

Chelsea Carton

Hogent – Toegepaste informatica

Jaar 2 – semester 1

bedrijfsmanagment

Samenvatting

2020-2021

Inhoudsopgave

[Situering binnen management 2](#_Toc52276788)

[Duurzaam management 2](#_Toc52276789)

[Externe omgeving 2](#_Toc52276790)

[Interne omgeving 3](#_Toc52276791)

[Financieel management 5](#_Toc52276792)

[Jaarrekening 5](#_Toc52276793)

[Financiële analyse van de jaarrekening 5](#_Toc52276794)

[Ontleding “bedrijfsmanagement” 5](#_Toc52276795)

[Business Model Canvas (BMC) 6](#_Toc52276796)

[Analyse van de markt 8](#_Toc52276797)

[Vraag & aanbod 8](#_Toc52276798)

[Vragers & aanbieders ontmoeten elkaar op de markten 8](#_Toc52276799)

[Vraag 8](#_Toc52276800)

[Aanbod 9](#_Toc52276801)

[Martkevenwicht 9](#_Toc52276802)

[Verandering van de vraag – verschuiving van de vraagcurve 9](#_Toc52276803)

[Verandering van het aanbod – verschuiving van de aanbodcurve 10](#_Toc52276804)

[Marktvormen 11](#_Toc52276805)

[Volkomen concurrentie 11](#_Toc52276806)

[Monopolie 12](#_Toc52276807)

[Oligopolie 13](#_Toc52276808)

[Monopolistische concurrentie 14](#_Toc52276809)

[Prijsreglementering door de overheid 15](#_Toc52276810)

Samenvatting duurzaam managment

# Situering binnen management

## Duurzaam management

Een organisatie die wilt **voortbestaan** streeft naar continuïteit.

**Continuïteitscirkel**

* Bouwstenen die ondernemingen

helpen dit **doel te realiseren**

### Externe omgeving

**Destep analyse**

**Voorbeeld**

Thomas Coock die pakketreizen begon te organiseren,

Meer en meer mensen gingen wegens internet zelf reizen plannen, ze zijn niet meegeëvolueerd met wensen van klant

Afbeelding met tekst

Automatisch gegenereerde beschrijving**StakeHolders**

**Voorbeeld**

Collishop is ingehaald door

bv bol.com (concurrentie) en

hierdoor veel kansen gemist

en stoppen.

Boerenbond is tegen industriezone

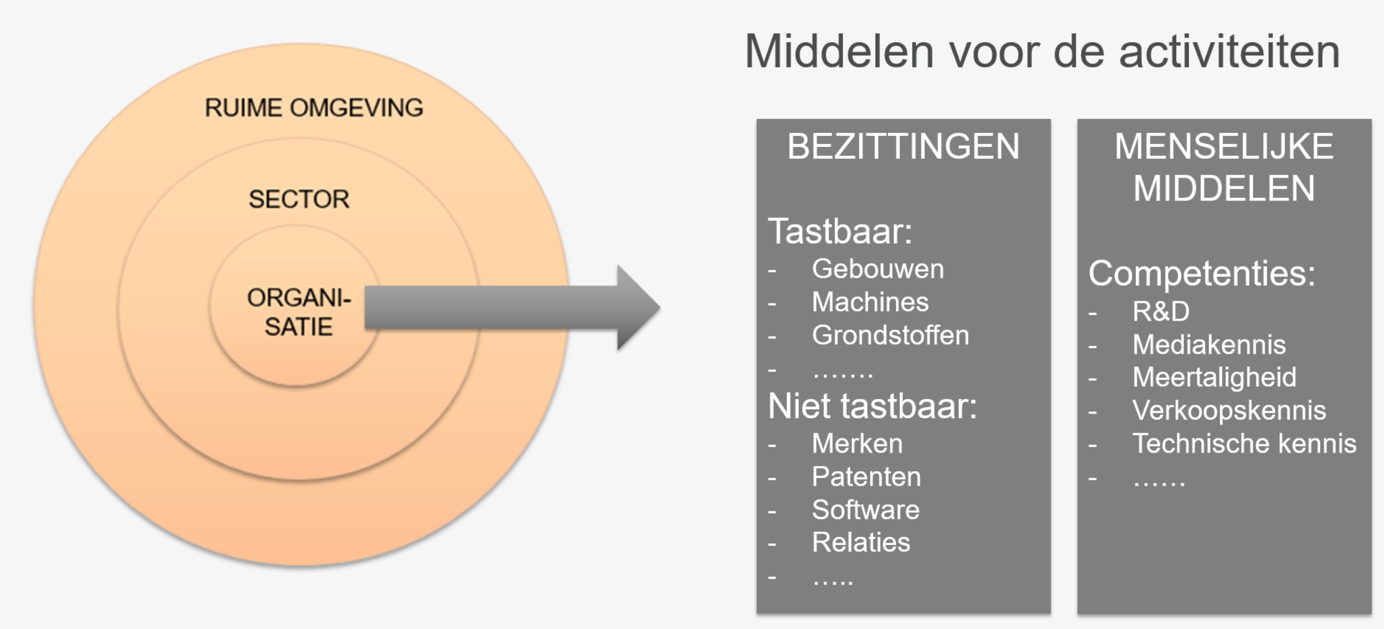
In natuurgebied de Groene Delle.

