

Aleksander Kaspersen
Elisabeth Lauareid Totland
Maja Lund
Sandra Swang

Lønnsomhetsanalyse av Fargerike Colibri AS

Profitability analysis of Fargerike Colibri AS

Semesteroppgave i økonomisk styring

Veileder: Tor-Eirik Olsen

April 2020

Aleksander Kaspersen
Elisabeth Lauareid Totland
Maja Lund
Sandra Swang

Lønnsomhetsanalyse av Fargerike Colibri AS

Profitability analysis of Fargerike Colibri AS

Semesteroppgave i økonomisk styring
Veileder: Tor-Eirik Olsen
April 2020

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
NTNU Handelshøyskolen



Kunnskap for en bedre verden

Forord

Hovedretningen i vår bachelorgrad på NTNU Handelshøyskolen er økonomisk styring. Som en avsluttende del av studiet, Økonomi og administrasjon, skrives denne semesteroppgaven.

Vi har valgt å analysere faktorer som påvirker lønnsomheten i Fargerike Colibri AS gjennom en lønnsomhetsanalyse.

Vi vil rette en stor takk til vår veileder Tor-Eirik Olsen som har hjulpet oss gjennom hele prosessen.

Innholdet i denne oppgaven står for studentenes regning og ansvar.

Elisabeth Lauareid Totland

Maja Lund

Aleksander Kaspersen

Sandra Johanne Swang

Sammendrag

I vår oppgave har temaet vært en regnskapsanalyse av Colibri Farge og Interiør AS med særlig fokus på lønnsomhet. Vi har regnet på ulike nøkkeltall innenfor fire ulike hovedområder; finansiering, likviditet, soliditet og lønnsomhet. Vi har valgt tidsperioden mellom 2014-2018. For å sammenligne nøkkeltall og utvikling, har vi også analysert lønnsomheten til to andre malingsforretninger, Knut Haraldsen Farvehandel A/S og Lothe og Motzfeldt AS.

Problemstillingen vår var følgende:

Hvordan har lønnsomheten til Colibri Farge og Interiør AS utviklet seg i perioden 2014-2018, og hva er mulige årsaker til denne utviklingen?

Regnskapsanalysen vi har utført har gitt oss oversikt over utviklingen i bedriftens økonomiske situasjon over tid. Den viser at det er en negativ utvikling i lønnsomheten hos Colibri Farge og Interiør AS, spesielt etter årene 2015/2016. Denne utviklingen har imidlertid vært ganske lik utviklingen til konkurrentene i samme femårsperiode.

For å få en bedre forståelse av utviklingen, har lønnsomhetsanalysen blitt supplert med en strategisk analyse. Vi har tilegnet oss mye kunnskap om bedriften og markedet den opererer i, blant annet gjennom samtaler med daglig leder, Morten Folmo. De viktigste funnene fra denne strategiske analysen er at de ansatte og den kompetansen de innehar er en av bedriftens viktigste ressurser, selv om dette også gjør bedriften sårbar for endringer i nøkkelpersonell. Internett og store varehus utgjør en økende trussel.

Til slutt presenterer vi en konklusjon. Basert på våre analyser og funn i denne oppgaven kan vi påstå at lønnsomheten hos Colibri Farge og Interiør AS har vært stabilt tilfredsstillende gjennom perioden. Det har vært noen svingninger, men alle nøkkeltallene har vært sterke.

Abstract

We have conducted an accounting analysis focusing on profitability for the firm Colibri Farge og Interiør AS. We have done calculations to find various key figures expressing the situation linked to four major subjects; financing of the business, liquidity, solidity and profitability.

The analysis covers the time period 2014-2018. In order to compare key figures the profitability of two other firms in the same business segment; Knut Haraldsen Farvehandel A/S and Lothe og Motzfeldt AS are also analysed.

The research question is as follows: How has the profitability of Colibri Farge og Interiør AS developed during the period 2014-2018, and what might be the explanations for such a development?

The accounting analysis carried out has given us an overview of the financial situation of Colibri Farge og Interiør AS, throughout the period 2014-2018. The analysis shows that profitability has developed negatively, in particular after 2015/2016. This is, however, also the case for the competitors.

In order to get a more reliable understanding of the picture seen, we have added a strategic analysis to the accounting analysis. Through a discussion with the CEO, Morten Folmo, we have learned a great deal about the company and the market which it operates in. The most important findings from this strategic analysis are that employees and the expertise they possess are one of the company's most important assets, although this also makes the company vulnerable to changes in key personnel. Internet and large department stores pose a growing threat.

Our paper thus concludes that based on our analysis and findings, the profitability of the firm Colibri Farge og Interiør AS has been stable and adequate throughout the five year period. Some variations has been seen, but all key figures are regarded as strong.

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	1
1.1 Bakgrunn og formål med oppgaven	1
1.2 Problemstilling	1
1.3 Presentasjon av bedriften	2
1.4 Videre oppbygning av oppgaven	3
2.0 Teori	4
2.1 Regnskapsanalyse.....	4
2.2 Finansiering	4
2.2.1 Finansieringsgrad 1	4
2.2.2 Arbeidskapital	5
2.2.3 Langsiktig lagerfinansiering.....	5
2.3 Soliditet.....	5
2.3.1 Egenkapitalprosent	5
2.3.2 Gjeldsgrad	6
2.4 Likviditet.....	6
2.4.1 Likviditetsgrad 1	6
2.4.2 Likviditetsgrad 2	6
2.5 Lønnsomhet	7
2.5.1 Totalkapitalrentabilitet	7
2.5.2 DuPont-modellen	7
2.5.3 Egenkapitalrentabilitet	8
2.5.4 Bruttofortjeneste i prosent	8
2.5.5 Driftsmargin i prosent	8
2.6 Benchmarking.....	9
3.0 Metode	10
3.1 Problemstilling	10
3.2 Undersøkellesdesign	11
3.3 Innsamling av data	11
3.4 Validitet og reliabilitet	12
4.0 Analyse og diskusjon	14
4.1 Finansiering	14
4.1.1 Finansieringsgrad 1	14
4.1.2 Arbeidskapital	15
4.1.3 Langsiktig lagerfinansiering.....	15
4.2 Soliditet.....	16
4.2.1 Egenkapitalprosent	16
4.2.2 Gjeldsgrad	17
4.3 Likviditet.....	18

4.3.1 Likviditetsgrad 1	18
4.3.2 Likviditetsgrad 2	19
4.4 Lønnsomhet	20
4.4.1 Totalkapitalrentabilitet	20
4.4.2 DuPont-modellen	20
4.4.3 Egenkapitalrentabilitet før skatt	21
4.4.4 Bruttofortjeneste i prosent	22
4.5 Benchmarking	23
4.5.1 Totalkapitalrentabilitet	23
4.5.2 Egenkapitalrentabilitet før skatt	24
4.5.3 Bruttofortjeneste i prosent	25
4.5.4 Driftsmargin i prosent	26
4.6 SWOT	26
4.6.1 Styrker	27
4.6.2 Svakheter	28
4.6.3 Muligheter	28
4.6.4 Trusler	29
5.0 Konklusjon	30
6.0 Referanseliste	32
7.0 Vedlegg	33
<i>Vedlegg 1 (Årsregnskap Colibri Farge og Interiør AS)</i>	<i>33</i>
<i>Vedlegg 2 (Årsregnskap Knut Haraldsens Farvehandel A/S)</i>	<i>35</i>
<i>Vedlegg 3 (Årsregnskap Lothe & Motzfeldt AS)</i>	<i>37</i>
<i>Vedlegg 4 (Nødvendig regnskap fra 2013)</i>	<i>39</i>
<i>Vedlegg 5 (Utrekning av nøkkeltall for Colibri Farge og Interiør AS)</i>	<i>39</i>
<i>Vedlegg 6 (Utrekning av nøkkeltall for Knut Haraldsens Farvehandel A/S)</i>	<i>45</i>
<i>Vedlegg 7 (Utrekning av nøkkeltall for Lothe & Motzfeldt AS)</i>	<i>46</i>

Tabell og figuroversikt

Tabeller:

Tabell 1: Finansieringsgrad 1.....	14
Tabell 2: Arbeidskapital.....	15
Tabell 3: Langsiktig lagerfinansiering.....	15
Tabell 4: Egenkapitalprosent.....	16
Tabell 5: Gjeldsgrad.....	17
Tabell 6: Likviditetsgrad 1.....	18
Tabell 7: Likviditetsgrad 2.....	19
Tabell 8: Totalkapitalrentabilitet.....	20
Tabell 9: Resultatgrad.....	20
Tabell 10: Kapitalens omløpshastighet.....	21
Tabell 11: Egenkapitalrentabilitet.....	21
Tabell 12: Bruttofortjeneste i prosent.....	22
Tabell 13: Sammenligning av totalkapitalrentabilitet	23
Tabell 14: Egenkapitalrentabilitet før skatt (benchmarking)	24
Tabell 15: Bruttofortjeneste i prosent (benchmarking)	25
Tabell 16: Driftsmargin i prosent.....	26
Tabell 17: SWOT-analyse.....	27

Figurer:

Figur 1: Finansieringsgrad 1.....	14
Figur 2: Arbeidskapital.....	15
Figur 3: Langsiktig lagerfinansiering.....	16
Figur 4: Egenkapitalprosent.....	17
Figur 5: Gjeldsgrad.....	17
Figur 6: Likviditetsgrad 1.....	18
Figur 7: Likviditetsgrad 2.....	19
Figur 8: Totalkapitalrentabilitet.....	20
Figur 9: Egenkapitalrentabilitet.....	22
Figur 10: Bruttofortjeneste i prosent.....	22
Figur 11: Sammenligning av totalkapitalrentabilitet.....	24
Figur 12: Egenkapitalrentabilitet før skatt (benchmarking)	24
Figur 13: Bruttofortjeneste i prosent (benchmarking)	25
Figur 14: Driftsmargin i prosent.....	26

1.0 Innledning

I dette kapittelet skal vi presentere bedriften og problemstillingen vår, og i tillegg presentere de to andre bedriftene vi skal sammenligne nøkkeltallene med. Avslutningsvis følger en disposisjon over oppgavens videre oppbygning.

1.1 Bakgrunn og formål med oppgaven

På Handelshøyskolen ved NTNU i Trondheim skal alle som går siste året på bachelor skrive en avsluttende oppgave innenfor en valgt retning. Vi går retningen økonomisk styring, og skal gjennom denne oppgaven gjennomføre en regnskapsanalyse med hovedfokus på lønnsomhet for Colibri Farge og Interiør AS.

Malerbransjen, og maling, som er vår bedrifts sin hovedgeskjeft, er en svært tøff bransje å konkurrere i da den både er svært sesong- og væravhengig. I tillegg er det mange konkurrenter der ute. Det blir dermed spennende å analysere denne bedriften og se hvordan de gjør det som helhet. Resultatet av analysen vil forhåpentligvis kunne belyse hva Colibri Farge og Interiør AS gjør bra, og eventuelt hva de kan gjøre bedre.

Vi valgte akkurat denne bedriften fordi en av oppgavens forfattere har inngående kjennskap til bedriften. Dette forenklet samarbeidet med daglig leder, og gjorde at vi satt med unik kunnskap om bedriften og bransjen den opererer i.

1.2 Problemstilling

Fokuset i denne oppgaven er å gjennomføre en regnskapsanalyse av Colibri Farge og Interiør AS med hovedvekt på lønnsomheten i perioden 2014-2018. Vi tar utgangspunkt i regnskapstall hentet fra proff.no. I tillegg har vi brukt regnskapsdata for Lothe & Motzfeldt AS og Knut Haraldsens Farvehandel A/S i vår sammenligning av butikkene.

Gjennom god dialog med daglig leder, Morten Folmo, har vi innhentet relevant bransjeinformasjon som spesielt har vært til hjelp under SWOT-analysen.

Vår problemstilling er:

“Hvordan har lønnsomheten til Colibri Farge og Interiør AS utviklet seg i perioden 2014-2018, og hva er mulige årsaker til denne utviklingen?”

Herunder delproblemstilling:

“Hvordan er lønnsomheten hos Colibri Farge og Interiør AS sammenlignet med andre aktører i samme bransje og nærrområdet?”

1.3 Presentasjon av bedriften

Colibri Farge og Interiør AS ble stiftet i 1982 av Bjørn Folmo som uavhengig farge og -interiørbutikk, før de i 1993 ble medlem av kjeden Fargerike. Fargerike er i dag Norges største fargehandel med 101 butikker over hele landet og en omsetning på rundt 1,8 milliarder. Alle Fargerike-butikker blir drevet som franchise, inkludert Colibri Farge og Interiør AS. Dette fører til at de får litt slingringsmonn til å foreta en del selvstendige beslutninger og tilby tjenester og produkter som ikke alle andre Fargerike-butikker tilbyr. Colibri Farge og Interiør AS kan deles inn i tofokusområder, eller fokusområder; maling/gulv og interiør/tekstil. Maling- og gulvavdelingen tilbyr både innendørs- og, utendørsmaling, beis, båtprodukter, spesialprodukter, parkett, laminat og gulvbelegg og utstyr til dette. Fargerike Coibri fører både kjente merkenavn, som Jotun og Jordan, i tillegg til Fargerikes eget private label på interiør- og eksteriørmaling. Interiør- og tekstilavdelingen tilbyr hovedsakelig tapet, gardiner, tepper og mindre interiørartikler, som lamper og puter. I tillegg til dette tilbyr de også hjemmekonsultasjon, der man kan få tips og anbefalinger til for eksempel fargesammensetninger. Maling- og gulvavdelingen står for ca. 2/3 av omsetningen.

