

Economie is overal en dus vooral ook in de eigen leefomgeving. In het vmbo gaat het vooral om de praktijk en dagelijkse voorbeelden, de (virtuele) mogelijkheid om een eigen bedrijf te beginnen, biedt veel aanknopingspunten om hieraan vorm te geven. Met name commerciële activiteiten die kenmerkend zijn voor de eigen omgeving. Elke leerling kan bedenken waaraan behoefte is in de eigen regio. Zo zal een dorp of stad zonder bioscoop, uitgaansgelegenheden of ander vertier, als saai worden bestempeld en aanleiding zijn om het lesmateriaal op af te stemmen middels verschillende (open) opdrachten. Terwijl de kansen die leerlingen zien in andere grotere steden, van een geheel andere orde zijn. Pizzakoeriers bijvoorbeeld gedijen bij een voldoende vraag. Allemaal kenmerken waar de leerlingen in het schoolexamen mee aan de slag kunnen gaan. Een voorbeeld hierbij is hieronder vermeld. Het sluit aan bij EC/K/5B

Een lesvoorbeeld behorend bij de exameneenheid:

EC/K/5B Arbeid en bedrijfsleven:

De kandidaat kan:

- 7 De kandidaat heeft inzicht in de productie van goederen en diensten en in de fasen die een product doorloopt vanaf de producent van grondstoffen tot en met de detaillist/winkelier, en kan voorbeelden geven van beroepen/werkzaamheden die typerend zijn voor verschillende economische sectoren.

Leerlingopdracht: Start je eigen bedrijf

Uit de krant (bewerkt):

Overdag zit Ben Woldring op school. 's Avonds belt hij met de bazen van KPN en Orange. Hij heeft zelf een bedrijf; Ben.com. Zijn ouders zijn de belangrijkste werknemers. 'Ze kunnen nog zo hard schreeuwen, ik heb er toch het meeste verstand van.': aldus Ben.

Voorbij de stad Groningen is een lege vlakte. De boerderijen zijn er groot en duur. Ben Woldring uit de plaats Usquert vond nieuw goud: op internet. Op zijn dertiende maakte hij een website die voor iedereen het goedkoopste belabonnement uitrekent. In twee jaar tijd werd de scholier een grote internetondernemer in Nederland. De waarde van zijn bedrijf wordt geschat op rond de vijf miljoen euro.

Opdracht 1 Een eigen bedrijf?

1. Waarom zou jij een eigen bedrijf willen beginnen? Bedenk een drietal redenen?
2. Waarom is het moeilijk een eigen bedrijf te beginnen. Bedenk een drietal redenen.
3. Waarom hebben bedrijven het in begin moeilijk om geld te verdienen (acht op de tien bedrijfjes is na een jaar al weer failliet!)? Bedenk een drietal redenen waarom dat zou kunnen zijn?

Wat moet je allemaal doen als je een bedrijf hebt en iets wilt gaan verkopen? Zeker als je nog weinig verstand van zaken hebt! Wil niet iedereen het succes van die 15-jarige scholier uit Usquert hebben? Zijn ideeetje bleek goud waard. Ook 'ouderen' pakken hun kansen. De broers Ligthart uit Amsterdam, 21 en 22 jaar oud. Ze begonnen als studenten met een gouden idee. We kennen allemaal de situatie dat als je een bedrijf opbelt, je een paar minuten in de wacht wordt gezet. Zij bedachten dat die minuten goed kunnen worden gebruikt voor reclame. Zo wordt de beller vermaakt. Ze hebben samen een bedrijf opgericht, dat zulke reclame maakt voor bedrijven. Die kan gewoon via internet worden gedownload. Inmiddels bestaat hun bedrijfje een jaar en ze timmeren aan de weg.

Er is iets nieuws zichtbaar. Dankzij de mogelijkheden van internet kun je als bedrijf snel groeien en dus snel succes hebben. Internet biedt enorme mogelijkheden. Maar dat is niet de enige reden. Een tweede reden is dat de cultuur nu ook gunstig is. Ondernemerschap staat nu volop in de belangstelling. Een heleboel Nederlanders vinden ondernemerschap belangrijk.



Opdracht 2 Voor- en nadelen

1. Internet biedt veel kansen om een nieuw bedrijf te beginnen. Waarom is dat zo denk je?
2. Internet biedt ook veel nadelen om producten te verkopen. Zou je er daar een paar van kunnen noemen?
3. Een van de voordelen van het handelen via internet is dat je geen winkel hoeft te huren. Waarom is dat zo?
4. Een van de nadelen van een website is dat je moeilijk te vinden bent voor nieuwe klanten. Waarom is dat zo? Beginnende ondernemers worden steeds meer gezien als creatieve mensen met lef, die zorgen voor nieuwe banen en welvaart. Elke dag starten zo'n 120 mensen een bedrijf. Vorig jaar ging het in totaal om 47.000 starters. Begin 2003 waren het er 40.000. Tien jaar geleden waren het er nog geen 30.000.

