

Sigmund Været

Amalie Tørrestad

Sander Lie Seland

Karl Henrik Skulstad

Jenny Sofie Ihlen Hunvik

Dag Halvor Blakstad Munthe-Kaas

Lønnsomhetsanalyse av Hunvik & Co AS

Profitability Analysis of Hunvik & Co AS

Bacheloroppgave i Økonomisk styring

Veileder: Tor-Eirik Olsen

April 2022

Forord

Bacheloroppgaven er et avsluttende arbeid innenfor profileringen Økonomisk styring på studiet Økonomi og administrasjon ved NTNU Handelshøyskolen.

I dette arbeidet har vi gjort en lønnsomhetsanalyse av Hunvik & Co AS, samt en strategisk analyse av utviklingen i bedriften. Arbeidet er skrevet av en gruppe bestående av seks studenter, som har gitt gode muligheter for gjensidig læring og givende diskusjoner.

Under vårt arbeid med denne bacheloroppgaven har vi fått god veiledning med mange hjelpsomme innspill fra vår veileder Tor-Eirik Olsen, og vi vil rette en stor takk til ham.

Vi vil også takke daglig leder i Hunvik & Co AS, Martin Ihlen Hunvik, for verdifull innsikt i både bedriften og bransjen, og for gode svar på alle spørsmål vi måtte ha.

Innholdet i denne oppgaven står for forfatterens regning.

Trondheim, april 2022.

Amalie Tørrestad

Amalie Tørrestad

Jenny Ihlen Hunvik

Jenny Sofie Ihlen Hunvik

Karl Henrik Skulstad

Karl Henrik Skulstad

Sigmund Været

Sigmund Været

Dag Halvor Blakstad
Munthe-Kaas

Dag Halvor Blakstad Munthe-Kaas

Sander Lie Seland

Sander Lie Seland

Sammendrag

Denne studien er en bacheloroppgave skrevet som en del av bachelorgraden ved NTNU Handelshøyskolen. Studien er en lønnsomhetsanalyse samt en strategisk analyse av bedriften Hunvik & Co AS i perioden 2017 – 2020. Formålet er å analysere lønnsomheten basert på kvantitative data fra proff.no samt kvalitative data samlet inn under dialog med daglig leder, Martin Ihlen Hunvik. Kombinasjonen av kvantitative og kvalitative data har gitt en dypere forståelse av bedriftens lønnsomhetsutvikling gjennom perioden, og har gjort studien enda mer givende.

I første kapittel presenterer vi vårt fokus i studien, Hunvik & Co AS sin historie, kort om bransjen bedriften opererer i, og en konkurrerende bedrift. Videre følger teorikapitlet hvor vi går gjennom både årsregnskap, nøkkeltallene som ligger til grunn for oppgaven, samt en presentasjon av de strategiske verktøyene vi benytter i studien. Deretter fokuserer vi på hvordan vi har gått fram metodisk (og praktisk) for å svare på problemstillingen. Her redegjør vi for sentrale valg som er foretatt og diskuterer validitet og reliabilitet i lys av disse valgene. I fjerde kapittel gjennomfører vi både en regnskapsanalyse og en strategisk analyse, samt en sammenligning av aktuelle nøkkeltall med en konkurrerende bedrift for å få et bedre bilde av utviklingen i lønnsomheten til Hunvik & Co AS. Avslutningsvis ser vi i femte kapittel på utviklingen som har skjedd og konsekvensene det har fått, konkludere med potensielle årsaker og se på mulighetene til bedriften videre.

Regnskapsanalysen viser at Hunvik & Co AS har opprettholdt en god likviditet gjennom perioden, og de har hatt en liten bedring i bedriftens finansiering. Soliditeten har bedret seg betraktelig som igjen bedrer Hunvik & Co AS sin evne til å tåle tap. Vårt viktigste funn er den meget gode utviklingen i lønnsomheten gjennom perioden. Noe som kommer til syne i den strategiske analysen at kan komme av bedriftens fokus på service og kvalitet, og deres betydelige vektlegging av kundeforholdene sine. Videre kan det dukke opp nye, ukjente trusler for bedriften som fører til at de mister sin posisjon i markedet, da må Hunvik & Co AS være tilpasningsdyktige og gripe nye muligheter som oppstår.

Abstract

This study is a bachelor's thesis written as part of a bachelor's degree at NTNU Business School. The study is both a profitability analysis and a strategic analysis of the company Hunvik & Co AS in the period from 2017 to 2020. The purpose is to analyze the profitability based on both quantitative data from proff.no and qualitative data collected through dialogue with CEO Martin Ihlen Hunvik. The combination of quantitative and qualitative data has provided a deeper understanding of the company's profitability throughout the period and has strengthened our study.

In the first chapter we start with a presentation of our focus on the study, before we continue with some history regarding Hunvik & Co AS and its industry as well as a competing company. Furthermore, we continue with a theory chapter including both key financial figures and the strategic tools used in the study. Then we reflect on issues regarding the research design and our data collection. In the fourth chapter we perform both an accounting analysis and a strategic analysis, as well as a short comparison of a few key financial figures with a competing company. We do this to get an even better understanding of how the profitability have developed for Hunvik & Co AS. Lastly, we will review the development and the following consequences. We will also draw a conclusion to why and present some possibilities for the company further.

The accounting analysis shows that Hunvik & Co AS has maintained a good liquidity during the period, as well as a slight improvement in their financing. The solvency has improved considerably, which in turn improves their ability to withstand future losses. Our most important finding is however related to the substantial improvement in profitability throughout the period. When looking at the strategic analysis we can assume that the growth in profitability is due to the company's focus on service and quality, as well as their good customer relations. Lastly, unknown threats may appear, leading to worsen the position Hunvik & Co AS's has in the industry. If such a situation should appear, it would be important for the company to quickly adapt and seize opportunities as they arise.

Innholdsfortegnelse

Forord	ii
Sammendrag	iii
Abstract	iv
Innholdsfortegnelse	v
Figuroversikt	vii
Tabelloversikt.....	viii
1. Innledning	1
<i>1.1 Tema og problemstilling</i>	<i>1</i>
<i>1.2 Hunvik & Co AS.....</i>	<i>1</i>
<i>1.3 Sammenligningsbedrift</i>	<i>2</i>
<i>1.4 Disposisjon.....</i>	<i>3</i>
2. Teori.....	4
2.1 Årsregnskapet	4
2.2 Regnskapsanalyse og nøkkeltall	4
2.2.1 Likviditet	5
2.2.2 Soliditet.....	6
2.2.3 Finansiering	7
2.2.4 Lønnsomhet	8
2.3 Strategisk analyse	11
2.3.1 SWOT-analyse.....	11
2.3.2 VRIO	12
2.3.3 Porters fem konkurransekrefter	13
3. Metode	14
3.1 Undersøkellesdesign.....	14
3.2 Problemstilling.....	14
3.3 Metode og innsamling av data.....	15

4. Analyse	17
4.1 <i>Sentrale poster i regnskapet og balansen</i>	17
4.1.1 Driftsinntekter, varekostnader og bruttofortjeneste	17
4.1.2 Lønnskostnader og andre driftskostnader	19
4.1.3 Utvikling i balansen	20
4.2 <i>Nøkkeltallsanalyse</i>	21
4.2.1 Likviditet	22
4.2.2 Soliditet	24
4.2.3 Finansiering	26
4.2.4 Lønnsomhet	28
4.3 <i>Strategisk analyse</i>	33
4.3.1 VRIO	40
4.3.2 Porters fem konkurransekrefter	41
4.3.3 SWOT	43
4.4 <i>Sammenligning med bedrifter</i>	33
4.4.1 Driftsinntekter og driftskostnader	33
4.4.3 DuPont-modellen	37
5. Konklusjon	45
6. Referanseliste	48
7. Vedlegg	49

Figuroversikt

Figur 1: Porters fem konkurransekrefter	13
Figur 2: Bruttofortjeneste i hele 1000	18
Figur 3: Dekomponering av varekostnader i hele 1000	19
Figur 4: Fordeling av driftskostnader	20
Figur 5: Balansen i hele 1000.....	21
Figur 6: Likviditetsgrad 1	22
Figur 7: Likviditetsgrad 2.....	23
Figur 8: Egenkapitalandel	24
Figur 9: Gjeldsgrad.....	25
Figur 10: Finansieringsgrad 1	26
Figur 11: Arbeidskapital i hele 1000.....	27
Figur 12: Totalkapitalrentabilitet	28
Figur 13: Resultatgrad.....	29
Figur 14: Totalkapitalens omløpshastighet	30
Figur 15: Egenkapitalrentabilitet etter skatt	31
Figur 16: Bruttofortjenestemargin.....	32
Figur 17: Endring driftsinntekter i %	33
Figur 18: Endring driftskostnader i %.....	34
Figur 19: Egenkapitalrentabilitet.....	35
Figur 20: Totalkapitalrentabilitet	36
Figur 21: Resultatgrad.....	37
Figur 22: Totalkapitalens omløpshastighet	38
Figur 23: Bruttofortjenestemargin.....	39

Tabelloversikt

Tabell 1: Utdrag av resultatregnskapet i hele 1000	17
Tabell 2: Likviditetsgrad 1	22
Tabell 3: Likviditetsgrad 2	23
Tabell 4: Egenkapitalandel	24
Tabell 5: Gjeldsgrad	25
Tabell 6: Finansieringsgrad 1	26
Tabell 7: Arbeidskapital i hele 1000	27
Tabell 8: Totalkapitalrentabilitet	28
Tabell 9: Resultatgrad	29
Tabell 10: Totalkapitalens omløpshastighet	30
Tabell 11: Egenkapitalrentabilitet etter skatt	31
Tabell 12: Bruttofortjenestemargin	32
Tabell 13: Driftsinntekter	33
Tabell 14: Egenkapitalrentabilitet	35

1. Innledning

I denne oppgaven skal vi undersøke og analysere utviklingen i lønnsomheten til bedriften Hunvik & Co AS de foregående årene. Vi skal se på hvordan utviklingen har vært, hvilke konsekvenser den har fått, potensielle årsaker til den, og på bedriftens muligheter videre.

1.1 Tema og problemstilling

Hensikten med denne oppgaven er å både undersøke og analysere en utvikling i lønnsomhet. Hunvik & Co AS opererer i et marked preget av hard konkurranse hvor mange aktører bidrar til små marginer, og hvor vi ser at flere aktører ikke overlever i et lengre tidsperspektiv. Da vi både har interesse for å undersøke selve utviklingen til Hunvik & Co AS, og samtidig analysere hvordan, har vi kommet frem til følgende problemstilling:

Hvordan har lønnsomheten utviklet seg for bedriften Hunvik & Co AS i perioden 2017 – 2020, og hva kan være årsakene til dette?

For å svare på denne problemstillingen skal vi gjennomføre en regnskapsanalyse og en strategisk analyse. I regnskapsanalysen skal vi gå inn på sentrale poster fra resultatregnskapet og balansen til bedriften, samt analysere utvalgte nøkkeltall for å få innsikt i virksomhetens likviditet, soliditet, finansiering og lønnsomhet. Vi benytter oss av både et internt strategisk analyseverktøy, VRIO, og en ekstern analyse, Porters fem konkurransekrefter. Herunder samler vi innsikten både internt og ekstern i det strategiske analyseverktøyet SWOT.

1.2 Hunvik & Co AS

Hunvik & Co AS, heretter omtalt som Hunvik & Co, er blant Norges ledende bedrifter innen malings- og tapetseringsbransjen. Bedriften utfører sjeldent tjenester utover dette. Selskapet ble stiftet 1.1 2000 og har til sammen 112 ansatte. Kontoret deres ligger i Oslo og daglig leder er Martin Ihlen Hunvik. Hunvik & Co har i tidsrommet mellom 2017 – 2020 opplevd stor vekst sammenlignet med tidligere år. Perioden 2012 – 2015 var preget av betydelig mindre vekst enn det bedriften har sett de siste 4 årene. I 2018 begynte en nyutdannet økonom i

Hunvik & Co som prosjektøkonom, og siden har han da overtatt rollen som daglig leder, der han sitter nå.

Bedriften er bygget på grunnverdiene kvalitet og forutsigbarhet, og disse verdiene brukes også som en rettesnor i den daglige driften. Det kontinuerlige fokuset på kvalitet og forutsigbarhet bidrar til at Hunvik & Co strekker seg etter å gjøre jobben skikkelig og samtidig holde det som loves kunden, både når det kommer til tid, pris og kvalitet.

Hunvik & Co opererer hovedsakelig i Norge, og naturlig nok er mange av oppdragene i Oslo-området. De utfører arbeid både på private og offentlige bygg, leilighetsbygg, næringsbygg og hotell. Noen av de mer kjente prosjektene de har jobbet med er The Thief, Wesselkvartalet, Via Vika og Nyegaardskvartalet.

1.3 Sammenligningsbedrift

Malings- og tapetseringsbransjen har i lengre tid vært utsatt for sterk konkurranse på pris, hvor bedriftene setter en lavere pris på prosjekter enn de i realiteten har mulighet til, som igjen fører til at mange virksomheter ikke overlever den harde konkurransen. Dette har gjort det utfordrende å finne en passende sammenligningsbedrift med Hunvik & Co. I samme marked er bedrifter som Ullevål Malermesterforretning AS og Edvardsson Entreprenør AS konkurrerende bedrifter, men etter samtale med daglig leder har vi endt opp med å benytte bedriften Malermester Buer Drammen AS. Dette da denne bedriften er mer lik Hunvik & Co enn de andre bedriftene som konkurrerer i samme marked. Hunvik & Co betrakter dog ikke Malermester Buer Drammen som direkte konkurranse. Likevel, da denne bedriften på samme måte som Hunvik & Co, også utfører arbeid mot Asker, Bærum og Oslo falt valget av sammenligningsbedrift på dem.

Malermester Buer Drammen AS, heretter omtalt som Malermester Buer Drammen, er en del av Buer Gruppen, og de ble stiftet i 1970. Bedriften fokuserer som Hunvik & Co på kvalitet og en ryddig gjennomførelse av prosjekter. I tillegg til maling og tapetsering av både private og offentlige bygg, tilbyr også bedriften muring og gulvarbeid. Malermester Buer Drammen er som Hunvik & Co både sertifisert som et Miljøfyrtårn og godkjent som opplæringsbedrift.

1.4 Disposisjon

I kapittel 2 vil vi presentere den relevante teorien som benyttes senere for å analysere og besvare oppgavens problemstilling. Deretter redegjør vi i metodekapittelet for valgene vi har tatt, og hvordan vi har gått fram både metodisk og praktisk under arbeidet med oppgaven. Analysedelen i kapittel 4 inneholder både en regnskapsanalyse og en strategisk analyse, samtidig som vi vil gjennomføre en sammenligning av Hunvik & Co med Malermester Buer Drammen. Avslutningsvis vil vi i kapittel 5 konkludere med funnene våre fra de ulike analysene vi har gjennomført.

2. Teori

I dette kapittelet vil vi presentere relevant teori for å foreta både en regnskapsanalyse og en strategisk analyse. Dette ser vi som hensiktsmessig for å besvare problemstillingen.

Regnskapsanalysen vil utføres ved å se på utviklingen i nøkkeltall tilknyttet likviditet, soliditet, finansiering og lønnsomhet. Den strategiske analysen vil gjennomføres i tråd med SWOT hvor vi benytter VRIO for den interne delen av analysen og Porters fem konkurransekrefter for den eksterne delen.

2.1 Årsregnskapet

Årsregnskap er den lovbestemte delen av et finansregnskap, og består av resultatregnskap, balanse, kontantstrømoppstilling og noter. Dette er nedskrevet i regnskapsloven, og i § 3-2 presenteres årsregnskapets innhold. Hunvik & Co AS defineres ikke etter rskl. § 1-6 som et lite foretak. Bedriften har mer enn 70 millioner kroner i salgsinntekt, en balansesum som er høyere enn 35 millioner og mer enn 50 gjennomsnittlig antall årsverk. Dette innebærer at Hunvik & Co ikke får de samme unntak og lettelser som små foretak. Da årsregnskapet blir brukt som et nyttig verktøy av analytikere og andre brukere, og av bedriften for å gjennomføre økonomiske vurderinger og fatte gode beslutninger, har vi valgt å hente våre data fra årsregnskapet til Hunvik & Co.

2.2 Regnskapsanalyse og nøkkeltall

Regnskapsanalyse innebærer en gjennomgang av regnskapet for å tilegne seg oversikt over den økonomiske tilstanden og utviklingen til bedriften, og innebærer alle teknikker for å kartlegge og belyse bedriftens økonomiske utvikling og stilling (Kristoffersen, 2019). Hovedsakelig skiller man regnskapsanalyse inn i intern og ekstern regnskapsanalyse. Dette gjøres på bakgrunn av den dataen man har tilgjengelig. Kjennetegnet på interne regnskapsanalyser er at det foreligger full tilgang på informasjon, dette gjennomføres ofte av bedriften. Ekstern regnskapsanalyse baserer seg på offentlig informasjon, og er tilnærmingen vi vil benytte oss av i denne oppgaven, ved hjelp av data innhentet fra proff.no. Dette gjøres

ved å beregne nøkkeltall, som er forholdstall som gir oss informasjon om den økonomiske situasjonen i bedriften. Selve regnskapsanalyse deles ofte opp i to deler, lønnsomhet og soliditet. I lønnsomhetsdelen brukes hovedsakelig for å finne ut om bedriften er lønnsom, og for å kunne enklere avdekke forbedringer til lønnsomheten for bedriften. I en soliditetsanalyse ønsker man å kartlegge om bedriftens økonomiske ressurser er tilstrekkelig for å kunne motstå fremtidige tap. I den forbindelse ser man på bedriftens anskaffelse og anvendelse av kapital, i tillegg til finansieringsstruktur.

