

===== OEF 1 =====

Mevrouw Janssen heeft een bedrijf en verkoopt koffietassen met opdruk via haar webwinkel. Haar constante kosten bedragen €25.000, haar variabele kosten €4 per product en haar verkoopprijs is €12. Mevrouw Janssen verkoopt 10.000 tassen per jaar.

Gevraagd: Bereken de contributiemarge (=dekkingsbijdrage) per product.

oplossing:

Dekkingsbijdrage = €12 – €4 = €8

De dekkingsbijdrage per product bedraagt €8.

===== OEF 2 =====

WebOnline v.o.f. is een bedrijf gespecialiseerd in webdesign, de volgende gegevens zijn bekend over dit bedrijf:

Omzet: €480.000

Vaste kosten: €180.000

Variabele kosten: €120.000

- a. Bereken de dekkingsbijdrage in procenten
- b. Bereken de BEO (Break-even omzet)

Voor het berekenen van de dekkingsbijdrage in procenten moeten we eerst de variabele kosten uitdrukken als percentage van de omzet, dus: €120.000 / €480.000 * 100 = 25%

Vervolgens weet je dat de verkoopprijs 100% is, en de variabele kosten dus 25%. De dekkingsbijdrage is dus: 100% – 25% = 75% (a).

Nu je de dekkingsbijdrage in procenten hebt uitgerekend kun je ook de BEO (Break-even omzet) gaan berekenen, dat doe je middels de gegeven formule.

BEO = €180.000 / 75 (hier neem je dus niet het percentage) x 100 = €240.000 (b)

===== OEF 3 =====

Contributie: de contributie is de bijdrage van de omzet in de vaste kosten en de winst. De contributie geeft dus aan welk deel van je omzet wordt besteed aan vaste kosten en aan winst.

Contributie = omzet – variabele kosten

Als starter zal je dus een schatting moeten maken van je verwachte omzet (omzetprognose) en de verwachte variabele kosten die je zal moeten maken om die vooropgestelde omzetprognose te realiseren.

Contributiemarge: dit is de contributie uitgedrukt als percentage ten opzichte van de omzet.

Contributiemarge = (omzet – variabele kosten) in een percentage t.o.v. de omzet.

Je omzetprognose is 236 250,00 EUR. Veronderstel nu dat je je variabele kosten geraamd hebt op 101 000,00 EUR (of 42,75 % van je omzet).

Contributie: je contributie bedraagt dan: 236 250,00 – 101 000,00 = 135 250,00 EUR. Dit bedrag vertegenwoordigt dus de vaste kosten en de winst.

Contributiemarge: 135 250,00 x 100

Je contributiemarge bedraagt: (135 250,00 x 100)/236 250,00=57,25 %

===== OEF 4 =====

Het break-evenpoint vind je door middel van volgende formule:
vaste kosten / contributiemarge

Je omzetprognose is 236 250,00 EUR. Veronderstel nu dat je je variabele kosten geraamd hebt op 101 000,00 EUR (of 42,75 % van je omzet).
De vaste kosten bedragen 60 000,00 EUR

Wat is dan het break-evenpunt?

$$60\ 000 / 0,5725 = 104\ 803,50\ \text{EUR}$$

===== OEF 5 =====

Op dezelfde manier

Omzet: 3 000 000,00 €

Vaste kosten: 670 000,00 €

Variabele kosten: 2 135 000,00 € ==> $2135/3000 \cdot 100\% = 71,17\%$

$$\text{BE-Omzet} = 670.000\text{€} / (1-0,7117) = 2\ 323\ 968\ \text{€}$$

===== OEF 6 =====

Rentabiliteitsanalyse voor meerdere producten

productgroep	omzet (x 1000)	omzet %	Variabele kost (x 1000)	contributie (x 1000)	contributiemarge
A	22562 ?	1579 ?	?	?	?
B	45852 ?	5502 ?	?	?	?
C	8956 ?	1612 ?	?	?	?
D	10584 ?	3810 ?	?	?	?
E	63897 ?	15974 ?	?	?	?

