



# Ondernemingsplan

## Fruit Bottles

Namen: Dominika Kunat, Jeroen aan de Stegge,  
Sebastiaan Galesloot, Fabian Verweij,  
Daan Grobbee, Dilan Bayraktar en Jamila  
Salama.

Klas: 5H

Docent: S. Vriens

# Inhoudsopgave

---

	PAGINA
Inleiding	2
Ondernemers	3
Organogram	5
Missie en Visie	7
Het idee	8
Analyse	10
SWOT-analyse	12
Marketing	13
Jaarplanning	16
Financiën	17
Conclusie	25

---



# Inleiding

Wij zijn zeven leerlingen van het Christelijk Lyceum Zeist met het vak Management en Organisatie. Voor dit vak zijn wij een bedrijf begonnen waarbij wij een product mochten kiezen, inkopen en verkopen. Het bedenken van een product was erg moeilijk omdat iedereen het met elkaar eens moest zijn en het een goed verkopend product moest zijn, maar we zijn er uit. Wij verkopen de 'Fruit Bottles', dit zijn flessen waar je water of ander soort drinken in kunt stoppen met een extraatje. In de fles zit namelijk een filter waar je verschillende groenten, fruit, en kruiden in kunt stoppen voor een gezond en lekker smaakje die dan wordt toegevoegd aan het water.

Deze flessen worden verkocht aan pubers, hierbij word er rekening gehouden aan 12+, ook verwachten wij dat deze flessen aan volwassenen worden verkocht die gezond bezig zijn en letten op hun voeding.

Wij bieden zo een goedkoop alternatief voor een fles die duurder te vinden is op de markt nu. Deze flessen zijn gewild, maar moeilijk te vinden en daarom hebben wij er voor gekozen deze flessen te verkopen voor €9.95!

Als we niet zouden investeren in ons bedrijf na de eerste verkoop zouden de aandeelhouders al 67,4% rendement-percentages krijgen. Als het bedrijf zo succesvol wordt als we verwachten komt er een tweede of zelfs een derde verkoop die er voor kan zorgen dat het rendement-percentages kan stijgen. Voordeel voor de aandeelhouders dus.

Wij zijn van plan het product te verkopen op school omdat hier veel mensen rondlopen die voldoen aan onze doelgroep. Verder gaan we de flessen buiten school verkopen aan vrienden en familieleden.

We hopen dat dit een goed gekozen product is en het goed verkoopt. Verder willen we natuurlijk veel van dit project leren.

# De ondernemers

## **Dominika Kunat**

Ik ben Dominika Kunat, ik ben 16 jaar oud en ik doe HAVO op het Christelijk Lyceum Zeist. Ik ben de directrice in onze onderneming, ik zorg ervoor dat alles op tijd af is en het bedrijf goed loopt. De belangrijke voordelen van het starten van mijn eigen Junior Company zijn dat wij bijvoorbeeld een stukje te zien krijgen van hoe het er in de 'echte' bedrijfswereld uit kan zien. Wij mogen mee proeven van een eigen bedrijf te starten zonder nadelen als het fataal afloopt, het is zeker een goede les voor later als we iets zouden willen gaan doen met een eigen bedrijf starten. Ik wil na het afsluiten van onze Junior Company beter zijn geworden in het communiceren met anderen en het overleggen i.p.v. mijn eigen conclusies trekken.

## **Dilan Bayraktar**

Mijn naam is Dilan Bayraktar, ik ben 17 jaar oud en doe de HAVO op het Christelijk Lyceum Zeist. De belangrijkste voordelen van het starten van een eigen onderneming is het begrijpen en snappen hoe alles werkt en hoe alles in elkaar zit. Zo leren wij hoe je een bedrijf start en wat je eerst moet doen voordat je met het andere verder kunt en dat je goed moet kunnen samenwerken.

Ik wil na het afsluiten van onze Junior Company het vertrouwen op anderen verbeteren, moet geloven in dat de anderen hun opdrachten maken en niet alles na-checken. Ik heb de taak Human Resource Manager gekregen, dit houdt in dat ik er voor zorg dat de onderlinge relaties goed verlopen zodat we onze doelen bereiken. Ook houd ik alle gewerkte uren bij voor het loon die wij later krijgen.

