

MODERN MARKETINGMANAGEMENT / 6A

HBO Marketing /
Marketing management

Raymond Reinhardt
3R Business Development

raymond.reinhardt@3r-bdc.com
©3R

*o.m. gebaseerd op de boeken **Modern Marketing-management** van auteur **G.J. Scheers MBA** en **Marketing kernstof** van auteurs **Hans Vosmer MBA** en **drs. John Smal**.*

3R BUSINESS
DEVELOPMENT
CONSULTANCY

1

WAARDEBEPALING: PRIJS

Aspecten prijsbeleid

- **Voor ondernemer:**
 - marketinginstrument
 - tegenprestatie voor het te leveren product
- **Voor afnemer:**
 - geldelijk offer
 - kwaliteitsindicatie
 - waarde-indicatie: *psychologisch / emotioneel / economisch / monetair / niet-monetair / value for money (prijsprestatie)*

3R

2

WAARDEBEPALING: PRIJS

Aspecten prijsbeleid

- **De functie van de prijs**, kan dus vanuit meerdere invalshoeken worden bekeken, met name:
 - **economisch perspectief**:
de **waarde van het product of de dienst**, hetgeen sterk afhankelijk is van het totale aanbod daarvan en van de totale vraag daarnaar;
 - **marketingperspectief**:
 - **vanuit de producent gezien**, een **marketing-instrument** om bijv. de maximaal haalbare prijs te behalen, of om 'iets' over zijn product of dienst te communiceren;
 - **vanuit de afnemer gezien**, een **perceived value**, veelal resulterend in een **prijsbeleving**.

3R

3

WAARDEBEPALING: PRIJS

Aspecten prijsbeleid

- **Waarde voor de afnemer**, uitgedrukt in de in te schatten voordelen ('benefits') ten opzichte van de daarvoor benodigde 'offers': meer dan geld.

$$\text{Waarde} = \frac{\text{Voordelen}}{\text{Kosten}}$$

$$= \frac{\text{Functionele voordelen} + \text{Emotionele voordelen}}{\text{Geld} + \text{Tijd} + \text{Energie} + \text{Psychologische kosten}}$$

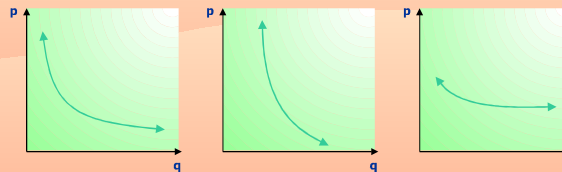
32

4

WAARDEBEPALING: PRIJS

Prijsbewegingen en de vraagcurve

- **De vraagcurve:**
 - grafische weergave van verschillende hoeveelheden van een product / productgroep, die bij verschillende prijzen op een bepaald moment op een bepaalde markt door een zekere groep afnemers *gevraagd* (kunnen) worden. Vraagcurves kunnen uiteenlopende vormen hebben, waaronder:



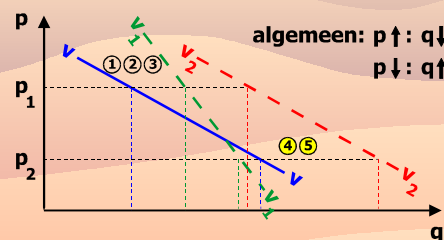
32

5

WAARDEBEPALING: PRIJS

Prijsbewegingen en de vraagcurve

- **De vraag'curve'** :



Bepalende factoren

- ① Behoeft patronen en voorkeuren consumenten
- ② Prijs en kwaliteit vervangers concurrentie
- ③ Prijs van complementaire goederen (accessoires)
- ④ Aantal consumenten (bijv. aanboren nieuwe markt)
- ⑤ Besteedbaar inkomen van consumenten