	omzet (x 1000)	omzet %	variabele kost (x 1000)	contributie (x1000)	contibutie-marge
A	22562	14,86%	1579	20983	93,00%
B	45852	30,20%	5502	40350	88,00%
C	8956	5,90%	1612	7344	82,00%
D	10584	6,97%	3810	6774	64,00%
E	63897	42,08%	15974	47923	75,00%

Rentabiliteitsanalyse voor meerdere producten

productgroep	omzet (x 1000)	Omzet %	Variabele kost (x 1000)	contributie (x 1000)	contributiemarge
A	22562	?	1579	?	?
B	45852	?	5502	?	?
C	8956	?	1612	?	?
D	10584	?	3810	?	?
E	63897	?	15974	?	?

Bepaal de gewogen contributiemarge

A: contributiemarge * omzetpercentage = ? %

B: contributiemarge * omzetpercentage = ? %

etc voor C tot en met E

Tel al deze percentages samen op

	omzet (x 1000)	omzet %	variabele kost (x 1000)	contributie (x1000)	contitutie- marge
A	22562	14,86%	1579	20983	93,00%
B	45852	30,20%	5502	40350	88,00%
C	8956	5,90%	1612	7344	82,00%
D	10584	6,97%	3810	6774	64,00%
E	63897	42,08%	15974	47923	75,00%

151851

gewogen contributiemarge

A	13,82%	
B	26,57%	81,25%
C	4,84%	
D	4,46%	
E	31,56%	

===== OEF 6_03 =====

Rentabiliteitsanalyse voor meerdere producten

De vaste verkoopkosten/maand = € 4.068.372,00

productgroep	omzet (x 1000)	Omzet %	Variabele kost (x 1000)	contributie (x 1000)	contributiemarge
A	22562 ?	1579 ?	? ?	? ?	
B	45852 ?	5502 ?	? ?	? ?	
C	8956 ?	1612 ?	? ?	? ?	
D	10584 ?	3810 ?	? ?	? ?	
E	63897 ?	15974 ?	? ?	? ?	

Nadat je de gewogen contributiemarge hebt bepaald geef nu de waarde van de BEP(omzet)

==> Vaste kost gedeeld door de gewogen contributiemarge

	omzet (x 1000)	omzet %	variabele kost (x 1000)	contributie (x1000)	contibutie-marge
A	22562	14,86%	1579	20983	93,00%
B	45852	30,20%	5502	40350	88,00%
C	8956	5,90%	1612	7344	82,00%
D	10584	6,97%	3810	6774	64,00%
E	63897	42,08%	15974	47923	75,00%

151851

gewogen contributiemarge

A	13,82%	
B	26,57%	81,25%
C	4,84%	
D	4,46%	
E	31,56%	

vaste verkoopkosten/maand = 4068372

BEP = 5007427,47 = 5007,43 x 1000

===== OEF 7 =====

De verdelers van de pantoffels SLOEF wil zijn marktaandeel vergroten in Wallonië.

Er zijn ongeveer 5 630 handelszaken waar men pantoffels verkoopt, en in 3 150 daarvan verkoopt men ook het merk SLOEF.

Onderzoek heeft uitgewezen dat de totale omzet pantoffels van alle handelszaken in Wallonië voor een bepaalde periode 28 366 335,00 EUR bedraagt.

De omzet van alle handelszaken waar ze ook merk SLOEF verkopen, is 12 218 320 EUR.

De eigen omzet van het merk SLOEF in deze periode in Wallonië bedraagt 5 006 387,00 EUR.

Gevraagd:

analyseer de efficiëntie van het distributiebeleid van de verdeler van SLOEF en bepaal de marktspreiding

marktspreiding: $3150/5630 = 55,95\%$

Dit betekent dat de pantoffels van het merk SLOEF in bijna 55,95 % van alle winkels die pantoffels verkopen aanwezig zijn

===== OEF 8 =====

De verdelers van de pantoffels SLOEF wil zijn marktaandeel vergroten in Wallonië.