Winkeliers: “sta shoppen met bubbel toe”`

Tegenover de overheid

### Interne omgeving

**Interne analyse**



**Waardeketen van Porter (1985)**

**Marge** wijst naar maken we winst of niet.

**Voorbeeld**

Bill gates pomt miljoenen in waals biotechbedrijf

Omdat ze heel snel een vaccins kunnen maken !COVID! (is nu een “wedstrijd” om eerst een vaccin te maken)

**Afbeelding met schermafbeelding

Automatisch gegenereerde beschrijving**

**Strategische kaart**

**Voorbeeld**

* Interne processen worden aangepast en personeel is niet blij => stakingsaanzeging door bv bij Makro de besparingen
* Stakingen => strijd tussen interne processen

Afbeelding met tekst

Automatisch gegenereerde beschrijving

## Financieel management

### Jaarrekening

Afbeelding met schermafbeelding

Automatisch gegenereerde beschrijving

### Financiële analyse van de jaarrekening

* Liquiditeit, dagelijkse werking mogelijk maken
* Solvabiliteit
* Rentabiliteit, winstgevendheid voor voortbestaan

## Ontleding “bedrijfsmanagement”

**Bedrijf**

* Technisch-organisatorische eenheid die productiefactoren (natuur, kapitaal & arbeid) combineert met als doel goederen of diensten te produceren

**Management**

* Bij elkaar brengen van mensen om samen een gewenst doel te bereiken via een **visie**
* Maken van een **businessplan** en dit uitvoeren, controleren en bijsturen.
  + Effectief en efficiënt (tegen een zo laag mogelijke prijs iets op de markt brengen)
* Essentieel is aanpassen aan de omgeving

# Business Model Canvas (BMC)

Manier waarop de **verschillende processen** van een bedrijf worden weergegeven.

**Waardeketen** blijft cruciaaal

Afbeelding met tekst, kaart

Automatisch gegenereerde beschrijvingl

Klantwaarde creeëren

waardecreatie

Afbeelding met schermafbeelding

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Cutstomer segments**

* Wie zijn je klanten(doelgroep)?
* Vertrekken vanuit **klantenbehoeftes**

**Value propostitions**

* Wat bied je?
* Klantwaarde zoals vorig jaar gezien
* Voorbeeld Senseo klantwaarde
  + Markt traditionele koffiezet was stilgevallen
  + Smaak was op traditionele manier weg wanneer het was afgekoeld => altijd lekkere koffie
  + Schuimlaagje had je op restaurant en wilden we thuis

**Customer relationship**

* Hoe hou je contact met je klanten?
* Persoonlijke interactie (makkelijker door social media)

**Channels**

* Hoe bereik je klanten?
* Voorbeeld Coca Cola
  + Elke soort “winkel” mogelijkheid cola te kopen (automaat, winkel, cinema,…)

**Revenu streams**

* Waaruit haal je je inkomsten?
* Voorbeeld Google
  + Zoekrobot is **gratis**
  + Hoezo kunnen ze dit gratis doen?
  + Veel bedrijven zijn geïntresseerd in die (1)zoekers
  + Bedrijven(2 advertisors) willen zich zichbaar maken bij die zoekers
  + Hoe meer mensen dingen op internet zetten gaan meer mensen hierop naar op zoek (3)

**Key resources**

* Wat heb je nodig?
* Voorbeeld Google
  + Online platform

**Key actions**

* Wat doe je?
* Algoritme Google word veel geïnvesteerd voor betere zoekresultaten en bedrijven met juiste klanten te machten

**Key partners**

* Wie zijn je partners?
* Bedrijven die producten gaan aanbieden
* Google => OEMS, Android
  + Android word gratis aangeboden voor mensen die zelf smartphones maken
  + Google wordt hierop standaard geïnstalleerd dus veel klentan

**Cost structure**

* Wat zijn je belangrijkste kosten?
* Kosten Google
  + Infrastructuur
  + Administratie
  + R&D (personeelskosten)

# Analyse van de markt

## Vraag & aanbod

### Vragers & aanbieders ontmoeten elkaar op de markten

**Consumenten**gredrag 🡪 **vraag**zijde

**Producenten**gedrag 🡪 **aanbod**zijde

**Markt**

* **Geheel** van de vraag en het aanbod van een product

**Marktvorm**

* **Manier** waarop de markt wordt georganiseerd

**Vraag & aanbod**

* Afhankelijk van de prijs

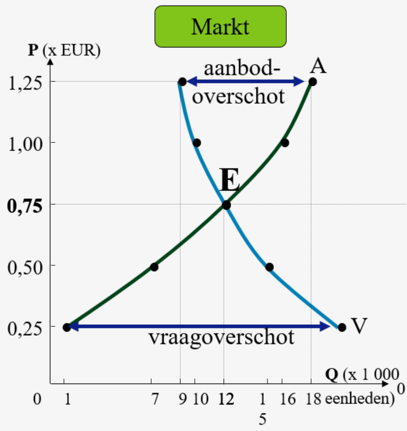
### Vraag

**Wet van de vraag**

* Hierdoor zal **evenwichtsprijs** ontstaan
  + Vraag en aanbod worden gelijk

**Wet van de vraag is et gevolg van 2 elementen**

1. Substitutie effect
2. Inkomenseffect

**Vraagcurve**

* **Relatie** tussen prijs & gevraagde hoeveelheid
* Geeft de relatie weer **tussen**:
  + Gevraagde hoeveelheid
  + Prijs wanneer **alle andere invloeden** op de geplande aankopen vd consument **gelijk** blijft

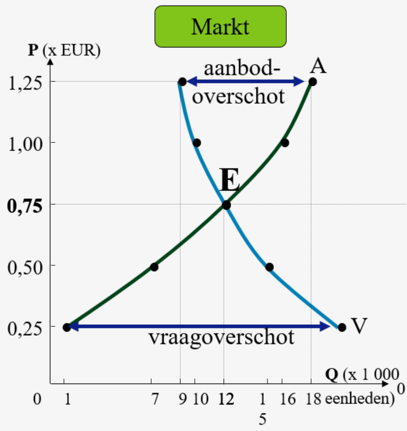
### Aanbod

**Aanbodcurve**

* Relatie tussen
  + Aangeboden **hoeveelheid**
  + **Prijs** van een goed wanneer **alle andere invloeden** op de voorziene verkoop door de producenten **gelijk** blijft

**De wet van vraag en aanbod**

### Martkevenwicht



**Evenwichtsprijs**

* Prijs waarbij de gevraagde EN aangeboden hoeveelheid gelijk zijn

**Evenwichtshoeveelheid**

* Hoeveelheid gekocht en verkocht bij de evenwichtsprijs

Een markt beweegt naar een **evenwicht**!