For å kunne svare på problemstillingen vil vi se nærmere på nøkkeltall som fokuserer på lønnsomheten, men også nøkkeltall som kan benyttes til å analysere likviditeten, soliditeten, finansieringen og lønnsomheten til Hunvik & Co.

2.2.1 Likviditet

Likviditet er en beskrivelse av virksomhetens betalingsevne og kjøpekraft. God likviditet tilsier at bedriften er i god stand til å innfri sine løpende betalingsforpliktelser, det vi også kjenner som den kortsiktige gjelden. For å analysere likviditeten i Hunvik & Co har vi valgt å fokusere på nøkkeltallene likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2.

Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 1 defineres som omløpsmidler inkludert varelager og varer i arbeid sett i forhold til den kortsiktige gjelden. Nøkkeltallet måler bedriftens evne til å betale kortsiktig gjeld, forutsatt at varebeholdningen kan bli solgt og brukt for å dekke forpliktelser. Normtallet for likviditetsgrad 1 er større enn 2. Dette er imidlertid et relativt strengt normtall, og en likviditetsgrad 1 som er høyere enn 1 vil i de fleste bransjer være tilfredsstillende nok.

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

Likviditetsgrad 2

Likviditetsgrad 2 defineres som omløpsmidler uten å regne med varelageret, omtalt som mest likvide omløpsmidler, sett i forhold til bedriftens kortsiktige gjeld. Nøkkeltallet måler, i likhet med likviditetsgrad 1, bedriftens evne til å betale kortsiktig gjeld, bare på enda kortere sikt. Normalt burde virksomheten ha en likviditetsgrad 2 større enn 1, da dette indikerer at virksomheten er i stand til å betale sine kortsiktige forpliktelser.

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

2.2.2 Soliditet

Soliditet viser hvordan bedriftens langsiktige evne til å betale er. Det kan også bli sett på som bedriftens evne til å tåle tap. Soliditet viser da hvor stor del av eiendelene som er finansiert av egenkapital, og forholdet i bedriften mellom egenkapital og gjeld. For å analysere soliditeten i Hunvik & Co har vi valgt å fokusere på nøkkeltallene egenkapitalandel og gjeldsgrad.

Egenkapitalandel

Egenkapitalandelen måles i prosent av totalkapitalen, og viser hvor stor del av eiendelene som er finansiert med egenkapital. Av soliditetsmålene ansees egenkapitalandelen som det viktigste, ettersom at det viser hvor mye virksomheten kan tape før det går utover betalingsevnen på utestående gjeld.

Det er vanskelig å sette et eksakt tall på nødvendig egenkapitalandel, ettersom dette er veldig bedrifts- og bransjespesifikt. Nyetablerte bedrifter vil ofte ha mindre tilgang på egenkapital enn bedrifter som har vært lenge i drift, og vil dermed ha lavere egenkapitalandel. Bedriftens forhold til risiko vil også spille inn på hvor høy egenkapitalandelen bør være. På bakgrunn av dette vil det være mer naturlig for en bedrift i oppstartsfasen å ha en lavere egenkapitalandel, men for en etablert bedrift bør andelen være større enn 30 %.

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

Gjeldsgrad

Gjeldsgraden viser hvor stor del av eiendelene som er finansiert med gjeld i forhold til egenkapitalen. Jo høyere gjeldsgraden er, jo lavere er bedriftens soliditet. Det er som regel ønskelig å ha en lav gjeldsgrad slik at bedriften har mindre risiko for å gå konkurs, og er bedre rustet mot tap. Nøkkeltallet bør dermed ikke være for høyt.

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

2.2.3 Finansiering

Finansiering handler om anskaffelse og anvendelse av kapital, og kan både være av både kortsiktig og langsiktig karakter. En bedrifts finansiering kan basere seg på tre sentrale nøkkeltall; finansieringsgrad 1, finansieringsgrad 2 og arbeidskapital. For Hunvik & Co vil hovedfokuset ligge på finansieringsgrad 1 og arbeidskapital, og for å analysere finansieringen i bedriften har vi valgt å fokusere på disse nøkkeltallene.

Finansieringsgrad 1

Finansieringsgrad 1 viser i hvilken grad anleggsmidlene er finansiert med langsiktig gjeld og egenkapital. Dette er viktig da anleggsmidler er ment til langsiktig bruk og finansieringen bør da også være langsiktig. Finansieringsgrad 1 bør være mindre enn 1, som i praksis betyr at den langsiktige kapitalen finansierer både anleggsmidlene og de minst likvide delene av omløpsmidlene.

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

Arbeidskapital

Arbeidskapital er differansen mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld i balansen. Dersom arbeidskapitalen er positiv indikerer dette at deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert, noe som er en indikasjon på sunn finansiering gitt alt annet likt. Til motsetning, dersom

arbeidskapitalen er negativ, indikerer dette at deler av anleggsmidler er kortsiktig finansiert. Kortsiktig finansiert anleggsmidler er følgelig et tegn på usunn finansiering, da anleggsmidler er ment for langsiktig eie og følgelig bør finansieringen være deretter.

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

2.2.4 Lønnsomhet

Lønnsomhet sier noe om bedriftens evne til å skape overskudd – inntektene må være større enn kostnadene (Kristoffersen, 2019). Lønnsomhet er kanskje å anse som den viktigste måleparameteren, ettersom en bedrift ikke vil overleve på lengre sikt uten tilstrekkelig lønnsomhet. Det er flere nøkkeltall knyttet til lønnsomhet, og da dette hjelper oss med å besvare en stor del av problemstillingen, vil vi i det følgende både presentere formål og formel til total kapitalrentabilitet, resultatgrad, total kapitalens omløpshastighet, bruttofortjenestemargin og egen kapitalrentabilitet etter skatt.

Total kapitalrentabilitet

Total kapitalrentabilitet er essensielt for å kunne vurdere en virksomhet sin lønnsomhet. Nøkkeltallet blir betraktet som et viktig nøkkeltall da det inkluderer flere og relevante aspekter ved lønnsomhet. Det defineres som et mål på bedriftens lønnsomhet sett i forhold til gjennomsnittlig total kapital. Total kapitalrentabiliteten viser hvor stor avkastning hver krone investert i bedriften gir uavhengig av hvor finansieringen kommer fra. Man kan dermed foreta en reell sammenlikning med hvilken avkastning virksomheten kan oppnå av kapitalen dersom den ikke var bundet bedriften, men heller plassert et annet sted, for eksempel i aksjer og obligasjoner.

Det benyttes ulike definisjoner av investert kapital ved beregning av total kapitalrentabilitet; total kapital, gjennomsnittlig total kapital, sysselsatt kapital og eiendeler i bruk. Vi velger å presentere formelen med gjennomsnittlig total kapital.

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

Dersom *total kapital* benyttes i beregningen, vil store investering gjort i løpet av året ikke bli tatt høyde for, noe som i enkelte situasjoner kan gi et misvisende bilde på periodens avkastning. *Gjennomsnittlig total kapital* inkluderer alle investeringer som er gjort i løpet av året, og gir derfor et mer rettvise ettersom at driftsresultatet er generert gjennom hele året.

Hvilken definisjon virksomheten velger å benytte seg av, avhenger av situasjonen og den tilgjengelige informasjon. Imidlertid er det generelt ønskelig å benytte seg av gjennomsnittlig total kapital som definisjon på total kapitalen. Total kapitalrentabilitet er et forholdstall og kan dermed benyttes til sammenlikning av resultat med andre bedrifter i samme bransje. Et moment som gir enda større innsikt i virksomhetens lønnsomhet, er en dekomponering av total kapitalrentabilitet i resultatgrad og total kapitalens omløpshastighet. Denne skjematisk metoden for å vise hvordan total kapitalrentabiliteten skapes, kalles DuPont-modellen.

Resultatgrad

Vi bruker resultatgraden for å vise forholdet mellom driftsresultat i tillegg til finansinntektene og driftsinntektene i det gitte tidsrommet, og nøkkeltallet skal gi et forholdstall på hvor stor del av driftsinntektene som er igjen som overskudd.

Resultatgraden sier oss hvor mye man tjener på hver omsatt krone. Vi kan da generelt si at det er ønskelig med en høy resultatgrad. Det er mange måter å endre resultatgraden på, hovedsakelig gjennom å kutte kostnader eller øke inntektene og holde kostnadene nede. Vi kan altså si at resultatgraden sier noe om hvor kostnadseffektiv bedriften er.

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

Total kapitalens omløpshastighet

For å finne ut hvor effektivt en bedrift klarer å utnytte kapitalen som er bundet opp kan vi bruke nøkkeltallet total kapitalens omløpshastighet. Dersom man får et høyt tall vil det si at kapitalen har høy sirkulasjon. Kapitalens omløpshastighet er imidlertid avhengig av hvilken bransje bedriften opererer innenfor, da det er store forskjeller mellom ulike bransjer. En

dagligvarebutikk som Rema 1000 vil som oftest ha en høyere omløpshastighet, enn det eksempelvis en bilforhandler vil ha.

Ved å øke driftsinntekter eller redusere totalkapitalen vil man kunne forbedre totalkapitalens omløpshastighet. En reduksjon av totalkapitalen kan oppnås ved å redusere varelager, eller redusere utestående fordringer. Ved å selge unna anleggsmidler eller andre eiendeler som ikke genererer inntekter vil man også kunne forbedre dette nøkkeltallet.

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

Etter å ha sett på formlene for både resultatgrad og totalkapitalens omløpshastighet kan man også si at bedriftens totalkapitalrentabilitet er gitt ved formelen under. Dette gir nyttig informasjon for å se hva som påvirker totalkapitalrentabiliteten.

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

Egenkapitalrentabilitet

Egenkapitalrentabiliteten sier oss hvor stor avkastning eierne har på sine investeringer i bedriften. Jo høyere rentabilitet eierne får på sine investeringer, jo mer lønnsom er bedriften for dem. Dersom avkastningen er lavere enn ønsket, vil eierne gjerne vurdere en alternativ plassering av pengene sine for å oppnå en høyere avkastning. Forskjellen mellom egenkapitalrentabilitet og totalkapitalrentabilitet er at vi ved å se på egenkapitalrentabiliteten ser bort fra avkastningen som kommer fra lånte penger. En tommelfingerregel er at dette nøkkeltallet bør være høyere enn totalkapitalrentabiliteten. Hvor mye høyere avhenger av blant annet av hvor stor risiko selskapet tar. Her vil samme argumentasjon gjelde gjennomsnittlig egenkapital som vi gjennomgikk med gjennomsnittlig totalkapital tidligere.

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

Bruttofortjenestemargin

Bruttofortjenestemargin gir et forholdstall mellom bruttofortjenesten og salgsinntektene, eventuelt driftsinntektene. Differansen mellom driftsinntekt og varekostnad er det man kaller bruttofortjeneste. Tallet vi får sier oss hvor mye av salget bedriften sitter igjen med før det tas hensyn til øvrige kostnader, og bruttofortjenesten i kroner vil være det samme som avansen. Øvrige kostnader som ikke har direkte tilknytning til den konkrete varen kan være lønninger, leie av lokale og markedsføring. For en tjenesteytende bedrift som Hunvik & Co vil lønninger dog være en stor del av bedriftens totale kostnader, men dette vil vi gå nærmere inn på under selve analysen.

$$\text{Bruttofortjenestemargin} = \frac{(\text{Driftsinntekter} - \text{Varekostnader}) * 100 \%}{\text{Driftsinntekter}}$$

2.3 Strategisk analyse

Den strategiske analysen benyttes for å identifisere hva som kan ha drevet utviklingen og lønnsomheten i Hunvik & Co. Strategi handler om hvordan virksomheten bør fatte beslutninger i sin gitte situasjon for å oppnå sine overordnede mål. Det viktigste spørsmålet for bedriften blir da hvor de vil og hvordan de vil komme seg dit. Mens regnskapsanalysen baserer seg på kvantitative data i form av tall, er den strategiske analysen i stor grad kvalitativ, og belyser eventuelle strategiske fortrinn. Ved å benytte seg av strategiske verktøy, som SWOT, bedrer dette forutsetningene for bedriften til å bruke sine strategiske fortrinn til å oppnå ønsket mål og resultat. Regnskapsanalysen gir da innsikt i hvordan lønnsomheten har utviklet seg for Hunvik & Co, mens den strategiske analysen gir innsikt i hva årsakene kan være, og en kombinasjon av disse gir oss mulighet til å besvare problemstillingen vår.

2.3.1 SWOT-analyse

SWOT er en total situasjonsanalyse av bedriften. Hensikten med denne analysen er å gjennom interne og eksterne analyser få en oversikt over bedriftens styrker (S), svakheter (W), muligheter (O) og trusler (T). Mens de interne analysene tar for seg styrkene og svakhetene

ved bedriftens egenskaper, ser de eksterne analysene på mulighetene og truslene knyttet til forholdene i bedriftens omgivelser (Erichsen, Solberg og Stiklestad, 2018).

I vår SWOT-analyse av Hunvik & Co har vi valgt å ta utgangspunkt i to separate analyser; en intern analyse og en ekstern analyse. Vi skal gjennomføre en VRIO-analyse som intern analyse. Vi har valgt VRIO fordi den ser på hvilke ressurser bedriften sitter på, og hvordan disse ressursene kan utnyttes og skape konkurransefortrinn. Analysen sier altså noe om bedriftens styrker og svakheter. Som ekstern analyse har vi valgt å bruke Porters fem konkurransekrefter. Det er fordi den kartlegger bedriftens omgivelser, med særlig fokus på konkurrentene. Analysen sier noe om bedriftens muligheter og trusler i omgivelsene, og dette kan bedriften utnytte til å posisjonere seg på best mulig måte.

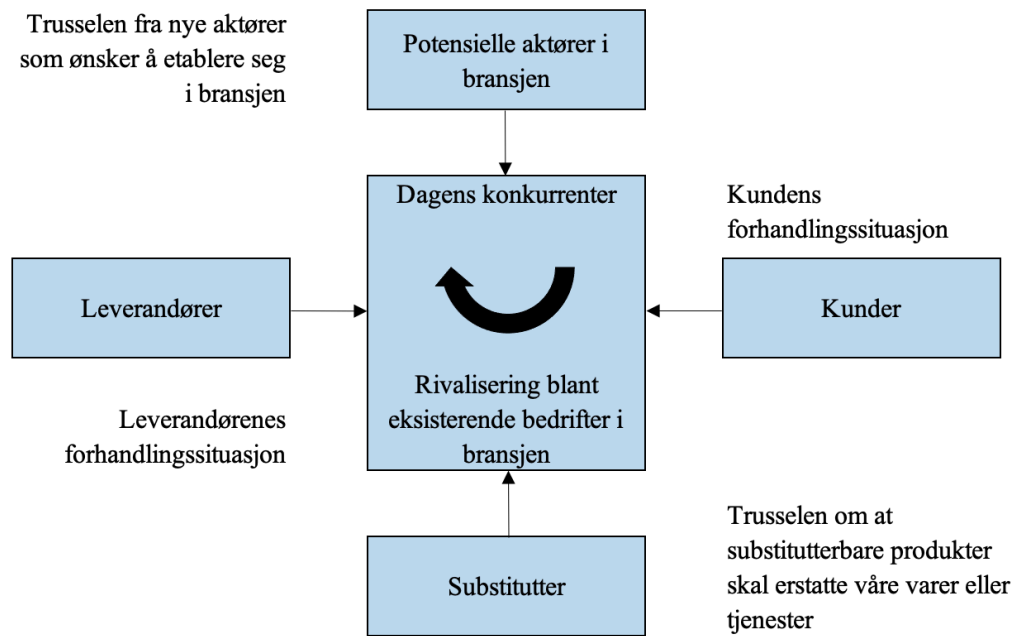
2.3.2 VRIO

VRIO er en intern analyse av bedriftens potensielle konkurransefortrinn. VRIO står for verdi (V), sjeldenhet (R), imiterbarhet (I) og organisering (O). Verdi dreier seg om hvor verdifulle bedriftens ressurser er for kunder og andre interessenter. Sjeldenhet handler om hvor unike ressursene er i markedet. Imiterbarhet går på hvor enkelt det er for konkurrentene å imitere eller kopiere bedriftens ressurser. Organisering handler om hvordan bedriften er organisert for å ivareta eller videreutvikle de ressursene den sitter på (Erichsen, Solberg og Stiklestad, 2018).

For at en ressurs skal gi bedriften langvarige konkurransefortrinn, må den altså være både være verdifull, unik, vanskelig å imitere, og bedriften er nødt til å klare å utnytte ressursen på best mulig måte. Det kan være vanskelig og krevende å skape slike konkurransefortrinn. Særlig materielle ressurser som maskiner, utstyr og råvarer er lett å kopiere. Intellektuell kapital som for eksempel kjernekompetanse, kunnskap, organisasjonskultur og merkevare er derimot immaterielle ressurser som er verdifulle og spesielle for den enkelte bedrift, og som bedriften har mulighet til å utnytte og bruke for å skape langvarige konkurransefortrinn.

2.3.3 Porters fem konkurransekrefter

Porters fem konkurransekrefter er en ekstern analyse knyttet til bedriftens mikroforhold. Analysen ser på de fem konkurransekreftene leverandører, kunder, dagens konkurrenter, potensielle aktører i bransjen og substitutter (Erichsen, Solberg og Stiklestad, 2018).