32

6

WAARDEBEPALING: PRIJS

Elasticiteit

- **Verloop van vraagcurve**, toont de sterkte van de reactie van q .
Elasticiteit heeft te maken met veranderingen in grootheden: **oorzaak** (bijv. prijs- of koopkrachtsverandering) **en gevolg** (afzetverandering).
- **Algemeen geldt:** $e = \frac{\% \Delta \text{gevolg}}{\% \Delta \text{oorzaak}}$

(Δ = verandering + of -)

32

7

WAARDEBEPALING: PRIJS

Elasticiteit van de vraag

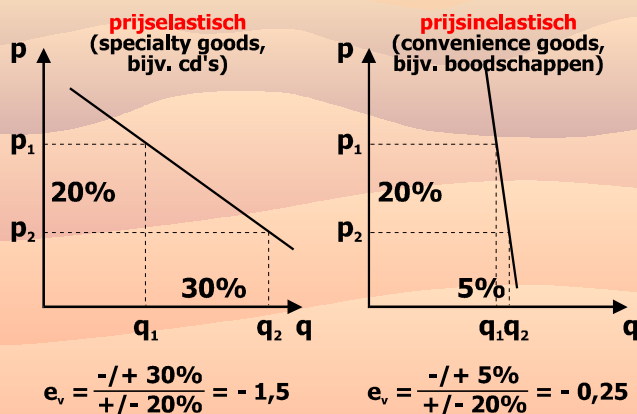
- **Prijselasticiteit** (van de vraag) e_v :
de relatieve (=%) verandering van de gevraagde hoeveelheid q van een bepaald product in relatie tot de relatieve (=%) verandering van de prijs van dat product, ofwel:
- de mate waarin de vraag van afnemers reageert op prijsveranderingen van een bepaald product;
- in formulevorm: $e_v = \frac{\% \Delta q}{\% \Delta p}$

32

8

WAARDEBEPALING: PRIJS

Elasticiteit van de vraag

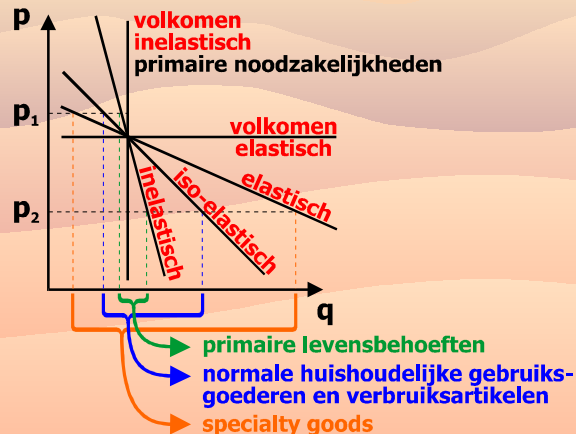


32

9

WAARDEBEPALING: PRIJS

Elasticiteit van de vraag



32

10

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kruiselingse elasticiteit

- **Kruiselingse prijselasticiteit e_k :**
de relatieve (=%) verandering van de gevraagde hoeveelheid q van een bepaald product in relatie tot de relatieve (=%) verandering van de prijs van een ander product, ofwel:
- de mate waarin de vraag van afnemers naar één product reageert op prijsveranderingen van een ander product;
- in formulevorm:
$$e_k = \frac{\% \Delta q_{\text{prod B}}}{\% \Delta p_{\text{prod A}}}$$

32

11

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kruiselingse elasticiteit

- **3 situaties kruiselingse prijselasticiteit e_k :**

$$\frac{\% \Delta q_{\text{prod B}}}{\% \Delta p_{\text{prod A}}} \begin{array}{c} + \uparrow \downarrow - \\ + \uparrow \downarrow - \\ - \downarrow \uparrow + \\ + \uparrow \downarrow - \\ 0 \end{array} , e_k > 0: \text{substituut-producten} \\ \text{(bijv. Pepsi \& Coke)} \\ , e_k < 0: \text{complementaire producten} \\ \text{(bijv. DE \& Melita)} \\ , e_k = 0: \text{indifferente producten} \\ \text{(bijv. benzine \& luiers)}$$

