

Pincode.

Hoofdstuk 5: Een eigen bedrijf

13/3/26

Noordhoff

Brengt je verder



§ 5.1 Voor jezelf beginnen

Leerdoelen:

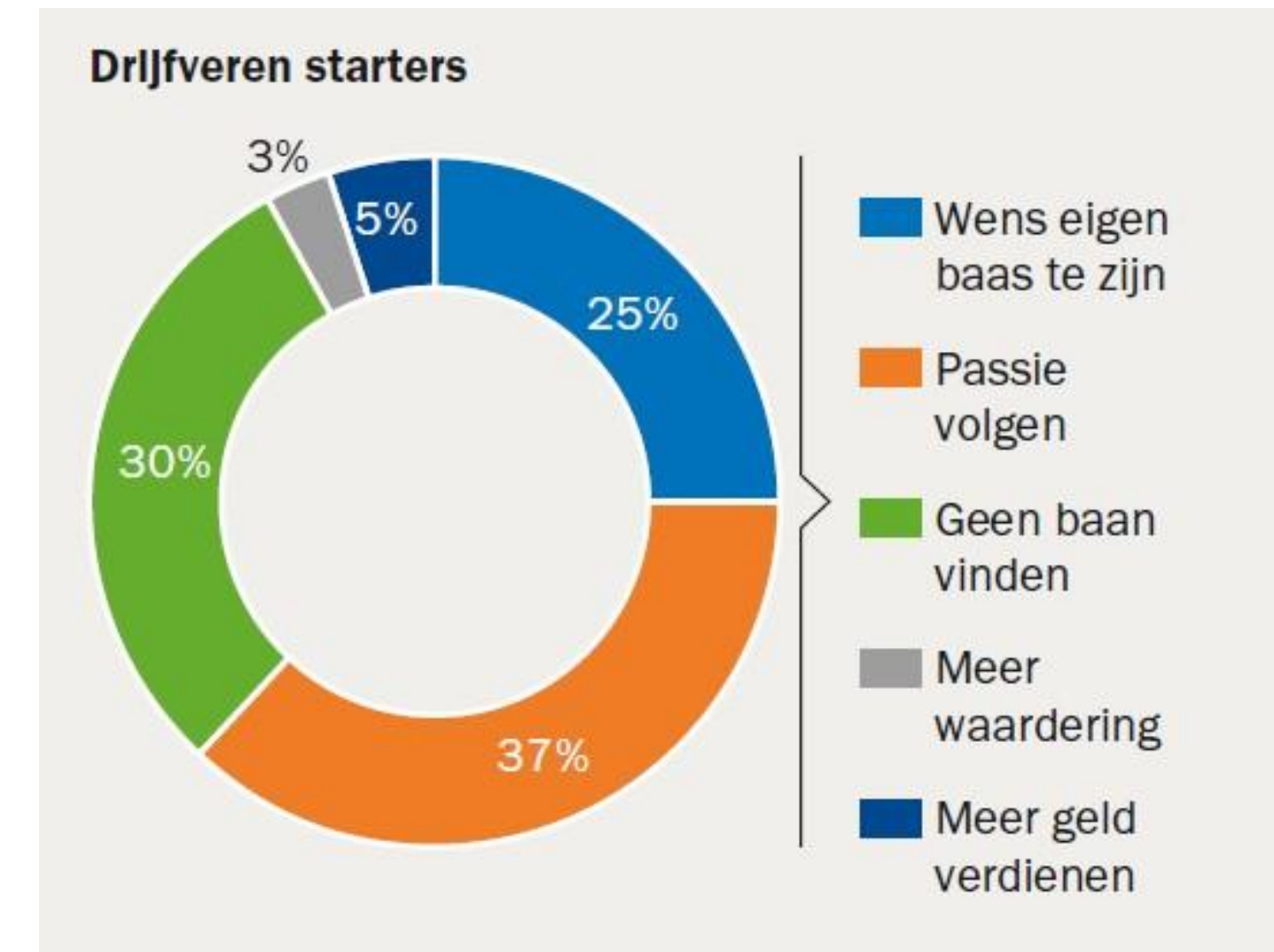
- Je kunt uitleggen wat de voor- en nadelen van ondernemen zijn.
- Je kunt uitleggen welke stappen je moet zetten om een eigen bedrijf te starten.
- Je kunt uitleggen uit welke onderdelen een ondernemingsplan bestaat.



