

Formuleblad

Te gebruiken bij de beantwoording van de vragen 13, 14, 15 en 16.

13 cashflow = nettowinst + afschrijvingen (belastingen buiten beschouwing)

14 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:

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

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

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

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

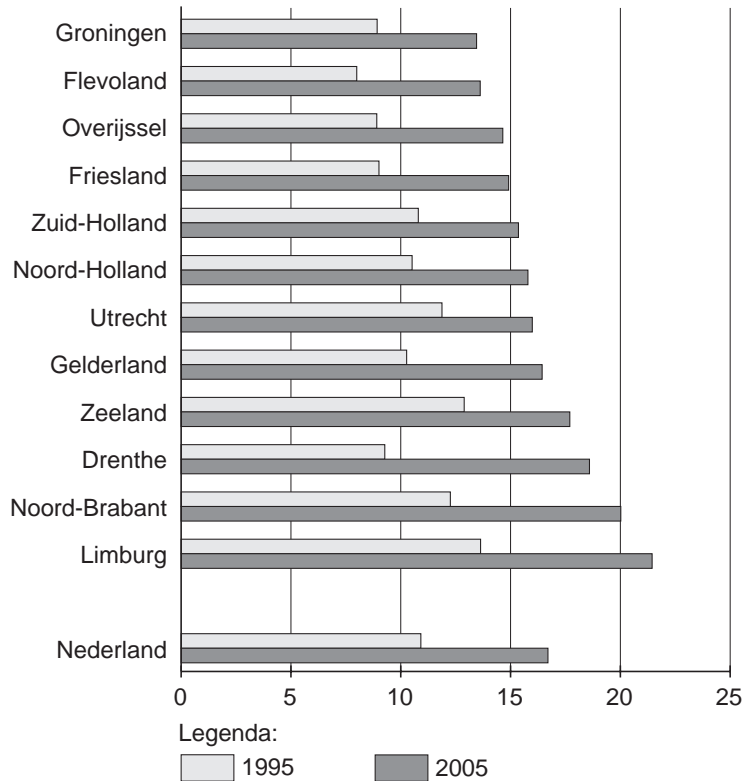
$$C_n = T \times \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

15 zie vraag 14

16 solvabiliteit = $\frac{\text{totaal vermogen}}{\text{vreemd vermogen}} \times 100\%$

Informatiebron 1

Vestigingen schoonheidssalons per 25.000 inwoners



In de periode 1995-2005 is het aantal vestigingen van schoonheidssalons met 62% toegenomen. In dezelfde periode nam de bevolking toe met 6%. In 1995 waren er nog 11 schoonheidssalons per 25.000 inwoners. Tien jaar later zijn dit er 17.

In Limburg en Noord-Brabant is het aantal schoonheidssalons per 25.000 inwoners het grootst. In beide provincies zijn dit er ruim 20. In Groningen en Flevoland is dit aantal met ruim 13 het laagst.

In Drenthe en Flevoland is het aantal vestigingen van schoonheidssalons in de laatste tien jaar verdubbeld. In Drenthe waren er in 1995 nog 160, tegen 360 in 2005.

In Flevoland steeg dit aantal in diezelfde periode van 80 naar 200.

Informatiebron 2

UIT HET ONDERNEMINGSPLAN VAN BEAUSAGE

De markt

De belangrijkste ontwikkelingen en trends op de markt van lichamelijke zorg en aandacht:

- Er is een ontwikkeling gaande waarbij mensen steeds vaker op zoek gaan naar manieren voor geestelijk en lichamelijk welzijn: er mooi uit willen zien en zich goed willen voelen.
- Steeds meer mannen staan open voor en willen geld besteden aan hun uiterlijke verzorging. De markt voor mannelijke huidverzorgingsproducten groeit extreem.
De moderne man werkt aan een gezonde uitstraling: maakt gebruik van de zonnebank en doet aan fitness en een bezoek aan de schoonheidsspecialist(e) (in een schoonheidssalon) is hem niet meer vreemd.
- Het bewuster erkennen van een breed scala aan leerstoornissen, onder andere dyslexie, dyscalculie, dyspraxie, ADHD en het belang van massages voor het welzijn van kinderen met leerstoornissen stijgt.
- Het aantal schoonheidssalons stijgt explosief.