32

12

WAARDEBEPALING: PRIJS

Inkomenselasticiteit

- **Inkomenselasticiteit e_i :**
de relatieve (=%) verandering van de gevraagde hoeveelheid q van een bepaald product in relatie tot de relatieve (=%) verandering van het inkomen i van de consument, ofwel:
- de mate waarin de vraag van de consument naar een bepaald product reageert op veranderingen van het inkomen;
- in formulevorm:
$$e_i = \frac{\% \Delta q}{\% \Delta i}$$

32

13

WAARDEBEPALING: PRIJS

Inkomenselasticiteit

- **3 situaties inkomenselasticiteit e_i :**
- | | | |
|-----------------------------------|--|---|
| $\frac{\% \Delta q}{\% \Delta i}$ | $\begin{array}{c} - \downarrow \uparrow + \\ + \uparrow \downarrow - \\ + \uparrow \downarrow - \\ + \uparrow \downarrow - \\ + \uparrow \downarrow - \end{array}$ | <p>, $e_i < 0$: inferieure goederen
(bijv. onbekende merken)</p> <p>, $e_i \geq 0, e_i \leq 1$: noodzakelijke goederen
(bijv. 'normale' boodschappen)</p> <p>, $e_i > 1$: luxe goederen
(bijv. vakanties)</p> |
|-----------------------------------|--|---|

32

14

WAARDEBEPALING: PRIJS

Wet van Engel

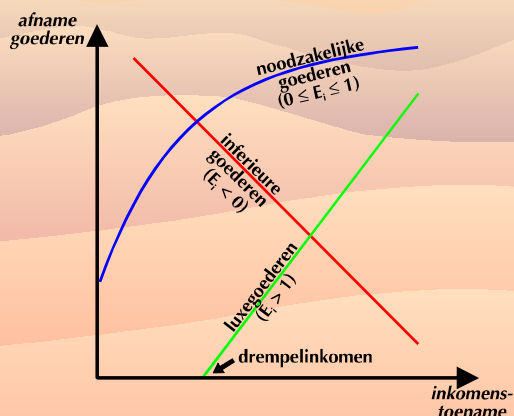
- **Wet van Ernst Engel** (Duitse statisticus, 1821 -1896, directeur van het Pruisische statistisch bureau):
"Naarmate het inkomen stijgt, zal het percentage van inkomen dat wordt besteed aan noodzakelijke goederen (voor primair onderhoud) afnemen".
- Een inkomensstijging brengt dus met zich mee dat:
 - het % dat wordt besteed aan voedsel, **daalt**;
 - het % dat wordt besteed aan wonen en huishoudelijke artikelen, **gelijk blijft**, en
 - het % dat wordt besteed aan kleding, vervoer, recreatie, gezondheid en opleiding, **toeneemt**.

32

15

WAARDEBEPALING: PRIJS

Wet van Engel: Engelkrommen



3R

16

WAARDEBEPALING: PRIJS

Prijs en de aanbodcurve

- **De aanbodcurve:**
 - grafische weergave van hoeveelheden van een product / productgroep, die op een bepaald moment door de gezamenlijke aanbieders bij verschillende prijzen **aangeboden** (kunnen) worden;
 - naar mate **prijs interessanter** wordt voor producenten, zal **meer aanbod** (door meer producenten) ontstaan.

