

2016

Pias guide til virksomhedsanalyse



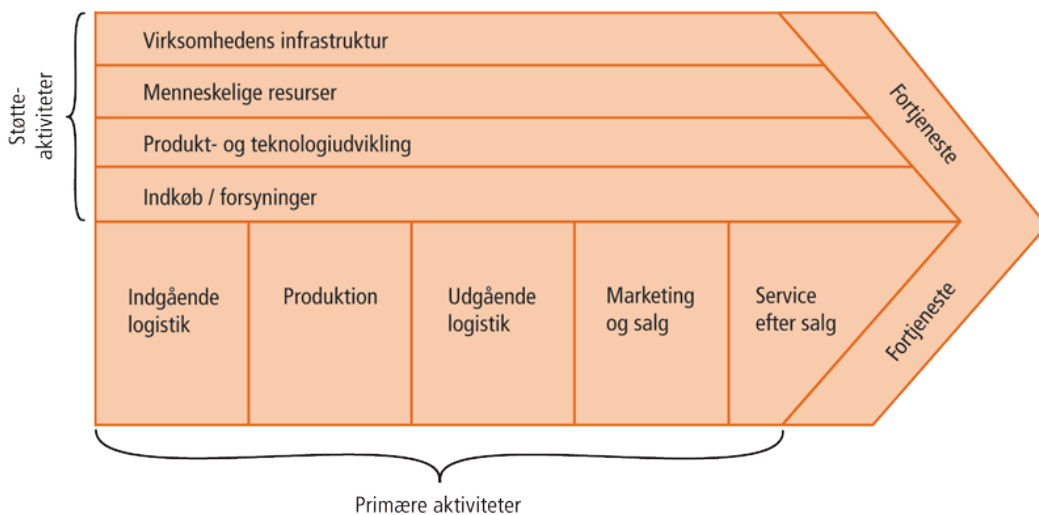
Pia Egberg
Handelsskolen Viborg
01-01-2016

Indhold

Værdikædeanalyse	2
Brancheanalyse – Porters five forces	3
Hvad skal der konkret med i Porters five forces – kilde hhxwiki.dk.....	4
SWOT analyse	6
Boston modellen	7
Outsourcing og fremtiden	8
Lean	8
Miljø- bæredygtighed – klima	8
Ansoffs vækstmatrice	8
Økonomi og fremtiden	9
Logistiske effektivitet.....	10
Leveringsservice	10
Logistikomkostninger	10
Rentabilitet	11
Afkastningsgraden AG	11
Overskudsgraden OG.....	11
Aktivernes omæstningshastighed AOH	12
Du pont formlen	12
Egenkapitalforrentning.....	12
Gældsrenten	13
Konklusion på rentabilitetsanalyse.....	13
Indtjeningsevne	13
Eksempel på indekstal for poster i resultatopgørelsen	14
Soliditet og likviditet.....	14
Soliditetsgraden.....	14
Likviditetsgraden	15
Tips og tricks	15
Pengestrømsanalyse.....	16
Fremtiden	17

Værdikædeanalyse

Sådan ser modellen ud – værdikædeanalyse handler om hvad det er der skaber værdi for kunden. Så man må se på om man kan kortlægge nogen ting her og komme ind i ”kasserne”. Er det produktionen af produkter ved en produktionsvirksomhed, og er det salget/serviceen der er vigtig. Se filen med eksempel på en værdikædeanalyse for bryggeriet Harboe.