Figur 1: Porters fem konkurransekrefter (Erichsen, Solberg og Stiklestad, 2018)

Når det gjelder leverandører, er det avgjørende at disse ikke bør ha for stor forhandlingskraft. Det samme gjelder bedriftens kunder. Man ønsker at kundene er krevende, i den grad det pusher bedriften til å utvikle seg og bli bedre. Det vil si at kunden krever topp kvalitet, service, og produkter og tjenester som stadig er i utvikling. Når kunden er krevende, er man nødt til å levere, og det er med på å gjøre bedriften stadig bedre. Konkurransbildet er svært avgjørende for hvorvidt bedriften vil lykkes i markedet eller ikke. Derfor er det viktig å kartlegge hvilke konkurrenter som eksisterer i markedet, samt deres styrker og svakheter, slik at man kan posisjonere seg deretter. I tillegg, bør man kartlegge potensielle aktører i bransjen, og prøve å hindre nye aktører i å komme inn. Substitutter er produkter og tjenester som kan erstatte bedriftens produkter og tjenester. Det er altså erstatninger eller alternativer for kunden, som kan være med på å redusere etterspørselen etter det bedriften leverer. Bedriften bør derfor få oversikt over om det finnes noen potensielle substitutter som kan være en trussel og eventuelt erstatte bedriftens produkter og tjenester (Erichsen, Solberg og Stiklestad, 2018).

3. Metode

I dette kapittelet skal vi redegjøre valget av metode og fremgangsmåter brukt for å besvare problemstillingen. Her skal vi forklare valget av en spennende og fruktbar problemstilling, undersøkelsesdesign og datainnsamling. Det blir også fortløpende forklart hvordan valgene vi har tatt her påvirker undersøkelsens reliabilitet og validitet.

3.1 Undersøkelsesdesign

Undersøkelsesdesignet vi har valgt å benytte i oppgaven vår er en av de tre hovedtypene som kalles casestudier. Dette undersøkelsesdesignet egnet seg best ettersom vi er ute etter å undersøke Hunvik & Co som et bestemt studieobjekt. Det er viktig å presisere at vi har designet undersøkelsen ut ifra enkeltcase-studiet, ikke det sammenlignende casestudiet. Undersøkelsens design kan også beskrives som et intensivt undersøkelsesopplegg. Dette er grunnet at enkeltcase-studiet vårt fokuserer på å gå i dybden på kun én enhet, dette i lys av flere variabler over en bestemt periode slik at vi kan skaffe oss så detaljerte og beskrivende resultater som mulig. Designet vårt gir oss en grundig og dyp forståelse basert på virkelighetsnær undersøkelse av bedriften.

3.2 Problemstilling

I og med at vi har valgt en spesifikk bedrift, er ikke hensikten med oppgaven å generalisere. Perioden vi har valgt er 2017 – 2020. Dette er en interessant periode da det har vært en stor vekst i bedriften gjennom disse årene, samt at den nåværende daglige lederen begynte i bedriften i 2018, og satte da i gang med en større digitalisering av bedriften.

Det går også et skille mellom deskriptive og kausale problemstillinger. Hvor de deskriptive som oftest har et avgrenset tidsrom, hvor man ønsker å forklare tingenes tilstand på et gitt tidspunkt (Jacobsen, 2015). På den andre siden vil kausale problemstillinger se mer på hvorfor situasjonen er som den er, samt avdekke årsakene til det (Jacobsen, 2015). Vi har i bunn og grunn landet på en problemstilling som har både deskriptive og forklarende elementer, der vi vil ta for oss lønnsomheten i Hunvik & Co over det gitte tidsrommet. Oppgaven vil peke på

sentrale faktorer som vil vi kunne gi en enda dypere forståelse av funnene i undersøkelsen, og samtidig et grundigere gjennomarbeidet svar på problemstillingen (Jacobsen, 2015).

3.3 Datainnsamling

Det viktigste for å styrke konklusjonens validitet og reliabilitet er at dataen som blir brukt i analysen er så virkelighetsnær og forklarende som mulig. Derfor valgte vi å benytte oss av ulike metoder for innsamling av både primær- og sekundærdata. Dette bygger opp undersøkelsens helhetlige forståelse av bedriftens utvikling. Samtidig som en kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ data gir undersøkelsen et sikrere og bedre svar på den presiserte problemstillingen vår. Kombinasjonen av de to er fordelaktig da den kvalitative gir oss en dybde i problemstilling, sammen med at den kvantitative utforsker hvor utbredt problemet er.

For å hjelpe oss å svare på problemstillingen vår har vi hentet data fra Proff Forvalt via nettsiden proff.no. Tallene som er blitt hentet fra proff.no er kvantitativ data som kan regnes som sekundærdata. Utfordringen med å hente inn sekundærdata er at den opprinnelig kan ha vært samlet inn til et helt annet formål enn det vi har. Ettersom vi er ute etter bedriftens regnskap og nøkkeltall er det rimelig å anta at formålene er de samme.

Ettersom vi tidlig hadde enkel tilgang til kvantitativ data gjennom Proff Forvalt, var det ønskelig å gjennomføre et intervju slik at vi kunne sette kvantitativ og kvalitativ data opp mot hverandre, i håp om at den kvalitative primærdataen ville gi en dypere forståelse av tallene hentet fra Proff Forvalt. Samt at intervjuet kan gi oss et bedre bilde på bakgrunnen for den utviklingen vi kan lese av tallene. Vi valgte derfor å gjennomføre et intervju med Martin Ihlen Hunvik, daglig leder i Hunvik & Co. Ved å holde dette intervjuet fikk vi samlet inn primærdata. I tillegg til primærdataen fikk vi også bekreftet regnskapstall av daglig leder ved at vi fikk tilsendt et detaljert resultatregnskap for perioden 2016 – 2020. Dette hjelper med å styrke undersøkelsens forståelse av tallene fra Proff Forvalt, samtidig som det bedre forklarer forhold hos nøkkeltallene i analysen av regnskapet. Undersøkelsens troverdighet blir også styrket ved at vi med sikkerhet kan si at tallene vi bruker i analysen er korrekte og stemmer overens med bedriftens faktiske resultater.

Under intervjuet ble også ulike faktorer som har påvirket regnskapstallene til bedriften i løpet av den gitte perioden belyst. I dette intervjuet ble det også stilt spørsmål vedrørende bedriftens konkurransesituasjon og strategi. Med et fokus på å få en dypere forståelse av hvordan bedriften holder seg konkurransedyktig ved hjelp av både interne og eksterne faktorer, bygger intervjuet et godt grunnlag for undersøkelsens strategiske analyse.

4. Analyse

Hunvik & Co har gjennom årene fra 2017 til 2020 opplevd vekst, og vi vil derfor i dette kapitlet se nærmere på den økonomiske utviklingen. Først vil vi foreta en regnskapsanalyse der vi ser på noen sentrale poster fra regnskapet og balansen, og deretter på utviklingen i nøkkeltallene presentert i kapittel 2. Videre vil vi sammenligne Hunvik & Co med bedriften Malermester Buer Drammen, før vi avslutter kapitlet med å foreta en strategisk analyse.

4.1 Sentrale poster i regnskapet og balansen

Da både inntektene og kostnadene til Hunvik & Co har vokst relativt mye over de fire årene vi analyserer, vil vi undersøke hvilke regnskapsmessige endringer bedriften har opplevd. Her vil vi også presentere et overblikk over viktige poster fra regnskapet og balansen.

4.1.1 Driftsinntekter, varekostnader og bruttofortjeneste

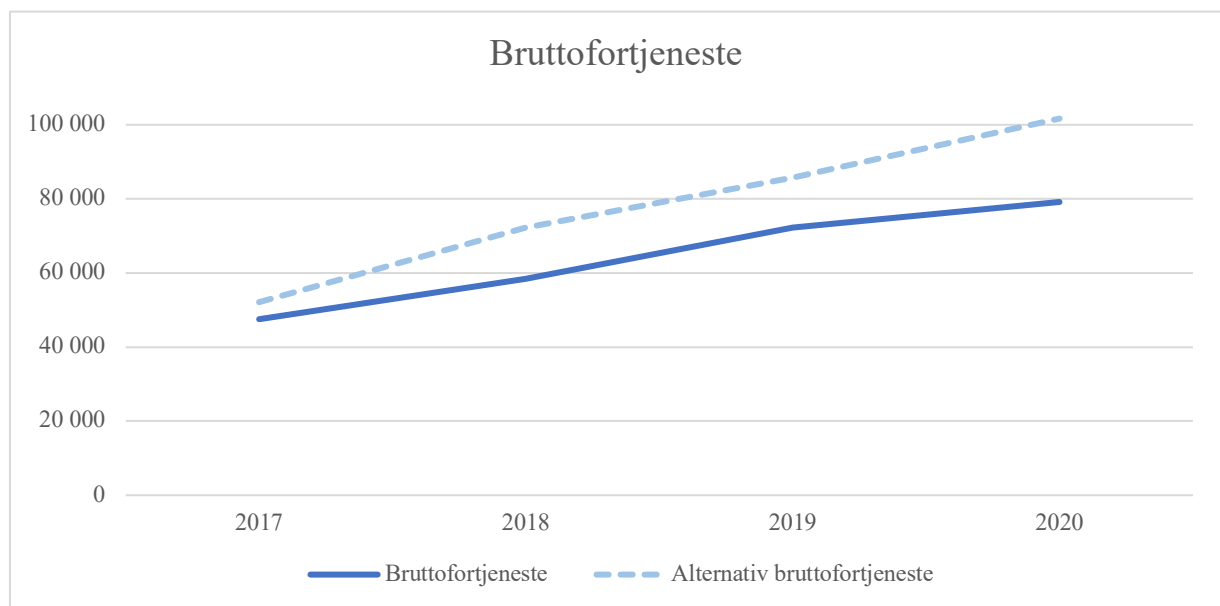
Varekostnadene til bedriften kan gi et litt uriktig bilde uten en dekomponering av kostnadene. Vi skal se nærmere på hva varekostnadene består av, ved hjelp av et tilsendt årsregnskap som er mer detaljert enn det som er tilgjengelig på proff.no. Dette er beskrevet i tabellen under.

Tabell 1: Utdrag av resultatregnskapet i hele 1000

	2017	2018	2019	2020
Sum driftsinntekter	59 374	82 616	94 680	113 822
Varekjøp	7 245	10 413	8 998	12 138
Underleveranser	4 602	13 704	13 391	22 514
Varekostnader	11 847	24 117	22 389	34 652
Bruttofortjeneste	47 527	58 499	72 291	79 170

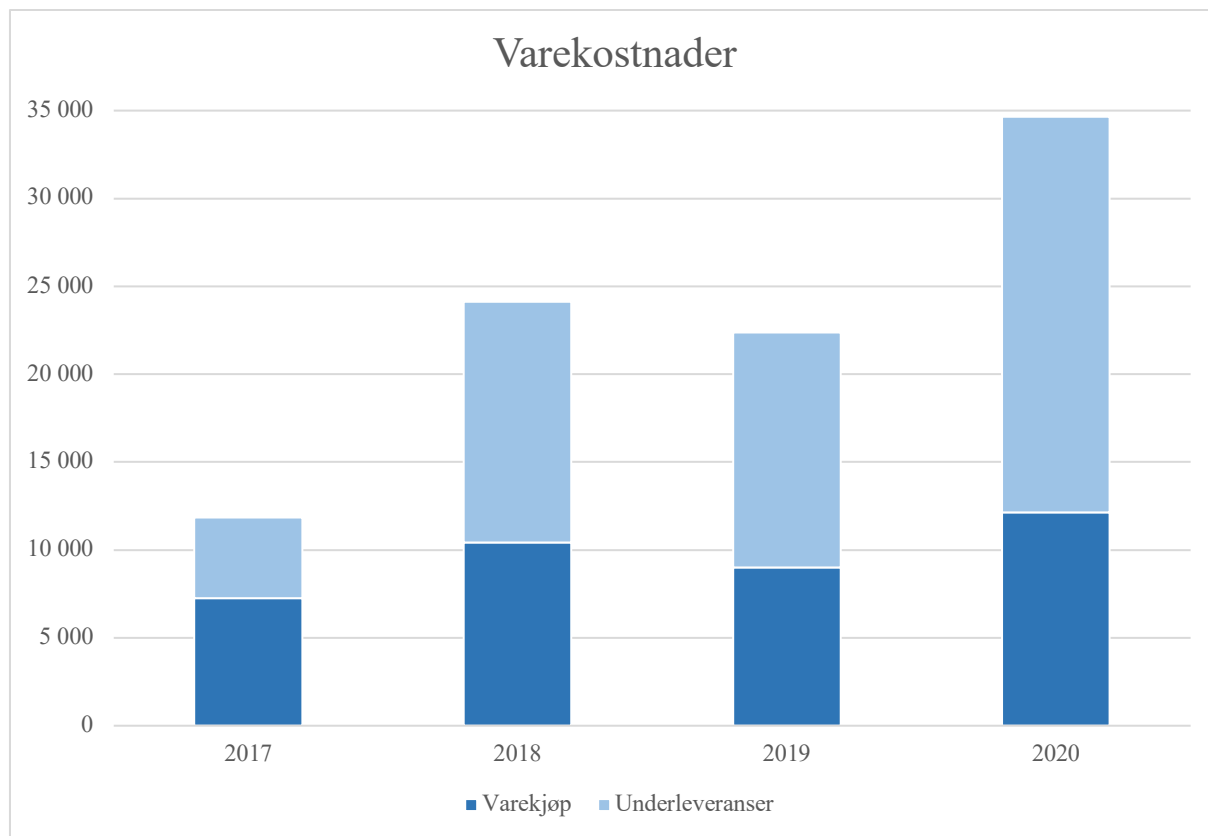
Vi kan se at driftsinntektene øker gjennom perioden. Det gjør også varekostnadene, dog ikke i relativt like stor grad. Dette gir en økende bruttofortjeneste, som igjen tilsier at bedriften tjener mer på en vare i 2020 enn i 2017. For malerfirmaet Hunvik & Co er det selvsagt viktig med denne bedringen, men da bedriften i stor grad leverer en tjeneste mer enn et produkt er det også andre nøkkeltall som er viktige å se på, noe vi skal gjøre senere i regnskapsanalysen.

$$\text{Bruttofortjeneste} = \text{Driftsinntekter} - \text{Varekostnader}$$



Figur 2: Bruttofortjeneste i hele 1000

Før vi beveger oss videre til nøkkeltallsanalysen skal vi demonstrere en dekomponering av varekostnadene. Hunvik & Co sine varekostnader består av både varekjøp og underleveranser. Dette er viktig å bemerke da underleveranser er alle kostnader relatert til fremmedytelse og underentreprise. Varekostnadene består i 2017 tilnærmet 60 % av varekjøp. Denne andelen har i 2020 blitt redusert til 35 %, hvor de resterende 65 % går til underleveranser. Dette er en kostnad som i stor grad går på innleid arbeidskraft, og som noe uriktig øker varekostnadene heller enn lønnskostnadene hvor de muligens hadde skapt et mer realistisk bilde av kostnadene. Figuren under viser hvor stor del av varekostnadene underleveranser utgjør. Selve varekjøpet gjennom perioden har ikke endret seg betydelig med tanke på veksten i driftsinntektene, som kanskje hadde gitt en enda mer signifikant økning i bruttofortjenesten.



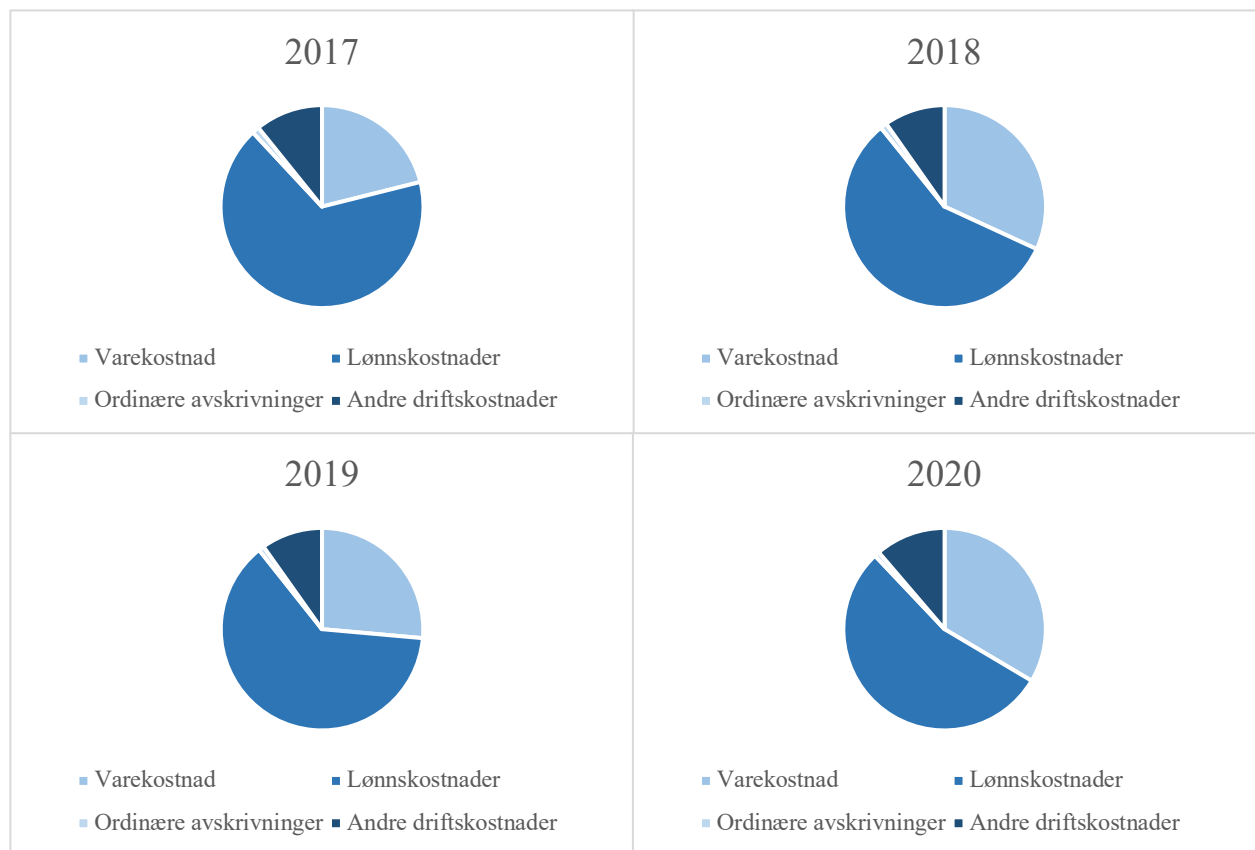
Figur 3: Dekomponering av varekostnader i hele 1000

Den alternative bruttofortjenesten i figur 2 viser en tenkt utvikling om varekostnadene kun bestod av varekjøpet, og er kun med som en demonstrasjon for å vise den positive veksten i bedriften gjennom hovedsakelig økte driftsinntekter.

