

Bokslutsanalys av företag inom VVS- branschen

Jonathan Långnabba

Richard Nemlander

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	3818 & 3819
Författare:	Jonathan Långnabba & Richard Nemlander
Arbetets namn:	Bokslutsanalys av företag inom VVS-branschen
Handledare (Arcada):	Maj-Britt Granström
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>Lönsamhet är ett brett begrepp inom företagsverksamhet, men står i grund för att ett företag skall vara framgångsrik. I stort sätt blir ett företag framgångsrikt genom att skapa ekonomiskt värde och det ekonomiska värdet kan skapas med hjälp av en konkurrensstrategi. Syftet med detta arbete är att undersöka och bedöma om på måfå sex stycken valda företag inom VVS-branschen har en konkurrensfördel på marknaden och om företagen lyckas med att skapa ekonomiskt värde. För de företag som presterar dåligt, söker skribenterna fram orsaken och ger förslag till förbättring. Lönsamheten för de undersökta företagen kommer att bedömas med hjälp av kvalitativa bokslutsanalyser. Dessa företags bokslut justeras för att nyckeltalen skall vara jämförbara med medianerna inom branschen. Boksluten för examensarbetet har avgränsats till tre stycken bokslut per företag. Boksluten är från åren 2008-2010 eftersom den statistiska rapporten över medianerna inom branschen sammanfattar dessa år. Företagen som valts till undersökningen verksamar i södra Finland. Teorin i examensarbetet behandlar begreppet ekonomiskt värde och hur en högre lönsamhet kan nås via denna insikt. Vidare i teorin tas även upp ämnet bokslut och nyckeltal med hjälp av vilka bokslutsanalyser görs. Resultatet visar att det finns variation mellan företagen och att ett specifikt verksamhetsområde av de undersökta företagen har skapat mera ekonomiskt värde än de övriga, samt att företagen inom detta specifika verksamhetsområde har en konkurrensfördel på marknaden. Detta examensarbete har uppfyllt syftet och gett en inblick på att VVS-branschen är en allmänt lönsam bransch.</p>	
Nyckelord:	Ekonomiskt värde, lönsamhet, ekonomisk ställning, nyckeltal, värdeskapande, konkurrensfördel, konkurrensstrategi, bokslut, justering, bokslutsanalys, företag och VVS.
Sidantal:	119
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	1.11.2012

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business administration
Identification number:	3818 & 3819
Author:	Jonathan Långnabba & Richard Nemlander
Title:	Financial statements analysis of companies in the HVAC industry
Supervisor (Arcada):	Maj-Britt Granström
Commissioned by:	
<p>Abstract:</p> <p>Profitability is a wide concept in business, but it is the basis for a company to be successful. Usually a company becomes successful by creating economic value and economic value can be created by using a competitive strategy. The aim of this study is to investigate and determine whether six randomly selected companies in the HVAC industry have a competitive advantage in the market and if the companies succeed in creating economic value. For the companies that are performing badly, the authors will search for the cause and make suggestions for improvement. The profitability of the selected companies will be evaluated using qualitative financial statements analysis. These financial statements are adjusted that the financial ratios will be comparable to the medians in the HVAC industry. The financial statements of the degree thesis have been limited to three financial statements for each company. The financial statements are from the years 2008-2010 as the statistic report of the medians in the industry summarizes these years. The companies selected for the study operates in Southern Finland. The theory of the degree thesis treats the concept of economic value and the higher profitability that can be reached through this insight. Furthermore the theory is also taking up the subject financial statements and financial ratios with which financial statements are analyzed. The results show that there are variations between the companies and that a specific activity of the selected companies have created more economic value than the other and that the companies in this specific field of activity has a competitive advantage in the market. This degree thesis has fulfilled the aim and gives an insight that the HVAC industry is generally a profitable industry.</p>	
Keywords:	Economic value, profitability, financial position, financial ratio, value creation, competitive advantage, competitive strategy, financial statements, adjustments, financial statement analysis, companies and HVAC.
Number of pages:	119
Language:	Swedish
Date of acceptance:	1.11.2012

INNEHÅLL

1	INLEDNING	7
1.1	Syfte	8
1.2	Avgränsning	8
1.3	Uppläggning och metod	9
2	VÄRDESKAPANDE	10
2.1	Konsumentöverskott	10
2.1.1	<i>Exempel på konsumentöverskott i förhållande till kvalitet och pris</i>	11
2.2	Hur skapas det ekonomiska värdet?	11
2.2.1	<i>Exempel på skapat värde</i>	12
2.3	Det ekonomiska värdet en del av lönsamhet	12
2.4	Värdeskapande med hjälp av konkurrensfördel	13
2.4.1	<i>Kostnadsledarskap</i>	14
2.4.2	<i>Differentiering</i>	15
2.4.3	<i>Fokus</i>	15
2.4.4	<i>Viktigt att välja någondera</i>	15
2.4.5	<i>Hur uppehålla konkurrensfördel</i>	15
3	FRAMSTÄLLNING AV BOKSLUT OCH INNEHÅLL	16
3.1	Resultaträkning	17
3.2	Balansräkning	18
3.2.1	<i>Aktiva</i>	19
3.2.2	<i>Passiva</i>	20
3.3	Finansieringsanalys	21
3.4	Noter	21
3.5	Verksamhetsberättelse	22
3.6	Revisionsberättelse	22
4	BOKSLUTSANALYS	23
4.1	Styrning genom bokslutsanalys	23
4.2	Syftet med en bokslutsanalys	24
4.3	Analysmaterialet	25
4.4	Justering av materialet	25
4.4.1	<i>Justering av resultaträkningen</i>	26
4.4.2	<i>Justering av balansräkningen</i>	27
5	NYCKELTAL FÖR BOKSLUTSANALYS	28
5.1	Nyckeltal för lönsamhet	29
5.2	Resultatrelaterade lönsamhetsmått	29

5.2.1	<i>Täckningsgrad</i>	30
5.2.2	<i>Vinstmarginal och nettovinstmarginal</i>	31
5.3	Kapitalrelaterade lönsamhetsmått.....	31
5.3.1	<i>Avkastning på totalt kapital</i>	32
5.3.2	<i>Avkastning på eget kapital</i>	33
5.3.3	<i>Avkastning på investerat kapital (ROI)</i>	34
5.4	Nyckeltal för ekonomisk ställning	35
5.4.1	<i>Soliditet</i>	35
5.4.2	<i>Kassalikviditet</i>	36
5.4.3	<i>Relativ- och nettoskuldsättning</i>	36
6	VVS-BRANSCHEN	37
7	VVS-FÖRETAGEN	38
7.1	Innoair Oy.....	38
7.2	GreenPipe Oy.....	39
7.3	Dir-Air Oy.....	39
7.4	LVI-Vesalainen Oy.....	40
7.5	Modul-Kanava Oy.....	40
7.6	Helsingin LVI-Huolto Oy	41
	KÄLLOR	42

FIGURER

Figur 1. Struktur över konkurrensfördel	14
Figur 2. Exempel på en förkortad resultaträkning	18
Figur 3. Exempel på en förkortad balansräkning	19

1 INLEDNING

Lönsamhet är ett begrepp som står i grund för all företagsverksamhet. För att företag skall kunna vara framgångsrika, bör de vara lönsamma. Lönsamhet kan tolkas på många olika sätt, men oftast sammankopplas ordet i form av vinst. Lönsamhet är dock mycket mera än det och kan mätas på olika sätt med hjälp av olika nyckeltal. Dessa nyckeltal uträknas ifrån boksluten.

För att få en pålitlig bild av företagets lönsamhet, bör bokslutsanalysen göras av justerade bokslut. Om man inte justerar boksluten, kan man få en förvrängd bild av lönsamheten, vilket betyder att det inte går att jämföra nyckeltalen mellan olika företag. Med hjälp av justering av boksluten, får man fram den verkliga ekonomiska situationen företaget ligger i.

Lönsamheten varierar inte endast mellan företag inom olika branscher, vilket betyder att företag inom samma bransch också kan göra betydligt varierande resultat. Variationen på lönsamheten mellan företag inom en specifik bransch beror på många olika faktorer, men i stora drag beror det på om företaget lyckas skapa ett högre ekonomiskt värde än konkurrenterna i form av vinst, som leder till ett bättre resultat. Detta betyder att företaget lyckas bättre med någonting specifikt än majoriteten inom branschen. För att skapa ett högre ekonomiskt värde och för att nå konkurrensfördel på marknaden kan företag använda sig av konkurrensstrategierna kostnadsledarskap eller differentiering. Lyckas företaget skapa mera värde än konkurrenterna, kommer de att nå en konkurrensfördel på marknaden.

VVS-branschen är mycket nära människors vardag och utan branschen skulle det inte finnas fungerande system i hus eller byggnader. På grund av att själva branschen är oundviklig för att samhället skall fungera, är den också mycket välmående och intressant. Behovet av yrkeskunniga kommer alltid att behövas. Eftersom efterfrågan inom denna bransch alltid kommer att existera, gäller det för företag att nå en konkurrenskraftig position inom marknaden för att vara lönsamma.

1.1 Syfte

Syftet med detta arbete är att undersöka och bedöma om de valda företagen inom VVS-branschen har lyckats skapa ekonomiskt värde och om de har en konkurrensfördel på marknaden. De företag som skapar ett högre ekonomiskt värde än konkurrenterna inom branschen har en högre lönsamhet. Vi kommer att undersöka lönsamheten i företagen med hjälp av olika nyckeltal vi analyserar från boksluten. Dessa nyckeltal kommer vi att jämföra med medianen inom branschen, samt standarder för dessa nyckeltal. Syfte är också att kunna söka fram förbättringsförslag för att nå en högre lönsamhet, till de företag som ligger vid medianen eller under.

Fastän vi är medvetna om lågkonjunkturen mellan åren 2008-2009, påverkar detta inte analyseringen av nyckeltalen, eftersom de jämförs med medianen inom branschen inom samma år.

Konkreta frågor undersökningen huvudsakligen skall finna svar på:

- Har de undersökta företagen lyckats skapa ekonomiskt värde?
- Hur konkurrenskraftiga är de undersökta företagen?
- Har de undersökta företagen en konkurrensfördel på marknaden?