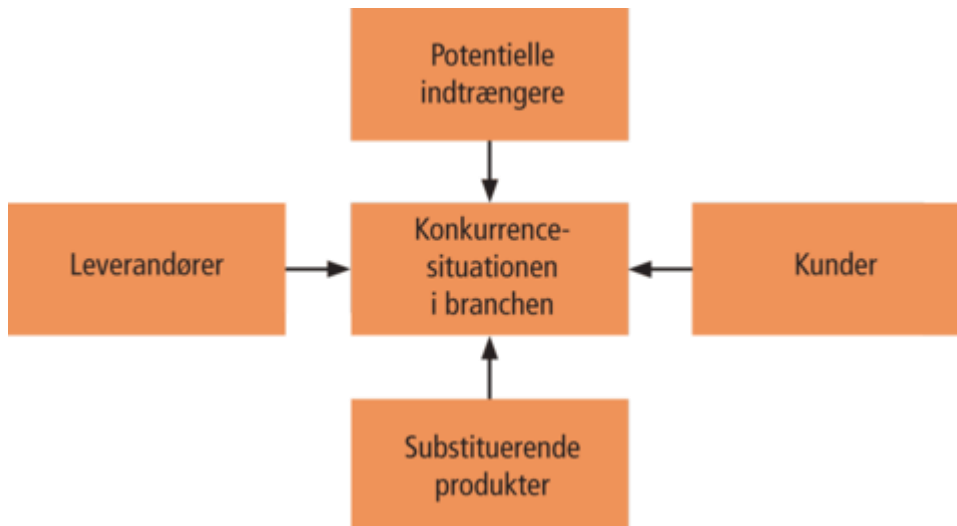


Primære aktiviteter				
Indgående logistik	Produktion	Udgående logistik	Marketing og salg	Service efter salg

Støtteaktiviteter			
Virksomhedens infrastruktur	Menneskelige resurser	Produkt- og teknologiudvikling	Indkøb/forsyninger

Brancheanalyse – Porters five forces

Modellen ser sådan ud:



Porters Five Forces				
Leverandører	Kunder	Potentielle indtrængere	Substituerende produkter	Konkurrence-situationen i branchen

Det handler altså om at beskrive en virksomhed i forhold til dens omgivelser. Her handler det om først at finde nogle oplysninger. Dvs gå på jagt efter nogle artikler der belyser noget om de her ting.

Hvad er det der øver indflydelse på virksomheden – i går, i dag og i morgen

Hvad er den interne rivalisering i branchen, kundernes købekraft, leverandørenes forhandlingsstyrke, truslen fra substituerende produkter og truslen fra nye udbydere.

<http://hduddannelse.dk/porters-five-forces/>

Argumenter for hvert enkelt "force" for sig og vurder hvor betydningsfuld "forcen" er for konkurrencesituationen.

Husk at henvise til de tekster du har fundet undervejs i din forklaring, bl.a. ved hjælp af citater eller henvisninger

Hvad skal der konkret med i Porters five forces – kilde hhxwiki.dk

Truslen fra nye udbydere:

Hvor stor er truslen for og af nye markedssindtrængere/udbydere? Er det nemt for nyetablerede virksomheder at komme ind på markedet? Der kan være større indtrængningsbarrierer på markeder, hvor produkterne kræver avancerede maskiner og mange medarbejdere at producere. Fx vil det kræve mere at etablere en møbelproducerende virksomhed, kontra en massageklinik, da du skal investere i store maskiner for at producere møbler, mens du blot skal have et lokale og en massør for at starte en massageklinik.

Følgende indtrængningsbarrierer kan have en effekt på hvor stor en trussel af nye indtrængere er:

- Lovgivningen
- Kapitalkrav
- Produktdifferentiering
- Forventet markedsvækst
- Stordriftsfordele
- Patenter
- Adgang til distributionskanaler

Truslen fra købere:

Jo stærkere en position køberen har i forhold til sælgeren, jo større trussel udgør køberen. Køberen kan fx udgøre en større trussel, hvis der er tale om en kunde, som køber større mængder af virksomheden, og evt. jævnligt. Et godt eksempel på en kunde, der udgør en stor trussel, kan være Dansk Supermarked A/S, der køber store partier af øl fra en ølproducent. Dansk Supermarked ville blot kunne købe øl fra en anden øl-virksomhed, hvis ikke øl-virksomheden vil handle under de vilkår, de forudsætter.

Derimod kan øl-virksomheden komme i problemer, da det er Dansk Supermarked, som har kunderne, som køber øllene, og får de ikke øllene ud i Dansk Supermarkeds varehuse, sælger de derfor heller ingen øl.