## **Sebastiaan Galesloot**

Ik ben Sebastiaan Galesloot en ik ben 15 jaar en doe HAVO op het Christelijk Lyceum Zeist. De belangrijkste voordelen van het starten van een onderneming is de ervaring en leren hoe alles nou in zijn werking gaat. We zullen waarschijnlijk ook heel veel leren over samenwerking en alles goed laten verlopen en zorgen dat iedereen het eens is. Ik ben de financieel directeur, dit houdt in dat ik de administratie bijhoud en dat ik over de kas beheer. Ook bekijk ik alle voor en nadelen van een financieel besluit om zo het beste besluit te maken

## **Jamila Salama**

Mijn naam is Jamila Salama, ik ben 17 jaar oud en ik zit in klas 4 HAVO. De belangrijkste voordelen vind ik dat je leert om samen te werken in een groep en je de eerste stap maakt naar je bedrijfsleven. Ook kun je ontdekken of het bedrijfsleven iets voor jou is. Je leert de voor maar ook nadelen kennen. Ik wil na het afsluiten van onze Junior Company hebben geleerd hoe je moet samenwerken in een groep en dat mijn vertrouwen in anderen beter geworden is. Ook wil ik beter kunnen overleggen met personen en meer een groepsgevoel hebben i.p.v de opdrachten uit te voeren als individu. Mijn functie binnen het bedrijf zal directiesecretaresse zijn, ik zal verantwoordelijk zijn voor de voorbereiding van de vergaderingen en de notulen.

## **Jeroen aan de Stegge**

Ik ben Jeroen aan de Stegge, ik zit in 4 havo op het CLZ. Ik ben 17 jaar oud. Bij de Junior Company wordt de theorie met de praktijk verbonden, dit is tevens ook de eerste keer voor ons dat we een echt bedrijf starten. Wellicht heeft het zo zijn voordelen voor later in het echte bedrijfsleven. Door de Junior Company kom je achter de leuke en minder leuke dingen van een bedrijf. Met de Junior Company wil ik me voorbereiden voor later in het echte bedrijfsleven. Ook wil ik beter leren plannen en communiceren met mijn collega's.