1.2 Avgränsning

Vi kommer att koncentrera oss på medelstora aktiebolag inom VVS-branschen. Balance Statistics rapporten innehåller statistik över ekonomiska tal för VVS-branschen mellan åren 2008-2010, vilket betyder att boksluten vi analyserar också är inom denna tidsintervall. Balance Statistics rapporten består av varierande mängd företag, talen är beräknade mellan 218-756 stycken företag, beroende på årtal och nyckeltal. Vi har valt att analysera sex stycken olika företag, som vi anser att är en lämplig mängd för att

kunna jämföra och komma till några resultat. Med hjälp av sex stycken olika företag har vi också en möjlighet att kunna analysera en aning varierande verksamheter, det vill säga att koncentration inte endast ligger vid någon specifik verksamhet. Förutom variation mellan verksamheterna, är sex stycken företag också en lämplig mängd för att få en mångsidig analys och skillnader i resultat.

De valda företagen för detta arbete befinner sig alla inom södra Finland. Alla de valda företagen håller i stort sätt på med samma verksamhet, dock har vi försökt få en liten varians med tanke på verksamheten för att se om det finns någon betydlig skillnad. Vissa företag är mera insatta på luftkonditionering, vissa på renovering och uppe hållning och vissa på allt som hör till branschen.

1.3 Uppläggnig och metod

Detta examensarbete består av en teoridel och en undersökning. Teoridelen börjar i kapitel 2 med diskussion inom begreppet värdeskapande, varefter presenteras konkurrensstrategin som man med hjälp av kan nå en högre lönsamhet och ett högre skapat värde. Kapitel 3 innehåller framställningen av bokslut och dess innehåll, för att kartlägga grundprinciperna för ett bokslut. I kapitel 4 presenteras ämnet bokslutsanalys och i kapitel 5 på vilket sätt och med vilka nyckeltal man kan mäta ett företags lönsamhet. Kapitel 6 består av fakta om själva VVS-branschen och varför den är intressant, varefter kapitel 7 innehåller information om företagen som vi valt att analysera.

Efter teoridelen presenteras undersökningen och resultaten av undersökningen. Därefter följer analys och diskussion av resultaten. Varefter arbetet avslutas med slutdiskussion och förslag till vidareforskning.

Metoden för vår undersökning är delvis kvalitativa och kvantitativa bokslutsanalyser. De nyckeltal som vi analyserar från boksluten jämför vi med standarder som finns för nyckeltalen samt medianerna för dessa nyckeltal från Balance Statistics rapporten inom branschen och med hjälp av dessa jämförelser kan vi bedöma om företagen lyckats skapa ekonomiskt värde. För att kunna bedöma och analysera lönsamheten av företag,

bör både resultaträkningen och balansräkningen justeras så att nyckeltalen blir jämförbara. Vi har byggt upp en egen modell som hjälpmedel för att utföra och jämföra våra bokslutsanalyser. Boksluten har vi skaffat från Patent- och registerstyrelsen. Balance Statistics, det vill säga rapporten över de ekonomiska talen för VVS-branschen har vi skaffat från Kauppalehtis Balanced Consulting.

2 VÄRDESKAPANDE

Syftet med företagsverksamhet är att skapa och behålla kundrelationer. Detta görs med hjälp av att skapa och leverera ekonomiskt värde. Företag överlever och blomstrar när de lyckas kapa en del av det ekonomiska värdet i form av vinst. Företag som lyckas skapa mera värde än konkurrenterna, kommer att uppnå konkurrensfördelar på marknaden. (Besanko et al. 2010 s. 365)

2.1 Konsumentöverskott

För varje produkt och tjänst finns ett maximalt pris kunderna är färdiga att betala. Det maximala priset kunden är färdig att betala definieras som upplevd nytta.

Konsumentöverskott får man då man subtraherar den upplevda nyttan med själva priset kunden betalar (Besanko et al. 2010 s. 365). Typiskt konsumentbeteende är att kunden vill ha det största möjliga konsumentöverskottet. En konsument köper inte en tjänst eller produkt om inte konsumentöverskottet är positivt. Med andra ord om kunden är tvungen att välja mellan två liknande produkter eller tjänster kommer hon att välja det alternativet som ger det största konsumentöverskottet. För att ett företag skall vara konkurrenskraftig är företaget tvungen att försöka skapa ett högt konsumentöverskott (Besanko et al. 2010 s. 367).

Den upplevda nyttan varierar enligt kombinationen av kvalitet och pris, det vill säga liknande produkter eller tjänster med olika kvalitet bör också ha olika priser. Fastän den upplevda nyttan varierar, kan företag ändå skapa samma konsumentöverskott på grund av att priset är beroende av kvaliteten. (Besanko et al. 2010 s. 367-368)

2.1.1 Exempel på konsumentöverskott i förhållande till kvalitet och pris

Produkt A: Hög kvalitet, upplevd nytta 8 €

Produkt B: Låg kvalitet, upplevd nytta 6 €

Priset för produkt A fastställs till 6 € och priset för produkt B fastställs till 4 €.

Konsumentöverskott för produkt A ($8 \text{ €} - 6 \text{ €}$) = 2 €

Konsumentöverskott för produkt B ($6 \text{ €} - 4 \text{ €}$) = 2 €

Båda produkterna skapar samma konsumentöverskott. Detta koncept är viktigt att tänka på, eftersom kunden kommer att välja den som lyckas skapa ett högre konsumentöverskott. Största konsumentöverskottet når man då kvaliteten är hög och priset är lågt. (Besanko et al. 2010 s. 368)

2.2 Hur skapas det ekonomiska värdet?

Ekonomiskt värde skapas då värde av en produkt eller en tjänst överstiger insatser som arbetskraft, kapital, råmaterial och halvfabrikat för att producera produkten eller tjänsten. Noggrannare definierat skapas ekonomiskt värde då den upplevda nyttan för en produkt eller en tjänst överskrider kostnaderna per enhet av slutprodukten. (Besanko et al. 2010 s. 369)

Det värde som skapas bör delas mellan kunden och producenten. Konsumentöverskottet, som definieras som den upplevda nyttan subtraherat med det fastställda priset, är det ekonomiska värdet som kunden erhåller. Producenten igen får priset kunden betalar för produkten och använder det för att täcka tillverkningskostnaderna för produkten. Producentöverskott, som definieras som priset kunden betalar subtraherat med kostnaderna för att tillverka produkten, är det ekonomiska värdet producenten får. När man adderar konsumentöverskottet till producentöverskottet får man den totala summan av skapat värde. (Besanko et al. 2010 s. 369)

$$\begin{aligned}\text{Skapat värde} &= \text{Konsumentöverskott} + \text{Producentöverskott} \\ &= (\text{Upplevd nytta} - \text{Priset}) + (\text{Priset} - \text{Kostnaderna}) \\ &= \text{Upplevd nytta} - \text{Kostnaderna}\end{aligned}$$

(Besanko et al. 2010 s. 369)

2.2.1 Exempel på skapat värde

Exempel på skapat värde av ett företag som tillverkar aluminium burkar.

Tillverkningskostnaderna för 1000 stycken burkar kostar företaget 30 €.

Den upplevda nyttan för 1000 stycken burkar är 100 €.

Detta betyder att det skapade värdet är 70 € (100-30).

Företaget bestämmer att priset är 55 € per 1000 stycken burkar.

Då blir konsumentöverskottet 45 € (100-55) och Producentöverskottet 25 € (55-30)

Totala skapade värdet blir 70 € (45+25).

(Besanko et al. 2010 s. 371-372)

2.3 Det ekonomiska värdet en del av lönsamhet

Ingen tjänst eller produkt är lönsam om den inte gör ett positivt ekonomiskt värde. Om den upplevda nyttan subtraherat med kostnaderna skulle vara negativ, skulle det inte finnas något pris som kunderna är färdiga att betala för att producenten skall få tillverkningskostnaderna täckta för produkten. Detta skulle leda till att producenten inte gör någon vinst alls. Till skillnad när den upplevda nyttan subtraherat med kostnaderna för en produkt eller tjänst är positiv, kan företaget tryggt anskaffa tillverkningsmaterial från leverantörerna, tillverka slutprodukten och sälja den till slutkunden. (Besanko et al. 2010 s. 372)

Fastän det är självklart att priset subtraherat med kostnaderna för en produkt eller en tjänst skall vara positiv för att vara lönsam, betyder det inte att den kommer att göra en

positiv vinst. Inom en marknad där inträde för nya konkurrenter är lätt och alla företag inom marknaden skapar i stort sätt samma ekonomiska värde, finns det en sannolikhet att konkurrensen leder till att lönsamheten går förlorad. I sådana situationer börjar företagen konkurrera med hjälp av att sänka deras priser tills de slutar göra vinst. Detta betyder att kunderna får all det ekonomiska värdet och företagen gör förlust. (Besanko et al. 2010 s. 372)

För att undvika sådana situationer, är företaget tvungen att försöka skapa mera värde än konkurrenterna för att få ett positivt resultat. Det vill säga, företaget är tvungen att skapa en nivå som skapar ett ekonomiskt värde, som inte konkurrenterna kan svara på. Detta är en simpel, men kraftfull insikt på hur man med hjälp av konkurrenskraftig position kan öka lönsamheten. Företag som skapar ett högre värde för kunden, kommer att vinna kunden åt sig och öka lönsamheten. (Besanko et al. 2010 s. 372)

2.4 Värdeskapande med hjälp av konkurrensfördel

Företag inom olika branscher gör olika resultat, vilket betyder att det inte går att jämföra företagens lönsamhet mellan olika branscher. Däremot varierar inte lönsamheten endast inom olika branscher, utan också inom en specifik bransch. När ett företag tjänar en högre ekonomisk vinst än medeltalet av den ekonomiska vinsten inom samma bransch, har företaget en konkurrensfördel på marknaden (Besanko et al. 2010 s. 362-363). Då ett företag har en konkurrensfördel, skapar företag också ett högre ekonomiskt värde (Besanko et al. 2010 s. 364). För att nå konkurrensfördel som leder till ett högre ekonomiskt värde, kan företaget använda sig av kostnadsledarskap, differentiering eller fokusering. Detta koncept är introducerat av Michael Porter och går under namnet bas strategier för konkurrenskraftig position på marknaden (Besanko et al. 2010 s. 379).