Truslen fra udbydere af substituerende produkter:

Næste forhold i Porters Five Forces er truslen fra andre virksomheder, som tilbyder andre produkter som kunne tilfredsstille det samme behov hos kunderne.

Er der derfor andre virksomheder på markedet, som kan udbyde substituerende produkter, kan dette derfor være en trussel for virksomheden:

Eksempel: Et substituerende produkt til et tog, kunne være et fly. Her løser begge services behovet om at komme fra A til B, men flyet kan dog tage kortere tid, og muligvis gøres til samme pris som toget. Derfor kan flyet være et substituerende produkt til toget, og derfor en trussel.

Truslen fra leverandører:

Er virksomheden meget afhængige af deres leverandører? Hvis virksomheden fokuserer på en høj kvalitet, kan de være meget afhængige af deres leverandører, da de derfor ville skulle bruge meget energi på at finde en ny leverandør, som kan levere samme høje kvalitet, hvis deres nuværende leverandør, ikke ønsker at fortsætte samarbejdet.

Følgende forhold kan have en påvirkning af virksomhedens afhængighed af leverandøren:

- Der er få leverandører, som tilbyder varen
- Der er få eller ingen alternativer til det produkt, leverandøren udbyder
- Produktet er vigtigt for køberen

Konkurrencesituationen for de etablerede virksomheder, i branchen:

Konkurrencesituationen i branchen kan have en høj indflydelse på hvor attraktiv branchen er, at fortsætte og trænge ind i.

Måden man kan analysere konkurrencesituationen for de etablerede virksomheder i branchen på, er ved at kigge på følgende forhold:

- Antal konkurrenter
- Væksten i branchen
- Hvordan differentierer konkurrenterne sig?
- Forsøger alle konkurrenterne i branchen at erobre markedsandele fra hinanden?
- Er der tale om the race to zero?

Vil du se en video om Porters Five forces: <http://www.forklarmiglige.dk/porters-five-forces>

SWOT analyse

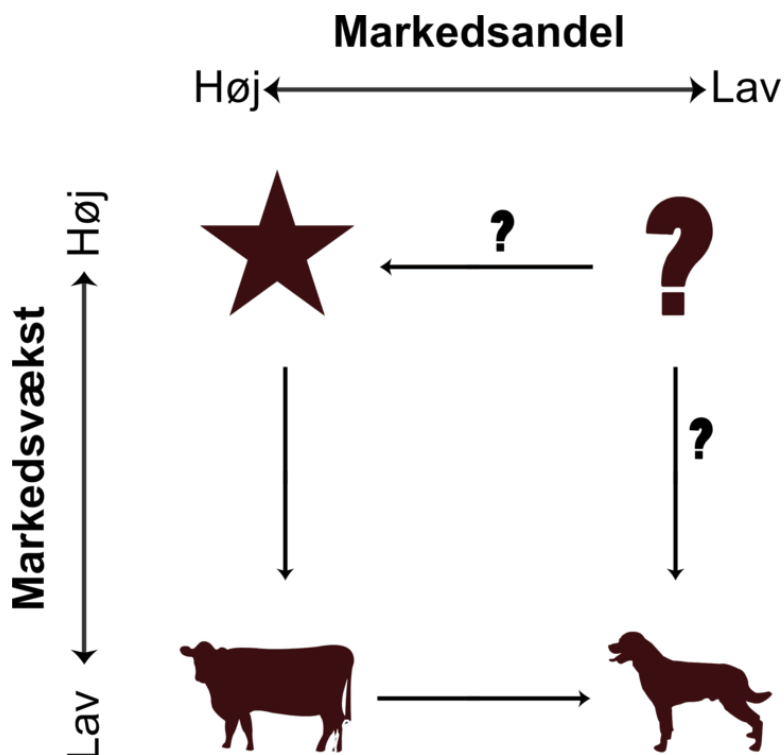
Der er en lille video her: <http://www.forklarmiglige.dk/swot-analyse-0>

husk lige at få opdelt rigtigt i interne og eksterne forhold. Husk at intern er **det man kan øve indflydelse på** og ekstern er det virksomheden ingen indflydelse på – det kan være trends i tiden, politiske forhold, finanskrisen.

