



Sarphati[®]

COMMERCIËLE CALCULATIES DEEL 2

voor commercieel medewerker, consulent commerciële arbeidsbemiddeling, e-commercespecialist, junior accountmanager, junior manager groothandel, junior manager internationale handel

deel 2 | basisdeel en profieldeel (P1) | leerwerkboek | vakkennis | 1e druk

ESS-examen: Theorie-examen Calculaties basis, Proeven van bekwaamheid B1-K1, B1-K2 en P1-K1

SPL-examen: Praktijkexamens B1-K1, B1-K2 en P1-K1

COLOFON

Boom Beroepsonderwijs
info@boomberoepsonderwijs.nl
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteurs: Erik Lockefeer, Angelique Schouten
Eindredactie: Leen Doorduyn, Ewout Loen
Hoofdredactie: Kees Benschop

Titel: Commerciële calculaties deel 2

ISBN: 978 90 372 6653 5

1e druk / 1e oplage

© Boom Beroepsonderwijs 2024 | Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van een of meerdere gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom Beroepsonderwijs, te vinden op www.boomberoepsonderwijs.nl.

INHOUD

Inleiding	5
Kerntaak en werkprocessen	6
Hoofdstuk 1 Directe en indirecte kosten	7
1.1 De opbouw van de verkoopprijs	8
1.2 Directe en indirecte kosten	10
1.3 Kostprijsplussmethode	13
1.4 Samenvatting	19
1.5 Begrippen	21
Hoofdstuk 2 Constante en variabele kosten	23
2.1 Constante en variabele kosten	24
2.2 Constantekostentarief	33
2.3 Bezettingsresultaat	38
2.4 Samenvatting	45
2.5 Begrippen	47
Hoofdstuk 3 Break-evenanalyse	49
3.1 Break-evenpoint	50
3.2 BEO berekenen met een gemiddeld brutowinstpercentage	61
3.3 Toepassingen van de break-evenanalyse	68
3.4 Veiligheidsmarge	75
3.5 Samenvatting	81
3.6 Begrippen	84
Hoofdstuk 4 Prijsberekening	85
4.1 Fabricagekostprijs, commerciële kostprijs en verkoopprijs	86
4.2 Integrale kostprijs	96
4.3 Verkoopresultaat, bezettingsresultaat en nettowinst	108
4.4 Direct costing	116
4.5 Prijsstellingsstrategieën	117
4.6 Samenvatting	125
4.7 Begrippen	131
Hoofdstuk 5 Commerciële kengetallen	133
5.1 Succes meten	134
5.2 Kengetallen marketing	137
5.3 Kengetallen van de voorraad	163
5.4 Verkoopkengetallen	186
5.5 Kengetallen van arbeid	194
5.6 Kengetallen van ruimtegebruik	205
5.7 Samenvatting	210
5.8 Begrippen	212

Hoofdstuk 6	Budget en budget bewaken	215
6.1	Doelstellingen en planningen	216
6.2	Soorten budgetten	220
6.3	Functies van budgetten	225
6.4	Budget bewaken	229
6.5	Samenvatting	240
6.6	Begrippen	243
Hoofdstuk 7	Financiële overzichten	245
7.1	Business Model Canvas	246
7.2	Balans	249
7.3	Winst- en verliesrekening	261
7.4	Kasstroomoverzicht	266
7.5	Samenvatting	278
7.6	Begrippen	281
	Beeldverantwoording	283
	Index	284

INLEIDING

In dit leerwerkboek ga je verder met het toepassen van de theorie. Dit is een vervolg op deel 1 van *Commerciële calculaties* en een opstap voor *Financieel management deel 1* voor als je doorgaat met niveau 4.

In hoofdstuk 1 leer je wat het verschil is tussen directe en indirecte kosten. Je leert hoe je met de kostprijsplussmethode eenvoudig je kostprijs kunt berekenen.

