansiert med langsiktig kapital, noe som gir bedriften bedre muligheter for å overleve krisesituasjoner ettersom kreditorene vil kreve mindre penger på kort sikt (Langli, 2016).

#### 2.1.2 LIKVIDITET

Likviditet sier noe om bedriftens betalingsevne. Dette forteller altså om evnen til å betale forpliktelsene sine på kort sikt og bedriftens kjøpekraft (Kristoffersen, 2019). Likviditet tar for seg deler av bedriften som enkelt kan omsettes, som for eksempel valuta og varelager. Det kan for eksempel oppstå uforutsette problemer eller hendelser som gjør at man trenger likvide midler til å betale regninger på kort sikt. Her er likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2 de to mest sentrale tallene. For å analysere likviditeten i Trondheim Kino AS har vi valgt å

fokusere på likviditetsgrad 1. Vi har valgt å utelate likviditetsgrad 2 da varelageret står for en svært liten del av omløpsmidlene til Trondheim Kino AS.

#### 2.1.2.1 LIKVIDITETSGRAD 1 OG 2

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

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

Likviditetsgrad 1 viser forholdet mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld, og bør være større enn 1 slik at omløpsmidlene også er finansiert med langsiktig kapital, som i tilfellet med arbeidskapital (Langli, 2016). Ifølge Kristoffersen (2019, s. 468) bør likviditetsgrad 1 være større enn 2,0.

Det er også mulig å se på likviditetsgrad 2. I denne formelen er varelageret trukket fra omløpsmidlene, slik at vi ser på de mest likvide omløpsmidlene. Det er viktig å merke seg at likviditetsgrad 2 kan vise en kunstig høy likviditet sammenlignet med likviditetsgrad 1, dersom bedriftens varelager er lite. Dette fordi kravet til likviditetsgrad 2 er mindre strengt, da dette kun bør være større enn 1 (Kristoffersen, 2019, s. 469). For kinobransjen vil dette være relevant da selskapene som driver med kino selger et digitalt produkt, mer enn en fysisk gjenstand som krever lagring. Basert på dette vil denne oppgaven kun se på likviditetsgrad 1 da vi tenker det gir et mer rettviseende bilde på bedriftens situasjon.

#### 2.1.3 SOLIDITET

Soliditet viser i hvilken grad bedriften evner å tåle tap. Dette fordi soliditeten viser forholdet mellom gjeld og egenkapital i bedriften (Kristoffersen, 2019). En høy soliditet innebærer lavere risiko for bedriften, da de har mindre gjeld. Riktignok er det viktig å se på soliditeten over en lengre periode, siden større investeringer kan føre til at man tar opp lån og får



dårligere soliditet uten at det nødvendigvis er en negativ utvikling. Egenkapitalandelen og gjeldsgraden er to sentrale nøkkeltall som kan fortelle noe om soliditeten i bedriften.

#### 2.1.3.1 EGENKAPITALANDEL

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

Egenkapitalandelen viser hvor stor andel av eiendeler som er finansiert med egne midler (Kristoffersen, 2019). Forholdstallet er en god indikasjon på soliditeten, og en større andel gjør bedriften mer rustet til å tåle tap. En egenkapitalandel på over 40% anses å være meget god, ifølge proff.no (2022). En egenkapital på mindre enn kr 100 000 er ansett for å være svak, uansett øvrige tall.

#### 2.1.3.2 GJELDSGRAD

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

Gjeldsgrad viser forholdet mellom kapital som er finansiert av utenforstående og kapital som er finansiert av eierne (Kristoffersen, 2019). Den viser altså forholdet mellom gjeld og egenkapital. Jo lavere gjeldsgraden er, desto mer solid er bedriften.

#### 2.1.4 LØNNSOMHET

Lønnsomhet sier noe om en bedrifts evne til å tjene penger på driften, noe vi i denne oppgaven skal se nærmere på ved anvendelse av en lønnsomhetsanalyse. For å analysere lønnsomheten til en bedrift finnes det en rekke relevante nøkkeltall. Vi har valgt å se på følgende nøkkeltall; totalkapitalrentabilitet, resultatgrad, totalkapitalens omløpshastighet og

egenkapitalrentabilitet før skatt. Ved nærmere analyse av disse nøkkeltallene vil man få en pekepinn på bedriftens evne til å overleve på lang sikt. I oppstartsfasen er det vanlig at lønnsomheten kan være negativ, men hvis den er negativ over lengre tid vil ikke bedriften kunne overleve.

#### 2.1.4.1 DRIFTSMARGIN

$$\text{Driftsmargin} = \frac{\text{Driftsresultat}}{\text{Driftsinntekt}}$$

Driftsmarginen forteller forholdet mellom resultatet og inntektene. Altså hvor mange kroner man går i pluss for hver krone som er omsatt i bedriften. Den tar ikke hensyn til finansielle inntekter eller kostnader hvis man skulle ha gevinst/tap på aksjer, eller renter på lån.

#### 2.1.4.2 EGENKAPITALRENTABILITET

$$\text{Egenkapitalrentabilitet før skatt} = \frac{\text{Ordinært resultat før skatt}}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}}$$

Egenkapitalrentabiliteten (EKR) viser avkastning på eiernes investeringer i bedriften. Dette kan være et viktig tall fordi det kan brukes av investorer for å rangere hvilke bedrifter som gir best avkastning på investeringen, siden tallet angir hvor stor del av resultatet som tilfaller egenkapitalen. I likhet med totalkapitalen bruker vi her gjennomsnittlig egenkapital, da den tar høyde for endringer i løpet av året. Gjennomsnittlig egenkapitalrentabilitet i norske aksjeselskap var 13,6 % i 2017 (Kristoffersen, 2019, s. 455). Vi kan velge å se på denne både før og etter skatt. Egenkapitalrentabiliteten vil være noe bedre før skatt, siden den ikke tar hensyn til skatten, samt at den heller ikke tar hensyn til ekstraordinære poster. Fra eierne sitt perspektiv er egenkapitalrentabilitet etter skatt av større interesse, men vi har valgt å se på egenkapitalrentabilitet før skatt.

### 2.1.4.3 TOTALKAPITALRENTABILITET

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

Total kapitalrentabilitet (TKR), også kjent som return on investment (ROI), måler avkastningen til bedriften basert på den samlede kapitalen som er bundet i bedriften. Dermed vises det hvor effektivt bedriften har forvaltet sine ressurser og skaper resultat ut ifra kapitalen som bedriften har tilgjengelig. Helt enkelt er TKR et mål på lønnsomheten til en bedrift uavhengig av finansieringen. Fordelen med å bruke TKR som resultatmål er at det fungerer som et forholdstall, noe som gjør det lett å sammenligne lønnsomheten med andre aktører. Av formelen ser man også at TKR tar for seg de viktigste momentene knyttet opp mot lønnsomhet. Her inngår inntekter og kostnader, samt total kapitalen som gir et bilde på virksomhetens samlede verdier.

Hva som anses som bra TKR kommer an på risikoen ved virksomheten. I perioder med lav prisstigning regnes en TKR på over 10% som god, og over 15% som meget god (Kristoffersen, 2019, s. 452). En TKR på under 1% må regnes som dårlig. Gjennomsnittlig total kapitalrentabilitet var i 2017 på 8,3% for norske selskaper. Prisstigningen har variert mellom 3,2 og 1,8% i perioden mellom 2018 og 2021 (Statistisk sentralbyrå, 2023). En årlig prisstigning på rundt 2 % regnes som lavt (Norges Bank, 2019). TKR kan dekomponeres i resultatgrad og total kapitalens omløpshastighet. For å illustrere dette kan man benytte seg av Dupont-modellen som er en skjematisk oppstilling av hvordan en virksomhets TKR blir skapt.

Formelen til TKR over kan anvendes dersom driftsresultat og finansinntekter er ukjent. Fordelen med å bruke gjennomsnittlig total kapital slik formelen over illustrerer, er at den tar høyde for eventuelle investeringer eller utvidelser, som har blitt gjort gjennom året. Har man for eksempel gjort investeringer på slutten av året, vil total kapitalen på slutten av året kunne

gi et feilaktig bilde av totalkapitalen (kapitalbindingen) gjennom hele året, mens et gjennomsnitt vil være mer representativt.

$$TKR = \frac{\textit{Driftsresultat} + \textit{Finansinntekter}}{\textit{Sysselsatt kapital}}$$

Ved bruk av sysselsatt kapital i nevneren, i stedet for gjennomsnittlig totalkapital, trekker man ut den kortsiktige gjelden da denne antas å være rentefri og følgelig ikke skal beregnes avkastning av. Sysselsatt kapital blir dermed totalkapital minus kortsiktig gjeld. Ulempen med bruk av denne metoden er at ettersom den kortsiktige gjelden blir trukket ut, kan dette gi incentiver til overdrevet bruk av kortsiktig gjeld.

I denne oppgaven har vi valgt å bruke førstnevnte definisjon, nemlig følgende:

$$TKR = (\textit{Driftsresultat} + \textit{Finansinntekter}) / \textit{Gjennomsnittlig totalkapital}$$

Totalkapitalrentabiliteten kan deles inn i to:

$$\textit{Totalkapitalrentabilitet} = \textit{Resultatgrad} * \textit{Totalkapitalens omløpshastighet}$$

#### 2.1.4.4 RESULTATGRAD

$$\textit{Resultatgrad} = \frac{\textit{Driftsresultat} + \textit{Finansinntekter}}{\textit{Driftsinntekt}}$$

Resultatgraden, også kjent som return on sales (ROS), viser hvor stor andel man får i fortjeneste per omsatt krone. Denne kan forbedres ved å øke inntektene eller redusere

kostnadene. Om man øker inntektene vil imidlertid også nevner i brøken øke, så et økt salgsvolum vil ikke nødvendigvis gi økt resultatgrad.

#### 2.1.4.5 TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET

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

Totalkapitalens omløpshastighet viser hvor effektivt man bruker kapitalen i bedriften til å skape inntekter (Kristoffersen, 2019). En høy verdi viser at bedriften utnytter kapitalen effektivt. En lav omløpshastighet på kapitalen kan for eksempel skyldes “død kapital”, altså at man har kapital i bedriften som ikke utnyttes, for eksempel en bil som ikke er i bruk. Denne vil da bare stå og binde opp kapital uten at den brukes til å generere inntekter, og følgelig blir totalkapitalens omløpshastighet dårligere enn den kunne vært.

## 2.2 STRATEGISK TEORI

For å styrke besvarelsen og forsøke å forklare utviklingen i lønnsomhet, utvider vi analysen med en strategisk analyse. Innenfor dette fagområdet er SWOT et ypperlig oppsummeringsverktøy i kartleggingen av bedriftens strategiske situasjon.

## 2.2.1 SWOT-ANALYSE

	Styrker	Svakheter
Muligheter	Hvordan bruke styrker til å utnytte muligheter?	Hvordan utnytte muligheter til å overkomme svakheter?
Trusler	Hvordan bruke styrker til å unngå truslene eller begrense effekten av dem?	Hvordan overkomme svakheter for å unngå mulige trusler?

TABELL 1: SWOT-MATRISSE

SWOT-analysen er en viktig analyse for organisasjoner, og tar høyde for både interne og eksterne faktorer. Forkortelsen står for “Strengths, Weaknesses, Opportunities og Threats” (Erichsen, Solberg og Stiklestad, 2022). Ved hjelp av dette verktøyet kan virksomheter enkelt kartlegge sine interne styrker og svakheter, samt eksterne muligheter og trusler. Både de interne og eksterne faktorene skal bidra til å bedre strategiske beslutninger for virksomheten.

Den interne analysen baserer seg på organisasjonens egenskaper som kan være styrker og svakheter. Dette kan vurderes på en rekke områder: produkter, teknologi, markedsføring o.l. De eksterne analysene gjelder forhold som virksomheten i liten grad kan påvirke. Her ser vi på hvilke muligheter og trusler vi har gitt eksterne faktorer, som blant annet lover og regler, politikk og etterspørsel. For at en SWOT-analyse skal være nyttig for bedriften, er det viktig at den gjøres grundig. Gjennom denne kan de kartlegge hvilke styrker de har og hva de bør fortsette med, men også om det er ting som virksomheten må endre eller forbedre. Analysen av de eksterne faktorene kan også være av stor nytte for bedriften. Denne delen kan være et godt verktøy i utarbeidelsen av den langsiktige strategien. Man blir bedre rustet for å takle mulige trusler i framtiden, men også klar over eventuelle muligheter man bør prøve å utnytte.