Figur 1. Struktur över konkurrensfördel (Besanko et al. 2010 s. 364)

Företagets lönsamhet inom en viss bransch beror på både marknaden och företaget. Närmare definierat beror lönsamheten på efterfrågan inom marknaden företaget konkurrerar i och dess konkurrenskraftiga position på marknaden. Oavsett om ett företag har en konkurrensfördel eller ett underläge på marknaden beror på om företaget är mer eller mindre framgångsrikt än konkurrenterna på att skapa och leverera ekonomiskt värde. Ett företag som kan skapa och leverera ett högre ekonomiskt värde än konkurrerande företag kan samtidigt göra högre vinster och erbjuda mera åt kunderna än vad konkurrenterna kan. (Besanko et al. 2010 s. 363-364)

2.4.1 Kostnadsledarskap

Ett företag som följer strategin kostnadsledarskap skapar mera värde än konkurrenterna med hjälp av att erbjuda kunderna en produkt eller en tjänst med lägre kostnader för att producera tjänsten eller produkten. Med lägre kostnader har företaget en konkurrensfördel på marknaden och skapar på detta sätt ett mera ekonomiskt värde, som igen leder till en högre lönsamhet. Med hjälp av kostnadsledarskap kan företaget dessutom använda sig av lägre priser än marknadspriset och konkurrenterna. Detta kan leda till att antalet sålda produkter eller tjänster blir mera än vad konkurrenterna säljer, vilket igen leder till ett högre ekonomiskt värde och en högre lönsamhet. (Besanko et al. 2010 s. 379-380)

2.4.2 Differentiering

Ett företag som följer strategin differentiering skapar mera värde än konkurrenterna med hjälp av att erbjuda kunderna en produkt eller en tjänst med högre kvalitet, vilket betyder också högre priser. Kostnaderna för att tillverka produkten eller tjänsten är den samma eller en aning högre som konkurrenternas, men företag som använder sig av differentiering kan ta högre priser på grund av att produkten eller tjänsten är unik. Företag som använder sig av differentiering kan också konkurrera med att använda samma priser som marknadspriset eller konkurrenterna, som kan leda till att antalet sålda produkter eller tjänster blir mera än vad konkurrenterna säljer, vilket leder också till ett högre ekonomiskt värde och en högre lönsamhet. (Besanko et al. 2010 s. 382)

2.4.3 Fokus

Fokus är inte någon specifik strategi, fokus innebär var företaget skall söka för att skapa ett högre ekonomiskt värde. Fokus innebär om företaget skall konkurrera i massmarknaden eller om företaget skall specialisera sig på något detaljerat, med andra ord segmentera. Fokus innebär också att företaget väljer att konkurrera antingen med kostnadsledarskap eller med differentiering. (Besanko et al. 2010 s. 395)

2.4.4 Viktigt att välja någondera

Om företag bestämmer sig för att använda sig av dessa konkurrensstrategier, är det ytterst viktigt att välja antingen kostnadsledarskap eller differentiering. Michael Porter har kännetecknat benämningen ”fastnat i mitten”, vilket betyder att ett företag försöker använda sig av kostnadsledarskap och differentiering samtidigt. Enligt Porter kommer företaget att vara mycket mindre lönsam än konkurrenterna om företaget inte bestämmer sig för att använda någondera. Företag kan hamna i denna situation om de misslyckas i att göra beslutet om hur de skall konkurrera. (Besanko et al. 2010 s. 388)

2.4.5 Hur uppehålla konkurrensfördel

Oberoende av den konkurrenssituation företaget har på marknaden, är det alltid en utmaning att uppehålla lönsamheten. Hot mot hållbarheten är bland annat hur lätt det är

för nya konkurrenter att komma in på marknaden, imitation av verksamheten samt priskonkurrens. (Besanko et al. 2010 s. 411)

För att uppehålla konkurrens fördelen är företaget tvunget att försöka skapa mera värde än konkurrenterna. Företagets förmåga att skapa ett överlägset värde, beror i sin tur på resurserna och möjligheterna. Resurser kan vara till exempel patent, varumärke, rykte, specifika tillgångar eller humankapital. Möjligheter kan vara till exempel olika aktiviteter som företaget utför bättre än konkurrenterna, som uppkommer i användning av resurserna. Dock kan man inte ta för givet att resurserna och möjligheterna ensamma är en garanti för att uppehålla konkurrens fördelen. Konkurrens fördelen uppehålls med en säker marginal då den återstår fastän konkurrenterna har försökt kopiera och upphäva den. För att detta skall förekomma bör det finnas tydliga skillnader mellan företagen. Detta betyder att för att skapa och behålla ett högre värde, är företag tvungna att äga olika resurser och möjligheter. Detta innebär också att det torde vara svårt för underpresterade företag att erhålla dessa resurser och möjligheter från de högpresterande företagen. (Besanko et al. 2010 s. 415-416)

Perfekt konkurrens innebär att konkurrenterna inom en specifik verksamhet producerar så långt som identiska produkter eller tjänster, vilket betyder att de är tvungna att använda sig av samma priser. Skulle ett företag i en situation av perfekt konkurrens använda sig av högre priser skulle de endast göra förlust (Besanko et al. 2010 s. 30). Inom perfekt konkurrens sammanfaller de flesta företagen till samma konkurrensnivå, vilket betyder att det är så långt som omöjligt att uppehålla konkurrens fördel och en stabil lönsamhet (Besanko et al. 2010 s. 436).

3 FRAMSTÄLLNING AV BOKSLUT OCH INNEHÅLL

Alla som utövar yrke eller driver rörelse är bokföringsskyldiga. Bokföringsskyldiga är alla aktiebolag, öppna bolag, kommanditbolag, andelslag, föreningar och stiftelser. Bokföringens huvudsyfte är att redovisa resultat. Både ägarna och externa intressenter är intresserade av de resultat som ett företag gör. Bokföringen görs enligt standarder och lagar. Lagar som bokföringen är tvungen att följa är bland annat bokföringslagen,

bokföringsförordningen och andra lagar som berör företagsformen, som till exempel aktiebolagslagen. (Tomperi 2005 s. 11)

Räkenskapsperioden definieras som den period som företagets resultat beräknas. Räkenskapsperioden för ett företags bokföring är vanligtvis 12 månader (Tomperi 2005 s. 12). För varje räkenskapsperiod är alla företag tvungna att redovisa ett bokslut. Bokslutet baserar sig på räkenskapsperiodens bokföring, vilket betyder att all bokföring som gjorts under perioden skall avslutas mot bokslutskontona (Tomperi 2005 s. 15). Bokslutet innehåller företagets räkenskapsperiods resultaträkning, balansräkning och noter till dessa samt en revisionsberättelse. Företag är även skyldiga att lämna in en finansieringsanalys och verksamhetsberättelse om vissa gränser uppnås. Verksamhetsberättelsen är en skild handling som förknippas med bokslutet. Bokslutet skall även innehålla föregående räkenskapsperiods resultaträkning och balansräkning. Alla bokslutshandlingar skall vara tydliga och klara och bilda en helhet av företagets resultat, verksamhet och ekonomiska ställning. Övriga uppgifter som fordras för att klarlägga detta skall nämnas i noterna. Bokslutet skall upprättas inom fyra månader efter räkenskapsperiodens slut och det anses vara färdigt då det undertecknas (Tomperi 2005 s. 144).

3.1 Resultaträkning

Resultaträkningen berättar hur räkenskapsperiodens resultat har uppkommit. Resultaträkningen innehåller alla intäkter och kostnader som hör till företagets regelmässiga verksamhet som uppkommit under räkenskapsperioden. (Tomperi 2005 s. 145)

RESULTATRÄKNING	(Räkenskaps- perioden)	(Föregående period)
OMSÄTTNING	0,00	0,00
Övriga rörelseintäkter	0,00	0,00
Övriga rörelsekostnader	<u>-0,00</u>	<u>-0,00</u>
RÖRELSEVINST (-FÖRLUST)	0,00	0,00
Finansiella intäkter och kostnader	<u>+/-0,00</u>	<u>+/-0,00</u>
VINST (FÖRLUST) FÖRE EXTRAORDINÄRA POSTER	0,00	0,00
Extraordinära poster	<u>+/-0,00</u>	<u>+/-0,00</u>
VINST (FÖRLUST) FÖRE BOKSLUTSDISPOSITIONER OCH SKATTER	0,00	0,00
Bokslutsdispositioner	<u>+/-0,00</u>	<u>+/-0,00</u>
Direkta skatter	<u>-0,00</u>	<u>-0,00</u>
RÄKENSKAPSPERIODENS VINST (FÖRLUST)	0,00	0,00

Figur 2. Exempel på en förkortad resultaträkning (Tomperi 2005 s.151)

Skillnaden mellan alla intäkter och kostnader som uppkommit under räkenskapsperioden ger företagets rörelsevinst eller rörelseförlust. Till intäkter hör omsättningen och andra rörelseintäkter och till kostnader hör bland annat inköp av material och tjänster, avskrivningar, personalkostnader och andra rörelsekostnader. Lagerförändringen påverkar också företagets rörelseresultat, eftersom det justeras enligt lagerökning eller lagerminskning. Rörelsevinsten eller rörelseförlusten berättar företagets regelmässiga verksamhets resultat. (Tomperi 2005 s. 145)

Efter rörelseresultatet klargörs företagets intäkter och kostnader som finansieringen har orsakat, varefter de extraordinära intäkterna och kostnaderna klargörs. Till sist klargörs bokslutsdispositionerna och skatterna. Som resultat får man räkenskapsperiodens vinst efter alla kostnader, förändringar och skatter. Detta slutliga resultat berättar om företaget har gjort vinst eller förlust under räkenskapsperioden (Tomperi 2005 s. 145)

3.2 Balansräkning

Balansräkningen berättar företagets ekonomiska ställning efter räkenskapsperiodens slut. Balansräkningen består av en aktiva del och en passiva del. Aktiva delen berättar vad pengarna har använts till och passiva delen berättar varifrån pengarna kommer. De totala summorna på båda delarna skall vara jämlika och balansera. (Tomperi 2005 s. 152)