4.1.2 Lønnskostnader og andre driftskostnader

Som en tjenesteytende bedrift utgjør lønnskostnadene en betydelig del av driftskostnadene. Det er da vesentlig for bedriften å ha kontroll på disse. For Hunvik & Co utgjør i realiteten lønnskostnadene gjennomgående over halvparten av driftskostnadene. Dette er illustrert i figur 4. Videre kan man se at varekostnadene er den nest største delen av driftskostnadene, som selvsagt er viktig å ta hensyn til, men det er dog ikke her bedriften er i umiddelbar fare for å gå med underskudd. Spesielt med tanke på dekomponeringen av varekostnadene som ble gjennomført over.

Ordinære avskrivninger og andre driftskostnader utgjør bare en mindre del av driftskostnadene, og det er ikke noe som er av utpreget interesse blant disse.



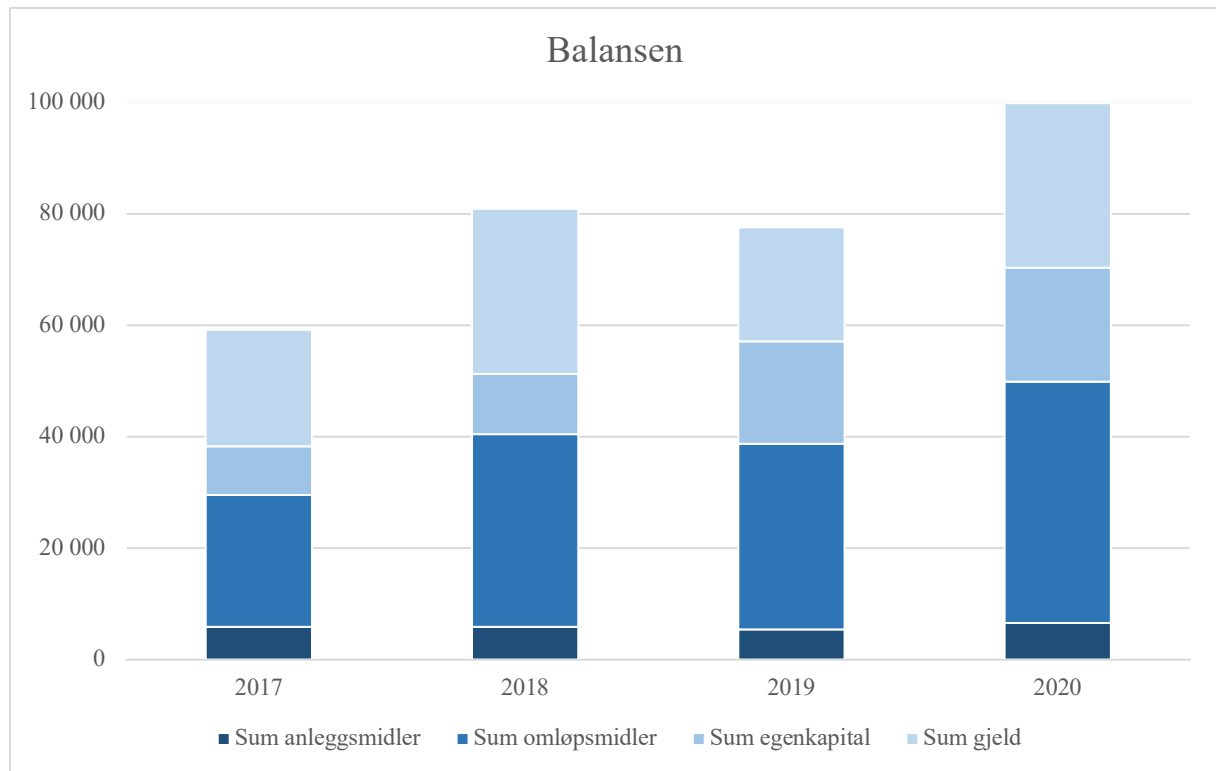
Figur 4: Fordeling av driftskostnader

4.1.3 Utvikling i balansen

Veksten Hunvik & Co har opplevd de siste årene finner vi også igjen i balansen. Bedriften har drevet lønnsomt under hele perioden, men det har likevel skjedd en bedring av driftsresultatet som gir utslag på blant annet økt egenkapital. Under intervjuet av daglig leder blir det nevnt at det har vært en oppsving i etterspørselen på markedet, og det er trolig at dette har betydning for både en stigende bruttofortjeneste og en positiv utvikling i balansen.

Forutsetter man at det er en kommende nedgang i etterspørselen, vil det være rimelig å anta at bedriften ikke vil ha en like tydelig vekst i årene som kommer, og hovedfokusert burde da

være på å opprettholde en fungerende virksomhet. Dette er dog kun spekulasjoner, det eneste vi kan si med sikkerhet er at det har vært en positiv utvikling i balansen fra 2017 til 2020.



Figur 5: Balansen i hele 1000

4.2 Nøkkeltallsanalyse

Som en del av regnskapsanalysen vil vi utføre en nøkkeltallsanalyse for å se på forholdet mellom ulike poster i regnskapet. I teoridelen presenterte vi de ulike formålene til nøkkeltallene og de tilhørende formlene, og nå skal vi se hvordan disse er for Hunvik & Co. Til hvert enkelt nøkkeltall følger det med en tabell for det enkelte år samt en graf for å vise utviklingen gjennom perioden.

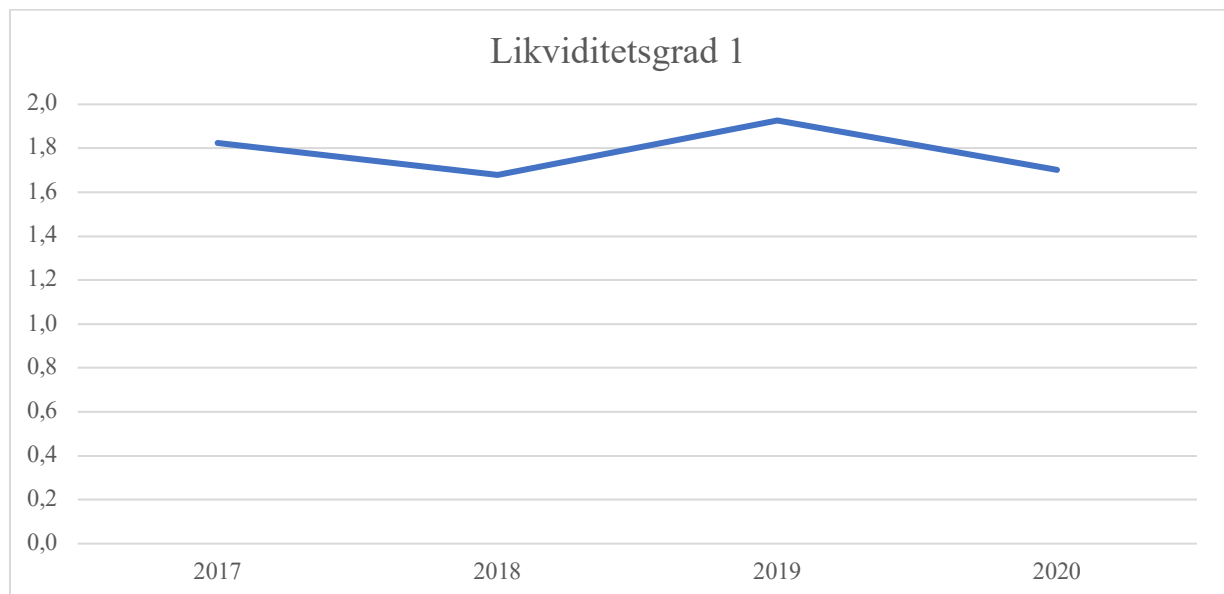
4.2.1 Likviditet

Likviditetsgrad 1

Det første nøkkeltallet vi skal gjennomgå viser som nevnt i teorikapittelet bedriftens betalingsevne. Likviditetsgrad 1 skal optimalt være større enn 2, men som vi var inne på er dette relativt strengt, og er nøkkeltallet over 1 så er det ofte godkjent. For Hunvik & Co ser vi at likviditetsgrad 1 er gjennomgående høy gjennom perioden. Fra 2017 til 2018 ser vi en liten nedgang, men denne får en betraktelig økning igjen til 2019. I 2020 ser vi igjen en liten nedgang. Dette er et resultat av en økning i den kortsiktige gjelden og ikke en reduksjon i omløpsmidlene, og kan trolig ha en sammenheng med den pågående pandemien. Overordnet indikerer dette en god betalingsevne gjennom perioden, og det er noe bedriften kan ta med seg videre for å opprettholde gode verdier og se etter muligheter for ytterligere forbedring.

Tabell 2: Likviditetsgrad 1

	2017	2018	2019	2020
Likviditetsgrad 1	1,82	1,68	1,93	1,70



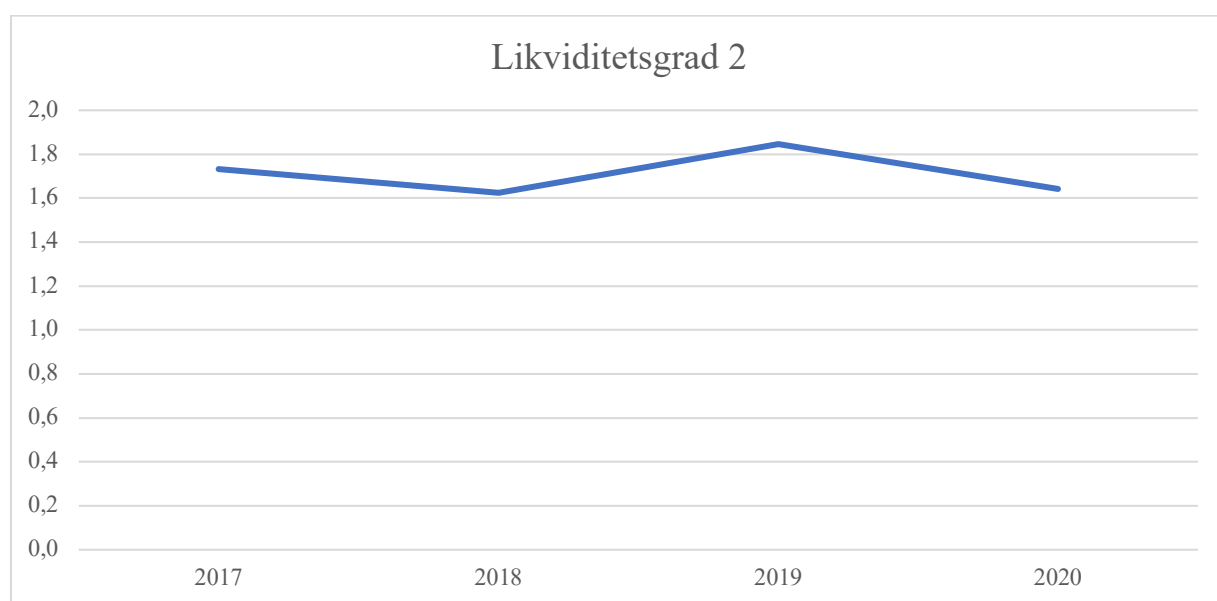
Figur 6: Likviditetsgrad 1

Likviditetsgrad 2

Det andre og siste målet på bedriftens likviditet er likviditetsgrad 2. Dette representerer bedriftens betalingsevne, men på enda kortere sikt enn likviditetsgrad 1. Her er det trygt å bemerke at Hunvik & Co skårer godt over norm, som ligger på minimum 1. Grafene i både figur 6 og figur 7 har store likheter, selv om likviditetsgrad 2 jevnt over er lavere hvert år enn likviditetsgrad 1, noe som indikerer at varelageret til bedriften ikke er av en betydelig størrelse. Generelt kan vi da si at Hunvik & Co har en god kortsiktig betalingsevne, og er i stand til å betale gjeld etter hvert som den forfaller.

Tabell 3: Likviditetsgrad 2

	2017	2018	2019	2020
Likviditetsgrad 2	1,73	1,62	1,85	1,64



Figur 7: Likviditetsgrad 2

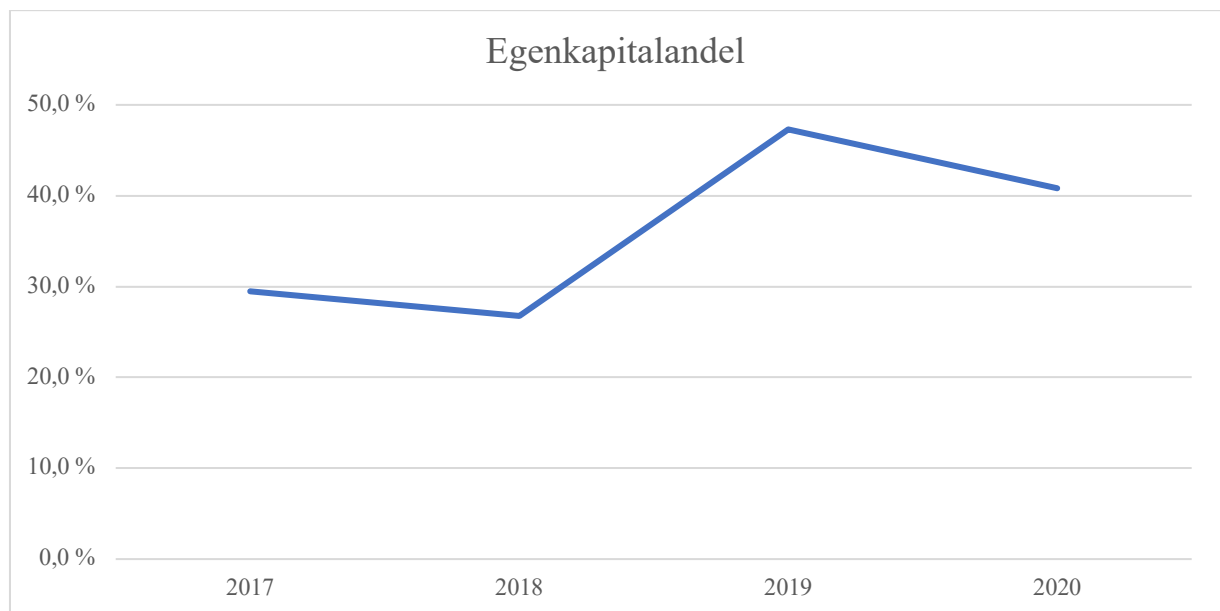
4.2.2 Soliditet

Egenkapitalandel

Det første nøkkeltallet vi skal se på vedrørende soliditeten til bedriften er egenkapitalandel. Som nevnt i teorikapittelet bør egenkapitalandelen helst være over 30 % for en godt etablert bedrift som Hunvik & Co. Av tabell 4 kan vi se at bedriften ikke når helt opp i 2017 og 2018, men at den har en stor forbedring fra 2018 til 2019. Grafen i figur 8 viser en bedring gjennom perioden fra å ha en egenkapitalandel under 30 % til å holde seg over minstekravet med god margin. For Hunvik & Co tyder dette på en bedring i soliditeten, og da at en større andel av eiendelene er finansiert med egenkapital.

Tabell 4: Egenkapitalandel

	2017	2018	2019	2020
Egenkapitalandel	29,46 %	26,76 %	47,30 %	40,85 %



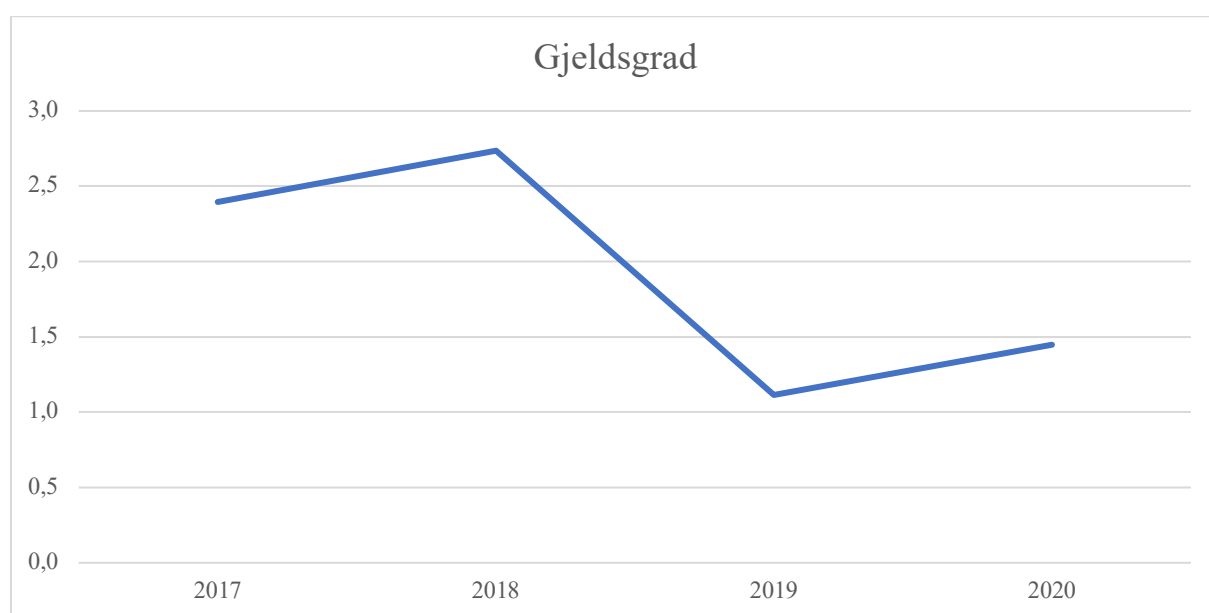
Figur 8: Egenkapitalandel

Gjeldsgrad

Når man ser på egenkapitalandelen er det ønskelig med høyest mulig for å forsikre at bedriften har en god soliditet. Gjeldsgraden derimot bør være lavest mulig. Vi kan se at grafen i figur 9 nærmest er et speilbilde av grafen i figur 8. I likhet med egenkapitalandelen har Hunvik & Co verken god eller dårlig soliditet i 2017 eller 2018. Det skjer dog en stor bedring også i dette nøkkeltallet i 2019, da gjeldsgraden reduseres med en betydelig verdi. Oppsummert kan man si for både egenkapitalandelen og gjeldsgraden at soliditeten har opplevd en forbedring gjennom perioden, og at Hunvik & Co har bedret evnen sin til å tåle tap, og derigjennom også bedret sin langsiktige betalingsevne.