Det nytter ikke at bruge vendingen ”der er mulighed for at gøre et eller andet” – muligheden er nemlig ofte noget virksomheden har indflydelse på.

Boston modellen

Kan bruges når man skal beskrive nutiden og især fremtiden – det er den model med produktporteføljen. Man kan nok ikke finde deciderede tal offentlig tilgængelige, men ud fra artikler kan man nok danne sig et billede af hvor produkterne ligger - er der gamle produkter der stadig leverer solid indtjening eller er på vej ud, nye stjerner osv.



Kigger du i køleboksen i dit lokale supermarked kan man jo hurtigt se nogle tendenser. Vi regner med at det er Arla. Der er masser af almindelig mælk, det er der nok ikke så stor vækst i, og der står Arla på det meste. Det er en solid malkeko. Der er kommet flere og flere produkter med skyr i, det tror jeg er en typisk stjerne. Et særligt produkt til smoothies er for nylig dukket op, det er nok et spørgsmålstegn, det er relativt dyrt, og spændende om det slår an og bliver en stjerne.

Husk at de ting der er oppe i tiden er bæredygtighed, klima og miljø. Produkter der tager hensyn hertil er nok nogen der er fremtid i, tænk fx på markedet for plantebeskyttelse, hvor gamle og relativt giftige produkter i stor stil har forladt markedet, mens nye miljøvenlige midler er meget fremme i tiden.

Og en lille video om Boston modellen: <http://www.forklarmiglige.dk/boston-modellen>

Outsourcing og fremtiden

Du har lært om outsourcing og at det benyttes i stor stil af danske virksomheder, er det noget du tror vil ske for den virksomhed du kigger på, og vil det være rentabelt.

Lean

Tror du lean er en mulighed for din virksomhed til at spare penge og dermed forbedre fremtidsudsigterne. Lean har jo sammenhæng med værdikædeanalysen, og det handler jo om at skære alt det bort der ikke giver værdi for kunden, og undgå spild (muda)

Miljø- bæredygtighed – klima

Det er emner der er meget oppe i tiden, og det er vigtigt for alle virksomheder at have et forhold hertil. Producerer man miljømæssigt korrekt, er det noget giftigt noget det man laver, CO2 hensyn osv.

Bliver medarbejderne behandlet ordentligt, eller trækker virksomheden overskrifter vedr. arbejdsulykker.

Ansoffs vækstmatrice

Ansoff er rigtig god når du skal vurdere nutid og fremtiden for en virksomhed, du kan jo så belyse hvilken vækststrategi som virksomheden hidtil har benyttet – er det noget den vil gøre på samme måde fremover.

Har den i et væk spyttet nye produkter på markedet, eller holder den sig til det gammenkendte på de eksisterende marker, og forsøger at få en større markedsandel, eller kaster den sig frygtsløs ud i en geografisk ekspansion.

Hvis virksomheden benytter produktudvikling og markedsudvikling, så udnytter de jo et eksisterende produkt, så husk at komme ind på om hvilken slags integration det er. Horisontal integration er jo når virksomheden opkøber/fusionerer konkurrerende virksomheder/etablerer ny virksomhed.

Vertikal integration handler om to ting. Baglæns integration er når virksomheden fx opkøber underleverandører, og forlæns integration er når virksomheden fx overtager mellemhandlerledet.

http://afsbloggen.blogspot.dk/2012/03/ansoff_01.html

Figur 19.6 Ansoffs vækstmatrice ID c31259

Kilde: Igor Ansoff

		Produkt	
		Nuværende produkter	Nye produkter
Marked	Nuværende markeder	Markedsindtrængning	Produktudvikling
	Nye markeder	Markedsudvikling	Diversifikation

Det handler altså om hvordan virksomheden vokser, satser man på velkendte produkter eller udvikler man nye. Bruger man det eksisterende marked eller forsøger man at erobre nye markeder.