## 3.0 METODE

I dette kapitlet vil vi redegjøre for hvordan vi metodisk har gått fram for å få svar på vår problemstilling. Det vil bli orientert om valg av undersøkelsesdesign, hvilken informasjon vi har hentet inn og hvordan vi har skaffet dataene. Vi vil også diskutere undersøkelsens validitet og reliabilitet.

### 3.1 UNDERSØKELSESDSIGN

Forskningsdesignet er en overordnet plan man har for å løse et problem eller en problemstilling, og det er optimalt å finne hvilket undersøkelsesdesign som passer best til vår spesifikke problemstilling (Jacobsen, 2022). Det er to hovedtyper forskningsdesign. Det intensive forskningsdesignet undersøker få enheter og ser i dybden på disse, mens det ekstensive forskningsdesignet undersøker mange enheter, og målet vil være å generalisere funn. Denne oppgaven er en enkeltstudie-case, siden det i hovedsak ses på én bedrift. Da oppgaven i tillegg går i dybden på enkelte nøkkeltall, blir forskningsdesignet intensivt.

Det er også en klar begrensning i tid, da vi kun ser på tallene fra 2018 til 2021. Vi ser kun på utviklingen innenfor disse 4 årene og ønsker å finne årsaken til utviklingen. Vi ønsker å ikke generalisere funnene utover denne bedriften, da dette er vanskelig for intensive forskningsdesign. Perioden 2018 til 2021 ble valgt fordi vi ønsket å få med et par år før covid-19 og et par år etter, fordi regnskapet ble påvirket i stor grad av dette. Ettersom vi ser på utvikling i perioden regnes også dette som et tidsstudie. (evt. sammenlignende casestudier).

### 3.2 VALG AV DATAMATERIALET

Det skilles mellom kvantitative og kvalitative data, der vi måler den første i form av tall og den andre i form av ord. Kvantitative data har en fordel med at de er standardisert og lett å behandle (Jacobsen, 2022). Kvalitative data er mer beskrivende, og gir en nærhet mellom den

som undersøker og den som blir undersøkt. Denne metoden kan gi en dypere sammenheng, som det ikke er sikkert man kan finne kun med kvantitative data.

I vår oppgave har vi utelukkende benyttet sekundærdata, altså data hentet fra andre. Dataene består av regnskapstall hentet fra proff.no, så oppgaven er hovedsakelig basert på kvantitative data. Siden vi ikke har fått tilgang på noen form for intervju, har vi i liten grad hentet inn kvalitative data. SWOT-analysen baserer seg på både kvantitativ og kvalitativ metode.

### 3.3 VALIDITET OG RELIABILITET

Validitet handler om i hvilken grad tallene er gyldige og relevante. Validitet kan deles inn i intern og ekstern gyldighet (Jacobsen, 2022, s. 359). Den interne gyldigheten handler om i hvilken grad man kan trekke de konklusjonene vi gjør basert på tallene vi har. Dataene vi har hentet fra proff.no er fra regnskapet til bedriften, som er strengt regulert gjennom regnskapsloven. Vi kan dermed si at tallene har høy intern gyldighet. Ekstern gyldighet sier i hvilken grad resultatene kan generaliseres. Vår case har ingen ekstern gyldighet, siden vi ikke kan trekke funnene våre over til andre eksempler. Men det er heller ikke hensikten med oppgaven og derfor ikke et problem.

Reliabilitet handler om hvor pålitelig og troverdig dataene er. Med dette menes at dataene er korrekte og at man skal kunne trekke de samme slutningene hvis man gjør undersøkelsene ved en annen anledning (Johannessen, Christoffersen og Tuft, 2020). For eksempel kan en tastefeil føre til feil resultat i analysen. For å minimere risikoen for denne typen feil har vi dobbeltsjekkert at hverandres utregninger er riktige. Tallene er pålitelige fordi regnskapsanalysen er bygget på kvantitative tall fra årsregnskapet.

For å få et bedre sammenligningsgrunnlag har vi valgt å sammenligne lønnsomhetstallene med to andre lignende bedrifter. Utfordringen er å sammenligne med to bedrifter som ligner mest mulig. Her har vi valgt å se på driftsinntekt for å sammenligne størrelsene på ulike kinoer. Deretter har vi sett på antall kinoer selskapet drifter. Dette gjorde at vi endte opp med



Bergen Kino og Kristiansand Kino, som var de største som drev et lignende antall kinosaler som Trondheim Kino. Likevel er organiseringen av de tre kinoene noe annerledes, noe som vil kunne prege sammenligningen. For eksempel er det forskjell på hvordan tomten er registrert, som vil påvirke totalkapitalen til selskapet. Dessuten gir ikke alltid nøkkeltallene noen årsak til hvorfor tallene er som de er. Mens nøkkeltallene gir oss historisk informasjon, kan den strategiske analysen gi oss informasjon om fokusområder i framtiden. Denne analysen er likevel mer subjektiv, hvor det er mange elementer som kan trekkes inn.

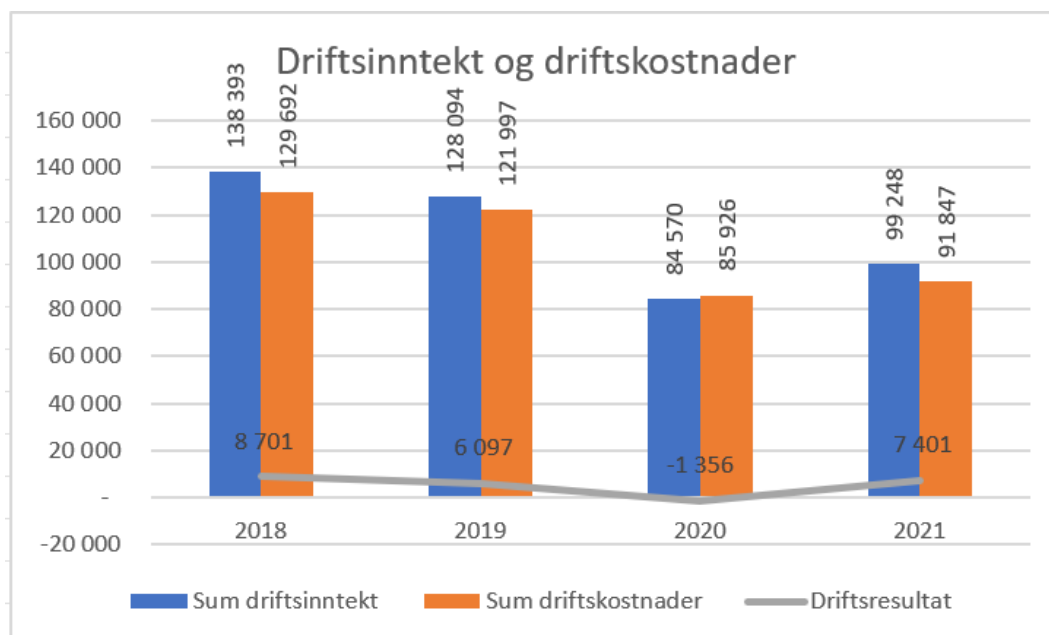
## 4.0 ANALYSE OG DISKUSJON

I denne delen skal vi anvende teorien i kapittel 2 for å forsøke å svare på problemstillingen vår på best mulig måte. Det vil altså bestå av en regnskapsanalyse med fokus på lønnsomhet, hvor vi framstiller nøkkeltallene for Trondheim Kino AS og diskuterer disse. I tillegg har vi inkludert en strategisk del med en SWOT analyse for å se på mulige forklaringer til utviklingen. Avslutningsvis har vi også inkludert en benchmark, for å sammenligne Trondheim Kino med to andre aktører i samme bransje.

### 4.1 REGNSKAPSANALYSE

Vi skal nå presentere utvalgte regnskapsposter og beregne nøkkeltallene som ble presentert i teorikapitlet, men først et overblikk over Trondheim Kinos økonomiske situasjon.

#### 4.1.1 HOVEDTREKK



FIGUR 1: OVERSIKT OVER DRIFTSRESULTAT (ALLE TALL I HELE 1000)

	2018	2019	2020	2021
Sum salgsinntekt	135 934	125 133	82 570	96 974
Annen driftsinntekt	2 460	2 961	2 001	2 273
Sum driftsinntekt	138 393	128 094	84 570	99 248
Varekostnader	51 130	46 957	20 881	25 996
Lønnskostnader	30 100	29 761	22 032	24 696
Ordinære avskrivninger	9 231	9 565	9 270	7 265
Andre driftskostnader	39 231	35 714	33 743	33 890
Sum driftskostnader	129 692	121 997	85 926	91 847
Driftsresultat	8 701	6 097	- 1 356	7 401
Resultat før skatt	15 489	12 143	- 927	7 731
Sum skatt	2 029	1 606	- 180	1 736
Ordinært resultat	13 460	10 538	- 747	5 996

TABELL 2: RESULTATREGNSKAP (ALLE TALL I HELE 1000)

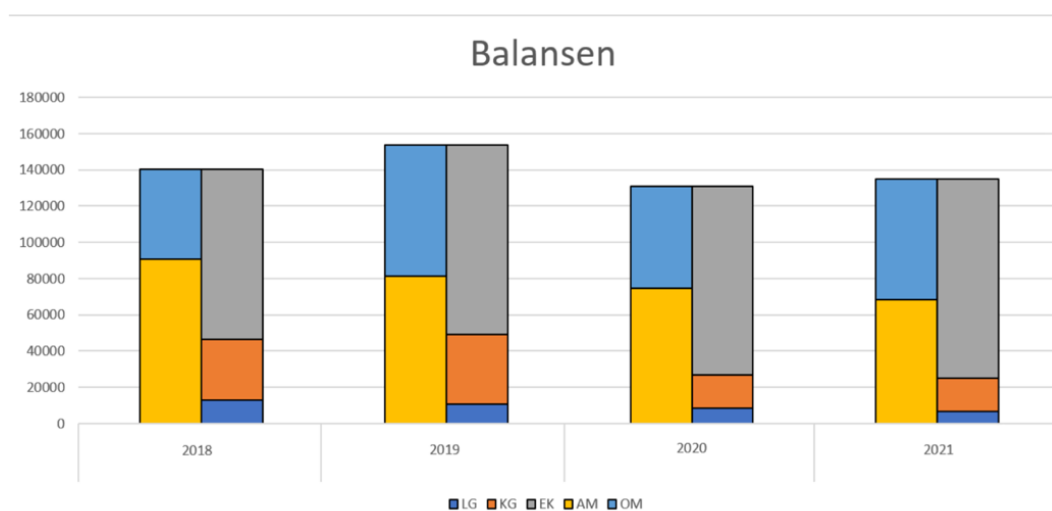
Overordnet ser man at regnskapstallene bærer preg av covid-19. Både inntekter og kostnader synker markant etter 2019. Inntektene synker med ca. 34 % fra 2019 til 2020, mens kostnadene synker med 29,5 %. Man ser også at driftsresultatet og resultat før skatt ble negativt i året 2020. Likevel er resultatet snudd til det positive i 2021, om enn ikke like stort.

Tabell 3 illustrerer hvor stor andel diverse inntekter og kostnader utgjør av de totale driftsinntektene og driftskostnadene.

	2018	2019	2020	2021
Sum salgsinntekt	98,2 %	97,7 %	97,6 %	97,7 %
Annen driftsinntekt	1,8 %	2,3 %	2,4 %	2,3 %
Sum driftsinntekt	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
Varekostnader	39,4 %	38,5 %	24,3 %	28,3 %
Lønnskostnader	23,2 %	24,4 %	25,6 %	26,9 %
Ordinære avskrivninger	7,1 %	7,8 %	10,8 %	7,9 %
Andre driftskostnader	30,2 %	29,3 %	39,3 %	36,9 %
Sum driftskostnader	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

TABELL 3: ANDEL AV TOTALE DRIFTSINTEKTER OG DRIFTSKOSTNADER

Hovedårsaken til at kostnadene går kraftig ned er varekostnaden som synker med 55,5 % fra 2019 til 2020. Den utgjorde 38,5 % av kostnadene i 2019, og kun 24,3 % av kostnadene i 2020. Vi ser at avskrivningene og andre driftskostnader utgjør en større andel av kostnadene i 2020 og 2021 enn tidligere. Dette er fordi samlede kostnader er reduserte, mens avskrivninger og andre driftskostnader har holdt seg stabile. Lønnskostnadene sank med 26 % fra 2019 til 2020. Andelen lønnskostnader har fortsatt å ligge på rundt 25 % av kostnadene i perioden. Andelen lønnskostnader har altså blitt redusert omtrent tilsvarende som samlede driftskostnader. Salgsinntekter utgjør rundt 98 % av inntektene, og har holdt seg stabilt rundt dette. Annen driftsinntekt utgjør derfor en veldig liten andel av driftsinntektene.