### Verandering van de vraag – verschuiving van de vraagcurve

Verandering van een andere facor buiten verandering in prijs 🡪 verandering in vraag

**6 belangrijkste factoren die de vraag beïnvloeden**

1. Prijs van gelijkaardige goederen (substitutie)
2. Verwachting van prijzen
3. Inkomen
4. Verwachting van inkomen
5. Populatie (aantal & samenstelling)
6. Trends

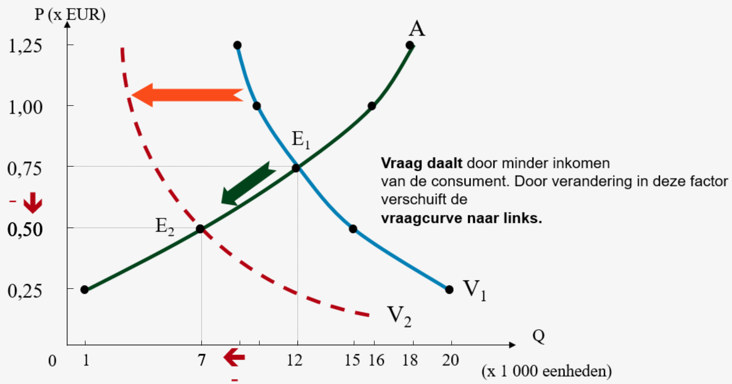
**Beweging langs de curve**

* ENKEL prijs & gevraagde hoeveelheid verandert (P&Q)

**Verschuiving curve**

* Verandering factor verandert de vraag (v-curve)

**Voorbeeld: reële inkomen daalt**



**Gevolg verandering factor**

* Nieuwe vraag curve
  + Vraag stijgt 🡪 v-curve naar rechts
  + Vraag daalt 🡪 v-curve naar links

### Verandering van het aanbod – verschuiving van de aanbodcurve

**Factoren die de aangeboden hoeveelheid beïnvloeden:**

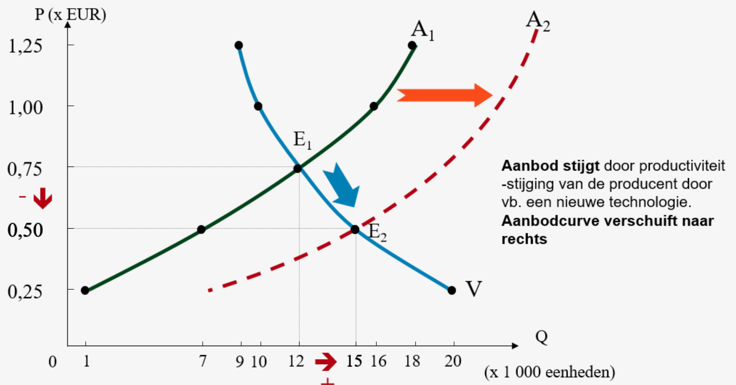
1. Prijzen productiefactoren
2. Prijzen substitutiegoederen
3. Verwachte toekomstige prijzen
4. Aantal aanbieders
5. Technologie
6. Ecologische & omgevingsfactoren

**Beweging langs de curve**

* ENKEL prijs **& aangeboden hoeveelheid** verandert (P&Q, curve naar boven of naar onder)

**Verschuiving van de curve**

* Veranderde factor wijzigt het aanbod(A-curve, curve naar links of rechts)

**Voorbeeld productiviteitsstijging (technologie)**

**Extra voorbeelden**

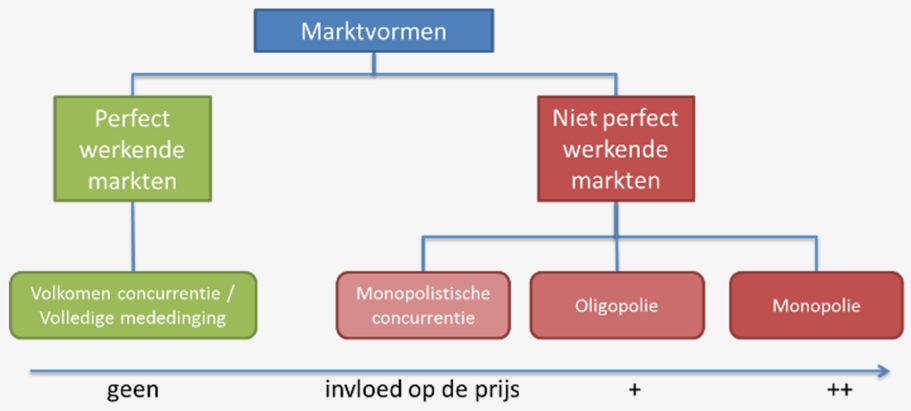
Effect van toetreding: nieuw bedrijf binnnen mark 🡪 groter aanbod

* P daalt en Q stijgt (aanbodcurve naar rechts)

Effect van uittreding: bedrijf stopt 🡪 minder aanbod

* P stijgt en Q daalt (aanbodcurve naar links)

