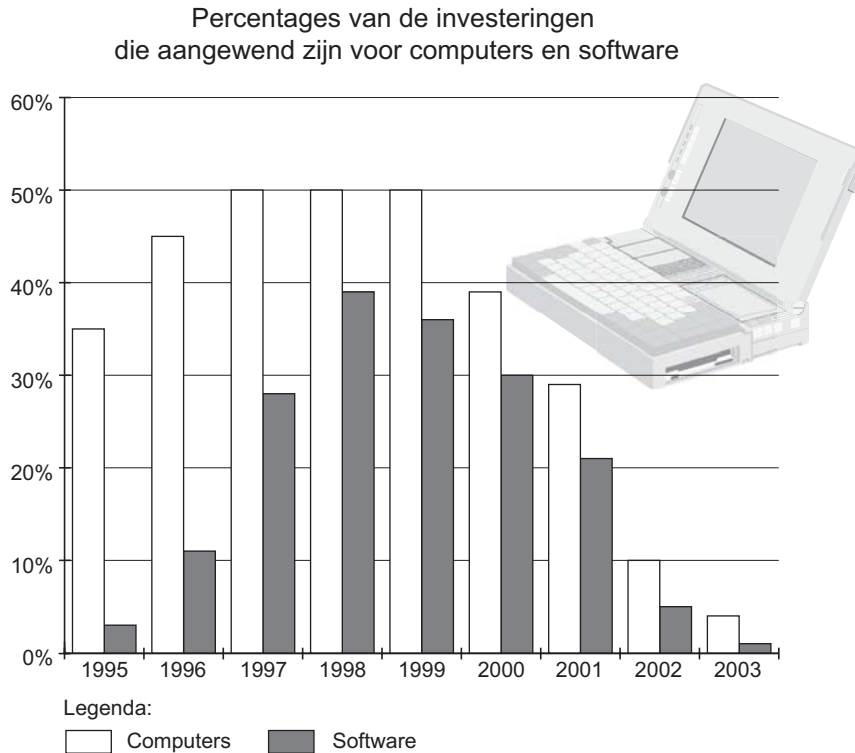


## Opgave 1

figuur 1



*Als bedrijven investeren, doen zij dat vooral in machines, bedrijfsgebouwen en vervoermiddelen, blijkt uit cijfers van het CBS. Op een totale investeringsom van 54 miljard euro werd in 2002 maar 8 miljard gestoken in computers en software. Het zijn vooral verouderde apparaten die worden vervangen. In 1998 werd nog de helft van alle gekochte computers op nieuwe werkplekken neergezet. Nu op elke werkplek een computer staat, lijkt het verzadigingspunt bereikt.*

*bron: FEM Business, maart 2004*

Volgens FEM Business is in 2002 voor 8 miljard euro geïnvesteerd in computers en software.

- 2p 1  Bereken mede met behulp van de grafiekgegevens dat in 2002 inderdaad voor ongeveer 8 miljard euro geïnvesteerd is in computers en software.

Volgens bovenstaande tekst is voor de computer de verzadigingsfase waarschijnlijk bereikt.

- 2p 2  Welke fase van de productlevenscyclus gaat aan de verzadigingsfase vooraf en welke fase volgt op de verzadigingsfase?
- 2p 3  Geef twee manieren waarop producenten de levenscyclus van een product proberen te verlengen.

## ■ Opgave 2

*Bij deze opgave horen de informatiebronnen 1 tot en met 4. Informatiebron 1 gaat over de Nederlandse fietsenmarkt. In informatiebron 2 staan de verkoopmogelijkheden van Handy B.V. in 2005 en in informatiebron 3 de begrote fabricage- en verkoopkosten over 2005. Informatiebron 4 bevat gegevens over de werkgelegenheid bij Handy B.V.*

Fietsenfabrikant Handy B.V. produceert uitsluitend standaard vouwfietsen. In 2002 en 2003 daalde de afzet van Handy B.V. waardoor de productiecapaciteit niet volledig benut werd. Uit een onderzoek naar de oorzaak van de dalende afzet heeft het management van Handy B.V. geconstateerd dat de gehele Nederlandse fietsenmarkt in beweging is. De totale afzet in 2004 op de Nederlandse markt is ten opzichte van 2003 gedaald, terwijl de gemiddelde verkoopprijs van fietsen steeg. Het management van Handy B.V. wil het beleid meer gaan afstemmen op de geconstateerde ontwikkelingen. Eén van de ontwikkelingen is dat de fiets steeds vaker gebruikt wordt voor het woon-werkverkeer.