FIGUR 2: BALANSEN

	2018	2019	2020	2021
Anleggsmiddel	90 702	81 138	74 382	68 232
Omløpsmidler	49 753	72 571	56 385	66 786
<b>Sum eiendeler</b>	<b>140 455</b>	<b>153 709</b>	<b>130 767</b>	<b>135 018</b>
Langsiktig gjeld	12 861	10 698	8 250	6 767
Kortsiktig gjeld	33 342	38 222	18 474	18 213
Sum egenkapital	94 252	104 790	104 043	110 038
<b>Sum egenkapital og gjeld</b>	<b>140 455</b>	<b>153 709</b>	<b>130 767</b>	<b>135 018</b>

TABELL 4: BALANSEN (ALLE TALL I HELE 1000)

Totalkapitalen reduseres fra ca. 154 000 til 131 000 fra 2019 til 2020. Anleggsmidlene reduseres jevnt fra 2018 til 2021, dette kan skyldes at det ikke i særlig grad har blitt investert

i nye anleggsmidler og at avskrivningene har redusert verdien på anleggsmidlene.

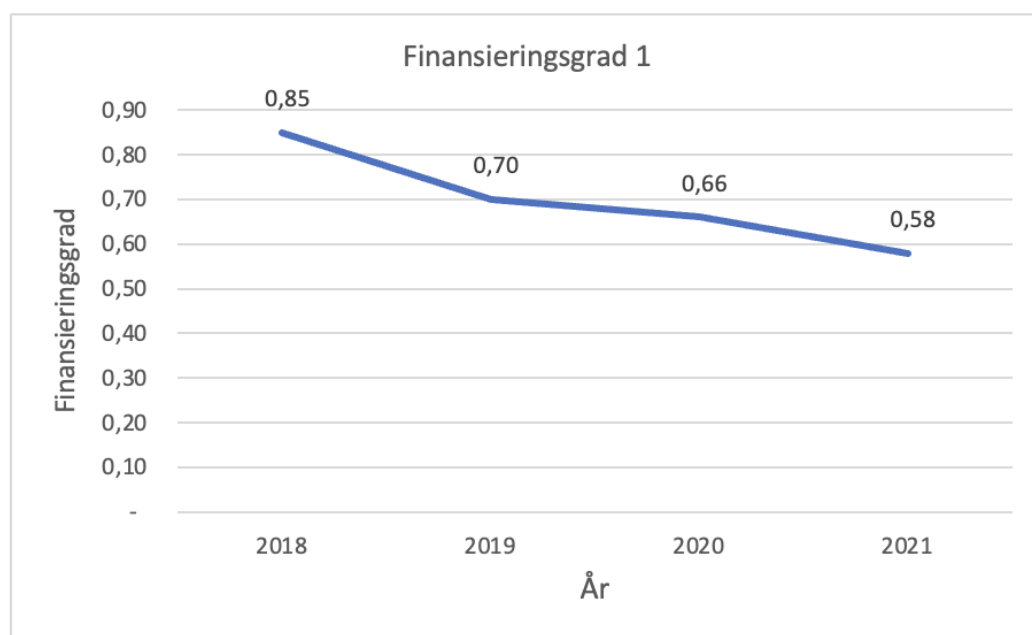
Omløpsmidler varierer i langt større grad, noe som er vanlig når omsetningen også varierer sterkt. I tabell 4 ser vi at det er betraktelig mer omløpsmidler i 2019 og mindre i 2020. Dette skyldes flere poster, men hovedårsaken er at posten Kasse/Bank/Post først økte med ca. 20 000 000 fra 2018 til 2019, før den sank med ca. 35 000 000 fra 2019 til 2020.

Den kortsiktige gjelden ble kraftig redusert fra 38 222 til 18 474 fra 2019 til 2020, altså en nedgang på 51,7 %. Årsaken for dette er ikke kjent. Den langsiktige gjelden har gått jevnt ned fra 2018. Dette kan være fordi man har nedbetalt gjelden uten å ha tatt opp noen ny gjeld. Egenkapitalen har økt noe i løpet av perioden.

#### 4.1.2 FINANSIERING

I dette kapittelet skal vi analysere finansieringen til Trondheim Kino AS. Dette gjør vi ved å se på finansieringsgrad 1 og arbeidskapital.

##### 4.1.2.1 FINANSIERINGSGRAD 1



FIGUR 3: GRAFISK FRAMSTILLING AV FINANSIERINGSGRAD 1 I PERIODEN

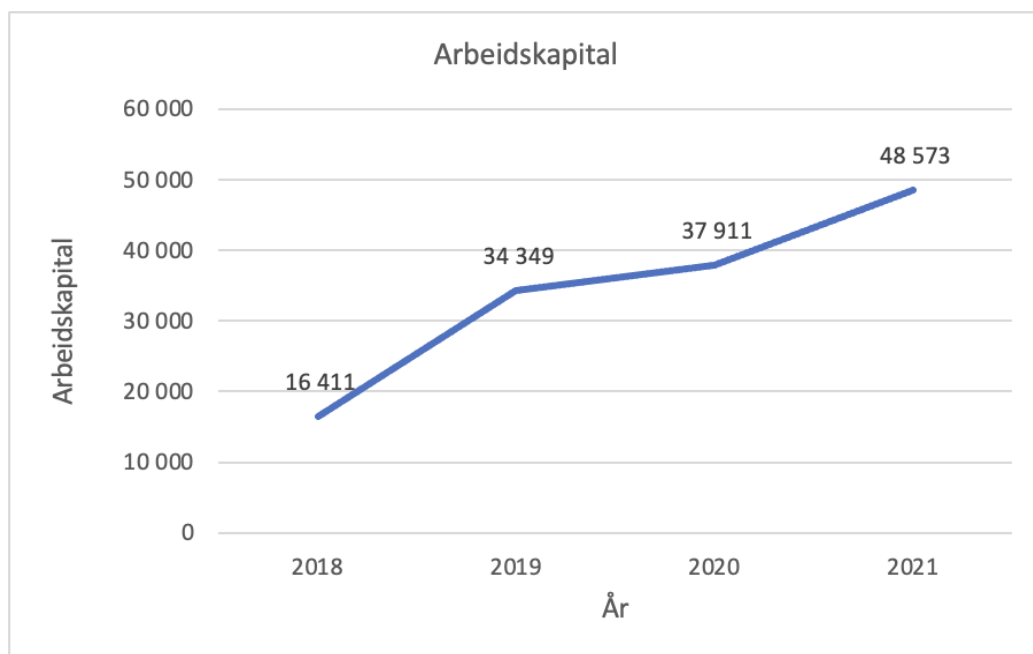
	2018	2019	2020	2021
Anleggsmidler	90 702	81 138	74 382	68 232
Egenkapital	94 252	104 790	104 043	110 038
Langsiktig gjeld	12 861	10 698	8 250	6 767
Finansieringsgrad	0,85	0,70	0,66	0,58

	2018	2019	2020	2021
Sum anleggsmidler	90 702	81 138	74 382	68 232
Ordinære avskrivninger	9 231	9 565	9 270	7 265

TABELL 5: REGNSKAPSTALL TIL FINANSIERINGSGRAD 1 (ALLE TALL I HELE 1000)

Vi ser at gjennom hele perioden fra 2018-2021, ligger finansieringsgrad 1 under 1, noe som anses som positivt for virksomheten da dette innebærer at anleggsmidlene er finansiert av langsiktig kapital, samt at også deler av OM er langsiktig finansiert. Dette indikerer en sunn finansiering. I den valgte perioden ser vi at finansieringsgrad 1 avtar, noe som i hovedsak skyldes reduksjonen i anleggsmidler. Dette kommer som et resultat av at Trondheim Kino tilsynelatende ikke har gjort noen nye investeringer, samt at anleggsmidlene har blitt avskrevet.

#### 4.1.2.2 ARBEIDSKAPITAL



FIGUR 4: GRAFISK FRAMSTILLING AV ARBEIDSKAPITAL I PERIODEN (ALLE TALL I HELE 1000)

	2018	2019	2020	2021
Omløpsmidler	49 753	72 571	56 385	66 786
Kortsiktig gjeld	33 342	38 222	18 474	18 213
Arbeidskapital	16 411	34 349	37 911	48 573

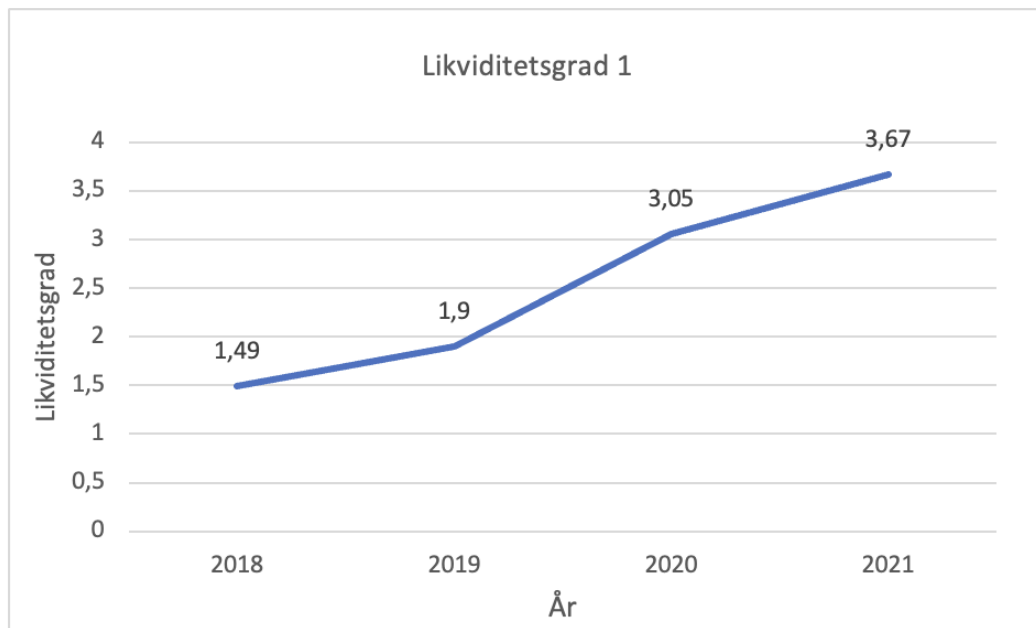
TABELL 6: REGNSKAPSTALL TIL ARBEIDSKAPITAL (ALLE TALL I HELE 1000)

Vi ser en positiv utvikling i arbeidskapitalen fra 2018-2021, som vil si at deler av omløpsmidlene også er finansiert med langsiktig kapital. Dette kunne man også se på finansieringsgrad 1, siden den er under 1. I 2020 opplevde Trondheim Kino mindre omsetning, men samtidig har de tatt opp mindre kortsiktig gjeld. Omløpsmidlene har blitt ganske mye redusert, som i all hovedsak skyldes at kasse/bank nesten er tømt. Dette kan også ses i sammenheng med finansieringsgrad 1. Som man ser av tabell 6 er både omløpsmidler og kortsiktig gjeld redusert, men fordi arbeidskapitalen likevel har økt, betyr det at omløpsmidlene er mer finansiert av langsiktig kapital. Det er viktig å merke seg at arbeidskapitalen har blitt større i hele perioden, til tross for markant nedgang i omsetningen fra 2020.

#### 4.1.3 LIKVIDITET

I dette kapitlet skal vi analysere likviditeten til Trondheim Kino AS. Dette gjør vi ved å se på likviditetsgrad 1.

#### 4.1.3.1 LIKVIDITETSGRAD 1



FIGUR 5: GRAFISK FRAMSTILLING AV LIKVIDITETSGRAD 1 I PERIODEN

	2018	2019	2020	2021
Omløpsmidler	49 753	72 571	56 385	66 786
Kortsiktig gjeld	33 342	38 222	18 474	18 213
Likviditetsgrad 1	1,49	1,90	3,05	3,67

TABELL 7: REGNSKAPSTALL TIL LIKVIDITETSGRAD 1 (ALLE TALL I HELE 1000)

Vi ser at likviditetsgrad 1 har bedret seg markant i perioden 2018-2021. I 2018 og 2019 tilfredsstiller ikke likviditetsgrad 1 kravet på 2,0. Vi ser av tabellen at den kortsiktige gjelden er betydelig lavere i 2020, noe som har resultert i en langt høyere likviditetsgrad 1 det følgende året. Likviditetsgrad 1 i 2020 og 2021 tilfredsstiller kravet på 2,0 og vi ser at en økning i omløpsmidler fra 2020 til 2021 har ført til en bedret likviditet der den kortsiktige gjelden i de nevnte årene er tilnærmet like.