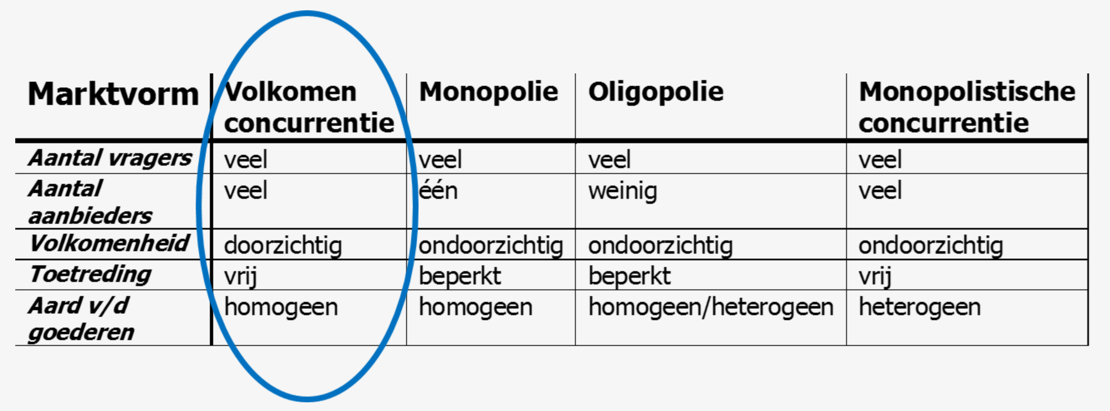
## Marktvormen

**4 kenmerken:**

1. Aantal marktpartijen: één, weinig, veel
2. Mate van doorzichtigheid
3. Toetredingsmogelijkheden
4. Productiedifferentiatie: homogene(dezelfde eigenschappen) versus heterogene(onderlinge verschillen) producten

### Volkomen concurrentie

**4 belangrijke vormen**



**Kenmerken volkomen concurrentie**

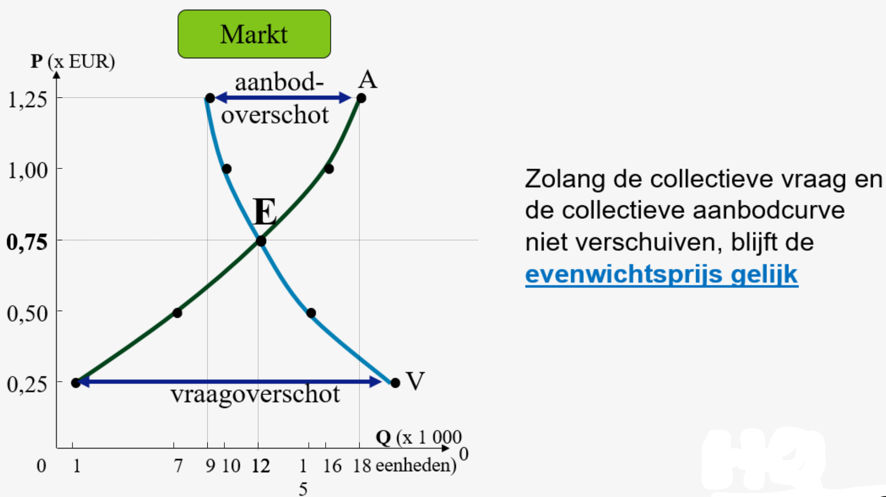
* Veel vragers
* Veel aanbieders
* Transparante markt
* Lage toetredingsdrempel
* Homogeen product

**Output** van elk bedrijf Is een perfect **substitutieproduct** van de output ve ander bedrijf

🡪 vraag naar output van elk individueel bedrijf is **elastisch**

**Marktevenwicht bij volkomen concurrentie**

* geen enkel bedrijf zal invloed uitoefenen op prijs
* evenwichtsprijs(Pe)
  + prijs waarbij de aangeboden en de gevraagde hoeveelheid met elkaar overeenstemmen

****🡪 elk bedrijf moet deze evenwichtsmarktprijs aanvaarden

**Zolang de collectieve vraag en de**

**collectieve aanbodcurve niet verschuiven,**

**blijft de evenwichtsprijs gelijk.**

**Markt beweegt naar een evenwicht**

* vraagoverschot
* aanbodoverschot

### Monopolie



* **Belangrijkste** kenmerk: 1 aanbieder (monos = één)
* Kan op **korte** termijn prijs en/of aanbod **zelf bepalen**
* Rekening houden met **reacties klanten**
  + Als prijs verhoogt, daalt de vraag
  + Vooral als er substitutiegoederen(vervangoederen bv in plaats van auto trein) zijn!
* In **EU** treedt de overheid op als er **misbruik** wordt gemaakt van de monopolie positie

**Soorten monopolies**

* **Overheidsmonopolie**
  + Overheid neemt de productie ervan ter hand
    - NMBS of watermaatschappij
* **Natuurlijke** **monopolie**
  + Een bedrijf beschikt bv als enige over bepaalde grondstoffen
    - 90% niobium afkomstig uit Braziliaanse mijnen
* **Feitelijke monopolie**
  + Wanneer een onderneming erin slaagt alle concurrenten uit de markt te krijgen
  + Door bv octrooien of technische suprematie(technisch oppergezag)
    - Aspirines van Bayer

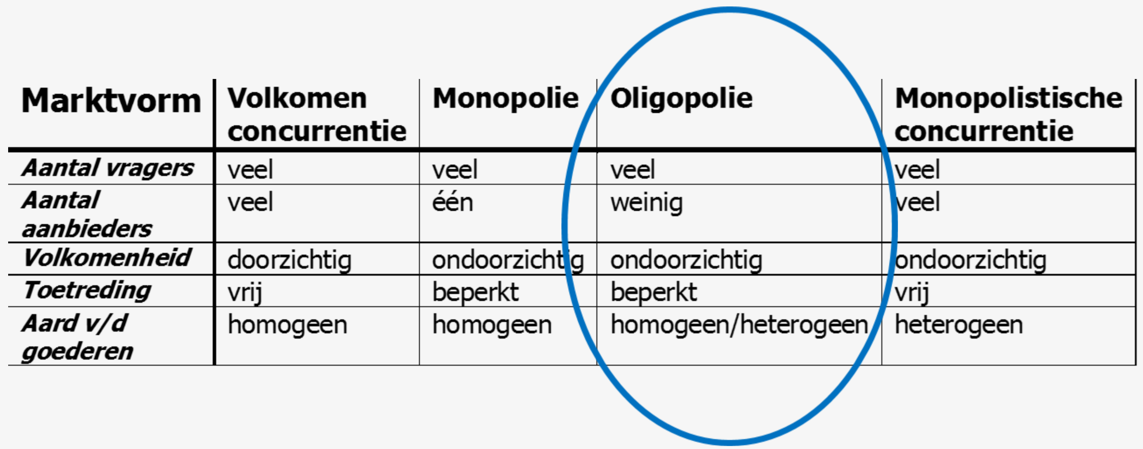
**Evenwicht van de monopolist**

* Streeft naar **winstmaximalisatie**
* **Dé vraag** naar de winstmaximalisatie
  + Welke prijs (P) bepaalt de monopolist en hoeveel (Q) biedt hij aan tegen die prijs?
* Wilt zijn **afzet vergroten**
  + Lagere prijs voor product