Og en video der forklarer teorien: <http://www.forklarmiglige.dk/ansoff-vækstmatrice>

Økonomi og fremtiden

Hvad mener virksomheden om fremtiden, når man læser årsrapporten. Det vil der altid stå noget om. Synes du det er realistisk ud fra hvordan det er gået hidtil.

Udvikling i omsætning i de sidste par år – ser det ud til at fortsætte

Udvikling i rentabilitet og indtjening – ser det ud til at fortsætte

Hvordan ser det ud med soliditet og likviditet – er der problemer eller er virksomheden inde i en positiv udvikling.

Konkluder på den strategiske analyse

- Porters Five Forces – hvilken rolle har virksomheden i branchen
- Vækststrategien – Ansoff – hvad viser den
- Er der ting i omgivelserne der er relevante.
- Værdikæden – er der interne forhold hvor man er stærk.

Logistiske effektivitet

Her kan man se på forsyningskæden gennem hele virksomheden, eller man kan nøjes med en gren af virksomheden.

De ting der indgår i logistisk effektivitet er disse:

Logistisk effektivitet er en afvejning mellem	
Leveringsservice	Logistikomkostninger
Leveringstid	Lageromkostninger
Lagerservicegrad	Transportomkostninger
Leveringstidsoverholdelse	Emballage- og håndteringsomkostninger
Leveringsfleksibilitet	Administrative omkostninger
Leveringsinformation	Mangelomkostninger

Det er selvfølgelig ikke alt man kan finde ud af ud fra regnskab eller artikler – men ofte kan jo finde artikler der belyser emnerne.

Leveringsservice

Mange virksomheder vil helt sikkert fortælle offentligt om hvordan de forholder sig til leveringstiden og leveringsinformation (track and trace)

Er der problemer med lagerservicegrad/overholdelse og fleksibilitet vil det helt sikkert kunne læses om det på nettet – tænk på Ide-møbler.

Logistikomkostninger

Det kan være vanskeligt ud fra et offentligt tilgængeligt regnskab at finde oplysninger om logistikomkostningerne.

Du vil sikkert kunne finde oplysninger om hvad virksomheden har af lagerfaciliteter. Er der et stort central lager.

Hvordan får virksomheden sine transport behov dækket.

Har der været problemer med at få leveret varer, og har det betydet noget for de administrative omkostninger.

Mangelomkostninger – kan man sige noget om disse, dvs hvis virksomheden ikke har kunne t levere til tiden, er kunderne så gået andre steder hen. Har der været problemer her, vil man ofte kunne læse om det i artikler.

Har der været nogle problemer, kan det så aflæses i regnskabstallene.

Rentabilitet

Afkastningsgraden AG

Den viser virksomhedens evne til at forrente den investerede kapital.

Beregn **afkastningsgraden** – ved flere år så belys den absolutte forskel i procentpoint, og dernæst den relative. Formlen for AG er:

$$\text{Afkastningsgrad} = \frac{\text{Resultat før renter} \times 100}{\text{Gnsn. aktiver}}$$

Se på følgende ting:

- Hvordan har AG udviklet sig i løbet af de år du skal kigge på
- Beregn ændringen i procentpoint og i relativ ændring
- Vurder niveauet – er det ok, hvis du sammenligner med en markedsrente på fx 4-5% (skulle ejeren have ligget på sofaen ☺)

Eksempel:

	År 2	År 3	År 4
Afkastningsgrad, %	10,5	12,9	16,2
Overskudsgrad, %	6,9	8,6	8,6
Aktivernes omsætningshastighed, gange	1,5	1,5	1,9

Den absolutte forskel er $16,2 - 10,5 = 5,7$ procentpoint (pp)

Den relative forskel er $(16,2 - 10,5) \times 100 / 10,5 = 54\%$

Der behøves ikke decimaler i den relative forskel.