Tabell 5: Gjeldsgrad

	2017	2018	2019	2020
Gjeldsgrad	2,39	2,74	1,11	1,45



Figur 9: Gjeldsgrad

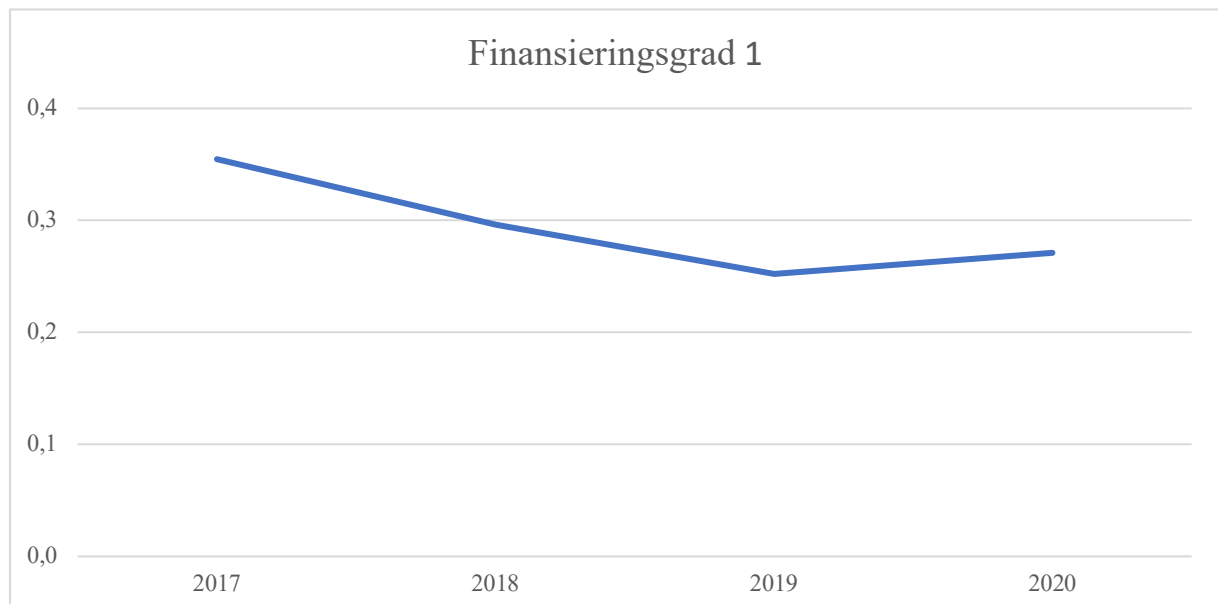
4.2.3 Finansiering

Finansieringsgrad 1

Når man ser på bedriftens finansiering, er det viktig å se på finansieringsgrad 1. Dette er et mål på hvor stor del av anleggsmidlene som er finansiert med langsiktig kapital. Nøkkeltallet bør være mindre enn 1, da en verdi over dette indikerer at det er brukt kortsiktig kapital til å finansiere anleggsmidler som er ment til eie og bruk over lenger tid. Hunvik & Co har gjennom perioden en meget godkjent finansieringsgrad 1, og den bedrer seg utover i perioden. Dette viser til at samtidig som bedriften har gjort seg bedre egnet til å tåle tap, har den også bedret finansieringen. I tillegg betyr en så lav finansieringsgrad 1 at store deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert. Gjennom årene har Hunvik & Co redusert den langsiktige gjeld, og det har ikke foregått store endringer i verdien på anleggsmidlene. Det vil si at bedringen av finansieringsgrad 1 kommer av en stor økning i opptjent egenkapital.

Tabell 6: Finansieringsgrad 1

	2017	2018	2019	2020
Finansieringsgrad 1	0,36	0,30	0,25	0,27



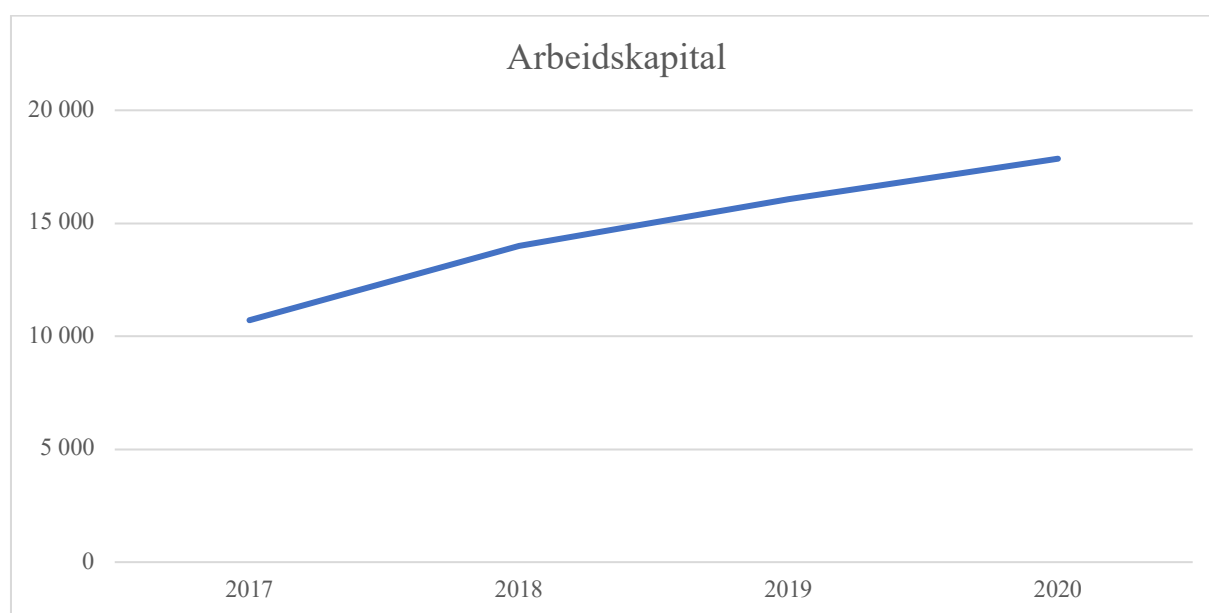
Figur 10: Finansieringsgrad 1

Arbeidskapital

Som nevnt i teorikapitlet er en forutsetning for at virksomheten skal ha en sunn finansiering at arbeidskapitalen er positiv, og at de deler av omløpsmidlene er langsiktig finansiert. Dette går sammen med finansieringsgrad 1 da en negativ arbeidskapital ville indikert at deler av anleggsmidlene var finansiert med kortsiktig gjeld. Da finansieringsgraden er under 1 må arbeidskapitalen være positiv. Hunvik & Co viser her til en stadig økende arbeidskapital som viser til en sunnere og sterkere finansiering i bedriften. Arbeidskapitalen har dog aldri vært bemerkelsesverdig lav.

Tabell 7: Arbeidskapital i hele 1000

	2017	2018	2019	2020
Arbeidskapital	10 708	13 990	16 059	17 858



Figur 11: Arbeidskapital i hele 1000

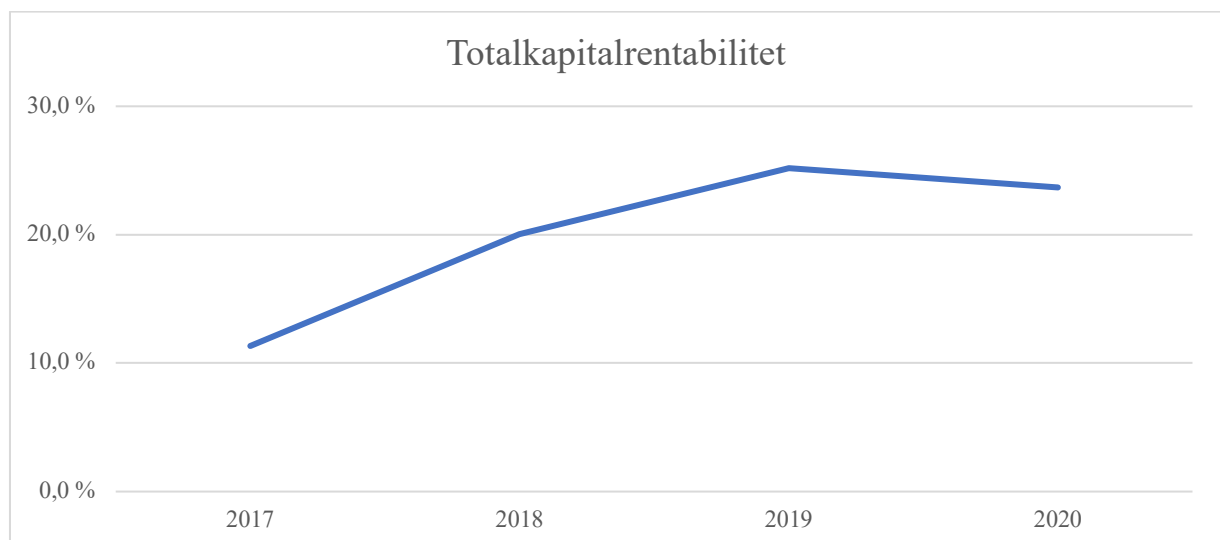
4.2.4 Lønnsomhet

Totalkapitalrentabilitet

Dette nøkkeltallet er som nevnt essensielt for å vurdere en bedrifts lønnsomhet. Her er det ingen fasit på hvor stor den må være, men jo større jo bedre. Hunvik & Co har her vist en sterk forbedring av lønnsomheten. Totalkapitalrentabiliteten har mer enn doblet seg gjennom perioden som er meget bra. Vi ser en liten nedgang i 2020 som trolig kan være en følge av økte kostnader og reduserte inntekter grunnet mye sykemeldinger knyttet til korona, men dette vil vi se nærmere på under den strategiske analysen. Uansett ser det ut til at Hunvik & Co har oppnådd en god lønnsomhet. Vi vil sammenligne tallene fra bedriften vår med Malermester Buer Drammen senere i dette analysekapittelet, og da vil vi få en bedre forståelse av om totalkapitalrentabiliteten er relativt god, men først vil vi dekomponere litt.

Tabell 8: Totalkapitalrentabilitet

	2017	2018	2019	2020
Totalkapitalrentabilitet	11,34 %	20,03 %	25,18 %	23,70 %



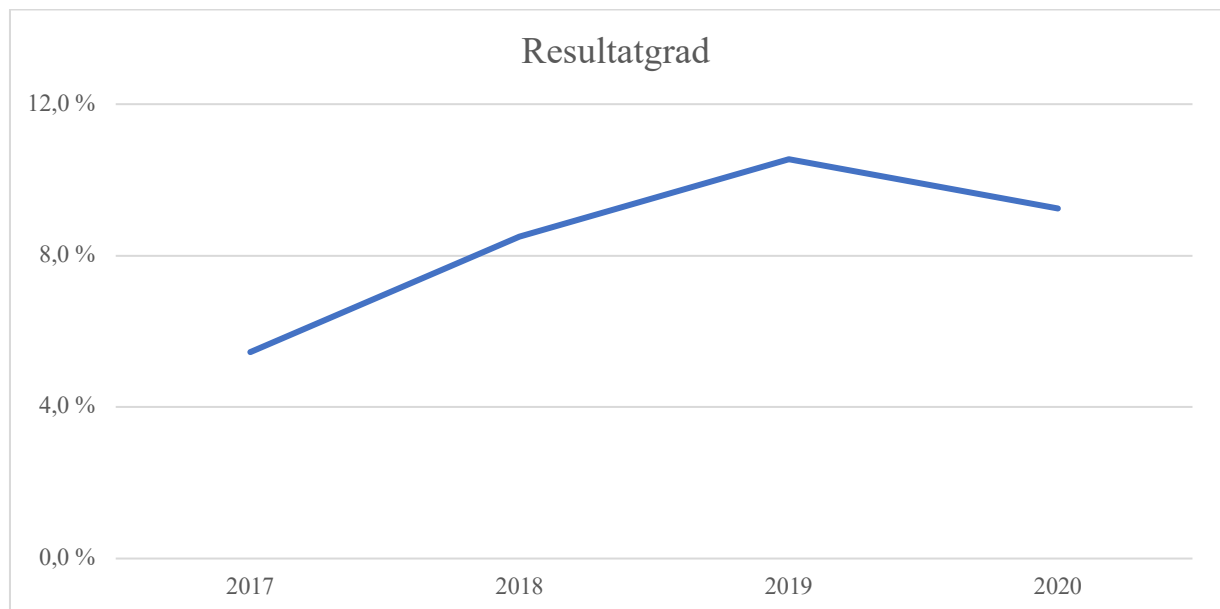
Figur 12: Totalkapitalrentabilitet

Resultatgrad

Etter å ha sett på total kapitalrentabiliteten for Hunvik & Co er det interessant å dekomponere denne i resultatgrad og total kapitalens omløpshastighet. Vi benytter da DuPont-modellen. Resultatgraden viser oss hvor mye som er tjent per omsatt krone, sagt på en annen måte hvor stor del av driftsinntektene som er igjen som overskudd når det blir tatt hensyn til finansinntektene. Her er det ønskelig med høyest mulig resultatgrad. Vi kan se av grafen under i figur 13 at den har lignende form som grafen i figur 12. Det kan bety at mye av bedringen som har skjedd i total kapitalrentabiliteten kan skyldes en bedring av resultatgraden. Dette nøkkeltallet vil vi også se på senere i sammenheng med sammenligningsbedriften vår, men per nå kan vi si at det har skjedd en forbedring.

Tabell 9: Resultatgrad

	2017	2018	2019	2020
Resultatgrad	5,45 %	8,50 %	10,55 %	9,24 %



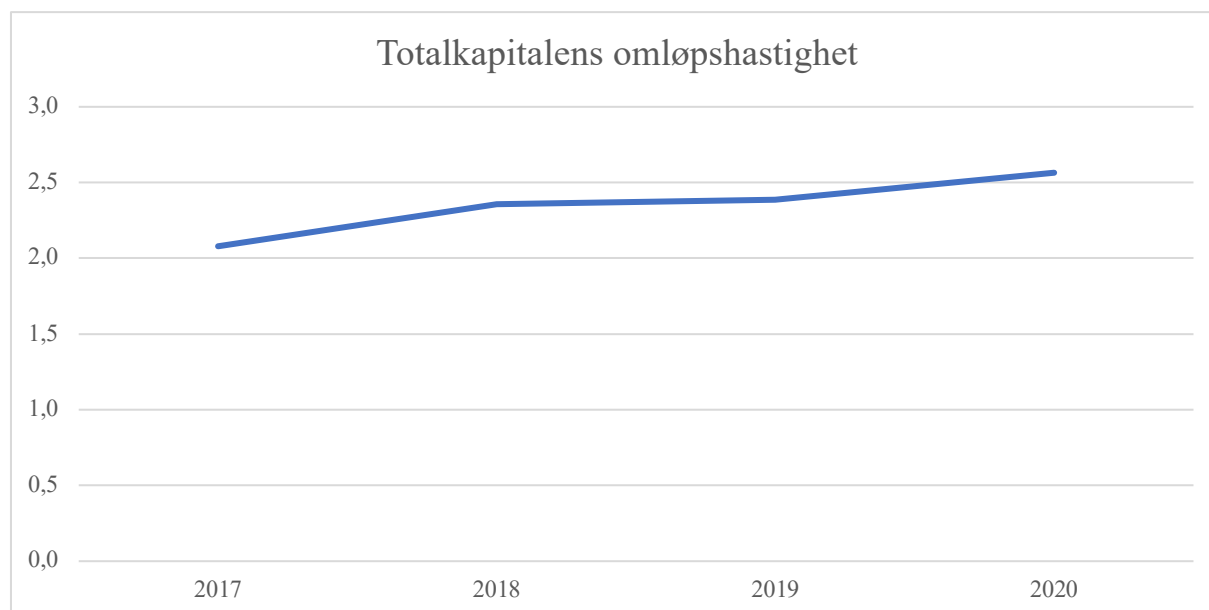
Figur 13: Resultatgrad

Totalkapitalens omløpshastighet

Det andre elementet i dekomponering av total Kapitalrentabilitet er total Kapitalens omløpshastighet, det vil si hastigheten på sirkulasjonen av total Kapital i bedriften. Vi ser at grafen i figur 14 er ulik grafen i figur 12, dette skyldes en jevnere utvikling av total Kapitalens omløpshastighet i Hunvik & Co. En lavere verdi på dette nøkkeltallet ville betydd en dårligere utnyttelse av bundet Kapital i bedriften. Vi ser dog at det har skjedd en positiv utvikling her fra 2017 til 2020, og her må det bemerkes at det ikke har vært en nedgang i 2020 som i de tidligere gjennomgåtte lønnsomhetsmålene. Dette indikerer at selv om driftsresultatet har blitt relativt dårligere i 2020 har bedriften utnyttet Kapitalen bedre enn i de foregående årene.