Her kunne man også valgt å se på likviditetsgrad 2, der man trekker varelageret fra omløpsmidler. Her er kravet til Kristoffersen (2019) mindre strengt, da den bare skal være over 1. Siden varelageret utgjør en så liten andel av omløpsmidlene ville Trondheim Kino vært godt innenfor dette kravet. Likevel vil ikke dette være like relevant, siden Trondheim

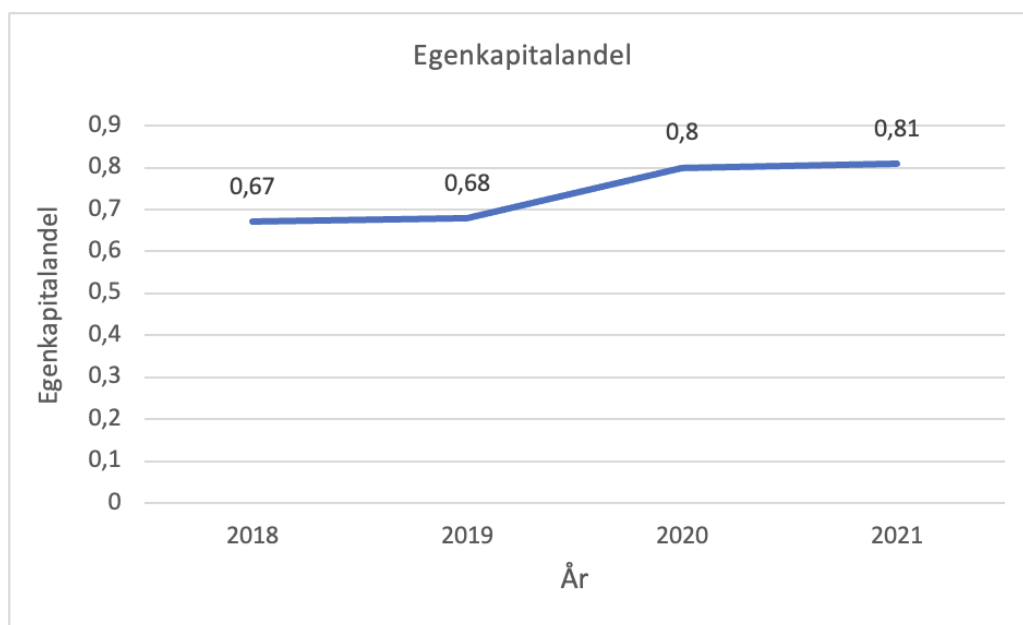


Kino ikke driver med varesalg. Derfor vurderer vi kun etter likviditetsgrad 1, siden denne gir best bilde av likviditeten til bedriften.

#### 4.1.4 SOLIDITET

I dette kapittelet skal vi analysere soliditeten til Trondheim Kino AS. Dette gjør vi ved å se på egenkapitalandel og gjeldsgrad.

##### 4.1.4.1 EGENKAPITALANDEL



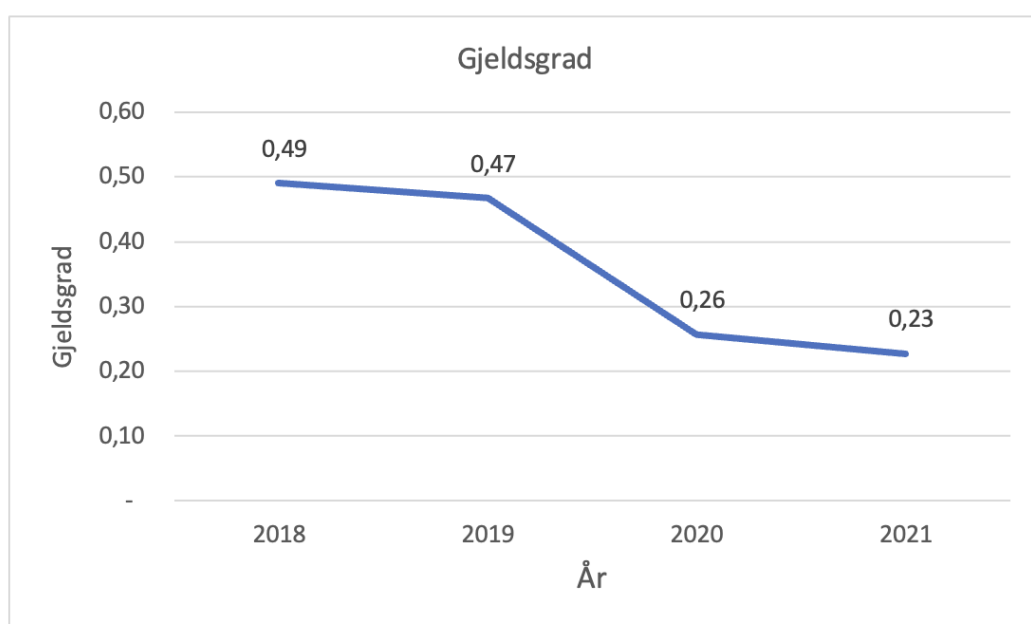
FIGUR 6: GRAFISK FRAMSTILLING AV EGENKAPITALANDELEN I PERIODEN

	2018	2019	2020	2021
Egenkapital	94 252	104 790	104 043	110 038
Totalkapital	140 455	153 709	130 766	135 018
Egenkapitalandel	0,67	0,68	0,80	0,81

TABELL 8: REGNSKAPSTALL TIL EGENKAPITALANDEL (ALLE TALL I HELE 1000)

Fra 2019 til 2020 økte egenkapitalandelen fra 0,68 til 0,8. Dette skyldtes at totalkapitalen ble mindre, som i hovedsak skyldtes den reduserte kortsiktige gjelden som gikk fra 38 222 til 18 474. En egenkapitalandel på 0,8 anses som meget god (Proff, 2022). Dette sier oss at kun 20 % av totalkapitalen er finansiert av gjeld. Nøkkeltallet har også holdt seg på det nivået i 2021, som er meget positivt for Trondheim Kino.

#### 4.1.4.2 GJELDSGRAD



FIGUR 7: GRAFISK FRAMSTILLING AV GJELDSGRAD I PERIODEN

	2018	2019	2020	2021
Sum gjeld	46 203	48 919	26 724	24 980
Sum egenkapital	94 252	104 790	104 043	110 038
Gjeldsgrad	0,49	0,47	0,26	0,23

TABELL 9: REGNSKAPSTALL TIL GJELDSGRAD (ALLE TALL I HELE 1000)

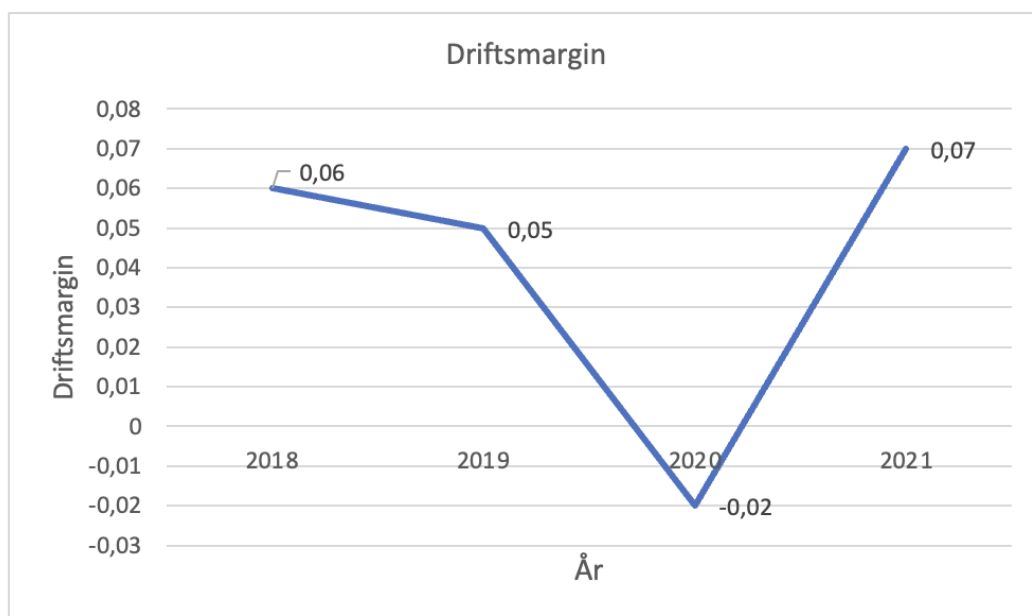
Gjeldsgraden forteller oss hvor mye av eiendelene som er finansiert med gjeld i forhold til egenkapital. Et lavere tall vil si en mer solid virksomhet, som er positivt. Vi ser gjeldsgraden ble langt lavere fra 2019 til 2020, noe som stemmer overens med tallene for

egenkapitalandelen. Årsaken til endret gjeldsgrad er den samme som endring i egenkapitalandel, altså at kortsiktig gjeld ble kraftig redusert fra 2019 til 2020.

#### 4.1.5 LØNNSOMHET

I dette kapitlet skal vi analysere lønnsomheten til Trondheim Kino AS. Dette gjør vi ved å se på driftsmargin, egenkapitalrentabilitet før skatt og total Kapitalrentabilitet (og dekomponeringen av denne).

##### 4.1.5.1 DRIFTSMARGIN



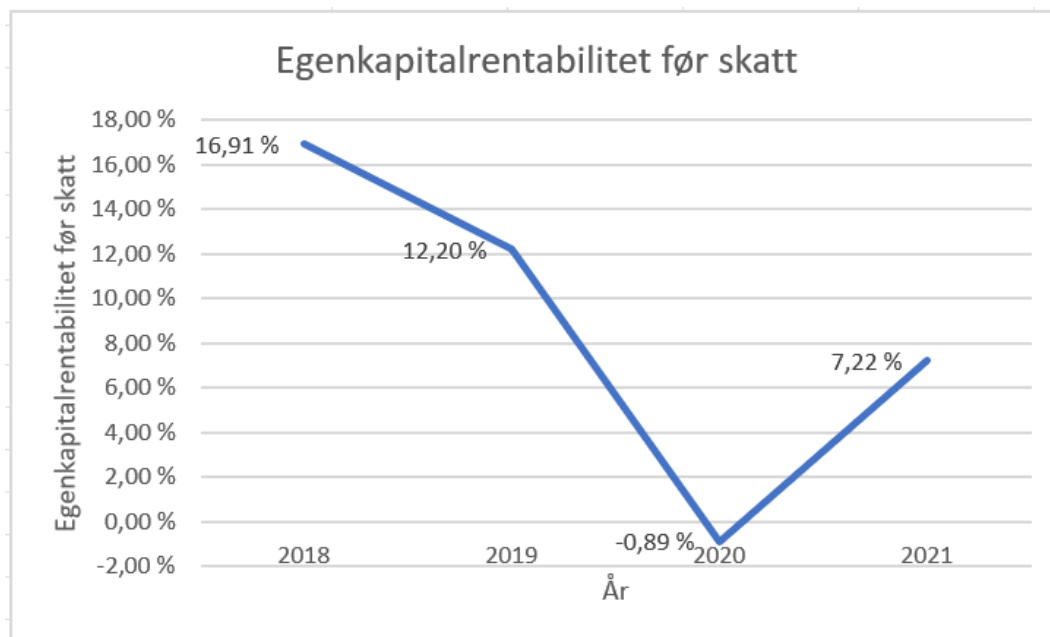
FIGUR 8: GRAFISK FRAMSTILLING AV DRIFTSMARGIN I PERIODEN

	2018	2019	2020	2021
Driftsresultat	8 700	6 097	- 1 356	7 400
Omsetning	138 393	128 094	84 570	99 248
Driftsmargin	0,06	0,05	- 0,02	0,07

TABELL 10: REGNSKAPSTALL TIL DRIFTSMARGIN (ALLE TALL I HELE 1000)

Driftsmarginen i 2020 skiller seg vesentlig fra de andre tre årene. Dette er fordi driftsresultatet var negativt dette året. De øvrige tre årene har det vært på et ganske jevnt nivå, fra 5 til 7%.