- 1p 4  Door welke niet-beïnvloedbare omgevingsfactor wordt volgens informatiebron 1 de verkoop van fietsen in Nederland voor het woon-werkverkeer gestimuleerd?
- 3p 5  Toon door middel van een berekening aan dat de totale omzet op de Nederlandse fietsenmarkt in 2004 gedaald is ten opzichte van 2003 (zie informatiebron 1).

Een andere ontwikkeling op de fietsenmarkt is de verschuiving van de vraag van de goedkope naar de duurdere, luxe fiets. De directie van Handy B.V. besluit om vanaf 2005 naast de standaard vouwfiets ook een duurdere, luxe vouwfiets te gaan produceren. Voor de verkoop van de luxe vouwfiets moet Handy B.V. kiezen (zie informatiebron 2) uit twee onderstaande opties.

*Optie I:* verkoop van de luxe vouwfiets via de groothandel aan de traditionele (kleine) tweewielerbedrijven;

*Optie II:* verkoop van de gehele productie luxe vouwfietsen aan Superbike, een fietsenmegastore te Utrecht, tegen een relatief lage prijs.

Bij de keuze van de optie laat het management van Handy B.V. zich leiden door twee criteria:

- a* de bijdrage aan het verwachte bedrijfsresultaat;
- b* de werkgelegenheid binnen de onderneming.

Handy B.V. gaat ervan uit dat de keuze tussen optie I en optie II geen invloed heeft op de fabricagekostprijs maar wel op de commerciële kostprijs.

- 2p 6  Bereken met behulp van de gegevens uit informatiebron 3 het opslagpercentage voor de indirecte fabricagekosten dat Handy B.V. in 2005 hanteert.
- 2p 7  Bereken voor 2005 de fabricagekostprijs van de luxe vouwfiets.
- 2p 8  Noem twee andere economische oorzaken dan de daling van de loonkosten van de vertegenwoordigers, waardoor de verkoopkosten van Handy B.V. bij optie II lager zijn dan bij optie I.
- 2p 9  Bereken het begrote verkoopresultaat over 2005 van de luxe vouwfiets voor zowel optie I als voor optie II.

Het management van Handy B.V. gaat bij de berekening van de werkgelegenheid uit van het aantal fulltime banen. Een fulltime baan omvat 1.600 productieve arbeidsuren per jaar.

- 3p 10  Bereken met hoeveel fulltime banen de werkgelegenheid in de *fabricageafdeling* van Handy B.V. meer toeneemt indien men de luxe vouwfiets levert aan Superbike (optie II) en niet aan de traditionele tweewielerbedrijven (optie I).
- 3p 11  Bereken hoeveel fulltimerbanen bij de *vertegenwoordigers* van Handy B.V. er minder zullen zijn indien men kiest voor optie II in plaats van optie I.

In een vergadering over bovenstaande plannen heeft de ondernemingsraad van Handy B.V. een duidelijke voorkeur uitgesproken voor optie I.

- 2p 12  Geef een reden waarom de ondernemingsraad, ook als de verwachte werkgelegenheid in 2005 bij levering van de luxe vouwfiets aan Superbike hoger zal zijn dan bij levering aan de traditionele tweewielerbedrijven, toch een voorkeur heeft voor de levering aan de traditionele tweewielerbedrijven. Licht het antwoord toe.
- .

## ■ Opgave 3

De industriële onderneming Proha, die grondstoffen bewerkt tot halffabrikaten, overweegt een investering in een recyclinginstallatie. Bij dit recyclingproces worden uit afgekeurde halffabrikaten de grondstoffen teruggewonnen. De vereiste investering bedraagt € 400.000,-. De verwachte cashflows uit deze investering bedragen:

Jaar	Cashflow (× € 1.000,-)
1	100
2	120
3	90
4	90 <sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> De in de tabel opgenomen cashflow van het vierde jaar is *exclusief* de verwachte restwaarde van de investering ten bedrage van € 30.000,-.

Proha hanteert voor de investeringsselectie de netto-contante waarde methode. Voor de berekening van de netto-contante waarde gaat Proha ervan uit dat de verwachte cashflows aan het eind van elk jaar vervallen. Bij de investeringsselectie gaat Proha uit van een rendementseis van 5% per jaar.

3p **13** □ Bereken voor Proha de netto-contante waarde van deze investering (*zie formuleblad*).

Op grond van de uitkomst van de netto-contante waarde besluit het management van de onderneming dat de investering niet zal plaats vinden. De gemeente waarin Proha gevestigd is, deelt Proha mee dat de overheid in het kader van het milieubeleid een eenmalige investeringssubsidie van € 20.000,- aan de onderneming wil verstrekken. De subsidie zal één jaar na de investering uitbetaald worden.

