

Eli Mehlum
Sandra Carita Myrbråten

Lønnsomhetsanalyse av Bula Bistro

Bacheloroppgave i Økonomi og administrasjon

Veileder: Tor-Eirik Olsen

April 2024

Eli Mehlum
Sandra Carita Myrbråten

Lønnsomhetsanalyse av Bula Bistro

Bacheloroppgave i Økonomi og administrasjon
Veileder: Tor-Eirik Olsen
April 2024

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen



Forord

Denne oppgaven er en del av vår avsluttende bachelor i økonomi og administrasjon ved NTNU Handelshøyskolen i Trondheim. Hovedprofilen vi har valgt er økonomistyring.

Vi har gjennomført en lønnsomhetsanalyse av virksomheten Bula Bistro i perioden 2018-2022. Det har vi gjort ved å se på utviklingen av regnskapstall og analysert nøkkeltall til bedriften. I tillegg har vi benchmarket nøkkeltall innenfor lønnsomhet med to konkurrenter. For å undersøke variasjonen i nøkkeltallene har vi også utarbeidet en SWOT-analyse. Det har vært spennende å jobbe med oppgaven da det har gitt oss mulighet til å bruke teorien i en praktisk case.

Avslutningsvis ønsker vi å benytte anledningen til å takke veilederen vår Tor-Eirik Olsen for tålmodighet og tid til å gi veiledning, gode råd og innspill i prosessen.

Innholdet i denne oppgaven står for forfatterens regning.

Trondheim, 2024

Eli Mehlum

Sandra Carita Myrbråten

Sammendrag

I denne oppgaven har vi gjennomført en lønnsomhetsanalyse av restauranten Bula Bistro i perioden 2018-2022. Vi har fokusert på den økonomiske utviklingen ved å bruke nøkkeltall for lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet. I tillegg har vi benyttet en strategisk analyse i form av en SWOT-analyse, som har gitt oss muligheten til å undersøke de interne og eksterne faktorene som kan ha påvirket restauranten og lønnsomhetsutviklingen deres.

Innledningsvis presenterer vi bedriften vi har valgt, Bula Bistro, samt tema og valgt problemstilling. Deretter presenteres relevant teori med to hovedfokus, regnskapsanalyse og strategisk analyse. Her har vi valgt å presentere alle nøkkeltallene vi har fokusert på samt en beskrivende del om den strategiske teorien. I neste kapittel beskriver vi den metodiske tilnærmingen til oppgaven vår. Her legger vi vekt på valgene og hvilke avgrensninger vi har foretatt i gjennomføringen av oppgaven, herunder valg av undersøkelsesdesign, innsamling av data. Avslutningsvis i metodekapitlet reflekterer vi rundt valgene og konsekvenser av valgene i lys av validitet og reliabilitet.

I analysedelen går vi gjennom alle nøkkeltallene for Bula Bistro, og deretter har vi valgt å sammenligne nøkkeltallene for lønnsomhet med to andre aktører som opererer i det samme markedet. Avslutningsvis inkluderer vi den strategiske analysen for å finne årsaker til lønnsomhetsutviklingen til bedriften.

Helt til slutt samler vi alt i en konklusjon hvor vi forsøker å se funnene fra regnskapsanalysen opp mot funnene i den strategiske analysen for å gi et svar på problemstillingen. Vår analyse viser at lønnsomheten til Bula Bistro i utgangspunktet er god, og at de opererer i et vanskelig marked med mange konkurrenter. Likevel klarer de å holde lønnsomheten oppe – også i tider hvor bransjen har vært underlagt strenge restriksjoner.

Abstract

In this assignment, we have conducted a profitability analysis of the restaurant Bula Bistro in the time period 2018-2022. We have focused on the financial development by using key financial figures for profitability, liquidity, financing and solvency. In addition, we have mobilized a strategic analysis, more specifically a SWOT analysis, which gives us the opportunity to address the internal and external factors that may affect the restaurant and their profitability development.

This bachelor assignment starts off with an introduction of the chosen topic and research question. Relevant theory is then presented with two main focuses, accounting analysis and strategic analysis. We have chosen to present all the key financial figures we have focused on as well as an explanatory part about the strategic theory. In the next chapter we describe the methodological approach to our assignment. Here we emphasize the choices and the limitations we have made in preparing the problem, choice of survey design, collection of data. Finally, in the method chapter, we reflect on the choices and consequences of the choices in the light of validity and reliability.

In the analysis section, we review all the key financial figures for Bula Bistro. And to get a better perspective of profitability, we have chosen to compare the key figures for Bula Bistro with two competitors on the market in the same industry. Finally, we include a strategic analysis to find possible causes for the profitability of the company.

At the end, we collect everything in a conclusion where we try to combine the findings from the accounting analysis with the findings in the strategic analysis, in order to answer the research question. Our analysis shows that the profitability of Bula Bistro is good, and that they operate in a difficult market with a lot of competitors, but they still manage to keep the profitability up – even in times when the industry has been subject to strict restrictions.

Innholdsfortegnelse

<i>Forord</i>	1
<i>Sammendrag</i>	2
<i>Abstract</i>	3
1. Innledning	6
1.1 Presentasjon av Bula Bistro.....	6
1.2 Tema og problemstilling.....	6
1.3 Oppgavens oppbygning.....	7
2. Teori	7
2.1 Likviditet	8
2.1.1 <i>Likviditetsgrad 1</i>	9
2.1.2 <i>Likviditetsgrad 2</i>	9
2.1.3 <i>Arbeidskapital</i>	9
2.2 Finansiering og soliditet	10
2.2.1 <i>Finansieringsgrad 1</i>	10
2.2.2 <i>Gjeldsgrad</i>	10
2.2.3 <i>Egenkapitalandel</i>	11
2.3 Lønnsomhet.....	11
2.3.1 <i>Totalkapitalrentabilitet (ROI)</i>	12
2.3.2 <i>Kapitalens omløpshastighet (KO)</i>	13
2.3.3 <i>Resultatgrad</i>	13
2.3.4 <i>Egenkapitalrentabilitet</i>	14
2.4 Strategiske analyseverktøy	14
2.4.1 <i>SWOT-analyse</i>	15
3. Metode	15
3.1 Problemstilling	16
3.2 Valg av metode	17
3.2.1 <i>Innsamling av data</i>	18
3.2.2 <i>Reliabilitet og validitet</i>	18
3.3 Benchmarking.....	19
4. Analyse	20
4.1 Presentasjon av balanse og resultat	20
4.2 Presentasjon av nøkkeltall	21
4.3 Likviditet	22
4.3.1 <i>Likviditetsgrad 1</i>	22
4.3.2 <i>Likviditetsgrad 2</i>	23
4.3.3 <i>Arbeidskapital</i>	24
4.4 Finansiering og soliditet	24
4.4.1 <i>Finansieringsgrad 1</i>	25
4.4.2 <i>Gjeldsgrad</i>	26
4.4.3 <i>Egenkapitalandel</i>	26

4.5	Lønnsomhet	27
4.5.1	<i>Totalkapitalrentabilitet (ROI)</i>	27
4.5.2	<i>Kapitalens omløpshastighet (KO)</i>	28
4.5.3	<i>Resultatgrad (ROS)</i>	29
4.5.4	<i>Egenkapitalrentabilitet</i>	30
4.6	Benchmark.....	30
4.6.1	<i>Totalkapitalrentabilitet (ROI)</i>	31
4.6.2	<i>Kapitalens omløpshastighet (KO)</i>	32
4.6.3	<i>Resultatgrad (ROS)</i>	32
4.6.4	<i>Egenkapitalrentabilitet</i>	33
4.7	Oppsummering av regnskapsanalysen	34
5.	Strategisk analyse – SWOT	34
5.1	Styrker	35
5.2	Svakheter	36
5.3	Trusler.....	37
5.4	Muligheter	37
5.5	Oppsummering av SWOT-analysen.....	38
6.	Konklusjon	39
	Referanser	42

1. Innledning

1.1 Presentasjon av Bula Bistro

Bula Bistro er en restaurant lokalisert i Trondheim sentrum som ble etablert i 2017 av Reneé Bernhardsen Fagerhøi. De serverer 5-retters eller 10-retters middag som består av blant annet blodpølse i potetlompe som er inspirert av 7Eleven på Rosendal i Trondheim. På hjemmesiden skriver de «Vårt fokus er å gi gjestene våre den unike og noe uvanlige opplevelsen – denne skaper vi gjennom eksepsjonell service, spennende vin- og barkart, og ikke minst – kreativ og overraskende mat. Dette skaper den unike Bulastemningen!» (Bulabistro.no). I et portrettintervju av Reneé i A-magasinet (2020) trekker en matanmelder frem dette etter et besøk på Bula Bistro: «Noe er vant og trygt. Men du kan også støte på retter som O'boy til rotchips, is av saltstenger, griseører servert til cava og ceviche med popcorn.» Dette beskriver hvordan Bula Bistro plasserer seg i den noe mer utradisjonelle matstilen.

1.2 Tema og problemstilling

Restaurant- og mattilbudet i Trondheim har økt de siste 5-10 årene og dette gjør bransjen interessant. Det er stadig nye restauranter som etableres i byen og konkurransen er dermed tøff. Den sterke konkurransen bidrar til at restaurantene må vokse og utvikle seg i markedet, samtidig som de må styrke posisjonen og konkurranseevnen sin. Dette gjør det ekstra interessant fordi det er en bransje som stadig er i endring og som jobber for å forbedre seg – det vil alltid være mulig å teste noe nytt.

Den perioden vi har valgt å analysere har kanskje vært ekstra spesiell med tanke på koronapandemien. Restaurantene har vært nødt til å tenke nytt og jobbe etter de restriksjonene og innstrammingene de har stått ovenfor. Her var det helt avgjørende at restaurantene tilpasset seg endrede behov og preferanser da mange kunder ikke nødvendigvis valgte å spise i restauranten denne perioden.

I denne oppgaven er formålet å undersøke hvordan lønnsomheten til restauranten Bula Bistro har utviklet seg en gitt periode. Vi har valgt å gjennomføre en lønnsomhetsanalyse av restauranten der vi tar for oss perioden fra 2018 til 2022. For å skaffe oss et bedre bilde av lønnsomheten har vi valgt å sammenligne restauranten med to andre restauranter.

Avslutningsvis vil vi også se på mulige årsaker til hvorfor lønnsomheten har vært som den har

vært i perioden. Dette har gitt oss følgende problemstilling:

«Hvordan har lønnsomheten utviklet seg for Bula Bistro i perioden 2018 til 2022, og hva kan være mulige årsaker til denne utviklingen?»

1.3 Oppgavens oppbygning

Først vil vi presentere relevant teori til oppgaven, blant annet nøkkeltallene vi har valgt til lønnsomhetsanalysen vår. Dette inkluderer nøkkeltall innenfor likviditet, finansiering, soliditet og lønnsomhet som vi bruker for å se på utviklingen av lønnsomheten til Bula Bistro. Videre sammenligner vi nøkkeltallene for Bula Bistro med nøkkeltallene for lønnsomhet for to konkurrenter i bransjen, Le Bistro og To Rom og Kjøkken. Vi supplerer også med en strategisk SWOT-analyse som skal kartlegge virksomhetens styrker, svakheter, muligheter og trusler. Avslutningsvis har vi et konklusjonskapittel hvor vi oppsummerer oppgaven og besvarer problemstillingen.

2. Teori

I denne oppgaven fokuserer vi på lønnsomheten til bedriften. Derfor vil vi gjennomføre en regnskapsanalyse med hovedfokus på lønnsomhet, men som også omfatter en vurdering av følgende forhold: finansiering, soliditet og likviditet. I dette kapitlet presenterer vi teori som er relevant for både regnskapsanalysen og den strategiske analysen. En regnskapsanalyse er primært beskrivende og gir et godt bilde på hvordan utviklingen i lønnsomheten har vært i undersøkelsesperioden, mens den strategiske analysen er av mer forklarende natur og er derfor egnet til å peke på mulige årsaker til den observerte lønnsomhetsutviklingen. Vi inkluderer også en kort redegjørelse av begreper og formålet med analysene vi bruker og hvordan det fungerer i praksis.

Regnskapsanalyse kan defineres som alle teknikkene som benyttes for å kartlegge og belyse en bedrifts økonomiske utvikling og stilling (Kristoffersen, 2019, s. 435). Formålet med å gjennomføre en slik analyse vil være å få en oversikt over bedriften sin økonomiske situasjon. Det vil være flere interessenter som ønsker innblikk i en regnskapsanalyse. Her vil både eksisterende eiere, men også potensielle investorer bruke informasjonen til beslutninger om videre investeringer. Også kreditorer, leverandører, ledelsen og ansatte i bedriften er

interessert i en slik analyse som en del av et godt beslutningsgrunnlag.

