

Extra opdracht financiële analyse (onderdeel van financiële audit van de interne analyse)

Balans 31-12-2016 (\* € 1.000)

Debet			Credit
Gebouwen	4.000	Aandelenkapitaal	3.000
Machines	2.500	Reserves	500
Voorraad eindproduct	1.000	Voorzieningen	1.000
Voorraad grondstof	500	Hypothecaire lening	3.000
Debiteuren	800	Rekening Courant	1.000
Bank	200	Crediteuren	500
Totaal	9.000	Totaal	9.000

Verlies en winstrekening 2016 (\* € 1.000)

Omzet	6.000
Kosten van de omzet	2.000
Vaste kosten	2.750
Rente	250
Winst voor belasting	1.000

De verdeling van de omzet tussen de drie productgroepen A, B en C is 3: 2: 1, de verdeling van de kosten van de omzet tussen productgroep A, B en C is 5: 2: 3.

Het bedrijf overweegt om te investeren in een project. De gegevens daarvan zijn

- De direct te betalen kosten zijn € 450.000
- De opbrengsten, te beginnen aan eind jaar 1, bedragen € 100.000 per jaar, voor 5 jaar lang en per jaar stijgt de opbrengst met € 10.000
- De jaarlijkse extra kosten, te beginnen aan het eind van jaar 1, bedragen € 10.000 voor jaar 1, voor jaar 2 en 3 blijft dit zo maar in jaar 4 en 5 daalt het respectievelijk naar € 9.000 en € 8.000. Elk project dient minimaal een rendement te realiseren van 8%

Vragen

1. Bereken twee solvabiliteitskengetallen
2. Bereken twee liquiditeitskengetallen
3. Bereken drie rentabiliteitskengetallen
4. Bereken het hefboomeffect
5. Maak een margeanalyse
6. Wat is je algemene conclusie over de financiële situatie van dit bedrijf?
7. Moet dit bedrijf wel of niet investeren in dit project (zie ook A&A 3.18, de NCW-methode)?

Gebaseerd op:

1. Rustenburg, Gb. (red.), 2007, *Strategische en operationele marketingplanning, kernstof-B*, 4<sup>e</sup> druk, Wolters Noordhoff, Groningen/Houten.
2. Wallenburg, M. van, 1991, *Financieel Management*, deel 1, eerste druk, 2e oplage, Educaboek.
3. Blommaert, A.M.M. en J.M.J. Blommaert, 2004, *Bedrijfseconomische analyses, Bedrijfseconomie vanuit managementperspectief*, 5e druk, Stenfert Kroese Groningen.
4. Doyle, P, 2000, *Value Based Marketing, Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value*, John Wiley & Sons.