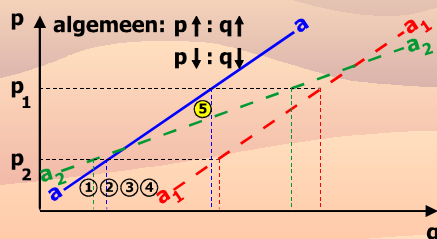
3R

17

WAARDEBEPALING: PRIJS

Prijs en de aanbodcurve

- **De aanbod'curve' :**



Bepalende factoren

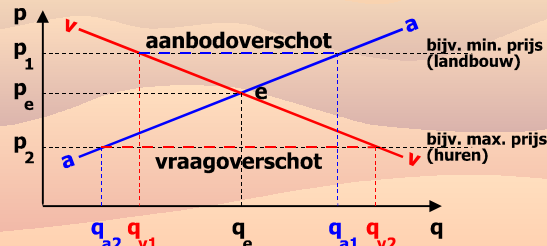
- ① Stand van de techniek
- ② Prijzen van de productiemiddelen
- ③ Prijzen van andere goederen die met hetzelfde productieapparaat kunnen worden gemaakt
- ④ Aantal aanbieders
- ⑤ Flexibiliteit en investeringsvermogen organisatie

3R

18

WAARDEBEPALING: PRIJS

Ontmoeting van vraag en aanbod



Prijsmechanisme zorgt ervoor dat marktprijs tendeert naar p_e , de **evenwichtsprijs**.

Als de actuele marktprijs stijgt tot p_1 , ontstaat een **aanbodoverschot**.

Gevolg: producenten verlagen productie en/of prijs, waarna consumenten de gevraagde hoeveelheid vergroten, waardoor prijs weer zal bewegen naar evenwichtsprijs e .

3R

19

WAARDEBEPALING: PRIJS

Ontmoeting van vraag en aanbod

- **Verloop vraag- / aanbodcurve en marktform:**
 - het verloop van vraag- en aanbodcurve wordt in belangrijke mate bepaald door de **marktform**; deze heeft vooral betrekking op: **aard van product, aantal vragers en aantal aanbieders**;
 - naast vraag- en aanbodcurve speelt ook de **afzetcurve** een belangrijke rol bij de analyse van marktformen;
 - afzetcurve: grafische weergave van de hoeveelheden die **een individuele aanbieder** kan afzetten bij uiteenlopende prijzen

3R

20

WAARDEBEPALING: PRIJS

Marktformen

- **Belangrijkste marktformen:**
 - **monopolie**
 - (○ **monopsonie**)
 - **oligopolie** (homogeen, heterogeen)
 - **monopolistische concurrentie**
 - **volkomen concurrentie**
 - (○ **polyopsonie**)

...polie >> aantal aanbieders
...psonie >> aantal vragers

3R

21

WAARDEBEPALING: PRIJS

Marktvormen

- **Monopolie:**
 - marktform waarbij slechts één aanbieder van een bepaald product in de markt is;
 - **natuurlijk monopolie:** één aanbieder heeft het gehele aanbod van een bepaald product in handen (bijv. rare earth elements);
 - **wettelijk** (of **overheids-**)**monopolie:** gebaseerd op wettelijke regeling of verleende overheidsconcessies (Rijksmunt, div. overheidsdiensten);
 - **economisch** (of **feitelijk**)**monopolie:** gebaseerd op marktsituatie, kennisvoorsprong, patenten.

32

22

WAARDEBEPALING: PRIJS

Marktvormen

- **Oligopolie:**
 - marktform waarbij **een beperkt aantal concurrerende aanbieders** van een bepaald product of varianten **het grootste deel van de markt beheersen**.
 - Veelal wordt uitgegaan van een oligopolie wanneer de '**C-4 index**' (de **concentratiegraad**, ofwel gezamenlijk marktaandeel, van de 4 grootste aanbieders) > 70% bedraagt.
 - Deze marktform kent een tweetal varianten:
 - homogeen oligopolie;**
 - heterogeen oligopolie.**