Man kan bruke ulike metoder for å gjennomføre en regnskapsanalyse. Ifølge Kristoffersen (2019, s. 439) er følgende metoder horisontal analyse, vertikal analyse og nøkkeltallsanalyse. Vi skal fokusere på en nøkkeltallsanalyse hvor man beregner forholdet mellom ulike poster i regnskapet. På denne måten kan man gjøre om regnskapsdata til nøkkeltall, og utarbeide tall som er enklere å forstå og sammenlignbare for interessenter. Det skilles mellom intern og ekstern regnskapsanalyse (Kristoffersen, 2019, s. 436). Intern regnskapsanalyse innebærer en analyseprosess der den ansvarlige har ubegrenset tilgang på informasjon. Dette blir ofte utført av en ansatt i bedriften selv. Ekstern regnskapsanalyse tar utgangspunkt i den offentlige tilgjengelige informasjonen om bedriften (Kristoffersen, 2019, s. 436). I denne oppgaven skal vi gjøre en ekstern nøkkeltallsanalyse basert på data hentet fra proff.no. En ekstern analyse bidrar med et objektivt perspektiv til oppgaven, da kildene ikke er direkte involvert i driften av virksomheten. Samtidig vil det gi oss en mulighet til å sammenligne virksomhetens nøkkeltall med andre virksomheter i samme bransje.

2.1 Likviditet

Likviditeten viser en bedrifts betalingsevne, og det innebærer en kartlegging av bedriftens evne til å betale sine forpliktelser ved forfall (Kristoffersen, 2019, s. 466). Det å analysere en bedrifts betalingsevne ved likviditet gir et mer riktig bilde, enn om den bare ble vurdert ut fra regnskapsdata. Dette er fordi likviditeten tar hensyn til forfallstidspunkter og bedriftens muligheter til å frigjøre kapital og ta opp nye kreditter. En bedrift trenger penger til å betale sine forpliktelser, og det er derfor viktig at bedriften til enhver tid har en likviditetsreserve (Kristoffersen, 2019, s. 467). Ved å analysere likviditeten vil kontantbeholdningen omfatte både kontanter, bankinnskudd og børsnoterte verdipapirer. Dersom en bedrift har stor likviditetsreserve, vil det indikere en god likviditet. Kontantbeholdningen regnes som regel om til en relativ størrelse – for eksempel ved å regne likvidbeholdningen i bedriften i forhold til kortsiktig gjeld, salgsinntekter eller sum eiendeler (Kristoffersen, 2019, s. 467).

Her bruker vi to sentrale nøkkeltall for å analysere likviditeten til Bula Bistro: likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2.

2.1.1 Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 viser i hvor stor grad omløpsmidlene er finansiert med kortsiktig gjeld (Kristoffersen, 2019, s. 460). Dette forholdstallet bør være større enn 1, og helst nærmere 2. Det innebærer at deler av omløpsmidlene er finansiert av langsiktig gjeld eller langsiktig kapital, noe som tyder på en mer stabil og langsiktig finansieringsstruktur for virksomheten.

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

2.1.2 Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 viser i hvor stor grad de mest likvide omløpsmidlene er finansiert med kortsiktig gjeld. De mest likvide omløpsmidlene er de omløpsmidlene som kan omgjøres til likvider ved enkle transaksjoner (Kristoffersen, 2019, s. 468). Med andre ord er det varelageret som regnes som de minst likvide omløpsmidlene, og disse er derfor trukket fra. Dette nøkkeltallet gir oss en indikasjon på bedriftens evne til å betale kortsiktig gjeld på kort sikt. Kalles også for «quick ratio» på engelsk, noe som innebærer mulighetene bedriften har til å kvitte seg med kortsiktig gjeld med lett tilgjengelige midler. Ifølge Kristoffersen (2019) bør likviditetsgrad 2 være større enn 1.

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

2.1.3 Arbeidskapital

Arbeidskapitalen beregnes som forskjellen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld. En god regel på dette er at kapital som er bundet i anleggsmidler, ikke skal være finansiert med kortsiktig gjeld (Kristoffersen, 2019, s. 238). Arbeidskapitalen bør derfor være positiv. Dersom arbeidskapitalen er negativ, vil som regel også likviditeten være dårlig og det indikerer en dårlig finansieringsstruktur. Det kan derfor være vanskeligheter med den daglige driften fordi bedriften ikke har reserver til å betale forpliktelsene sine ved forfall (Kristoffersen, 2019, s. 238). En positiv arbeidskapital vil bidra til en stabil drift av virksomheten.

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

2.2 Finansiering og soliditet

Når vi snakker om *finansiering* så mener vi både anskaffelse og anvendelse av kapital (Kristoffersen, 2019, s. 459). En analyse av finansieringen til en bedrift tar utgangspunkt i sammensetningen av eiendelene til bedriften (Kristoffersen, 2019, s. 459). Ved å analysere denne sammensetningen, som avhenger av ulike forhold, vil man skaffe seg kunnskap om forskjellene som er knyttet til eksempelvis hvilken bransje bedriften befinner seg i. Bedriftens *soliditet* forteller oss noe om evnen bedriften har til å tåle tap. Nøkkeltallene vi har brukt for å analysere Bula Bistro sin finansiering og soliditet er finansieringsgrad 1, gjeldsgrad og egenkapitalandel, som vi kommer nærmere inn på nedenfor.

2.2.1 Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 er et sentralt forholdstall ved analyse av bedriftens finansiering da den viser hvor stor grad av bedriftens anleggsmidler som er finansiert av langsiktig kapital. Langsiktig kapital består av langsiktig gjeld og egenkapital, og den bør finansiere både anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene (Kristoffersen, 2019, s. 460). En finansieringsgrad 1 som er større enn 1 betyr at deler av investeringen i anleggsmidler er finansiert av kortsiktig kapital, eksempel med økt kassakreditt. Finansieringsgrad 1 bør derfor være lavere enn 1, noe som innebærer at langsiktig kapital finansierer anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene.

Det beregnes på følgende måte:

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

2.2.2 Gjeldsgrad

Bedriftens gjeldsgrad viser forholdet mellom kapital som er finansiert av utenforstående, og kapital som er finansiert av eierne (Kristoffersen, 2019, s. 463). Dette kan uttrykkes i prosent eller antall ganger. Jo lavere forholdstallet er, desto mer solid er bedriften. Gjeldsgraden beregnes slik:

$$\text{Gjeldsgrad} = \frac{\text{Gjeld} \cdot 100\%}{\text{Egenkapital}} \text{ eller } \frac{\text{Gjeld}}{\text{Egenkapital}}$$

Gjeldsgraden og egenkapitalandelen henger tett sammen. En gjeldsgrad på 1 betyr at egenkapitalen og summen av gjeld er like stor. Det gir en egenkapitalandel på 50%. Dersom

gjeldsgraden øker, vil egenkapitalandelen avta. Bedriftens risiko for å bli insolvent eller gå konkurs vil øke med høy gjeldsgrad, samtidig som det vil svekke soliditeten til bedriften.

2.2.3 Egenkapitalandel

Bedriftens egenkapitalandel viser hvor stor prosent av eiendelene som er finansiert med egne midler (Kristoffersen, 2019, s. 463). Den forteller også hvor mye bedriften kan tape før gjelden eller fremmedkapitalen også blir påført et tap (Kristoffersen, 2019, s. 463). Et høyere forholdstall på egenkapitalandelen indikerer bedre soliditet i bedriften. Det er vanskelig å si noe om hvor høy egenkapitalandelen til en bedrift bør være. Ofte vil dette avhenge av hvilken bransje og hvilken risiko som er knyttet til virksomheten (Kristoffersen, 2019, s. 464). Hvis en virksomhet befinner seg i en bransje med stor risiko, vil det kanskje være hensiktsmessig å ha en høyere egenkapitalandel enn i en bransje med lavere risiko. I nyetablerte bedrifter er som regel også egenkapitalen ganske liten, og de vil dermed være mer sårbare for tap og ha større risiko for å gå konkurs enn allerede etablerte bedrifter (Kristoffersen, 2019, s. 464). Vi kan likevel si at en egenkapitalandel på 30 til 35 prosent vil være tilfredsstillende for de aller fleste virksomheter. Egenkapitalandelen kan beregnes slik:

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

2.3 Lønnsomhet

Mange virksomheter fokuserer på driftsresultatet når de skal legge frem sine pressemeldinger om hvordan lønnsomheten i bedriften er (Knardal & Sending, 2022, s. 162). Driftsresultatet er et absolutt tall, og er isolert sett et tall som sier lite om utviklingen i bedriftens lønnsomhet.

Dermed vil lønnsomhetsmål i form av nøkkeltall kunne gi en bedre innsikt i lønnsomhetsutviklingen i Bula Bistro.

For å analysere lønnsomheten til Bula Bistro har vi valgt å fokusere på Return on Investment, videre omtalt som ROI, som et sentralt nøkkeltall. Videre kan vi bruke DuPont-modellen for å få større innsikt i hva som påvirker ROI. DuPont-modellen gjør at vi kan dekomponere ROI til henholdsvis kapitalens omløpshastighet og resultatgrad.

2.3.1 Totalkapitalrentabilitet (ROI)

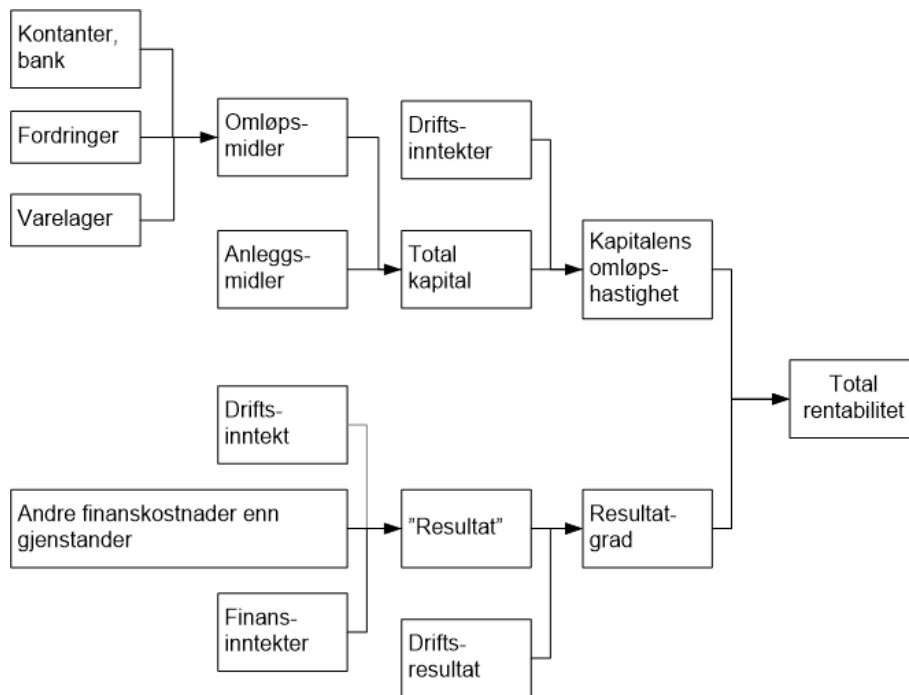
ROI er et lønnsomhetsmål som måler avkastningen på den samlede kapitalen i en bedrift (Kristoffersen, 2019, s. 452). ROI forteller hvor mye hver krone brukt i bedriften kaster av seg, uavhengig om den kommer fra egenkapital eller gjeld (Knardal & Sending, 2022, s. 164). Med andre ord er det avkastningen på den investerte kapitalen. Det er et forholdstall som gjør at det egner seg godt til sammenligning, enten mellom avdelinger innad i en bedrift eller mellom ulike bedrifter. Ved utregning av ROI har vi valgt å bruke gjennomsnittlig totalkapital, altså gjennomsnittet av totalkapitalen på starten og slutten av året. Dette gjør vi blant annet for å ikke «straffe» bedriftene som gjør større investeringer i løpet av året. Et annet argument for å ta utgangspunkt i den gjennomsnittlige totalkapitalen er at teller og nevner samsvarer ved at begge er akkumulert gjennom året. Hva som er et tilfredsstillende nivå på ROI avhenger ifølge Kristoffersen (2019, s. 452) av risikoen i en bedrift. En bedrift som har en ROI på over 10 prosent blir ansett som god, mens en avkastning på under 1% blir ansett som dårlig (Kristoffersen, 2019, s. 452). ROI beregnes på denne måten:

$$ROI = \frac{\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter}}{\text{Gjennomsnittlig totalkapital}}$$

I en lønnsomhetsanalyse vil DuPont-modellen bidra til at man får en bedre forståelse av hva som påvirker avkastningen på den investerte kapitalen til Bula Bistro. Dette innebærer en dekomponering av ROI. Vi skal benytte oss av det første steget i modellen ved å dekomponere til kapitalens omløpshastighet og resultatgraden til bedriften. Sammenhengen kan fremstilles på denne måten:

$$ROI = \text{Kapitalens omløpshastighet} * \text{Resultatgrad}$$

Følgende figur viser DuPont-modellen i sin helhet:



Figur 1: DuPont-modellen (Knardal & Sending, 2022, s. 166)

2.3.2 Kapitalens omløpshastighet (KO)

Kapitalens omløpshastighet er et mål på hvor effektivt kapitalen utnyttes (Knardal & Sending, 2022, s. 167). Dette nøkkeltallet sier noe om hvor effektivt bedriften bruker kapitalen til å generere inntekter, men det er viktig å understreke at tallet i seg selv ikke sier noe som helst om lønnsomheten. Hvis driftsinntektene øker uten at kapitalbruken øker proporsjonalt antyder det at kapitalforvaltningen har blitt effektivisert. Kapitalens omløpshastighet er et forholdstall som er lett sammenlignbart. Likevel er det vanskelig å si noe om hva som er en tilfredsstillende verdi. Her vil det være nyttig å kunne sammenligne ulike bedrifter innenfor en gitt bransje. Ser man for eksempel på dagligvarehandel er kapitalens omløpshastighet høy, da de har lite kapital bundet opp i anleggsmidler.