BALANSRÄKNING	(Datum för räkenskaps- periodens utgång)	(Datum för före- gående räknens- kapsperiods utgång)		
Aktiva				
BESTÅENDE AKTIVA				
Immateriella tillgångar	0,00		0,00	
Materiella tillgångar	0,00		0,00	
Investeringar	0,00		0,00	
RÖRLIGA AKTIVA				
Omsättningstillgångar	0,00		0,00	
Fordringar	0,00		0,00	
Finansiella värdepapper	0,00		0,00	
Kassa och bank	0,00		0,00	
Aktiva sammanlagt	0,00		0,00	
Passiva				
EGET KAPITAL				
Aktie-, andels- eller annat motsvarande eget kapital	0,00		0,00	
Överkursfond	0,00		0,00	
Uppskrivningsfond	0,00		0,00	
Fond för verkligt värde	0,00		0,00	
Övriga fonder	0,00		0,00	
Balanserad vinst (förlust) från tidigare räkenskapsperioder	0,00		0,00	
Räkenskapsperiodens vinst (förlust)	0,00	0,00	0,00	0,00
ACKUMULERADE		0,00		0,00
BOKSLUTSDISPOSITIONER				
AVSÄTTNINGAR		0,00		0,00
FRÄMMANDE KAPITAL		0,00		0,00
Passiva sammanlagt		0,00		0,00

Figur 3. Exempel på en förkortad balansräkning (Tomperi 2005 s. 151)

3.2.1 Aktiva

Balansräkningens aktiva sida innehåller företagets tillgångar. Den aktiva sidan består av två stycken huvudmoment; bestående aktiva och rörliga aktiva. (Tomperi 2005 s. 156)

Bestående aktiva indelas i tre stycken grupper; immateriella tillgångar, materiella tillgångar och investeringar. Dessa grupper innehåller poster som förväntas skapa inkomst kontinuerligt under flera räkenskapsperioder. Dessa poster är bland annat immateriella rättigheter som patent och tillverkningsrättigheter, utvecklingsutgifter,

byggnader och investeringar i till exempel maskiner och inventarier. (Tomperi 2005 s. 156-157)

Rörliga aktiva indelas i fyra stycken grupper; omsättningstillgångar, fordringar, finansiella värdepapper och kassa och bank. Omsättningstillgångar innehåller tillgångar som är avsedda att överlämnas eller användas som sådana eller efter bearbetning. Detta kan vara varor under tillverkning eller färdiga varor. Fordringar innehåller vanligtvis kundfordringar och lönefordringar. Kundfordringar är fordringar som uppkommit i samband med försäljningen, det vill säga kunden har en viss betalningstid. Lånefordringar är fordringar av beviljade kreditlån. Finansiella värdepapper innehåller sådana aktier och andelar som inte är anskaffade för fast ägande eller som kan hänföras till omsättningstillgångarna. Detta kan till exempel vara värdepapper som fått som betalning av en kundfordran. Kassa och bank innehåller hur mycket pengar det finns i kassan och på bankkontot. (Tomperi 2005 s. 157-158)

3.2.2 Passiva

Balansräkningens passiva sida innehåller kapitalfinansieringen av företagsverksamheten. Passiva sidan består av fyra stycken huvudmoment; eget kapital, ackumulerade bokslutdispositioner, avsättningar och främmande kapital. (Tomperi 2005 s. 158-159)

Eget kapital innehåller bland annat summan som har investerats i företaget och räkenskapsperiodens vinst eller förlust. Sättet som det egna kapitalet tas upp i balansräkningen beror mycket på företagsformen. Ackumulerade bokslutdispositioner innehåller två grupper; ackumulerade avskrivningsdifferenser och reserver. Ackumulerade avskrivningsdifferenser innehåller poster som beror på om företaget har gjort mera avskrivningar i bokslutet än enligt plan. Reserverna i ett aktiebolag kan innehålla återanskaffningsreserveringar för till exempel en ny tillverkningsmaskin. Avsättningar innehåller sådana utgifter som är sannolika, men den exakta summan eller tidpunkten för utgiften är okänd. Främmande kapital innehåller två stycken grupper; Kortfristiga skulder och långfristiga skulder. Dessa skulder är bland annat skulder till leverantörer och skulder till kreditinstitut. Långfristiga skulder är vanligtvis banklån och

kortfristiga är vanligtvis skulder till leverantörer och resultatregleringar. (Tomperi 2005 s. 158-159)

3.3 Finansieringsanalys

Till bokslutet hör också en finansieringsanalys. Denna analys är inte obligatorisk om inte vissa gränser uppfylls. Gränserna för att inte behöva redovisa en finansieringsanalys är dessa följande, varav högst en får överskridas;

- Omsättningen är mindre än 7 300 000 €
- Balansomslutningen är mindre än 3 650 000 €
- Genomsnittliga antalet anställda är mindre än 50 personer. (Tomperi 2005 s. 160-163)

Finansieringsanalysen berättar hur företagets pengar rör sig, det vill säga hur resurserna är använda. Finansieringsanalysen berättar mera grundligt hur alla medlen använts än vad balans- och resultaträkningen berättar. Detta på grund av att till exempel resultaträkningens omsättning kan innehålla inkomster av försäljning som företaget inte ännu har fått. Detta kallas prestationsprincipen, som innebär att en händelse bokförs då det sker, i detta fall betyder det att inkomsten av försäljningen kommer senare än när händelsen bokförts. I motsats till detta kan företag använda sig av kontantprincipen, som innebär att händelsen bokförs först då pengarna levereras. Finansieringsanalysen innehåller inte händelser som lagerförändring eller avskrivningar, eftersom de inte orsakat en betalning. (Tomperi 2005 s. 160-163)

3.4 Noter

För att bokslutet skall ge en verklig och tillräcklig bild av företagets verksamhet, ekonomiska ställning och resultat bör bokslutet innehålla noter. Noter är tilläggsinformation som skall hjälpa en utomstående att visa en verklig bild av företagets resultat. I bokföringsförordningen nämns de faktorer om vilka uppgifter och händelser som skall framställas i noterna. Dessa är bland annat noter till resultat- och

balansräkningen, noter beträffande inkomstskatten och noter beträffande innehav i andra företag med mera. (Tomperi 2005 s. 168)

3.5 Verksamhetsberättelse

Verksamhetsberättelsen är ett dokument som skilt skall bifogas till bokslutet. Detta dokument skall innehålla tilläggsinformation till de uppgifter som noterna, resultat- och balansräkningen har gett. I detta dokument bör nämnas viktiga händelser som skett under räkenskapsperioden eller händelser som kan ha en framtida påverkan på företagets ekonomiska ställning och resultat, som inte kommer fram i övriga delar bokslutet. Detta dokument skall även innehålla information om väsentliga förändringar som skett eller skall ske inom en snar framtid i företagets affärsverksamhet. Dessa förändringar kan till exempel vara stora investeringar eller dylikt. (Tomperi 2005 s. 165)

Verksamhetsberättelsen är inte obligatorisk om inte vissa gränser uppfylls. Dessa gränser är de samma som nämndes under framställning av finansieringsanalys (se sid 19, Finansieringsanalys). Dessa undantag berör inte bostadsaktiebolag eller stiftelser, eftersom dessa alltid är skyldiga att framställa en verksamhetsberättelse enligt lag. Aktiebolag som inte framställer en verksamhetsberättelse bör emellanåt lämna uppgifter i noterna som fordras i aktiebolagslagen. En av de vanligaste uppgifterna som bör lämnas är förslag till vinstdeposition. (Tomperi 2005 s. 166)

3.6 Revisionsberättelse

De flesta företag som är bokföringsskyldiga är också revisionskyldiga. Revisionen följer standarder enligt revisionslagen. Revisionen sköts av en utomstående revisor, vars uppgift är att granska bokslutet. (Kokkonen 2002 s. 9)

Revisionsberättelsen är ett skilt dokument som framställs och undertecknas av en revisor och som tillsätts till bokslutet. I revisionsberättelsen framgår det att bokföringen och bokslutet har gjorts enligt lag och standarder. En vanlig revisionsberättelse är uppbyggd enligt inledning som innehåller det granskade företagets namn, den granskade räkenskapsperioden och uppgifter om granskning av årsredovisningen, bokslutet och

ledningen i enlighet med god revisionsred. Efter inledningen nämns ett uttalande enligt revisionslagen (Kokkonen 2002 s. 62-65).

4 BOKSLUTSANALYS

Företagsbokslut visar ett företags prestation och finansiella position under en viss tidsperiod. Finansanalytiker studerar boksluten för att utvärdera hur företaget har presterat förut och hur det antagligen kommer att prestera inom den närmaste framtiden och på längre sikt. Detta kallas också med ett annat ord fundamental analys. Det finns många orsaker för att analysera ett företags bokslut, till exempel för investeringsmöjligheter, förlängning av kredit från korttidslån och långtidslån eller analys av en konkurrents operation. Till en bokslutsanalys hör att ta fram viktiga finansiella nyckeltal och andra analytiska verktyg för att kunna få en god insikt av företagets lönsamhet och därmed också den risken som företaget har tagit. (Stickney 1996 s. 1-2)

När man analyserar bokslut är det i stort sett två steg som krävs. Det första steget är att kalkylera relativa och användbara nyckeltal utifrån bokslutet och sedan att kunna analysera svaren man fått utifrån kalkyleringarna. Det andra steget är ett mer krävande steg, eftersom man bör känna till branschens nuläge på marknaden, ha kunskap om vilka strategier företaget använder sig av för att konkurrera inom marknaden och förståelse om de viktiga koncepten och principerna utifrån vilka nyckeltalen har blivit kalkylerade och hur de har blivit kalkylerade (Stickney 1996 s. 1-2). Det är förutom att kunna kalkylera och få fram olika nyckeltal viktigt att veta hur man skall tolka dem och veta om de tal man har fått fram är bra eller dåliga (Aspegren 2009).