#### 4.1.5.2 EGENKAPITALRENTABILITET FØR SKATT



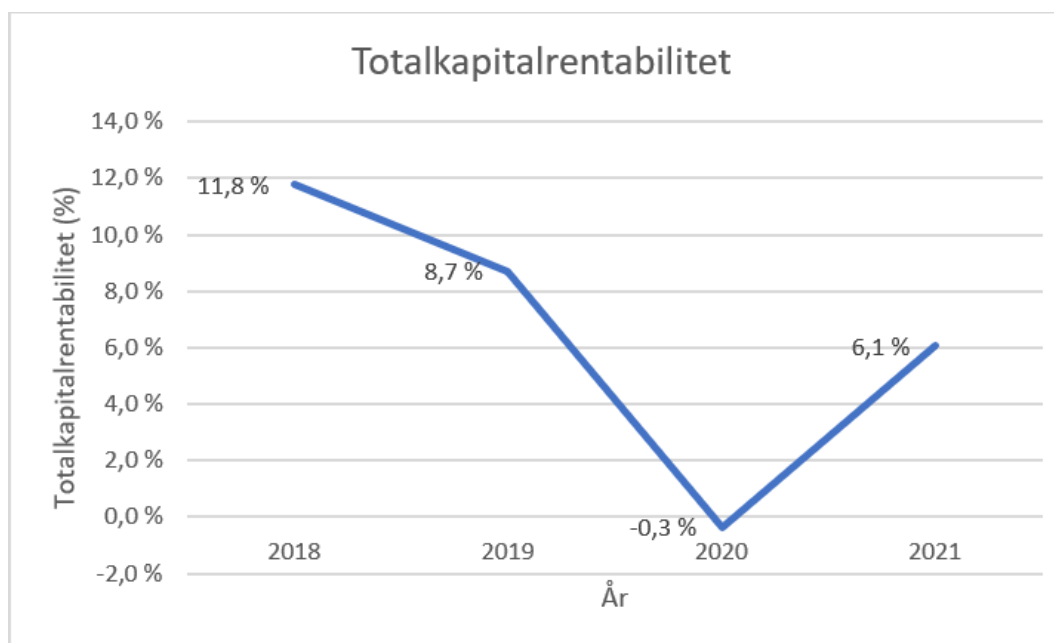
FIGUR 9: GRAFISK FRAMSTILLING AV EGENKAPITALRENTABILITET FØR SKATT I PERIODEN

	2018	2019	2020	2021
Resultat før skatt	15 489	12 143	- 927	7 731
Gj. Egenkapital	91 622	99 521	104 417	107 041
Egenkapitalrentabilitet	16,91 %	12,20 %	-0,89 %	7,22 %

TABELL 11: REGNSKAPSTALL TIL EGENKAPITALRENTABILITET

Vi ser at egenkapitalrentabiliteten har hatt nedgang siden 2018. Dette skyldes i hovedsak at resultatet før skatt har blitt dårligere før det fikk en oppgang siste år. Egenkapitalen har økt jevnt fra 2018 til 2021, hovedårsaken til dette er at den opptjente egenkapitalen har økt i perioden. Den opptjente egenkapitalen har økt på grunn av et positivt resultat, bortsett fra i 2020, da opptjent egenkapital heller ikke økte.

#### 4.1.5.3 TOTALKAPITALRENTABILITET



FIGUR 10: GRAFISK FRAMSTILLING AV TOTALKAPITALRENTABILITET I PERIODEN

	2018	2019	2020	2021
Resultat før skatt	15 489	12 143	- 927	7 731
Finanskostnader	639	654	430	334
Gj. Totalkapital	137 137	147 082	142 238	132 892
Totalkapitalrentabilitet	11,76 %	8,70 %	-0,35 %	6,07 %

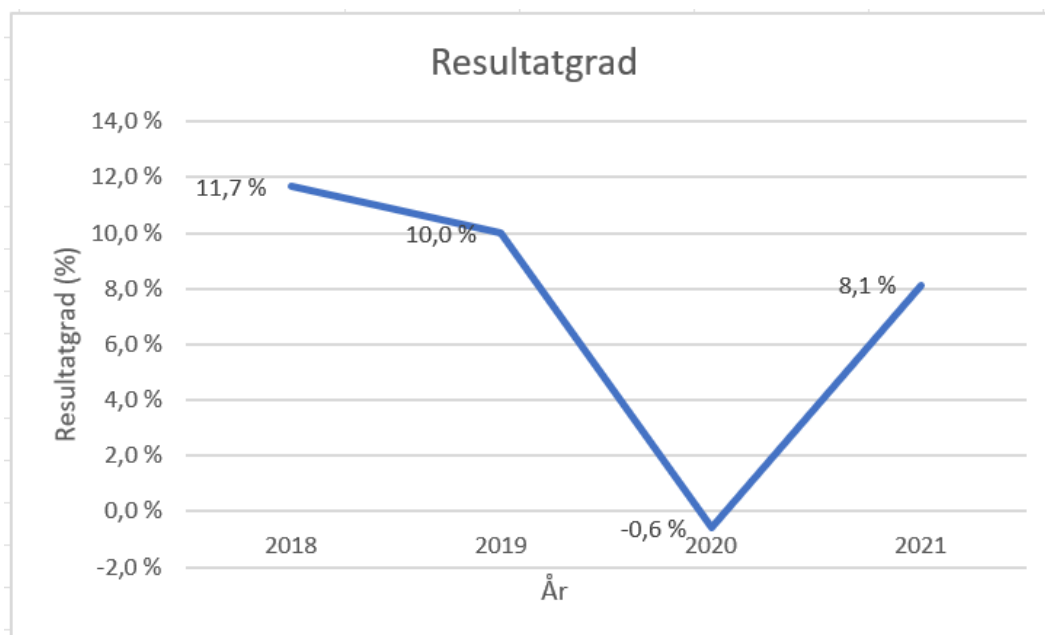
TABELL 12: REGNSKAPSTALL TIL TOTALKAPITALRENTABILITET (ALLE TALL I HELE 1000)

Vi ser at totalkapitalrentabiliteten i 2018 var 11,8%, noe som anses som bra ifølge proff.no. Deretter sank totalkapitalrentabiliteten til 8,7% i 2019, før den falt betraktelig i 2020 til -0,35%. Dette skyldes et negativt resultat før skatt i 2020, som følgelig ga en negativ driftsmargin det samme året. Fra 2019 til 2020 sank driftsinntektene betraktelig med en nedgang på 34%. Koronapandemien er naturlig nok årsaken til at driftsinntektene falt. Korona-restriksjoner gjorde at Trondheim Kino i en periode var stengt og antallet som kunne besøkt kinoen var sterkt begrenset. Dessuten ble flere filmlanseringer utsatt i denne perioden, noe som ga færre filmer og dårligere filmutvalg. Dette gjorde også at færre besøkte kinoen.

I 2021 tok totalkapitalrentabiliteten seg opp igjen til 6,1% som et resultat av økte driftsinntekter, og derfor økt driftsresultat. Gjennomsnittlig totalkapital har også endret seg litt, men det er resultat før skatt som har gjort de store utslagene i totalkapitalrentabiliteten. Alt sett under ett ser vi at det er store variasjoner i TKR i denne perioden. Ser man bort ifra 2020, som var et år preget av covid-19 er TKR tilfredsstillende i alle årene, men god i kun 2018. Med andre ord er det rom for forbedringer i hvordan Trondheim Kino forvalter sine ressurser og skaper resultat i forhold til kapitalen som bedriften har tilgjengelig.

For å se nærmere på årsaken til totalkapitalrentabilitetens utvikling kan vi dele denne opp i resultatgrad og totalkapitalens omløpshastighet. Dette viser hvordan totalkapitalen blir skapt, og man kan finne ut hvor man skal sette inn tiltak for å forbedre totalkapitalrentabilitet.

#### 4.1.5.4 RESULTATGRAD



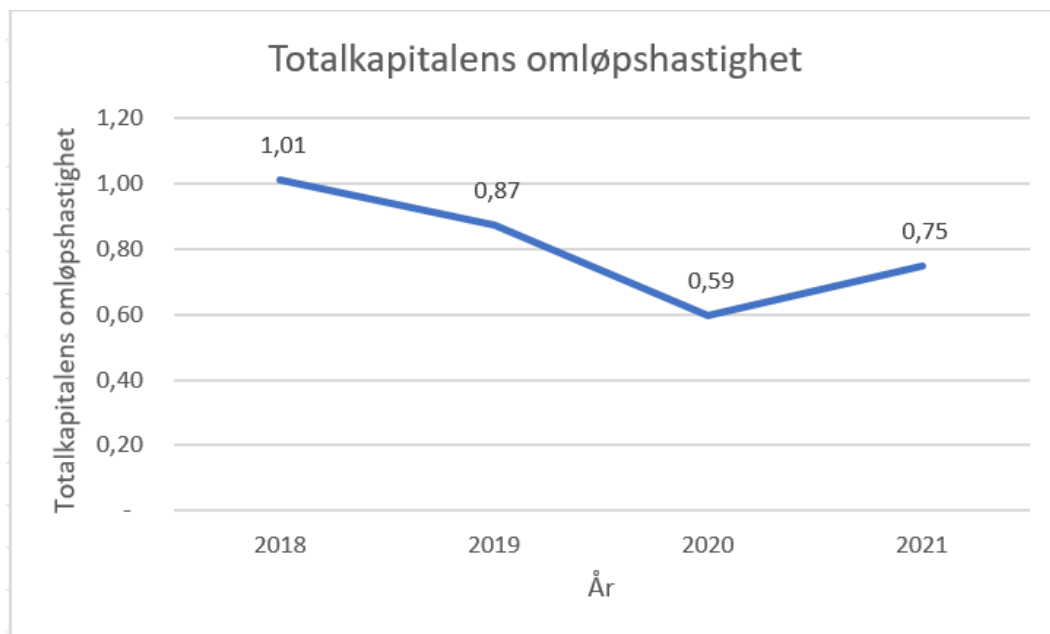
FIGUR 11: GRAFISK FRAMSTILLING AV RESULTATGRAD I PERIODEN

	2018	2019	2020	2021
Resultat før skatt	15 489	12 143	- 927	7 731
Finanskostnader	639	654	430	334
Driftsinntekt	138 393	128 094	84 570	99 248
Resultatgrad	11,65 %	9,99 %	-0,59 %	8,13 %

TABELL 13: REGNSKAPSTALL TIL RESULTATGRAD (ALLE TALL I HELE 1000)

Resultatgraden var i 2021 8,13%. Dette betyr at for hver krone de får som inntekt, får de 0,0813 kr som overskudd. På grunn av det negative resultatet i 2020, er resultatgraden negativ dette året, mens den er litt lavere i 2021 enn i 2019 og 2018. Med unntak av 2020, som var et koronapreget år, ser vi at resultatgraden jevnt over hele perioden er bra, der resultatgraden ligger rundt 10%. I tillegg er resultatgraden og driftsmarginen relativt ulike, primært fordi Trondheim Kino AS har betydelige finansinntekter.

#### 4.1.5.5 TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET



FIGUR 12: GRAFISK FRAMSTILLING AV TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET I PERIODEN

	2018	2019	2020	2021
Driftsinntekt	138 393	128 094	84 570	99 248
Gj. Totalkapital	137 137	147 082	142 238	132 892
Totalkapitalens omløpshastighet	1,01	0,87	0,59	0,75

TABELL 14: REGNSKAPSTALL TIL TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET

Totalkapitalens omløpshastighet har samme utvikling som totalkapitalrentabiliteten og resultatgraden. 2020 skiller seg negativt ut, mens omløpshastigheten stiger, men er litt lavere enn normalen i 2021, av årsaker som allerede er nevnt. Vi ser også at totalkapitalens omløpshastighet i 2020 var relativt lav, noe som skyldtes lave driftsinntekter.

## 4.2 BENCHMARK

For å få et bedre bilde av lønnsomheten til Trondheim Kino, har vi valgt å sammenligne nøkkeltall knyttet opp mot lønnsomhet med tilsvarende aktører i andre byer. Vi skal følgelig sammenligne lønnsomheten til Trondheim Kino med Bergen Kino og Kristiansand Kino, der nøkkeltall som totalkapitalrentabilitet, totalkapitalens omløpshastighet, resultatgrad og egenkapitalrentabilitet vil bli målt opp mot hverandre. Disse to kinoene er valgt ut på grunnlag av at de er to store kinoer i andre lignende byer i Norge, samt at de størrelsesmessig passet best med Trondheim Kino.