Product-marktcombinaties

Bovenstaande ontwikkelingen en trends leiden ertoe, dat Vera zich richt op de volgende product-marktcombinaties:

- 1 De traditionele klant, de vrouw tussen de 40 en 70 jaar, is voor Vera vanzelfsprekend een belangrijke doelgroep. Onderzoek toont aan dat 50% van deze vrouwen regelmatig, dat wil zeggen éénmaal per twee maanden, een schoonheidsspecialist(e) bezoekt. Een marktaandeel van 1,2% in 2007, oplopend tot 5% in 2009 lijkt haalbaar.
- 2 De feestdagenklant is de zelfbewuste vrouw tussen de 30 en 60 jaar, die de schoonheidsspecialist(e) niet regelmatig bezoekt, maar slechts voor speciale gelegenheden (dikwijls feestdagen) voor een uitgebreide verzorgende behandeling komt. Gemiddeld betekent dit twee afspraken per kalenderjaar. Vera gaat uit van 25 feestdagenklanten in 2007, oplopend tot 40 feestdagenklanten in 2009.
- 3 Mannen tussen de 30 en 55 jaar, voor wie uiterlijke verzorging deel uitmaakt van hun imago. Gezien de toenemende aandacht in de media zal het percentage mannen dat regelmatig, dat wil zeggen viermaal per jaar, een schoonheidsspecialist bezoekt, stijgen van 5% in 2007 naar 8% in 2008 en 10% in 2009.
Vera denkt dat voor deze categorie in 2007 een marktaandeel van 7,5% haalbaar is.
- 4 Kinderen met leerstoornissen kunnen via een ontspannende massage tot rust komen en hun emoties leren benoemen. Vera richt zich op kinderen tussen de 10 en 15 jaar. Landelijke cijfers laten zien dat in deze leeftijdsgroep gemiddeld vier kinderen per 100 enige leerstoornis ervaren. Hoewel Beausage in Almere (voorlopig) de enige schoonheidssalon zal zijn die zich richt op deze specifieke doelgroep gaat Vera uit van 35 kinderen, die eenmaal per kwartaal komen.

Tarieven per bezoek

Bij de vaststelling van de verwachte omzet gaat Vera uit van de (gemiddelde) tarieven die gebaseerd zijn op de richtlijnen van Anbos, de landelijke brancheorganisatie voor schoonheidsspecialisten.

- 1 Hoewel de traditionele klant diverse uiteenlopende behandelingen kan ondergaan, gaat Vera uit van een gemiddeld tarief van € 32,-.
- 2 De verzorging van een feestdagenklant vergt een aanzienlijk langere tijdsinvestering en derhalve wordt een tarief van € 60,- gehanteerd.
- 3 De mannen, die een schoonheidsspecialist(e) bezoeken, zijn sterk met hun imago bezig en minder prijsgevoelig. Daarom hanteert Vera hier een gemiddeld tarief van € 45,-.
- 4 Ouders van kinderen met leerstoornissen mogen het tarief niet als drempel ervaren. Daarom hanteert Vera in 2007 slechts een tarief van € 19,- per bezoek.

Informatiebron 3

Bevolking Almere (Flevoland) 2007 naar leeftijd en geslacht

	Inwoners totaal	Mannen totaal	Vrouwen totaal
Leeftijd	Absoluut cumulatief		
Totaal alle leeftijden	178 626	88 644	89 982
Jonger dan 5 jaar	14 103	7 229	6 874
Jonger dan 10 jaar	27 830	14 230	13 600
Jonger dan 15 jaar	41 330	21 163	20 167
Jonger dan 20 jaar	53 918	27 684	26 234
Jonger dan 25 jaar	65 069	33 225	31 844
Jonger dan 30 jaar	77 382	39 005	38 377
Jonger dan 35 jaar	91 281	45 425	45 856
Jonger dan 40 jaar	107 789	53 522	54 267
Jonger dan 45 jaar	125 043	62 056	62 987
Jonger dan 50 jaar	140 299	69 710	70 589
Jonger dan 55 jaar	151 898	75 805	76 093
Jonger dan 60 jaar	160 893	80 554	80 339
Jonger dan 65 jaar	165 880	83 078	82 802
Jonger dan 70 jaar	169 620	84 853	84 767
Jonger dan 75 jaar	172 974	86 339	86 635
Jonger dan 80 jaar	175 855	87 611	88 244
Jonger dan 85 jaar	177 695	88 354	89 341
Jonger dan 90 jaar	178 407	88 589	89 818
Jonger dan 95 jaar	178 596	88 639	89 957

bron: © Centraal Bureau voor de Statistiek

Informatiebron 4

Baro Opstartlening

Een bedrijf opstarten vraagt om een forse investering. De Baro Opstartlening biedt dan uitkomst. Deze kan namelijk voor een belangrijk deel voorzien in het vermogen dat u hiervoor nodig heeft.