4.1 Styrning genom bokslutsanalys

För att kunna styra ett företag mot en högre lönsamhet krävs det analyser av händelser som skett i företaget under en förfluten tid. Bokslut visar vad som skett i ett företag under de gångna redovisningsåren. Dessa bokslut analyseras och tolkas för att få en insikt i företagets framtida möjligheter under de förutsättningar som finns. De frågor

man ofta vill få svar på genom en bokslutsanalys är om företaget kommer att prestera bra kommande år. Detta innebär analyser om bland annat företagens likvida medel kommer att räcka till under året och om företaget ligger i en riskabel position, som kan leda till att företaget kan gå under. (Carlson 2000 s. 18-19)

För att få en bra inblick i utvecklingen i ett företag behöver man få fram information i form av nyckeltal. Dessa nyckeltal ger en tydligare bild av företagets framtida situation. Nyckeltal är relativ information som exempel hur mycket kapital som behöver investeras i företaget för att man skall kunna nå det resultat som man strävar efter. Med hjälp av nyckeltal kan man enklare jämföra olika företag och deras prestationer. När man jämför två olika företag så behöver det inte innebära ett hinder om det ena företaget är betydligt mycket större än det andra, analysen kan göras så att man kalkylerar resultatet av varje investerad euro. (Carlson 2000 s. 42-43)

4.2 Syftet med en bokslutsanalys

Det finns olika syften varför man gör en analys av ett företags prestationer. Dessa syften är bland annat för att kartlägga företagets status, utveckling, kunder, leverantörer, budgeter och konkurrenter. Av dessa är konkurrentanalysen extremt viktig för att kunna konkurrera inom marknaden. (Carlson 2000 s. 42-43)

Med hjälp av konkurrensanalys kan man få reda på om ett konkurrerande företag växer mer än ett likvärdigt företag, varför det växer snabbare eller varför de gör mer vinst än ett annat. Genom att göra en konkurrensanalys kan man få idéer till förbättringsalternativ inom ett företag som skulle innebära bättre lönsamhet. (Carlson 2000 s. 42-43)

Styrkan på konkurrenskraften inom ett företag kan ses genom dess tillväxt. Detta ses som ett tecken på att administrationen i företaget lyckas med sin uppgift i att hålla företaget i en bra position. Till motsats till detta ses ofta ett företag var ingen tillväxt sker som ett misslyckande. Ett företag bör alltid se till att prestera bättre än det tidigare har gjort. På en marknad med en stor konkurrens är det extremt viktigt för företag att uppvisa en tillväxt för att företaget skall hållas konkurrenskraftig, i annat fall finns

riskerna att företagets vinst minskar och konkurrenterna tar över dess andel av marknaden. (Carlson 2000 s. 50-51)

4.3 Analysmaterialet

Materialet som används som grund för en analys av ett företag kan vara av olika slag. Några av de vanligaste materialen för en analys av företag är företagets bokslut, officiella årsredovisningar och statistiksammanställningar från antingen företagen själva eller externa analytiker. (Lundén 2006 s. 122)

4.4 Justering av materialet

När man gör analyser med bokslut och företags redovisning som underlag är det viktigt att man strävar efter att få en så rättvis jämförelse som möjligt. Detta kan uppnås genom att gå igenom grundmaterialet och utesluta särskilda poster som ses som "extra" eller poster som inte normalt förekommer i företags resultat- och balansräkningar. Med dessa justeringar menar man oftast extraordinära poster (Lundén, 2006 s. 133). Om man analyserar ett företag som ingår i en koncern som antingen moder- eller dotterbolag är det mycket viktigt att kunna urskilja händelser i bokföringen som hänför sig till interna transaktioner inom koncernen. Om ett dotterbolag har sålt varor till moderbolaget så medför detta en försäljningspost för dotterbolaget och en utgiftspost för moderbolaget, vid en analys av dessa företag bör i detta fall dessa posters transaktioner tas bort eftersom det inte i sig medfört en vinst eller kostnad för koncernen som en helhet. (Lundén 2006 s. 122-123)

För att kunna göra en rättvis analys och få fram nyckeltal som är tillförlitliga är det mycket viktigt att gå igenom grundmaterialet förrän man beräknar nyckeltalen från resultat- och balansräkningarna. Justeringar behöver inte alltid göras men är i vissa fall väldigt nödvändiga för att kunna göra en så rättvis jämförelse som möjligt utifrån nyckeltal som baserar sig på en så korrekt finansiell ställning av företaget som möjligt. Olika typer av företagsformer inom samma jämförelse är ett fall som alltid behöver analyseras utifrån justerade tal. (Lundén 2006 s. 152)

När man gör justeringar av bokslut skall de göras både på företagets resultat- och balansräkning, och utifrån de justerade siffrorna räknas nyckeltal som ger en mera rättvisande bild. Kalkyleringarnas tillförlitlighet beror helt på hur mycket information som har funnits tillgänglig vid justeringarna och därmed av vilken kvalitet de blivit gjorda. Detta betyder i praktiken att justeringarna gjorda för resultaträkningen bör motsvara företagets verkliga inkomster och utgifter, det samma gäller också för balansräkningen att alla tillgångar och skulder ska ha de värden som verkligen gäller. (Laitinen 1996 s. 34)

Man bör också ta i beaktande om räkenskapsperioden i det företag vars bokslut skall analyseras skiljer sig från den normala längden på 12 månader. I sådana fall bör man justera siffrorna för de månader man har och sedan kalkylera vilka siffror detta skulle innebära för en period på 12 månader. Detta kallas en periodlängdjustering och görs åt resultaträkningen, men inte vanligtvis åt balansräkningen eftersom det kan ge fel värderingar. (Laitinen 1996 s. 34)

4.4.1 Justering av resultaträkningen

För att fastställa det verkliga resultatet gör man en beräkning för att få fram ett verkligt nettoresultat. Vinster som fåtts genom försäljning kan behöva justering, eftersom de kan innehålla försäljning till bolag inom samma koncern, eller försäljning av en fabriksfastighet vilket bokas som en extraordinär inkomst. Till justeringen räknas också produktionens materiallageranvändning, vid en lagerökning minskas inköpskostnader och vid en lagerminskning ökar inköpskostnaderna. (Kallunki 2007 s. 44-45)

Om företaget hyr egendom istället för att äga den, bör detta justeras. Om det inte görs kommer det att finnas en utgift för hyran av egendomen på resultaträkningen, men ingen egendom i balansräkningen. Detta innebär en svårighet om man har som mål att jämföra företaget med ett företag som inte hyr sina egendomar utan äger dem. Om man justerar dessa summor går det lättare att jämföra företagen sinsemellan och man kan beräkna företagets egentliga avkastningsförmåga bättre när man räknar nyckeltal för lönsamhet.

Justeringar för hyrda tillgångar sker genom att i balansräkningens tillgångssida sätta till det planenliga restvärdet på den hyrda tillgången till företagets egna anläggningstillgångar. Efter detta krävs det att man bokar de framtida utgifterna för hyran som skulder och att företaget i dess resultaträkning delar upp hyreskostnaderna i en avskrivnings- och en räntedel. (Lundén 2006 s. 143)

Kursdifferenser som kan uppstå vid utrikeshandel bör enligt god bokföringssed bokföras enligt försiktighetsprincipen. Detta betyder att en kursförlust bör bokas direkt när den är bekräftad och att en kursvinst bokas först när den är realiserad eller när företaget verkligen fått pengarna. Om denna princip inte har följts i bokslutet så bör kursdifferensförlusten bokas och de vinster som är bokade i balansräkningen flyttas till kursdifferenser. (Kallunki 2007 s. 45-46)

Poster som avskrivningsdifferens och frivilliga reserveringar lämnas helt bort ur en justerad resultaträkning. Å andra sidan bör alla obligatoriska reserveringar vilka innebär sannolika förluster lämnas kvar i den justerade resultaträkningen. (Kallunki 2007 s. 46)

Ägarens lön i företaget är inte alltid fullständigt med i resultaträkningens lönekostnader, eftersom ägaren kan ta ut sin lön delvist eller helt och hållet som privata uttag. Om detta är fallet, är man tvungen att under justeringen öka på lönekostnaderna enligt den genomsnittliga lönenivån. (Kallunki 2007 s. 45)

4.4.2 Justering av balansräkningen

I en bokslutsanalys bör man sträva till att värdet på det analyserade företagets egendom så bra som möjligt skall motsvara dess egentliga värde. Om det under de analyserade åren har funnits en värdeökning på egendomen, kan denna justeras och tas bort ur balansräkningen. Detta ger en bättre jämförelsegrund för företagen. I och med justeringen av resultaträkningen bokades kursdifferenser enligt god redovisningssed och principer, detta beaktas också i justeringen av balansräkningen där kursdifferensförlusternas värde minskas från fordringar om det inte redan är bokat så. Ytterligare om det i resultaträkningen har blivit en minskning av orealiserade

kursvinster i och med justeringen, flyttas det enligt försiktighetsprincip till balansräkningens uppskrivningsfond. (Kallunki 2007 s. 47)

Om det i företaget som analyseras finns hyrda anläggningstillgångar syns dessa inte i balansräkningen. Detta gör att företaget som hyrt sina anläggningstillgångar inte är lika lätt jämförbart med andra som köpt dessa. För att kunna få ett bättre jämförelsetal bör restpriset från anläggningstillgångarna läggas till på balansräkningens aktiva sida och hyreskostnaderna läggas till i det främmande kapitalet. Som bilaga bör man ha en förklaring på de obetalda hyreskostnaderna. De utestående hyreskostnaderna läggs till i balansens båda sidor som två separata poster. (Kallunki 2007 s. 47-48)

5 NYCKELTAL FÖR BOKSLUTSANALYS

Nyckeltal används för att ge en överblickande insyn på ett företags ekonomiska ställning vid en viss tidpunkt, nyckeltalen är kalkylerade eller direkt hämtade ut ett företags redovisning. Nyckeltal kan göras på både externa och interna bokslut, interna bokslut är oftast mycket mer detaljerade och faktafyllda men svårare att få tag på än externa eftersom företag sällan ger ut mer information än vad de är tvungna. Nyckeltalen för ett företag kan beskriva dess utveckling, nutida värde och ge en blick in i hur framtiden för företaget ser ut ekonomiskt. Man kalkylerar ett företags nyckeltal genom att ta ut poster ur dess resultat- och balansräkning och ställa dem i relation till varandra. (Lundén 2006 s. 147-149)

Nyckeltal kan också vara ensamstående tal ur bokföringen, som exempel omsättningen. Syftet med nyckeltal är i första hand att de skall fungera som ett styrhjälpmedel inom företag. Analyserna görs ofta på det egna företaget av denna orsak, men nyckeltalsanalyser görs också på konkurrenter för att bedöma deras ekonomiska ställning och av investerare som vill ha en tydligare blick av ett företag och dess eventuella framtid. (Lundén 2006 s. 147-149)

De flesta nyckeltalen är mycket beroende av vilken bransch man analyserar. För att kunna tolka talen man får fram, bör man ha kunskap om vad som är rimliga tal i

ifrågavarande bransch. Gör man jämförelser mellan företag bör dessa vara inom samma bransch. En annan viktig sak är att vissa nyckeltal inte passar in på vissa branscher, det är till exempel ytterst svårt att i ett handelsföretag använda nyckeltalet omsättning per anställd. (Lundén 2006 s. 149-150)