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

2.3.3 Resultatgrad

Resultatgraden til en bedrift viser forholdet mellom nettoresultat og driftsinntektene i en periode (Kristoffersen, 2019, s. 482). Ved å beregne resultatgraden vil det altså gi oss et bilde på hvor mye hver krone omsatt koster av seg av resultat. For å forbedre resultatgraden må man enten øke driftsinntektene eller redusere driftskostnadene. For å forbedre resultatgraden

vil det dermed være sentralt å se på kostnadseffektivitet eller hvordan man kan generere høyere driftsinntekter.

$$\text{Resultatgrad} = \frac{\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter}}{\text{Driftsinntekter}}$$

2.3.4 Egenkapitalrentabilitet

Egenkapitalrentabiliteten er ikke et nøkkeltall som kan fortelle noe om hvor god lønnsomheten er i bedriften i sin helhet. Det er derimot et interessant nøkkeltall sett fra eierens ståsted (Knardal & Sending, 2022, s. 167). Hvis en bedrift har en kapital som består kun av egenkapital, altså ingen lånte penger, vil egenkapitalrentabiliteten være lik ROI. Ved høy belåningsgrad i en bedrift bør egenkapitalrentabiliteten være høyere enn gjennomsnittlig lånerente (Knardal & Sending, 2022, s. 168). Eierne har dårligere sikring for kapitalen de har innskutt i bedriften enn långivere, da sistnevnte ofte har sikkerhet i pant.

Egenkapitalrentabiliteten sier noe om hvor stor andel av resultatet som tilfaller egenkapitalen (Kristoffersen, 2019, s. 454). Vi har valgt å bruke gjennomsnittlig egenkapital for å ta høyde for at teller og nevner samsvarer ved at begge er akkumulert gjennom året. Beregnes på denne måten:

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

2.4 Strategiske analyseverktøy

I denne oppgaven har vi valgt å se på lønnsomhetsutviklingen hos Bula Bistro i perioden 2018 til 2022. Ved å bruke en regnskapsanalyse har vi undersøkt hvordan den økonomiske situasjonen, og da spesielt lønnsomheten har vært, men det er også interessant å se nærmere på hvorfor og hva som kan ha bidratt til utviklingen i lønnsomheten. Eksempler på forskjellige strategiske analyser er PESTEL, SWOT, VRIO og Porters bransjeanalyse. For å kunne besvare problemstillingen på best mulig måte har vi valgt å benytte oss av SWOT som analyseverktøy. Ved hjelp av SWOT ønsker vi å fokusere på interne og eksterne forhold hos Bula Bistro. Dette er basert på at restaurantbransjen i stor grad blir påvirket av både interne og eksterne faktorer.

2.4.1 SWOT-analyse

I en SWOT-analyse ser man nærmere på de eksterne og interne faktorene som kan påvirke bedriften i en negativ eller positiv retning. SWOT er en forkortelse for styrker (strengths), svakheter (weakness), muligheter (opportunities) og trusler (threats). For å kartlegge de interne faktorene analyserer man styrkene og svakhetene knyttet til egenskapene ved virksomheten (Erichsen et al., 2022, s. 200). Dette innebærer i stor grad kapasiteten til virksomheten, kvaliteten på produkter og tjenester, kompetanse, interne systemer o.l. De eksterne analysene betrakter truslene og mulighetene som er knyttet til forhold som eksisterer utenfor virksomheten. Eksempler på dette er konjunkturer, lover og regler, konkurranse, politikk og etterspørsel på markedet (Erichsen et al., 2022, s. 200). En SWOT-analyse som et strategisk verktøy innebærer at man får et bilde av hvor oppnåelig virksomhetens nåværende strategi er, og hvordan den i fremover kan bruke ressursene sine for å møte endringer og utfordringer på best mulig måte. Ved å anvende en SWOT-analyse vil det danne et grunnlag for konkrete mål og virksomhetens valg av strategi (Erichsen et al., 2022, s. 218).



Figur 2: SWOT-analyse (ndla.no)

3. Metode

Dette kapitlet handler om den metodiske tilnærmingen som er blitt brukt i gjennomføringen av oppgaven. Vi vil også beskrive den praktiske fremgangsmåten vi har fulgt i arbeidet med problemstillingen, innsamlingen av data, samt foreta vurderinger i tilknytning til oppgavens validitet og reliabilitet. Videre vil det også bli gjort rede for hvilke valg og avgrensninger som har blitt gjort i oppgaven.

Hensikten med denne oppgaven er å frembringe gyldig og troverdig kunnskap om utviklingen i lønnsomheten til Bula Bistro. For å kunne klare dette er vi nødt til å ha en strategi, dette er hva vi kaller for metode. En metode er en måte å gå frem på for å samle inn empiri, eller data, om virkeligheten (Jacobsen, 2015, s. 21). Med andre ord kan vi bruke metoden som et hjelpemiddel til å gi en beskrivelse av noe – i dette tilfellet lønnsomheten til Bula Bistro.

3.1 Problemstilling

Hensikten med en undersøkelse er gjerne at man ønsker å beskrive en situasjon og finne ut mer om et avgrenset tema (Jacobsen, 2015, s. 71). Det tas som regel utgangspunkt i et spørsmål om temaet eller feltet man ønsker å undersøke.

For at en undersøkelse skal kunne gjennomføres er det helt avgjørende å ta utgangspunkt i en valgt problemstilling. Dette avgrenser hva vi skal fokusere på, samtidig som det utelukker noe annet. Vi skiller mellom eksplisitt og implisitt avgrensning (Jacobsen, 2015, s. 72). Eksplisitt vil vi fokusere på lønnsomhetsutviklingen til Bula Bistro, og dette vil vi gjøre for tidsperioden 2018-2022. For å gjøre det så aktuelt som mulig valgte vi å bruke de nyeste tallene. I og med at tallene for 2023 ikke forelå under arbeidet valgte vi 2022 som nyeste år og gikk fem år tilbake i tid. Bakgrunnen for dette var at vi ønsket å se på utviklingen til virksomheten over tid, da å se på tall for ett år ikke vil gi oss noen særlig indikasjon på hvordan restaurantnæringen har endret seg. Det vil si at problemstillingen vår dreier seg om en bestemt virksomhet og innenfor et avgrenset tidsintervall. Denne problemstillingen kan dermed sies å være både klar og eksplisitt, med klart definert kontekst og undersøkelsesenheter.

Det skilles videre mellom beskrivende og forklarende problemstillinger. I oppgaven har vi lagt hovedvekt på lønnsomheten til Bula Bistro, men vi har også inkludert nøkkeltall som likviditet, finansiering og soliditet. Som tidligere nevnt har vi også begrenset analysen til perioden 2018 til 2022. Vi ønsker med problemstillingen vår å undersøke virksomhetens utvikling i en gitt tidsperiode noe som indikerer at vi har en beskrivende problemstilling (Jacobsen, 2015, s. 81). I tillegg til dette er vi interessert i noe som er vanskeligere enn å beskrive – nemlig mulige årsaker til at lønnsomheten er som den er (Jacobsen, 2015, s. 81). Ved å tillegge oppgaven en strategisk analyse vil vi få bruk for forklarende spørsmål da dette primært skal bidra til å kaste lys over mulige årsaker bak lønnsomhetsutviklingen til Bula

Bistro.

Det er relevant å spørre seg om man ønsker å generalisere eller ikke. Generalisering handler om å påstå at funn basert på studier av noen få, også gjelder for alle (Jacobsen, 2015, s. 86). Det vil ikke være relevant for vår oppgave å generalisere da resultatene som fremkommer i oppgaven vil dreie seg om utviklingen til en bestemt bedrift. Det vil derfor ikke være mulig å si noe om andre lignende bedrifter på bakgrunn av de funnene vi kommer frem til. Likevel ønsker vi å sammenligne Bula Bistro med to andre restauranter. Dette vil vi gjøre for å undersøke om resultatene for den økonomiske utviklingen har vært lik i bransjen. Oppgaven vår baserer seg på en enkeltcase-studie som gir oss god innsikt i en virksomhet (Jacobsen, 2015, s. 99). Vi velger å gjøre dette for å skape en virkelighetsnær beskrivelse av Bula Bistro.

3.2 Valg av metode

Å velge hvilken metode man skal bruke handler om hvordan informasjon man ønsker å samle inn (Jacobsen, 2015, s. 125). Det er vanlig å skille mellom kvantitativ og kvalitativ fremgangsmåte, noe som innebærer hvorvidt man ønsker å samle inn informasjon om casen i form av tall eller ord. En kvantitativ tilnærming vil fokusere mer på tall og størrelser, mens kvalitativ vil i større grad operere med meninger gjennom språk og handlinger (Jacobsen, 2015, s. 125). Fordelen ved å ta i bruk en kvantitativ tilnærming er at man vil kunne beskrive noe ganske presist, spesielt når det kommer til omfang av et fenomen man studerer. Med andre ord så vil denne tilnærmingen gjøre det enklere å strukturere informasjon og bidra til å trekke frem hovedtrekk, det typiske, det vanlige og avvik fra normaltillfeller på en nokså presis måte (Jacobsen, 2015, s. 134). Denne oppgaven baserer seg på en kvantitativ undersøkelse hvor vi sammenligner nøkkeltall og regnskapstall hentet fra databasen Proff sin nettside og andre kilder. Vi inkluderer også en kvalitativ tilnærming i tilknytning til den strategiske analysen.

Vi har valgt et intensivt undersøkelsesdesign da dette innebærer at det er få enheter som undersøkes. Denne typen opplegg er velegnet til vår oppgave da vi er interessert i dybde og nyansering av virksomheten og konteksten den befinner seg i (Jacobsen, 2015, s. 133).

3.2.1 Innsamling av data

Oppgaven vår baserer seg på innsamling av sekundærdata da vi har basert opplysningene som vi har samlet inn av andre (Jacobsen, 2015, s. 140). I utgangspunktet har vi brukt databaser på internett og noen opplysninger fra selskapet. Disse sekundærdataene underkastes en kvantitativ analyse ved at vi har brukt statistikker, regnskap og årsrapporter i undersøkelsen vår.

Regnskapsdataen vår har vi hentet fra Proff.no. Her har vi hentet årsregnskap for de relevante regnskapsårene for å bruke disse videre for å beregne nøkkeltall i analysen vår. Vi har benyttet oss av sekundærdata, og vi kan dermed kalle dette for en dokumentundersøkelse. Årsaken til at vi har valgt å benytte oss av sekundærdata, eller kilder som andre har hentet inn, er fordi det har vært vanskelig å samle inn informasjon direkte fra bedriften (Jacobsen, 2015, s. 170). På en annen side har vi også ønsket å ha en objektivitet i oppgaven vår og her egner dokumenter seg godt. Ved en slik undersøkelse er det viktig å være kritisk til kildene som blir brukt. Vi har i vår oppgave valgt å fokusere på intervjuer som er blitt gjort med daglig leder av bedriften, fordi vi ikke har lyktes å komme i kontakt med vedkommende. Samtidig har vi supplert med tidligere artikler som er skrevet om restauranten, anmeldelser av mat o.l.

3.2.2 Reliabilitet og validitet

Som nevnt tidligere er det helt avgjørende for en undersøkelse at vi forholder oss kritiske til kvalitetene på dataen som blir samlet inn. Dette kan vi gjøre ved å hele tiden forsøke å minimere problemer og utfordringer knyttet til gyldighet (validitet) og pålitelighet (reliabilitet).

Validitet, også kalt gyldighet, handler i hovedsak om vi har samlet inn det vi ønsket, og om vi eventuelt kan overføre det vi har funnet til andre sammenhenger (Jacobsen, 2015). Det er viktig å stille seg spørsmålet om de funnene vi har kommet frem til virkelig gjenspeiler og representerer virkeligheten til Bula Bistro. I vår oppgave er regnskapstallene hentet fra databasen Proff. Bula Bistro er regnskapspliktig etter regnskapsloven, og derfor kan vi si at dataene som er samlet inn har høy validitet. Det er viktig å nevne at man må være oppmerksom på at det naturligvis kan forekomme feil i tallene som ligger ute – og det er derfor man er nødt til å være kritisk til kilden man henter data fra. Det mest ideelle ville vært å hente inn regnskapstallene direkte fra virksomheten, men selv om vi anser Proff å være en

sekundærkilde så blir dataene samlet inn for samme formål som vi gjør for vår oppgave.

Reliabilitet handler om påliteligheten til undersøkelsen og det vi i stor grad lurer på i denne sammenheng er om vi kan stole på de opplysningene vi har tatt utgangspunkt i, samt oppgavens funn og slutninger. Spørsmålet vi må stille oss er om det eksisterer noen trekk ved selve undersøkelsen som kan ha påvirket eller skapt de resultatene som vi har kommet frem til (Jacobsen, 2015, s. 241). Vi kan anta at de opplysningene fra regnskapet som vi har brukt til nøkkeltallsanalysen er pålitelige, men forholdene som vi tar for oss i den strategiske analysen kan være noe påvirket av vår subjektive oppfatning på en del faktorer. Det vil også kunne påvirke undersøkelsens pålitelighet. Vi anerkjenner at undersøkelsesopplegget, datainnsamlingen og analysen kan ha påvirket funnene i noen grad. Gjennom arbeidet med oppgaven har vi likevel vært svært opptatt av å være kritiske slik at oppgavens validitet og reliabilitet skal være best mulig. Det har derfor vært viktig for oss å bruke pålitelige kilder ved innsamling av data.