32

23

WAARDEBEPALING: PRIJS

Marktvormen

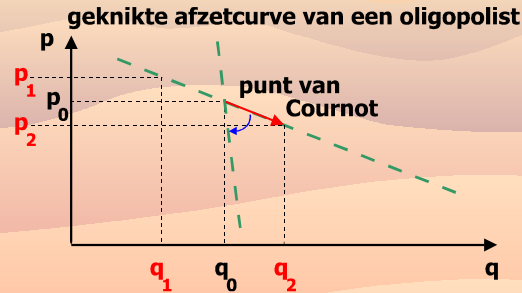
- **Oligopolie:**
 - **homogeen oligopolie:** een beperkt aantal concurrenten biedt (vanuit afnemers gezien) volkomen identieke producten aan (bijv. de oliemarkt, de energiemarkt, de telefoniemarkt);
 - **heterogeen oligopolie:** een beperkt aantal concurrenten biedt elk (vanuit afnemers gezien) een duidelijk verschillende variant van een bepaald product aan (bijv. scholen; bier).
 - Vanwege het weinige onderscheid in het aangeboden product, kan in een homogeen oligopolie **prijstarheid** voorkomen. >>

32

24

WAARDEBEPALING: PRIJS

Prijsstarheid bij oligopolisten



Oligopolisten moeten elkaar in de gaten houden: prijsverlaging resulteert veelal in **prijzenslag**; prijsverhoging zorgt voor **het zichzelf uit de markt prijzen**

32

25

WAARDEBEPALING: PRIJS

Marktvormen

- **Monopolistische concurrentie:**
 - marktvorm waarbij een groot aantal aanbieders elk een verschillend maar gelijksoortig product op de markt brengt;
 - deze marktvorm wordt ook wel **heterogeen polypolie** genoemd;
 - bij deze marktvorm hebben de aanbieders eigen klantenkringen of proberen die te vormen (bijv. de detailhandel).

32

26

WAARDEBEPALING: PRIJS

Marktvormen

- **Volkomen concurrentie:**
 - marktvorm waarbij een relatief groot aantal aanbieders een volkomen identiek product op de markt aanbiedt;
 - deze marktvorm wordt ook wel **volledige mededinging** genoemd, en ook: **homogeen polypolie** en **'perfect competition'**;
 - bij deze marktvorm kunnen de aanbieders zich niet of nauwelijks in marketing-P's onderscheiden, en kunnen vaak alleen de aangeboden hoeveelheden aanpassen (zgn. **hoeveelheids-aanpassers**, zoals agrariërs).

32

27

WAARDEBEPALING: PRIJS

Prijsdoelstellingen, strategieën

- **Uiteenlopende doelstellingen van het prijsbeleid:**
 - het behalen van maximale winst
 - het realiseren van een bepaald marktaandeel
 - het bereiken van een snelle acceptatie van producten en/of diensten op bepaalde (internationale) markten
 - het bereiken van een zekere prijsperceptie
 - het verstevigen van de positie ten opzichte van de concurrentie
 - het behalen van een bepaald rendement op de investeringen
 - enz.

3R

28

WAARDEBEPALING: PRIJS

Prijsdoelstellingen, strategieën

- **Strategische prijsdoelstellingen:**

Op strategisch niveau kunnen bedrijven ervoor kiezen om een *prijsleiderschapsstrategie* te voeren. Sommige bedrijven opereren als *prijsvolgers*. En weer andere bedrijven werken als discounters of werken juist andersom, met premiumprijzen. Welke prijsstrategie een bedrijf volgt, hangt sterk af van de markt en marktform waarin wordt gewerkt, en ook van de mate en kracht van de concurrentie.

3R

29

WAARDEBEPALING: PRIJS

Enkele bedrijfseconomische aspecten



3R

30

WAARDEBEPALING: PRIJS

Enkele bedrijfseconomische aspecten

- **Constance kosten:**
kosten die in hun totaliteit zijn gefixeerd voor een bepaalde periode. Deze zijn onafhankelijk van het aantal geproduceerde goederen of diensten tijdens die periode.
Betreffen kosten die ook worden gemaakt als de productie stil staat.
- Voorbeelden van constante kosten:
afschrijvingskosten, huur van gebouwen, kosten van het machinepark, rentelasten, enz.