Je kunt de kosten indelen in constante en variabele kosten. Hiermee ga je aan de slag in hoofdstuk 2. Belangrijk, omdat je bij het berekenen van de prijs hiermee rekening moet houden. Als je de prijs te hoog stelt, dan is er een kans dat de klant naar de concurrent gaat. Als je de prijs te laag stelt, dan verdien je mogelijk niet al je kosten terug.

In hoofdstuk 3 komt het verband tussen omzet, kosten en resultaat aan de orde. Je krijgt hier antwoord op vragen als: hoeveel artikelen moet ik verkopen om de kosten terug te verdienen, en: hoeveel mag mijn omzet dalen voordat ik verlies ga lijden? Ook worden de gevolgen van prijs- en kostenveranderingen voor de winst besproken.

De verkoopprijs is het geldbedrag dat je voor een product ontvangt. Die verkoopprijs is belangrijk, want die bepaalt mede hoe de klant het product ervaart, hoe winstgevend het product is en wie het koopt. Verschillende manieren om de verkoopprijs te berekenen komen in hoofdstuk 4 aan de orde.

Als onderneming heb je behoefte aan informatie. Je bekijkt onder andere hoeveel kosten je hebt en hoe groot je omzet is. Die getallen vergelijk je met gegevens van je eigen bedrijf in vorige jaren of met gegevens van andere bedrijven in dezelfde branche. Hoe je dit doet, leer je in hoofdstuk 5.

In hoofdstuk 6 leer je over budgetten. Wat voor soort budgetten zijn er? Kloppen de budgetten of moeten we voor de komende periode de budgetten bijstellen?

In hoofdstuk 7 leer je tot slot hoe je kunt beoordelen of een bedrijf financieel gezond is. Als jij iets inkoopt bij een leverancier, dan wil die er zeker van zijn dat je ook betaalt. Andersom kan het voor jou erg vervelend zijn als een klant aan wie jij geleverd hebt failliet gaat. Het is dan maar de vraag of je je geld nog krijgt. Om dit te kunnen beoordelen heb je minimaal een balans en resultatenrekening nodig.

KERNTAAK EN WERKPROCESSEN

In *Commerciële calculaties deel 2* komen de volgende kerntaken en werkprocessen aan de orde:

B1-K1 Onderzoekt de customer journey.

Werkprocessen bij kerntaak B1-K1

- **B1-K1-W1** Brengt de marktpositie van de onderneming in kaart.
- **B1-K1-W5** Doet verbetervoorstellen voor verkoop, marketing en/of marktbewerking.

P1-K1 Voert een commercieel traject uit.

Werkprocessen bij kerntaak P1-K1

- **P1-K1-W1** Bereidt een commercieel traject voor.
- **P1-K1-W5** Doet klanten een commercieel aanbod.



HOOFDSTUK 1

DIRECTE EN INDIRECTE KOSTEN

Bij het vaststellen van de verkoopprijs houd je rekening met de kosten per product. Het lastige daarbij is dat je te maken hebt met allerlei verschillende kosten en je niet altijd weet met welk product die kosten samenhangen. Toch moet je ervoor zorgen dat de kosten in verhouding staan tot de opbrengsten. Als je dat niet goed berekent, is de kans groot dat je een te hoge prijs rekent, waardoor je te weinig verkoopt. Of je komt uit op een te lage prijs, waardoor je verlies maakt. Om goed zicht te houden op de kosten is het nodig om de kosten duidelijk te benoemen en in te delen. Een veelgebruikte methode om de verkoopprijs te berekenen is de kostprijsplussmethode. Daarover leer je meer in dit hoofdstuk.

Leerdoelen

- Je kent het verschil tussen directe en indirecte kosten.
- Je kunt de verkoopprijs berekenen met de kostprijsplussmethode.



Opdracht 1 Openingsopdracht bij dit hoofdstuk

Bekijk het filmpje en beantwoord de vragen.

- a. Wat zijn de twee hoogste kosten in de horeca?
- b. 'In de horeca is een hoog verloop.' Wat betekent dit?
- c. Welke kosten heeft een horecaondernemer door het hoge verloop?
- d. Hoe hoog zijn de directe operationele kosten in de horeca?
- e. Hoeveel bedragen alle kosten in de horeca bij elkaar in procenten?