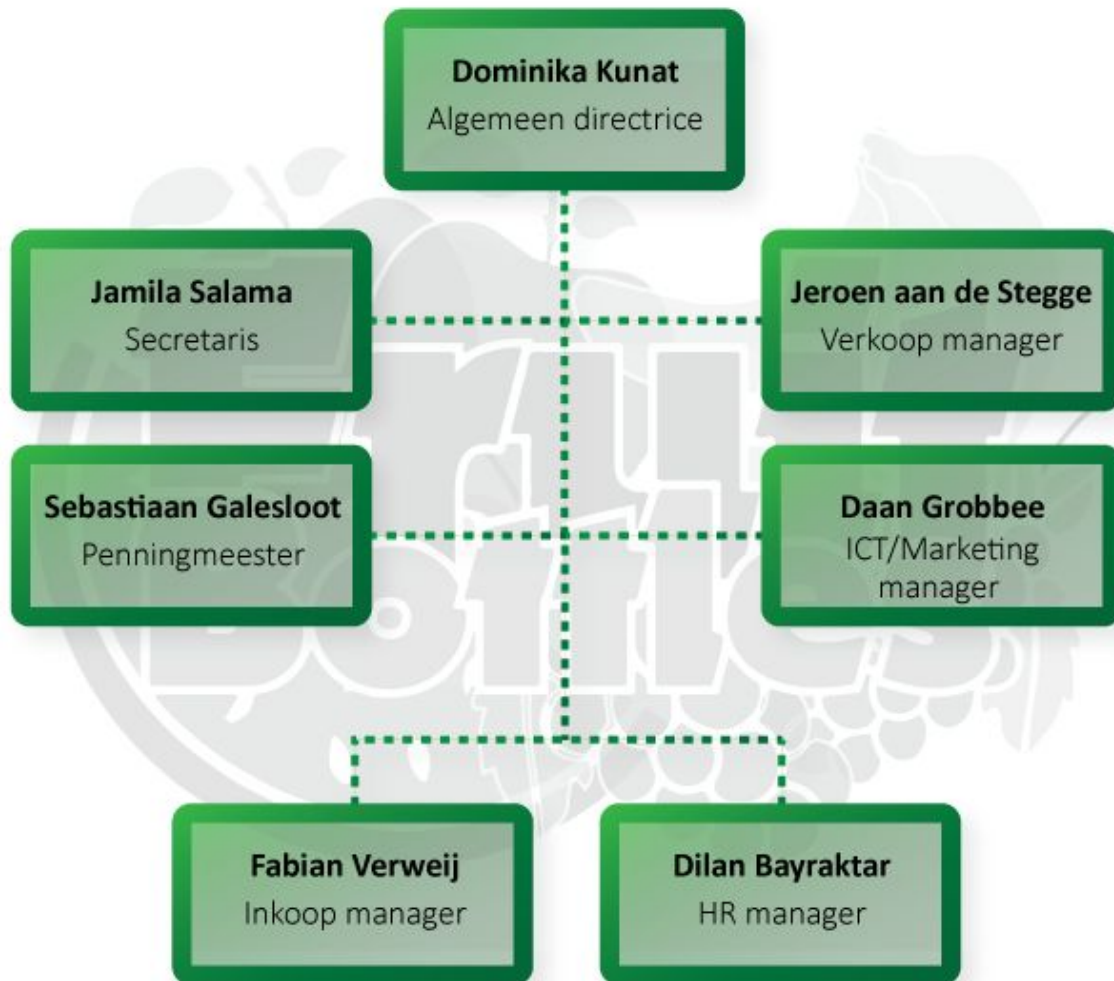
## **Fabian Verweij**

Ik ben Fabian Verweij en ik ben 16 jaar oud, ik zit in 4 HAVO op het Christelijk Lyceum Zeist. De voordelen van Junior Company zijn dat je heel goed leert hoe het werkt in een bedrijf en hoe je samenwerkt om uiteindelijk tot het beste resultaat voor het bedrijf te komen. Ik wil bij het afsluiten van Junior Company beter zijn geworden in mijn verantwoordelijkheden oppakken. En als groep problemen oplossen. In ons bedrijf ben ik de directeur van de productie en inkoop. Dit houdt in dat ik eindverantwoordelijk ben voor alle flessen die worden ingekocht.

## **Daan Grobbee**

Ik ben Daan Grobbee, ik zit in 5 havo en ben 18 jaar oud. Dit is niet de eerste Junior Company waar ik aan werk, maar zie deze als de grootste uitdaging aangezien ik dit bedrijfje niet vanaf de start heb meegemaakt. De Junior Company is een leuk concept en ik merk dat het mij al veel meer inzicht heeft gegeven over hoe je succesvol een bedrijfje start. Binnen het bedrijf ben ik ICT en marketing manager wat inhoudt dat ik zorg voor de opmaak van het logo, posters en onder andere de Facebook pagina en website.

# Organogram



Dit is de organogram van ons bedrijf, Fruit Bottles.

## Algemeen directrice

Dominika is de algemeen directeur en geeft leiding aan de werknemers van Fruit Bottles J.C. Ook voert de algemeen directeur intern overleg voor een goede afstemming van de werkzaamheden. De algemene directeur organiseert vergaderingen en zorgt ervoor dat de werknemers hun afspraken nakomen en goed samenwerken

## Secretaresse

Jamila is de directiesecretaris en die steunt de directie en noteert de aanwezigheid. De directiesecretaris bereidt ook de vergaderingen voor. Ook wordt de notulen gemaakt en verstuurt door de directiesecretaris.

## **Penningmeester**

Sebastiaan is de financieel directeur en is eindverantwoordelijk voor de financiën en administratie. Ook wordt de kostprijs bepaald door de penningmeester.

## **HR Manager**

Dilan is de Human Resource Manager en dit houdt in dat Dilan de vertrouwenspersoon is in het bedrijf en er voor zorgt dat de onderlinge relaties goed verlopen zodat we onze doelen bereiken. De Human Resource Manager zorgt er ook voor dat onderlinge conflicten worden opgelost en dat eventuele functiewisselingen mogelijk zijn.

## **ICT en marketing manager**

Daan is de ICT en marketing manager, dit houdt in dat Daan verantwoordelijk is voor al het online-content. Social media en de website worden dus door hem beheerd. In het taakje marketing valt vooral de visuele vormgeving van posters, flyers, stickers, de website en natuurlijk het bedrijfslogo.

## **Inkoop manager**

Fabian is de inkoop manager, hij beheert de voorraad, zet het productieproces op, zorgt dat het product veilig opgeborgen is ter voorkoming van diefstal en zoekraken van de flessen en zorgt dat de producten op tijd aanwezig zijn.

De inkoop manager voert ook een leveranciersonderzoek uit en onderhoudt contact met de leveranciers.

## **Verkoop manager**

Jeroen is verkoop manager, hij is verantwoordelijk voor de verkoop van de flessen. Ook heeft de verkoopmanager de verantwoordelijkheid voor het uitvoeren van het marketingplan.

# Missie en Visie

## Onze missie

Wij willen een product op de markt brengen waardoor mensen een milieuvriendelijker en gezondere alternatief hebben op alle ongezonde dranken van tegenwoordig. Hierdoor leveren wij een bijdrage aan de gezondheid van de mensen in onze omgeving.<sup>1</sup>

## Onze visie

Wij vinden het belangrijk dat we leren hoe we een bedrijf moeten runnen. We willen allemaal heel capabel zijn in ons gedeelte van het bedrijf. De een in financiën de andere in marketing en weer een ander in verkoop. Door iedereen zijn sterke punten te laten gebruiken hopen we onze onderneming zo succesvol te maken als we maar kunnen.

## Onze ambitie

Ons doel is om een gezonde leefstijl te promoten en zo toch iets goeds bij te dragen aan de maatschappij.

---

<sup>1</sup> Bijlage: In vergelijking met andere drinkmogelijkheden





# Het idee

## Het product

Wij hebben besloten fruit/water flessen te verkopen met daarin een filter. Dit hebben wij gekozen omdat het een erg handige fles is voor zowel jongeren als ouderen die dagelijks een fles/bidon met zich meedragen. Deze fles is handig om er drinken in te bewaren en mee te nemen, zo hoef je geen plastic flesjes te bewaren die snel kapot gaan of lekken. Handig voor mee naar school, op vakantie, op het werk en tijdens het sporten. Ook zit er een filter in de fles, deze is bedoeld om stukjes fruit, kruiden of groenten in te stoppen zodat je een lekker smaakje toegevoegd krijgt bij je water wat lekker én gezond is. Wat je er in stopt kun je zelf beslissen, denk hierbij aan aardbeien, muntbladeren, citroen, komkommers etc.