3R

31

WAARDEBEPALING: PRIJS

Enkele bedrijfseconomische aspecten

- **Variabele kosten:**
kosten die rechtstreeks variëren met de omvang van de bedrijfsactiviteit, en naar 0 tenderen, wanneer er geen bedrijvigheid is.
- Voorbeelden van variabele kosten:
kosten van grondstoffen, halffabrikaten, hulpstoffen, energie, arbeid, enz.

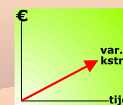
3R

32

WAARDEBEPALING: PRIJS

Enkele bedrijfseconomische aspecten

- **Onderscheid in variabele kosten:**
 - **proportionele variabele kosten:**
variabele kosten die stijgen of dalen recht evenredig met productieomvang;
 - **progressieve variabele kosten:**
variabele kosten die méér dan evenredig stijgen met productieomvang, bijv. toeslagen voor overwerk;
 - **degressieve variabele kosten:**
variabele kosten die minder dan evenredig stijgen met productieomvang, bijv. door kwantumkortingen van inkoop.



3R

33

WAARDEBEPALING: PRIJS

Enkele bedrijfseconomische aspecten

- **Directe kosten:**
kosten die rechtstreeks aan de productie of verkoop van een bepaald product zijn toe te rekenen.
Kunnen dus zowel constante als variabele kosten zijn!
- Voorbeelden van directe kosten:
grondstoffen, kosten van de direct bij de productie betrokken medewerkers, afschrijvingskosten, kosten van machines die de producten produceren, enz.

3R

34

WAARDEBEPALING: PRIJS

Enkele bedrijfseconomische aspecten

- **Indirecte kosten:**
kosten die niet (eenvoudig) direct aan de vervaardiging van een bepaald product zijn toe te wijzen.
Indirecte kosten leveren een probleem op voor de kostprijsberekening, want deze kosten moeten nog verbijzonderd worden naar product(groep).
- Voorbeelden van indirecte kosten:
rentekosten van vreemd vermogen, afschrijvingskosten van bijv. het kantoorgebouw, salarissen van directie, stafdiensten, adm. personeel, enz.

3R

35

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden



3R

36

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Standaardkostprijs-berekening (basisuitvoering)**
 - betreft de kostprijs bij een standaardbezetting van de productiecapaciteit (de normale bezetting, meestal gesteld op 80% van de totale productiecapaciteit). Hogere bezettingsgraad dan gepland leidt tot een lagere kostprijs en andersom.

$$gtk = gvk + \frac{C}{N}$$

gtk = gemidd. kostprijs per eenheid product
gvk = gemidd. variabele kosten per eenheid product
C = totale vaste kosten
N = normale bezetting

3R

37

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Integrale kostprijs-berekening (wordt ook aangeduid als standaardkostprijs):**
 - voor wanneer het nodig is om de totale (= *integrale*) kostprijs per eenheid product te bepalen, hetgeen zowel de vaste als de variabele kosten omvat.

$$\text{integrale kostprijs} = \frac{C}{N} + \frac{V}{W}$$

C = totale vaste kosten
V = totale variabele kosten
N = normale bezetting
W = werkelijke productie

3R

38

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opgave 1:**

In een bepaald jaar werd door een producent van luxe ontbijtkoek 200.000 stuks als normale productie beschouwd. In werkelijkheid werden er echter 220.000 gebakken. De totale vaste kosten, toegerekend aan dit product, bedroegen toen € 50.000. De totale variabele kosten kwamen toen uit op € 48.000. Wat was bij deze producent de standaardkostprijs van één luxe ontbijtkoek?