**Monopolie <-> volkomen concurrentie**

* **Prijs** vc lager
* **Hoeveelheid** vc hoger
* **Winst** vc lager

### Oligopolie



* Enkele aanbieders (oligos = enkele)
* Veel vragers
* Homogeen oligopolie (komt zelden voor, heterogeen is wanneer je vertrouwen in de een meer hebt)
* Heterogeen oligopolie (meestal)
  + Zelf bij homogeen karakter proberen ze er heterogeen van te maken. Waarom?

Aanbieders zijn grote, kapitaalkrachtige bedrijven. Waarom?

* Omdat de toetreding tot de markt bemoeilijkt wordt door:
  + Ingewikkeld technologisch karakter van de productiemethode
  + Grote investering nodig voor efficiënte productie (bv vliegtuigensector)
  + Noodzaak grote bedragen voor publiciteit
  + Bestaan van een gebonden distributiesysteem (bv verkoop van auto’s)

**Prijzenoorlog**

🡪 benadeelt uiteindelijk alle oligopolisten

Een **dominante** oligopolist treedt op als **prijsleider**

(bv. stijging van grondstofprijzen)

🡪 anderen volgen

**Kartelvorming** door onderlinge afspraken

🡪 samenwerking wordt formeel vastgelegd in een akkoord om concurrentie te beperken

### Monopolistische concurrentie

Afbeelding met tafel

Automatisch gegenereerde beschrijving

* In de praktijk het **meest** **voorkomend** (bv. detailhandel, horeca)
* Situeert zicht tussen **volkomen concurrentie**  en **monopolie**
* Véél aanbieders maar **producten zijn heterogeen** of door middel van marketing heterogeen gemaaakt = productdifferentiatie

**Vraagcurve**

**Elastischer** (kleinere helling) dan bij een monopolie omdat consumenten gemakkelijker voor een ander product kunnen kiezen (**substitutiegoederen**)

🡪 het vermogen tot prijszetting is kleiner dan bij de monopolist

**Monopolistische concurrentie <-> monopolie**

* Prijs is lager
* Want elke individuele producent heeft een kleinere economische macht en moet rekening houden met de prijs van zijn concurrentie

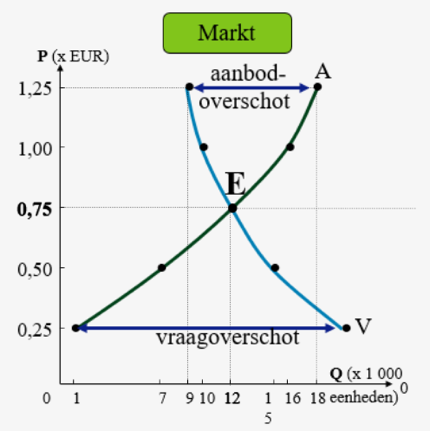
**Monopolistische concurrentie <-> volkomen concurrentie**

* Prijs is hoger
* Want de producent moet de kosten van productdifferentiatie terugverdienen
* Consument is bereid deze meerkost te betalen

### Prijsreglementering door de overheid

* De prijs die op een markt **met volkomen concurrentie** tot stand komt, is **maatschappelijk** gezien **onaanvaardbaar**
* Prijzen van producten stijgen zo sterk dat **alleen zeer koopkrachtige mensen** dit product zouden kunnen kopen
* Op monopolistische of eligopolische markten kunnen bedrijven **misbruik** maken van hun economische machtspositie

**Overheid grijpt in**

* **Rechtstreeks** ingrijpen
* Invoeren van een **minimumprijs**
  + Prijs opgelegd die hoger is dan de prijs die tot stand kwam
  + Overheid doet dit om producent te beschermen
  + Vaker voorkomend in landbouwsector
  + Steeds boven de evenwichtsprijs 🡪 aanbodoverschot
* Invoeren van een **maximumprijs**
  + Prijs opgelegd die lager is dan de prijs die tot stand kwam
  + Overheid doet dit om de consument te beschermen
  + Overheid wilt bepaalde producten en diensten voor iedereen toegankelijk
  + Steeds onder de evenwichtsprijs 🡪 vraagoverschot

**Zolang de collectieve vraag en de collectieve aanbodcurve niet verschuiven blijft de evenwichtsprijs gelijk.**

Afbeelding met schermafbeelding

Automatisch gegenereerde beschrijving

Continuïteit garanderen?

* Winst realiseren
* Opbrengsten > kosten

## Kostenbegrippen

### Kosten

**Kosten**

Geld uitgedrukte **waarde** van **productiefactoren** aangewend in **productieproces**

**Uitgave**

**Betaling** van **productiefactor** = **uitgaande** geldstroom

**Onkosten**

**Kosten** die **vermeden** konden worden (bv. verspilling/afval)

**Opportuniteitskost**

**Kost** van de **alternatieve** aanwending

Bv montageservice

### Waarom kostenberekening?

Planning op **KT**

* Verkoop en productieplan(verkoopplan) = **budgetteren**
* Standaardkostprijs
* Plan – actie – evaluatie

Planning op **LT** (3-5j)

* **Investeringen / samenwerking**
  + Kosten/batenanalyse in functie van **beleidsbeslissingen**