Fargerike sitt konsept er å tilby kvalitet i alle ledd, fra sine produkter til kundeopplevelsen, dette gjelder selvfølgelig for Colibri Farge og Interiør AS også. De ansatte er svært kunnskapsrike, de fleste av de ansatte har jobbet i Fargerike Colibri i over 20 år. Dette har ført til at Colibri Farge og Interiør AS har opparbeidet seg et godt rykte, og at de har mange trofaste kunder. Kundekretsen til en butikk som dette er gjerne de som trenger gode råd eller «eksperthjelp», og dermed forventer det lille ekstra. Det er dette som skiller Fargerikebutikker fra andre, større varehus. Dette går noe på bekostning av prisen, og Fargerike ligger generelt på et høyere prisnivå enn mange av sine konkurrenter.

1.4 Videre oppbygning av oppgaven

Oppgaven begynner med en redegjørelse av den relevante teorien for oppgaven. Videre vil vi gå gjennom den metodiske tilnærmingen vi har brukt ved innsamling av dataene vi trenger.

Deretter kommer analysekapitlet, som inneholder en nøkkeltallsanalyse og en benchmarkingdel, der vi sammenlikner Colibri Fargerike AS med to andre konkurrenter. Vi vil så følge opp med en strategisk analyse som er basert på e-post intervju med daglig leder Morten Folmo.

Oppgaven avsluttes med en diskusjon og en konklusjon til problemstillingen.

2.0 Teori

I denne delen av oppgaven skal vi presentere relevante begreper for å belyse problemstillingen. Vi har hentet alle formlene for nøkkeltallene fra Kristoffersen (2019).

2.1 Regnskapsanalyse

En regnskapsanalyse er i følge Kristoffersen (2019) en systematisk bearbeidelse av regnskapsdata, og har som formål å gi et helhetlig bilde av den økonomiske situasjonen til en bedrift. En regnskapsanalyse kan benyttes som et styrings- og beslutningsverktøy for ledelsen.

En regnskapsanalyse kan gjennomføres i hovedsak ved bruk av tre forskjellige metoder; horisontal analyse, vertikal analyse og nøkkeltallsanalyse. En horisontal analyse viser utviklingen av de finansielle forholdene over tid. I en vertikal analyse beregner man hver regnskapspost i forhold til en basisstørrelse i prosent. Ved nøkkeltallsanalyse analyserer man forholdet mellom ulike poster i regnskapet, og i vår regnskapsanalyse skal vi presentere nøkkeltall innenfor følgende forhold; finansiering, soliditet, likviditet og lønnsomhet.

2.2 Finansiering

Finansiering omhandler hvordan bedriften anskaffer og anvender kapital og tar utgangspunktet i sammensetningen av bedriftens eiendeler på et gitt tidspunkt. Vi skiller i utgangspunktet mellom langsiktig og kortsiktig kapital, der langsiktig kapital er egenkapital og langsiktig gjeld, mens kortsiktig kapital omhandler den kortsiktige gjelden. Måten å skille langsiktig og kortsiktig gjeld på, er at den langsiktige gjelden typisk skal betales tilbake etter mer enn ett år. Hvordan en bedrift er finansiert varierer i stor grad fra bransje til bransje. Under finansiering velger vi å fokusere på følgende nøkkeltall: Finansieringsgrad 1, arbeidskapital og langsiktig lagerfinansiering.

2.2.1 Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 viser til hvor mye av anleggsmidlene som er finansiert med langsiktig kapital rettene sagt hvor mye av bedriften som er finansiert med egenkapital og gjeld. Det er et mål om at finansieringsgrad 1 skal være under en, noe som vil si at anleggsmidlene og deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert.

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

2.2.2 Arbeidskapital

Arbeidskapitalen er differansen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld. Her bør bedriften strebe etter å ha en positiv arbeidskapital altså at ingen av anleggsmidlene er finansiert med kortsiktig gjeld. Dersom arbeidskapitalen er negativ kan det være et tegn på at bedriften har dårlig likviditet da de ikke klarer å betale sine forpliktelser i tide.

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

2.2.3 Langsiktig lagerfinansiering

Langsiktig lagerfinansiering sier oss noe om hvor stor andel av varelageret som er langsiktig finansiert. Vi ønsker at så stor del som mulig av varelageret er langsiktig finansiert, med andre ord at den langsiktige lagerfinansieringen er så høy som mulig. Dette er spesielt viktig hvis vi har tungsolgte varer som binder opp mye kapital.

2.3 Soliditet

Soliditet er et uttrykk for en bedrifts evne til å tåle tap. Den viser blant annet hvor stor andel av en bedrifts eiendeler som er finansiert av egenkapital. En bedrift med høy egenkapitalprosent har altså god soliditet, og har evne til å betale på lang sikt. Sammen med høy egenkapitalprosenten er god inntjening, rentabilitet, likviditet og finansieringsstruktur kjennetegn på god soliditet. Nøkkeltallene vi velger å se på er egenkapitalprosent og gjeldsgrad.

2.3.1 Egenkapitalprosent

Egenkapitalprosenten viser hvor mange prosent av bedriftens eiendeler som er finansiert med egne midler. Den angir altså forholdet mellom kapital som er investert med egne midler i forhold til kapital som er investert med fremmedkapital. Dermed forteller den oss hvor mye en bedrift kan tape før fremmedkapitalen også blir påført et tap. Hva denne prosenten ligger på avhenger selvfølgelig av bransje og risiko, men man ønsker normalt at selskaper skal ha en egenkapitalprosent på mellom 20 og 30%. Totalkapital er summen av selskapets eiendeler.

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

2.3.2 Gjeldsgrad

Gjeldsgraden viser forholdet mellom kapital som er finansiert av utenforstående og kapital som er finansiert av eierne (Finansleksikon, 2019). Den uttrykker altså forholdet mellom selskapets gjeld og egenkapital. Vi velger å uttrykke gjeldsgraden i antall ganger. Jo lavere dette forholdstallet er, desto mer solid er selskapet. En gjeldsgrad på 1 vil for eksempel si at det er like mye gjeld som egenkapital.

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

2.4 Likviditet

Bedriftens likviditet sier noe om bedriftens betalingsevne, og om den er i stand til å betale utestående forpliktelser i takt med at de forfaller. De mest sentrale nøkkeltallene når vi skal analysere likviditeten til en bedrift er likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2. Disse nøkkeltallene sier noe om likviditeten er god eller dårlig, og tar begge utgangspunkt i balansen.

2.4.1 Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 er et forholdstall mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld. Dette skal dermed si noe om bedriftens evne til å betale kortsiktige forpliktelser etterhvert som de forfaller. Den generelle vurderingsregelen er at likviditetsgrad 1 bør være høyere enn 2 (Visma, u.å), dette omtales ofte som et normtall. Noen anser dette som et vel strengt krav. Den bør uansett være over 1, da har bedriften akkurat nok omløpsmidler til å dekke all sin kortsiktige gjeld. Likviditetsgrad 1 er et omdiskutert mål på likviditet, blant annet fordi det ikke er gitt at for eksempel varelageret kan omgjøres til likvide midler på kort tid. Dette gjør den kun anvendelig som likviditetsmål dersom omløpshastigheten til omløpsmidlene og den kortsiktige gjelden er lik (Dahl, u.å).

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

2.4.2 Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 måler på samme måte som likviditetsgrad 1 forholdet mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld. Forskjellen er at varelageret, som regnes som de minst likvide omløpsmidlene, her er trukket fra. Dette gjør likviditetsgrad 2 mer anvendelig som mål på bedriftens likviditet. På engelsk refererer man til Likviditetsgrad 2 som «acid test» nettopp på grunn av dette. Anbefalt norm er at likviditetsgrad 2 bør være større enn 1 (Visma, u.å).

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

2.5 Lønnsomhet

Lønnsomhetsanalyse benyttes til å finne ut av om bedriften er økonomisk lønnsom.

Lønnsomhet sier noe om i hvilken grad bedriften evner å generere overskudd, og for å være lønnsom er inntektene nødt til å være større enn kostnadene. Tilstrekkelig lønnsomhet er nødvendig for at eiere og investorer skal være villige til å skyte inn mer egenkapital i bedriften, samt en forutsetning for å kunne overleve på sikt. For å belyse problemstillingen, velger vi å benytte total kapitalrentabilitet, DuPont-modellen - total kapitalens omløpshastighet og resultatgraden, egenkapitalrentabilitet før skatt og bruttofortjeneste i prosent.

2.5.1 Total kapitalrentabilitet

Total kapitalrentabiliteten (heretter omtalt som TKR) er et nøkkeltall som uttrykker hvor mye hver krone investert, gir i avkastning uavhengig av investeringen. TKR er altså et lønnsomhetsmål for den totale kapitalen i bedriften og viser hvor effektiv bedriften har vært i forvaltning av ressursene, herunder egenkapital og fremmedkapital. Gjennomsnittlig total kapital gir et godt bilde av kapitalbindingen gjennom året, og er også bedre å benytte i forhold til driftsresultatet, som er generert gjennom hele året.

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

2.5.2 DuPont-modellen

Total kapitalrentabilitet (TKR) kan dekomponeres gjennom første steg i DuPont modellen for lønnsomhetsanalyse til resultatgraden (ROS) og total kapitalens omløpshastighet (KO). Vi velger å dekomponere TKR til ROS og KO for å se hva som driver endringene i TKR.

$$\text{Total kapitalrentabilitet (TKR)} = \text{Resultatgrad (ROS)} * \text{Kapitalens omløpshastighet (KO)}$$

Resultatgraden forteller hvor mye hver krone omsatt kaster av seg av resultat. Resultatgraden kan forbedres ved å redusere kostnadene og/eller bedre resultatet.

$$\text{Resultatgrad} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekt}) * 100\%}{\text{Driftsinntekt}}$$

Kapitalens omløpshastighet sier noe om sirkulasjonen av kapitalen i bedriften, det vil si hvor effektivt eiendelene er brukt for å skape inntekter. Hva som regnes som høy omløpshastighet vil være bransjeavhengig.

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

2.5.3 Egenkapitalrentabilitet

Her benyttes egenkapitalrentabilitet *før* skatt for å kunne sammenlikne periodene uavhengig av skattesatsen de gjeldende årene. Egenkapitalrentabilitet viser hvor stor avkastning man har på egenkapitalen, med andre ord lønnsomheten av eiernes investering før skatt.

Egenkapitalrentabiliteten forteller om selskapets egen drift har gitt selskapet bedre avkastning på investert kapital, enn om man hadde plassert pengene et annet sted.

$$\text{Egenkapitalrentabilitet før skatt} = \frac{\text{Resultat før skatt}}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}} \times 100 \%$$

2.5.4 Bruttofortjeneste i prosent

Bruttofortjenesten forteller hvor mye man tjener på en vare (differansen mellom innkjøpspris og utsalgspris) før man tar hensyn til øvrige kostnader. Bruttofortjeneste i prosent viser hvor mye av hver salgskrone som er igjen til å dekke de faste kostnadene og til fortjeneste. Det vil være varierende mellom ulike bransjer på hva som er tilfredsstillende bruttofortjeneste i prosent.

$$\text{Bruttofortjeneste i prosent} = \frac{(\text{Salgsinntekt} - \text{Varekostnad}) * 100\%}{\text{Salgsinntekt}}$$

2.5.5 Driftsmargin i prosent

Driftsmarginen sier noe om hvor mye bedriften får igjen for hver omsatte krone, før renter og skatt, og kan gi en god indikasjon på lønnsomheten til en bedrift. Den er imidlertid mest nyttig som mål på lønnsomhet når man ser på utviklingen i driftsmarginen over flere år, og sammenligner med lignende bedrifter, som her. Driftsmarginen kan variere svært mye i ulike bransjer, og det er vanskelig å vurdere om en gitt verdi på driftsmarginen er god eller dårlig isolert sett. Dette er grunnen til at vi har valgt å ikke inkludere driftsmarginen i analysedelen, kun i benchmarking-delen.

$$\text{Driftsmargin i prosent} = \frac{\text{Driftsresultat} * 100\%}{\text{Driftsinntekter}}$$

2.6 Benchmarking

I den foregående gjennomgangen av relevante nøkkeltall har vi vært tydelige på at nøkkeltallene skal tolkes med omhu og at normtall for mange av disse dessuten varierer fra bransje til bransje. For å få et enda bedre bilde av utviklingen av lønnsomheten har vi derfor valgt å gjennomføre benchmarking.