## Kenmerken van de fles

Het belangrijkste kenmerk van ons product is dat er een filter in onze fles zit, waarin je bijvoorbeeld fruit, groenten en kruiden zoals munt blaadjes in kunt doen. De filter zorgt er voor dat je een lekker (zelfgekozen) smaakje in je drinken/water krijgt. Een fles zonder deze filter is gewoon een normaal flesje.

Nog een kenmerk van deze fles is dat die makkelijk mee te nemen is, makkelijk te (her)gebruiken en bruikbaar is voor iedereen, ook kan de drinkfles in de vaatwasser.

Het product is transparant met een kleurtje op de bovenkant, deze kleur kan zelf gekozen worden. De mensen kunnen kiezen uit de kleuren: rood, blauw, zwart.<sup>2</sup>

De consumenten hebben ons product nodig omdat het handig is voor hen, zij hoeven niet steeds nieuwe flessen te kopen, hierdoor zullen zij uiteindelijk goedkoper uitkomen dan telkens een nieuw flesje te kopen van zo'n circa 1 a 2 euro per keer. De drinkfles is ook handig voor de mensen die diëten en sporters die letten op hun calorieën. Drinken in de winkel bevat veel calorieën en suikers, met deze fles kun je gezond blijven drinken.<sup>3</sup>

Daarbij is de fles milieuvriendelijk, er wordt zo minder plastic gekocht omdat de fles makkelijk in de vaatwasser kan en hierdoor makkelijk te hergebruiken is.

De belangrijke kenmerken waar de consumenten interesse in hebben is een fles die hergebruikt kan worden en niet lekt.

## **De doelgroep**

Wij hebben voor de doelgroepen de jongeren en ouderen gekozen die dagelijks een fles bij zich hebben, voor zowel op school, op het werk, of tijdens het sporten. Wij houden ons bezig met de jongeren en ouderen vanaf 12+ omdat deze jongeren het geld hier voor hebben. De jongeren onder de 12 jaar zijn vaak nog afhankelijk van hun ouders met wat zij willen en kopen. Pubers (12+) houden er van om nieuwe dingen uit te proberen en gaan sneller met de andere leeftijdsgenoten mee. Als een aantal pubers deze flessen gebruikt raken de andere sneller nieuwsgierig en zou dit kunnen lijden tot een hype. De fruit/water flessen zijn nu al erg gewild maar de consumenten maar kunnen ze niet vinden omdat deze niet in de winkels te koop zijn.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Bijlage: Specificaties

<sup>3</sup> Bijlage: In vergelijking met andere drinkmogelijkheden

<sup>4</sup> <http://forum.girlscene.nl/forum/food-sport/waterbeker.-307792.0.html>

# Analyse

## Meso Niveau

Het Meso Niveau heeft betrekking op bedrijven in de omgeving die dezelfde dienst of hetzelfde product aanbieden, wij voeren deze analyse uit door middel van de ABCD-formule.

### *Afnemers*

Vergelijkbare handelaren die dit product ook verkopen zijn bol.com hout&letters.com dit zijn de enige andere verkopers in Nederland vindbaar. Ze hebben geen specifiek verkoopplan voor dit specifieke product. Bol.com verkoopt het product voor €13,95 en hout&letters.com verkoopt het product voor €9,95.

### *Bedrijfstakinganalyse*

In Zeist en omgeving zijn veel plaatsen waar mensen ons product kunnen kopen. Als we gaan groeien kunnen we op meerdere plekken in Utrecht gaan verkopen en zo een groter publiek bereiken.

### *Concurrentieanalyse*

Onze belangrijkste concurrenten zijn winkels die bidons en dergelijk verkopen zijn wel degelijk concurrent aangezien de klanten dat kunnen kopen in plaats van ons product. De winkels hiervan die zich in onze omgeving bevinden tenminste. Bol.com en hout&letters.com zijn ook concurrenten maar die zijn niet bezig om dit product specifiek in onze omgeving te verkopen. Bidon-verkopende winkels zijn indirecte concurrenten aangezien zij een alternatief op onze fles aanbieden; bidons.

### *Distributieanalyse*

Wij kunnen bij de klant komen door middel van promotie op specifieke plekken en het door andere laten verkopen. Zoals bij een sportschool, en dan bijvoorbeeld hen een deel van de winst te geven. Ook kan de klant bij ons komen als wij mogelijk een website oprichten.

## **Macro Niveau**

Het Macro-Niveau gaat over het hele gebied. Het is dus breder dan alleen de eigen bedrijfstak. De macro-analyse voeren wij uit door middel van de DESTEP-methode te gebruiken.