### De standaardkostprijsberekening

**Som** van noodzakelijke of toegestane kosten **per eenheid**

**Nut?**

* **Kostenbeheersing** (voor- en nacalculatie)
  + Doelmatig werken
* **Budgetteren** = inschatten totale toekomstige kosten
* **Prijsbepaling** (grensprijs, winstmarge)

## Kostensoorten

### De kosten van grond- en hulpstoffen

**Grondstoffen**

* Worden **verwerkt**
* Terug te vinden in eindproduct
  + Bv. hout voor een tafel, silicium in chips

**Hulpstoffen**

* Gebruikt bij vervaardiging product
* **Geen deel** van eindproduct
  + Bv. smeerolie voor machine, stroom of koelwater

**Afval**

* Hoeveelheid grondstof die **verloren** gaat tijdens productieproces

**Uitval**

* Hoeveelheid **grondstof** in **eindproduct** die **niet kwalitatief** oké is

**Bijprodcut**

* **Afval** dat aan **derde** **partij** kan worden **verkocht**

### Loonkosten

**Kosten medewerkers**

* Lonen(arbeiders) + sociale lasten
* Wedden(bedienden) + sociale lasten

**Voorzieningen ten behoeve van werknemers**

* Opleiding, kantinekosten, reiskosten, diverse vergoedingen,…

1. Nettoloon
2. Extralegale voordelen
   1. Auto
   2. Pc
   3. Treinabonnement/fietsvergoeding
   4. Groepsverzekering, hospitalisatieverzekering
   5. Maaltijdcheques
   6. onkostenvergoeding

### Kosten van duurzame productiemiddelen

**Duurzame productiemiddelen (DPM)**

Middelen die **meerdere** **jaren** tijdens productieproces worden gebruikt

Dit zijn: machines, computers, transportmiddelen, gebouwen

**Kosten van een DPM:**

* Afschrijvingskosten
  + Kosten van waardevermindering
* Vermogenskosten
  + Interestkosten
* Complementaire kosten
  + Overige kosten anders dan afschrijving en interest
  + Bv. onderhoud, energie, arbeid,…

**Levensduur DPM:**

* **Technische levensduur(TLD)/ technische slijtage**
* Eindigt wanneer DPM **geen presentaties** meer kan leveren
* **Waardevermindering** is gevolg van gebruik
* **Economische levensduur(ELD)/ economische veroudering**
* Tijdsduur dat DPM met voordeel wordt gebruikt
* Waardevermindering is gevolg van concurrentiële overweging
* ELD < TLD

**Afschrijvingen**

= kost jaarlijkse waardevermindering (duurzaam productiemiddel)

**Bepaling jaarlijkse afschrijving:**

* Aanschaffingswaarde (AW)
  + Aankoopprijs + bijkomende aankoopkosten
* Restwaarde (RW)/ residuwaarde
  + Waarde na gebruiksduur
* Gebruiksduur
  + Algemene regels
    - Pc & software: 33%
    - Rollend materieel: 20%

**Kosten van duurzame productiemiddelen: lineaire methode**

**Voorbeeld**

* 3 computers
* aanschaffingswaarde 2.400,00
* economische levensduur 3j(wettelijk bepaald)
* restwaarde 300,00

berkening = 2400-300/3

### Kosten van de grond

1. Aan- en verkoop van grond
2. Pacht/ huur
3. Afschrijvingen

### Kosten van diensten en derden

* Transport
* Verzekering
* …

### Kosten van de belastingen

**2 groepen:**

1. **Kostprijsverhogende** **belastingen**(verrekend in de kostprijs)
   1. Accijnzen
   2. Onroerende voorheffing
   3. Invoerrechten
   4. Milieubelasting
   5. Vergunningsrechten
   6. BTW(enkel in kostprijs voor consument)
2. **Kostneutrale belastingen**

= belasting op de winst van de onderneming

🡪 vennootschapsbelasting

**BTW – toegevoegde waarde**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Boer | Molenaar | Bakker | Supermarkt |
| Inkoop | - | 75 | 500 | 400 |
| Verkoop | 75 | 225 | 400 | 500 |
| Toegevoegde waarde | 75 | 150 | 175 | 100 |

Totale toegevoegde waarde: 500 EURO

🡪 eindconsument betaalt de BTW (6%)

Molenaar betaalde BTW en stort ontvangen BTW door:

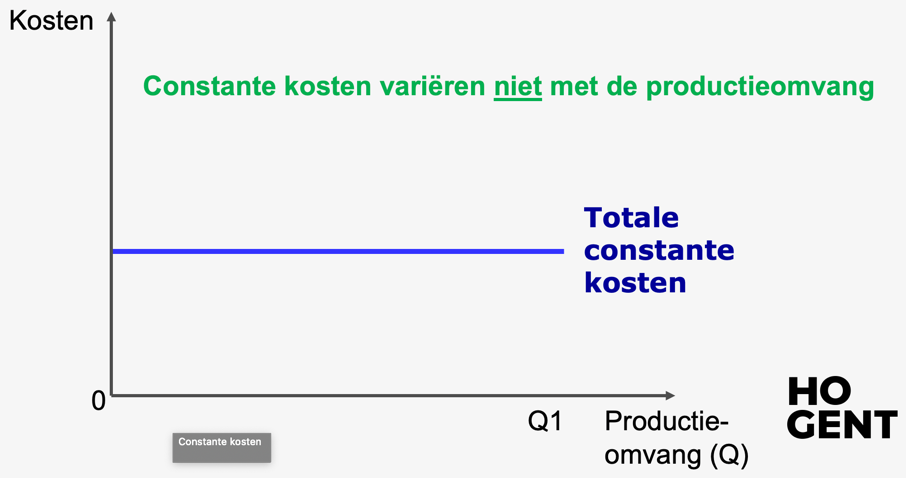
* Recuperatie betaalde BTW aan molenaar: 0,06 \* 75 = 4,5 EURO
* Doorsturen ontvangen BTW molenaar: 0,06 \* 225 = 13,5 EURO
* BTW op toegevoegde waarde: 13,5 - 4,5 = 9 EURO (🡪 9 = 150 \* 0,06)
* Uiteindelijke BTW: 500 \* 0,06 = 30 EURO