5.1 Nyckeltal för lönsamhet

Bland de viktigaste nyckeltalen inom bokslutsanalys, är nyckeltal som mäter lönsamheten i företaget. Lönsamheten inom ett företag är mått som beskriver hur resurserna i ett företag använts för att nå vinsten. Lönsamheten i företaget påverkar alla andra nyckeltal eftersom den påverkar företagets likviditet och driftskapital och därmed prestationen företaget har utfört genom utnyttjandet av dess investerade kapital. (Carlson 2000 s. 91-92)

Lönsamheten är livsviktigt för företag, eftersom ett företag utan lönsamhet endast kan hålla sig i gång så länge dess finansiering räcker. Ett lönsamt företag låter sig själv växa på sina vinster. För att ett företag skall kunna fortsätta växa krävs det att de håller sig lönsamma år efter år, annars tar konkurrenterna över marknadsandelarna. Dessutom blir material och lönekostnader också dyrare med tiden, vilka också bör kunna täckas. För att kunna analysera hur effektivt ett företag använder sina resurser så är man tvungen att relatera lönsamhetsmåttet med företagets kapital eller annan insats. Detta på grund av att lönsamhet är ett relativt mått och inte i sig själv beskriver hur företagets resurser blivit använda. (Carlson 2000 s. 91-92)

5.2 Resultatrelaterade lönsamhetsmått

Lönsamhetens effektivitet kan mätas på olika sätt, genom lönsamhetsmått relaterade till resultatet och lönsamhetsmått relaterade till kapitalet. Lönsamhetsmått som är relaterade till resultatet är för det mesta tal som visar hur företaget utnyttjat sin marknadsandel, personal samt volym för att nå sin vinst. (Carlson 2000 s. 92)

5.2.1 Täckningsgrad

Täckningsgraden eller bruttomarginalen är den marginal som finns kvar efter försäljningsvinsten har blivit avdraget av kostnaden för inköpet av varan. Det som blir kvar efter att inköpskostnaden dragits bort, skall senare täcka driftskostnader, finansiella kostnader och sedan också lämna efter sig en vinst. Det här nyckeltalet används oftast för att mäta individuella varugrupper inom företagets produktion då företaget använder sig av olika typer av produktpåslag eller rabattsystem. För att få fram Täckningsgraden behöver man endast dividera bruttovinsten med omsättningen. (Carlson 2000 s. 92-93)

$$\frac{\text{Bruttovinst}}{\text{Omsättning}}$$

Med detta nyckeltal kan man också räkna vidare och få fram olika påläggsprocent som bör användas för att uppnå en viss täckningsgrad. Detta nyckeltal används ofta i och med budgeteringen i företag för att det är enkelt att använda och oberoende av volymförändring. Täckningsgraden kan också användas i en jämförelse mellan företag inom samma bransch eftersom den också är oberoende av den övriga kostnadsstrukturen och kapitalstrukturen. Problemet med detta nyckeltal är dock att den mäter vinsten i ett så tidigt skede att den inte tar i hänsyn stora förändringar som ännu kan ske. Även om ett företag har en enormt god täckningsgrad, kan hela vinsten försvinna i kostnader som rör driften och finansieringen av företaget. Även efter dessa kostnader bör det ännu finnas tillräckligt mycket kvar av resurserna för att företaget skall nå en viss vinst. (Carlson 2000 s. 92-93)

Täckningsgraden varierar kraftigt mellan företag i olika branscher. Detta betyder att det inte finns riktlinjer på vad som är en bra eller dålig täckningsgrad, dock är högre täckningsgrad alltid bättre om den inte gör att försäljningen lider så att resultatet blir sämre. Täckningsgraden som ett företag har kan räknas ner ända till produkt nivå och det kan vara ett bra styrmedel för prissättningen på produkter. Prissättningen i sig påverkar direkt företagets täckningsgrad. (Lundén 2006 s. 188-189)

5.2.2 Vinstmarginal och nettovinstmarginal

Vinstmarginalen är ett nyckeltal som är lite närmare den slutliga vinsten än täckningsgraden. Vinstmarginalen mäts efter företagets driftskostnader, löner och avskrivningar har subtraherats från täckningsgraden men före de finansiella kostnaderna har dragits bort. Detta mått visar hur stor vinsten är per omsatt euro före räntekostnader i företaget och resultatet man får ska således räcka till att både betala räntor och utdela en vinst. (Carlson 2000 s. 93-94)

Nettovinstmarginalen kan man räkna ut om man tar nettoresultatet efter de finansiella kostnaderna som ränta och finansiering och dividerar det med omsättningen. Då får man nettomarginalen som visar företagets vinst för varje omsatt euro efter kostnader. Detta är ett mer noggrannare mått än vinstmarginalen. (Carlson 2000 s.94)

$$\frac{\text{Nettoresultat efter finansiella poster}}{\text{Omsättning}}$$

Detta nyckeltal är även viktigt vid en kassaflödesanalys gällande exempelvis budgetering, eftersom den också visar hur mycket likviditet som uppkommer utifrån omsättningen. (Carlson 2000 s.94)

Några standarder eller riktlinjer är svåra att sätta på ett nyckeltal som nettovinstmarginal eftersom den visar företagets vinst efter finansiella kostnader men före skatter på varje omsatt euro. Med andra ord, ju högre ett företags nettomarginal är, desto bättre. (Franchisenet 2012)

5.3 Kapitalrelaterade lönsamhetsmått

Produktionskapacitet är i många företag viktigt, detta kräver en viss kapitalbindning för företaget. Allt kapital bör dock inte bindas internt till exempelvis lager eller fordringar, utan kan också bindas externt till exempelvis aktier eller andra finansiella värdepapper. Man mäter lönsamheten som är relaterad till kapitalet för att man ska på ett effektivt och

bra sätt kunna styra den interna kapitalbindningen. De nyckeltal som används för att mäta lönsamheten relaterad till kapitalet visar hur företaget har skapat vinst genom att binda pengar på kapital eller via investeringar. (Carlson 2000 s.94)

5.3.1 Avkastning på totalt kapital

Avkastning på totalt kapital är ett viktigt nyckeltal eftersom det mäter hur man har lyckats skapa avkastning på de totala tillgångarna. Här bortser man dock från hur finansieringen av företaget har skett. (Carlson 2000 s.95)

$$\frac{\text{Resultat efter avskrivningar + finansiella intäkter}}{\text{Totalt Kapital (ingående år)}}$$

Detta nyckeltal används för att få reda på hur bra företaget har lyckats skapa vinst utifrån det kapital som finns till dess förfogande. Röntabilitet på totalt kapital är lämpligt för att både sätta upp mål för budgeten i företaget och för att jämföra det med andra företag (Lundén 2006). Detta nyckeltal visar effektiviteten av kapitalanvändningen och hur företaget har använt sina tillgångar och investerade kapital. Det behandlar allt kapital likvärdigt och det spelar ingen roll om det kommer från investeringar, kortfristiga skulder till leverantörer eller banklån (Carlson 2000 s.95).

Resultatet i procent av avkastningen på totala kapitalet kan kalkyleras från både rörelseresultatet och den slutliga vinsten efter skatter och räntor. Ofta vid en jämförelse där man använder sig av avkastningen på det totala kapitalet som nyckeltal är det inte väsentligt hur ett företag har finansierats och man väljer då att beräkna röntabilitet på totalt kapital utan de finansiella kostnaderna utifrån rörelseresultatet. Detta underlättar jämförelser av företag som har olika metoder av finansiering eftersom man inte i detta fall lägger någon vikt på den delen. (Lundén 2006 s. 180)

Detta sätt att mäta vinsten överlappar hela verksamheten i företaget och dess användning av resurser och därmed visar hur pass stabilt företaget är och hur känsligt det är för konjunktursvängningar. Talet man uppnår med denna analys visar hur bra

företaget lyckats upprätthålla sig själv på marknaden mot sina konkurrenter. Den här typen av mått fokuserar på företagets tillgångssida och är inte beroende av hur kapitalet inom företaget är fördelat mellan det egna kapitalet och skulder som företaget har. De facto att detta tal inte beaktar finansieringen av företaget kan lösas genom att jämföra avkastningen med medeltalet på skuldräntan, eller beräknar nettoavkastningen av tillgångarna som företaget har. Nyckeltalet som fås kan användas för styrning och lämpar sig för ledningen i stora företag för styrningshjälp. Nyckeltalet som fås kan man kalla dålig om avkastningen är mindre än 5 %, svag om mindre än 10 % och god om den är högre än 10 %. Detta visar dock inte hela sanningen eftersom det kan påverkas av samma orsak som avkastningen på det egna kapitalet. Dessa standarder är inte slutgiltiga utan det beror starkt på vilken bransch företaget verkar inom. (Lundén 2006 s. 180)

5.3.2 Avkastning på eget kapital

Det oftast viktigaste för börsnoterade aktiebolag är hur väl det egna kapitalet inom företaget blir använt för att skapa ett mervärde för aktieägarna. Detta för att externa intressenter och aktieägare till företaget oftast inte är insatta i dess löpande drift. Avkastningen på det egna kapitalet analyseras både för styrningen och för kontroll av förvaltningen och bör därför konstant analyseras av företaget. För aktieägarna däremot fungerar det inte på samma sätt. För att nyckeltalet för avkastningen på det egna kapitalet skall vara till nytta för ägare, behövs också ett nyckeltal för soliditet eftersom detta tal också måste vara tillräckligt starkt för att företaget ska kunna ge en avkastning på ägarnas investering. (Carlson 2000 s. 100-102)