### *Demografische factoren*

De bevolking is van alle leeftijden aangezien in Zeist en omgeving niet specifieke kinderen of ouderen wonen.

### *Economische factoren*

Er zijn geen specifieke factoren zoals werkloosheid in Zeist en omgeving. Wel zijn er in het centrum van Utrecht veel winkels en dit kan mogelijk verkoop belemmeren.

### *Sociaal-culturele factoren*

Het opleidingsniveau is vrij goed in Zeist en omgeving aangezien er een Universiteit is en een hoge school waar natuurlijk een hoop studenten zijn. Ook zijn er veel middelbare scholen en dus veel consumenten die binnen ons doelgroep vallen.

### *Technologische factoren*

Er zijn geen nieuwe ontwikkelingen in verhouding met soortgelijke producten.

### *Ecologische factoren*

De omgeving is in de druk bewoonde gebieden heel erg volgebouwd, maar naarmate je verder uit het centrum komt is er veel natuur. Het weer is heel verschillend en kan snel van regen naar zon veranderen.

### *Politiek-juridische factoren*

Er zijn geen specifieke overheidsbeslissingen of wetten waar wij rekening mee moeten houden omdat wij iets unieks doen vergeleken met andere handelaren.

# Swot-Analyse

	Helpen bij het behalen van je doel	Werken het behalen van je doel tegen
Intern	Een sterk punt van ons is dat wij de enige zijn die dit specifieke product direct verkopen aan de consument. In plaats van via een webshop. Het product heeft verder een design dat niet specifiek voor oude of jonge mensen is en hiermee vergroten we ook de doelgroep en dus mogelijke kopers van ons product.	Ons product heeft een zeer grote doelgroep die niet heel specifiek is. Dit kan er voor zorgen dat bij een verkeerde verkooplek wij onze doelgroep niet optimaal bereiken.
Extern	Wij hebben geen directe concurrenten en kunnen mensen dus makkelijker overtuigen het product bij ons te kopen aangezien er geen andere partijen zijn.	Mensen kunnen heel makkelijk een andere bidon kopen bij willekeurige winkel. Hun bieden waarschijnlijk goedkopere producten aan.

## Confrontatie matrix

Doordat wij onze producten direct verkopen aan de consumenten, bouwt dit vertrouwen op bij onze consumenten. We hebben geen concurrenten, dus we kunnen mensen makkelijker overtuigen dat ze ons product moeten kopen. Het is alleen wel lastig om te bepalen waar we ons product gaan verkopen, doordat onze doelgroep heel groot is. Een bedreiging is dat mensen ook een ander soort fles kunnen kopen (bijv. een bidon).

## Kritische succesfactoren

Onze kritische succesfactoren zijn:

- Klantvriendelijkheid
- Goedkoop vergeleken met andere winkels die hetzelfde product verkopen
- Goede bezorging

Onze kans van slagen is redelijk hoog, omdat we de klant een product relatief goedkoop aanbieden dat normaal gesproken duurder is.

De enige valkuil zou kunnen zijn dat mensen aan de kwaliteit van het product twijfelen en liever een bidon van een winkel kopen.

# Marketing

## Marketingmix

De marketingmix bestaat uit de 6 P's: Prijs, Product, Plaats, Promotie, Presentatie en Personeel. De toebehorende informatie over de 6 P's kunt u hieronder vinden.

## Prijs

Inkoopprijs per stuk:		€4,64
Inkoopkosten		€--,-
<hr/>		
Vvp		€4,64
Reclamekosten:	€20.32/80 =	€ 0.25
Bankrekening: €20/80		€0,25
Loonkosten: 67,20/80		€0,84
<hr/>		
Kostprijs		€5,98
Winstmarge	37,55%	€2,25
<hr/>		
Verkoopprijs (ex. BTW)		€ 8.23
BTW	21%	€ 1,27
<hr/>		
<b>Verkoopprijs (inc. BTW)</b>		<b>€ 9.95</b>
<hr/>		

- De inkoopprijs van de flessen zijn per stuk is €4.64
- Reclame kosten zijn A3-posters €1.62 x 11 + A4-posters €0.25 x 10 = €20.32
- De kosten van een bankrekening is €20 wij kopen eerst 80 flessen in ,daarvan gaat dus €0.25 van elke fles naar de bankrekeningkosten.
- De loonkosten zijn 28 weken x 4 lesuren x 6 werknemer x €0.10 uurloon = 67,20./ 80 aankopen = €0.84
- 
- Kostprijs is zo €5.98
- Hier doen wij een winstmarge bij van 37,55%
- Zo krijgen wij een verkoopprijs van €5,98 x 1,3755 = €8,23
- Met de BTW van 21% komen wij op een prijs van €9,95

Wij realiseren een verkoopprijs van €9,95 zodat de klanten zo de goedkoopst mogelijke prijs krijgen, de vraag naar een goedkope prijs ligt hoog bij de consumenten, dit hebben wij gemerkt tijdens ons marktonderzoek. Hierin hadden van de 251 ondervraagde 189 de optie gekozen voor 6 tot 8 euro<sup>5</sup>, dit valt door de kosten die bij alles komen kijken niet te realiseren vandaar dat wij voor een iets duurdere prijs hebben gekozen, namelijk €9,95.