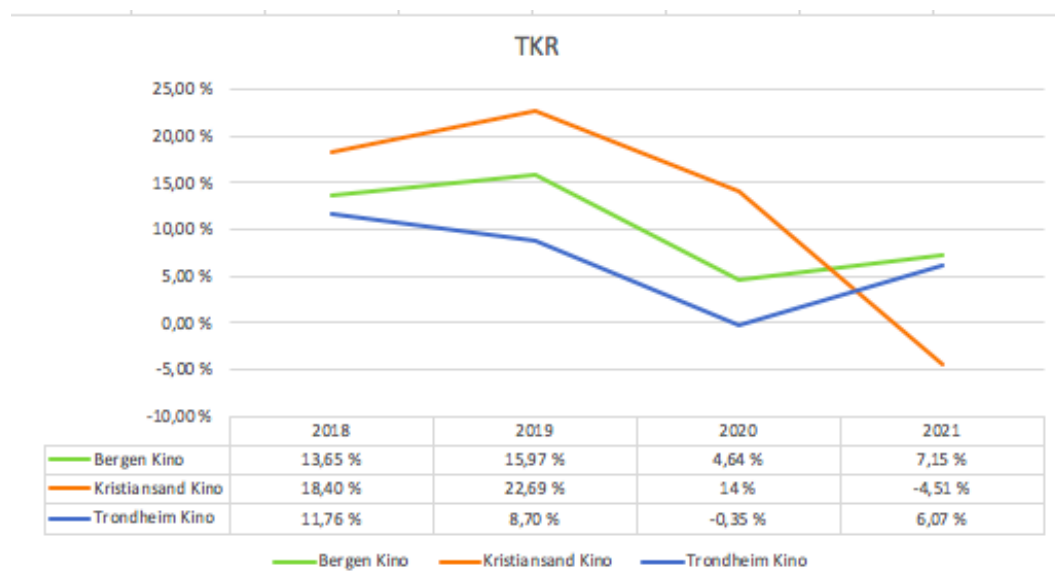
Likevel er det noen forskjeller på kinoene som er viktig å ta hensyn til for analysen. Kristiansand Kino har en annerledes organisasjonsstruktur enn Trondheim og Bergen Kino. Under Trondheim Kino AS ligger både Trondheim Kino Eiendom AS og Filmfest Trondheim AS i tillegg til den normale kinodriften. Kristiansand Kino ligger under selskapet Kinosør AS, mens Kristiansand Kino Eiendom AS er et annet datterselskap av Kristiansand Kino Holding AS. Dette medfører at Kristiansand Kino har mindre tomter, og derav anleggsmidler i regnskapet. Dette vil påvirke visse nøkkeltall i analysen.

Det første vi skal se nærmere på er bedriftenes totalkapitalrentabilitet (TKR). Denne kan følgelig dekomponeres ved bruk av Dupont-modellen i resultatgrad og totalkapitalens



omløpshastighet, der man ved nærmere analyse av disse nøkkeltallene kan gjøre rede for hvor skoen trykker.

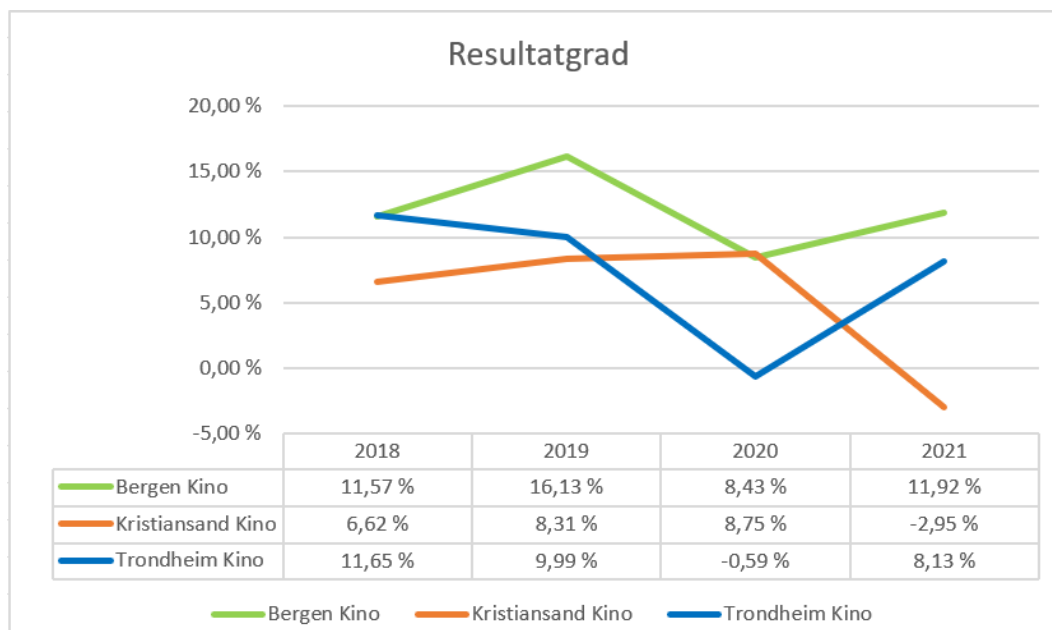
#### 4.2.1 TKR (TOTALKAPITALRENTABILITET)



FIGUR 13: BENCHMARK TOTALKAPITALRENTABILITET

Gjennom fireårsperioden ser vi at Trondheim Kino har lavest TKR de første 3 årene, men de gjør det bedre enn Kristiansand Kino i 2021. Dette skyldtes i stor grad at Trondheim Kino snudde resultatet til det bedre i 2021, mens Kristiansand Kino fikk et dårligere driftsresultat og negativ TKR i 2021. Trondheim Kino og Bergen Kino har hatt en relativt lik utvikling i TKR i perioden, sett bort ifra at Bergen Kino hadde en liten økning i TKR fra 2018 til 2019, mens Trondheim Kino hadde en liten nedgang. Felles for alle kinoene er at nedgangen i TKR fra 2019 til 2020 er markant. Dette skyldes i all hovedsak kraftig reduserte driftsinntekter, der salgsinntektene har avtatt betraktelig, som en følge av koronarestriksjoner.

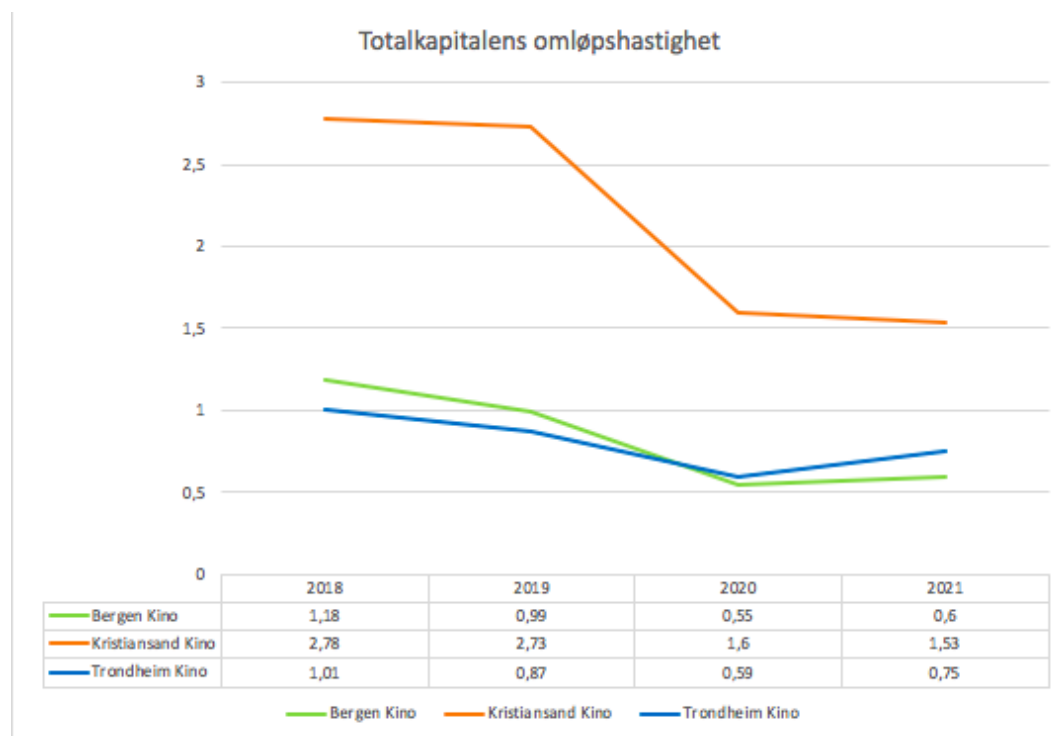
## 4.2.2 RESULTATGRAD



**FIGUR 14: BENCHMARK RESULTATGRAD**

Vi ser at Bergen Kino har høyere TKR enn Trondheim Kino i hele perioden 2019-2021. Ettersom total kapitalens omløpshastighet for de nevnte kinoene er relativt lik i hele perioden, kan vi konkludere med at en høyere resultatgrad jevnt over er årsaken til at Bergen Kino kommer bedre ut målt på TKR. Kristiansand Kino har derimot en relativt konstant resultatgrad de 3 første årene, før den i 2021 falt med drøye 10%. Det skyldes i all hovedsak økte lønnskostnader i 2021 sammenlignet med året før, i tillegg til at annen driftsinntekt har gått vesentlig ned. Til tross for at TKR hos alle kinoene falt vesentlig fra 2019 til 2020, har Kristiansand Kino bedret resultatgraden i samme periode. Dette skyldes i all hovedsak reduserte lønnskostnader dette året, samt lavere driftsinntekter som gjør det enklere å generere en høyere positiv resultatgrad, dersom man klarer å holde kostnadene nede.

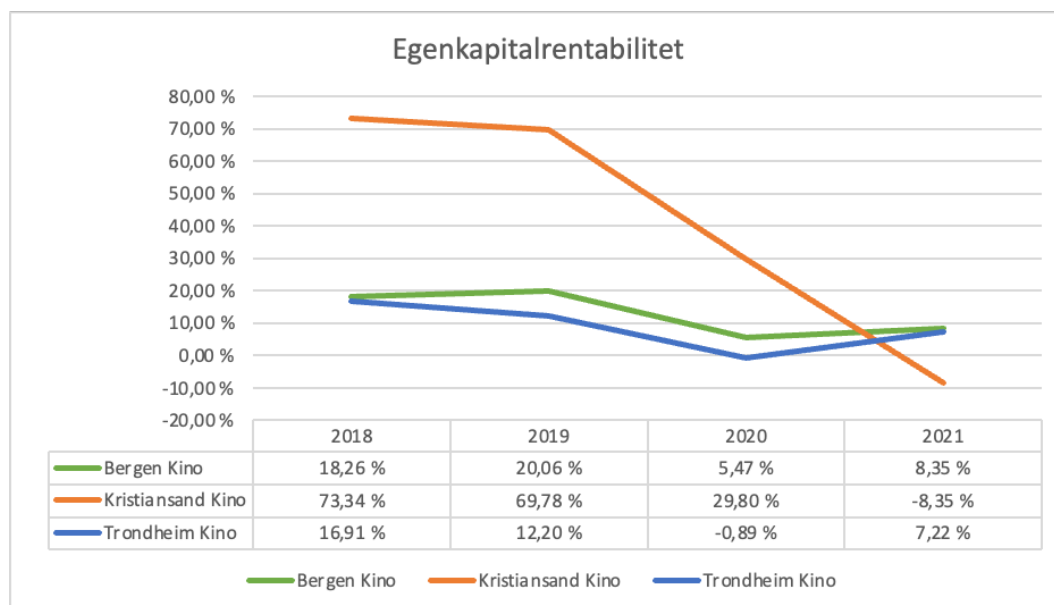
### 4.2.3 TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET



FIGUR 15: BENCHMARK TOTALKAPITALENS OMLØPSHASTIGHET

Kristiansand kino har gjennom hele perioden hatt høyere omløpshastighet på kapitalen enn både Trondheim og Bergen Kino gjennom hele perioden. De har altså vært flinkere til å generere inntekter med de eiendelene de har. Årsaken til dette er som nevnt at Kristiansand Kino har langt lavere totalkapital som delvis er grunnet den forskjellige organisasjonsstrukturen. Forskjellen var før 2019 på mellom 1,5 og 2, men et fall i driftsinntekter gjorde at den ble redusert i 2020. Trondheim og Bergen har hatt en mer rolig utvikling, og har etter 2020 hatt en positiv trend. Men Trondheim Kino har vært bedre enn Bergen Kino til å utnytte kapitalen sin siden 2020.