Husk man deler med "start-tallet"

Overskudsgraden OG

Overskudsgraden viser noget om virksomhedens indtjeningssevne, altså evnen til at skabe overskud.

Formlen for overskudsgraden ser sådan ud:

$$\text{Overskudsgrad} = \frac{\text{Resultat før renter} \times 100}{\text{Omsætning}}$$

Se på følgende ting:

- Hvordan har OG udviklet sig i løbet af de år du skal kigge på
- Beregn ændringen i procentpoint og i relativ ændring
- Vurder niveauet – er det ok i forhold til tidligere/andre regnskaber
- Hvordan på overskudsgraden påvirket afkastningsgraden

Eksempel:

Her er absolut forskel $8,6 - 6,9 = 1,7$ og relativ forskel ca 24% $(8,6 - 6,9) / 6,9 = 24\%$

Aktivernes omætningshastighed AOH

AOH udtrykker kapitaltilpasningsevne, dvs hvordan passer omsætningen til den kapital der er investeret i virksomheden (aktiverne)

- Hvordan har aktivernes omsætningshastighed udviklet sig i løbet af de år du skal kigge på
- Beregn ændringen i procentpoint og i relativ ændring
- Hvordan har aktivers omsætningshastighed påvirket afkastningsgraden

Du pont formlen

- Belys ud fra Du Pont formlen: $AG = OG \times AOH$.

Altså hvad er skyld i at AG stiger/falder.

Afkastningsgraden (rentabiliteten) påvirkes kun af overskudsgraden (indtjeningsevnen) og aktivernes omsætningshastighed (kapitaltilpasningsevnen). Et fald i afkastningsgraden kan derfor skyldes:

- ▶ Et fald i overskudsgraden
- ▶ Et fald i aktivernes omsætningshastighed
- ▶ Et fald i både overskudsgraden og aktivernes omsætningshastighed
- ▶ Et fald i overskudsgraden som mere end opvejer en stigning i aktivernes omsætningshastighed
- ▶ Et fald i aktivernes omsætningshastighed som mere end opvejer en stigning i overskudsgraden

I ovenstående eksempel stiger både OG og AOH og derfor stiger AG selvfølgelig også.

Egenkapitalforrentning

Afkastningsgraden viser noget om hvordan den samlede virksomhed er blevet forrentet (både egenkapital og fremmedkapital). Ved egenkapitalens forrentning ser man kun på hvordan egenkapitalen er blevet forrentet.

Egenkapitalens forrentning vurderes i forhold til afkastningsgraden. Er den over skyldes det, at virksomheden har tjent på at arbejde med gæld.

Formlen for Egenkapitalens forrentning:

$$\text{Egenkapitalens forrentning} = \frac{\text{Resultat før skat} \times 100}{\text{Gennemsnitlig egenkapital}}$$

Vurder

- Hvordan har Egenkapitalens forrentning udviklet sig i løbet af de år du skal kigge på
- Beregn ændringen i procentpoint og i relativ ændring
- Er Egenkapitalens forrentning større end afkastningsgraden, så betyder det at fremmedkapitalen har været billig og at man tjener på at låne penge.

I den situation vil gældsrenten ligge under AG. Man har altså lånt billigt ude i byen, og forrentet det bedre i virksomheden. Den fortjeneste stryger direkte ned i Egenkapitalforrentning.

Gældsrenten

Gældsrenten er det man betaler i rente på fremmedkapitalen – altså de penge der er lånt.

- Vurder gældsrenten i forhold til AG. Den skal helst være under. Vurder stigning/fald. Noget gæld er ofte rentefri, fx gæld til leverandører.
- Vurder udviklingen – ændring i procentpoint og relativ.
- Er gældsrenten meget lav tyder det på at man er god til at skaffe sig gratis kredit, fx ved vareleverancer (god købmand)

Konklusion på rentabilitetsanalyse

Hvad er den vigtigste grund til at det er gået som det er, brug fx Du Pont ($AG = OG \times AOH$)

Indtjeningsevne

Tag udgangspunkt i OG, som viser hvor meget der er tilbage til overskud i forhold til omsætningen.