Tabell 10: Total Kapitalens omløpshastighet

	2017	2018	2019	2020
Total Kapitalens omløpshastighet	2,08	2,36	2,39	2,57



Figur 14: Total Kapitalens omløpshastighet

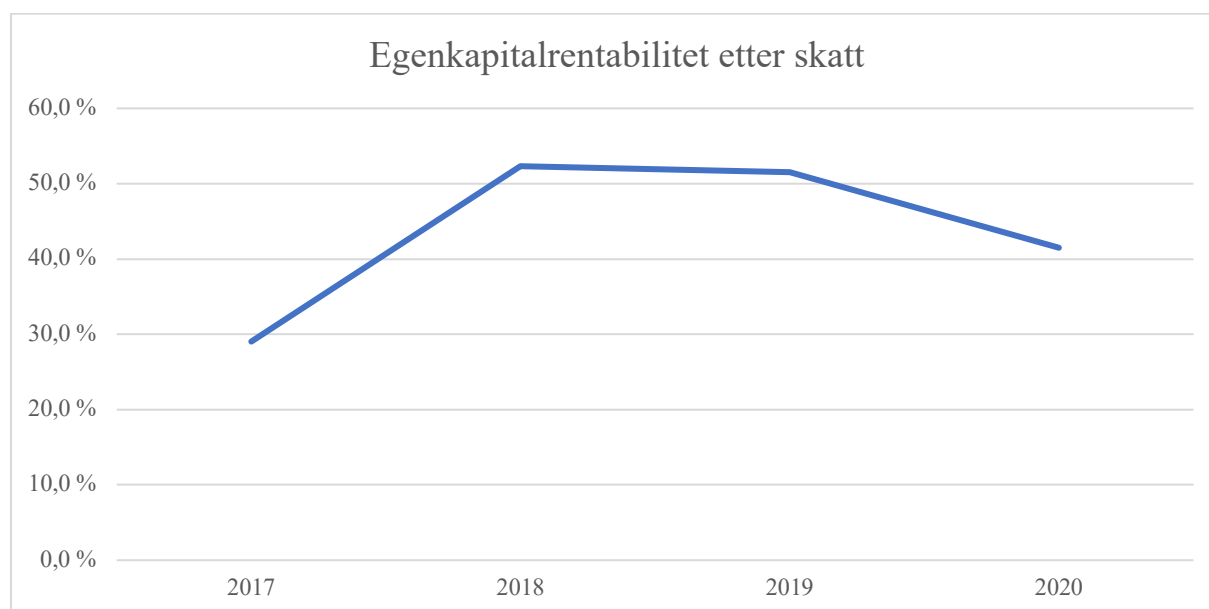
Dekomponeringen vår av ROI viser tydelig at bedriften sitter igjen med mer for hver krone som er omsatt, samt at de har blitt flinkere til å bruke den bundne Kapitalen til å generere inntekter. Samlet sett viser dette at den positive utviklingen i total Kapitalrentabilitet i perioden kan tilskrives både forbedret ROS og forbedret KO, dog i størst grad forbedret resultatgrad.

Egenkapitalrentabilitet etter skatt

Dette nøkkeltallet sier hvor mye eierne får igjen ved å investere i bedriften. Her er det heller ingen fasit på hvor høyt tallet skal være, men en tommelfingerregel er at det skal være høyere enn total kapitalrentabiliteten, og egenkapitalrentabiliteten må ses i forhold til alternative investeringer og risiko knyttet til investering i bedriften. Sammenligner man tabellen under med tabell 8 ser man at dette er tilfellet for Hunvik & Co. Det er en gjennomgående høy egenkapitalrentabilitet som tyder på at bedriften er lønnsom for eierne. Vi kan se på grafen under at nøkkeltallet reduseres noe i 2019 og enda mer i 2020, men det forblir likevel på et relativt høyt nivå som burde være tilfredsstillende for eierne og bedriften. Den noe negative utviklingen mot slutten av perioden skyldes imidlertid ikke dårligere årsresultat, men rett og slett en større økning i den gjennomsnittlige egenkapitalen.

Tabell 11: Egenkapitalrentabilitet etter skatt

	2017	2018	2019	2020
Egenkapitalrentabilitet	29,03 %	52,32 %	51,50 %	41,53 %



Figur 15: Egenkapitalrentabilitet etter skatt

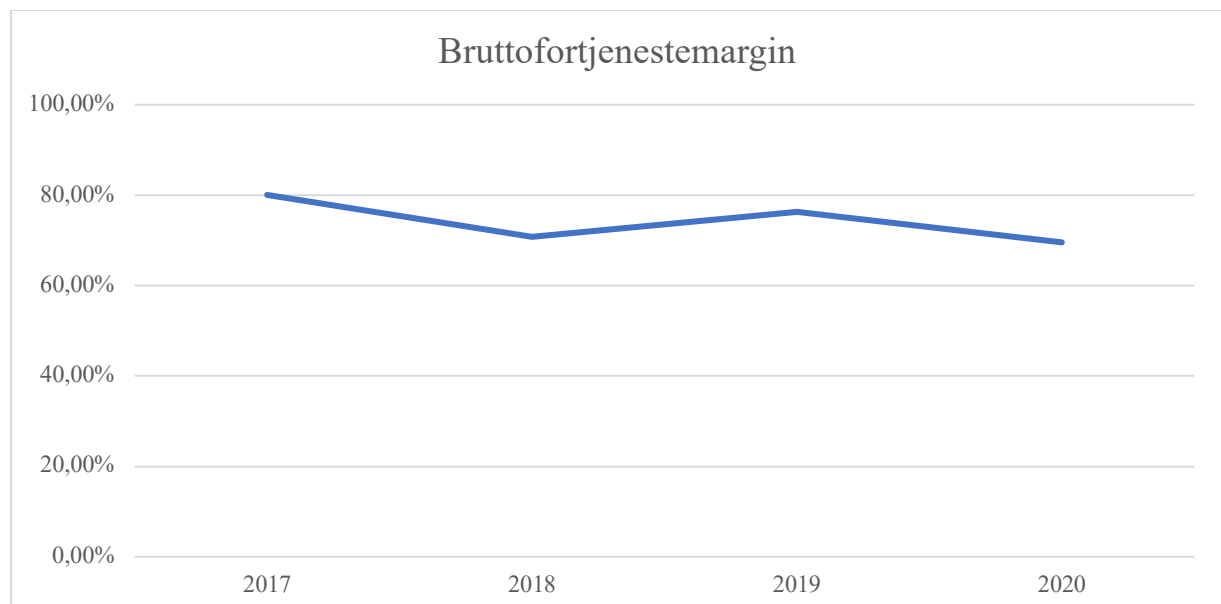
Bruttofortjenestemargin

Det siste nøkkeltallet vi skal se på for å analysere lønnsomheten til bedriften, er bruttofortjenestemargin. Dette målet baserer seg på bruttofortjenesten som vi var innom tidligere i analysekapittelet sett i sammenheng med driftsinntektene. Vi var så vidt inne på at dette ikke var så representativt for Hunvik & Co og lignende bedrifter da de har høyere lønnskostnader enn varekostnader, og varekostnadene er heller ikke helt realistiske i forhold til hvor mye som brukes for å ferdigstille et produkt, men vi vil likevel gå raskt gjennom resultatene av analysen.

Generelt er det en synkende kurve for Hunvik & Co når det kommer til dette nøkkeltallet. Dette har trolig med hva varekostnadene inkluderer i form av eksternt innleid arbeidskraft. Til tross for dette er marginen jevnt over høy, som gir gode muligheter for bedriften for utvikling.

Tabell 12: Bruttofortjenestemargin

	2017	2018	2019	2020
Bruttofortjenestemargin	80,05 %	70,81 %	76,35 %	69,56 %



Figur 16: Bruttofortjenestemargin

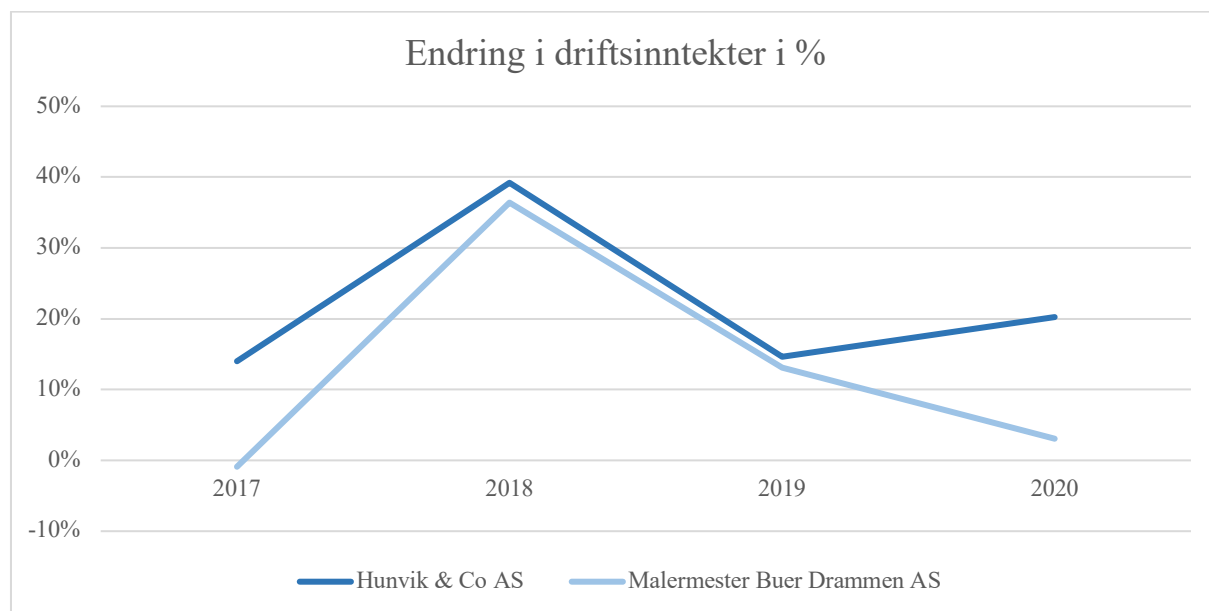
4.3 Sammenligning med bedrift

Som tidligere nevnt har vi valgt Malermester Buer Drammen som sammenligningsbedrift. De er en god sammenligning med Hunvik & Co ettersom bedriftene er omtrent like store og tar på seg lignende oppdrag rundt det samme geografiske området. Denne sammenligningen er gjort for at vi kan få et enda bedre bilde på hvordan lønnsomhetsutviklingen til Hunvik & Co har vært gjennom perioden, sett ut fra utviklingen til Malermester Buer Drammen.

4.3.1 Driftsinntekter og driftskostnader

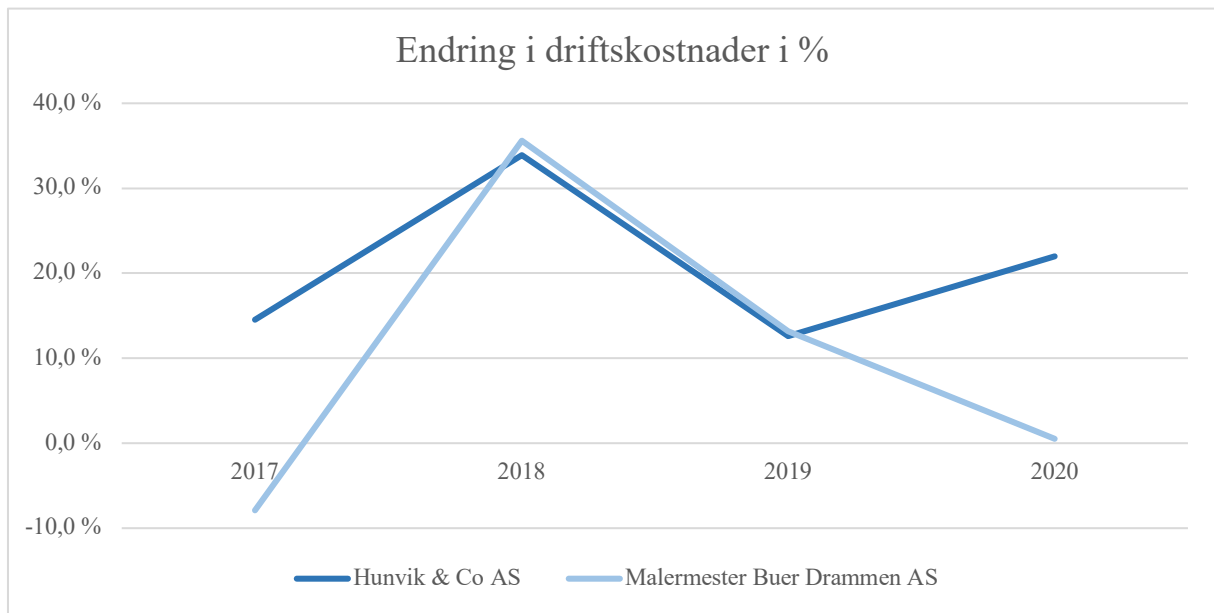
Tabell 13: Driftsinntekter

	2016	2017	2018	2019	2020
Hunvik & Co AS	52 055	59 374	82 616	94 680	113 822
Malermester Buer Drammen AS	102 090	101 120	137 931	155 955	160 790



Figur 17: Endring i driftsinntekter i %

Som vi kan se i tabellen over, er det en størrelsesforskjell mellom bedriftene i forhold til omsetning. Tabellen over, som viser endring i prosent vil være bra for å sammenligne bedriftene. Vi ser at i 2018 og 2019 hadde bedriftene tilnærmet lik vekst, imens i 2017 og 2020 hadde Hunvik & Co markant sterkere vekst. Begge bedriftene har hatt positiv, men noe varierende vekst.



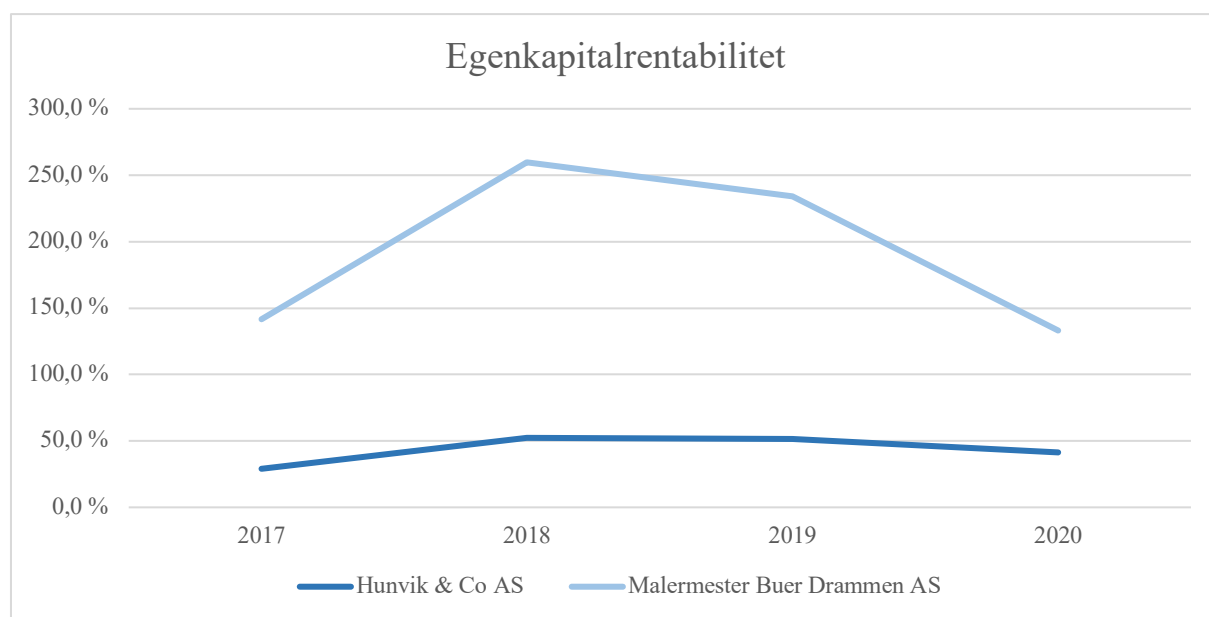
Figur 18: Endring driftskostnader i %

Driftskostnadene til bedriftene har hatt omtrent den samme utviklingen som driftsinntektene, noe som vil være naturlig i denne type bransje der varekostnad og lønnskostnad i stor grad oppfører seg i samsvar med driftsinntekter

4.3.2 Egenkapitalrentabilitet og totalkapitalrentabilitet

Tabell 14: Egenkapitalrentabilitet

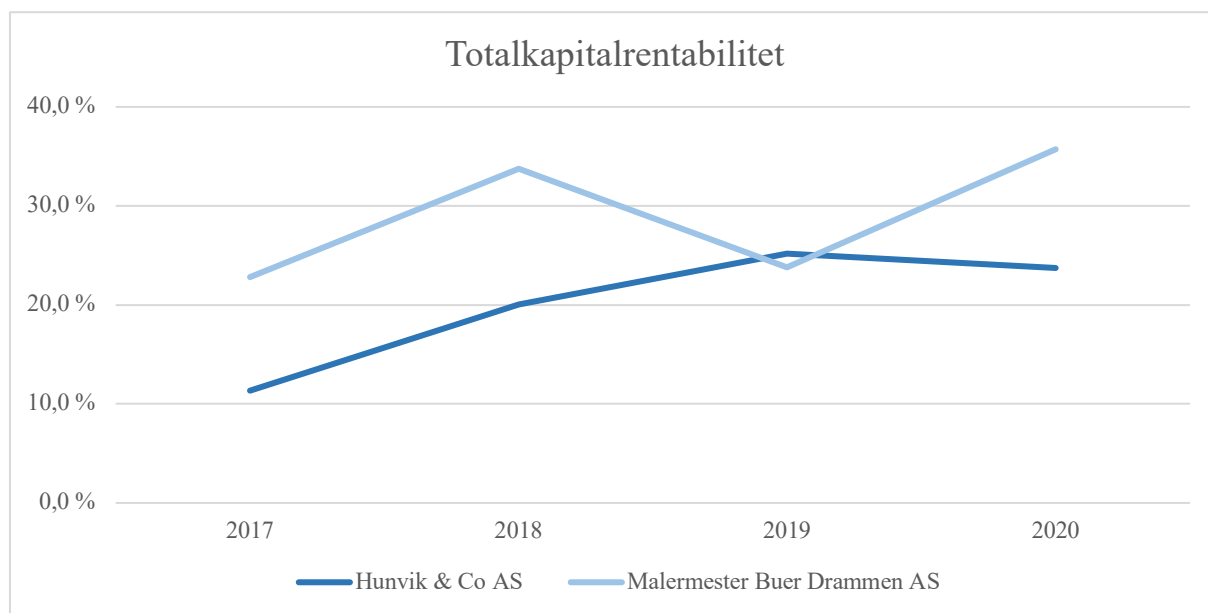
	2017	2018	2019	2020
Hunvik & Co	29,0 %	52,3 %	51,5 %	41,5 %
Malermester Buer Drammen	141,4 %	259,7 %	234,3 %	133,1 %



Figur 19: Egenkapitalrentabilitet

Vi kan lese ut av figuren over at Hunvik & Co har økt sin egenkapitalrentabilitet fra 2017 til 2020, på tross av nedgang i både 2018 og 2019. Nedgangen i 2020 kan hovedsakelig forklares ved at det var en sterk økning i den gjennomsnittlige egenkapitalen.