Opdracht 3 Wat is er nu zo aantrekkelijk aan een eigen bedrijf?

1. Een onderzoeker vroeg aan leerlingen die plannen hebben voor een eigen bedrijf, wat zij daar nu zo leuk aan vinden. Daar kwam een top vijf uit. Hieronder staan ze alle vijf. Zou jij die in de goede volgorde kunnen zetten?

goede mogelijkheid om veel geld te verdienen

het lijkt me een grote uitdaging

goede manier om werk en privé te combineren, want je bepaalt je eigen werktijden

fijn om eigen baas te zijn

ik ben er gewoon erg goed in

2. Hoe zou jou top vijf eruit zien (je mag andere dingen zelf bedenken)?

Als je een eigen bedrijf begint moet je je goed voorbereiden. Het opstellen van een bedrijfsplan is belangrijk. Het bedrijfsplan geeft inzicht in je zelf. Wat je wilt bereiken en de kans op succes. Het biedt ook anderen (bijvoorbeeld de bank!) een goed beeld van jouw onderneming.

Een ondernemingsplan is een eigen plan. Dit betekent dat je plan moet passen bij jezelf én bij het bedrijf dat je start.

Intermezzo voor de docent:

De onderdelen van het bedrijfsplan

Het bedrijfsplan bestaat in dit geval uit drie onderdelen:

1. De ondernemer:
 - o wie ben je, wat zijn je sterke punten, welke bedrijfsactiviteiten heb je reeds ontplooid, waar liggen je zwakke punten, enzovoort.
2. Marketingplan:
 - o wat ga je verkopen en hoe ga je dat doen? Open je een winkel of een website? Hoe maak je reclame en waar doe je dat?
3. Financieel plan:
 - o Je moet natuurlijk wel een onderbouwd plan hebben! Hoe kom je aan het geld om alles te betalen?



1. De ondernemer:

Ben jij een ondernemer? Kijk op de site van de Kamer van

Koophandel. <http://www.kvk.nl/artikel/artikel.asp?artikelID=45956>

Check je ondernemerszin, en doe de test. Geef aan in welke mate je het eens bent met de stellingen. Klik dan op de knop onderaan en zie of je een echte ondernemer in sp e bent, of dat je beter bij een baas kunt werken.

2. Het marketingplan

Marketing is een onderdeel van het bedrijfsplan. In het marketingplan omschrijft je commerciële plan en de markt waarin je je begeeft. Je kunt het plan opstellen aan de hand van de vier P's: Plaats, Product, Prijs en Promotie. Je gaat nu aan de slag om een deel uit een ondernemingsplan voor je eigen bedrijf uit te werken. Het plan moet een goede 'mix' vormen. Alle dingen moeten op elkaar aansluiten. Een overzicht van de mix vormt je bedrijfsformule.

• **Product**

Welk product of welke dienst ga je verkopen? Waarom zou een consument jouw product moeten kopen? Wat is nu zo mooi, uniek enzovoorts

• **Prijs**

Voor welke prijs ga je je product verkopen? Hoe kom je aan die prijs? In welk deel van de markt zit je met je prijs: ben je duurder of goedkoper dan de andere zelfde producten/diensten?

• **Plaats**

Waar ga je je product aanbieden? Waar is je bedrijf gevestigd en waarom juist daar? Ga je thuis werken of een ruimte huren? Of doe je het via internet?

• **Promotie**

Hoe bereik je je klanten? Welke middelen ga je inzetten? Advertenties in kranten, mond-tot-mondreclame, nieuwsbrieven, internet, e-mail, televisie, radio? Noem maar op.

Opdracht 4 En nu je eigen bedrijf

Hoe ga je nu zo'n marketingplan opstellen? Wat moet je allemaal beslissen, welke keuzes moet je maken? Hoeveel geld denk je te gaan verdienen, waar ga je je vestigen en waarom? Allemaal vragen die je moet gaan beantwoorden.