3.3 Benchmarking

Etter å ha analysert og beregnet nøkkeltallene hos Bula Bistro, vil vi sammenligne disse nøkkeltallene for lønnsomhet med en annen bedrift. Bedriften man velger å sammenligne med bør oppfylle de ulike kravene for sammenligning; samme bransje, samme kundesegment, lignende konsept og aller helst lik størrelse. Formålet med å benytte benchmark er at det vil gi et bedre bilde av lønnsomheten til virksomheten vår ved at det gir oss et grunnlag for sammenligning.

Restaurantene i bransjen preges stadig av sterkere konkurranse og lavere marginer, så på den måten vil vi kunne si at alle restaurantene i Trondheim er konkurrenter for Bula Bistro. På en annen side vil det uansett være hensiktsmessig å bevisstgjøre seg de største konkurrentene. Det vil bidra til å finne en benchmark som er sammenlignbar.

Som nevnt tidligere har vi i tillegg til å analysere nøkkeltallene hos Bula Bistro valgt å sammenligne de for lønnsomhet med to andre aktører i samme bransje. Her har vi valgt å sammenligne med Le Bistro og To Rom og Kjøkken som er to restauranter som også befinner seg i Midtbyen i Trondheim. Vi har valgt disse restaurantene som sammenligning fordi vi anser de som relativt like og tror at disse befinner seg i samme kundesegment.

Det gir potensielt et bedre svar på problemstillingen ved å inkludere en eller flere benchmark. Vi ser det som verdifullt å ta høyde for utviklingen i bransjen. Vi ønsker å se om lønnsomhetsutviklingen kan gjenspeile seg i bransjen eller om det er spesielt for casebedriften vår. Dersom den positive utviklingen kun kan ses hos Bula Bistro, vil det vært veldig interessant å se på hva som kan forklare variasjonen i lønnsomhetsutviklingen. Dette vil vi gå nærmere inn på i den strategiske analysen.

4. Analyse

I dette kapittelet presenterer vi en deskriptiv analyse av nøkkeltallene i form av grafer og tabeller sammen med en forklaring av disse med bakgrunn i valgt teori. Vi har, som vi har vært inne på tidligere, også valgt oss ut andre i bransjen som vi ønsker å bruke som benchmark. Senere i analysedelen vil vi også gjøre rede for den strategiske analysen.

4.1 Presentasjon av balanse og resultat

Balanse og resultat/år	2022	2021	2020	2019	2018
Driftsinntekter	14 721 000	11 308 000	10 590 000	9 266 000	8 141 000
Driftskostnader	12 168 000	9 206 000	9 104 000	8 849 000	8 236 000
Driftsresultat	2 553 000	2 102 000	1 486 000	417 000	-95 000
Resultat før skatt	2 552 000	2 097 000	1 482 000	394 000	-122 000
Ordinært resultat	1 990 000	1 635 000	1 156 000	308 000	-95 000
Anleggsmidler	1 239 000	1 489 000	1 439 000	117 000	284 000
Varelager	963 000	767 000	523 000	354 000	354 000
Bank/kasse/post	2 800 000	3 338 000	1 107 000	1 514 000	1 139 000
Fordringer	522 000	532 000	279 000	401 000	361 000
Sum omløpsmidler	4 286 000	4 637 000	1 909 000	2 269 000	1 855 000

Sum eiendeler	5 525 000	6 127 000	3 348 000	2 387 000	2 138 000
Egenkapital	1 853 000	3 253 000	1 617 000	462 000	154 000
Langsiktig gjeld	69 000	78 000	66 000	247 000	536 000
Kortsiktig gjeld	3 603 000	2 796 000	1 665 000	1 678 000	1 448 000
SUM EK og gjeld	5 525 000	6 127 000	3 348 000	2 387 000	2 138 000

Tabell 1: Balanse og resultat fra Bula Bistro

Regnskapstallene for Bula Bistro i perioden 2018-2022 viser at det er en virksomhet som har opplevd stor vekst. Driftsinntektene har økt betraktelig fra kr 8 141 000 i 2018 til kr 14 721 000 i 2022. Dette tilsvarer en økning på hele 80,8 %. De har også økt anleggsmidlene i stor grad, noe som tyder på at de har generert overskudd som har gjort det mulig å gjøre investeringer.

4.2 Presentasjon av nøkkeltall

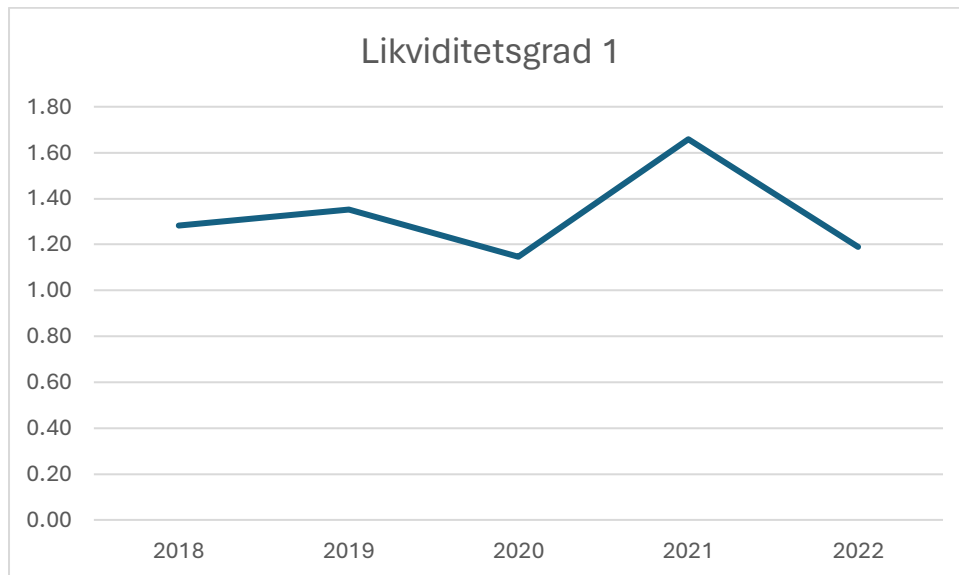
Nøkkeltall/år	2022	2021	2020	2019	2018
ROI	43,82%	44,37%	51,86%	18,48%	-3,97%
Kapitalens omløpshastighet	2,53	2,39	3,69	4,10	3,44
Resultatgrad	0,17	0,19	0,14	0,05	-0,01
Egenkapitalrentabilitet	100%	86%	143%	128%	-61%
Egenkapitalandel	0,34	0,53	0,48	0,19	0,07
Gjeldsgrad	1,98	0,88	1,07	4,17	12,88
Finansieringsgrad 1	0,64	0,45	0,86	0,17	0,41
Arbeidskapital	683 000	1 841 000	244 000	591 000	407 000
Likviditetsgrad 1	1,19	1,66	1,15	1,35	1,28
Likviditetsgrad 2	0,92	1,38	0,83	1,14	1,04

Tabell 2: Nøkkeltall fra Bula Bistro

4.3 Likviditet

I følgende kapittel går vi gjennom nøkkeltallene likviditetsgrad 1, likviditetsgrad 2 og arbeidskapital.

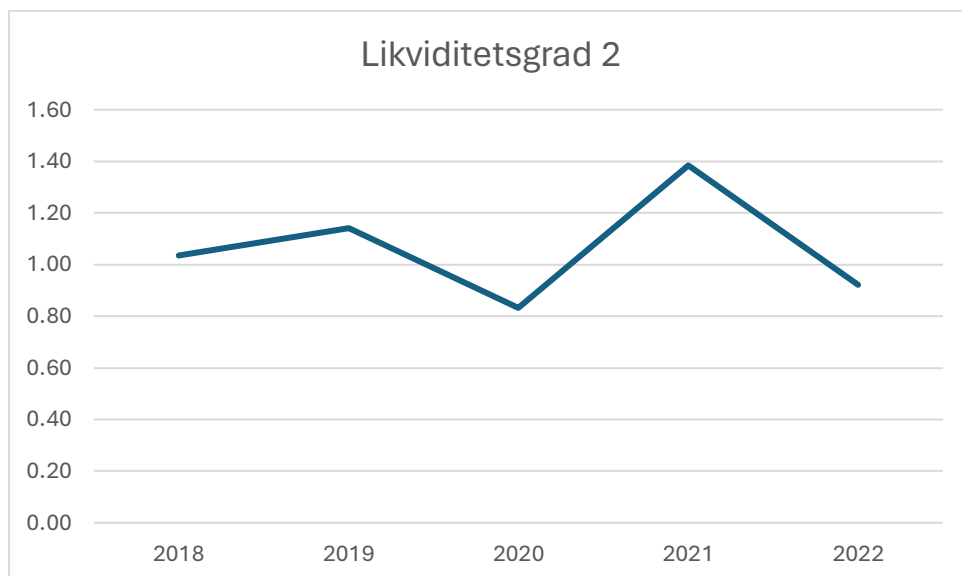
4.3.1 Likviditetsgrad 1



Figur 3: Likviditetsgrad 1

Som vi forklarte i teoridelen er det omløpsmidlene og den kortsiktige gjelden som definerer størrelsen på likviditetsgrad 1. Nøkkeltallet bør være større enn 1, og helst nærmere 2 da dette indikerer at over halvparten av omløpsmidlene til virksomheten er finansiert med langsiktig kapital. Grafen over viser utviklingen til Bula Bistro fra 2018 til 2022. Nøkkeltallet viser en positiv utvikling hvor likviditetsgrad 1 er over 1 hele perioden. Dette betyr at deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert. Vi ser at 2021 skiller seg betydelig ut fra de andre årene med en likviditetsgrad på 1,66. Dette skyldes at Bula Bistro økte omløpsmidlene mer enn de økte den kortsiktige gjelden. Når hele perioden ses under ett så er det en noe negativ utvikling fra 1,28 i 2018 til 1,19 i 2022.

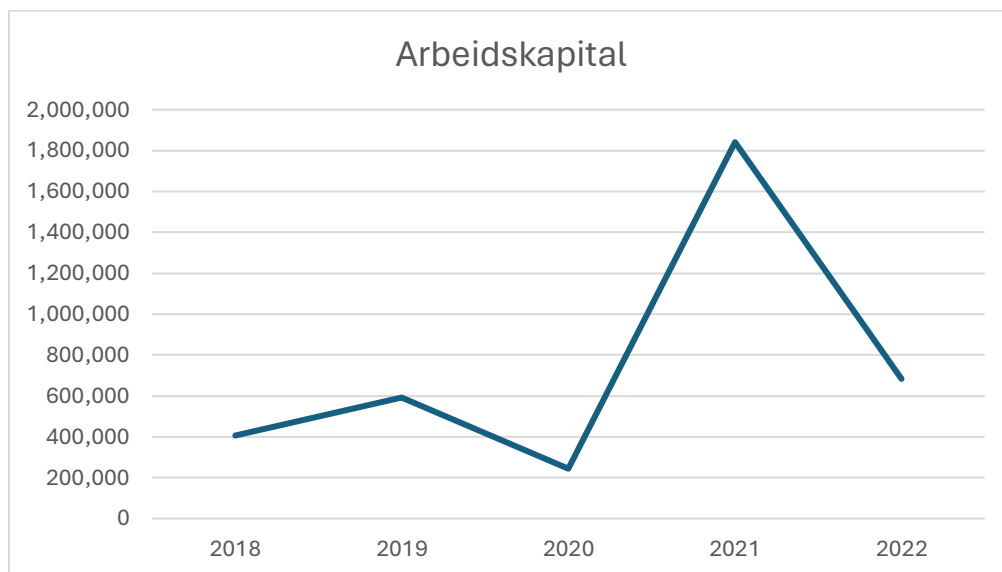
4.3.2 Likviditetsgrad 2



Figur 4: Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 forteller oss hvilken evne bedriften har til å betale kortsiktig gjeld på kort sikt, med andre ord hvor enkelt bedriften kan kvitte seg med kortsiktig gjeld med lett tilgjengelige midler. Dette nøkkeltallet anses å være tilfredsstillende når det er over 1. Grafen viser utviklingen til Bula Bistro i perioden 2018-2022. Ikke overraskende så skiller også året 2021 seg ut her med et tall på 1,38 som er godt over normtallet på 1. En mulig årsak til forbedringen er at sammensetningen av omløpsmidlene er endret og at de er blitt mer likvide. Varelageret økte ikke i særlig stor grad fra 2020 til 2021, men de øvrige omløpsmidlene på sin side økte betraktelig. Dette indikerer at omløpsmidlene fra 2020 til 2021 ble mer likvide og forklarer forbedringen i likviditetsgrad 2 (fra 0,83 i 2020 til 1,38 i 2021). Vi ser derimot at denne forbedringen er kortvarig da likviditetsgrad 2 går ned til 0,92 igjen i 2022. Dette skyldes at omløpsmidlene i sin helhet ble redusert, samtidig som den kortsiktige gjelden økte i samme periode.