Malermester Buer Drammen på sin side hadde sterk økning i 2018, men hadde en nedgang de to påfølgende årene. Egenkapitalrentabiliteten er lavere i 2020 enn den var i 2017. Dette kommer som et resultat av en stor økning i egenkapitalen i 2020.



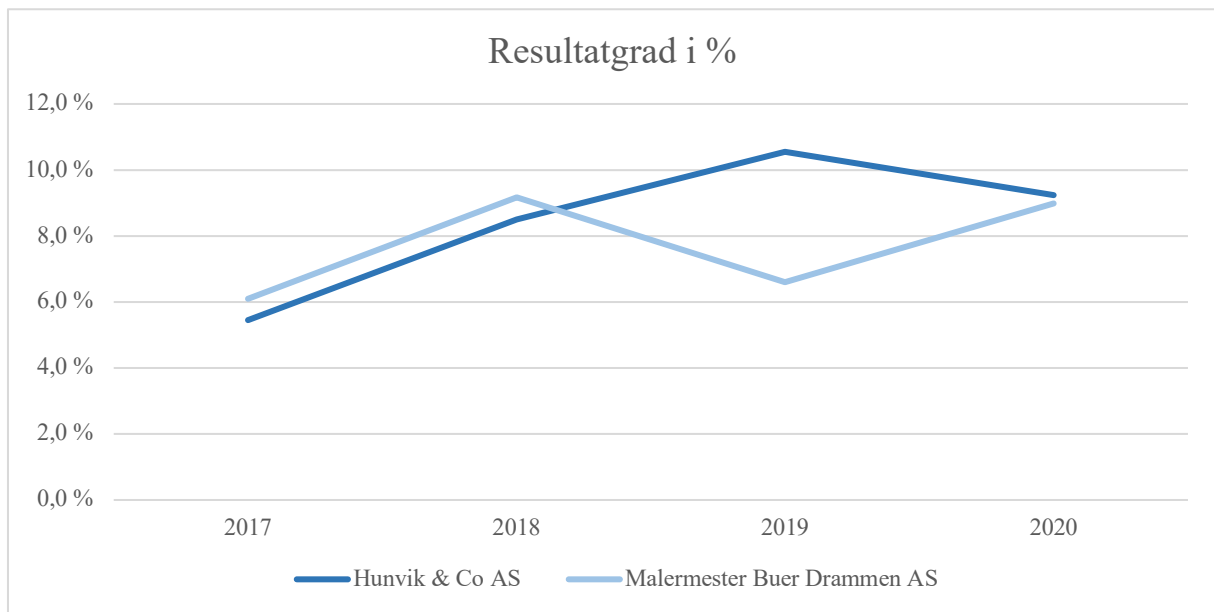
Figur 20: Totalkapitalrentabilitet

Ut ifra figuren kan vi se at Hunvik & Co har hatt en økning i totalkapitalrentabiliteten, som har vokst fra 11,34 % til 23,70 %. Denne oppgangen kommer fra at driftsresultatet har utviklet seg positivt i forhold til økningen i totalkapitalen. Unntaket er 2020 der driftsresultatet ikke økte like mye som en følge av økte lønninger i sammenheng med sykefravær under korona.

I perioden 2017 – 2020 har lønnsomheten til Malermester Buer vært varierende, men den har økt med 13 prosentpoeng i perioden. Nedgangen i 2019 kan forklares ved et svakere driftsresultat som kommer som en følge av markante økte kostnader knyttet til lønn.

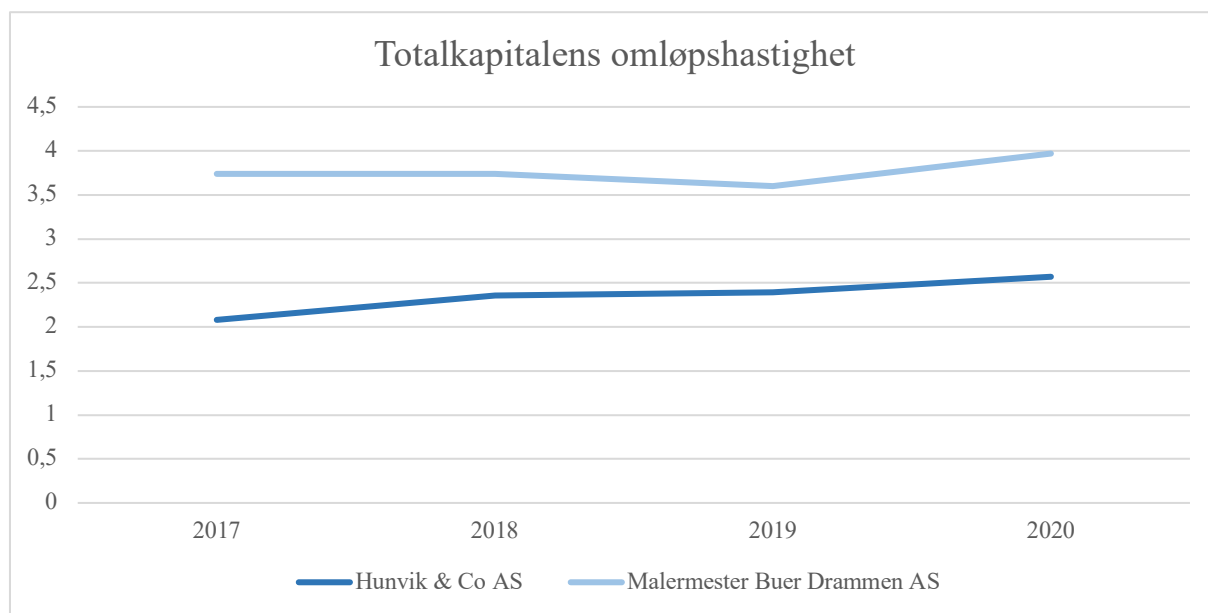
4.3.3 DuPont-modellen

Ved å bruke DuPont-modellen der vi deler inn ROI i ROS og KO, slik at man kan få et bedre bilde på utviklingen i ROI.



Figur 21: Resultatgrad

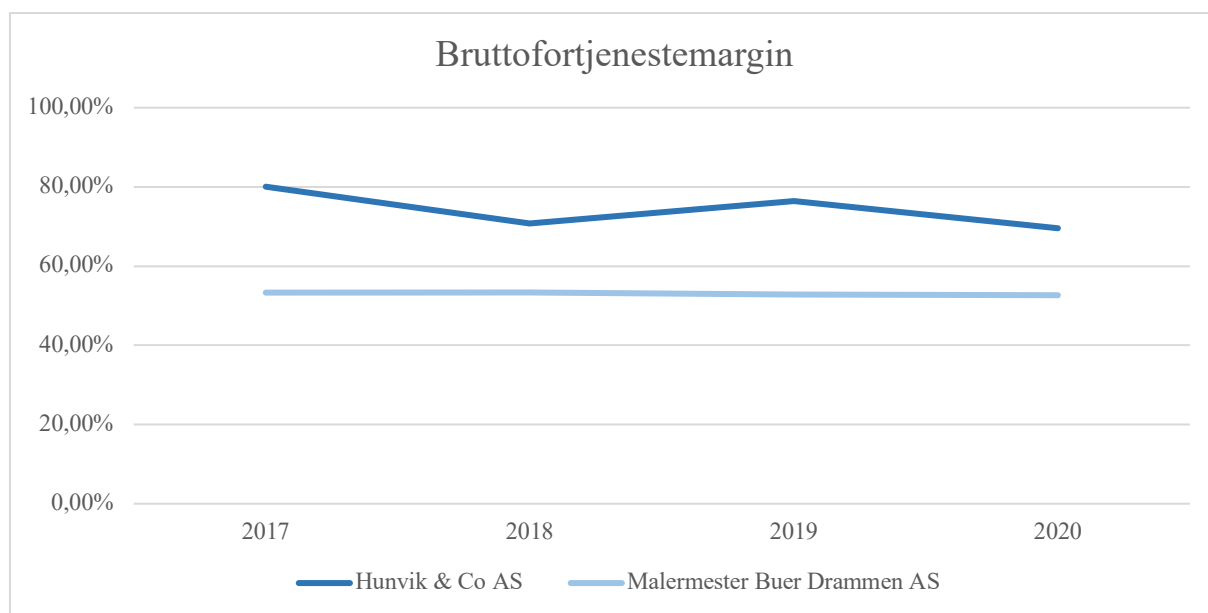
Fra figuren over kan vi se at hvilken bedrift som har den høyeste resultatgraden, er varierende gjennom perioden. Begge har utviklet seg positivt fra 2017-2020, men Hunvik & Co har hatt høyest resultatgrad i 2020 og 2019 på tross av lavest resultatgrad i 2017. Både Hunvik & Co sin nedgang i 2020 og Malermester Buer Drammen sin nedgang i 2019, skyldes hovedsakelig økte lønnskostnader.



Figur 22: Totalkapitalens omløpshastighet

Fra figuren over kan vi se at Malermester Buer Drammen gjennom hele perioden har hatt en høyere omløpshastighet enn det Hunvik & Co har hatt. Omløpshastigheten til Hunvik & Co har økt gjennom hele perioden. Malermester Buer Drammen har på sin side hatt varierende omløpshastighet, men har totalt sett hatt en økning.

Ved å studere DuPont modellen kan vi se at grunnen til Malermester Buer Drammen har en høyere total kapitalrentabilitet enn Hunvik & Co er grunnet at total kapitalens omløpshastighet er i snitt ca. 1,6 ganger så høy som Hunvik & Co. Økningen i total kapitalrentabiliteten til Hunvik & Co kommer som følge av en bra utvikling i både ROS og KO.



Figur 23: Bruttofortjenestemargin

Gjennom perioden har Hunvik & Co hatt en varierende bruttofortjenestemargin, og synkende totalt sett. Allikevel har de opprettholdt en høyere bruttofortjenestemargin enn Malermester Buer Drammen gjennom hele perioden. Malermester Buer Drammen har på sin side hatt en tilnærmet lik bruttofortjenestemargin i alle årene i perioden.

4.4 Strategisk analyse

Nå har vi sett på den kvantitative delen av lønnsomhetsanalysen. I den strategiske analysen vil vi se på hva som kan være potensielle årsaker til utviklingen i lønnsomhet for Hunvik & Co. Som nevnt i kapittel 2.3, vil vi ta utgangspunkt i VRIO og Porters fem konkurransekrefter, og oppsummere funnene i en SWOT-analyse. Analysen er gjort på bakgrunn av data innhentet ved intervju med daglig leder.

4.4.1 VRIO

Hunvik & Co har flere viktige ressurser. De setter kvalitet og service høyest av alt, og har som hovedfokus at det som leveres er godt arbeid med høy kvalitet. Bedriften jobber tett på kundene hele veien, slik at de føler seg trygge gjennom prosjektfasen og får den kvaliteten de ønsker og forventer. De hevder å være «din foretrukne maler», og streber etter å hele tiden være best i bransjen når det gjelder kvalitet.

Som sagt, er kjernekompetanse og kunnskap er en viktig ressurs, kanskje den aller viktigste. Hunvik & Co er opptatt av å ha dyktige og kompetente ansatte, slik at de alltid klarer å levere den kvaliteten og servicen kundene forventer å få. Det må også påpekes at Hunvik & Co er en såkalt mesterbedrift. De har fått denne tittelen siden de har minst en ansatt med mesterbrev i bedriften. Kompetansemessig stiller bedriften dermed sterkere enn andre bedrifter hvor de ansatte kun har fagbrev. Den kompetansen Hunvik & Co sitter på er en unik ressurs for bedriften, som det er vanskelig for konkurrentene å kopiere. Derfor bør bedriften utnytte denne ressursen og benytte den som et konkurransefortrinn.

Bedriften er også Miljøfyrtårn. «Miljøfyrtårn er et anerkjent og effektivt verktøy som hjelper virksomheter å skape konkurransefortrinn av bærekraft» (Miljøfyrtårn). Som Miljøfyrtårn setter Hunvik & Co fokus på det å være bærekraftig. De viser at de tar samfunnsansvar og bryr seg om miljøet. Omgivelsene stiller stadig nye krav til at bedrifter skal være bærekraftige og miljøvennlige. Derfor kan det å være en Miljøfyrtårn-sertifisert bedrift være med på å skape konkurransefortrinn i seg selv, siden det viser at man tar ansvar. I tillegg kan det være med på å bygge omdømme og styrke merkevaren til bedriften, som igjen kan skape konkurransefortrinn.

4.4.2 Porters fem konkurransekrefter

I Porters fem konkurransekrefter vil vi se på bedriftens mikroforhold. Vi vil fokusere på bedriftens leverandører, kunder, dagens konkurrenter, potensielle aktører i bransjen og eventuelle substitutter. Disse er fem viktige forhold i omgivelsene som påvirker Hunvik & Co i stor grad, og som er avgjørende for bedriftens muligheter og trusler i bransjen.

Leverandører:

Hunvik & Co har hatt en del faste samarbeidspartnere gjennom årene, og benytter seg stort sett av de samme leverandørene for varene de bruker i sine tjenester. Gjennom faste samarbeid over tid, har Hunvik & Co klart å etablere gode avtaler med leverandørene. De har blant annet et tett samarbeid med Nordsjö, som gir bedriften godt rabatterte priser på maling. Rabattene har ikke nødvendigvis så mye å si i det store bildet, ettersom Hunvik & Co totalt sett ikke har så høye varekostnader. Men slike faste samarbeid har en viktig verdi for bedriften, siden det skaper en stabilitet og forutsigbarhet i forholdet mellom bedriften og leverandørene. Når begge parter har gjensidig tillit til hverandre og vet at den andre er til å stole på, vil det gjøre det enklere å velge hverandre igjen, noe begge parter tjener på.

Kunder:

Bedriften har flere kunder. Blant disse står Veidekke for den største delen av omsetningen. I tillegg er blant annet Skanska, NP Bygg og Bo Wiik Bygg AS blant de største kundene. Flere av kundene er faste kunder, og det er en stor fordel for bedriften. Kundene vet hva Hunvik & Co leverer, hva de står for og hva som kan forventes. Dette gjør det enklere å samarbeide, og styrker relasjonen til kundene. Kundene er krevende og forventer at Hunvik & Co leverer topp kvalitet. På generelt grunnlag er det en fordel for bedriften å ha slike krevende kunder, siden det pusher de ansatte til å stadig bli bedre og levere enda høyere kvalitet.

Når det skal settes i gang et nytt prosjekt, kommer kunden gjerne med en prisforespørsel på tjenesten. For å finne ut hva kunden ønsker seg, er bedriften opptatt av å få til en god dialog og planlegging med kunden i forkant av prosjektet. Det er for å sikre at kundens krav til standard og kvalitet blir oppfylt, og for å kunne gi kunden mest mulig korrekt pris. Hunvik &

Co tilbyr kunden et valg mellom tre standarder, fra K1 som laveste standard, til K3 som høyeste. Prisen på prosjektet vil avhenge av hvilken standard kunden velger. Uansett valg av standard, leverer Hunvik & Co alltid topp kvalitet på sine tjenester. Dette er ikke nødvendigvis det beste økonomisk sett, men er lønnsomt for bedriften ettersom det styrker kunderelasjonen, og gjør at kunden velger nettopp Hunvik & Co igjen.

Dagens konkurrenter:

Hunvik & Co har flere konkurrenter i markedet. Blant prosjektene som skal settes i gang, får bedriften gjerne rundt 1 av 20 oppdrag. Den største konkurrenten i dag er Malermester Buer Drammen, som er det største malerfirmaet i Norge. Denne bedriften gjør det bra og driver godt økonomisk. De konkurrerer likevel ikke direkte, ettersom Hunvik & Co har kontor i Oslo, mens Malermester Buer Drammen har hovedkontor i Drammen. Men de konkurrerer stadig på de samme prosjektene i områdene rundt Bærum, Asker og Ski.