2p **14** □ Bereken of het subsidiebedrag voor Proha voldoende is om het geëiste rendement van 5% per jaar op de investering te behalen.

1p **15** □ Noem een reden waarom Proha, ook al zou het subsidiebedrag te gering zijn om het geëiste rendement van 5% per jaar te behalen, toch kan besluiten om de geplande investering te realiseren. Licht het antwoord toe.

## ■ Opgave 4

*In deze opgave blijft de BTW buiten beschouwing.*

Het technisch bedrijf T.K. B.V. produceert uitsluitend het product Teka. De verkoopprijs van product Teka is voor 2005 als volgt vastgesteld:

Grondstof	€ 1,80
Loon	€ 4,80
Overige kosten	<u>€ 3,40</u>
Commerciële kostprijs	€ 10,-
Nettowinstopslag	<u>€ 5,-</u>
Verkoopprijs	€ 15,-

Per eenheid product Teka wordt 6 kg grondstof verbruikt.

Uit de nacalculatie over maart 2005 is het volgende (gedeeltelijke) overzicht opgesteld:

Werkelijke productie	5.000 stuks
Verkoopresultaat	€ 26.000,- voordelig
Efficiencyverschil op grondstof	€ 330,- nadelig
Prijsverschil op grondstof	€ 1.866,- voordelig

- 1p **16**  Bereken de afzet van maart 2005.  
3p **17**  Bereken de werkelijke prijs per kilogram grondstof over maart 2005 (*zie formuleblad*).

In deze onderneming is bij de grondstoffen sprake van een nadelig efficiencyverschil en een voordelig prijsverschil.

- 2p **18**  Leg uit dat een voordelig prijsverschil kan leiden tot een nadelig efficiencyverschil.

## ■ Opgave 5

*Bij deze opgave horen de informatiebronnen 5 tot en met 9. Informatiebron 5 gaat over de Amsterdamse effectenbeurs. In informatiebron 6 staan balansgegevens en de winst- en verliesrekeningen voor de jaren 2000 tot en met 2004 van Healthcare N.V. In informatiebron 7 zijn financiële gegevens opgenomen die betrekking hebben op de geplande investeringen van Healthcare N.V. Informatiebron 8 is een marktanalyse voor 2004-2007. In informatiebron 9 staan de verwachte kosten van de business unit Slanky in 2005.*

Eén van de doelstellingen van handelsonderneming Healthcare N.V., die in een aantal farmaceutische producten handelt, is om jaarlijks haar activiteiten uit te breiden. Zij overweegt om met ingang van 1 januari 2005 een nieuw afslankmiddel, onder de merknaam Slanky, op de markt te brengen. In verband met de jaarlijks gewenste uitbreiding van activiteiten overweegt Healthcare N.V. al enige tijd om een beursgenoteerde onderneming te worden.

Het op de markt brengen van het nieuwe product brengt grote investeringen met zich mee. Een nieuwe aandelenemissie is noodzakelijk om de uitbreiding met Slanky te financieren. De directie overweegt om het op de markt brengen van Slanky te combineren met een aanvraag voor beursnotering.

Het management zal de aanvraag voor de beursnotering combineren met het op de markt brengen van Slanky indien uit onderzoek blijkt dat:

a de onderneming voldoet aan de noteringseisen van de officiële effectenmarkt van Amsterdam;

b de rentabiliteit op het geïnvesteerde eigen vermogen van de onderneming zal stijgen door de introductie van Slanky.

Tot nu toe hebben de oprichters van de N.V. alle geplaatste aandelen in bezit. Het management onderzoekt of de onderneming voldoet aan de toelatingscriteria van de Amsterdamse Effectenbeurs.

Indien Healthcare N.V. wordt toegelaten op de Amsterdamse Effectenbeurs wil ze alle nog niet geplaatste aandelen op 1 januari 2005 emitteren. De emissiekoers wil men vaststellen op € 20,- per aandeel. De oprichters hebben toegezegd dat zij zelf 900.000 aandelen bij de emissie zullen kopen. De verwachte beurskoers na toelating bedraagt € 25,- per aandeel. De nominale waarde van één aandeel bedraagt € 10,-.

- 4p **19**  Toon met behulp van informatiebron 5 en 6 aan dat de onderneming voldoet aan de toelatingscriteria voor notering aan de Amsterdamse effectenbeurs.

Het op de markt brengen van het product Slanky leidt tot veranderingen in balansposten per 1 januari 2005. Informatiebron 7 geeft informatie over de veranderingen in de balansposten ten gevolge van de investering in Slanky en geeft daarnaast informatie over beschikbare financieringsmogelijkheden.