De Opstartlening biedt u de mogelijkheid om de eerste vijf jaar na verstrekking van de lening geen aflossing te betalen. Dit geeft uw bedrijf extra financiële ruimte om de aanloop goed te overleven. Als uw bedrijf het niet mocht redden, wordt de lening in bepaalde gevallen helemaal kwijtgescholden.

Ondernemingsplan

De basis voor elke financiering is het ondernemingsplan. Het moet duidelijk zijn en met name de commerciële en financiële kanten moeten goed onderbouwd zijn. Als u een goed onderbouwd ondernemingsplan heeft, kan de Barobank snel over uw kredietaanvraag beslissen.

Kenmerken Opstartlening

- voor starters die lid zijn van de Barobank;
- rentekorting van 1%, dit betekent momenteel een rente van 4% op jaarbasis;
- looptijd 5 jaar, rentekorting gedurende de gehele looptijd;
- aflossingsvrije periode mogelijk van maximaal vijf jaar.

Eisen Opstartlening

- na verstrekking van de Opstartlening dient de solvabiliteit, $\left(\frac{\text{eigen vermogen}}{\text{totaal vermogen}}\right) \times 100\%$, minimaal 20% te zijn;
- na verstrekking van de Opstartlening dient de rentedekking $\left(\frac{\text{resultaat}}{\text{interestkosten}}\right)$ minimaal 10 te zijn;
- het leenbedrag is maximaal € 50.000,-.

Informatiebron 5

Begrote balans Beausage per 1 januari 2007

verbouwing ¹⁾	€ 36.390	eigen vermogen	€ 4.200
apparatuur ²⁾	- 9.200	Baro Opstartlening	- -----
werkvoorraad cosmetica ³⁾	- 1.800	crediteuren ⁶⁾	- -----
handelsvoorraad cosmetica ⁴⁾	- -----	Baro rekening-courant ⁷⁾	- 3.000
voortbetaalde huur ⁵⁾	- -----		
liquide middelen	- 1.000		- -----
	- -----		- -----

- 1) Het winkelpand wordt, met instemming van de verhuurder (zie punt 5), verbouwd om er een schoonheidssalon in te kunnen vestigen. Vera hanteert een afschrijvingstermijn van 2 jaar.
- 2) Vera hanteert een afschrijvingstermijn van 5 jaar.
- 3) Werkvoorraad cosmetica: nodig voor behandelingen in de schoonheidssalon. In 2007 wordt tweemaal per jaar voor een gelijk bedrag bij de groothandel ingekocht.
- 4) Handelsvoorraad cosmetica: bestemd voor verkoop aan klanten in verband met thuisgebruik. Deze verkoop wordt direct per 1 januari 2007 gestart. De brancheorganisatie schat de gemiddelde jaaromzet uit verkoop van cosmeticaproducten op € 4.000,- per schoonheidssalon. Daarbij geldt een gemiddelde brutowinstopslag van 25% van de inkoopprijs. Er wordt tweemaal per jaar voor een gelijk bedrag bij de groothandel ingekocht.
- 5) Het huurcontract heeft een looptijd van 2 jaar, met de mogelijkheid tot verlenging. De huurprijs bedraagt € 84,- per m² per jaar, de totale oppervlakte is 110 m². De huur moet bij voortbetaling worden voldaan in gelijke maandelijkse termijnen. Bij aanvang van het huurcontract is de huurder als borg een extra bedrag verschuldigd van 4 maanden huur.
- 6) De groothandel in cosmetica staat toe dat 60% van het factuurbedrag niet bij levering, maar uiterlijk binnen 1 maand na levering wordt betaald, zonder extra kosten.
- 7) Ter overbrugging van tijdelijke liquiditeitstekorten stelt de Barobank een rekening-courantfaciliteit ter beschikking van maximaal € 5.000,- tegen 5,2% interest op jaarbasis over het opgenomen bedrag.

RESULTATENBEGROTING BEAUSAGE 2007

omzet uit behandelingen	€	
omzet uit verkoop cosmetica	-	
totale omzet		€
inkoopwaarde van de omzet cosmetica	-	
huur pand	- 9.240	
servicekosten winkelpand	- 1.776	
afschrijvingskosten ¹⁾	-	
promotiekosten	- 3.500	
verzekeringskosten	- 560	
interestkosten ²⁾	-	
overige kosten	- 1.500	
totale kosten		€
resultaat		€

1) De investeringen worden in gelijke bedragen per jaar tot nihil afgeschreven (zie begrote balans van informatiebron 5 onder punt 1 en 2).

2) Het gemiddelde saldo gedurende het jaar van de rekening-courantfaciliteit wordt begroot op € 3.000,-. Het rentepercentage is 5,2% per jaar. De Baro Opstartlening zal gedurende het gehele jaar gelijk zijn aan het bedrag per 1 januari 2007. Het rentepercentage is 4% per jaar.