### Interestkosten

voor financiering werkmiddelen(activa) zijn er 2 soorten financieringsbronnen (passiva):

1. Vreemd vermogen 🡪 rentekost
2. Eigen vermogen 🡪 opportuniteitskost

### Constante kosten (CK)

**CK**, **VK** (vaste kosten) of **FC** (fixed costs)

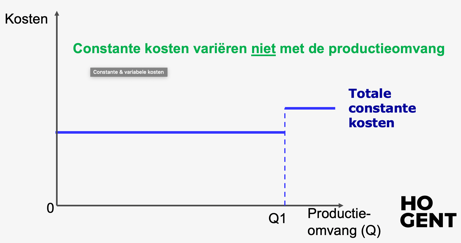
* Onafhankelijk van omzet
* Bepaald productievolume
* Bepaalde periode

**Bijvoorbeeld:**

* Huurprijs winkelpand
* Huren bord van advertentie

Onafhankelijk van hoeveeel klanten er komen!

#### Totale constante kost (TCK)

Zijn kosten die een **structureel** karakter hebben en die binnen bepaalde grenzen **niet reageren** op **productieomvang** of **bedrijfsdrukte**.

**Bijvoorbeeld:**

* Huur
* Afschrijvingen gebouw, machines,…
* Salaris vast personeel
* Onderhoudscontract (poetsen)
* Verzekeringspremies

### Variabele kosten (VK)

|  |  |
| --- | --- |
| Bedrijfsdrukte (\* Eenheden) | TVK (\* mln. EUR) |
| 0 | 0,0 |
| 1 000 | 1,7 |
| 2 000 | 3,0 |
| 3 000 | 4,0 |
| 4 000 | 5,0 |
| 5 000 | 6,4 |
| 6 000 | 9,0 |

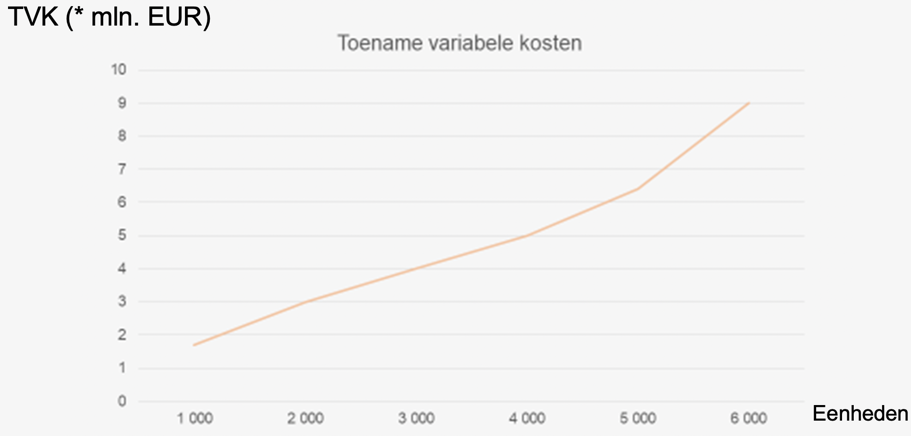
* **VK** of **VC** (variable costs)
* Kosten die **evenredig** of **verhoudingsgewijs** variëren met het **productievolume** of de **activiteitsgraad**
* Direct verbonden aan de **ondernemingsactivitieit**

Voorbeelden:

* Grondstoffen die je in het product terug vindt
* Verpakkingen (afhankelijk van geproduceerde hoeveelheid)
* (extra) arbeid
* Transportkosten

Toename productieomvang 🡪 kosten stijgen

Afname productieomvang 🡪 daling kosten



#### Totaal variabele kost (TVK)

Verschil van mate waarop de totale variabele kosten reageren op de productieomvang

🡪 de variabiliteit van de kosten

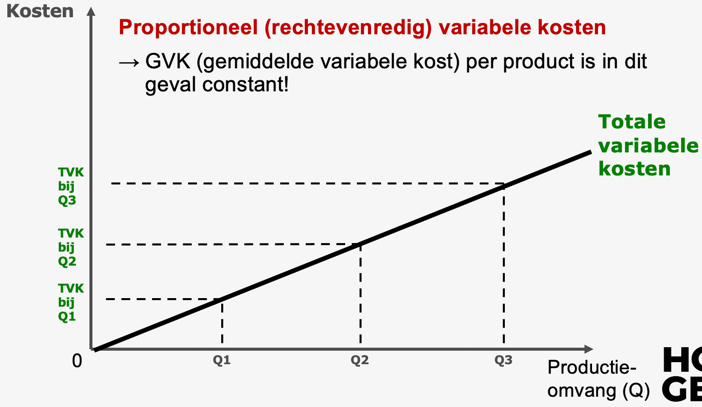
We kunenn onderscheiden:

1. Proportioneel (rechtevenredig) variabele kosten
   1. Rechte vanuit de oorsprong, 1 extra productiehoeveelheid = dezelfde extra kost
2. Progressief variabele kosten
3. Degressief variabele kosten

🡪 evolutie bij groei

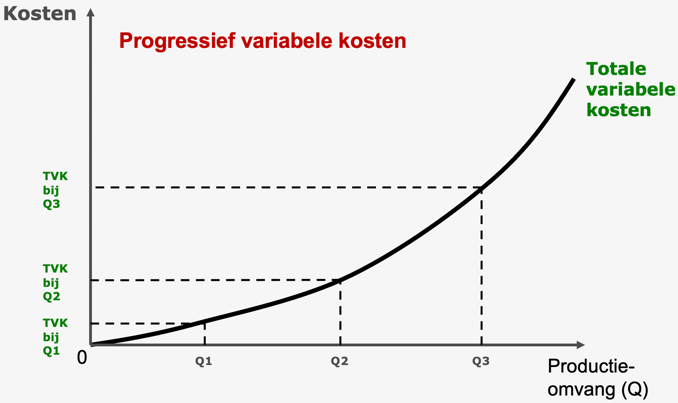
**Proportioneel (rechtevenredig) variabele kostetn**