4.3.3 Arbeidskapital



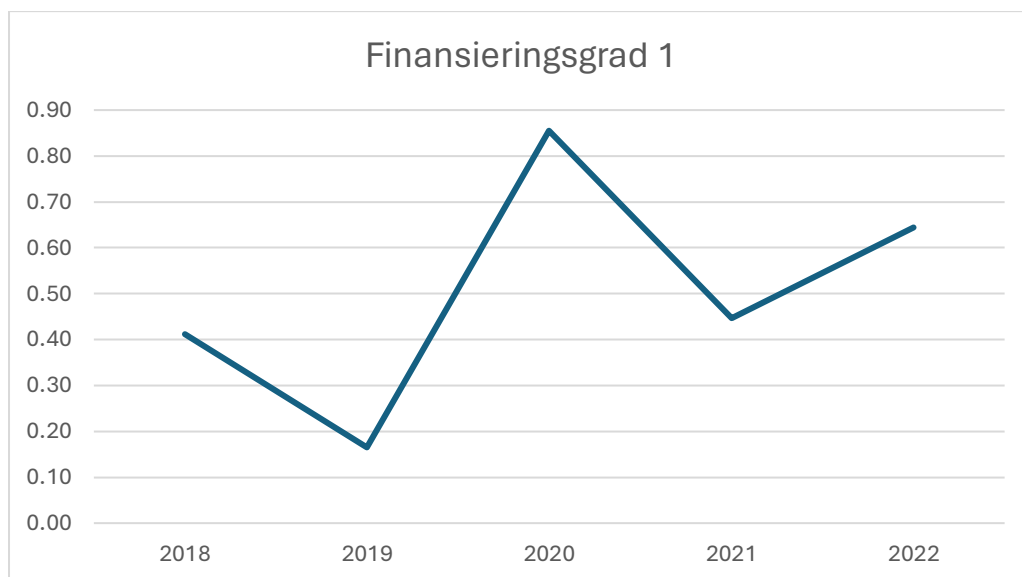
Figur 5: Arbeidskapital

Arbeidskapitalen forteller oss differansen mellom omløpsmidlene og den kortsiktige gjelden til virksomheten. Et positivt tall her vil sikre at virksomheten har en god likviditet og at driften anses å være stabil. Et raskt blick på grafen over viser oss at det nok en gang er et år som skiller seg veldig ut. I utgangen av 2021 var arbeidskapitalen betraktelig mye høyere enn i de andre årene. Vi ser en nedgang i arbeidskapitalen særlig fra 2021 til 2022, dette skyldes at verdien av omløpsmidlene har blitt redusert i forhold til den kortsiktige gjelden sammenlignet med året før. Likevel har Bula Bistro hatt en positiv arbeidskapital gjennom hele perioden. Dette har gjort bedriften disponibel for å gjøre innkjøp og investeringer.

4.4 Finansiering og soliditet

I det følgende kapitlet skal vi se nærmere på nøkkeltallene finansieringsgrad 1, gjeldsgrad og egenkapitalandel.

4.4.1 Finansieringsgrad 1

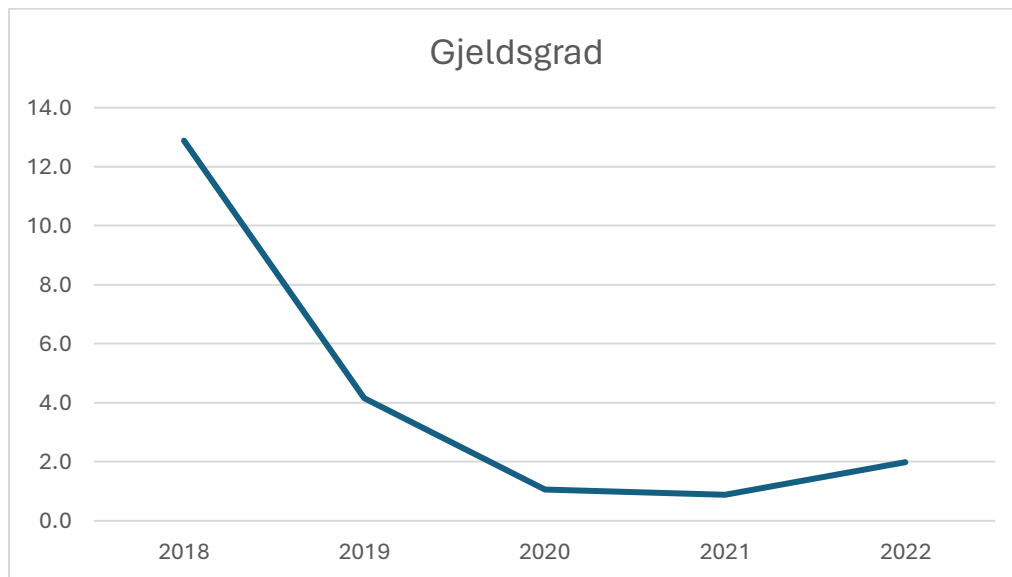


Figur 8: Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 forteller oss hvor stor del av anleggsmidlene som er finansiert med langsiktig kapital (egenkapital og gjeld). Dette tallet varierer med endringene i anleggsmidler, langsiktig gjeld og egenkapital. Finansieringsgrad 1 bør være lavere enn 1, da dette innebærer at langsiktig kapital finansierer anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene. Grafen viser oss utviklingen, og vi ser at det øverste punktet var i utgangen av 2020 hvor finansieringsgrad 1 var 0,86. Dette betyr at 86% av den langsiktige kapitalen finansierer anleggsmidlene og at 14% finansierer omløpsmidlene.

Anleggsmidlene til Bula Bistro har økt betraktelig i perioden 2018 til 2022. Likevel har tallene blitt redusert fra utgangen av 2020 til 2022. Hvis vi tar en nærmere titt på regnskapet ser vi også at egenkapitalen økte fra 2018 til 2021, men ble igjen redusert til 2022. Dette gjenspeiles i utviklingen i egenkapitalandelen. Den langsiktige gjelden har blitt kraftig redusert i perioden. Forverret nøkkeltall for finansieringsgrad 1 fra utgangen av 2021 til utgangen av 2022 skyldes en reduksjon i både egenkapitalen og den langsiktige gjelden, men nøkkeltallet er fortsatt langt under 1 noe som indikerer at finansieringen er sunn da anleggsmidlene og store deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert.

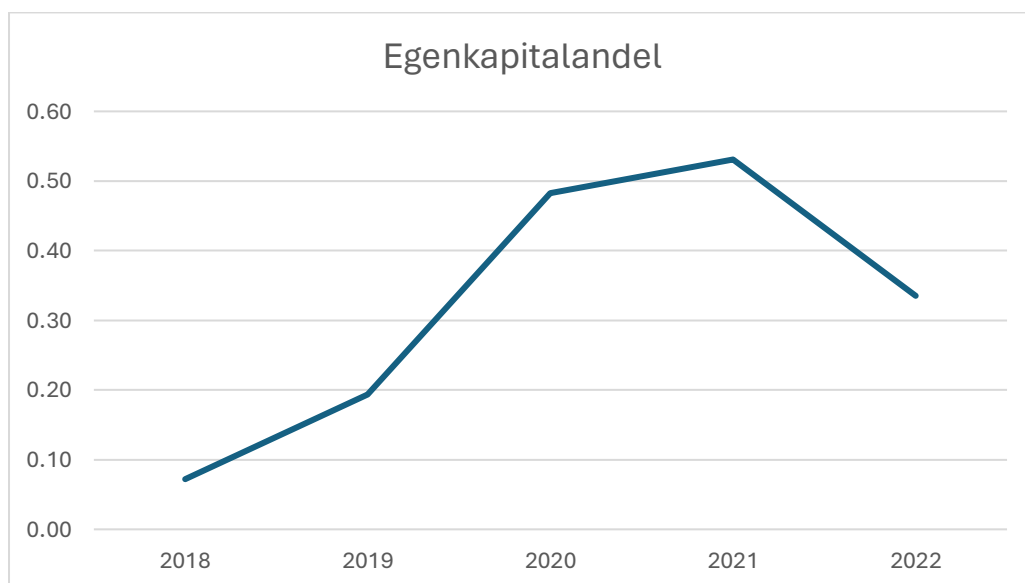
4.4.2 Gjeldsgrad



Figur 7: Gjeldsgrad

Gjeldsgraden forteller oss hvor solid virksomheten er. Figur 7 viser at det er en positiv og jevn utvikling i gjeldsgraden for Bula Bistro ved at gjeldsgraden synker i perioden 2018 til 2021, noe som er positivt for soliditeten. Mens den øker litt fra 2021 til 2022. Regnskapet viser at dette skyldes en økning i gjelden til virksomheten hele perioden. Egenkapitalen har økt betydelig fra 2018 til 2021, men vi ser en kraftig reduksjon det siste året. Dette forklarer den økte gjeldsgraden fra 2021 til 2022.

4.4.3 Egenkapitalandel



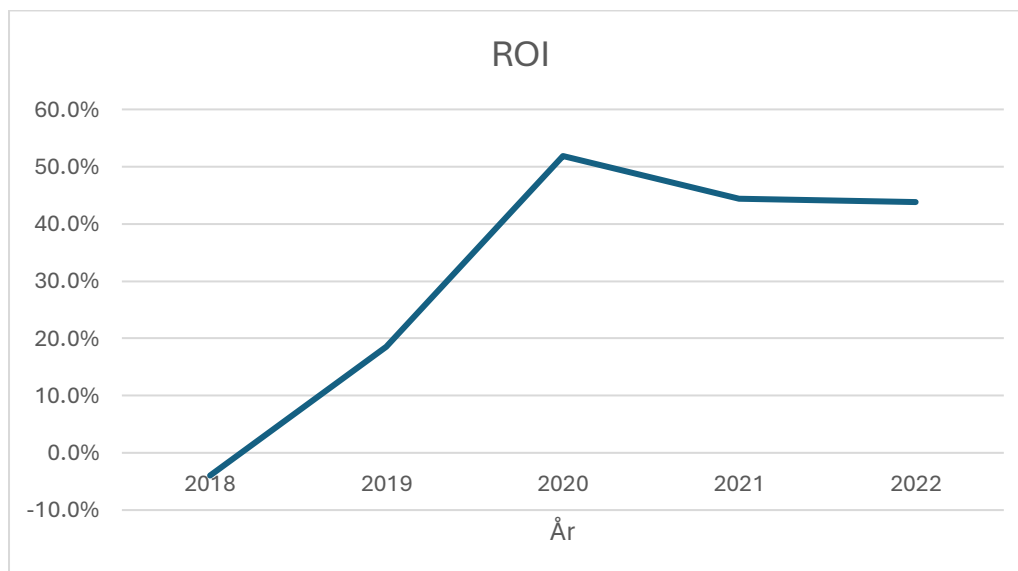
Figur 6: Egenkapitalandel

Egenkapitalandelen til Bula Bistro har hatt en positiv trend. Egenkapitalandelen forteller oss hvor stor del av eiendelene som er finansiert av egne midler, altså egenkapitalen. Som nevnt tidligere vil en høy egenkapitalandel bidra til at Bula Bistro er bedre rustet til å betjene eventuelle tap før det vil påvirke gjeld og fremmedkapital. I 2018 var egenkapitalandelen på 0,07, noe som er relativt lavt. En mulig årsak til et så lavt tall kan være at Bula Bistro var relativt nyetablerte, og en lav egenkapitalandel er ikke uvanlig i en slik oppstartsfasen (Kristoffersen, 2019, s. 464). Videre ser vi en positiv utvikling fra 2019 med en egenkapitalandel på 0,19 til toppunktet i 2021 på 0,53. Hvor hele 53% av eiendelene ble finansiert av egenkapital, mens 47% var finansiert av gjeld eller fremmedkapital.

4.5 Lønnsomhet

I dette kapitlet skal vi se nærmere på nøkkeltallene total kapitalrentabilitet, kapitalens omløpshastighet og resultatgrad.

4.5.1 Total kapitalrentabilitet (ROI)



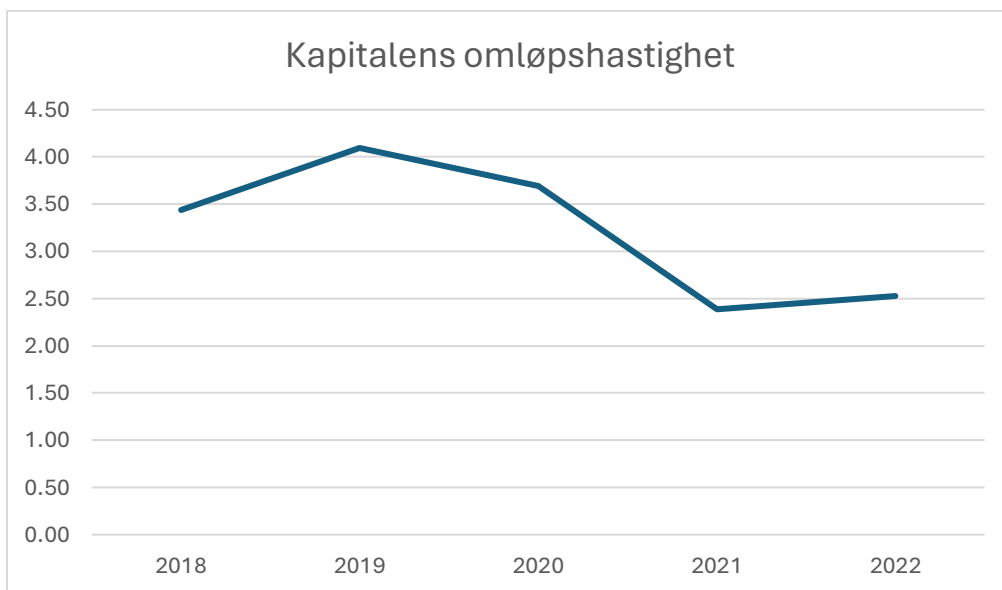
Figur 9: Total kapitalrentabilitet

Return on investment (ROI) omtales på norsk som total kapitalrentabiliteten. Som sagt gir ROI oss et bilde på avkastningen på den investerte kapitalen, altså total kapitalen. Variasjoner i ROI påvirkes av endringer i driftsresultatet, driftsinntekter og den gjennomsnittlige total kapitalen.