#### 4.2.4 EGENKAPITALRENTABILITET FØR SKATT



FIGUR 16: BENCHMARK EGENKAPITALRENTABILITET FØR SKATT

Det er også vesentlig å sammenligne avkastningen eierne har hatt på kapitalen med andre selskap i bransjen. Vi ser at Kristiansand Kino har hatt gjennomgående høyest egenkapitalrentabilitet fram til 2020, men har brått kommet dårligst ut i 2021. Dette er antakeligvis delvis grunnet Covid-19, da de fikk negativt resultat før skatt. Samtidig har både Bergen og Trondheim Kino hatt en positiv trend siden 2020, med en solid økning i resultat før skatt. Dersom Trondheim Kino klarer å opprettholde den positive utviklingen videre i 2022, er det gode muligheter for at de blir det selskapet med høyest egenkapitalrentabilitet fra dette året.

#### 4.3 SWOT-ANALYSE

“En strategi handler om å ta valg i dag som skal øke bedriftens inntjening i framtiden” (Fjellstad og Lunnan, 2019, s. 85). Selv om Trondheim Kommune eier 100 % av aksjekapitalen, vil Trondheim Kino likevel forsøke å maksimere sine inntekter. Uten en strategi vil kanskje ikke et selskap overleve over tid. Selv om et selskap ikke har en konkret strategi skrevet ned, betyr det ikke at bedriften er dømt til å feile. Strategien kan ligge i kulturen (Fjellstad og Lunnan,

2019). Når ansatte har en felles forståelse for hvilken retning bedriften skal bevege seg, er det ikke en nødvendighet at strategien er nedskrevet.

For Trondheim Kino tenker vi i denne bacheloroppgaven at det vil være relevant å ta i bruk en SWOT- analyse. SWOT-analysen gir et bedre grunnlag for å forutsi hva som skyldes tallene i regnskapsanalysen. Den skal dele inn i temaer og tydeliggjøre visse aspekter ved fenomener. For et kommunalt eid selskap som Trondheim Kino er det utvilsomt relevant å avdekke mulige årsaker, spesielt fordi folk kan være nysgjerrige på hva skattepengene brukes på. Dersom folk mener et selskap kunne unngått økonomiske tap, eventuelt om det går for godt, er det ikke utenkelig at kommunen vil omfordele midlene som selskapet har fått tildelt. Det som imidlertid er viktig å huske for Trondheim Kino er at bedriften, i likhet med andre bedrifter, måtte håndtere koronaviruset i 2020 og 2021. Koronaviruset hadde stor innvirkning på økonomien som helhet, og det var mange bedrifter som fikk tildelt støtte fra staten i løpet av pandemien. Trondheim Kino var en av disse, da de mottok nesten 49 millioner i løpet av 2020 og 2021 i støtteordninger (Olsen, 2021). Det er mulig at folks vaner endret seg etter en påkjenning som pandemien. Dermed er det spennende å se om man greier å se en endring hos folks kinovaner, og eventuelt hvordan Trondheim Kino håndterte dette.

SWOT-analysen vil kartlegge interne styrker og svakheter, og eksterne muligheter og trusler. Dette vil være et solid supplement til regnskapsanalysen vi har gjort, og kan gi oss et bedre bilde på mulige årsaker til utviklingen av lønnsomheten for Trondheim Kino.

Nedenfor er det satt opp en tabell som oppsummerer Trondheim Kinos SWOT-analyse.

<p><b>Styrker</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Eneste tilbyder for kinovisning.</li> <li>● Leverer en totalpakke med aspekter som lyd kvalitet, bildekvalitet, komfort, og sosial arena</li> <li>● Kinovinduet</li> <li>● Kan tåle dårlige tider over kortere perioder</li> </ul>	<p><b>Svakheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Støy og forstyrrende elementer</li> <li>● Lokasjon</li> <li>● Dyrt i forhold til strømmetjenester</li> <li>● Kvalitet på filmproduksjon</li> <li>● Krav fra kommunen</li> <li>● Mye ledig kapasitet i ukedagene</li> </ul>
<p><b>Muligheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Leie ut salen til ulike arrangement</li> <li>● Prisdifferensiering basert på AI</li> <li>● Differensiere pris basert på komfort</li> <li>● Økt markedsføring</li> <li>● Vise annet innhold</li> </ul>	<p><b>Trusler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Streaming</li> <li>● Nedprioritert</li> <li>● Redusert kjøpekraft</li> <li>● For lite kunnskap om kunden</li> <li>● Trafikkfritt sentrum</li> <li>● Mva.-avgift (se mer på dette)</li> </ul>

TABELL 15: SWOT TRONDHEIM KINO

#### 4.3.1 STYRKER

Med styrker menes de faktorer som kan skape et konkurransefortrinn for Trondheim Kino. Det faktum at Trondheim Kino er eneste tilbyder for kinovisning i Trondheim vil være viktig. Det utelukker muligheten folk har til å erstatte Trondheim Kino med en annen kino, og vil derfor være en styrke. Mangelen på substitutter gjør at det eneste alternativet folk har er å la være å dra på kino. Men skal folk på kino, kan Trondheim Kino være trygge på at de blir valgt.

Dessuten har Trondheim Kino også en fordel i form av rettigheter, også kalt “kinovinduet” (Unhjem og Trengereid, 2018, s. 54). Dette betyr at kinoen har kjøpt eksklusive rettigheter for å vise en film over en viss periode. I denne perioden vil det kun være mulig for forbrukeren å se denne på kino, ingen andre plasser. Dette vil være en fordel alle kinoene drar nytte av og baserer seg på en relasjon mellom distribusjonsselskapene til filmene og kinoene. Denne relasjonen vil derfor være en immateriell ressurs som det kan være vanskelig for konkurrenter å kopiere. 85 % av kinobesøkende sier de går på kino fordi “det er en film jeg har lyst til å se” (Film & Kino, 2015, s. 9). Derfor er det ofte viktig at kinoen er den eneste plassen man kan se filmen.

Det er likevel ikke bare filmen i seg selv som får folk til å besøke kinoene. Ifølge undersøkelsen fra Film & Kino (2015) er det en pakke med flere elementer som gjør at man ønsker å gå på kino. For de fleste (70%) er bilde og lyd kvalitet svært viktig for den optimale kinoopplevelsen. I tillegg er det en hel rekke andre faktorer som scorer høyt på undersøkelsen, som sittekomfort, renhold, og det sosiale. Det er denne miksen av diverse faktorer som gjør et kinobesøk til et unikt besøk som man ikke kan få andre steder.

Trondheim Kino kan også skape ekstra arrangement rundt spesielle filmer, som ulike aktiviteter og utkledning knyttet til filmen. Dette skaper ekstra blest om filmen og er spesielt rettet mot barn og det yngre publikum. Dette er arrangementer som kan øke billettsalget siden det handler om å skape et produkt som er mer enn bare filmen.

Ved å se på regnskapstallene, ser vi også at gjeldsgraden er liten, noe som betyr at kinoen er mindre utsatt for renteendringer. Likviditetsgraden på 3,67 viser også god likviditet. Summen av dette gjør at kinoen bør greie seg hvis det kommer dårligere perioder over kortere tid, noe som vil være en styrke i usikre tider.

#### 4.3.2 SVAKHETER

For Trondheim Kino er det noen svakheter å ta tak i. Det kan diskuteres hvorvidt dette er den optimale arenaen for en filmopplevelse. Som kunde deler man salen med andre, og en filmopplevelse kan gjerne bestå av forstyrrende elementer, som for eksempel bråk fra andre kunder. Dette blir en faktor det blir vanskelig for Trondheim Kino å gjøre noe med, men de har tatt noen tiltak som å tilby enkelte saler med mer komfortable stoler og plass mellom setene. En annen svakhet Trondheim Kino har, er begrenset tilgang på både tid og sted. Filmene vises et gitt antall ganger i uka, og det er ikke en selvfølge at det passer for kundene. Geografisk er tilbudet også begrenset til to plasser i Trondheim, så kunder må regne med litt reisetid for å få sett filmer. I tillegg er parkeringsavgift i byen noe som gjør tilbudet mindre attraktivt, spesielt for familier. Hvor stor svakhet dette er kan diskuteres, men det vil alltid være lettere tilgang gjennom strømmetjenester enn å dra på kino. Dette var spesielt tilfellet under koronapandemien da strømmetjenester nesten utelukkende var alternativet.

I tillegg viser undersøkelser at billettprisen oppleves som for høy blant noen kunder (Unhjem og Trengereid, 2018, s. 91). Med det brede utvalget av aktører innenfor streaming-kategorien er det nå lettere tilgang på filmer og serier enn det var tidligere. Dette har ført til at kinobilletter har blitt relativt dyrere. Man får en måneds bruk av en rekke strømmetjenester til samme pris som en kinobillett, og ofte under dette også. Da er Trondheim Kino avhengig av at folk har en høyere betalingsvillighet og faktisk reiser på kino for å se en film de kunne ha sett hjemme senere, til en lavere pris.

En annen svakhet er Trondheim Kinos begrensede frihet til hva de skal vise av filmer. Hvilke filmer produsentene lager er i veldig liten grad noe Trondheim Kino kan påvirke; de viser det som blir utgitt. De kan riktignok tilpasse fordelingen etter pågang og etterspørsel, men det er et gitt utvalg av filmer de kan vise. I tillegg stiller nok Trondheim Kommune som eneste aksjonær en del krav til hvordan filmsammensetningen til kinoen skal se ut. Det må nok tas hensyn til aspekter som kulturmangfold og variasjon, og at Trondheim Kino kan pålegges å vise enkelte filmer som ikke er økonomisk lønnsomme (Unhjem og Trengereid, 2018, s. 97).



### 4.3.3 MULIGHETER

Ved et nærmere blikk på mulighetene hos Trondheim Kino er det flere alternativer som virker relevante for å bedre lønnsomheten av deres virksomhet. Generelt sett foregår 66% av all kinoaktivitet i helgene, noe som tydeliggjør at ukedagene er mindre travle og behovet for å øke aktiviteten i dette tidsintervallet absolutt er til stede (Unhjem og Trengereid, 2018, s. 91). Her kan en potensiell mulighet være at folk kan leie kinosaler i gitte tidsrom for diverse arrangementer som bursdager, fotballkvelder eller andre sosiale sammenkomster der behovet for bedre bilde- og lyd kvalitet, samt komfort er foreliggende. På denne måten kan Trondheim Kino leie ut enkelte kinosaler i ukedagene, i stedet for at disse står tomme uten å generere noen form for inntekt. Når det er sagt må det også vurderes hvilke økte kostnader en slik ordning vil føre med seg, i form av økt behov for renhold og eventuelt ansatte på jobb.

Videre vil det være viktig å investere tid og penger i markedsføring som øker driftsinntektene til virksomheten og slår positivt ut på lønnsomheten. Her kan Trondheim Kino dra nytte av AI (kunstig intelligens) til å prise billetter basert på popularitet og engasjement knyttet til diverse filmer. Anvendelse av en slik metode vil også føre til en bedre kartlegging av hvilke filmer som er verdt å markedsføre i større grad og vil dermed spare Trondheim Kino for kostnader ved markedsføring av filmer som ikke anses som populære blant folk flest. Hensikten med bruk av AI vil være å utvikle datasystemer som kan kartlegge kinomarkedet og ulike problemstillinger knyttet opp mot dette. På denne måten kan man på lengre sikt redusere lønnskostnader, samtidig som man drar nytte av et verktøy som gir nyttig informasjon om hva som rører seg i kinomarkedet.

Differensiering av pris basert på komfort og ulike seters popularitet er også en mulighet for Trondheim Kino. Differensiering av pris basert på komfort i form av setekvalitet er noe som allerede er tatt i bruk, men faktorer som benplass og ulike seters popularitet er ikke medregnet i prisen i de fleste tilfeller. Generelt er plassene i midten av kinosalen de mest populære og en mulighet er dermed å ta en høyere pris for disse og følgelig redusere prisen på de "mindre attraktive" plassene. Fordelen med en slik løsning vil være å fylle kinosalene i større grad, da den reduserte prisen på enkelte seter gir forbrukeren større kjøpekraft. I tillegg er det viktig at de "attraktive plassene" ikke prises for høyt, slik at forbrukeren fortsatt har

tilstrekkelig kjøpekraft. Hensikten med en slik løsning vil følgelig være å øke den totale kjøpekraften hos forbrukerne, slik at flere benytter seg av Trondheim Kino og deres tilbud.

#### 4.3.4 TRUSLER

For en kommune, på lik linje med et selskap, er det viktig å ha et godt rykte. En kommune sitt rykte korrelerer gjerne med politikken som føres. For Trondheim Kino er det mulig at kommunen kan påvirke deres rykte, og vise versa. Selv om Trondheim Kino kan bli påvirket av Trondheim kommune, er det høyst mulig at selskapet må ha en strategi dersom selskapet ønsker å unngå nettopp dette. Det kan være kritisk å isolere seg fra kommunen og framstå som en individuell og uavhengig aktør. Dersom folk forbinder kommunen og Trondheim Kino med hverandre, er sjansen større for å skjære begge over samme kam når noe negativt oppstår rundt én av dem.