🡪 GVK is constant



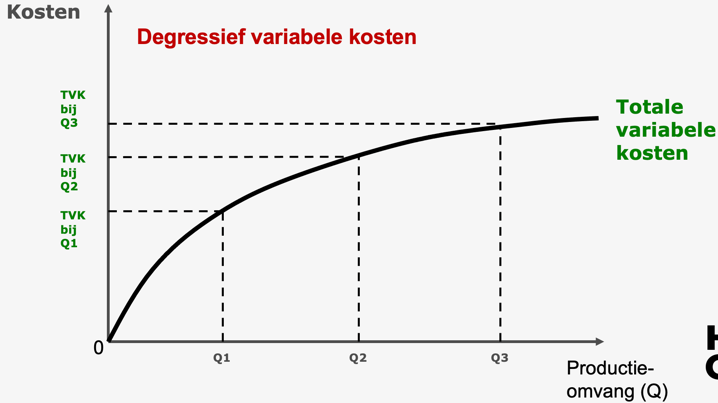
**Progressief variabele kosten**

🡪 naarmate er meer geproduceerd wordt, hoe meer de kost per eenheid zal stijgen

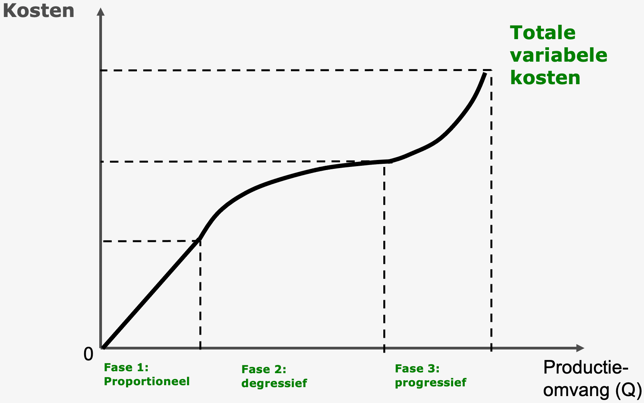


**Degressief variabele kosten**

🡪 naarmate er meer geproduceerd wordt, hoe meer de kost per eenheid zal minderen



**Evolutie variabele kosten bij groei**

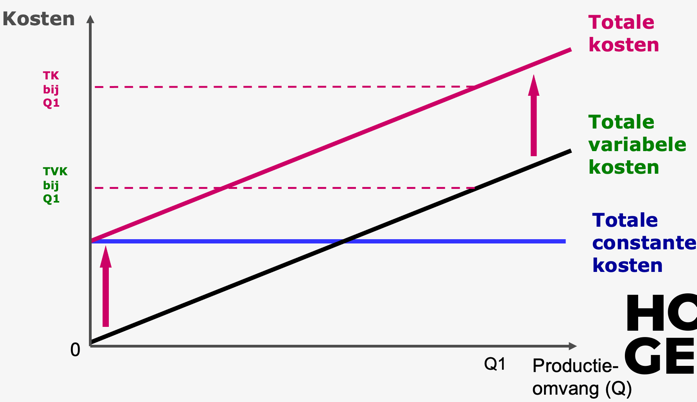


Fase 1: evenredig, wennen aan machines, inwerken

Fase 2: eens je goed op elkaar ingespeeld bent verloop alles makkelijker, machines meer benutten kost minder

Fase 3: meer onkosten omdat machines onder druk worden gezet, minder kwaliteit, overuren kosten extra

### Totale kosten (TK)

= TCK + TVK

### Gemiddelde en marginale kosten

**Gemiddelde kosten**: kosten/eenheid

**Marginale kosten**: extra kosten wanneer de productie met 1 eenheid wordt verhoogd

Berekeningen:

* Gemiddelde constante kosten (GCK): TCK/Q
* Gemiddelde variabele kosten (GVK): TVK/Q
* Gemiddelde totale kosten (GTK): TK/Q OF **GCK + GVK**
* Marginale kosten (MK): ΔTK/ΔQ of ΔTVK/ΔQ

### Technisch optimaal punt

= wanneer een bedrijf het **goedkoopst** **produceert**

* Streven naar GTK het laagst
* GTK = MK

### Homogene productie

* 1 product gemaakt
* Rechtstreeks verband tussen gemaakte kosten en geleverd product
* Deelcalculatie om kostprijs te bepalen

### Heterogene productie

* Meerdere producten gemaakt
* Moeilijker om rechtstreeks verband tussen gemaakte kosten en geleverde producten vast te stellen
* Opsplitsing directe en indirecte kosten

### Directe kosten

* Worden toegeschreven aan de productie van een **bepaald** **product**
* Toewijzbare kosten

**Voorbeelden:**

* Grondstoffen, verpakkingsmateriaal, reclame(radio, tv,..)

### Indirecte kosten

* Niet onmiddellijk toe te wijzen aan een bepaald product
* wel een **oorzakelijk verband** met het product

🡪 Overheadkosten

**Voorbeelden:**

* management, administratie, energiekosten,…

### Integrale kostprijsberekening

Om dit te berkenen moeten **de indirecte kosten** worden **verdeeld**:

* toerekenen of verbijzonderen
* verschillende berekeningsmethoden

#### Enkelvoudige opslagmethode

Indirecte kosten worden toegewezen in **dezelfde verhouding** als directe kosten

1 enkel % om de indirecte kosten over de producten te verdelen

**Opslagbasis:**

* totale directe kosten
* groep directe kosten
  + directe grondstofkosten
  + directe lonen

**formule:**

* opslagpercentage = totale indirecte kosten / opslagbasis \* 100%