De onderneming heeft met betrekking tot de financieringswijze bepaald dat de vaste activa bij voorkeur gefinancierd moeten worden met het aangetrokken eigen vermogen en dat ze niet gefinancierd mogen worden met kort vreemd vermogen. Aan het genoten leverancierskrediet zijn geen kosten verbonden.

- 2p **20**  Bereken het totale bedrag dat per 1 januari 2005 aangetrokken moet zijn om de financiering van de investering in Slanky mogelijk te kunnen maken.

# Eindexamen m&o vwo 2005-I

Na vaststelling van het totale bedrag dat op 1 januari 2005 aangetrokken moet zijn om de investering in Slanky te kunnen realiseren wil de directie van Healthcare N.V. vaststellen of zij naast de aandelenemissie een obligatielening moet uitgeven of moet kiezen voor de onderhandse lening (zie informatiebron 7).

De directie vraagt zich af voor welk nominaal bedrag de in informatiebron 7 vermelde obligatielening minimaal moet worden uitgegeven indien de aandelenemissie slaagt en de opbrengst van de obligatielening samen met die van de aandelenemissie voldoende moet zijn om de geplande investering in Slanky te kunnen realiseren.

- 3p **21**  Bereken het minimale nominale bedrag van deze obligatielening.
- 2p **22**  Toon met een berekening aan dat, indien Healthcare N.V. uitsluitend let op de interestkosten, Healthcare N.V. de onderhandse lening prefereert boven de obligatielening.

Informatiebron 8 geeft informatie over de verwachte marktpositie van Slanky in de periode 2004 – 2007. De onderneming heeft gekozen om Slanky op de markt te brengen door middel van een agressieve verkoopprijspolitiek waarbij de prijs onder de prijzen van de twee andere aanbieders van afslankproducten (Herbalove en Slimfood) moet liggen. De verkoopprijs van Slanky is vastgesteld op € 100,- per stuk.

- 1p **23**  Hoe heet de prijspolitiek waarbij een onderneming de verkoopprijs van een nieuw product onder die van de concurrenten vaststelt?

Uit het overzicht van de marktaandelen (zie informatiebron 8) blijkt dat het marktaandeel in 2006 ten opzichte van 2005 slechts stijgt van 6% naar 7%. Desondanks is het management tevreden over de afzetontwikkeling van Slanky.

- 2p **24**  Geef twee redenen waarom, ondanks een stijging van het marktaandeel van Healthcare N.V. van 6% naar 7%, de groei van de afzet veel meer is dan 1%. Licht het antwoord toe.

Volgens informatiebron 9 krijgt Healthcare N.V. bij de leverancier korting op de inkoopprijs.

- 3p **25**  Bereken met behulp van informatiebron 7 en 8 welk kortingspercentage Healthcare N.V. over de inkoop van 2005 ontvangt.
- 3p **26**  Bereken de verwachte winst over 2005 van de business unit Slanky indien Healthcare N.V. gebruik maakt van de onderhandse lening en niet van de obligatielening. Vul hiertoe de uitwerkbijlage die bij deze vraag hoort in.

Het resultaat voor belasting van Healthcare N.V. over 2005 zal, indien niet in Slanky wordt geïnvesteerd, € 0,4 miljoen negatief zijn.

- 3p **27**  Bereken de rentabiliteit van het eigen vermogen (REV) van de onderneming over 2005, na de introductie van Slanky (zie formuleblad).
- 1p **28**  Zal Healthcare N.V. besluiten om Slanky op de markt te brengen? Motiveer het antwoord.

Vraag 26

Resultatenbegroting business unit Slanky

	2005
<b>Omzet</b>	
Inkoopwaarde van de omzet (inclusief inkoopkosten)	
Variabele bedrijfskosten	
Constante bedrijfskosten	
<b>Bedrijfsresultaat</b>	
Rentebaten	
Rentelasten	
<b>Financieringsresultaat</b>	
<b>Winst</b>	

Toelichting op de berekende bedragen:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Opgave 6

*In deze opgave blijven de belastingen buiten beschouwing.*

### Italiaanse voetbalwet kan niet door de beugel

*Van onze redactie economie*

MILAAN - De Italiaanse regering moet van de Europese Commissie haar steun aan het betaald voetbal intrekken. Daardoor hangt veel clubs alsnog een faillissement boven het hoofd.

Volgens de Europese commissaris voor mededingingszaken Monti is de "red-het-voetbal"-wet van de regering Berlusconi in strijd met Europese regels voor overheidssteun. De wet creëert oneerlijke concurrentie tussen de Europese voetbalclubs, meent hij.