Sammenlikning eller som det også kalles benchmarking er en måte å kunne sammenligne bedrifter for å kunne få en bedre forståelse av hvordan bedriften presterer i forhold til andre bedrifter i samme bransje. Dette gir svar på hvordan prestasjonen har utviklet seg, på hvilke områder gjør bedriftene det forskjellig og det er også en måte å kunne identifisere forbedringspotensial. Når det kommer til benchmarking er det mange områder man kan velge å fokusere på å sammenligne og det kan variere fra bransje til bransje hva som er relevant å sammenligne. Områder som det generelt er vanlig å sammenligne er hovedtall fra resultatoppstillingen, hovedtall fra balansen og nøkkeltall fra omsetningen. I denne oppgaven har vi valgt å sammenligne Fargerike Colibri AS med tilsvarende bedrifter i samme bransje, da henholdsvis Fargerike Lothe AS og Knut Haraldsen Farvehandel AS.

3.0 Metode

I dette kapitlet forteller vi om de metodiske valgene vi har gjort i løpet av arbeidet med oppgaven. Vi har valgt å ta utgangspunkt i Jacobsen (2015) sine åtte faser i en undersøkelsesprosess, og ser nærmere på valg av problemstilling, undersøkelsesdesign, datainnsamling, samt en vurdering av undersøkelsens validitet og reliabilitet.

3.1 Problemstilling

En undersøkelses første fase er å utvikle en problemstilling. Problemstillingen vi har valgt er som nevnt tidligere:

“Hvordan har lønnsomheten til Colibri Farge og Interiør AS utviklet seg i perioden 2014-2018, og hva er mulige årsaker til denne utviklingen?”.

En problemstilling legger grunnlaget for hele undersøkelsen, og blir ofte sett på som en av de tyngste fasene i prosessen. Vi har valgt å fokusere på årstallene 2014-2018 for å kartlegge lønnsomhetsutviklingen til Colibri Farge og Interiør AS. Ved å fokusere på en 5-årsperiode innsnevrer vi problemstillingen i stor grad. Det er fort gjort å miste oversikten hvis problemstillingen er for bred, og det kan også være vanskelig å få til en god undersøkelse. Problemstillingen vår er altså ganske konkretisert og klar.

Første del av problemstillingen vår er beskrivende i og med at vi har avgrenset oss i tid og er interessert i utviklingen på et gitt tidspunkt. Andre del av problemstillingen vår er derimot mer forklarende. Her er vi interessert i mulige årsaker til utviklingen.

Vi har også valgt ut en delproblemstilling, som er som følger:

“Hvordan er lønnsomheten hos Colibri Farge og Interiør AS sammenlignet med andre aktører i samme bransje og nærområdet?”

For å besvare denne delproblemstillingen har vi valgt å sammenligne tallene til forskjellige bedrifter i en 5-årsperiode. Dette er derfor også en beskrivende problemstilling, som avgrenser seg i tid.

Vi har utviklet problemstillingen uten å ha noe ønske om å kunne generalisere våre funn til andre enn Colibri Farge og Interiør AS. Funnene i denne oppgaven skal derfor være relevante for bedriften selv.

3.2 Undersøkellesdesign

Valg av undersøkelsesdesign vil ha store konsekvenser for undersøkelsens gyldighet og pålitelighet (Jacobsen, 2015). Undersøkelsesopplegget vi har valgt, er det vi mener er best egnet til å belyse problemstillingen vår.

I vår besvarelse av problemstillingen, har vi valgt en enkeltcase-studie, som er et intensivt design. Intensive design handler om å gå i dybden på noen få, eller her én enhet, for å få et helhetlig bilde av situasjonen. Vår casestudie fokuserer på en kollektiv enhet; altså Colibri Farge og Interiør AS. Denne typen undersøkelsesdesign er velegnet til å få fram nyanser og detaljerte beskrivelser, men det er derimot vanskelig å generalisere funn vi gjør ut over casen.

Et viktig element i enhver casestudie er en klar avgrensning i tid og rom (Jacobsen 2015), noe vi har gjort ved å se på bedriften Colibri Farge og Interiør AS i årene 2014-2018. Grunnen til at vi valgte å se på disse årene, er at vi ønsket en god og helhetlig beskrivelse av dagens situasjon, og samtidig ønsket vi å se utviklingen de siste årene, noe vi kun får gjennom regnskapstall fra flere år. Ettersom vi ser på utviklingen over en periode, regnes dette som en tidsstudie.

Andre del av problemstillingen vår har et litt annet undersøkelsesdesign; sammenlignende casestudier.

3.3 Innsamling av data

Vi skiller mellom to tilnærminger når det gjelder datainnsamling; kvantitativ og kvalitativ tilnærming. Disse to metodene kan utfylle hverandre, og vi har valgt å kombinere de to tilnærmingene i vår oppgave. Vi anvender såkalt metodetriangulering, der vi ønsker at de kvalitative og de kvantitative dataene skal berike hverandre, og gi en bredere forståelse (Jacobsen, 2015, p. 139). En kvalitativ tilnærming kan undersøke mer i detalj hva det er vi har avdekket med våre kvantitative data.

Vi har hentet regnskapstall fra Proff.no, og dermed benyttet oss av sekundærdata. Det er informasjon samlet inn av andre. I denne oppgaven har vi valgt å fokusere på lønnsomhet fordi det er det som er mest interessant innenfor økonomisk styring. Vi benytter regnskapstall fra 2014 til 2018 til kvantitative formål. Vi har valgt ut de nøkkeltallene vi synes viser lønnsomheten best. Det er tall på likviditet, finansiering, soliditet og lønnsomhet.

Når det gjelder informasjon til SWOT-analysen har vi brukt primærdata der vi har intervjuet daglig leder i Colibri Farge og Interiør AS, Morten Folmo. Denne analysen skal hjelpe oss å se på mulige bakenforliggende forklaringer til endringene vi har sett i regnskapet.

3.4 Validitet og reliabilitet

Ved vurdering av undersøkelser vurderes validiteten og reliabiliteten. Ved vurdering av undersøkelsens pålitelighet, kan det finnes trekk ved undersøkelsen som har påvirket resultatene man har kommet frem til. Det må også vurderes om vi har dekning i dataene våre til å trekke de slutningene vi gjør og om undersøkelsen kan generaliseres. Mangler her vil svekke undersøkelsens gyldighet.

Gyldighet kan i følge Jacobsen (2015) deles inn i intern og ekstern gyldighet. Den eksterne gyldigheten handler om i hvor stor grad de resultatene vi har kommet frem til, kan generaliseres. Generalisering av resultatene er ikke hensikten vår, og vurdering av ekstern gyldighet blir derfor ikke aktuelt. Den interne gyldigheten handler om hvor god dekning vi har i dataene for å trekke de konklusjonene vi trekker. De kvantitative dataene vi har benyttet er regnskapstallene i form av bedriftens årsregnskap i perioden 2014 til 2018, og er hentet fra proff.no. Tallene kommer fra en sekundærkilde, og kan ha svekket validitet hvis tallene er hentet for et annet formål. Siden hensikten med tallene fra proff er sammenfallende med vår oppgave, vil regnskapstallene til Colibri Farge og Interiør AS kunne regnes som svært troverdige. Årsregnskapet er også strengt lovregulert i henhold til regnskapsloven og blir kontrollert av en ekstern revisor, noe som også er med på å styrke gyldigheten.

Undersøkelsens pålitelighet handler om det er trekk ved selve undersøkelsen som har skapt de resultatene vi har kommet frem til (Jacobsen, 2015, p. 241). Det er en rekke elementer som kan ha påvirket resultatet av undersøkelsen. Til å begynne med kan mulige tastefeil påvirket påliteligheten. Her tenker vi i hovedsak tastefeil ved beregning av de ulike nøkkeltallene. Vi har sjekket over hverandres tall og beregninger for å minimere muligheten for tastefeil.

Vi har også gjennomført en undersøkelse på e-post der vi i hovedsak har stilt spørsmål som omhandler SWOT-analysen samt mer utdypende spørsmål om diverse regnskapsposter. E-post intervjuet anses likevel ikke for å være problematisk, siden spørsmålene som ble stilt gjaldt stort sett om daglig leder kunne utfylle diverse uklare regnskapsposter og den strategiske analysen. Daglig leder fikk dessuten tenkt seg god gjennom spørsmålene for å så komme med utfyllende svar.

Både de kvalitative og de kvantitative dataene som er hentet er sterke vil gyldigheten i undersøkelsen derfor være god. Selv om det er litt vanskeligere å si noe konkret om påliteligheten med tanke på eventuelle intervju effekter, kan den sies å være tilfredsstillende.

4.0 Analyse og diskusjon

Analysekapitlet er hoveddelen av oppgaven. Her presenteres nøkkeltallene fra teoridelen gjennom figurer og tabeller, med tilhørende analyse for hvert nøkkeltall. Videre vil vi gjøre en sammenligning med to andre lignende bedrifter innenfor samme bransje, Knut Haraldsen Farvehandel AS og Fargerike Lothe Motzfeld AS. Avslutningsvis vil vi presentere en SWOT-analyse som bidrar til et helhetlig bilde av Fargerike Colibri AS og deres utvikling gjennom perioden.

4.1 Finansiering

4.1.1 Finansieringsgrad 1

Alle regnskapstall i hele tusen.

År	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Anleggsmidler</i>	3 491	3 491	4 964	16 877	16 057
<i>Langsiktig kapital</i>	18 004	21 123	23 753	24 696	26 180
<i>Finansieringsgrad 1</i>	0,19	0,18	0,20	0,68	0,61

Tabell 1: Finansieringsgrad 1



Figur 1: Finansieringsgrad 1

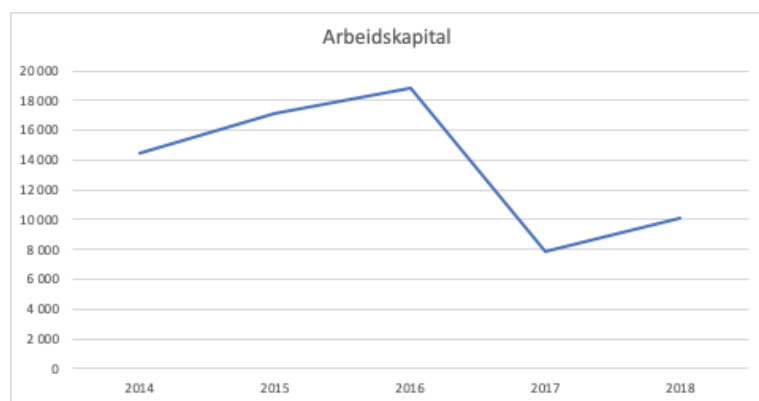
Som tidligere nevnt i teoridelen viser finansieringsgrad 1 hvor stor andel av anleggsmidlene som er finansiert med egenkapital og langsiktig gjeld. Vi kan se her at finansieringsgrad 1 har økt kraftig fra 2014 og fram til 2018. Fra 19,39% i 2014 til 61,33% i 2018. Vi ser dermed en klar trend om at anleggsmidlene i mindre grad er finansiert med langsiktig kapital. Anleggsmidlene økte kraftig fra året 2016 til 2017 noe som forklarer at finansieringsgrad 1 har økt samtidig som den langsiktige kapitalen ikke har økt i samme takt. Totaleffekten blir dermed at finansieringsgraden har økt.

4.1.2 Arbeidskapital

Alle regnskapstall i hele tusen.

År	2014	2015	2016	2017	2018
Omløpsmidler	17 254	20 690	21 453	11 150	12 582
Kortsiktig gjeld	2 741	3 532	2 665	3 330	2 458
Arbeidskapital	14 513	17 158	18 788	7 820	10 124

Tabell 2: Arbeidskapital



Figur 2: Arbeidskapital

Som nevnt er kravet til arbeidskapitalen at den skal være positiv, noe som vil si at omløpsmidlene er større enn den kortsiktige gjelden. Dette er oppfylt i hele perioden. Vi kan se fra tabellen at den kortsiktige gjelden har vært nokså stabil gjennom hele perioden. Når det gjelder omløpsmidlene ser vi at det er en stabil økning fram til 2016 og at det i 2017 blir en stor reduksjon i omløpsmidlene. Dette kan tyde på at de har kvittet seg med et stort varelager for eksempel. Dette påvirker så klart arbeidskapitalen som også blir sterkt redusert. Det skal dog sies at arbeidskapitalen var og fremdeles er svært høy, noe som indikerer at likviditeten er god.

4.1.3 Langsiktig lagerfinansiering

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2014	2015	2016	2017	2018
Arbeidskapital	14513	17158	18788	7820	10124
Varelager	1810	2191	2614	2627	2532
Langsiktig lagerfinansiering	801,82%	783,11%	718,74%	297,67%	399,84%

Tabell 3: Langsiktig lagerfinansiering



Figur 3: Langsiktig lagerfinansiering

Dette nøkkeltallet forteller noe om hvor mye av varelageret som er langsiktig finansiert. Vi kan se at det jevnt over er en negativ utvikling fra 2014 til 2017 og at den langsiktige lagerfinansieringen tar seg noe opp i 2018. I 2018 er den på 399,84% noe som forteller oss at arbeidskapitalen er 399,84% større enn varelageret. Konkret hva den langsiktige lagerfinansieringen bør ligge på avhenger ofte fra bransje til bransje. Men jo høyere jo bedre da varelageret ofte er det minst likvide av omløpsmidlene i bedriften, i utgangspunktet bør tallet være over 100%. Vi kan se ut ifra tabellen at Fargerike Colibri ligger med god margin over dette, selv om det isolert sett har vært en negativ trend i langsiktig lagerfinansiering.