Product

Welk product ga je verkopen? Een belangrijke vraag die je moet beantwoorden. In geval van ijsverkoop moet je denken aan de vele verschillende soorten ijs. Ga je schepijs verkopen of ga je kant en klare waterijsjes verkopen. Maar je kunt ook denken aan een bioscoop, restaurant, hotel, internetwinkel. Maar bovenal moet je rekening houden met de volgende punten:

- waarom zouden mensen nu juist bij jou willen kopen? Is het jouw product, jouw winkel of jouw persoon?
- hoe ga je producten inkopen? Doe je dit bij de plaatselijke supermarkt of ga je naar de groothandel (de Macro bijvoorbeeld). Het is wel zo handig om niet iets zelf te gaan maken (zoals een kaasmakerij of iets dergelijks), dan maak je je het alleen maar moeilijk
- bedenk de dingen die jouw bedrijf tot een succes maken (je sterke kanten)
- bedenk tevens een aantal dingen die jouw bedrijf niet tot een succes zouden kunnen maken (je zwakke kanten, andere bedrijven, de plek en dat soort dingen)
- bedenk een aantal dingen die je zelf niet in de hand hebt maar die de verkoop kunnen beïnvloeden (bijvoorbeeld het weer als je ijs gaat verkopen).

Prijs

Welk bedrag ga je vragen voor je product? Deze vraag kun je alleen beantwoorden als je weet waar je producten gaat inkopen en tegen welke prijs. Vervolgens moet je rekening houden met de eventuele kosten



die je moet gaan maken (denk aan reclamekosten, de huurkosten van eventuele apparaten). Hoeveel denk je te verkopen. Maak een inschatting van je kosten. Maak een inschatting van de opbrengsten en geef dit overzichtelijk weer.

Promotie

Je kunt parasols, prullenbakken, vlaggen, stickers, folders en zo gebruiken om je product aan te prijzen. Bedrijven hebben meestal veel spullen voor binnen en buiten. Kies je voor een ijsmerk of bier, dan krijg je als klant de prullenbakken, parasols en buitenborden soms gratis. Maar je kunt ook denken aan reclame in de krant, plaatselijke radiostations, enzovoort. Al met al: bedenk een succesvolle strategie jouw product zo goed mogelijk te verkopen.



Plaats

De plaats waar je je gaat vestigen is belangrijk. Bedenk dan wel goed waarom nu juist daar. Een snackbar doet het goed in de omgeving van een school. Maar dat is alleen van maandag tot vrijdag! Een kledingszaak doet het goed in een winkelstraat en zo kun je zelf ongetwijfeld een goede plaats bedenken. Waar het om gaat is dat je je keuze kunt toelichten!

Tenslotte laat je in een presentatie zien wat jouw ondernemersplan is geworden. In je presentatie laat je onder andere zien:

- het product dat je gaat verkopen
- de prijs van je product en hoe je hieraan gekomen bent
- de strategie om jouw product te verkopen
- de plaats waar je dat gaat doen.

Voor de docent

In dit lesvoorbeeld zijn de volgende uitgangspunten die aan het begin van het hoofdstuk genoemd zijn aan bod gekomen:

- De lessen dienen de leerling te activeren en uit te dagen om zelf op onderzoek te gaan. Door de opbouw in deze lessenserie zijn leerlingen in eerste instantie achter hun eigen ondernemingsvaardigheden gekomen en hebben ze deze kennis kunnen combineren met vakinhoudelijke kennis. Echter door nu actief aan de slag te gaan met het opzetten van een eigen bedrijf moeten ze creativiteit, kennis en vaardigheden combineren om een plan op te stellen. Ze zijn zelf op onderzoek uitgegaan en hebben nieuwe informatie vergaard.
- De lesstof moet, voor zover als mogelijk is, aansluiten bij de ervaringswereld van de leerling. Dit gaat uitdrukkelijk verder dan onderwerpen als zakgeld of de aanschaf van een iPod. Elke leerling droomt ervan om later rijk te worden. Veel leerlingen zien zichzelf als geslaagd ondernemer en dat is alleen maar goed. Echter, het merendeel van de leerlingen zal dit traject nooit succesvol doorlopen, maar doordat ze allemaal een beeld hebben van een bedrijf, is dit onderwerp bij uitstek geschikt om kennis aan op te hangen.
- De lessen moeten over méér dan alleen economie gaan, het is immers een sociale wetenschap. Het betreft hier niet alleen geld, maar bouwt ook voort op andere kennis. Psychologie (de hoogte van de prijs), het succes van een marketing campagne of de vertoonde strategie in relatie tot die van de concurrent. Economie is overal.
- Het gebruik van wiskunde moet vooral ondersteunend zijn om de relaties tussen economische grootheden weer te geven. In deze voorbeelden wordt alleen gerekend met de hoogte van de prijs te bepalen. Verder wordt weinig aanspraak gemaakt op de rekenvaardigheden.