Wij zijn begonnen met een basis loon van €0,10 cent om eerst te bekijken hoe het allemaal loopt, wij hebben uitgerend hoeveel geld er word uitgegeven aan de loonkosten. Dat is ongeveer 28 weken x 4 lesuren x 6 werknemer x €0,10 uurloon = €67,20. Voor de tweede inkoop word kostprijs goedkoper i.v.m. geen bankrekening kosten en geen reclame kosten, wij zijn niet van plan om de verkoopprijs bij de tweede inkoop te wijzigen maar dan een verandering te brengen in winstmarge.

## **Product**

Het product is een drinkfles gemaakt van plastic en heeft zo een inhoud van 0.7 L door gebruik van plastic is deze herbruikbaar en dus milieuvriendelijk. Het is klein, handig en makkelijk meeneembaar, zo kun je deze makkelijk meenemen in je handtas of schooltas. De filter in de fles maakt deze uniek en anders dan normale waterflessen. Voor meer informatie over het product zie bijlage<sup>6</sup>

## **Plaats en Promotie**

Deze fruit flessen zijn niet te koop in de winkel en moeilijk te vinden op het internet. Daarom verkopen wij deze flessen op school, de consumenten kunnen de flessen zo zelf bekijken en raken zo sneller geïnteresseerd. Ook is er op deze manier meer zekerheid dan online bestellen, zo kom je duurdere uit met verzendkosten en kan er wel eens wat mis gaan bij het bezorgen. Om goed duidelijk te maken dat wij deze flessen op school gaan verkopen gaan wij zo veel mogelijk reclame maken. Dit gaan wij doen door een facebook-account aan te maken en deze te delen met vrienden, wij zetten hier alle benodigde informatie neer en zorgen ervoor dat de fruitflessen bekend wordt en iedereen ze wil hebben. Hetzelfde willen wij doen met instagram, dit is een app die erg bekend is onder de pubers en kunnen wij dus goed gebruiken om meer reclame te maken.

Ook hebben wij een bedrag berekent bij ons verkoopprijs waarmee we posters kunnen bedrukken en ophangen op school, supermarkten of een sportvereniging zo kunnen we ons bedrijf goed promoten.

---

<sup>5</sup> Bijlage: Marktonderzoek

<sup>6</sup> Specificaties fruit/water flessen

## **Presentatie en Personeel**

Wij gaan er voor zorgen om zo enthousiast en vriendelijk mogelijk over te komen bij de klanten, wij geloven er namelijk in dat dit een groot effect heeft op de afzet. Bij het verkopen op school zorgen wij er voor dat het aantrekkelijk wordt en zoveel mogelijk klanten trekt, dit willen wij doen door muziek op te zetten. Klanten zullen nieuwsgierig worden en hier op af komen. Ook willen wij een aantal flessen vullen met fruit en de klanten deze laten proeven zodat zij een idee hebben hoe het product werkt en hoe lekker het kan zijn.



# Jaarplanning

	Wanneer moet dit gebeurd zijn?	Wanneer gaan we dit doen?	Is dit gelukt?
Aanvragen octrooi	---	--	
Aanvragen aandelen	Week 36	Week 36.	
Eerste aandeelhoudersvergadering	Week 36	Week 36	week 35
Inkopen product/ dienst	Week 37	Week 37	
Aanvragen vergunningen	Week 37	Week 37	
Start verkoop	Week 40	Week 40	
Inschrijven en voorbereiden marktdag	Week 41	Week 41	
Inschrijven competitie	Week 42	Week 42	
Opleveren halfjaarverslag	Week 53	Week 53	
Laatste verkooporders afronden	Week 10/11	Week 10/11	
Opleveren jaarverslag	Week 12	Week 12	
Afrondende aandeelhoudersvergadering	Week 12	Week 12	
Afsluiten Junior Company	Week 12/13	Week 12/13	

# Financiën

Wij hebben het hoofdstuk financiën opgedeeld in sub-paragrafen.

	Pagina
- Vaste gegevens en begrippen	17
- Investeringsbegroting	17
- Financieringsbegroting	18
- Openingsbalans	19
- Exploitatiebegroting	20
- Loonberekening	20
- Rendementsberekening	21
- Break-even punt	21
- Liquiditeitsbegroting	22

Verdere informatie over al deze punten vindt u hieronder.

## Vaste gegevens en begrippen

We rekenen een Btw percentage van 21% op de flessen, en we kopen 80 flessen in tegen een prijs van €4,64 per stuk. We gaan eerst deze voorraad verkopen, en als de vraag groot genoeg is zullen we waarschijnlijk meer flessen inkopen.