4.2 Soliditet

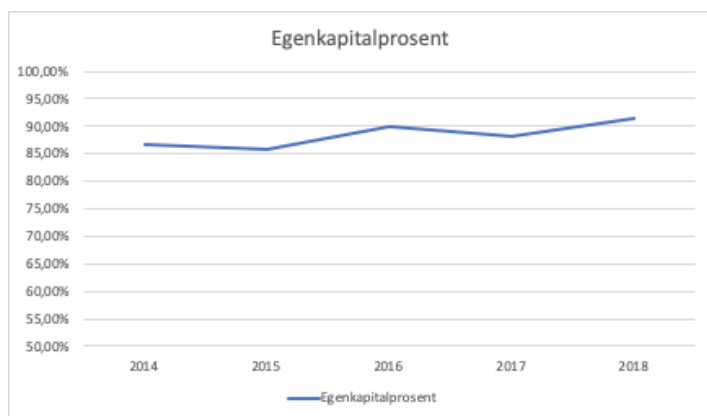
Under soliditet analyserer vi nøkkeltallene egenkapitalprosent og gjeldsgrad.

4.2.1 Egenkapitalprosent

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2014	2015	2016	2017	2018
Egenkapital	18 004	21 123	23 753	24 696	26 180
Totalkapital	20 746	24 654	26 418	28 027	28 638
Egenkapitalprosent	86,78%	85,68%	89,91%	88,12%	91,41%

Tabell 4: Egenkapitalprosent



Figur 4: Egenkapitalprosent

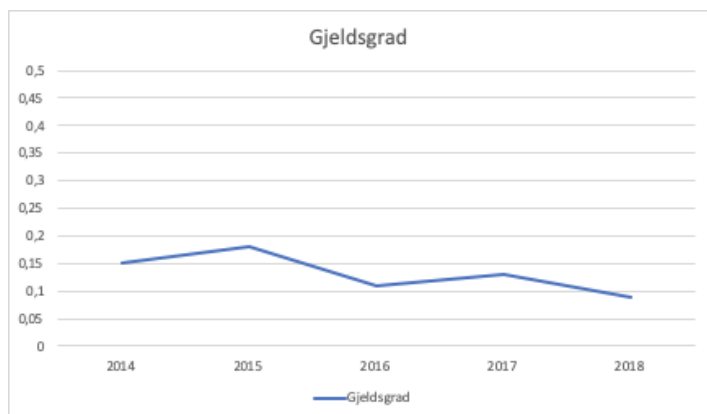
Egenkapitalprosenten til Colibri Farge og Interiør AS har holdt seg ganske stabil på et høyt nivå i denne 5-årsperioden, og vi ser at en stor andel av eiendelene er finansiert med egne midler. I 2015 var egenkapitalprosenten på 85,68% noe som er litt lavere sammenlignet med de andre fire årene. Selv om de økte egenkapitalen dette året, hadde de også en stor økning i leverandørgjeld. Dette førte til økt totalkapital, som igjen påvirker egenkapitalprosenten. I 2018 var egenkapitalprosenten helt opp i 91,41%. Hovedårsaken til denne økningen skyldes lavere gjeld, nærmere bestemt kortsiktig gjeld. Dette kan ses i sammenheng med gjeldsgrad i neste avsnitt.

4.2.2 Gjeldsgrad

Alle regnskapstall er i hele tusen

År	2014	2015	2016	2017	2018
Gjeld	2 741	3 532	2 665	3 330	2 458
Egenkapital	18 004	21 123	23 753	24 696	26 180
Gjeldsgrad	0,15	0,18	0,11	0,13	0,09

Tabell 5: Gjeldsgrad



Figur 5: Gjeldsgrad

Her ser vi at utviklingen i gjeldsgraden går parallelt med utviklingen i egenkapitalprosenten. Ut i fra disse tallene kan vi se at det meste av kapital er finansiert av eierne av Colibri Farge og Interiør AS, og det er veldig lite som er finansiert av utenforstående. I takt med økningen i egenkapitalprosenten i 2018 ser vi at gjeldsgraden i 2018 er svært lav. Jo lavere gjeldsgrad, desto mer solid er bedriften. Ut i fra regnskapstallene kan vi se at leverandørgjelden faktisk økte dette året, men annen kortsiktig gjeld gikk såpass ned at den kortsiktige gjelden totalt sett var på sitt laveste i denne 5-årsperioden.

Vi kan ut i fra egenkapitalprosenten og gjeldsgraden se at Colibri Farge og Interiør AS har meget god soliditet.

4.3 Likviditet

Under likviditet har vi analysert nøkkeltallene Likviditetsgrad 1 og Likviditetsgrad 2.

4.3.1 Likviditetsgrad 1

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2014	2015	2016	2017	2018
Omløpsmidler	17 254	20 690	21 453	11 150	12 582
Kortsiktig gjeld	2 741	3 532	2 665	3 330	2 458
Likviditetsgrad 1	6,29	5,86	8,05	3,35	5,12

Tabell 6: Likviditetsgrad 1



Figur 6: Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 henger tett sammen med finansieringsgrad 2, og sier noe om hvor mye av omløpsmidlene som er finansiert av kortsiktig gjeld. Det absolutte kravet er at bedriften skal være i stand til å betale forpliktelsene sine etter hvert som de forfaller. Vi ser at dette

nøkkeltallet er svært høyt i hele perioden; langt over det som regnes som tilstrekkelig. Bedriften er i stand til å betale ned sin kortsiktige gjeld. Omløpsmidlene har blitt kraftig redusert fra 2016 til 2017, noe som i hovedsak skyldes lavere kasse/bank og lavere fordringer. Den kortsiktige gjelden ligger stort sett mellom 2 500 og 3 500 og har ikke påvirket likviditetsgrad 1 særlig mye. Totalt sett har bedriften gjennom hele perioden en svært god likviditet.

4.3.2 Likviditetsgrad 2

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2014	2015	2016	2017	2018
Mest likvide omløpsmidler	15 444	18 499	18 839	8 523	10 050
Kortsiktig gjeld	2 741	3 532	2 665	3 330	2 458
Likviditetsgrad 2	5,63	5,24	7,07	2,56	4,09

Tabell 7: Likviditetsgrad 2



Figur 7: Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 korrigerer omløpsmidlene for varelager, slik at vi kun sitter igjen med omløpsmidlene som raskt kan omgjøres til likvide midler. For Colibri Farge og Interiør har likviditetsgrad 2 fulgt utviklingen til likviditetsgrad 2 ganske tett. Dette skyldes at varelageret kun er en liten del av omløpsmidlene. Tallet har gjennom hele perioden ligget godt over normtallet på 1, selv om det ble kraftig redusert i 2017. Dette fallet skyldes primært at kasse/bank, som er et omløpsmiddel av det likvide slaget, ble betydelig redusert i denne perioden, i tillegg til betydelig lavere kundefordringer enn tidligere.

4.4 Lønnsomhet

4.4.1 Totalkapitalrentabilitet

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2014	2015	2016	2017	2018
Driftsresultat + finansinntekter	2 976	4 223	3 434	2 134	1 812
Gjennomsnittlig totalkapital	19 787,5	22 700	25 536	27 222,5	28 332,5
Totalkapitalrentabilitet	15,04 %	18,60 %	13,44 %	7,84 %	6,40 %

Tabell 8: Totalkapitalrentabilitet



Figur 8: Totalkapitalrentabilitet

Totalkapitalrentabiliteten uttrykker bedriftens avkastning på den totale kapitalen i bedriften. Generelt er tallene for totalkapitalrentabilitet tilfredsstillende. Vi ser en økning i 2015 der totalkapitalrentabiliteten er på 18,6% som er meget tilfredsstillende. Videre ser vi en nedgang fra 2015 til 2018, som ser ut til å skyldes både en reduksjon i driftsresultatet og en økning i totalkapitalen.

4.4.2 DuPont-modellen

Alle regnskapstall er i hele tusen.

Resultatgrad (ROS)

År	2014	2015	2016	2017	2018
Driftsresultat + finansinntekter	2 976	4 223	3 434	2 134	1 812
Driftsinntekter	24 608	25 358	25 589	24 477	24 730
Resultatgrad	12,09%	16,65%	13,42%	8,72%	7,33%

Tabell 9: Resultatgrad

Kapitalens omløpshastighet (KO)

<i>År</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
<i>Driftsinntekter</i>	24 608	25 358	25 589	24 477	24 730
<i>Gjennomsnittlig totalkapital</i>	19 787,5	22 700	25 536	27 222,5	28 332,5
<i>Totalkapitalens omløpshastighet</i>	1,24	1,12	1,00	0,90	0,87

Tabell 10: Kapitalens omløpshastighet

Som tidligere nevnt er DuPont modellen en dekomponering av totalkapitalrentabilitet for lønnsomhetsanalyse til resultatgrad og totalkapitalens omløpshastighet. Resultatgraden forteller noe om hvor mye resultat man har generert fra inntektene og bør derfor være så stor som mulig. Resultatgraden har en jevn nedgang i perioden, men unntak fra 2015 der den økte til 16,65% som er det beste i perioden.

Totalkapitalens omløpshastighet sier noe om hvor effektivt kapitalen er brukt for å skape inntekter. Bedriften har hatt en jevn nedgang i totalkapitalens omløpshastighet. Som tidligere nevnt har driftsinntektene vært ganske stabile i perioden, men totalkapitalen har hatt en jevn og stor økning. Effekten blir da redusert omløpshastighet.

Reduksjonen i totalkapitalrentabiliteten skyldes altså en kombinasjon av reduksjon i omløpshastigheten og reduksjonen i resultatgraden. Driftsresultatet har, som nevnt tidligere, hatt en reduksjon under hele perioden. Nedgangen i totalkapitalrentabilitet fra 2015 til 2018 skyldes da i hovedsak en reduksjon i resultatgraden.

4.4.3 Egenkapitalrentabilitet før skatt

Alle regnskapstall er i hele tusen.

<i>År</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
<i>Resultat før skatt</i>	2 975	4 222	3 429	2 132	1 811
<i>Snitt egenkapital</i>	16 902,5	19 563,5	22 438	24 224,5	25 438
<i>Egenkapitalrentabilitet før skatt</i>	17,60 %	21,58 %	15,28 %	8,80 %	7,12 %

Tabell 11: Egenkapitalrentabilitet



Figur 9: Egenkapitalrentabilitet

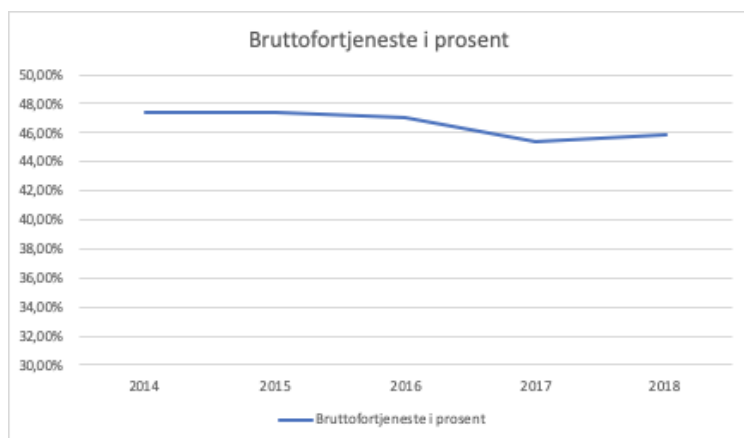
Egenkapitalrentabiliteten viser avkastningen på egenkapitalen som er investert i en bedrift, og gjenspeiler altså avkastningen på investert kapital for eierne. Hvor høy den bør være, avhenger av den totale risikoen som er knyttet til å investere i selskapet. Det er naturligvis ønskelig med en egenkapitalrentabilitet så høy som mulig. Verdiene er generelt tilfredsstillende, men reduseres mye fra 2016 til 2017. Dette skyldes både et lavere resultat før skatt og en høyere egenkapital. Økningen i egenkapitalen kommer av høyere opptjent egenkapital.

4.4.4 Bruttofortjeneste i prosent

Alle regnskapstall er i hele tusen.

År	2014	2015	2016	2017	2018
Bruttofortjeneste	11 663	11 992	11 972	11 112	11 284
Salgsinntekt	24 580	25 284	25 420	24 448	24 600
Bruttofortjeneste i prosent	47,45 %	47,43%	47,10 %	45,45 %	45,87 %

Tabell 12: Bruttofortjeneste i prosent



Figur 10: Bruttofortjeneste i prosent

Bruttofortjenesten i prosent har vært ganske jevn gjennom perioden, med en liten nedgang totalt sett. Fra 2016 til 2017 falt bruttofortjenesten med 1,65 prosentpoeng, før den så hadde en liten økning i 2018. Vi ser også at salgsinntektene har den samme utviklingen.