Informatiebron 6

Werkzaamheden van de divisies van Construct Parts

De divisie Medisch

Deze divisie levert goederen aan producenten van medische apparaten. Door de ontwikkeling in de medische wetenschap kunnen steeds meer ziektes in een vroeg stadium opgespoord worden. Vooral de toepassingen van de scanapparatuur nemen in sterke mate toe.

De divisie Industrieel/wetenschappelijk

De procesinnovatie bij de industriële productie is één van de manieren waardoor industriële ondernemingen er in slagen om tot kostenbesparingen te komen.

De divisie Luchtvaart

De divisie Luchtvaart produceert twee onderdelen voor vliegtuigen: Lightware en Fireproof. Lightware heeft als eigenschap dat het gewicht van het materiaal waarvan het gemaakt is, enorm laag is. Fireproof heeft als voornaamste eigenschap dat het gemaakt is van hittebestendig materiaal. Voor beide producten zijn de onderhoudskosten relatief laag.

De divisie Overige

Deze divisie produceert op basis van incidentele bestellingen.

Informatiebron 7

Innovatie in de luchtvaartsector

De **Airbus A380**, eerst nog *Airbus A3XX* genoemd, is het grootste verkeersvliegtuig ter wereld. Het wordt gemaakt door het Europese bedrijf Airbus. Op 18 januari 2005 werd het vliegtuig officieel gepresenteerd in de Franse stad Toulouse in aanwezigheid van zo'n 5.000 toeschouwers waaronder een aantal prominente Europese regeringsleiders. De eerste testvlucht had plaats op 27 april 2005, ook vanaf Toulouse.



De viermotorige A380 is een dubbeldeks jumbojet. Het toestel kan in drie klassen 555 passagiers over een afstand van 15.000 km vervoeren. Eventueel kunnen in charterconfiguratie ook 840 passagiers tegelijk vervoerd worden. De Airbus A380 kent voorlopig maar één versie: de Airbus A380-800. Er komt ook een vrachtversie (A380F), die inmiddels is besteld door Federal Express, UPS en het leasebedrijf ILFC. Airbus werkt momenteel met man en macht aan de productie van de Airbus A380.

Naar verwachting zal in 2006 worden begonnen met het leveren aan de eerste luchtvaartmaatschappijen: Emirates uit de Verenigde Arabische Emiraten en Singapore Airlines. KLM's moedermaatschappij Air France heeft 10 stuks besteld.

De Airbus A380 is op dit moment nog niet interessant voor de Nederlandse maatschappijen KLM of Martinair en beiden hebben voorsnog geen plannen om een dergelijke toestel te bestellen.

In vergelijking met de directe concurrent, de Boeing 747, heeft de A380 49% meer vloerruimte terwijl de capaciteit slechts 35% hoger is. Dit vertaalt zich in een groter comfort voor de reizigers: de stoelen en gangpaden zijn breder. Airbus stelt tevens dat de vlieggkosten per stoel 15 tot 20% lager zullen uitvallen, en dat het vliegbereik 10 tot 15% groter zal zijn, vergeleken met de 747. Het enige vliegtuig ter wereld dat groter is dan de A380 is de Antonov 225, een vrachtvliegtuig.

Informatiebron 8

Verwachte afzetgegevens van de divisie Luchtvaart van Construct Parts in 2007

In 2007 zal de divisie Luchtvaart uitsluitend de producten Lightware en Fireproof produceren.

Naar verwachting kan in 2007 de maximale productie van Lightware geheel afgezet worden tegen een verkoopprijs van € 4.500,- per stuk. Voor het nieuwe product Fireproof kunnen nieuwe contracten voor 2007 afgesloten worden met Airbus en Boeing.

product	afnemer	hoeveelheid	verkoopprijs
Lightware	diverse vliegtuigproducenten	gehele productie	€ 4.500,-
Fireproof	Airbus (Europa)	500	€ 8.500,-
	Boeing (VS)	5.000	€ 7.900,-

Informatiebron 9

Voorcalculatorische gegevens van Lightware en Fireproof in 2007

	Lightware	Fireproof
aantal beschikbare manuren	166.000	
materiaalkosten per product	€ 1.000,-	€ 2.000,-
aantal manuren per product	6 uur	10 uur
kosten per manuur	€ 200,-	€ 200,-
aantal machine-uren per product	5 uur	3 uur
variabele kosten per machine-uur	€ 60,-	
constante fabricagekosten	€ 32,3 miljoen	
variabele verkoopkosten per product	€ 160,-	€ 20,-
constante verkoopkosten	€ 16,2 miljoen	