Door het instorten van de spelersmarkt, de spelers zijn na de contracttermijn vrij om te vertrekken, het kelderen van inkomsten uit televisierechten en het gebrek aan sponsors zijn veel voetbalclubs in Europa in problemen geraakt. In Italië dreigde zelfs het grootste deel van de clubs in de Serie A, de hoogste divisie, failliet te gaan. Om dit te voorkomen kwam de regering Berlusconi in februari met een omstreden reddingsplan. Clubs hoefden het aankoopbedrag voor spelers niet in één jaar af te schrijven, maar mochten de kosten spreiden over tien jaar. Het gezamenlijke verlies over het afgelopen jaar van Lazio, AS Roma, AC Milan, Juventus en Inter daalde daardoor van ruim 1,1 miljard naar 271 miljoen euro.

Aangezien clubs hierdoor financieel veel gezonder lijken, kunnen ze goedkoper nieuw vermogen aantrekken. Daarmee kunnen weer nieuwe spelers gekocht worden. Omdat andere clubs in Europa niet worden geholpen op de manier zoals Berlusconi wil, is er sprake van oneerlijke concurrentie.

*bron: Trouw, 14 november 2003*

Bij de beoordeling van de financiële gezondheid van een onderneming kan een belanghebbende zich onder andere baseren op solvabiliteit, de cashflow en de rentabiliteit van het totale vermogen (RTV). De Italiaanse regering wil het betaalde voetbal door middel van de "red-het-voetbal"-wet een helpende hand toesteken.

- 2p **29**  Leg uit dat door toepassing van de "red-het-voetbal"-wet het solvabiliteitspercentage van de Italiaanse voetbalclubs in het jaar van invoering gunstig beïnvloed wordt (*zie formuleblad*).

Een aantal stakeholders vraagt zich af of de "red-het-voetbal"-wet van Berlusconi wel zo positief uitwerkt.

- 2p **30**  Zal de "red-het-voetbal"-wet een positieve, een negatieve of geen invloed hebben op de cashflow van de Italiaanse voetbalclubs? Motiveer het antwoord.

Volgens het artikel bestaat er een verband tussen het "financieel gezonder lijken" van de clubs en de kosten voor het aantrekken van nieuw vermogen.

- 1p **31**  Leg uit waarom bedrijven goedkoper kunnen lenen als ze financieel gezond zijn.



## ■ Opgave 7

Van Vleuten N.V. is een onderneming die ten aanzien van afschrijvingen op de vaste activa de volgende uitgangspunten hanteert:

- Op terreinen wordt niet afgeschreven.
- Op al haar vaste activa, behalve terreinen, schrijft Van Vleuten N.V. af met een vast percentage van de aanschafwaarde
- De onderneming gaat uit van een restwaarde van 10% van de aanschafprijs voor alle activa waarop wordt afgeschreven.
- Over delen van een jaar wordt naar evenredigheid afgeschreven.

Uit de administratie van Van Vleuten blijkt het volgende:

	Terrein	Gebouw	Inventaris
Aanschafwaarde	€ 2.600.000,-	€ 36.600.000,-	€ 650.000,-
Boekwaarde per 1 januari 2005	€ 2.600.000,-	€ 14.640.000,-	€ 284.375,-
Afschrijvingspercentage	0%	5%	?

2p **32**  In welke situatie zal er op grond (terrein) wel afgeschreven worden? Licht het antwoord toe met een voorbeeld.

2p **33**  Bereken op welke datum Van Vleuten N.V. het gebouw heeft aangeschaft.

De inventaris is op 1 juli 2002 geheel vernieuwd.

2p **34**  Bereken het afschrijvingspercentage dat Van Vleuten gebruikt voor de inventaris.

## Formuleblad

**Te gebruiken formules voor de beantwoording van de vragen 13, 17, 27 en 29.**

- 13 □ Formules samengestelde interest

Gebruikte symbolen:

E = eindwaarde

C = contante waarde

K = kapitaal

T = een kapitaal uit een reeks gelijke kapitalen die met gelijke tussenperioden vervallen

p = rentepercentage

n = aantal perioden / aantal termijnen

Formules:

$$i = \frac{p}{100}$$

$$E_n = K \times (1 + i)^n$$

$$C_n = K \times (1 + i)^{-n}$$

$$E_n = T \times \frac{(1+i) \times ((1+i)^n - 1)}{i}$$

$$C_n = T \times \frac{1 - (1+i)^{-n}}{i}$$

- 17 □ prijsverschil = (standaard prijs – werkelijke prijs) × werkelijke hoeveelheid

efficiencyverschil = (standaard hoeveelheid – werkelijke hoeveelheid) × standaard prijs

- 27 □  $REV = \frac{\text{winst voor belasting}}{\text{geïnvesteed eigen vermogen per 1 januari}} \times 100\%$

- 29 □  $\text{solvabiliteitspercentage} = \frac{\text{eigen vermogen}}{\text{vreemd vermogen}} \times 100\%$

## De Nederlandse fietsenmarkt

### Algemeen

De fiets blijft onverminderd populair in Nederland. Inmiddels is de fietsdichtheid met ruim één fiets per inwoner de hoogste ter wereld. De fiets wordt in toenemende mate (42%) gebruikt voor het woon-werkverkeer. In bijna 50% van de gevallen wordt de fiets gebruikt voor recreatieve en sportieve doeleinden. Met de fiets is in 2004 in Nederland 13,1 miljard kilometers afgelegd.