Men vi ved ikke hvilke omkostninger der er skyld i en evt tilbagegang eller stigning. Det er jo interessant om det er de variable eller kapacitetsomkostningerne, der er synderen eller helten.

Det kan du belyse ved at lave indekstal, og de forskellige omkostninger.

Overskudsgraden stiger, hvis én af følgende to forudsætninger er opfyldt:

- Omsætningen stiger mere end omkostningerne.
- Omsætningen falder mindre end omkostningerne

Omvendt så falder overskudsgraden hvis

- Omsætningen falder procentvis mere end omkostningerne.
- Omkostningerne stiger mere end omsætningen

Sammenlign altid indekstal for omsætning med indekstal for en omkostning. Er indeks for en omsætning er steget mere end indeks for omsætning, så er det skidt, altså påvirker det indtjeningsevnen i negativ retning.

Omvendt : Er indeks for en omsætning er steget mindre end indeks for omsætning, så er det godt, altså påvirker det indtjeningsevnen i positiv retning.

Som regel kan man komme med nogle bemærkninger om at der er brugt for mange penge på personale og lign. Måske kan man også læse om det i årsrapporten. Måske kan man give skylden på udefra kommende

ting fx finanskriser, stigende oliepriser, indkøring af et nyt system, håndværkerfradag, en kold/varm vinter osv.

Eksempel på indekstal for poster i resultatopgørelsen

	År 5	År 6	År 7
Overskudsgrad, %	6,7	13,5	15,3
Indeks for nettoomsætning	100	134	162
Indeks for vareforbrug	100	134	162
Indeks for andre eksterne omkostninger	100	109	120
Indeks for personaleomkostninger	100	104	119
Indeks for afskrivninger	100	100	123

Overskudsgraden er steget voldsomt og det er indeks for nettoomsætning også. Vareforbruget er steget i nøjagtig samme takt, altså de variable omk. Til gengæld er alle de faste omkostninger steget mindre.

Synderen her er de variable omk. Og heltene de faste omk.

Soliditet og likviditet

Soliditetsgraden

Soliditetsgraden handler om hvor stor en del af virksomheden der er finansieret af egenkapital. Det er godt hvis den er høj, for så har man ikke lånt så mange penge. Hvis man ejer et hus og har lånt en masse penge, så har man en lav soliditetsgrad. Sådan er det også i et firma.

Tommelfingerreglen er at soliditetsgraden bør være 30-40%

Formel :

$$\text{Soliditetsgrad} = \frac{\text{Egenkapital} \times 100}{\text{Aktiver}}$$

Beregn soliditetsgrad eller aflæs den.

- Hvordan har soliditetsgraden udviklet sig
- vurder udviklingstendens. Op/ned hvor meget i procentpoint og relativt.
- Ligger soliditetsgraden på et anstændigt niveau ud fra alder og erfaring.
- Beskriv hvis den er lav, at det gør virksomheden følsom.

Likviditetsgraden

Likviditetsgraden viser, hvor meget omsætningsaktiverne udgør i procent af den kortfristede gæld.

En høj likviditetsgrad fortæller at omsætningsaktiverne (varelager, kontanter, indestående i bank) er nok til at dække den kortfristede gæld, som jo er den gæld der skal indfries inden for et år.

Likviditetsgraden bør være over eller i nærheden af 150%.

$$\text{Likviditetsgrad} = \frac{\text{Omsætningsaktiver} \times 100}{\text{Kortfristede gældsforpligtelser}}$$

- Hvordan har likviditetsgraden udviklet sig
- vurder udviklingstendens. Op/ned hvor meget i procentpoint og relativt.
- Vurder likviditetsgraden - er den i nærheden eller over 150%. Hvad fortæller det om virksomheden. Er den i stand til at imødegå dårlige tider.
- Er likviditetsgraden noget under 150 – hvilke konsekvenser kan det så have – manglende evne til at betale regninger. Virksomheden kan få problemer med at overholde betalingsbetingelserne på de kortfristede gældsforpligtelser

Likviditetsgraden kan forbedres ved enten at øge omsætningsaktiverne eller ved at nedbringe den kortfristede gæld. Det betyder ofte et større varelager, og det er noget der koster. Den kortfristede gæld kan eventuelt nedbringes ved at omlægge noget af denne gæld til langfristet gæld.