I 2018 hadde Bula Bistro et negativt driftsresultat som bidro til at ROI endte på -3,97%. Det negative driftsresultatet har nok sammenheng med at Bula åpnet restauranten våren 2017, og dermed fortsatt var i startgropa for å etablere seg som restaurant i Trondheim. Selv om totalkapitalen i 2018 og 2019 er relativt like, så ser vi at i 2018 har ikke Bula Bistro klart å drive frem et positivt driftsresultat. Men utviklingen fra 2018 og frem til 2022 har vært svært positiv med hensyn til ROI. Toppunktet var i 2020 da de hadde en ROI på hele 51,86%. Selv om utviklingen i totalkapitalrentabiliteten etter 2020 har vært noe negativ har fortsatt Bula en lønnsomhet som er svært tilfredsstillende.

Ved hjelp av DuPont-modellen skal vi nå dekomponere ROI til kapitalens omløpshastighet og resultatgrad. Her vil vi få en større innsikt i hva som har ført til endringer i ROI for Bula Bistro i perioden 2018-2022.

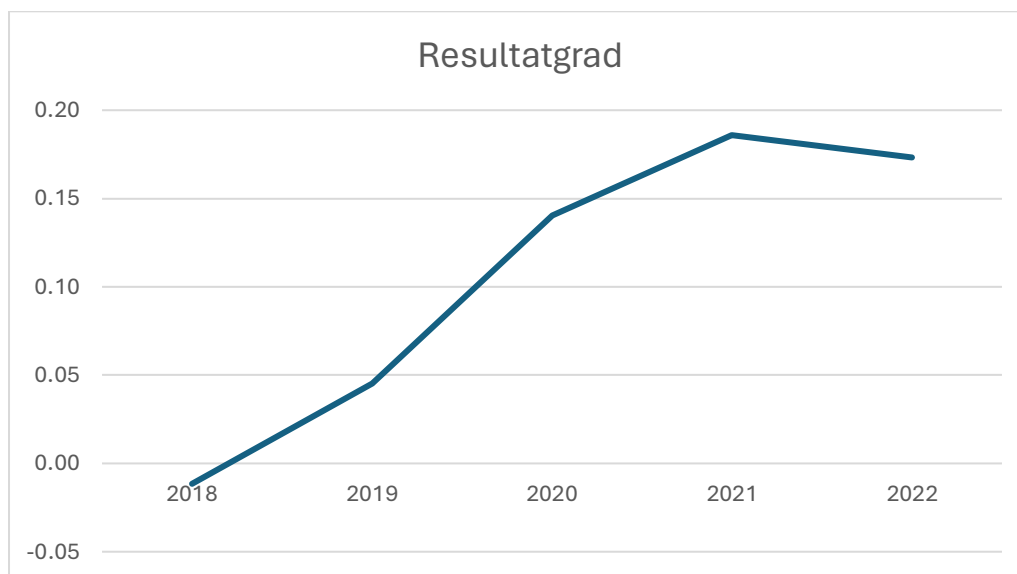
4.5.2 Kapitalens omløpshastighet (KO)



Figur 10: Kapitalens omløpshastighet

Kapitalens omløpshastighet (KO) sier noe om hvor effektivt Bula Bistro bruker kapitalen til å generere driftsinntekter. KO bestemmes av forholdet mellom driftsinntekter og gjennomsnittlig totalkapital. Bula har hatt en negativ trend etter toppunktet i 2019 da KO var på 4,10. Av regnskapstallene ser vi at Bula Bistro har økt både driftsinntektene og totalkapitalen sin i perioden 2019-2021. Grunnen til at KO likevel svekkes i denne perioden skyldes at driftsinntektene ikke har økt i like stor grad som totalkapitalen.

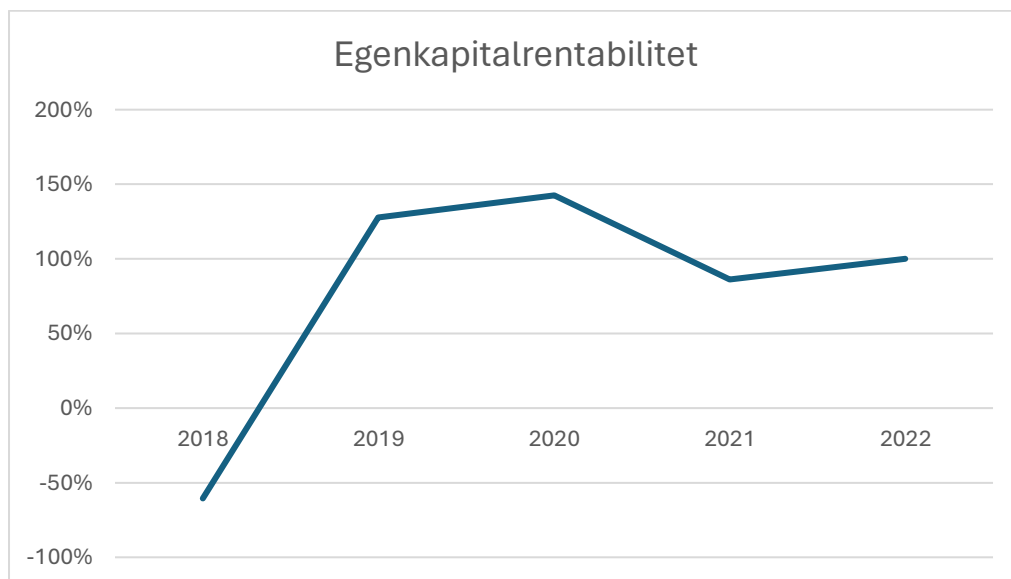
4.5.3 Resultatgrad (ROS)



Figur 11: Resultatgrad

Resultatgraden avhenger av forholdet mellom driftsresultatet og driftsinntekter. Bula Bistro hadde i 2018 en negativ resultatgrad på -0,01. Dette skyldes i all hovedsak at de hadde et negativt driftsresultat på -95 000. Fra 2019 og frem til 2021 har resultatgraden økt betraktelig fra 0,05 til 0,19. Den positive utviklingen kommer av at Bula Bistro i denne perioden har økt driftsinntektene, samtidig som kostnadene ikke har økt i like stor grad. Fra 2021 til 2022 ble resultatgraden noe forverret fra henholdsvis 0,19 til 0,17, som kan forklares av at driftskostnadene har økt noe mer enn driftsinntektene. Resultatgraden i 2022 på 0,17 viser at hver krone omsatt i driftsinntekter kaster av seg 0,17 kroner i resultat. For Bula Bistro er det primært resultatgraden som forklarer mye av den positive utviklingen i ROI i perioden 2018-2021. Samtidig ser man at KO har påvirket ROI negativt både i 2021 og 2022.

4.5.4 Egenkapitalrentabilitet



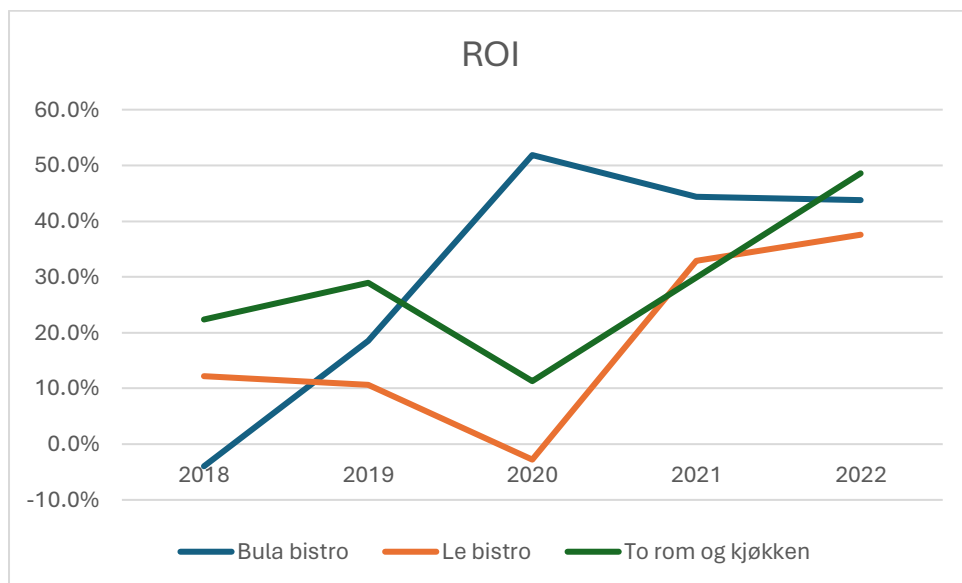
Figur 12: Egenkapitalrentabilitet

Egenkapitalrentabiliteten viser hvor stor avkastningen på egenkapitalen er. Dette er et nøkkeltall som er interessant for eierne i Bula Bistro, da det viser hvor stor avkastningen er på investeringene de har foretatt i Bula Bistro. I perioden 2018-2022 er det en positiv utvikling fra -61% til 100%. Den negative egenkapitalrentabiliteten i 2018 skyldes et negativt driftsresultat. Fra 2019 og frem til 2022 har avkastningen til eierne vært svært positiv med høyeste avkastning i 2020 på 143 %. Bula bistro har økt den gjennomsnittlige egenkapitalen betraktelig i perioden fra 201 500 i 2018 til 2 553 000 i 2022. Samtidig har de oppnådd svært positive resultat i samme periode, og dette bidrar til den positive trenden.

4.6 Benchmark

Vi ønsker å sammenligne lønnsomheten til Bula Bistro med nøkkeltallene innenfor lønnsomhet med to konkurrerende restauranter, To Rom og Kjøkken og Le Bistro. Bakgrunnen for dette er at vi håper å gi nøkkeltallene for lønnsomheten til Bula Bistro mer innhold og å sette det i et større perspektiv. Nøkkeltallene vi har valgt å bruke er totalkapitalrentabilitet (ROI), kapitalens omløpshastighet (KO), resultatgrad (ROS) og egenkapitalrentabilitet.

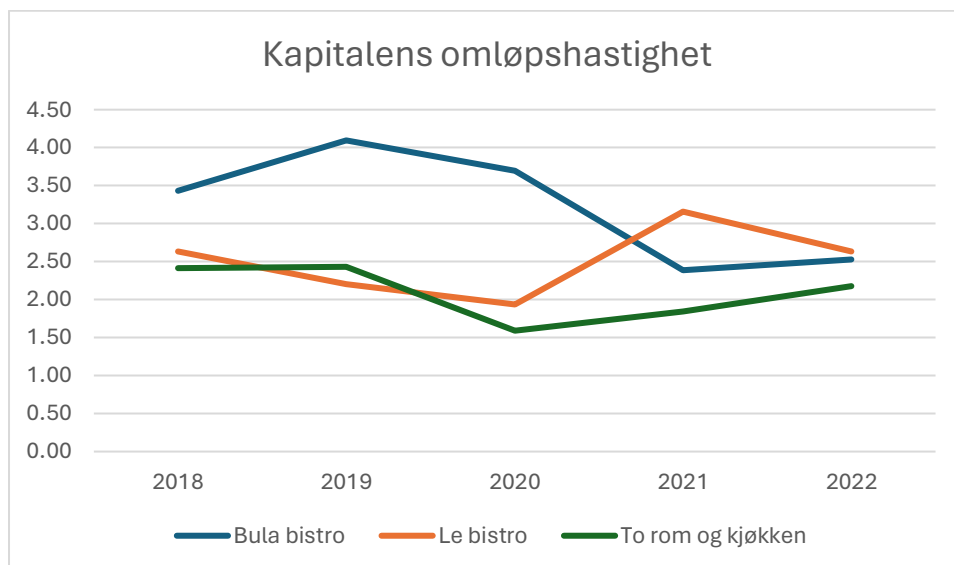
4.6.1 Totalkapitalrentabilitet (ROI)



Figur 13 - Sammenligning av ROI til Bula Bistro, Le Bistro og To Rom og Kjøkken.

Det første nøkkeltallet vi sammenligner er ROI. Her ser vi at utviklingen svinger en del for Bula Bistro. Bula Bistro har hatt en positiv utvikling frem til 2020, hvor vi ser at utviklingen flater noe ut for restauranten. Le Bistro og To Rom og Kjøkken har derimot hatt en mer lik utvikling i perioden. Her ser vi at begge restaurantene har en negativ utvikling mot 2020. Det er interessant å se at Bula Bistro har en veldig positiv utvikling i 2020 som skiller seg kraftig fra benchmark-bedriftene som har en negativ utvikling. Året 2020 var da Norge ble stengt ned på grunn av koronapandemien, og hos de fleste restaurantene førte dette til tap av inntektsgrunnlag. Vi vil i den strategiske analysen se nærmere på mulige faktorer for at Bula Bistro har klart å opprettholde den positive utviklingen i lønnsomheten, når trenden i bransjen tyder på negativ utvikling.