§ 5.1 Voor jezelf beginnen

Eigen baas of in loondienst?

- De meeste mensen werken in loondienst en zijn **werknemer**. Je hebt meestal een vast salaris en je krijgt doorbetaald bij ziekte en vakantie. Dit geeft zekerheid.
- Een zelfstandig **ondernemer** is iemand die met een eigen bedrijf zijn inkomen verdient. Je hebt dan meer vrijheid en je kunt er goed geld mee verdienen. Maar het is wel minder zeker en je kunt zelfs failliet gaan.
- Een **zzp'er** is een zelfstandig ondernemer zonder personeel.
- Een ondernemer met personeel in loondienst is een **werkgever**.



§ 5.1 Voor jezelf beginnen

Hoe start je een eigen bedrijf?

- Controleer of je vergunningen of diploma's nodig hebt.
- Schrijf je in bij de **Kamer van Koophandel (KvK)**.
- Aan de Belastingdienst moet je omzetbelasting (btw) en belasting over de winst betalen.
- Bedenk of je als zzp'er wilt gaan starten of dat je personeel in dienst neemt.
- Zorg voor goede arbeidsomstandigheden, zodat het werk veilig en in een gezonde omgeving gedaan kan worden.



§ 5.1 Voor jezelf beginnen

Een goed uitgedacht plan

- In een **ondernemingsplan** schrijf je het doel, de verwachtingen en de strategie van je onderneming.

Onderdelen ondernemingsplan:

- *Bedrijfsidee*: welk product of dienst ga je verkopen?
- *Persoonlijke kwaliteiten*: waar ben je goed in en waar heb je hulp bij nodig?
- *Financieel plan*: hoeveel geld heb je nodig om te starten en hoe kom je aan het geld?
- *Marketingplan*: volgens welke strategie ga je het product op de markt brengen?
- *Organisatie*: met welke vergunningen, verzekeringen en belastingen heb je te maken?



§ 5.2 Investeren en financieren

Leerdoelen:

- Je kunt een investeringsbegroting opstellen en uitleggen waarvoor je deze gebruikt.
- Je kunt een financieringsbegroting opstellen en uitleggen waarvoor je deze gebruikt.
- Je kunt een balans opstellen en de balansposten noemen.



§ 5.2 Investeren en financieren

Wat heb je nodig?

- Voordat je kunt gaan verkopen, moet je eerst spullen inkopen. Je hebt nodig:
 - Voorraad, zoals grondstoffen of onderdelen.
 - Bedrijfsmiddelen, zoals een winkel of een computer. Bedrijfsmiddelen aanschaffen noem je **investeren**.
 - Opstartkosten, zoals het vooruitbetalen van huur of internetabonnement.
- Hoeveel je nodig hebt, zet je in een **investeringsbegroting**. Het totale bedrag dat je hiervoor beschikbaar hebt is je *investeringsbudget*.



§ 5.2 Investeren en financieren

Hoe kom je aan geld?

- **Financieringsbegroting:** een overzicht waarin staat hoe de uitgaven op de investeringsbegroting worden betaald.
- Hoe kom je aan geld:
 - Spaargeld
 - Geld lenen bij familie of bank
 - Investeerder: wordt mede-eigenaar van het bedrijf.
 - **Crowdfunding:** een groep mensen dat geld investeert in een project of bedrijf.



§ 5.2 Investeren en financieren

Is er evenwicht?

Een **balans** is een overzicht van al je bezittingen en vermogen. Een balans is altijd in evenwicht. Het totaalbedrag van de *activa* (bezittingen) is gelijk aan het totaalbedrag bij de *passiva* (schulden).

- **Vaste activa:** bezittingen die langer dan een jaar mee gaan.
- **Vlottende activa:** bezittingen die korter dan een jaar mee gaan.
- **Liquide activa:** betaalmiddelen
- **Eigen vermogen:** het bedrag dat de eigenaar zelf in het bedrijf gestoken heeft. Bij winst stijgt het eigen vermogen.
- **Vreemd vermogen:** schulden van het bedrijf.