Rigtig mange firmaer har problemer med likviditeten, det kan være at en kassekredit bliver opsagt, og man skal finde en ny bankforbindelse. Det er ikke så nemt at komme til den nye bank og bede om kredit på forhånd, med mindre man har nogle omsætningsaktiver der kan gives sikkerhed i.

Tips og tricks

EBIT er det nærmeste vi kommer **Resultat af primær drift**

ROIC er det nærmeste vi kommer afkastningsgraden

Pengestrømsanalyse

Her har vi en opgørelse for Lego

Pengestrømsopgørelse for LEGO Koncernen

Beløb i mio. kr.	2009
Pengestrømme fra driftsaktivitet	2.655
Køb af materielle anlægsaktiver	-1.042
Køb af immaterielle anlægsaktiver	-216
Salg af materielle anlægsaktiver	10
Pengestrømme fra investeringsaktivitet	-1.248
Udbytte til aktionærer	-1.000
Lån	600
Indfrielse af lån og ansvarlig lånekapital	-506
Pengestrømme fra finansieringsaktivitet	-906
Årets pengestrøm	501
Likvider primo	1.129
Likvider ultimo	1.630

Kilde: Bearbejdet uddrag af LEGO Koncernens årsrapport for 2009.

Se først på likvitetsbidraget fra den almindelige drift, dvs hvad har lego fået ind i kassen fra deres produktion af Lego-klodser – her er det 2.655 mio.kr

Hvad har de så ellers brugt kolde kontanter til. Jo de har investeret lidt og solgt lidt af deres anlægsaktiver – købt mere end de har solgt

Så ser vi på hvad aktionærene har fået – her 1.000 mio.kr

Der er optaget lån for 600mio.kr =godt for likviteten, men også afdraget for 506 mio kr =skidt for likviteten

Så i alt negativt bidrag fra finansieringsaktiviteten

Så lægger vi alle likvitetsbidrag sammen, uanset om de er negative eller positive

$$2655 + (1248) + (906) = +501$$

Altså et plus i likviteten trods investering og udbytte til aktionærene.

Da der stop 1.129 i banken ved årets begyndelse, stiger

Likvider ultimo til 1630 - det er rigtig godt

Når du beskriver pengestrømmen bør du have følgende punkter:

- Beskriv pengestrømme fra de forskellige kilder (drift, investering, finansiering) – er det positivt/negativt.
- Bidraget fra driften er den grundlæggende – det er herfra resten skal betales, så det er en god idé at kigge lidt på hvordan bidraget fra driften har været med til at betale for investeringer og finansiering.
- Hvordan ser investeringerne ud, er det fornuftigt. Husk at alle bør investere for at holde virksomheden up-to-date. Ofte kan man læse i årsrapporten og der er sket noget særligt her, fx opkøb/frasalgs af virksomheder.
- Er der betalt udbytte og hvor meget, afdraget på lån, optaget nye lån. Ofte ser man aktionærer trække store udbytter ud af virksomheden.

Fremtiden

Her må man konkludere ud fra den strategiske og økonomiske analyse man har foretaget. En mulighed er at samle konklusioner i en SWOT analyse.

- Konkluder på den økonomiske analyse – rentabiliteten og indtjeningsevnen. Ser de gode eller dårlige takter ud til at fortsætte.
- Hvordan ser det ud med soliditet og likviditet. Står virksomheden stærkt her.
- Konkluder på pengestrømsopgørelsen –
- Konkluder på den strategiske analyse – fx disse ting
 - Værdikæden – hvor er styrkerne
 - Porters five forces – hvordan er virksomheden placeret i branchen
 - Vækststrategi
 - Find udtalelser i årsrapporten eller i pressen der belyser emnet.