### Markt

De afzwakkende economische groei en het lagere consumentenvertrouwen in 2004 hebben hun invloed gehad op de fietsverkopen in Nederland. Na enkele jaren van stijging van de verkoopaantallen zijn er in 2004 minder fietsen verkocht dan in het jaar 2003. In 2004 werden 1,36 miljoen fietsen verkocht, dat is 10% minder dan het jaar daarvoor.

Ondanks de lagere verkoopaantallen bleef het omzetverlies beperkt. Reden daarvoor is de sterke toename van de verkoopprijs van de fiets in het afgelopen jaar. De gemiddelde verkoopprijs is met 10% fors gestegen tot € 530 in 2004. Opvallend is dat het aandeel duurdere fietsen in 2004 sterk is toegenomen ten koste van de goedkopere prijsklassen. De verkoop van nieuwe fietsen liep in belangrijke mate via de vakhandel. De vakhandel wist haar marktaandeel tot 91% op te voeren, een ongekend hoog marktaandeel.

Opvallend is de aandacht van de consument voor comfort, luxe, design en techniek. De fabrikanten spelen hierop in door veel aandacht te besteden aan productinnovatie. De (vouw)fietsen worden aangeboden met:

- digitale automatische schakelsystemen;
- schijfremmen;
- vering;
- automatische verlichting;
- beveiligingschips.

De fiscale faciliteiten voor een fiets van de zaak, bieden kansen voor de vakhandel. Hierbij kunnen ook duurdere elektrische fietsen en vouwfietsen worden aangeschaft.

De consument hecht bij de aanschaf van een fiets veel waarde aan kwaliteit, merk, imago, vakbekwaamheid en service. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de consument zich bij de aanschaf van fietsen in het hogere prijssegment (hoger dan € 680) tot de vakhandel wendt.

### Perspectief

De afnemende economische groei en het geringere consumentenvertrouwen zullen hun weerslag hebben op de bestedingen op de fietsenmarkt. De fiets is en blijft echter een populair vervoermiddel. De grote vervangingsvraag gevoegd bij de permanente productinnovatie zullen de fietsverkopen op peil houden.

De tweewielerzaak zal zich blijven profileren en onderscheiden. De consument vraagt in toenemende mate een breed en diep assortiment. Naast de traditionele tweewielerbedrijven, die in of nabij een winkelcentrum zijn gevestigd, zullen grote tweewielerbedrijven verder opkomen. Deze zijn gevestigd op bedrijventerreinen. De traditionele bedrijven kunnen door hun veelal kleinere oppervlakte een minder uitgebreid assortiment tonen.

## Verkoopmogelijkheden 2005 van Handy B.V.

### *De standaard vouwfiets*

Tot 2005 produceerde Handy B.V. uitsluitend standaard vouwfietsen die via de groothandel aan traditionele tweewielerzaken verkocht werden.

De directie van Handy B.V. heeft besloten om ook na 2005 de standaard vouwfiets via het traditionele distributiekanaal te verkopen. Voor 2005 verwacht Handy B.V. 10.000 standaard vouwfietsen te kunnen produceren en verkopen.

### *De luxe vouwfiets*

Superbike, een grote fietsen-megastore uit Utrecht, heeft de directie van Handy B.V. benaderd met het voorstel om de nieuw te produceren luxe vouwfiets uitsluitend aan haar te leveren.

Handy B.V. heeft voor de verkoop van luxe vouwfietsen een keuze uit onderstaande twee opties.

*Optie I:* verkoop van de luxe vouwfiets via de groothandel aan de traditionele tweewielerbedrijven. Uit onderzoek blijkt dat indien Handy B.V. deze optie kiest zij jaarlijks 8.000 stuks kan verkopen tegen € 600,- per stuk.

*Optie II:* verkoop van de luxe vouwfiets aan uitsluitend Superbike. De fietsen zullen dan rechtstreeks aan Superbike geleverd worden. Superbike wil een contract met Handy B.V. sluiten voor de levering van 9.200 luxe vouwfietsen per jaar. Het contract geldt voor de jaren 2005 en 2006. Ondanks het feit dat Superbike wil gaan stunten met de verkoopprijs wil ze Handy B.V. € 550,- per luxe vouwfiets betalen.