## Investeringsbegroting

INVESTERINGSBEGROTING	BTW	
<i>Vaste activa</i>		
<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
<i>Vlottende activa</i>		
Voorraad producten	€371,20	€77,95
Promotie Materiaal	€20,32	€4,27
<b>TOTAAL</b>	<b>€391,52</b>	<b>€82,22</b>

### Berekening:

Voorraad producten:  $€4,64 \times 80 = €371,20$  btw:  $€371,20 \times 1,21 - €371,20 = €77,95$

Btw Promotie Materiaal:  $€20,32 \times 1,21 - €20,32 = €4,27$

Totaal:  $€371,20 + €20,32 = €391,52$ , totaal btw:  $€77,95 + €4,27 = €82,22$

## Financieringsbegroting

<b>FINANCIERINGSBEGROTING</b>	<b>BTW</b>	
<u>Vaste activa</u>		
<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
<u>Vlottende activa</u>		
Voorraad producten	€371,20	€77,95
Promotie Materiaal	€20,32	€4,27
Bank	€108,48	
<b>TOTAAL</b>	<b>€500</b>	<b>€82,22</b>
<b>TOTAAL TE VERKOOP AANDELEN</b>	<b>100</b>	

### *Toelichting:*

Er worden 100 aandelen verkocht zodat als de verkoop goed gaat we meteen weer in kunnen kopen met het overige geld. Zodat we niet hoeven te wachten op de verkoop van alle flessen dan moeten bestellen. Hierdoor kunnen we aan één stuk door verkopen.

## Openingsbalans - 1 September

Activa		Passiva	
<b>Vaste activa</b>		<b>Eigen vermogen</b>	
Ontwikkelingskosten	€0,00	Aandelen verkoop	€500
<b>Vlottende activa</b>		<b>Vreemd vermogen</b>	
Voorraad producten	€306,78		
Promotie materiaal	€16,79		
Bankrekening	€108,48		
Te vorderen BTW	€82,22		
<b>Totaal</b>	<b>€500</b>	<b>Totaal</b>	<b>€500</b>

### *Berekening:*

Inkoopkosten:  $€4.64 \times 80 = €371,20 : 1.21 = €306.78$

Reclame kosten:  $€1.62 \times 11 + €0.25 \times 10 = €20.32 : 1.21 = €16.79$

Te vorderen BTW:  $€4,27 + €77,95 = €82,22$

We verkopen 100 aandelen zodat als de verkoop goed gaat we meteen weer in kunnen kopen met het overige geld. Zodat we niet hoeven te wachten op de verkoop van alle flessen dan moeten bestellen. Hierdoor kunnen we aan één stuk door verkopen.

## Exploitatiebegroting - September, Oktober, November

Omzet	€657,85
Inkoopwaarde	€306,78
<b>Brutowinst</b>	<b>€351,07</b>
Promotiekosten	€16,79
Brutoloon	€67,20
Bankkosten	€20,00
<b>Nettowinst voor belasting</b>	<b>€330,82</b>
Vennootschapsbelasting 23%	€76.09
<b>Nettowinst na aftrek van vennootschapsbelasting 23%</b>	<b>€254.73</b>

### Berekening:

Omzet:	€ 9.95x80:1.21	= €657.85
Inkoopwaarde:	€4.64 x 80= €371,20 :1.21	= €306,78
Promotie kosten zijn A3-posters:	€1.62 x 11 + €0.25 x 10 = €20.32 :1.21	= €16.79
Ongeveer 28 weken x 4 lesuren x 6 werknemers x €0.10 uurloon		= €67,20
€330,82 x 0.23 % rente		= €76.09
€357.37 - €76.09		= €254.73

### Loonberekening

De Human Resource Manager (Dilan) houdt alle uren bij.

Wij rekenen een uurloon van €0.10 en dan na de loonbelasting van 42%.

$$€0.10 \times 0.58 = €0.058$$

$$\text{Ongeveer } 28 \text{ weken} \times 4 \text{ lesuren} \times 6 \text{ werknemers} \times €0.10 \text{ uurloon} = €67,20$$

## Rendementsberekening

<b>Uitgegeven aandelenkapitaal</b>	€500	100 Aandelen van €5,00
<b>Nettowinst</b>	€330,82	
<b>Rendement per aandeel</b>	€3,31	€330,82 / 100
<b>Rendementspercentage</b>	66,2%	€3,31 / €5.00 x 100%

### *Toelichting:*

We verkopen 100 aandelen zodat als de verkoop goed gaat we meteen weer in kunnen kopen met het overige geld. Zodat we niet hoeven te wachten op de verkoop van alle flessen dan moeten bestellen. Hierdoor kunnen we aan één stuk door verkopen.