Noe annet som kan utfordre Trondheim Kino er strømmetjenester. De siste årene har det dukket opp flere strømmetjenester som har trukket til seg flere kunder. Netflix, Disney+ og Amazon sin Prime Video er gode eksempler på nettopp dette. I begynnelsen, da Netflix kom som en utfordrer, var det nok vanskelig å se hvordan fysiske kinoer skulle forsvare sin posisjon i og med at mange filmer plutselig ble veldig lett tilgjengelige. Nå som Netflix har tråkket opp en løype, er det muligens lettere for andre strømmetjenester å satse.

Strømmetjenestene har også begynt å lage egne filmer. Disse filmene blir da gjerne kun tilgjengelig hos den enkelte strømmetjenesten. Eksempler på dette er Troll fra Netflix og Zack Snyder's Justice League fra HBO Max. Dette er en trussel for kinobransjen generelt fordi det utelukker potensielt gode filmer fra kinoen, og hindrer dem å ha et bedre utvalg. Det er også usikkert om filmer vil bli produsert av strømmetjenester heretter. Dersom dette blir tilfellet er kinobransjen nødt til å sikre seg rettigheter, slik at de har filmer å vise. Uten filmer å vise er det lite for publikum å betale for. Det kan selvfølgelig diskuteres om en kino er avhengig av å vise mange filmer til enhver tid, men det er begrenset hvor bærekraftig det er å ha anlegg som Trondheim Kino dersom de kun hadde hatt to-tre filmer å vise per år, spesielt dersom planene er å drifte slik det gjøres den dag i dag. Skal man se på Trondheim Kino sitt regnskap viser det seg at kinobransjen i byen greier seg fint til tross for digitale utfordrere. Hvordan lønnsomheten utvikler seg over tid er ikke like tydelig.

En fordel strømmetjenester og andre digitale aktører har er at de kjenner sine kunder. De har tilgang på all aktivitet hver kunde bedriver, og hva de liker og ikke liker. Dette er fordi kunden bruker applikasjoner til å se deres filmer og serier. Trondheim Kino har ikke den samme muligheten til å observere og registrere kundedata som sine digitale konkurrenter. Her burde det også være rom for Trondheim Kino å være kreativ med tidligere nevnte AI. Det hjelper heller ikke at hver film er unik på sin måte, noe som kompliserer estimering av billettsalg. Trondheim Kino har utfordringer med å gå i dybden på hva kunder liker, og ikke liker. Å tilpasse seg raskt kan derfor være en utfordring uten direkte tilbakemelding eller andre indikatorer. Her har strømmetjenestene en stor fordel i og med at statistikken er lettere tilgjengelig. Det gjør det enklere å analysere og finne ut eksakt hva som bør forbedres med tjenesten.

En annen trussel for Trondheim Kino, og kinobransjen som helhet, er nordmenns reduserte kjøpekraft. Etter rentehevinger, høye inflasjonstall og svake lønnsøkninger har det vært med på å dempe nordmenns kjøpekraft (Knudsen og Nilsen, 2022). Når folk er mer sparsomme med pengene sine vil det bety at visse budsjettposter justeres, om ikke kuttes. Kino er et gode, som kommer lenger ned på den økonomiske prioriteringslisten enn for eksempel mat.

For å vurdere om Trondheim Kino skal greie seg i mange år framover er det nødvendig å se på hvordan framtiden kan bli. Meta, tidligere facebook, sin utvikling av VR-headset tilfører en ny dimensjon til underholdning (Meta, 2023). Det er tenkelig at VR-headset vil utgjøre en større del av hverdagen dersom diverse bransjer også satser på det. Da vil det skape en nettverkseffekt som gjør at man rett og slett må tilpasse seg. Et eksempel på dette er bankkort. Bankkort er såpass mye brukt at nye virksomheter nærmest er avhengig av en kortterminal. På lik linje vil det kanskje bli essensielt for aktører innen digital underholdning å gjøre sine produkter tilpasset for VR. Dette tar oss videre til utviklingen til Trondheim Kino. Trondheim Kino er helt avhengig av å forutse potensielle konkurrenter. Dette spesielt fordi kino er digital underholdning. Gjennom årene har kino tilpasset seg publikum og forsøkt seg på nye konsepter. Visninger i 3D og surround-lyd er eksempler på dette. Ikke alle konsepter overbeviser publikum. Det vises fremdeles mange filmer i 2D, noe som indikerer at

folk ikke alltid foretrekker det nye. Videre kan man altså ikke med sikkerhet si at teknologi som VR-headset vil utkonkurrere kino. Selv om innovasjonen kanskje fungerer i private hjem vil det være en mulighet for at folk drar på kino også av andre grunner enn selve filmen. Budskapet blir med andre ord at Trondheim Kino bør være obs på sin posisjon i forhold til ny teknologi som stadig kommer, men at ikke alle nye digitale nyvinninger utgjør en reell trussel.

## 5.0 KONKLUSJON

For å besvare problemstillingen har vi gjennomført en regnskapsanalyse og strategisk analyse med spesielt fokus på lønnsomhet. Våre metodiske valg har i stor grad vært henting av kvantitative data i form av regnskapstall fra proff.no. Vi har dessverre ikke fått hentet inn kvalitative data gjennom et intervju med Trondheim Kino, så oppgavens kvalitative tilnærming er basert på egne refleksjoner og noe sekundærdata.

Utviklingen bærer i stor grad preg av utbruddet av korona-pandemien i 2020. Dette ser vi da resultat før skatt blir negativt og flere av nøkkeltallene endres markant dette året. Endringer ser vi i tilknytning til likviditet, finansiering, soliditet og lønnsomhet.

Likviditeten bedrer seg gjennom hele perioden og vi ser en markant forbedring fra 2019 til 2020. Dette skyldes at den kortsiktige gjelden ble redusert betraktelig i 2020 og følgelig blir likviditeten forbedret. Finansieringsgrad 1 er god siden den er under 1, som betyr at alle anleggsmidler, og deler av omløpsmidlene, er langsiktig finansiert. Følgelig er finansieringen å anse som sunn. Finansieringsgrad 1 er også forbedret i perioden på grunn av at verdien av anleggsmidler blir mindre. Dette er også årsaken til at arbeidskapitalen blir større, da deler av omløpsmidlene blir finansiert med langsiktig kapital. Soliditeten anses også som meget god da denne har steget i løpet av perioden, og i 2021 er egenkapitalandelen på ca. 80%. Økningen skyldes redusert total kapital som i hovedsak skyldes den reduserte kortsiktige gjelden.

Lønnsomheten er svært varierende i perioden, da korona-pandemien medførte at driftsresultatet ble negativt i 2020. Dette skyldes det store fallet i driftsinntekter dette året da det var store begrensninger i filmutvalg og diverse restriksjoner knyttet til pandemien. Dette gjør at å sammenligne tallene fra år til år er noe vanskelig. Men ved å sammenligne utviklingen med to andre kinoer ser vi at utviklingen til Trondheim Kino er veldig lik utviklingen til Bergen Kino. Total kapitalrentabiliteten har vært noe svakere sammenlignet

med Bergen Kino gjennom hele perioden, men er bare ca. 1 prosentpoeng unna i 2021. Denne dekomponerer vi i resultatgrad og kapitalens omløpshastighet.

Da ser vi at dette skyldes at resultatgraden er litt dårligere enn Bergen Kino, mens kapitalens omløpshastighet har Trondheim Kino blitt litt bedre på enn Bergen de siste to årene. Egenkapitalrentabiliteten har også vært et varierende nøkkeltall gjennom perioden vi har fokusert på. For Trondheim Kino har den vært lavere enn både Kristiansand og Bergen, og en vesentlig nedgang i resultat før skatt i 2020 forverret den ytterligere. I motsetning til Kristiansand Kino har både Bergen og Trondheim Kino hatt en positiv trend fra og med 2021, og det kan også se ut som det er mulig for Trondheim å få en høyere egenkapitalrentabilitet enn Bergen.

Basert på dette kan vi se at nøkkeltallene beveger seg i riktig retning etter korona-pandemien, selv om lønnsomheten ikke er tilbake på nivå med årene før korona. Det vil derfor bli interessant å se hvordan dette utvikler seg i kommende år. Korona-pandemien har fått mindre påvirkning på folks liv, men spørsmålet er om folk sine kinovaner endrer seg etter en slik periode. Dessuten blir konkurransen hardere på grunn av alle strømmetjenestene på markedet. Tilbudet er begrenset både sted- og tidsmessig, og strømmetjenester gir uendelige muligheter fra sofaen. Dette presser Trondheim Kino til å tilby noe mer slik at totalpakken med å gå på kino blir noe mer enn å bare se en film. I tillegg har dagens økonomiske usikkerhet ført til at folk er mer bevisste på forbruk og tenker mer på hva de bruker penger på. Som tidligere diskutert har prisen på kinobilletter blitt dyrere relativt sett, noe som er problematisk for kinobransjen. Om Trondheim Kino og andre kinoer i Norge håndterer disse utfordringene vil bare tiden vise.

## 6.0 KILDER

- Erichsen, M., Solberg, F. og Stiklestad, T. (2022) *Ledelse i små og mellomstore virksomheter*. 3. utg. Bergen: Fagbokforlaget.
- Film & Kino (2015) *Resultater fra kinoundersøkelsen 2015*. Oslo. Tilgjengelig fra: <https://www.kino.no/incoming/article1250532.ece/binary/Kinounders%C3%B8kelsen%202015.pdf> (Hentet: 14.02.2023).
- Fjellstad, Ø. D. og Lunnan, R. (2019) *Strategi*. 2. utg. Fagbokforlaget.
- Jacobsen, D. I. (2022) *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* 4. utg. Oslo: Cappelen Damm.
- Johannessen, A., Christoffersen, L. og Tufte, P. A. (2020) *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. 4. utg. Oslo: Abstrakt forlag.
- Knudsen, C. og Nilsen, A. A. (2022) Sentralbanksjefen om økt rente og inflasjon: – Krevende for noen, *E24*, 18.08.2022. Tilgjengelig fra: <https://e24.no/norsk-oekonomi/i/rE0V90/sentralbanksjefen-om-oekt-rente-og-inflasjon-krevende-for-noen> (Hentet: 28.02.2023).
- Kristoffersen, T. (2019) *Årsregnskapet - en grunnleggende innføring*. 6. utg. Bergen: Fagbokforlaget.
- Langli, J. C. (2016) *Årsregnskapet*. 10. utg. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Meta (2023) *Blend the digital and physical with Meta Quest*. Tilgjengelig fra: <https://www.meta.com/no/en/work/quest/> (Hentet: 2023 14.03).
- Norges Bank (2019) *Hvorfor vil vi ha lav og stabil inflasjon?* Tilgjengelig fra: <https://www.norges-bank.no/kunnskapsbanken/inflasjon/hvorfor-vil-vi-ha-lav-og-stabil-inflasjon/> (Hentet: 07.03 2023).
- Olsen, E. S. (2021) Disse kulturbedriftene har mottatt mest koronastøtte, *Steinkjer24*, 23.09.2021. Tilgjengelig fra: <https://www.steinkjer24.no/nyheter/i/y48WkE/disse-kulturbedriftene-har-mottatt-mest-koronastoette> (Hentet: 14.02).
- Proff (2022) *Trondheim Kino*. Tilgjengelig fra: <https://www.proff.no/selskap/trondheim-kino-as/trondheim/filmframvisning/IG839RL0RRO/#tab-info-TR> (Hentet: 31.01 2023).
- Statistisk sentralbyrå (2023) *Konsumprisindeks*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/priser-og-prisindekser/konsumpriser/statistikk/konsumprisindeksen> (Hentet: 07.03 2023).
- Trondheim Kino (2023) *Om Trondheim Kino*. Tilgjengelig fra: <https://www.trondheimkino.no/om-trondheim-kino> (Hentet: 07.02 2023).
- Unhjem, J. A. og Trengereid, J. (2018) *Norske kinoer i en ny konkurransesituasjon*. Masteroppgave, NHH Norges Handelshøyskole. Tilgjengelig fra: <https://openaccess.nhh.no/nhh-xmlui/bitstream/handle/11250/2560674/masterthesis.PDF?sequence=1> (Hentet: 08.02.2023).