Regnskapstallene viser at varekostnaden økte fram til 2016, for så å gå ned igjen i 2017 og 2018. Det forklarer den marginale økningen i bruttofortjenesten i 2018. Tross en nedgang etter 2016 må det sies at bruttofortjenesten er ganske god.

4.5 Benchmarking

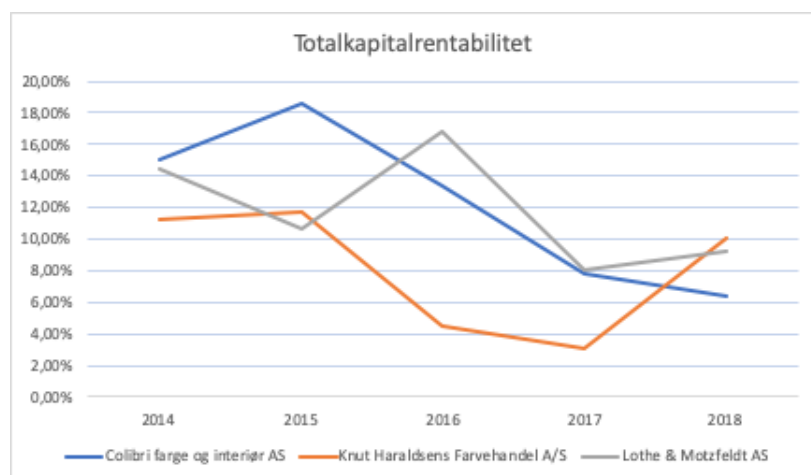
Tidligere i oppgaven har vi kun sett på regnskapstallene til Colibri Farge og Interiør AS. Isolert sett kan vi påstå at de har gjort det bra. Det er derimot ikke gitt at de har gjort det bra i forhold til andre bedrifter innenfor samme bransje. Ettersom lønnsomhet er hovedfokuset i vår oppgave skal vi i denne delen sammenligne lønnsomhetstallene til Colibri Farge og Interiør AS med to andre konkurrerende bedrifter; Knut Haraldsen Farvehandel A/S og Lothe og Motzfeldt AS. Vi gjør dette for å skape et mer helhetlig og korrekt bilde av hvordan de faktisk gjør det i markedet. Vi har i denne delen valgt å inkludere et ekstra mål på lønnsomhet; driftsmarginen.

Vi har valgt å fokusere på bedrifter som ligger i samme geografiske område, Drammen, ettersom disse blir de mest direkte konkurrentene for Colibri Farge og Interiør AS. Vi har valgt en større bedrift, med høyere omsetning og flere ansatte. Selv om de tilbyr mange av de samme tjenestene og produktene, har Lothe og Motzfeldt AS flere integrerte tjenester enn Colibri, som for eksempel 23 håndverkere som jobber for dem (Lothe & Motzfeldt u.å.). Både Colibri og Lothe går under Fargerike-navnet, men siden begge er drevet som franchise-butikker, konkurrerer de likevel mot hverandre. Den andre bedriften vi har valgt er Haraldsen Farvehandel AS. De tilbyr også mye av det samme som Colibri, men er en mindre bedrift, med lavere omsetning og færre ansatte. De har spesialisert seg mer enn de to andre bedriftene, og har færre ekstratjenester utover maling.

4.5.1 Totalkapitalrentabilitet

<i>År</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
<i>Colibri Farge og Interiør AS</i>	15,04 %	18,60 %	13,44 %	7,84 %	6,40 %
<i>Knut Haraldsens Farvehandel A/S</i>	11,33 %	11,67 %	4,52 %	3,07 %	10,11 %
<i>Lothe & Motzfeldt AS</i>	14,43 %	10,56 %	16,78 %	8,01 %	9,18 %

Tabell 13: Sammenligning av total kapitalrentabilitet



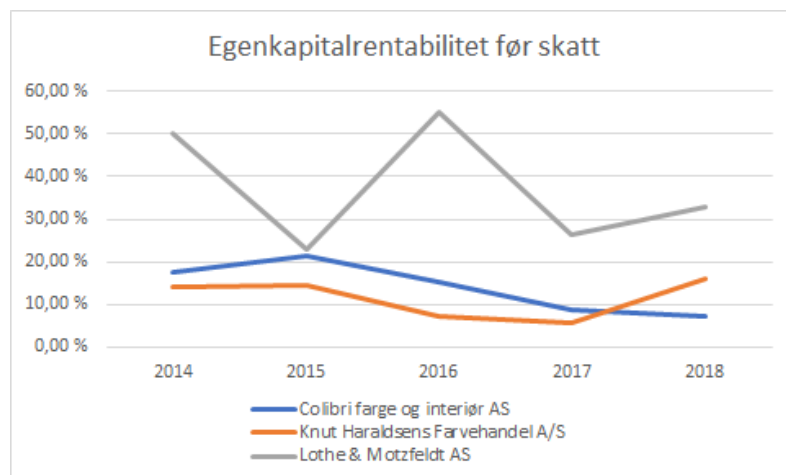
Figur 11: Sammenligning av total kapitalrentabilitet

Som vi ser fra figuren er det litt forskjellig mellom bedriftene om hvem som har de beste tallene. Colibri Farge og Interiør AS begynte med høyest i 2014 og 2015, men i 2016 har Lothe høyere. Vi ser også at det er Colibri som har hatt en jevn nedgang siden 2015 til 2018, mens både Lothe og Haraldsen Farvehandel øker i 2018. Ser ut i fra tallene at Colibri Farge og Interiør AS begynte som mest lønnsomt, men blir tatt igjen av de to andre konkurrentene. Totalkapitalen til konkurrentene i 2018 er på 10,1% og 9,2% som er en del høyere.

4.5.2 Egenkapitalrentabilitet før skatt

År	2014	2015	2016	2017	2018
Colibri Farge og Interiør AS	17,60 %	21,58 %	15,28 %	8,80 %	7,12 %
Knut Haraldsens Farvehandel A/S	14,07 %	14,44 %	7,44 %	5,90 %	15,99 %
Lothe & Motzfeldt AS	50,03 %	22,91 %	54,96 %	26,40 %	33,13 %

Tabell 14: Egenkapitalrentabilitet før skatt (benchmarking)



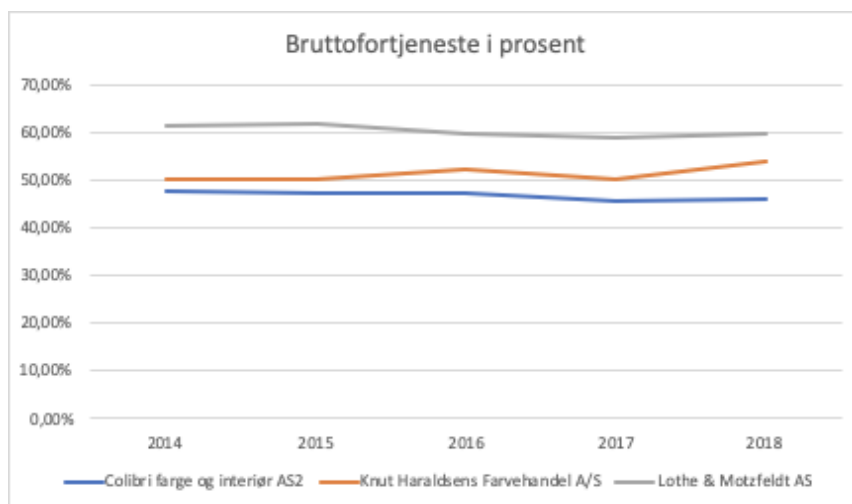
Figur 12: Egenkapitalrentabilitet før skatt (benchmarking)

Vi kan se av tabellen at Lothe & Motzfeldt AS har jevnt over høyere egenkapitalrentabilitet enn sine konkurrenter, og både i 2014 og 2016 var de over 50 %. Dette skyldes gode resultater før skatt i disse årene. Gjennomsnittlig egenkapital har vært stabilt lav. Lothe & Motzfeldt AS er en mye større bedrift enn konkurrentene, men har likevel en lav egenkapital. Dette kan ha betydning for de store forskjellene. Knut Haraldsen Farvehandel A/S har ligget like under Colibri Farge og Interiør AS de fleste årene, men mellom 2017 og 2018 skjer det en forandring, og mens Colibri Farge og Interiør AS' egenkapitalrentabilitet reduseres, øker Knut Haraldsen Farvehandel A/S sin, slik at Colibri Farge og Interiør AS har den laveste egenkapitalrentabiliteten av de tre. Som tidligere nevnt, er det vanskelig å bestemme hva som er en god egenkapitalrentabilitet, ettersom dette avhenger av risiko. Det viktigste er at den er minst lik den renten man får ved å plassere pengene i banken. Per dags dato ser dette greit ut for alle bedriftene, men fortsetter den negative utviklingen for Colibri fargerike og interiør AS de neste årene, bør bedriften iverksette tiltak.

4.5.3 Bruttofortjeneste i prosent

År	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Colibri Farge og Interiør AS</i>	47,45 %	47,43 %	47,10 %	45,45 %	45,87 %
<i>Knut Haraldsens Farvehandel A/S</i>	49,93 %	50,13 %	52,29 %	49,94 %	53,79 %
<i>Lothe & Motzfeldt AS</i>	61,14 %	61,59 %	59,62 %	59,04 %	59,69 %

Tabell 15: Bruttofortjeneste i prosent (benchmarking)



Figur 13: Bruttofortjeneste i prosent (benchmarking)

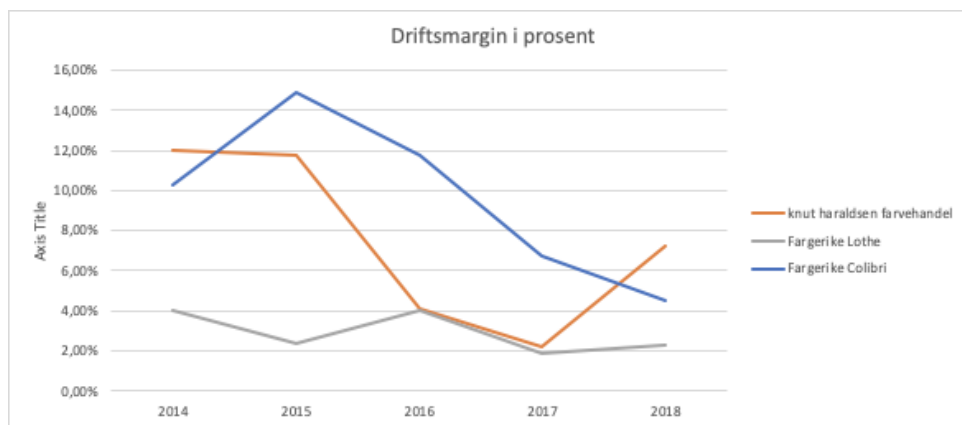
Ut i fra figuren kan vi se at Lothe har best bruttofortjeneste i prosent gjennom hele perioden. Colibri er den bedriften som kommer dårligst ut med den laveste bruttofortjenesten hvert år. Det er derimot ikke mange prosentene som skiller de tre konkurrentene, og alle har en meget

tilfredsstillende bruttofortjeneste i prosent. Lothe er en større bedrift enn Colibri, med nesten firedoblet antall ansatte, i tillegg til at de også tilbyr hjelp innen flere kategorier enn Colibri. Det er derfor naturlig at de har en høyere salgsinntekt. De er derimot flinke til å holde varekostnadene lave, noe Colibri kan strekke seg etter.

4.5.4 Driftsmargin i prosent

År	2014	2015	2016	2017	2018
Fargerike colibri	10,30 %	14,90 %	11,80 %	6,70 %	4,50 %
Fargerike Lothe	4,00 %	2,40 %	4,00 %	1,90 %	2,30 %
Knut haraldsen farvehandel	12,00 %	11,80 %	4,10 %	2,20 %	7,20 %

Tabell 16: Driftsmargin i prosent



Figur 14: Driftsmargin i prosent

Vi ser her på figuren at det er klar trend for både Knut Haraldsen Farvehandel og Fargerike Colibri har en nedgang i driftsmarginen fra 2015, mens Fargerike Lothe er relativt stabile med bare små endringer fra år til år.

4.6 SWOT

Vi har valgt å benytte en SWOT-analyse av Colibri Fargerike AS der vi identifiserer de interne styrkene og svakhetene, samt de eksterne mulighetene og truslene. Ved hjelp av SWOT analysen vil informasjon om faktorer i og rundt bedriften som har stor påvirkningskraft bli synliggjort, og kan dermed supplere den økonomiske analysen. SWOT analysen er gjennomført med grunnlag i e-post intervjuet med daglig leder Morten Folmo.

<p>Styrker</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fleksibel bedrift og tilpasningsvennlig • Godt merkenavn • Lojale og kompetente ansatte • Tilgjengelighet 	<p>Muligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekspandere til salg av nye produkter • Utvikling av allerede god kunnskap
<p>Svakheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prisnivå • Høyt kompetansenivå krever mye ressurser • Sårbar for å miste nøkkelpersonell 	<p>Trusler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internett • Store bransjer som Coop Obs bygg, Maxbo og Bauhaus • Sesong- og væravhengig

Tabell 17: SWOT-analyse

4.6.1 Styrker

Fargerike Colibri er en fleksibel bedrift der mye av beslutningsmyndigheten er desentralisert. Dette fører til at bedriften har muligheter til å ta beslutninger raskt, siden beslutningene ikke går gjennom mange ledd. Bedriften har dermed lettere for å tilpasse seg kundenes behov og ønsker.