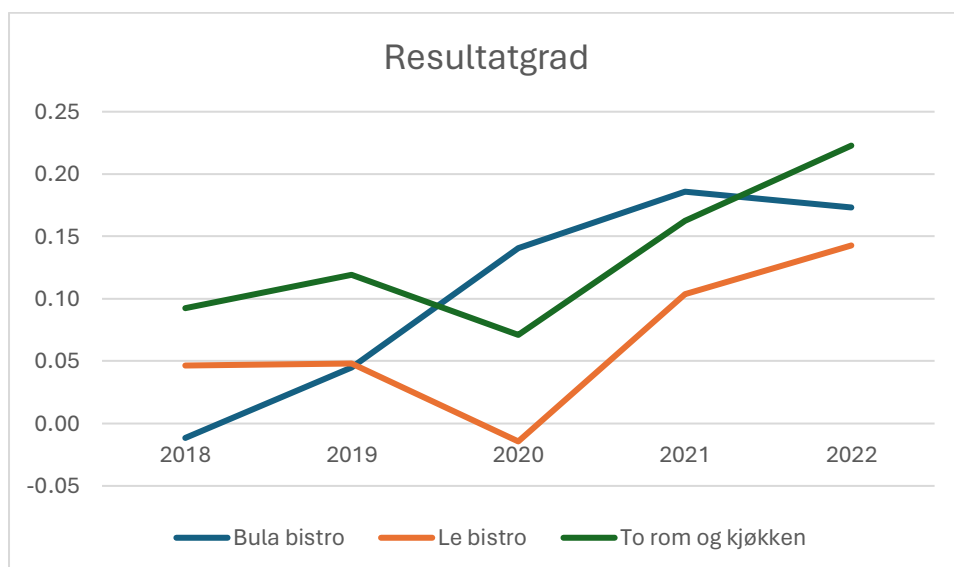
4.6.2 Kapitalens omløpshastighet (KO)



Figur 15 – Sammenligning av kapitalens omløpshastighet Bula Bistro, Le Bistro og To Rom og Kjøkken.

Det neste nøkkeltallet vi ønsker å sammenligne er kapitalens omløpshastighet som viser forholdet mellom driftsinntekter og den gjennomsnittlige totalkapitalen. Bula Bistro har hatt en høyere KO enn konkurrentene store deler av perioden, men de to siste årene har restauranten opplevd en negativ utvikling. Le Bistro og To Rom og Kjøkken har derimot opplevd en positiv utvikling fra 2020 og ut perioden.

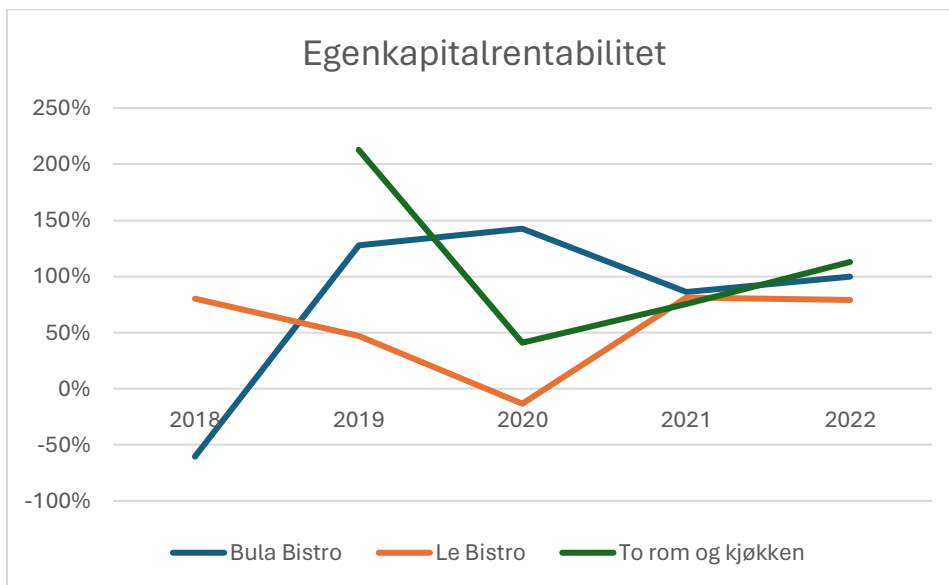
4.6.3 Resultatgrad (ROS)



Figur 14 - Sammenligning av resultatgraden til Bula Bistro, Le Bistro og To Rom og Kjøkken.

Når vi videre ser på resultatgraden til de tre virksomhetene ser vi en ganske lik trend som på ROI, hvor Le Bistro og To Rom og Kjøkken har en negativ trend mot 2020 mens Bula Bistro har en stigende utvikling. Her ser vi en tendens til at Bula har klart å holde resultatgraden oppe på et tilfredsstillende nivå, til tross for koronapandemien i 2020. Dette indikerer at Bula har vært mer kostnadseffektive enn Le Bistro og To Rom og Kjøkken frem til 2021. I 2022 er det To Rom og Kjøkken som har den høyeste resultatgraden, men alle tre restaurantene er relativt like.

4.6.4 Egenkapitalrentabilitet



Figur 16 – Sammenligning av egenkapitalrentabilitet Bula Bistro, Le Bistro og To Rom og Kjøkken.

Vi har her valgt å utelukke egenkapitalrentabiliteten til To Rom og Kjøkken i 2018 da denne verdien er svært høy og en såkalt outlier, og gir ikke et godt grunnlag for sammenligning av alle de tre restaurantene i perioden. Det at To Rom og Kjøkken hadde en ekstremt høy egenkapitalrentabilitet indikerer at det ordinære resultatet til restauranten er mye høyere enn egenkapitalen deres. Ved å ta en nærmere titt på regnskapstallene ser vi at i stedet for å øke egenkapitalen med årsresultatet, tar To Rom og Kjøkken ut overskuddet som utbytte. Dette forklarer den høye avkastningen på egenkapitalen til virksomheten. Da

egenkapitalrentabiliteten favoriserer lav egenkapital. Utover dette ser vi at Bula Bistro nok en gang skiller seg ut i 2020, mens utviklingen er relativt lik i 2021 og 2022.

4.7 Oppsummering av regnskapsanalysen

Nøkkeltallene for likviditet, soliditet, finansiering og lønnsomhet indikerer at Bula Bistro har hatt en positiv utvikling perioden fra 2018 til 2022. De har særlig hatt en positiv utvikling i perioden 2018-2021, og spesielt i året 2020. Ifølge kredittøkonom Per Einar Ruud så er det små marginer og lav egenkapital som gjorde at koronakrisen gikk hardt ut over mange virksomheter i hotell- og restaurantbransjen (Dimmen, 2020). I perioden fra 2020 til 2021 økte restauranten egenkapitalen sin betraktelig, og helt fra 2018 har de hatt en positiv utvikling. Dette indikerer at Bula Bistro klarte å opprettholde sin positive utvikling og solide egenkapital i pandemien, og det fremkommer av tallene i benchmark-delen at lønnsomheten til Bula Bistro var særlig bra sammenlignet med de andre restaurantene under koronapandemien.

Dette er svært interessant da de aller fleste bedriftene var nødt til å tenke annerledes og nytt under pandemien. Regjeringen presenterte innstramminger i de nasjonale tiltakene og dette betød skjenkeforbud og lavere maksgrense for arrangementer innendørs (Knudsen, Hellestrand og Wernø, 2021). Tross disse restriksjonene har Bula Bistro klart å holde tallene oppe, om ikke bedre enn noen gang samme periode. I den anledning skrev E24 (2021) følgende: «Disse tiltakene kombinert rammet en allerede hardt prøvet serveringsbransje og de får en tøff start på 2021, sier Kristensen». Dette gjør det ekstra spennende å tilføye oppgaven en SWOT-analyse som ser på mulige årsakene til at Bula Bistro har den utviklingen de har, og hvilke muligheter som eksisterer for bedriften.

5. Strategisk analyse – SWOT

Bakgrunnen for å gjennomføre en strategisk analyse i vår oppgave er å belyse årsakene til variasjonen i lønnsomheten vi har funnet gjennom regnskapsanalysen. Her blir det relevant å undersøke hvilke eksterne forhold som påvirker Bula Bistro sine resultater og drift. Vi hadde ambisjoner om å få til et intervju med restauranten da dette ville gi gode innsikter til denne strategiske analysen, men det lot seg dessverre ikke gjøre.

5.1 Styrker

En av de store styrkene til Bula Bistro er de ansatte. Kjøkkensjef og eier Renee Fagerhøi er en prisbelønt kokk som blant annet vant kokkekonkurransen Topchef på TV2 i 2016. Hun ble også kåret til «Årets kjøkkensjef» for «... fremragende presentasjon av norsk fagkunnskap.» (vinpuls.no, 2018) av bransjeorganisasjonen Norske Kokkers Landsforening. Når Adresseavisen var og besøkte Bula Bistro løftet de frem betydningen av Reneé på denne måten: «Da Adresseavisen trillet sekser til Bula – etter å ha spist retter fra blant annet Midtøsten, Japan, Sverige, India, Frankrike, Tyskland og Norge – konkluderte de med at «dette fungerer fordi det er Fagerhøi selv som er den røde tråden» (A-magasinet, 2020). Samtidig har hun gitt ut to kokebøker, og dette bidrar til at Renee har opparbeidet seg et omdømme som en kompetent fagperson og et kjent fjes for mange.

I en bransje som i lang tid har vært mannsdominert, har Renee gått foran som et eksempel for å løfte frem kvinnelige kokker. Et at målene når hun startet opp restauranten var å ha «... sunn kjønnsbalanse» (A-magasinet, 2020), hvor Renee legger til grunn at det skal være like mange kvinner som menn som er ansatt. Dette har bidratt til et arbeidsmiljø hvor kvinnene i større grad har fått utfolde seg, og en av de kvinnelige kokkene vant kokkekonkurransen «Årets unge kokk» i 2021. Faglig sterke individuelle kokker tyder også på et godt faglig arbeidsmiljø som er en stor styrke for å lokke til seg nysgjerrige og kvalitetsbevisste gjester.

Bula har også en styrke i at menyen deres skiller seg ut fra andre mer tradisjonelle restauranter. Gjestene kan bestille enten 5- eller 10-retters, men Bula har ikke en meny ute på hjemmesiden hvor man kan lese hvilke retter man får servert før man ankommer restauranten. Dette er et bevisst valg Reneé har tatt, og uttalte til A-magasinet (2020): «Jeg vil gjerne pushe grenser hos folk. Hvis jeg hadde lagt ut menyene mine, så hadde de lagt inn i bookingen: «Allergisk mot griseører, allergisk mot blodmat». Jf. de ulike matrettene Reneé presenterer her, så er maten de serverer både utradisjonell og nyskapende. Denne meny-strategien har slått godt an, og Bula er i stor grad fullbooket hver helg av nysgjerrige gjester.

Ved bruk av sosiale medier presenterer Bula både sine ansatte, men også sine samarbeid med lokale aktører. De har blant annet fått laget sin eget kaffe sammen med et lokalt kaffebrenneri. De arrangerer også ulike temakvelder. Nylig hadde de et samarbeid med filmfestivalen Kosmorama hvor gjester kjøpte en pakkebillett som inkluderte filmvisning og middag på Bula i etterkant. Slike samarbeid bidrar til at Bula blir enda mer synlige i bybilde for et annet

publikum enn de kanskje vanligvis treffer med konseptet sitt. De har også arrangert søndagsmiddag hvor all inntekt gikk til en innsamlingsaksjon for Gaza. Alle disse arrangementene gir et bilde av at Bula Bistro er en virksomhet som engasjerer seg i både det som foregår lokalt, men også i hva som skjer ellers i verden. Dette viser at de også har andre verdier enn «kun» å servere god mat og drikke.

Korona

Under koronapandemien ble som tidligere nevnt restaurantbransjen rammet av strenge smittevernstiltak, og det var tilfeller hvor flere restauranter mistet omtrent hele omsetningen sin. Bula Bistro serverer smaksmenyer hvor folk sitter ved bordet og blir servert både mat og drikke, og dette var en stor fordel når tiltak som avstand og forbud mot «mingling» ble innført. Kjøkkensjef Reneé Fagerhøi uttalte i et portrettintervju i A-magasinet (2020) når hun fikk spørsmål om hvordan det går med restauranten under pandemien: «Det går bra, altså. Vi har jo lov å selge alkohol i Trondheim, vet du, så da er det litt lettere med den type restaurant jeg har, som driver med større smaksmenyer.». Dette kan tyde på at Bula Bistro hadde en fordel ved at tiltakene ikke rammet de like hardt sammenlignet med virksomheter med andre restaurantkonsept. Denne fordelingen ga Bula muligheten til å holde restauranten åpen i en tid hvor mange restauranter måtte lukke dørene, og dette var potensielt en kilde til flere kunder.

Samtidig ble også Bula Bistro rammet av nedstenginger og en av styrkene var at de satte i gang alternative konsept for å holde driften i gang. De tilbydde «snack-pack», hvor man kunne bestille en slags matkasse til helgen som man selv måtte plukke opp i restauranten. De åpnet også for lunsjservering i en periode hvor det var ilagt forbud mot å servere alkohol, en tilpasning for å få gjester til å komme å spise mat uten at det var en forventning om å få servert vin til.