Balans per 21 december 2022			
Activa		Passiva	
Vaste activa		Eigen vermogen	
Winkelpand	€ 80.000	Eigen vermogen Amin	€ 19.000
Bezorgfiets	€ 2.500	Eigen vermogen Denzel	€ 16.500
Vlottende activa		Vreemd vermogen	
Voorraad snacks	€ 4.280	Hypotheek	€ 43.000
Voorraad drankjes	€ 1.500	Banklening	€ 11.780
Liquide activa			
Bank	€ 1.325		
Kas	€ 675		
Totaal	€ 90.280	Totaal	€ 90.280

§ 5.3 Marketing

Leerdoelen:

- Je kunt uitleggen hoe bedrijven marketing inzetten om hun marktaandeel te vergroten.
- Je kunt met voorbeelden uitleggen hoe bedrijven productbeleid toepassen.
- Je kunt met voorbeelden uitleggen hoe bedrijven prijsbeleid toepassen.
- Je kunt met voorbeelden uitleggen hoe bedrijven plaatsbeleid toepassen.
- Je kunt met voorbeelden uitleggen hoe bedrijven promotiebeleid toepassen.



§ 5.3 Marketing

Hoe verkoop je een product?

- **Marketing** is alle activiteiten die een bedrijf onderneemt om de consument te overtuigen om hun product te kopen.
- 4 P's:
 - Productbeleid
 - Prijsbeleid
 - Plaatsbeleid
 - Promotiebeleid
- De 4 P's vormen samen de **marketingmix**. Ze worden zo goed mogelijk op elkaar afgestemd om de doelgroep te verleiden hun producten te kopen. De **doelgroep** is de groep consumenten waarvoor het product bedoeld is.



§ 5.3 Marketing

Bij een succesvol marketingbeleid kan het **marktaandeel** groeien. Dit is de eigen afzet in procenten van de totale afzet. Of de eigen omzet in procenten van de totale omzet.

Marktaandeel

Formule

$$\text{marktaandeel} = \frac{\text{eigen afzet}}{\text{totale marktafzet}} \times 100\%$$

of

$$\text{marktaandeel} = \frac{\text{eigen omzet}}{\text{totale marktomzet}} \times 100\%$$

Voorbeeld

In 2022 verkochten alle automerken samen 312.129 auto's.

Hiervan waren er 73.305 elektrisch.

Het marktaandeel van elektrische auto's: $\frac{73.305}{312.129} \times 100\% = 23,5\%$

§ 5.3 Marketing

Welk product ga je verkopen?

Productbeleid: de keuzes die een bedrijf maakt met betrekking tot de kenmerken van een product.

- **Materiële kenmerken:** Tastbare kenmerken van een product, zoals kwaliteit, design en verpakking.
- **Immateriële kenmerken:** Onzichtbare kenmerken van een product, zoals garantie, service en imago.



(zakjes 3x)



(blik 800ml)



(zak 570ml)

§ 5.3 Marketing

Hoe bepaal je de prijs van een product?

- Het **prijsbeleid** gaat over alle keuzes die een bedrijf maakt over de prijs van een product.
- Factoren die een rol spelen bij prijsbeleid zijn:
 - Kostprijs.
 - **Betalingsbereidheid**: het bedrag dat de consument bereid is ervoor te betalen.
 - **Psychologische prijzen**: de verkoopprijs zo vaststellen dat de consument sneller geneigd is om het product te kopen. Bijvoorbeeld: € 2,99 of '1+1 gratis'.



§ 5.3 Marketing

Waar verkoop je het product?

- Het **plaatsbeleid** gaat over alle keuzes die een bedrijf maakt met betrekking tot waar het product wordt verkocht.
- Denk hierbij aan de locatie van de winkel, maar ook de locatie van producten in de winkel:
 - Willen consumenten moeite doen voor het product?
 - Online of in een fysieke winkel?
 - Op ooghoogte of op het onderste schap of bij de kassa?
- Hoe verkoop je het product aan de klant:
 - **Directe distributie**: rechtstreekse verkoop aan de klant.
 - **Indirecte distributie**: het product wordt via een winkel aan de consument verkocht.



§ 5.3 Marketing

Hoe geef je het product bekendheid?

Het **promotiebeleid** gebruik je om het product of merk bekend te maken bij de doelgroep.

- **Reclame:** vorm van communicatie om een product aan te prijzen.
- **Affiliate marketing:** vorm van internetmarketing waarbij de adverteerder de eigenaar van de website waar de advertentie op staat een klein bedrag betaalt, elke keer als er op de advertentie wordt geklikt.
- **Sponsoring:** vorm van marketing waarbij een merk zich verbindt aan een bekende persoon of organisatie.



Laat jij je beïnvloeden door marketing?



Noordhoff

Brengt je verder