En stor skillnad mellan avkastningen på det egna kapitalet och avkastningen på totala kapitalet är att i detta nyckeltal beaktas kostnaden för det främmande kapitalet, eftersom den ingår i nettoresultatet. För att räkna ut nyckeltalet för avkastningen av det egna kapitalet dividerar man nettoresultatet i procent efter skatt med det justerade egna kapitalet från ingående året. (Carlson 2000 s. 100-102)

$$\frac{\text{Nettoresultat}}{\text{Justerat eget kapital (ingående år)}}$$

Avkastning på eget kapital är aktieägarnas avkastning och visar vilken avkastning de har fått på det investerade kapitalet. Eftersom det är mera risker i att investera i aktier än att ha pengar på ett bankkonto med en fast avkastning, bör avkastningen på det egna kapitalet med en god marginal vara högre än en bankränta man kan få för att avkastningen skall vara godtagbar. En svag avkastning på eget kapital är lägre än 5 % av det investerade kapitalet och detta är ett tydligt tecken på att företaget som man investerat i, inte har förvaltat sitt kapital på rätt sätt. Avkastning under 10 % är inte heller bra, men betyder nödvändigtvis inte att det går dåligt för företaget. För att kalla det en bra avkastning bör den överstiga gränsen 10 %, detta betyder dock inte att det nödvändigtvis går bra för företaget. Ett företag med ett litet investerat kapital och en liten balansräkning, men med en större resultaträkning kommer att uppvisa mycket hög avkastning. (Aspegren 2009)

5.3.3 Avkastning på investerat kapital (ROI)

Det här nyckeltalet visar direkt hur mycket en ägare får tillbaka i procent på sin investering i ett företag. Talet mäter den relativa lönsamheten, det vill säga lönsamheten i relation till det som har investerats i företaget och kräver avkastning eller ränta för investeringen. Det kapital som har blivit investerat är eget kapital samt främmande kapital som är räntebärande. Detta nyckeltal är inte branschspecifikt utan är lätt att förstå sig på och jämföra. (Asiakastieto 2012)

Det finns flera typer av investerat främmande kapital, exempelvis skulder till kreditinstitut, långfristiga skulder (interna och externa), räntebärande kortfristiga skulder, interna räntebärande skulder, kapitallån och pensionslån. (Yritystutkimusneuvottelukunta 2009 s. 59)

$$\frac{\text{Nettoresultat} + \text{Finansiella kostnader} + \text{Skatter 12 månader}}{\text{Investerat kapital (ingående år)}}$$

Standarder för ROI är ju högre desto bättre, men vanliga tal och hur de kan tolkas är enligt följande:

- över 15 % = bra
- 9-15 % = Tillfredsställande
- 0-9 % = Tveksam
- < 0% = Dålig (Asiakastieto 2012)

5.4 Nyckeltal för ekonomisk ställning

Nyckeltalen som kan användas för att analysera finansieringen i företaget kan indelas i de som relaterar till kapitalet, som soliditet och relativ skuldsättning samt nettoskuldsättningsgrad, rörelsekapital och nettorörelsekapital. Den andra kategorin är nyckeltal som visar företagets betalningsförmåga, som likviditeten i företaget. Dessa kan också delas in i Quick ratio och Current ratio som visar på hur företagets betalningsförmåga är inom en kort, respektive längre period. (Yritystutkimusneuvottelukunta 2009 s. 55-67)

5.4.1 Soliditet

Soliditet och likviditet kalkyleras för att visa ett företags styrka och dess betalningskraft. Soliditeten visar hur stort det egna kapitalet är relaterat till summan av företagets tillgångar, anläggningstillgångar och dess omsättningstillgångar. Soliditeten kalkyleras genom att det egna kapitalet divideras med det totala kapitalet. (Aspegren 2009)

Eget kapital

Totalt kapital

Soliditeten i företaget visar hur stort det egna kapitalet är i relation till summan av företagets tillgångar, anläggningstillgångar och omsättningstillgångar. Låg soliditet betyder att man har höga skulder gentemot det egna kapitalet och hög soliditet vice versa. En soliditet under 20 % räknas som låg och en soliditet som ligger vid eller över 25 % - 30 % räknas som bra. Låg soliditet uppkommer om ett företag har gått med förlust flera år i rad eller om företagets tillväxt är snabb och behöver mycket kapitalkrävande investeringar. Familjeföretag som lyckats upprätthålla en god lönsamhet har ofta en mycket bra soliditet på grund av få lån som tagits. Helt vanliga

börsnoterade företag har inte i många fall över 50 % soliditet eftersom vinstutdelning ofta krävs av aktieägare och det minskar på det fria egna kapitalet. (Aspegren 2009)

5.4.2 Kassalikviditet

Kassalikviditet är företagets kortsiktiga betalningsförmåga, graden på likviditet visar till hur kapabelt företaget är att betala sina kortsiktiga skulder i tid och hur bra pengarna räcker till för detta. Likviditeten får inte vara för hög och inte heller för låg, en för hög likviditet visar att företaget inte använder sina pengar på rätt sätt utan har de bundna i kassan vilket inte ger någon avkastning, en låg likviditet då igen visar att företaget inte har likvida medel att betala sina kortfristiga skulder och kan behöva söka finansiering utifrån vilket är en räntebärande skuld i de flesta fall. (Kallunki & Kytönen 2007 s. 84)

Kassalikviditet

$\frac{\text{Kassa och kundfordringar}}{\text{Kortfristiga skulder}}$

Man brukar räkna med att kortfristiga skulder kan finnas mellan en månad till ett helt år inom företaget. Skulder som finns under den posten för ett helt år är ofta banklån vars nästa års amortering har blivit flyttad till kolumnen kortfristiga skulder. God kassalikviditet på perspektivet för en månad bör i kassan vara åtminstone 200 % - 300 %, eftersom 100 % är vad som krävs för att betala alla fakturor och utgifter under den månaden och en buffert bör finnas. (Aspegren 2009)

5.4.3 Relativ- och nettoskuldsättning

Relativ skuldsättning är ett nyckeltal som mäter hur bra ett företags rörelseresultat klarar av att betala tillbaka på de skulder som finns. När ett nyckeltal för kapitalet har en variabel från resultaträkningen och en från balansräkningen, används omsättningen i företaget som en summa att jämföra med. För att detta nyckeltal ska kunna användas vid en jämförelse och skapa pålitliga resultat bör de jämförda företagen vara inom samma bransch. Dock finns det vissa standarder som man kan använda sig av som säger att om den relativa skuldsättningen är mindre än 40 % så är det bra, 40-80 % nöjaktigt och över 80 % dåligt.

Nettoskuldsättningsgraden som hör ihop med den relativa skuldsättningsgraden ger en bättre bild av skuldsättningsläget i företaget om företaget innehar mycket likvida medel. (Yritystutkimusneuvottelukunta 2009 s. 62)

Relativ skuldsättningsgrad

$$\frac{\text{Justerade skulder från balansräkning - Erhållna förskott}}{\text{omsättningen under 12 månader}}$$

Nettoskuldsättningsgrad

$$\frac{\text{Justerade skulder från balansräkning - Erhållna förskott - Kassa \& Finansiella värdepapper}}{\text{Eget kapital}}$$

6 VVS-BRANSCHEN

VVS står för "värme, vatten och sanitet" och hör som en del till byggsektorn. VVS är i första hand system som installeras inomhus och sköter vattenförsörjning och avlopp. VVS-branschen är stor inom byggsektorn och det finns många VVS företag som är mycket lönsamma eftersom system måste installeras i så gott som varje byggprojekt som görs, för det målet att människor ska kunna under en längre period vistas där. Det är väsentligt att ha ett fungerande system. I egnahemshus, kontor och likartade lokaler är systemen relativt enkla, men systemet för värme, kyla och ventilation är avsevärt mycket mer komplexa och kräver största delen av tiden vid installationer. (Teknikhandboken 2011)

Behovet av yrkesmässig personal ökar hela tiden eftersom många hus i dagens läge börjar bli eller redan är i det skicket att de kräver reparationer. Förutom att reparationer krävs, byggs det konstant nya hus, kontor och industriområden och dessutom utvecklas systemen och tekniken konstant. Det är huvudsakligen inom utvecklingen det behövs mera yrkeskunniga, nya koncept som utvecklas inom branschen stannar oftast vid planeringsskedet och installationsskedet på grund av brist på kunskap. Därför kommer

det att krävas allt högre och mångsidigare yrkeskunnighet av speciellt konstruktörerna och installatörerna inom branschens framtid, för att få de nya systemen och teknikerna till en del av människornas vardag. (Talotekniikka-Julkaisut Oy 2011)

En till orsak varför mera yrkeskunniga behövs inom en snar framtid är för att medelåldern för dagens yrkeskunniga är relativt hög, vilket betyder att det kan bli brist på arbetskraft mycket snabbt. Detta är i sig en mycket stor nackdel för hela yrkeskunnigheten och branschen, eftersom när den gamla generationen faller bort, försvinner också mycket värdefull kunskap och erfarenhet speciellt när det är frågan om äldre byggnader. (Talotekniikka-Julkaisut Oy 2011)

Detta fenomen betyder att VVS-branschen alltid kommer att vara viktig och ha en framtid. Arbete finns för både grundskolade och högskolade inom branschen. Efterfrågan kommer alltid att finnas, vilket också gör branschen till en säker och lönsam bransch. (Talotekniikka-Julkaisut Oy 2011)

7 VVS-FÖRETAGEN

I detta kapitel presenteras allmän information om de valda företagen för analysen. Alla de företag som introduceras befinner sig i södra Finland och håller i stort sätt på med samma verksamhet, dock finns det variation mellan företagen i fråga. Dessa företag är valda på basen av deras storlek och länen där de har verksamhet. Ett av företagen har dock verksamhet både i södra Finland och i mellersta Finland.