## Begrote fabricagekosten en verkoopkosten 2005

### **Directe kosten**

De directe kosten, bestaande uit directe fabricagekosten en directe verkoopkosten, zijn per productsoort rechtevenredig met de productieomvang/afzet.

- *Directe fabricagekosten*

De verkoopopties I en II hebben geen invloed op de directe fabricagekosten.

Overzicht directe fabricagekosten:

	per standaard vouwfiets	per luxe vouwfiets
materiaalkosten	€ 100,-	€ 200,-
loonkosten productiemedewerkers <sup>1)</sup>	€ 50,60	€ 63,25

<sup>1)</sup> de gemiddelde loonkosten van een productiemedewerker bedragen € 25,30 per uur

- *Directe verkoopkosten*

Indien Handy B.V. kiest voor optie II, verkoop van de luxe vouwfiets aan Superbike, dan dalen de totale directe verkoopkosten voor de luxe vouwfiets, met name de totale loonkosten van de vertegenwoordigers.

### Directe verkoopkosten

	per standaard vouwfiets	per luxe vouwfiets
optie I	€ 20,-	€ 40,-
optie II	€ 20,-	€ 6,-

Directe loonkosten vertegenwoordigers:

- de directe verkoopkosten bestaan voor 30% uit loonkosten van de vertegenwoordiger;
- de gemiddelde loonkosten van een vertegenwoordiger bedragen € 30,- per uur.

## Indirecte kosten

- *De indirecte fabricagekosten*

Voor de doorberekening van de indirecte fabricagekosten hanteert Handy B.V. een opslagpercentage over de directe materiaalkosten. Bij een productie van 10.000 standaard vouwfietsen en 8.000 luxe vouwfietsen bedragen in 2005 de totale indirecte fabricagekosten € 2.080.000,-.

- *De indirecte verkoopkosten*

De verkoopafdeling heeft berekend dat de indirecte verkoopkosten voor zowel de standaard vouwfiets als voor de luxe vouwfiets aan elkaar gelijk zijn en dat zij voor 2005 begroot zijn op € 12,- per fiets.

---

informatie-  
bron 4

## Werkgelegenheid bij Handy B.V.

Handy B.V. maakt de laatste jaren vrij veel gebruik van uitzendkrachten. Hoewel er voordelen verbonden zijn aan het gebruik van uitzendkrachten is de directie van mening dat het aantal werknemers dat een vaste dienstbetrekking heeft binnen de onderneming niet te klein mag worden.

De lonen van alle werknemers die via een uitzendbureau bij Handy B.V. werkzaam zijn moet men rekenen tot de directe loonkosten.

De indirecte fabricagekosten en de indirecte verkoopkosten bestaan o.a. uit indirecte loonkosten. Deze loonkosten zijn onafhankelijk van het aantal geproduceerde vouwfietsen en onafhankelijk van het aantal verkochte vouwfietsen. Een uitbreiding of inkringing van de productie of afzet heeft op het aantal fulltime banen van deze groep personeelsleden geen invloed.

---

informatie-  
bron 5

## Beursnotering Amsterdamse effectenbeurs

Een beursnotering is niet alleen weggelegd voor grote, internationaal georiënteerde ondernemingen. Middelgrote en kleinere ondernemingen kunnen eveneens tot de notering worden toegelaten.

### Toelatingscriteria

De noteringseisen van de officiële effectenmarkt van Amsterdam zijn:

*a* De onderneming moet minimaal drie jaar bestaan.

*b* De onderneming beschikt bij toelating over een eigen vermogen van ten minste € 5 miljoen.

*c* Ten minste 10% van het aandelenkapitaal moet op de beurs ter vrije verhandeling aan het publiek aangeboden worden.

*d* De onderneming is ten minste in 3 van de laatste 5 boekjaren, voorafgaand aan de toelating, winstgevend geweest.

Indien de onderneming niet aan de winstvereiste (eis *d*) voldoet kan vrijstelling worden verleend mits de onderneming aan extra eisen voldoet ter zake van het eigen vermogen of van de beurswaarde. Een onderneming zal ofwel aan onderstaande eigen-vermogen-eis moeten voldoen, ofwel aan de onderstaande beurswaarde-eis.