Er zijn ongeveer 5 630 handelszaken waar men pantoffels verkoopt, en in 3 150 daarvan verkoopt men ook het merk SLOEF.

Onderzoek heeft uitgewezen dat de totale omzet pantoffels van alle handelszaken in Wallonië voor een bepaalde periode 28 366 335,00 EUR bedraagt.

De omzet van alle handelszaken waar ze ook merk SLOEF verkopen, is 12 218 320 EUR.

De eigen omzet van het merk SLOEF in deze periode in Wallonië bedraagt 5 006 387,00 EUR.

Gevraagd:

analyseer de efficiëntie van het distributiebeleid van de verdeler van SLOEF en bepaal het markt bereik.

Leg ook uit wat dit concreet betekent.

Marktbereik = verkopen in de productklasse door gekozen distribuanten : verkopen in de productklasse door alle distribuanten

marktbereik: $12\,218\,320,00/28\,366\,335,00 = 43,07\%$

de winkels waar hun merk verkocht wordt realiseren maar 43,07% van de totale omzet pantoffels van handelszaken in Wallonië dus ze hebben de bij de klant iets minder (of iets meer) populaire winkels gekozen om hun merk aan te beelden

===== OEF 9 =====

IV.3.2.- Praktijkopgave contributiemargeberekening
pag 105

Berekening van de contributiemarges per productgroep en voor het totale assortiment:
Schermtype/regio gem. maand omzet aandeel contributiemarge gewogen contributiemarge

LCD-schermen

regio A	1.212.000	37,58%	25%	9,40%
regio B	912.000	28,28%	32%	9,05%
regio C	1.101.000	34,14%	36%	12,29%
totaal lcd	3.225.000	100,00%		30,73%

Plasma schermen

regio A	317.000	13,74%	18%	2,47%
regio B	989.000	42,87%	12%	5,14%
regio C	1.001.000	43,39%	41%	17,79%
totaal plasma	2.307.000	100,00%		25,41%
totaal	5.532.000			

===== OEF 10 =====

===== OEF 11 =====

gemiddelde afzet van 20.225 eenheden

vaste kosten zijn gegeven: 35.000,00 €

variabele kostprijs: € 0,60

Wij wensen een mark-up wenst toe te passen van 20%

De groothandelsmarge bedraagt 10% en de retailmarge 15%

Aan wat is de eenheidsprijs gelijk. $0,60 + 35000/20225 = 2.33$

verkoopprijs berekend met de mark-up formule: $\text{eenheidsprijs} / (1 - \text{markup})$

Verkoopprijs af-fabriek: $2,33 / (1 - 0.2) = 2,91$

Verkoopprijs groothandel: $2,91 / (1 - 0.1) = 3,23$

Verkoopprijs kleinhandel: $3,23 / (1 - 0.15) = 3,80$

We hanteren de kostprijs-plus methode

(hint => mark-up prijszetting)

===== OEF 12 =====

Prijszetting volgens de mark-down methode.

Er kan geredeneerd worden vertrekkend vanuit de consumentenprijs.

In het management zijn er bvb twee strekkingen: een lage prijs, en dus hoge volumes ofwel hogere verkoopprijs. Veronderstel dat er consensus is over wat er bedoeld wordt met lage prijs, namelijk € 3,18 – terwijl de hogere prijsstrategie een verkoopprijs van € 3,59 betekent. Nu kan door middel van de mark-down methode teruggerekend worden welke prijszetting voor het bedrijf haalbaar is.

onze markup wordt bepaald op: 20%

De groothandelsmarge bedraagt 10% en de retailmarge 15%

De formule voor de mark-down prijszetting:

$\text{Kostprijs} = \text{verkoopprijs} / (1 + \text{mark down})$

Vertrekkend van 3,18 euro

(1) Bereken de inkoopprijs kleinhandel: $3,18 / (1 + 0,15) = 2,77$

(2) Bereken de inkoopprijs groothandel: $2,77 / (1 + 0,10) = 2,52$

(3) Bereken de af-fabriekprijs : zelfde als hierboven