## Break-even punt

EXPLOITATIEBEGROTING	
Omzet	€197,36
Inkoopwaarden	€111,36
<b>Brutowinst</b>	<b>€87,52</b>
Promotiekosten	€20,32
Loonkosten	€67,20
<b>Nettowinst voor belasting</b>	<b>€0,00</b>
Vennootschapbelasting (23%)	€0,00
<b>Nettowinst na aftrek vennootschapsbelasting</b>	<b>€0,00</b>

### *Berekening:*

Verkoopprijs exclusief btw:  $9,95:1,21 = 8,22$

Winst per fles:  $8,22 - 4,64 = €3,58$

$87,52:3,58 = 24,4$ , als wij 24 flessen verkopen is onze winst €0

Omzet:  $€8,22(\text{verkoopprijs exclusief btw}) \times 24 = €197,36$

Inkoopwaarden:  $€4,64(\text{inkoopprijs exclusief btw}) \times 24 = €111,36$

Brutowinst:  $€197,36 - 111,36 = €86$  (+/- 87,52)

Het klopt niet precies qua cijfers, omdat we geen halve producten kunnen verkopen.

## Liquiditeitsbegroting

LIQUIDITEITSBEGROTING						
	Sep.	Okt.	Nov.	Dec.	Jan.	Feb.
Beginsaldo	€0,00	-€20,00	€417,41	€746,34	€746,34	€746,34
Verkoop aandelen	€0,00	€500,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00
Omzet uit verkoop	€0,00	€328,93	€328,93	€0,00	€0,00	€0,00
Btw te vorderen	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€77,95
<b>Ontvangsten</b>	<b>€0,00</b>	<b>€828,93</b>	<b>€328,93</b>	<b>€0,00</b>	<b>€0,00</b>	<b>€77,95</b>
Inkoopkosten	€0,00	€371,20	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00
Promotiekosten	€0,00	€20,32	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00
Btw te betalen	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€138,16
Salaris	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€67,20
Bankkosten	€20,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00
<b>Uitgaven</b>	<b>€20,00</b>	<b>€391,52</b>	<b>€0,00</b>	<b>€0,00</b>	<b>€0,00</b>	<b>€205,36</b>
<b>Eindsaldo</b>	<b>-€20,00</b>	<b>€417,41</b>	<b>€746,34</b>	<b>€746,34</b>	<b>€746,34</b>	<b>€618,93</b>

### Berekening:

September: Eindsaldo	€0,00 -€20,00	= -€20,00
Omzet november en oktober: $40 \times 9,95 = 398,00$	$398 : 1,21$	= €328,93
Totale uitgaven oktober:	$€371,20 + €20,32 =$	= €391,52
Ontvangsten oktober:	$€500,00 + €328,93 =$	= €828,93
Eindsaldo oktober:	$-€20,00 + €828,93 - €391,52 =$	= €417,41
November Ontvangsten:		= €328,93
November Eindsaldo:	$€417,41 + 328,93 =$	= €746,34
December:		Geen verandering
Januari:		Geen verandering
Februari uitgaven:	$(€328,93 \times 2) \times 0,21 = €138,16 + €67,20$	= €205,36
Februari ontvangsten:	$€371,20 \times 0,21$	= €79,55
Februari eindsaldo :	$€746,34 + €77,95 - €205,36$	= €618,93

# Conclusie

Binnen elk bedrijf heeft elke medewerker een eigen functie. Binnen ons bedrijf is dat als volgt: Dominika zal de taken van een algemeen directeur op zich nemen, Sebastiaan zal de taken van een financieel directeur op zich nemen en samenwerken met Jeroen die de directeur van sales & marketing zal zijn. Fabian zal de directeur productie en inkoop zijn, Dilan de Human Resource Manager en Jamila de directiesecretaris. Iedere medewerker zal 10 cent per uur uitgekeerd krijgen.

Het product dat wij gaan verkopen zal een fruit/water fles zijn, zowel jongeren als ouderen zullen wij als onze markt beschouwen. Wij zullen het product verkopen op verschillende plaatsen, het internet, de school, bij vrienden en familie en ook zullen wij sportverenigingen bezoeken.

De promotie van ons product zal plaats vinden door middel van posters op te hangen bij verschillende verenigingen, voorbeelden hiervan zijn; scholen, sportverenigingen, sportscholen, maar ook de prikboards bij supermarkten. Ook zullen wij ons product door middel van social media verspreiden, wij maken een account op de site's: Instagram, Twitter en Facebook aan zodat wij jongeren op deze manier makkelijker kunnen bereiken.

Onze belangrijkste concurrenten zijn winkels die bidons of dergelijke verkopen, aangezien de consument zich sneller aangetrokken voelt tot het kopen van het product in de winkel, hier zullen wij rekening mee houden door ons product een lagere prijs te geven.

De kritische succesfactoren binnen ons bedrijf zullen zijn: klantvriendelijkheid, goedkoper zijn dan de concurrenten en een flexibelere bezorging dan de concurrent hebben.