En annen styrke daglig leder ønsker å trekke frem er at Colibri har mye goodwill, og merkenavnet *Fargerike Colibri* er godt kjent i Drammen og omegn. Gjennom drift i over 80 år i Drammen har Colibri opparbeidet seg et godt og profesjonelt merkenavn. Virksomhetens ansatte er en av de største styrkene som har ført til det gode omdømme. De ansatte sitter på mye kunnskap om virksomhetens produkter og tjenester og har vært en viktig faktor i oppbyggingen av kunderelasjonene. De har også faste ansatte som har spesialisert seg innenfor ulike fagområder og produktgrupper, slik at det er mulig for kundene å få faghjelp på ulike områder. De ansatte har også godt arbeidsmiljø med lite gjennomtrekk, som gjør de motiverte for å gjøre en god jobb.

Fargerike Colibri er lett tilgjengelig for sine kunder, både på internett og i fysisk butikk. Butikkens beliggenhet er godt plassert i byen og lokalisert langs en av de mest trafikkerte veiene i Drammen. Butikkens plassering gjør det enkelt for at kunder å og finne frem til. Virksomheten har også opprettet en nettside. Her er det mulig å søke etter virksomhetens tjenester og produkter, slik at det blir enklere for kundene å orientere seg og komme i kontakt med bedriften.

4.6.2 Svakheter

Den største svakheten til Fargerike Colibri er at de ikke kan ligge på samme prisnivå som de største kjedene de konkurrerer mot. Dette skyldes blant annet at mange av de store varehusene har maling kun som bigeskjeft. Det betyr at de kan senke prisene til et kunstig lavt nivå, ettersom salget av andre varer står for profitten.

En av Colibri sine viktigste fortrinn er kompetansen de ansatte innehar. Dette er til dels også en svakhet, ettersom høy kompetanse krever mye ressurser. Det er viktig for Colibri med gode opplæringsprogrammer, og lite gjennomtrekk av personell. Dette legger noen begrensninger på hvor mye de kan bruke billig arbeidskraft, som for eksempel skoleungdom. Det blir også viktig for Colibri å beholde de ansatte med høy kompetanse lengst mulig, så ressursene som ble lagt i å utvikle hver enkelt person, ikke var forgjeves. Man har likevel ingen garanti for at ansatte ikke går over til en konkurrent senere. Både ikke-finansielle incentiver, som et godt arbeidsmiljø, og finansielle incentiver, som lønn, blir viktige faktorer i å beholde nøkkelpersonell.

Mange av Fargerike Colibris' viktigste kunder har et spesielt forhold til en eller flere av de ansatte de har handlet hos før. Dette er en styrke fordi det betyr at Fargerike Colibri har klart å skape et viktig tillitsbånd med stamkundene, men også en svakhet, fordi bedriften blir svært sårbar for å miste nøkkelpersonell. Dersom en ansatt som har jobbet lenge hos Colibri slutter, kan dette føre til at bedriften mister opptil flere lønnsomme stamkunder samtidig.

4.6.3 Muligheter

En mulighet for Fargerike Colibri er å satse mer på fokusområdet som omhandler tapet og tekstil, dette er et område som har hatt stor vekst de siste årene og særlig innen det de selv omtaler som «prosjektkunder». Dette er kunder som gjerne skal ha skreddersydde løsninger og alt fra «a til å» når det kommer til gardiner, persienner, tapet og interiørartikler når de skal innrede ett rom eller i de største tilfellene et helt hus/leilighet. Enkelte ansatte har gått fra å bare ekspedere i butikken til å bli slags interiørkonsulenter på slike prosjekter. Med slike prosjektkunder kan vi dermed tilby totalløsninger der vi både tilbyr konsulenttjenester ved at vi besøker kundene og kommer med forslag og inspirasjon på ulike løsninger, samtidig som vi kan tilby produktene som trengs. Felles for disse kundene er at de ønsker en helhetlig løsning og de fleste har et veldig fleksibelt budsjett. Flere av prosjektene som ble gjort på denne måten i fjor skapte omsetning på rundt 150 000kr. Med dette tror vi det er gode

muligheter for Fargerike Colibri å øke eksponeringen og satse mer på denne typen salg. Det er mulighet for å øke markedsføringen på dette segmentet da det meste av markedsføring har gått gjennom jungeltelegrafene tidligere. Dette er nisjemarked som få eller ingen av hovedkonkurrentene til Colibri er med i, dette kan dermed gi en konkurransefordel.

4.6.4 Trusler

Malebutikker er svært sesongavhengig, noe som utgjør en trussel for bransjen. Folk maler huset sitt når det er fint vær. Når våren gjør anmarsj starter høysesongen, men om sesongen blir varm og fin eller kald og grå kan ikke Colibri styre. Det kan gjøre det vanskelig å planlegge innkjøpet, og man kan risikere å sitte igjen med masse utstyr etter høysesongen.

Daglig leder påpeker at internett er en av de største truslene de opplever i dag. Kompetansen de ansatte besitter har blitt lettere å finne på internett og det gjør at kundene vet hva de skal ha og dermed blir pris det utslagsgivende for hvor de handler. I og med at kompetansen har blitt så lett tilgjengelig er også netthandel mer brukt, og det fører til færre kunder i butikken.

For Fargerike Colibri er de store kjedene, som bare har maling som en bigeskjeft, en stor trussel. De har mulighet til å sette ned prisen på maling, og bruke det som lokketilbud for å få solgt mye av det andre de tilbyr. Coop Obs bygg, Maxbo og Bauhaus er eksempler på noen av disse store kjedene som ligger i nærheten, og som bruker slike lokketilbud. Daglig leder uttrykker at det er vanskelig å holde seg på samme prisnivå. Dette henger sammen med trusselen om tilgjengelig kompetanse på internett. Flere og flere kunder handler der det er billigst, i stedet for der kompetansen er høy.

Fargerike Lothe er både en samarbeidsbutikk og en konkurrent. Selv om de arbeider under samme navn, drives de som to enkelte butikker. Her er det ikke pris som er trusselen, men det at de tilbyr mange av de samme tjenestene. Det er vanskelig å skille butikkene, og det er en konkurranse om å få kunder over i sin butikk.

Selv om internett har blitt en stor trussel er det viktig at Fargerike Colibri fortsetter å jobbe med å skaffe og utvikle kompetente ansatte. Det er fortsatt mange som synes det er enklere å få hjelp i fysisk butikk enn å finne ut av ting selv på internett. Og for de som prøver å finne ut av ting på internett vil det være fristende å besøke Fargerike Colibri om de har et rykte på seg for å være kunnskapsrike på feltet. Dette kan bidra til at de også tar kunder fra de større kjedene, selv om de ikke har samme mulighet til å sette lave priser. Ved å ha erfarne og kompetente ansatte kan de klare å få potensielle kunder til å bli klar over deres tilstedeværelse i markedet.

5.0 Konklusjon

Vi har benyttet en nøkkeltallsanalyse, en benchmarking og en SWOT-analyse for å besvare problemstillingen:

“Hvordan har lønnsomheten til Colibri Farge og Interiør AS utviklet seg i perioden 2014-2018, og hva er mulige årsaker til denne utviklingen?”

I nøkkeltallanalysen så vi på soliditet, finansiering, likviditet og lønnsomhet. Alt i alt har bedriften hatt ganske gode nøkkeltall gjennom hele perioden.

I nøkkeltallanalysen hadde vi fire forskjellige fokusområder med spesiell vekt på lønnsomheten i bedriften. Det første vi så på var nøkkeltallene for finansiering, henholdsvis finansieringsgrad 1, arbeidskapital og langsiktig lagerfinansiering. Her kunne vi se at det var året mellom 2016 og 2017 som skilte seg mest ut da vi kan se at det ble en betydelig oppgang i finansieringsgrad 1 og en betydelig nedgang i både langsiktig lagerfinansiering og arbeidskapital. Gjelden har dermed gått fra å være langsiktig til være mer kortsiktig. Tross dette var tallene tilfredsstillende og det er ingenting som tilsier at Colibri er i en dårlig økonomisk posisjon basert på tallene på finansieringen.

Nøkkeltallene for soliditet viste en stabil utvikling gjennom perioden. I løpet av den 5-årsperioden som vi har analysert har de kvittet seg med kortsiktig gjeld, noe som ga svært gode nøkkeltall siste året. Likevel har nøkkeltallene for soliditet holdt seg på et høyt nivå gjennom hele 5-årsperioden, og det er ingenting spesielt å ta tak i.

Nøkkeltallene for likviditet ser vi at henger tett sammen med det vi ser for soliditet. Verdiene har gjennom alle årene vært tilfredsstillende, men vi ser likevel at de var høyere i starten av perioden.

Ut fra analysen ser vi at lønnsomheten har hatt en negativ utvikling i perioden. Bedriften har en nedgang i totalkapitalrentabiliteten i de fem årene, og ved en dekomponering av TKR til ROS og KO ser vi har nedgangen skyldes hovedsakelig endringer i ROS. Vi ser at driftsresultatet har blitt redusert samtidig som totalkapitalen har økt.

Ut i fra regnskapsanalysen kan vi konkludere med at bedriften Colibri Farge og Interiør AS i perioden 2014 til 2018 har hatt en negativ utvikling.

I bedriftssammenlikningen valgte vi å kun fokusere på lønnsomhetstall, siden dette er hovedfokus for oss.

Når det kommer til vår sammenligning med Fargerike Lothe Mozfeldt og Knut Haraldsen Farvehandel har vi hatt fokus på å sammenligne lønnsomhetstallene for disse butikkene. Dette hjalp oss med å få et enda klarere bilde på hvordan Fargerike Colibri sin lønnsomhet har utviklet seg. Ved å studere tallene og se på utviklingen av lønnsomheten i hver enkelt butikk ser vi at det er noe samvariasjon mellom Fargerike Colibri og Knut Haraldsen Farvehandel mens det i mindre grad er samvariasjon mellom Fargerike Lothe Mozfeldt og de to andre butikkene. Det kan nok konkluderes med at det er de interne faktorene som drift og prestasjon som har mest å si for variasjonene mellom butikkene. Nøkkeltallene viser at Fargerike Colibri scorer lavest på alle sammenligningene utenom driftsmargin og for alle butikkene er tallene ikke så stabile fra år til år spesielt for Fargerike Lothe Mozfeldt. Dette kan skyldes interne forhold, men ikke minst kan det skyldes eksterne forhold som for eksempel været.

I den strategiske analysen fikk vi belyst hvor væravhengig denne bransjen er. En kald sommer med mye regn eller en sen vår kan ha veldig mye å si for sluttresultatet dette året, da den største delen av omsetningen skapes her. Her vil det være et poeng for Fargerike Colibri å gjøre tiltak som reduserer denne risikoen. Kanskje er det mulig for å øke litt mer fokus på produkter som ikke er like væravhengig?

Videre i den strategiske analysen belyste andre momenter som kunne bidra til å forklare lønnsomheten til Fargerike Colibri. Gjennom en SWOT-analyse gikk vi igjennom både eksterne og interne momenter, og vi fikk på denne måten belyst disse på en god måte. Her kom vi fram til at en viktig faktor for deres lønnsomhet var at deres ansatte er svært kunnskapsrike, dette har ført med seg at Fargerike Colibri har fått godt rykte på seg som har ført til både nye og ikke minst faste kunder. Det blir viktig for Colibri å fortsette å ta vare på denne kunnskapen og unngå for høy gjennomtrekk av de ansatte.

Fargerike Colibri har som alle andre bedrifter potensiale for forbedringer men og ut ifra regnskapsanalysen og sammenligningen kan vi konkludere med at det har vært en negativ utvikling på lønnsomheten i perioden. Når det er sagt viser nøkkeltallene tegn til forbedringer fra 2017 til 2018 og med flinke ansatte, god likviditet og gode produkter blir spennende å se om denne trenden fortsetter ut videre.

6.0 Referanseliste

Bruttofortjeneste (uten dato) i *Visma*. Tilgjengelig fra:

<https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/b/bruttofortjeneste/> (Hentet 25.mars 2020)

Bruttofortjeneste i prosent (2020) i *Finansleksikon*. Tilgjengelig fra:

https://www.finansleksikon.no/Formelsamling/B/Bruttofortjeneste_prosent.html (Hentet 24.mars 2020)

Dahl, Gunnar A. Likviditetsgrad 1 (current ratio) (uten dato) i *Lederkilden*.