7.1 Innoair Oy

Innoair Oy är grundat år 2008 befinner sig i Esbo och är specialiserad på luftvärmepumpar, kylaggregat och tillbehör till dessa luftkonditioneringsystem. Förutom att Innoair säljer och installerar dessa system, hör också planering och reparation av dessa till deras verksamhet. Även luftfuktare, avfuktare och fastighetssystem hör till deras produktsortiment. Deras verksamhet fungerar i allmänhet inom Nyland, men också vid större projekt i övriga Finland. Till företagskunder erbjuder Innoair sina tjänster inom hela Finland. Innoair är medlem i Finlands

luftvärmepumporganisation och deras installationer görs enligt EU-CERT standard. (Innoair 2012)

Omsättning per räkenskapsår:

19.2.2008 - 31.12.2008	1.1.2009 - 31.12.2009	1.1.2010 - 31.12.2010
475 358,29 € (inte justerat)	592 992,01 €	648 651,46 €

(Se bilaga 13, 14 och 15)

7.2 GreenPipe Oy

Greenpipe Oy är grundat år 1994 befinner sig i Vanda, men de har också verksamhet i Uleåborg. Greenpipe är specialiserad på VVS- upphållning, installation, planering och renovering i offentliga byggnader samt rörledning till dessa. De erbjuder även sina tjänster till privatpersoner och företag. Deras verksamhet fungerar i allmänhet inom huvudstadsregionen och i centrala Uleåborg, men också vid behov i övriga Finland. År 2009 köpte Greenpipe Wirmax Oy, som är verksam med el-installationer inom huvudstadsregionen. Detta betyder att Greenpipe även erbjuder tjänster inom el-installationer. (Greenpipe 2012)

Omsättning per räkenskapsår:

1.2.2008 - 31.1.2009	1.2.2009 - 31.1.2010	1.2.2010 - 31.1.2011
828 170,44 €	1 135 429,84 €	1 839 838,59 €

(Se bilaga 1,2 och 3)

7.3 Dir-Air Oy

Dir-Air Oy utvecklar, producerar och säljer Air-In luftventiler och ljudisolering till olika produkter. Dir-Air är grundat år 1992 och befinner sig i Riihimäki. Dir-Air är ett av de ledande företagen inom sitt fält i Finland. Air-In produkterna är patenterade och registrerade inom Finland och största delen av EU. Dir-Air specialiserar sig på deras egen produktutveckling, hög kvalitet och snabba leveranser. Dir-Air är känt för sin produktutveckling och att utvecklingen anpassas till olika marknader. Deras produkter har också utvecklats enligt kundrespons för att vara ekologiskt anpassade och

användningen av solenergi finns. Dir-Air är först på marknaden med att utveckla sina luftventiler på ett sätt som tillåter dess filter att kunna bytas ut i enkelhet utan verktyg och mängden på luftflödet anpassas automatiskt, luftflödet kan också kontrolleras manuellt på deras ventiler. (Dir-Air 2012)

Omsättning per räkenskapsår:

1.1.2008 - 31.12.2008	1.1.2009 - 31.12.2009	1.1.2010 - 31.12.2010
709 188,93 €	993 895,10 €	1 237 948,53 €

(Se bilaga 4, 5 och 6)

7.4 LVI-Vesalainen Oy

LVI Vesalainen Oy är ett VVS-företag som grundades år 2004. Det är ett traditionellt men ändå modernt företag inom VVS-branschen med många kunskapsområden. Företaget kommer från Mäntsälä i Finland och har år 2010 ingått i koncernen Putkiset. Företaget erbjuder tjänster inom VVS-branschen så som planering, en gångs och kontinuerlig service, ny- och reparationsbyggen samt installationer och detaljhandel. (LVI Vesalainen, 2012)

Omsättning per räkenskapsår:

1.4.2008 - 31.3.2009	1.4.2009 - 31.3.2010	1.4.2010 - 31.12.2010
932 062,10 €	919 268,10 €	698 537,41 € (inte justerat)

(Se bilaga 16, 17 och 18)

7.5 Modul-Kanava Oy

Modul-Kanava Oy är grundat år 1994 och befinner sig i Åbo. Modul-Kanava såldes i början av 2012 och är idag känd som Air-Expert Finland Oy. Verksamheten i Modul-Kanava ändrades inte i samband med försäljning av företaget, utan de är fortfarande specialiserad på ventilation och installation och service till dessa. Även värme-, rör och vattenledning hör till deras verksamhet, samt andra allmänna VVS-arbeten. De erbjuder allt från planering till slutförande av byggnadstjänster. Deras verksamhet fungerar i allmänhet inom Åbo och områden kring Åbo. (Modul-Kanava 2012)

Omsättning per räkenskapsår:

1.1.2008 - 31.12.2008	1.1.2009 - 31.12.2009	1.1.2010 - 31.12.2010
1 421 487,51 €	1 733 180,48 €	1 818 243,56 €

(Se bilaga 7, 8 och 9)

7.6 Helsingin LVI-Huolto Oy

Helsingin LVI-huolto är ett VVS-företag som börjat sin verksamhet i Finland år 2006, företaget har sitt verksamhetsområde i Helsingfors och dess omgivning. Företaget säger självt att de erbjuder en helhets service inom området som inkluderar all service och installations arbeten (Helsingin LVI-huolto A 2012). Företaget grundades av en VVS-montör vid namn Taneli Virtanen. Först fungerade företaget med honom som ensam montör men växte efterhand så att en ensam person inte kunde hantera arbetsbördan och personal behövde anställas, redan efter första årets verksamhet fanns det inom företaget fyra anställda. Företaget erbjuder produkter som kranar, handfat och toaletter med tillbehör (Helsingin LVI-huolto B 2012).

Omsättning per räkenskapsår:

1.11.2007 - 31.10.2008	1.11.2008 - 31.10.2009	1.11.2009 - 31.10.2010
628 067,98 €	888 188,48 €	1 027 307,71 €

(Se bilaga 10,11 och 12)

Den empiriska delen och bilagorna av detta examensarbete är sekretessbelagda eftersom det innehåller information som inte bör ges åt en tredje part. Handledaren samt sak granskaren har tagit del och behandlat den empiriska delen.

KÄLLOR

Asiakastieto. 2012, Asiakastieto, [www], Nyckeltal, Publicerad: 2012. Tillgänglig: http://www.asiakastieto.fi/voitto/ohje/tunnusluvut_sv.htm#av Hämtad: 17.4.2012

Aspegren. 2009, Aspegren Idé, [www], Ekonomiska nyckeltal, Publicerad: 2009. Tillgänglig: <http://www.aspegren-ide.se/Familjepaketet/NyckeltalGLC091015.pdf> Hämtad: 20.2.2012

Besanko, David & Dranove, David & Shanley, Mark & Schaefer, Scott. 2010, *Economics of Strategy*, Fifth edition, International Student Version. Asia: John Wiley & Sons Pte Ltd, 593 p. ISBN 978-0-470-484838.

Carlson, Mikael. 2000, *Att arbeta med företagsanalys*, Fjärde upplagan, Mikael Carlson och Liber AB, 261 s. ISBN: 91-47-06083-2

Dir-Air. 2012, Dir-Air, [www], publicerad: 2012. Tillgänglig: <http://www.air-in.fi/en/the-company> Hämtad: 23.4.2012

Franchisenet. 2012, Franchisenet i Skandinavien AB [www], Ekonomi, Publicerad: 2012. Tillgänglig: <http://www.franchisenet.se/ekonomi1.html> Hämtad: 16.4.2012

Greenpipe. 2012, Greenpipe Oy, [www], Publicerad: 2012. Tillgänglig: http://www.greenpipe.fi/fi/greenpipe_oy/ Hämtad: 22.4.2012

Helsingin LVI-huolto A. 2012, Helsingin LVI-huolto, [www], publicerad: 2012. Tillgänglig: <http://www.lvihuolto.fi/> Hämtad: 23.4.2012

Helsingin LVI-huolto B. 2012, Helsingin LVI-huolto, [www], publicerad: 2012. Tillgänglig: http://www.lvi-huolto.fi/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3 Hämtad: 23.4.2012

Innoair. 2012, Yritys ja yhteystiedot, [www], Publicerad: 2012. Tillgänglig: http://www.innoair.fi/epages/Kaupat.sf/fi_FI/?ObjectPath=/Shops/Innoair/Categories/%22Yritys%20ja%20yhteystiedot%22 Hämtad: 22.4.2012

Kallunki, Juha-Pekka & Kytönen, Erkki. 2007, Uusi tilinpäätösanalyysi, Talentum, 272 s. ISBN: 9789521406188

Kauppalehti, Balance Consulting 2012, Balance Statistics, *Plumbing, heat and air-conditioning installation (4322)*, Years 2008-2010. [e-mail] balance@kauppalehti.fi

Kokkonen, Sampsa. 2002, *Tilintarkastuksen perusteet ja käytäntö*, 2.-3. Painos, Sampsa Kokkonen ja Werner Söderström Osakeyhtiö. Vantaa: Tummavuoren Kirjapaino Oy, 213 s. ISBN: 951-0-25498-3

Laitinen, Erkki K. & Luotonen, Erkki. 1996, Mitä tilinpäätös kertoo? Taloustieto Oy, 121 s. ISBN: 9516282253

Lundén, Björn & Ohlsson, Gunnar. 2006, Boksluts Analys, Fjärde upplagan, Björn Lundén Information AB, 278 s. ISBN: 91-7027-478-9 ISBN: 978-91-7027-478-7

LVI Vesalainen. 2012, LVI Vesalainen, [www], publicerad: 2012. Tillgänglig: <http://www.lvi-vesalainen.fi/> Hämtad: 23.4.2012

Modul-Kanava. 2012, Yritys, [www], Publicerad: 2012. Tillgänglig: <http://www.modul-kanava.fi/index.htm> Hämtad: 22.4.2012

Stickney, Clyde P. 1996, *Financial Reporting AND Statement Analysis, A Strategic Perspective*, Third edition, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, 730 s. ISBN 0-03-011698-8

Talotekniikka-Julkaisut Oy. 2011, LVI-ALA [www], Kehittyvä ja työntäyteinen tulevaisuus, publicerad: 2011. Tillgänglig: <http://www.lvi-ala.fi/tulevaisuus.htm> Hämtad: 5.2.2012.

Teknikhandboken. 2011, VVS Företagen [www] *VVS företagens Teknikhandbok* Publicerad 2011. Tillgänglig: <http://www.e->

magin.se/v5/viewer/files/viewer_s.aspx?gKey=nrxvbg8b&gInitPage=1 Hämtad:
21.2.2012

Tomperi, Soile. 2005 *BOKFÖRING i praktiken*, Tredje upplagan, Soile Tomperi och Edita Publishing Oy. Tammerfors: Tammer-Paino Oy, 238 s. ISBN: 952-13-2531-3

Yritystutkimusneuvottelukunta, 2009, *Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi*, Gaudeamus Helsinki University Press, 105 s. ISBN: 9789524952040

Bokslut

Patentti- ja rekisterihallinto, Tilinpäätös ja tilinpäätösasiakirjat vuosilta 2008, 2009 ja 2010. Hämtade på plats: 15.3.2012

Arkadiankatu 6 A, Helsinki
PL 1140, 00101 Helsinki

- Greenpipe Oy
- Dir-Air Oy
- Innoair Oy
- Helsingin LVI-Huolto Oy
- LVI-Vesalainen Oy
- Modul-Kanava Oy