Jaren winst uit de laatste 5 boekjaren	Eigen vermogen (na toelating) in miljoen euro	Beurswaarde (na toelating) in miljoen euro
0	50	150
1	30	100
2	15	50
3 of meer	5	-

*bron: Euronext 2003*

# Eindexamen m&o vwo 2005-I

havovwo.nl

informatie-  
bron 6

## Balansgegevens (na winstuitkering) van Healthcare N.V. per 31 december voor de jaren 2000-2004 (bedragen × € 1 miljoen)

	2004 <sup>1)</sup>	2003	2002	2001	2000
Vaste activa	45,66	50,63	28,46	4,02	3,32
Voorraden	9,36	12,28	7,67	1,97	2,51
Debiteuren	4,00	4,80	3,53	2,54	2,37
Overige vorderingen	-	-	-	-	-
Effecten & liquide middelen	5,13	1,49	0,65	0,61	0,65
Aandelenkapitaal	20	20	20	20	20
Aandelen in portefeuille	14	15	15	19	19
Geplaatst aandelenkapitaal	6	5	5	1	1
Reserves	3	4	6	3,5	3
Voorzieningen	1,12	1,5	1,33	0,4	1,97
Langlopende schulden	20,89	33,14	13,93	1,86	1,2
Crediteuren	2,65	3,52	2,67	1,23	1,24
Bank	12,73	6,69	9,30	0,94	0,24
Overige kortlopende schulden	17,76	15,35	2,08	0,21	0,2

## Winst- en verliesrekeningen (× € 1 miljoen) van Healthcare N.V. 2000-2004

	2004 <sup>1)</sup>	2003	2002	2001	2000
Omzet	39,24	38,12	23,43	16,04	14,74
Externe kosten	28,16	27,61	16,94	10,27	9,58
Personeelskosten	8,29	7,78	4,48	3,13	2,88
Afschrijvingen	3,36	2,20	0,90	0,41	0,39
Bedrijfsresultaat <sup>2)</sup>	(0,57)	0,53	1,11	2,23	1,89
Rentebaten	0,90	0,41	0,16	0,08	0,08
Rentelasten <sup>2)</sup>	(2,48)	(1,96)	(0,59)	(0,20)	(0,20)
Nettowinst voor belasting <sup>2)</sup>	(2,15)	(1,02)	0,68	2,11	1,77

<sup>1)</sup> verwacht op basis van de beschikbare gegevens van 1-7-2004

<sup>2)</sup> tussen haakjes geplaatste bedragen zijn negatief

informatie-  
bron 7

## Financiële gegevens die betrekking hebben op de geplande investeringen van Healthcare N.V.

- *veranderingen in de balansposten per 1 januari 2005 ten gevolge van de investeringen in Slanky (× € 1 miljoen)*

vaste activa:

gebouwen	15,50	
inventaris	3,70	
bedrijfsauto's	4,00	
overige vaste activa	<u>6,00</u>	
totaal		29,2

vlottende activa:<sup>1)</sup>

debiteuren	0,75	
voorraad (5.000 stuks)	0,20	
liquide middelen	0,95	
overige vlottende activa	<u>0,80</u>	
totaal		2,7

schulden op korte termijn:<sup>1)</sup>

crediteuren		0,90
-------------	--	------

- *financieringsmogelijkheden met lang vreemd vermogen*  
De volgende twee financieringswijzen van lang vreemd vermogen staan de onderneming ter beschikking:  
6,7% onderhandse lening;  
6,5% obligatielening met een uitgiftekoers van 96%.

<sup>1)</sup> de wijzigingen van deze balansposten zijn blijvend van aard

informatie-  
bron 8

## Marktanalyse 2004 - 2007

Verwachte marktomvang, marktaandelen en verkoopprijzen van afslankproducten in de periode 2004 tot en met 2007

Jaar	Totale markt afslankproducten (× € 1 miljoen)	Marktaandelen (% van de omzet)			Verkoopprijs per stuk in euro		
		Herbalove	Slimfood	Slanky	Herbalove	Slimfood	Slanky
2004	50	60	40	-	150	140	-
2005	100	57	36	6	155	145	100
2006	137,5	56	36	7	160	150	100
2007	150	48	32	20	140	140	100

informatie-  
bron 9

## Verwachte kosten van de business unit Slanky in 2005

Deze verwachte kosten bedragen over 2005:

- de verwachte inkoopprijs (inclusief inkoopkosten) is € 40,- per eenheid exclusief eventueel te bedingen kortingen.

De inkoopkortingen in procenten van de verwachte inkoopprijs zijn:

kortingspercentage	bij een jaarlijkse inkoop van meer dan
10%	30.000 stuks
20%	60.000 stuks
30%	90.000 stuks

- de proportioneel variabele bedrijfskosten zijn voor Slanky € 5,- per verkochte eenheid;
- de overige verwachte totale constante kosten (exclusief interestkosten op het vreemde vermogen) zijn € 1.000.000,-.