Tilgjengelig fra: https://www.lederkilden.no/tema/okonomi_og_rapportering/regnskap-analyse/likviditetsgrad-1-current-ratio (Hentet: 22. januar 2020)

Egenkapitalprosent (2020) i *Finansleksikon*. Tilgjengelig fra:

<https://www.finansleksikon.no/Formelsamling/E/Egenkapitalprosent.html> (Hentet: 24.januar 2020)

Gjeldsgrad (2020) i *Finansleksikon*. Tilgjengelig fra:

<https://www.finansleksikon.no/Formelsamling/G/Gjeldsgrad.html> (Hentet: 24. januar 2020)

<https://lothe-motzfeldt.no/handverk/> (Hentet 03. april 2020)

Håndverk (uten dato) i *Lothe & Motzfeldt*. Tilgjengelig fra:

Jacobsen, Dag Ingvar. (2015) *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 3.utg. Oslo: Cappelen Damm AS.

Kristoffersen, Trond (2019) *Årsregnskapet - en grunnleggende innføring*, 6.utgave, Fagbokforlaget

Likviditet i *Visma*. Tilgjengelig fra:

<https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/l/likviditet/> (Hentet 22. januar 2020)

Rammen Kent (Sist oppdatert: 06-03 2019), Finanssans; grunnleggende regnskapsanalyse, tilgjengelig fra: <https://finanssans.no/grunnleggende-regnskapsanalyse> (Hentet: 23. januar 2020)

Soliditet i (uten dato) *Visma*. Tilgjengelig fra:

<https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/s/soliditet/> (Hentet: 24.januar 2020)

7.0 Vedlegg

Vedlegg 1 (Årsregnskap Colibri Farge og Interiør AS)

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2018	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	24 600	24 448	25 420	25 284	24 580
Annen driftsinntekt	130	29	169	74	28
Sum driftsinntekter	24 730	24 477	25 589	25 358	24 608
Varekostnad	13 316	13 336	13 448	13 292	12 917
Beholdningsendringer	-	0	0	0	0
Lønnskostnader	6 598	6 389	5 808	5 539	5 507
Herav kun lønn	5 381	5 356	4 820	4 614	4 577
Ordinære avskrivninger	416	331	249	53	83
Nedskrivning	-	-	-	-	-
Andre driftskostnader	3 283	2 790	3 067	2 695	3 569
Driftsresultat	1 118	1 631	3 018	3 778	2 532
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	-	0	0	0	0
Inntekt på investering i datterselskap	-	0	0	0	0
Sum annen renteinntekt	-	0	0	0	0
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	-	0	0	0	0
Sum annen finansinntekt	694	503	416	445	444
Sum finansinntekter	694	503	416	445	444
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	-	0	0	0	0
Andre finanskostnader	1	1	4	1	1
Sum annen finanskostnad	1	1	4	1	1
Sum finanskostnader	1	1	4	1	1
Resultat før skatt	1 811	2 132	3 429	4 222	2 975
Sum skatt	327	443	799	1 104	772
Ordinært resultat	1 484	1 689	2 630	3 119	2 204
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	-	0	0	0	0
Årsresultat	1 484	1 689	2 630	3 119	2 204
Utbytte	0	507	-	-	-
Konsernbidrag	0	239	-	-	-
BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2018	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	1	17	5	49	95
Sum anleggsmidler	16 057	16 877	4 964	3 965	3 491

Tomter, bygninger og annen fast eiendom	-	-	-	-	-
Maskiner/anlegg/biler	-	-	-	-	-
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	1 358	1 071	1 328	670	150
Sum varige driftsmidler	1 358	1 071	1 328	670	150
Aksjer/Investeringer i datterselskap	-	-	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	-	0	0	0	0
Investeringer i aksjer og andeler	3 578	3 631	3 631	3 246	3 246
Andre fordringer	11 120	12 158	-	-	-
Sum finansielle anleggsmidler	14 697	15 789	3 631	3 246	3 246
Sum varelager	2 532	2 627	2 614	2 191	1 810
Kundefordringer	1 020	981	973	811	950
Konsernfordringer	-	-	-	-	-
Sum fordringer	1 369	1 342	6 346	6 448	5 741
Sum investeringer	-	0	0	0	0
Kasse/Bank/Post	8 681	7 182	12 493	12 050	9 704
Sum Kasse/Bank/Post	8 681	7 182	12 493	12 050	9 704
Sum omløpsmidler	12 582	11 150	21 453	20 690	17 254
Sum eiendeler	28 638	28 027	26 418	24 654	20 746
Aksje/Selskapskapital	150	150	150	150	150
Annen innskutt egenkapital	-	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	150	150	150	150	150
Sum opptjent egenkapital	26 030	24 546	23 603	20 973	17 854
Annen egenkapital	26 030	24 546	23 603	20 973	17 854
Sum egenkapital	26 180	24 696	23 753	21 123	18 004
Sum avsetninger til forpliktelser	-	0	0	0	0
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	-	0	0	0	0
Annen langsiktig gjeld	-	-	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	0	0	0	0	0
Gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Leverandørgjeld	592	517	471	1 102	703
Skyldig offentlige avgifter	833	804	804	748	695
Utbytte	0	507	-	-	-
Kortsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Annen kortsiktig gjeld	722	1 631	634	624	570
Sum kortsiktig gjeld	2 458	3 330	2 665	3 532	2 741
Sum gjeld	2 458	3 330	2 665	3 532	2 741
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	28 638	28 027	26 418	24 654	20 746
Garantistillelser	-	-	0	0	0
Pantstillelser	-	-	0	0	0

Vedlegg 2 (Årsregnskap Knut Haraldsens Farvehandel A/S)

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2 018	2 017	2 016	2 015	2 014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	7 911	8 534	8 748	8 829	8 986
Annen driftsinntekt	-	-	-	-	-
Sum driftsinntekter	7 911	8 534	8 748	8 829	8 986
Varekostnad	3 656	4 272	4 174	4 403	4 499
Beholdningsendringer	-	-	-	-	-
Lønnskostnader	2 126	2 405	2 319	1 956	1 803
Herav kun lønn	1 785	2 041	1 941	1 532	1 532
Ordinære avskrivninger	348	286	296	88	93
Nedskrivning	-	-	-	-	-
Andre driftskostnader	1 215	1 386	1 601	1 343	1 517
Driftsresultat	566	185	357	1 039	1 074
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	-	-	-	-	-
Inntekt på investering i datterselskap	-	-	-	-	-
Sum annen renteinntekt	16	67	76	144	93
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	-	-	-	-	-
Sum annen finansinntekt	-	-	-	1	1
Sum finansinntekter	16	67	76	145	94
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	1	1	-	3	4
Andre finanskostnader	-	-	-	-	23
Sum annen finanskostnad	-	-	-	-	23
Sum finanskostnader	44	55	-	3	48
Resultat før skatt	538	197	434	1 182	1 120
Sum skatt	166	66	111	257	299
Ordinært resultat	372	-	-	924	-
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	-	-	-	-	-
Årsresultat	372	131	322	924	821
Utbytte	350	100	5 000	500	500
Konsernbidrag	-	-	350	94	196
BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2 018	2 017	2 016	2 015	2 014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	-	-	-	-	-
Sum anleggsmidler	718	1 101	1 218	1 077	298
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	-	-	-	-	-
Maskiner/anlegg/biler	-	-	-	-	-

Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	718	1 101	1 218	1 077	298
Sum varige driftsmidler	718	1 101	1 218	1 077	298
Aksjer/Investeringer i datterselskap	-	-	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	-	-	-	-	-
Investeringer i aksjer og andeler	-	-	-	-	-
Andre fordringer	-	-	-	-	-
Sum finansielle anleggsmidler	-	-	-	-	-
Sum varelager	1 745	1 685	1 665	1 524	1 554
Kundefordringer	124	212	275	308	296
Konsernfordringer	-	-	-	-	-
Sum fordringer	794	256	1 368	1 684	3 480
Sum investeringer	-	-	-	-	-
Kasse/Bank/Post	1 199	4 010	5 121	5 450	5 232
Sum Kasse/Bank/Post	1 199	4 010	5 121	5 450	5 232
Sum omløpsmidler	3 738	5 951	8 154	8 658	10 267
Sum eiendeler	4 456	7 052	9 372	9 735	10 565
Aksje/Selskapskapital	100	100	100	100	100
Annen innskutt egenkapital	-	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	100	100	100	100	100
Sum opptjent egenkapital	3 276	3 255	3 223	8 251	7 921
Annen egenkapital	3 276	3 255	3 223	8 251	7 921
Sum egenkapital	3 376	3 355	3 323	8 351	8 021
Sum avsetninger til forpliktelser	-	-	-	5	-
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	-	-	-	-	-
Annen langsiktig gjeld	-	-	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	-	-	-	5	-
Gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Leverandørgjeld	116	128	110	51	58
Skyldig offentlige avgifter	224	250	226	220	153
Utbytte	350	100	5 000	500	500
Kortsiktig konserngjeld	-	2 904	-	-	1 093
Annen kortsiktig gjeld	224	249	713	392	515
Sum kortsiktig gjeld	1 080	3 697	6 049	1 380	2 545
Sum gjeld	1 080	3 697	6 049	1 385	2 545
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	4 456	7 052	9 372	9 735	10 565
Garantistillelser	-	-	-	-	-
Pantstillelser	-	-	-	-	-

Vedlegg 3 (Årsregnskap Lothe & Motzfeldt AS)

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2018	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	41 967	40 837	41 899	39 720	40 632
Annen driftsinntekt	247	228	193	277	328
Sum driftsinntekter	42 214	41 065	42 092	39 997	40 961
Varekostnad	16 915	16 725	16 920	15 258	15 790
Beholdningsendringer	-	0	0	0	0
Lønnskostnader	18 036	17 410	16 927	17 836	17 862
Herav kun lønn	15 036	14 412	14 059	14 894	14 985
Ordinære avskrivninger	135	164	166	198	180
Nedskrivning	-	-	-	-	-
Andre driftskostnader	6 177	5 977	6 403	5 750	5 507
Driftsresultat	952	789	1 675	955	1 622
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	-	0	0	0	0
Inntekt på investering i datterselskap	-	0	0	0	0
Sum annen renteinntekt	11	24	28	12	38
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	-	0	0	0	0
Sum annen finansinntekt	29	28	28	124	96
Sum finansinntekter	40	52	56	137	134
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	42	39	29	51	72
Andre finanskostnader	-	-	0	297	-
Sum annen finanskostnad	-	0	0	297	0
Sum finanskostnader	42	39	29	348	72
Resultat før skatt	950	802	1 702	743	1 684
Sum skatt	222	143	478	259	414
Ordinært resultat	727	658	1 224	485	1 269
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	-	0	0	0	0
Årsresultat	727	658	1 224	485	1 269
Utbytte	727	1 000	1 000	1 000	1 000
Konsernbidrag	-	-	-	-	-
BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2018	2017	2016	2015	2014
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	-	0	0	0	0
Sum anleggsmidler	348	468	446	583	2 116
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	-	-	-	-	-
Maskiner/anlegg/biler	59	134	-	-	-
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	289	333	446	583	456

Sum varige driftsmidler	348	468	446	583	456
Aksjer/Investeringer i datterselskap	-	-	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	-	0	0	0	0
Investeringer i aksjer og andeler	-	-	-	0	1 660
Andre fordringer	-	-	-	-	-
Sum finansielle anleggsmidler	-	0	0	0	1 660
Sum varelager	2 819	2 595	2 503	2 373	2 278
Kundefordringer	6 814	6 462	5 097	6 019	4 283
Konsernfordringer	-	-	-	-	-
Sum fordringer	7 334	6 899	5 619	6 569	4 759
Sum investeringer	-	0	0	0	0
Kasse/Bank/Post	548	608	1 860	673	1 325
Sum Kasse/Bank/Post	548	608	1 860	673	1 325
Sum omløpsmidler	10 701	10 102	9 982	9 616	8 362
Sum eiendeler	11 049	10 570	10 428	10 199	10 478
Aksje/Selskapskapital	100	100	100	100	100
Annen innskutt egenkapital	-	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	100	100	100	100	100
Sum opptjent egenkapital	2 768	2 767	3 109	2 885	3 401
Annen egenkapital	2 768	2 767	3 109	2 885	3 401
Sum egenkapital	2 868	2 867	3 209	2 985	3 501
Sum avsetninger til forpliktelser	0	0	0	0	9
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	390	510	0	303	823
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	-	0	0	0	0
Annen langsiktig gjeld	-	-	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	390	510	0	303	832
Gjeld til kredittinstitusjoner	1 210	-	0	193	-
Leverandørgjeld	1 363	1 851	1 710	1 555	900
Skyldig offentlige avgifter	2 277	2 464	2 173	2 149	2 083
Utbytte	727	1 000	1 000	1 000	1 000
Kortsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Annen kortsiktig gjeld	1 991	1 734	2 857	2 755	2 748
Sum kortsiktig gjeld	7 791	7 192	7 219	6 910	6 145
Sum gjeld	8 181	7 702	7 219	7 213	6 978
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	11 049	10 570	10 428	10 199	10 478
Garantistillelser	-	-	-	-	-
Pantstillelser	-	-	-	-	-

Vedlegg 4 (Nødvendig regnskap fra 2013)

Regnskapstall i hele 1000	Colibri Farge og Interiør AS	Knut Haraldsens Farvehandel A/S	Lothe & Motzfeldt AS
	NOK	NOK	NOK
Sum eiendeler	18 829	10 045	13 852
Sum egenkapital	15 801	7 896	3 231