5.2 Svakheter

Bula Bistro ligger på et litt mindre fremtredende område, og det kan derfor være vanskelig for restauranten å tiltrekke seg oppmerksomhet og kunder sammenlignet med restauranter som ligger bedre til i gågatene eller andre populære områder i Trondheim. Videre uttaler eieren i et intervju at hun ikke ønsket å ha en meny nettopp fordi hun ønsker å pushe grenser hos folk og ikke la kundene allerede på forhånd bestemme seg for hva de ønsker på menyen og ikke (A-magasinet, 2020). Dette kan være en ulempe da kundene muligens ønsker seg mer

forutsigbarhet og nettopp vil vite hva de betaler for når de først går ut og spiser på en restaurant. Selv om dette anses å være en potensiell svakhet for restauranten, så er det et bevisst valg fra eieren sin side å gjøre nettopp dette. På en annen side kan vi i tillegg nevne at restauranten heller ikke har noen vinduer og ingen uteservering, og dette kan være en svakhet for restauranten. Eieren sier at hun ønsket at restauranten skulle være en “bule”, også dette er et bevisst valg hun tok når hun bestemte seg for å åpne sin egen restaurant.

En annen svakhet for virksomheten er det smale kundesegmentet. De ønsker kunder som tør å prøve nye retter og kombinasjoner, og prisen er nokså stiv i tillegg. Dette kan potensielt utelukke en del kunder. Det er nærliggende å anta at mange ønsker en viss forutsigbarhet når de velger restauranter, og særlig når prisen er nokså høy i tillegg.

5.3 Trusler

Det er naturlig at virksomheter må forholde seg til trusler når de opererer på et marked. En av de truslene vi anser som størst er konkurransen som finnes i Trondheim. Byen har etablert seg til å bli et anerkjent matsted og har per dags dato to Michelin-restauranter. Dette indikerer at det er stor konkurranse i byen med hyppige endringer, utskiftninger og etablering av nye spisesteder. Dette legger et press på Bula Bistro til å observere omgivelsene og være oppdatert.

Den generelle prisstigningen i samfunnet kan absolutt ses på som en trussel for restauranten. Dette kan gjøre at kunder heller velger å spise og lage mat hjemme. Tilgangen på råvarer og oppskrifter florerer, og dette, sammen med prisstigning, kan bidra til at flere lager mat hjemme. Dette bringer oss videre på endring i forbrukertrender. Ved å titte på sosiale medier legger man merke til at interessen for gode og spennende matretter øker. Som nevnt tidligere, er det bare mer og mer oppskrifter ute på nett. Dette kan bidra til at folk heller ønsker å teste oppskrifter hjemme da det eksisterer en reell interesse for matlaging, noe som virker å ha blitt større og mer fremtredende i landet de siste par årene.

5.4 Muligheter

I forhold til hvilke muligheter Bula Bistro har skal kjøkkensjef og eier Reneé Fagerhøy være med og åpne en ny restaurant på Nye Hjorten Teater i Trondheim. Dette skal, som hun påpeker, være en annen type restaurant enn det Bula Bistro er, men kan likevel være en

mulighet for henne til å promotere restauranten. Dersom kundene som besøker den nye restauranten er fornøyd med maten og servicen, skal man ikke se bort ifra at de ønsker å oppsøke andre restauranter hun også står bak. Dette kan bidra til å vekke nysgjerrighet og utvide kundesegmentet.

En annen mulighet er et vegetartilbud. Det er mye mulig at restauranten har dette, men fra nettsidene og sosiale medier kommer det ikke tydelig frem. Fokuset rundt vegetar er nokså stort, og det å markedsføre at dette er et tilbud de har vil kunne bidra positivt for restauranten. Dette gjelder også allergener.

Bula Bistro befinner seg i en situasjon hvor markedsføringen virker å være en prioritet, men det å utvikle seg og følge trender er vel så viktig. Som vi har vært inne på tidligere kommer det stadig nye konkurrenter og tilbud til byen, og det er hele tiden viktig for bedriften å gjøre seg synlig. Samtidig vil det være nytteløst å markedsføre dersom tiltaket ved å markedsføre ikke fører til ytterligere økning av inntektene. Her vil en mulighet for bedriften være å kartlegge hva markedsføringen fører med seg av kostnader, og deretter undersøke hvilken nytte det gir til bedriften.

5.5 Oppsummering av SWOT-analysen

Styrker	Svakheter
<ul style="list-style-type: none"> - Smaksmeny, 5- eller 10-retter - Ukjent meny som skaper nysgjerrighet - Lunsjtilbud under korona ved alkoholserving-forbud - Take-away under korona - Prisbelønt og anerkjent kjøkkensjef - Gode verdier og arbeidsmiljø som er godt markedsført - Sosiale medier bruker til å fremme ansatte - Samarbeid med lokale aktører 	<ul style="list-style-type: none"> - Befinner seg på et lite fremtredende område i byen - Lite forutsigbarhet med ukjent meny - Ingen informasjon om alternativer i forhold til allergener eller vegetar/vegan - Ingen vinduer eller uteservering - Smalt kundesegment

<ul style="list-style-type: none"> - Eget brand, egen kaffe - Arrangerer temakvelder - Mye engasjement 	
Muligheter	Trusler
<ul style="list-style-type: none"> - Promotere restauranten ved nyetablering - Introdusere et vegetartilbud 	<ul style="list-style-type: none"> - Stor konkurranse - Anerkjent matsted - Prisstigning - Større interesse for matlaging hjemme

6. Konklusjon

Formålet med denne oppgaven var å se på utviklingen i lønnsomheten til Bula Bistro og i tillegg kartlegge forhold som kan ha påvirket lønnsomheten de siste fem årene. Vi har forsøkt å sette oss godt inn i restauranten og bransjen for øvrig, men vi har dessverre ikke lyktes med å komme i direkte kontakt med daglig leder og eier. Dette har ført til at vi gjennom hele oppgaven har benyttet oss av sekundærdata for å besvare problemstillingen vår, som var «Hvordan har lønnsomheten utviklet seg for Bula bistro i perioden 2018 til 2022, og hva kan være mulige årsaker til denne utviklingen?»

Det fremkommer av regnskapsanalysen at likviditeten til Bula Bistro har vært tilfredsstillende i hele perioden. Restauranten har hatt en positiv utvikling, og hadde en svært god likviditet i 2021 noe som tyder på at omløpsmidlene økte mer enn den kortsiktige gjelden dette året. Likviditeten går derimot ned noe mot slutten av perioden, og samlet sett kan vi si at når hele perioden ses under ett er det en noe negativ utvikling fra 2018 til 2022 for likviditeten til bedriften, selv om de har et tilfredsstillende nivå. Arbeidskapitalen viser oss også at Bula Bistro har vært disponibel til å gjøre innkjøp og investeringer gjennom hele perioden. Finansieringen er sunn i perioden, dette da nøkkeltallet for finansieringsgrad 1 befinner seg godt under 1. 2020 skiller seg likevel også ut her da finansieringsgrad 1 er betraktelig høyere enn de andre årene, og dette skyldes økningen i anleggsmidler denne perioden. Gjeldsgraden viser oss at soliditeten har hatt en positiv og jevn utvikling i perioden, med en svak forverring fra 2021 til 2022. Dette skyldes en økning i gjelden til virksomheten hele perioden, mens egenkapitalen har økt fra 2018 til 2021 så fremkommer det av nøkkeltallene en kraftig

reduksjon fra 2021 til 2022. Dette forklarer den økte gjeldsgraden på slutten av perioden. Egenkapitalandelen har hatt en positiv utvikling i perioden, det vil si at Bula Bistro har finansiert store deler av eiendelene med egenkapital, eller egne midler. Dette har bidratt til at restauranten har vært godt rustet til å betjene tap før det eventuelt vil påvirke gjeld og fremmedkapital. Oppsummert kan vi si at restauranten har hatt en god utvikling i nøkkeltallene for likviditet, finansiering og soliditet siden 2018.

Vi ser samtidig en positiv utvikling i lønnsomheten til Bula Bistro fra 2018 til 2022. Lønnsomheten til bedriften var negativ i starten av perioden, noe som kan ha sammenheng med at Bula Bistro åpnet restauranten våren 2017 og dermed hadde et negativt driftsresultat. Ved å dekomponere totalkapitalrentabiliteten får vi en bedre innsikt i hva som har ført til endringer hos Bula Bistro. Vi har erfart at restauranten ikke har klart å øke driftsinntektene i like stor grad som totalkapitalen i perioden, noe som ses i nøkkeltallet kapitalens omløpshastighet. Samtidig har også bedriften hatt en positiv utvikling i resultatgraden da de har økt driftsinntektene mer enn kostnadene i perioden. Selv om utviklingen har avtatt noe etter 2020, har likevel bedriften hatt en lønnsomhet som er svært tilfredsstillende.

Ved å benytte oss av to benchmark-bedrifter har vi fått et bedre bilde av nøkkeltallene for lønnsomheten til Bula Bistro. Det som skiller seg ut i analysen er at Bula Bistro har svært gode nøkkeltall i året 2020, og da Norge ble stengt ned på grunn av koronapandemien. For de aller fleste førte dette til tap av inntektsgrunnlag, men det viste seg at Bula Bistro klarte seg godt gjennom denne perioden tross restriksjoner. Den strategiske analysen vår adresserte hvilke tiltak eller tilbud Bula Bistro introduserte under koronapandemien. Det fremkommer også av SWOT-analysen at restauranten har en styrke i sine ansatte, markedsføring og smaksmeny. Sammenlignet med andre restauranter i samme bransje har Bula Bistro en fordel ved at de er gode på å markedsføre, engasjere seg og være synlige i arrangementer i Trondheim. Dette er en klar fordel for bedriften. Den ukjente menyen bidrar til nysgjerrighet rundt maten de serverer, men på en annen side kan dette være en svakhet for restauranten ved at kunder ønsker seg forutsigbarhet. SWOT-analysen kan videre forklare den lille nedgangen de to seneste årene for bedriften, da den generelle prisstigningen i samfunnet vil kunne være en potensiell trussel for restauranten da de befinner seg i et noe høyt prissegment. Trondheim er et anerkjent matsted med stor konkurranse, og dette vil være en trussel for restauranten.

Videre blir det interessant å se på utviklingen til restauranten i tiden fremover, da det ikke er

lenge siden koronapandemien fant sted og restriksjonene var helt fjernet. Det ville vært svært interessant å se på regnskapstallene for 2023 og se om den noe negative trenden fortsetter for bedriften eller om det bare er et resultat av at restauranten har måtte investere noe mer etter en relativt rolig periode under korona. Samtidig vil det være spennende å undersøke om den nye etableringen av Nye Hjorten Teater denne våren vil bidra til et løft av Bula Bistro, og at også denne restauranten får mer oppmerksomhet. Det er tross alt en gyldig mulighet for daglig leder og kjøkkensjef å promotere også denne restauranten og på den måten skaffe seg et bredere kundesegment, dersom det er ønskelig.

Referanser

Dimmen, S.D. (2020, 7.juni). *Konkursras i hotell- og restaurantbransjen etter korona: -Det var brutalt*. NRK. <https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/koronakrisen-har-fort-til-flere-konkurser-i-hotell-og-restaurantbransjen-1.15039281>

Erichsen, M., Solberg, F. & Stiklestad, T. (2022). *Ledelse i små og mellomstore virksomheter*. (3. utg.). Fagbokforlaget.

Jacobsen, J. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. (3. utg.). Cappelen Damm Akademisk.

Knardal, P. S. & Sending, A. (2022). *Finansregnskap med analyse*. Fagbokforlaget.

Knudsen, C., Hellestrand, S.H, & Wernø, I. L. (2021, 3. januar). *Serveringsbransjen hardt rammet av nye tiltak: - Tøff start på 2021*. E24. <https://e24.no/norsk-oekonomi/i/Ga069x/serveringsbransjen-hardt-rammet-av-nye-tiltak-toeff-start-paa-2021>

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

Proff (2024) *Regnskap*. Tilgjengelig fra <https://www.proff.no/selskap/bula-bistro/trondheim/serveringssteder/IF6J3MY0DRM> (Hentet 6. februar 2024).

Riseng, P. M. N. (2020, 28. november). Reneé Fagerhøi: - Jeg vil gjerne pushe grenser hos folk. *Aftenposten, A-magasinet*. <https://www.aftenposten.no/amagasinet/i/0K4Vyo/renee-fagerhoei-jeg-vil-gjerne-pushe-grenser-hos-folk>

Vinpuls.no (u.å.). *Bula-gründeren er «årets kjøkkensjef»*. Hentet 19. mars 2024 fra <https://vinpuls.no/bula-grunderen-er-arets-kjokkensjef/>

Nasjonal digital læringsarena (2023) *SWOT-analyse*. Hentet 22. mars 2024 fra <https://ndla.no/subject:bc35f0fb-78b4-43bd-9695-c0a6cbc83b82/topic:e6ac105f-220f-43de-97c7-eafdca06c605/topic:425244fb-37ae-4319-bcf6-12e01e979a7a/resource:456663c8-7695->

4bd9-81ee-caa8ac904865

Bulabistro.no (u.å.), *Maten vår*. Hentet 19.mars 2024 fra <https://www.bulabistro.no/>