1.1 De opbouw van de verkoopprijs

In de commercie verkoop je je artikelen tegen de **verkoopprijs**. Dat is de prijs waarvoor een product aangeboden wordt, exclusief btw. De verkoopprijs stel je vast door de inkoopprijs te verhogen met de brutowinst, die een vergoeding is voor de kosten en de winst. Op de factuur komt bij de verkoopprijs nog btw. Je afnemer betaalt dus de verkoopprijs inclusief btw.

De verkoopprijs bepaal je niet altijd zelf. Als jouw bedrijf onderdeel is van een keten, stelt het hoofdkantoor de verkoopprijzen vast. Maar ook als je een volledig zelfstandig ondernemer bent, kun je niet voor alle artikelen zelf de verkoopprijs bepalen.

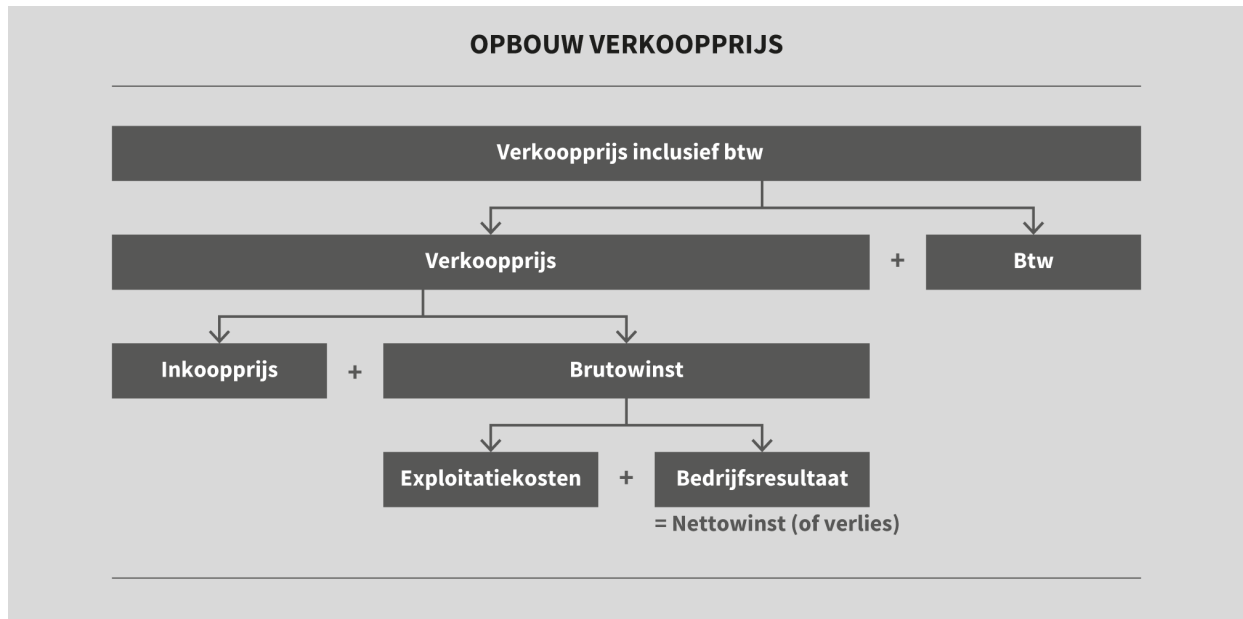
Omdat je de verkoopprijs niet altijd kunt beïnvloeden, is het belangrijk dat je weet of er aan het eind van het jaar wel voldoende winst overblijft. Daarvoor is het nodig om de opbouw van de verkoopprijs te kennen. In stappen:

- Een deel van de verkoopprijs gaat op aan de inkoopprijs.
- Wat overblijft is de brutowinst.
- Uit de brutowinst betaal je de exploitatiekosten.
- Je houdt dan het bedrijfsresultaat over: nettowinst of nettoverlies.