Vedlegg 5 (Utrekning av nøkkeltall for Colibri Farge og Interiør AS)

Finansieringsgrad 1

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

2014:

$$\frac{3491}{18000} = 0,1939$$

2015:

$$\frac{3965}{21123} = 0,1877$$

2016:

$$\frac{4964}{23753} = 0,2089$$

2017:

$$\frac{16877}{24696} = 0,6833$$

2018:

$$\frac{16057}{26180} = 0,6133$$

Arbeidskapital

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

2014:

$$17254 - 2\,741 = 14\,513$$

2015:

$$20690 - 3\,532 = 17\,158$$

2016:

$$21\,453 - 2\,665 = 18\,788$$

2017:

$$1\,150 - 3\,330 = 7820$$

2018:

$$12\,582 - 2\,458 = 10\,124$$

Langsiktig lagerfinansiering

$$\text{Langsiktig lagerfinansiering} = \frac{\text{Arbeidskapital} * 100\%}{\text{Varelager}}$$

2014:

$$14\,513/1810 = 8,0182$$

2015:

$$17\,158/2191 = 7,8311$$

2016:

$$18\,788/2614 = 7,1874$$

2017:

$$7820 / 2627 = 2,9767$$

2018:

$$10\,124 / 2532 = 3,9984$$

2014:

$$\frac{14\,513 * 100\%}{2\,532} = 801,82\%$$

2015:

$$\frac{17\,158 * 100\%}{2\,191} = 783,11\%$$

2016:

$$\frac{18\,788 * 100\%}{2\,614} = 718,74\%$$

2017:

$$\frac{7\,820 * 100\%}{2\,627} = 297,67\%$$

2018:

$$\frac{10\,124 * 100\%}{2532} = 399,84\%$$

Egenkapitalprosent:

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

2014:

$$\frac{18\,004 * 100\%}{20\,746} = 86,78\%$$

2015:

$$\frac{21\,123 * 100\%}{24\,654} = 85,68\%$$

2016:

$$\frac{23\,753 * 100\%}{26\,418} = 89,91\%$$

2017:

$$\frac{24\,696 * 100\%}{28\,027} = 88,12\%$$

2018:

$$\frac{26\,180 * 100\%}{28\,638} = 91,41\%$$

Gjeldsgrad:

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

2014:

$$\frac{2\,741}{18\,004} = 0,15$$

2015:

$$\frac{3\,532}{21\,123} = 0,18$$

2016:

$$\frac{2\,665}{23\,333} = 0,11$$

2017:

$$\frac{3\,330}{24\,696} = 0,13$$

2018:

$$\frac{2\,458}{26\,180} = 0,09$$

Likviditetsgrad 1:

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

2014:

$$\frac{17\,254}{2\,741} = 6,29$$

2015:

$$\frac{20\,690}{3\,532} = 5,86$$

2016:

$$\frac{21\,453}{2\,665} = 8,05$$

2017:

$$\frac{11\,150}{3\,330} = 3,35$$

2018:

$$\frac{12\,583}{2\,458} = 5,12$$

Likviditetsgrad 2:

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

2014:

$$\frac{15\,444}{2\,741} = 5,63$$

2015:

$$\frac{18\,499}{3\,532} = 5,24$$

2016:

$$\frac{18\,839}{2\,665} = 7,07$$

2017:

$$\frac{8\,523}{3\,330} = 2,56$$

2018:

$$\frac{10\,050}{2\,458} = 4,09$$

Totalkapitalrentabilitet:

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter}) * 100\%}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

2014:

$$\frac{(2\,532 + 444) * 100\%}{\frac{18\,829 + 20\,746}{2}} = 15,04\%$$

2015:

$$\frac{(3\,778 + 445) * 100\%}{\frac{20\,746 + 24\,654}{2}} = 18,60\%$$

2016:

$$\frac{(3\,018 + 416) * 100\%}{\frac{24\,654 + 26\,418}{2}} = 13,44\%$$

2017:

$$\frac{(1\,631 + 503) * 100\%}{\frac{26\,418 + 28\,027}{2}} = 7,84\%$$

2018:

$$\frac{(1\,118 + 694) * 100\%}{\frac{28\,027 + 28\,638}{2}} = 6,40\%$$

Resultatgrad:

$$\text{Resultatgrad} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekt}) * 100\%}{\text{Driftsinntekt}}$$

2014:

$$\frac{(2\,532 + 444) * 100\%}{24\,608} = 12,09\%$$

2015:	$\frac{(3\,778 + 445) * 100\%}{25\,358} = 16,65\%$
2016:	$\frac{(3\,018 + 416) * 100\%}{25\,589} = 13,42\%$
2017:	$\frac{(1\,631 + 503) * 100\%}{24\,477} = 8,72\%$
2018:	$\frac{(1\,118 + 694) * 100\%}{24\,730} = 7,33\%$

Totalkapitalens omløpshastighet:

$$\text{Totalkapitalens omløpshastighet} = \frac{\text{Driftsinntekt}}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

2014:	$\frac{24\,608}{\frac{18\,829 + 20\,746}{2}} = 1,24$
2015:	$\frac{25\,358}{\frac{20\,746 + 24\,654}{2}} = 1,12$
2016:	$\frac{25\,589}{\frac{24\,654 + 26\,418}{2}} = 1,00$
2017:	$\frac{24\,477}{\frac{26\,418 + 28\,027}{2}} = 0,90$
2018:	$\frac{24\,730}{\frac{28\,027 + 28\,6398}{2}} = 0,87$

Egenkapitalrentabilitet før skatt:

$$\text{Egenkapitalrentabilitet før skatt} = \frac{\text{Resultat før skatt}}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}} \times 100\%$$

2014:	$\frac{2\,975}{16\,902,5} = 17,60\%$
2015:	$\frac{4\,222}{19\,563,5} = 21,58\%$
2016:	$\frac{3\,429}{22\,438} = 15,28\%$

2017:

$$\frac{2\,132}{24\,224,5} = 8,80\%$$

2018:

$$\frac{1\,811}{25\,438} = 7,12\%$$

Bruttofortjeneste i prosent:

$$\text{Bruttofortjeneste i prosent} = \frac{(\text{Salgsinntekt} - \text{Varekostnad}) * 100\%}{\text{Salgsinntekt}}$$

2014:

$$\frac{(24\,580 - 12\,917) * 100\%}{24\,580} = 47,45\%$$

2015:

$$\frac{(25\,284 - 13\,292) * 100\%}{25\,284} = 47,43\%$$

2016:

$$\frac{(25\,420 - 13\,448) * 100\%}{25\,420} = 47,10\%$$

2017:

$$\frac{(24\,448 - 13\,336) * 100\%}{24\,448} = 45,45\%$$

2018:

$$\frac{(24\,600 - 13\,316) * 100\%}{24\,600} = 45,87\%$$

Driftsmargin i prosent

$$\text{Driftsmargin i prosent} = \frac{\text{Driftsresultat} * 100\%}{\text{Driftsinntekter}}$$

2014:

$$\frac{2\,532 * 100\%}{24\,608} = 10,28\%$$

2015:

$$\frac{3\,778 * 100\%}{25\,358} = 14,89\%$$

2016:

$$\frac{3\,018 * 100\%}{25\,589} = 11,79\%$$

2017:

$$\frac{1\,631 * 100\%}{24\,477} = 6,66\%$$

2018:

$$\frac{1\,118 * 100\%}{24\,730} = 4,52\%$$

Vedlegg 6 (Utrekning av nøkkeltall for Knut Haraldsens Farvehandel A/S)

Totalkapitalrentabilitet:

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter}) * 100\%}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

2014:

$$\frac{(1\,074 + 94) * 100\%}{\frac{10\,045 + 10\,565}{2}} = 11,33\%$$

2015:

$$\frac{(1\,039 + 145) * 100\%}{\frac{10\,565 + 9\,735}{2}} = 11,67\%$$

2016:

$$\frac{(357 + 75) * 100\%}{\frac{9\,735 + 9\,372}{2}} = 4,52\%$$

2017:

$$\frac{(185 + 67) * 100\%}{\frac{9\,372 + 7\,052}{2}} = 3,07\%$$

2018:

$$\frac{(566 + 16) * 100\%}{\frac{7\,052 + 4\,456}{2}} = 10,11\%$$

Egenkapitalrentabilitet før skatt:

$$\text{Egenkapitalrentabilitet før skatt} = \frac{\text{Resultat før skatt}}{\text{Gjennomsnittlig egen kapital}} \times 100\%$$

2014:

$$\frac{1\,120}{7\,958,5} = 14,07\%$$

2015:

$$\frac{1\,182}{8\,186} = 14,44\%$$

2016:

$$\frac{434}{5\,837} = 7,44\%$$

2017:

$$\frac{197}{3\,339} = 5,90\%$$

2018:

$$\frac{538}{3\,365,5} = 15,99\%$$

Bruttofortjeneste i prosent

$$\text{Bruttofortjeneste i prosent} = \frac{(\text{Salgsinntekt} - \text{Varekostnad}) * 100\%}{\text{Salgsinntekt}}$$

2014:

$$\frac{(8\,986 - 4\,499) * 100\%}{8\,986} = 49,93\%$$

2015:

$$\frac{(8\,829 - 4\,403) * 100\%}{8\,829} = 50,13\%$$

2016:

$$\frac{(8\,748 - 4\,174) * 100\%}{8\,748} = 52,29\%$$

2017:

$$\frac{(8\,534 - 4\,272) * 100\%}{8\,534} = 49,94\%$$

2018:

$$\frac{(7\,911 - 3\,656) * 100\%}{7\,911} = 53,79\%$$

Driftsmargin i prosent

$$\text{Driftsmargin i prosent} = \frac{\text{Driftsresultat} * 100\%}{\text{Driftsinntekter}}$$

2014:

$$\frac{1\,074 * 100\%}{8\,986} = 11,95\%$$

2015:

$$\frac{1\,039 * 100\%}{8\,829} = 11,76\%$$

2016:

$$\frac{357 * 100\%}{8\,748} = 4,04\%$$

2017:

$$\frac{185 * 100\%}{8\,534} = 2,16\%$$

2018:

$$\frac{566 * 100\%}{7\,911} = 7,15\%$$

Vedlegg 7 (Utrekning av nøkkeltall for Lothe & Motzfeldt AS)

Totalkapitalrentabilitet:

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = \frac{(\text{Driftsresultat} + \text{Finansinntekter}) * 100\%}{\text{Gjennomsnittlig total kapital}}$$

2014:

$$\frac{(1\,622 + 134) * 100\%}{\frac{13\,852 + 10\,478}{2}} = 14,43\%$$

2015:

$$\frac{(955 + 137) * 100\%}{\frac{10\,478 + 10\,199}{2}} = 10,56\%$$

2016:

$$\frac{(1\ 675 + 56) * 100\%}{\frac{10\ 199 + 10\ 428}{2}} = 16,78\%$$

2017:

$$\frac{(789 + 52) * 100\%}{\frac{10\ 428 + 10\ 570}{2}} = 8,01\%$$

2018:

$$\frac{(952 + 40) * 100\%}{\frac{10\ 570 + 11\ 049}{2}} = 9,18\%$$

Egenkapitalrentabilitet før skatt:

$$\text{Egenkapitalrentabilitet før skatt} = \frac{\text{Resultat før skatt}}{\text{Gjennomsnittlig egenkapital}} \times 100\%$$

2014:

$$\frac{1\ 684}{3\ 366} = 50,03\%$$

2015:

$$\frac{743}{3\ 243} = 22,91\%$$

2016:

$$\frac{743}{3\ 243} = 22,91\%$$

2017:

$$\frac{802}{3\ 038} = 26,40\%$$

2018:

$$\frac{950}{2\ 867,5} = 33,13\%$$

Bruttofortjeneste i prosent

$$\text{Bruttofortjeneste i prosent} = \frac{(\text{Salgsinntekt} - \text{Varekostnad}) * 100\%}{\text{Salgsinntekt}}$$

2014:

$$\frac{(40\ 632 - 15\ 790) * 100\%}{40\ 632} = 61,14\%$$

2015:

$$\frac{(39\ 720 - 15\ 258) * 100\%}{39\ 720} = 61,59\%$$

2016:

$$\frac{(41\ 899 - 16\ 920) * 100\%}{41\ 899} = 59,62\%$$

2017:

$$\frac{(40\ 837 - 16\ 725) * 100\%}{40\ 837} = 59,04\%$$

2018:

$$\frac{(41\ 967 - 16\ 915) * 100\%}{41\ 967} = 59,69\%$$

Driftsmargin i prosent

$$\text{Driftsmargin i prosent} = \frac{\text{Driftsresultat} * 100\%}{\text{Driftsinntekter}}$$

2014:

$$\frac{1\,622 * 100\%}{40\,961} = 3,95\%$$

2015:

$$\frac{955 * 100\%}{39\,997} = 2,38\%$$

2016:

$$\frac{1\,677 * 100\%}{42\,092} = 3,98\%$$

2017:

$$\frac{789 * 100\%}{41\,065} = 1,92\%$$

2018:

$$\frac{952 * 100\%}{42\,214} = 2,22\%$$