Det er generelt stor konkurranse blant konkurrentene, særlig når det gjelder pris. De fleste konkurrentene i markedet konkurrerer på pris og presser prisen ned så langt det går. Å konkurrere på pris på denne måten kan være både en styrke og en svakhet. En styrke er at bedriftene ofte tiltrekker seg mange kunder, siden det er gunstig for kundene med rimelige priser. Samtidig kan man se tendenser til at flere av bedriftene som satser på lav pris som konkurransefortrinn, også går med store tap. Når lønnsomheten er lav og økonomien ikke går rundt, går det gjerne utover de ansatte igjen, gjennom for eksempel sosial dumping eller andre dårlige arbeidsvilkår.

Hos Hunvik & Co ligger derimot prisene i det øvre siktet. Bedriften er avhengig av å ta noe høyere priser for å kunne levere den kvaliteten de selv ønsker og lover å gi til sine kunder. Hunvik & Co klarer altså ikke å møte priskonkurransen i markedet, men fokuserer heller på å levere utmerket service og kvalitet. Dette er viktige konkurransefortrinn, som bedriften kan tjene godt på. Det er først og fremst med på å differensiere bedriften fra resten av konkurrentene, siden de velger å satse på noe annet enn lave priser. Som sagt har Hunvik & Co flere faste kunder, og det er ikke uten grunn. Kundene vet hva de kan forvente, og de får det de forventer. Hunvik & Co leverer alltid topp standard, og tar godt vare på kundene sine. Kundene opplever en slags merverdi som de nødvendigvis ikke får hos de andre bedriftene, og er derfor villige til å betale en litt høyere pris.

Potensielle aktører i bransjen:

Per nå finnes det ingen potensielle aktører i bransjen. Som sagt, er det allerede stor konkurranse blant de aktørene som opererer i markedet, særlig når det kommer til pris. Det er derfor lite sannsynlig at det vil komme inn noen aktører som kan sette prisene enda lavere enn det som tilbys i dag, og fremdeles være lønnsom og få driften til å gå rundt.

Substitutter:

Det er vanskelig å finne substitutter til maling og tapetsering. I dag finnes det få eller ingen som kan erstatte den jobben Hunvik & Co gjør. Man vet derimot ikke hva som kan skje i fremtiden, og med dagens teknologiske utvikling er det mye mulig at maskiner etter hvert vil kunne erstatte deler av tjenestene.

4.4.3 SWOT

Som nevnt innledningsvis, har vi valgt å samle innsiktene fra de strategiske analysene i en SWOT-analyse.

Styrker:

Den aller største styrken til Hunvik & Co er deres kjernekompetanse, som gjør det mulig å levere topp service og kvalitet. Spesielt det at bedriften er en mesterbedrift og har en flokk av dyktige og kompetente ansatte, er et viktig konkurransefortrinn. Bedriften setter kunden først, og gjør alltid sitt beste for å levere det kunden ønsker seg, og mer. Det sikrer bedriften fornøyde kunder, som kommer tilbake og som ønsker å bruke bedriftens tjenester igjen. Den sterke relasjonen til både kunder og leverandører er en styrke siden den er med på å skape stabilitet og trygghet, noe som absolutt er en fordel for bedriften.

Svakheter:

En svakhet i bedriften er at de ikke klarer å møte den priskonkurransen som er i markedet. Hunvik & Co klarer ikke å presse prisene like mye som konkurrentene. Dette er en svakhet siden mange kunder ønsker rimelige tjenester. Når bedriften ikke kan tilby like lave priser som konkurrentene, kan de risikere å gå glipp av potensielle kunder, siden kundene heller velger å gå til konkurrentene.

Muligheter:

Hunvik & Co gjør det bra i bransjen og har allerede et godt omdømme. Dette kan bedriften utnytte for å vokse enda mer. Det er flere muligheter her. Hunvik & Co kan for eksempel utvide det geografiske området sitt, og satse på nye og flere kunder, andre steder i landet. I tillegg kan de velge å tilby flere tjenester enn kun maling og tapetsering. En annen mulighet er å søke etter flere konkurransefortrinn, slik at de kan differensiere seg på nye måter og trekke til seg flere kunder. De kan også prøve å vokse ved å satse mer på markedsføring og promotering av sine tjenester, slik at de når ut til enda flere.

Trusler:

Som sagt, er pressingen av pris fra konkurrerende bedrifter en svakhet. Dette kan også være en trussel. Til tross for at det per nå ikke finnes noen potensielle aktører i bransjen, kan det komme trusler i fremtiden. En potensiell trussel kan være at det kommer inn en ny aktør som er like gode på service og kvalitet som det Hunvik & Co er, men som tilbyr de samme tjenestene til enda lavere priser. Da skiller ikke bedriften seg ut på samme måte lenger, og kan risikere å miste kunder. Omgivelsenes krav og behov er i kontinuerlig endring. Derfor er det viktig at også bedriften hele tiden er i utvikling, slik at den kan tilpasse seg og møte disse endringene. Hunvik & Co kan altså ikke ta for gitt at deres konkurransefortrinn vil forbli varig, men bør hele tiden være på jakt etter nye måter å differensiere seg på, slik at de klarer å møte konkurransen i markedet.

5. Konklusjon

I denne bacheloroppgaven har følgende problemstilling blitt belyst:

«Hvordan har lønnsomheten utviklet seg for bedriften Hunvik & Co AS i perioden 2017 – 2020, og hva kan være årsakene til dette?»

I analysens første del fremstiller vi de viktigste postene i regnskapet til Hunvik & Co. Grunnen til at vi er interessert i å se på nøkkeltallene innledningsvis er slik at vi kan danne et overblikk over de regnskapsmessige endringene Hunvik & Co har blitt utsatt for i perioden 2017 – 2020. Driftsinntekter, varekostnader, bruttofortjenester, lønnskostnader, andre driftskostnader og balansen er de sentrale postene vi ser på her. Gjennom perioden vi har tatt for oss har Hunvik & Co hatt en stor vekst i driftsinntekter. Kostnadene har også vokst vesentlig i perioden, men ikke i like stor grad som inntektene. Etter å ha dekomponert kostnadene kan vi se at varekjøp har vært noenlunde stabilt. Underleveranser har økt vesentlig og er den største driveren for at de totale varekostnadene har steget så mye som de har. Videre dekomponering som vist i figur 4 gir oss et bilde på at det er lønnskostnadene som har drevet kostnadsøkningen. Det er naturlig at lønnskostnadene utgjør størst andel ettersom at Hunvik & Co er en tjenesteytende bedrift.

Videre i analysen ser vi av balansen at fra 2017 til 2020 har det vært en økning i alle komponentene i balansen.

Av nøkkeltall analyserer vi de fire sentrale forholdene likviditet, soliditet, finansiering og lønnsomhet. Likviditeten har vært tilfredsstillende for bedriften. Både likviditetsgrad 1 og likviditetsgrad 2 har vært relativt stabile gjennom perioden og er ønskelige å både opprettholde og i beste fall forbedre. Grunnet økning i den kortsiktige gjelden og ingen endring i omløpsmidler holder likviditetsgrad 1 seg stabilt mellom 1,68 og 2,00. Dette indikerer at bedriften har en god betalingsevne. Denne indikasjonen støttes opp av likviditetsgrad 2 som ligger stabilt over normtallet gjennom perioden.

Soliditeten var i utgangspunktet god i begynnelsen av perioden, dog er soliditeten vesentlig forbedret og er i 2020 å anse som meget god. Bakgrunnen for dette er at økningen i egenkapital har vært høyere enn gjeldsveksten.

I analysen av nøkkeltallene for finansiering har vi valgt å se nøyer på finansieringsgrad 1 og arbeidskapital. Hunvik & Co har gjennom hele perioden hatt en finansieringsgrad 1 på godt under 1,00. Dette tyder på at bedriften har en sunn og langsiktig finansiering. I tillegg viser det seg at finansieringsgraden har blitt forbedret, noe som kommer av at bedriften har gjort seg bedre egnet for å tåle tap. Endringen i arbeidskapitalen tyder også på at finansieringen har blitt sterkere. Arbeidskapitalen har gjennomgående vært positiv og vi ser en betydelig økning i løpet av perioden 2017 – 2020.

Analysen har hatt hovedvekt på lønnsomhet. Denne illustreres ved total kapitalrentabilitet, resultatgrad, total kapitalens omløpshastighet, egen kapitalrentabilitet og brutto fortjenestemargin. Total kapitalrentabilitet har doblet seg gjennom perioden, med en noe større økning fra 2017 til 2018 og en deretter slakere utvikling. Bakgrunnen for økningen og den øvrige utviklingen kan spores tilbake til resultatgraden, som har hatt en svært god utvikling gjennom perioden. Kapitalens omløpshastighet har også en viktig rolle for total kapitalrentabiliteten, men denne har hatt en mindre vekst og dermed ikke gitt like stort utslag på total kapitalrentabiliteten. Deretter så vi på egen kapitalrentabiliteten som har hatt en liknende utvikling som total kapitalrentabilitet, men er gjennomgående høyere og dermed også tilfredsstillende.

For å få en bedre forståelse av lønnsomhetsutviklingen til Hunvik & Co i perioden 2017-2020, sammenlignet vi nøkkeltall med den konkurrerende bedriften; Malermester Buer Drammen AS. Dette har vi gjort for å kunne gjøre oss opp en formening om hvordan en utvikling burde være innenfor denne type bransje. Totalt sett har begge bedriftene hatt en økning i omtrent alle nøkkeltallene vi har sett på i analysen. Både Hunvik & Co og Malermester Buer Drammen er solide bedrifter som driver med overskudd, i en bransje der mange bedrifter går med tap og ikke overlever.

Noe som var verdt å merke seg i denne sammenligningen var at i begynnelsen av perioden hadde Hunvik & Co omtrentlig halvparten av driftsinntektene til Malermester Buer Drammen, og i regnskapstallene for 2020 hadde de imidlertid rundt 70 %. Begge bedriftene har hatt en økning i perioden som følge av en økt etterspørsel, men økningen til Hunvik & Co kan beskrive en tendens til at de også innehar en sterkere posisjon i det økende markedet.

I den strategiske analysen kommer det tydelig frem at den største styrken til Hunvik & Co er deres kjernekompetanse. De ansatte er en viktig ressurs for bedriften, og deres kunnskap og kompetanse gjør det mulig å levere topp service og kvalitet til kundene. Dette er en ressurs som er unik og verdifull for bedriften, og som derfor utgjør et viktig konkurransefortrinn. Analysen viser videre at den største svakheten til Hunvik & Co er at de ikke klarer å presse prisene like mye som sine konkurrenter. Dette kan være en trussel i fremtiden, siden bedriften kan gå glipp av potensielle kunder. Derfor er det viktig at Hunvik & Co hele tiden utvikler seg og følger med på konkurransen i markedet, slik at de klarer å tilpasse seg og møter omgivelsenes stadig nye krav og behov. Til tross for at bedriften allerede gjør det bra, bør de utnytte seg av sine muligheter for å vokse og bli enda bedre. Her kan fokus på å posisjonere seg på nye måter og satse på nye konkurransefortrinn være en mulighet.

Basert på regnskapstall og intervju med daglig leder kan vi trekke en slutning om at perioden 2017 – 2020 har vært svært positiv for Hunvik & Co. Det har vært en periode med stor etterspørsel samtidig som bedriften har forbedret sin lønnsomhet. I tillegg til økt lønnsomhet har også andre deler av virksomheten bedret seg, som for eksempel gjeldsgrad og soliditet. Perioden vi har sett på har vært en periode med høy etterspørsel og det vil være rimelig å anta at det vil komme en nedgang i etterspørselen. Dette fører med seg at den videre veksten for Hunvik & Co kan bli noe lavere enn i den perioden vi har tatt for oss. Dette er dog kun spekulasjoner, det eneste vi kan si med sikkerhet er at det har vært en positiv utvikling for bedriften Hunvik & Co fra 2017 til 2020.

6. Referanseliste

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

Hunvik & Co (2022) Tilgjengelig fra: <https://proff.no/selskap/hunvik-co-as/oslo/bygningsh%C3%A5ndverkere/IG8FASL07TR/> (Hentet: 24. januar 2022)

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

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

Malermester Buer Drammen AS (2022) Tilgjengelig fra: <https://proff.no/selskap/malermester-buer-drammen-as/drammen/bygningsh%C3%A5ndverkere/IGDE9P907TR/> (Hentet: 9. februar 2022)

Miljøfyrtårn. Tilgjengelig fra: https://www.miljofyrtarn.no/?gclid=Cj0KCQiAosmPBhCPARIsAHOen-OAuSA5BxBoprX9Hq2ISm4JKBEPwZqH2Mq7U7WZ5L_zQDTcLgUCLs0aAl6mEALw_wcB (Hentet: 27. januar 2022)

7. Vedlegg

Vedlegg 1: Hunvik & Co AS sitt resultatregnskap

RESULTATREGNSKAP i hele 1000	2020	2019	2018	2017	2016
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	113 618	93 969	82 357	59 024	51 926
Annen driftsinntekt	203	711	259	351	129
Sum driftsinntekter	113 822	94 680	82 616	59 374	52 055
Varekostnad	34 652	22 389	24 117	11 847	9 550
Beholdningsendringer	-	-	-	-	-
Lønnskostnader	56 263	53 300	43 361	37 610	33 443
Herav kun lønn	48 561	45 810	36 959	31 870	28 528
Ordinære avskrivninger	828	735	794	645	736
Nedskrivning	-	-	-	-	-
Andre driftskostnader	11 651	8 322	7 380	6 066	5 320
Driftsresultat	10 429	9 935	6 964	3 206	3 006
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	-	-	-	-	-
Inntekt på investering i datterselskap	-	-	-	-	-
Sum annen renteinntekt	31	45	40	27	76
Inntekt på invest. i tilknyttet selskap	-	-	-	-	-
Sum annen finansinntekt	54	5	17	4	1
Sum finansinntekter	86	50	57	31	77
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	129	324	300	286	324
Andre finanskostnader	41	14	37	4	-
Sum annen finanskostnad	41	14	37	4	-
Sum finanskostnader	170	337	336	290	324
Resultat før skatt	10 344	9 647	6 685	2 947	2 759
Sum skatt	2 297	2 130	1 568	736	722
Ordinært resultat	8 048	7 517	5 117	2 211	2 037
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	-	-	-	-	-
Årsresultat	8 048	7 517	5 117	2 211	2 037
Ordinært utbytte	-	-	3 000	-	1 000
Ekstraordinært utbytte	-	-	-	-	-
Tilleggsutbytte	-	-	-	-	-
Sum utbytte	-	-	3 000	-	1 000
Konsernbidrag	-	-	-	-	-

Vedlegg 2: Hunvik & Co AS sitt balanseregnskap

BALANSEREGNSKAP i hele 1000	2020	2019	2018	2017	2016
Valutakode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum immaterielle midler	467	616	466	441	497
Sum anleggsmidler	6 638	5 417	5 889	5 885	7 131
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	3 075	3 075	3 075	3 075	3 075
Maskiner/anlegg/biler	32	51	-	-	-
Driftsløsøre/ inventar/ verktøy/ Biler	2 997	1 611	1 921	2 090	1 990
Sum varige driftsmidler	6 104	4 738	4 996	5 165	5 065
Aksjer/Investeringer i datterselskap	-	-	-	-	-
Investeringer i aksjer og andeler	-	-	-	-	-
Andre fordringer	68	63	426	279	1 570
Sum finansielle anleggsmidler	68	63	426	279	1 570
Sum varelager	1 550	1 393	1 116	1 170	1 020
Kundefordringer	31 028	19 753	21 757	11 929	11 386
Konsernfordringer	-	-	-	-	-
Sum fordringer	32 814	21 721	22 649	12 733	12 361
Sum investeringer	-	-	-	-	-
Kasse/Bank/Post	8 940	10 278	10 841	9 810	6 998
Sum Kasse/Bank/Post	8 940	10 278	10 841	9 810	6 998
Sum omløpsmidler	43 305	33 391	34 605	23 714	20 379
Sum eiendeler	49 943	38 808	40 494	29 599	27 510
Aksje/Selskapskapital	100	100	100	100	100
Annen innskutt egenkapital	-	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	100	100	100	100	100
Sum opptjent egenkapital	20 302	18 255	10 738	8 621	6 409
Annen egenkapital	20 302	18 255	10 738	8 621	6 409
Sum egenkapital	20 402	18 355	10 838	8 721	6 509
Sum avsetninger til forpliktelser	-	-	-	-	-
Pant/gjeld til kredittinstitusjoner	1 579	517	1 356	2 230	3 298
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	-	-	-	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	2 514	2 605	7 685	5 642	5 477
Annen langsiktig gjeld	2 514	2 605	7 685	5 642	5 477
Sum langsiktig gjeld	4 093	3 122	9 041	7 872	8 775
Gjeld til kredittinstitusjoner	-	-	-	-	-
Leverandørgjeld	7 542	1 695	4 487	2 546	1 542
Skyldig offentlige avgifter	6 449	5 141	4 675	3 711	3 576
Ordinært utbytte	-	-	3 000	-	1 000
Ekstraordinært utbytte	-	-	-	-	-
Tilleggsutbytte	-	-	-	-	-
Sum utbytte	-	-	3 000	-	1 000
Kortsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-
Annen kortsiktig gjeld	9 310	8 216	6 860	6 069	5 291
Sum kortsiktig gjeld	25 447	17 332	20 615	13 006	12 225
Sum gjeld	29 540	20 454	29 656	20 878	21 001
Sum egenkapital og gjeld	49 943	38 808	40 494	29 599	27 510