Opbouw verkoopprijs inclusief btw

Het bedrijfsresultaat is het bedrag dat voor de ondernemer overblijft. Daar moet hij overigens nog wel belasting over betalen.

Het bedrijfsresultaat kun je vaak niet per artikel berekenen, want je kunt moeilijk bepalen hoeveel de kosten voor dat ene artikel zijn. Stel je voor dat je moet gaan bepalen hoeveel de winst is van één gasfriteuse die je verkoopt. Je weet bijvoorbeeld niet hoelang de verkoper bezig geweest is met het verkoopgesprek, hoelang de gasfriteuse in het magazijn of in de showroom heeft gelegen. Dus weet je niet hoeveel kosten je daaraan moet toerekenen. Alleen bij heel dure producten of projecten bereken je vooraf wat het bedrijfsresultaat daarop zal zijn. Dat is ook belangrijk, omdat je van tevoren wilt weten of je er winst op gaat behalen.



Opdracht 2 Onderdelen van de verkoopprijs inclusief btw

Welke berekening hoort bij het begrip?

Begrip

brutowinst

verkoopprijs inclusief btw

nettowinst

verkoopprijs

inkoopprijs

Berekening

verkoopprijs – brutowinst

verkoopprijs inclusief btw – btw

verkoopprijs – inkoopprijs

verkoopprijs + btw

brutowinst – exploitatiekosten

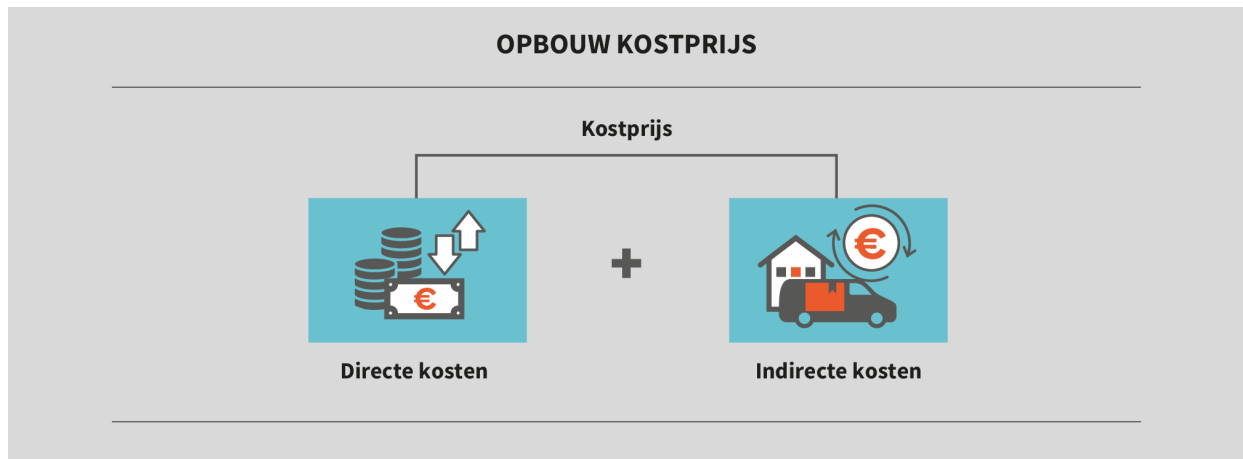
Opdracht 3 Bedrijfsresultaat per artikel

Het bedrijfsresultaat bereken je gewoonlijk over de totale verkopen.

Waarom bereken je het bedrijfsresultaat bij heel dure producten wel per artikel?

1.2 Directe en indirecte kosten

Om tot een goede verkoopprijs te komen, is het belangrijk dat je de kostprijs eerst duidelijk hebt. De **kostprijs** van een artikel bestaat uit alle directe en indirecte kosten die een ondernemer heeft moeten maken om het artikel aan de afnemer te kunnen verkopen.



Je moet de kostprijs van een artikel weten om te weten of je bij de gestelde verkoopprijs voldoende winst maakt.

