

# Verkoopprijs, kostprijs en winst

Een nieuw PSV-thuisshirt ziet er misschien simpel uit, maar er komt veel meer bij kijken dan je denkt. Om te weten voor welk bedrag een product in de winkel komt moet je de kostprijs weten. De kostprijs is het totaal van alle kosten die gemaakt worden voordat een product in de winkel ligt. De winst laat zien wat er overblijft na alle kosten. Hoeveel winst je maakt, hangt af van allerlei factoren.

30

Bij het PSV-shirt gaat dat in **zes stappen**:

1. **Het ontwerp**

Het nieuwe shirt wordt al twee jaar van tevoren bedacht. De ontwerpers gebruiken computers, software en werken op kantoor. Daar horen personeelskosten en overheadkosten bij, zoals huur en elektriciteit.

2. **De leverancier**

PSV werkt met PUMA. Die zorgen dat de shirts van goede kwaliteit zijn en op een eerlijke, duurzame manier worden gemaakt. Duurzame materialen zijn vaak duurder, maar beter voor mens en milieu.

3. **Het sample**

Er wordt een proefshirt gemaakt. PSV kijkt of de kleur, het logo en de kwaliteit goed zijn. Hier horen materiaal-, personeels- en verzendkosten bij.

4. **De bestelling en voorfinanciering**

Als het ontwerp goed is, worden er duizenden shirts besteld, bijvoorbeeld 50.000 stuks. PSV moet die eerst betalen, nog voordat ze verkocht zijn. Dat heet voorfinancieren.

5. **Vervoer en opslag**

De shirts komen meestal per boot naar Nederland. Dat is goedkoper en duurzamer dan met het vliegtuig. Daarna moeten ze worden opgeslagen in een magazijn. Dat kost geld voor vervoer, personeel en huur.

6. **De verkoop**

Uiteindelijk komen de shirts in de winkels en de webwinkel. Ook daar zijn kosten: personeel, reclame, verpakkingen en het inrichten van de winkel.



## Hoe werkt winst maken?

Verkoopprijs – Kostprijs = Winst

Er zijn allerlei factoren die bepalen hoeveel winst je kan maken.

1. **Vraag en aanbod**

Als veel mensen een product willen hebben (grote *vraag*) en er zijn er maar weinig van (klein *aanbod*), kan de prijs omhoog.

2. **Exclusiviteit**

Hoe bijzonder of uniek een product is, speelt ook mee.

3. **Concurrentie**

Als er veel andere aanbieders zijn die hetzelfde product verkopen, moet je vaak de prijs verlagen om klanten te trekken. Minder winst dus.

4. **Kostenverandering**

Als materialen of transport duurder worden, stijgt de kostprijs. Dan moet je kiezen. De verkoopprijs verhogen of genoeg nemen met minder winst.

5. **Populariteit en merkwaarde**

Sommige merken of clubs zijn zo bekend dat mensen graag iets van dat merk willen.

6. **Seizoen of timing**

Rond de start van een nieuw seizoen is de vraag groot — veel fans willen het nieuwe shirt meteen hebben. Later in het jaar daalt de prijs vaak, bijvoorbeeld in de uitverkoop.

*Bedenk wat de verkoopprijs van jullie 'Musthave' wordt. Bepaal de kostprijs + winst en neem je prijs op in je reclame filmpje, poster en presentatie. Het is natuurlijk niet mogelijk om de precieze kosten te berekenen maar de jury wil graag horen hoe jullie er over nagedacht hebben. Hebben jullie je prijs bepaald? Kijk dan eens online of jullie prijs ongeveer gelijk is aan soortgelijke producten.*