3R

39

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opgave 1**, oplossing: € 0,47

3R

40

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opgave 2:**
Een onderneming produceert eenvoudige radio's.
De variabele kosten bedragen € 14,- per stuk en de constante kosten bedragen € 525.000,-.
Men gaat uit van een afzet van 52.500 stuks.
Wat zal de verkoopprijs minimaal moeten zijn indien de onderneming 25% winstmarge wil bereiken op de *verkoopprijs* af-fabriek?

3R

41

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opgave 2**, oplossing: € 32

3R

42

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Differentiële kostprijs-berekening:**
 - wordt berekend door bij de toename van de productie, de kosten die men méér maakt, te delen door het aantal producten dat men méér maakt.

$$\text{differentiële kostprijs} = \frac{\Delta V}{\Delta W}$$

ΔV = toename totale variabele kosten
 ΔW = toename van productiegrootte

3R

43

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opgave 3:**

De kostprijs van een artikel dat een producent in zijn assortiment voert, bestaat uit een inkoopwaarde van € 30,- met daarboven een kostenbedrag van € 30,- per eenheid. Van het kostenbedrag 75% gebaseerd op de constante kosten bij een normale productie van 10.000 stuks.
Wat is de differentiële kostprijs?

3R

44

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opgave 3, oplossing:** € 37,50

3R

45

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Berekening integrale / differentiële kostprijs:**

Voorbeeld:

normale productie = 5.000 eenheden, werkelijke productie = 6.000 eenheden. C = € 200.000, V = € 60.000.

Integrale kostprijs:

$$\frac{C}{N} + \frac{V}{W} = \frac{€ 200.000}{5.000} + \frac{€ 60.000}{6.000} = € 40 + € 10 = € 50$$

t.b.v. een aparte exportorder neemt productie nu toe van 6.000 tot 7.000 eenheden, waardoor V stijgt tot € 69.000.

Differentiële kostprijs:

$$\frac{\Delta V}{\Delta W} = \frac{€ 69.000 - € 60.000}{7.000 - 6.000} = \frac{€ 9.000}{1.000} = € 9$$

3R

46

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opgave 4:**

Een bedrijf heeft een productiecapaciteit van 1 miljoen eenheden. De normale productie en de afzet voor dit jaar bedraagt: 800.000 eenheden. De afzet vindt tot dusver alleen in Nederland plaats.

De af-fabrieksprijs bedraagt € 60, de integrale kostprijs bedraagt € 50, waarvan 70% vaste kosten zijn.

Onverwachts komt vanuit Singapore een aanvraag binnen. Deze klant is bereid € 35 per eenheid te betalen voor een order van 30.000 eenheden.

Voor de productie hiervan zal wel een eenmalige investering nodig zijn van € 150.000, die overigens direct volledig zal worden afgeschreven.

3R Hoe groot wordt de totale winst, indien deze extra order wordt aanvaard?

47

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opgave 4, oplossing:** € 8.450.000

3R

48

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Opmerkingen winstberekening:**
 - handelsondernemingen berekenen winst als volgt:

Omzet - inkoopwaarde omzet = brutowinst (BW)
BW - overige var.kosten = dekkingsbijdrage (DB)
DB - vaste kosten = nettowinst

- producenten berekenen winst o.a. als volgt:

Omzet - var.kosten = dekkingsbijdrage (DB)
DB - vaste kosten = nettowinst

3R

49

WAARDEBEPALING: PRIJS

Kostprijscalculatiemethoden

- **Direct costing (variabele kostencalculatie):** kostenberekening, waarbij alleen de variabele kosten aan een product (of productgroepen) worden toegerekend. De constante kosten niet aan producten toegerekend, maar worden als totaal ten laste van de resultatenrekening gebracht.

Voorbeeld:

Omzet	€ 3.500.000
Inkoopwaarde omzet	– € 1.500.000
<hr/>	
Bruto winst	€ 2.000.000
Overige var. kosten	– € 750.000
<hr/>	
Dekkingsbijdrage	€ 1.250.000
Vaste kosten	– € 450.000
<hr/>	
Netto winst	€ 800.000

3R

50