Directe kosten

Het berekenen van de kostprijs is moeilijk als je veel verschillende artikelen verkoopt. Bij sommige kosten is duidelijk bij welk product of welke afdeling ze horen. Dit zijn de **directe kosten**. Je kunt hierbij denken aan de loonkosten van de afdeling Montage in een meubelfabriek, of aan de verpakingskosten van de verkochte artikelen. In deze gevallen kun je een rechtstreeks verband leggen met het verkochte artikel of de afdeling. Ook de inkoopprijs van de artikelen behoort tot de directe kosten.

Indirecte kosten

Van veel exploitatiekosten is niet duidelijk bij welk product of welke afdeling ze horen. Dit zijn de **indirecte kosten**. Voorbeelden daarvan zijn reclamekosten, huisvestingskosten en kosten van een accountantskantoor. Het zijn kosten die je voor het gehele assortiment maakt. Je kunt deze kosten dus niet rechtstreeks toerekenen aan een artikel of productgroep. De indirecte kosten worden ook wel **overheadkosten** of **algemene kosten** genoemd.



Reclamekosten zijn indirecte kosten.

Doordat er bij de indirecte kosten geen verband bestaat met de artikelgroep of de afdeling waarvoor ze gemaakt zijn, maak je gebruik van een **verbijzonderingsmethode**. Hierbij verdeel je de indirecte kosten over de artikelgroepen of afdelingen. In een later deel van deze serie leer je hier meer over.

Opdracht 4 Directe en indirecte kosten

a. Kies het juiste antwoord. Het verbijzonderen van de kosten heeft betrekking op:

- ☐ variabele kosten
- ☐ directe kosten
- ☐ indirecte kosten

b. Kies het juiste antwoord. Wat zijn directe kosten?

- ☐ Deze kosten hangen rechtstreeks samen met een product.
- ☐ Dit zijn kosten die je meteen moet betalen.
- ☐ Hiermee worden kosten bedoeld die altijd voorkomen.

Opdracht 5 Directe of indirecte kosten?

Geef van de volgende kosten van een webshop aan of het directe of indirecte kosten zijn.

directe kosten

indirecte kosten

inkoopwaarde van de omzet

loonkosten oproepkracht customerservice

verpakkingskosten

afschrijvingskosten bestelwagen

Opdracht 6 Directe en indirecte kosten fietsengroothandel

Een fietsengroothandel gaat naast fietsen ook rollators verkopen. Voor de verkoop van de rollators is een aparte ruimte ingericht. De medewerkers houden zich bezig met de verkoop van fietsen én rollators. De fietsengroothandel neemt deel aan beurzen.

a. Geef een voorbeeld van directe kosten voor de rollators.

b. Geef een voorbeeld van indirecte kosten voor de rollators.

Opdracht 7 Directe en indirecte kosten webshop in bloemen

Een webshop in bloemen verkoopt naast bloemen ook bloemstukken voor rouw en trouwen. Eén medewerker houdt zich alleen bezig met het maken van de bloemstukken. De andere twee medewerkers verrichten alle andere voorkomende werkzaamheden en werken, zo nodig, aan de bloemstukken mee.

- a. Geef een voorbeeld van directe kosten voor de bloemstukken.

- b. Geef een voorbeeld van indirecte kosten voor de bloemstukken.

Opdracht 8 VaKo

VaKo is een groothandel in tuinartikelen en sierartikelen. VaKo heeft hiervoor een bedrijfsruimte gehuurd. VaKo verkoopt onder andere twee typen grasmaaiers: type Green en type Blue. De onderdelen van de grasmaaiers worden ingekocht bij een Italiaanse fabrikant. De grasmaaiers worden door VaKo in elkaar gezet en verpakt. Naast de medewerkers die zich hiermee bezighouden, heeft VaKo een administrateur, schoonmaker en manager in dienst.

- a. Geef twee voorbeelden van directe kosten van grasmaaiër Green bij VaKo.

- b. Geef een voorbeeld van indirecte kosten van grasmaaiër Green bij VaKo.
