

Opgave 2

In deze opgave blijven de belastingen buiten beschouwing.

Bij deze opgave horen de informatiebronnen 1 tot en met 3.

Chris (24 jaar) is na zijn studie informatica in loondienst getreden bij een software-ontwikkelingsbedrijf. Hij werkt hier 4 jaar en ondanks dat hij zijn werk leuk vindt, denkt hij er over na om een eigen bedrijf te beginnen.

- 1 Geef zowel een financiële als een niet-financiële reden om de voorkeur te hebben voor een eigen bedrijf, in plaats van werkzaam te zijn in loondienst.

Chris heeft het idee om iets te gaan doen met het ontwikkelen van software voor games. Het besluit om zijn baan in loondienst op te zeggen en voor zichzelf te gaan beginnen, laat Chris afhangen van de trends in de markt en een SWOT-analyse.

Hij heeft de meest recente beschikbare gegevens verzameld over de markt waarin hij werkzaam wil zijn (*informatiebron 1*).

Opvallend is dat Apple in gegeven 3 een veel lager marktaandeel heeft (15%) dan in gegeven 4 (86%).

- 2 Geef hiervoor een verklaring.

Op basis van de marktinformatie (*uit informatiebron 1*) zal Chris, als hij zijn bedrijf begint, zich richten op het ontwikkelen van game-apps voor smartphones met een Android-besturingssysteem.

- 3 Geef aan de hand van informatiebron 1 hiervoor drie argumenten. Noteer het nummer van het gegeven met daarachter het argument.

In informatiebron 2 zijn persoonlijke kenmerken van Chris opgenomen en kenmerken van de markt waarin Chris actief wil zijn. Op basis hiervan kan een SWOT-analyse worden gemaakt.

- 4 Geef bij het onderdeel W en het onderdeel T van de SWOT-analyse één van de genoemde kenmerken uit informatiebron 2. Beargumenteer iedere keuze. *Vul de uitwerkbijlage horende bij deze vraag in.*

Chris ziet op basis van de gegevens van de markt en de SWOT-analyse genoeg perspectief om zijn baan in loondienst op te zeggen en per 1 januari 2017 zijn eigen bedrijf te beginnen. Hij neemt een aantal vervolgstappen:

- rechtsvorm kiezen
- partners benaderen
- verdienmodel bepalen
- financiële haalbaarheid bepalen

Chris zal kiezen voor een eenmanszaak als ondernemingsvorm.

5 Noem één oprichtingseis van een eenmanszaak.

Omdat Chris het ontwikkelen van game-apps niet helemaal alleen kan doen, zoekt hij naar partners. Voordat deze potentiële partners besluiten om met Chris te gaan samenwerken, willen ze eerst weten wat het verdienmodel van Chris' bedrijf is. Chris heeft dit aan zijn potentiële partners kenbaar gemaakt (*zie informatiebron 3*).

6 Geef twee voorbeelden van partners naar wie Chris als startende ondernemer op zoek zou kunnen gaan.

7 Leg uit of Chris bij het in de markt zetten van zijn game-apps een penetratieprijsstrategie of een afroomprijsstrategie hanteert (*zie informatiebron 3*).

Een belangrijk onderdeel van zijn verdienmodel zullen de reclame- inkomsten van advertenties in de game-apps zijn. Chris wil zoveel mogelijk adverteerders aan zich binden.

8 Hanteert Chris hierbij een pushstrategie of een pullstrategie? Motiveer het antwoord.

Chris verwacht pas in 2018 game-apps te zullen verkopen. Hij zal daarom in 2017 zijn spaargeld moeten aanwenden ter financiering van zijn eigen levensonderhoud. Hij verwacht in 2018 geen geld meer van zijn spaarrekening te moeten halen voor zijn eigen levensonderhoud.

Chris zal in de jaren 2017 en 2018 onderstaande uitgaven doen:

- privé € 2.000 per maand
- aan partners: € 15.000 per jaar
- reclamecampagnes op social media € 10.000 per jaar

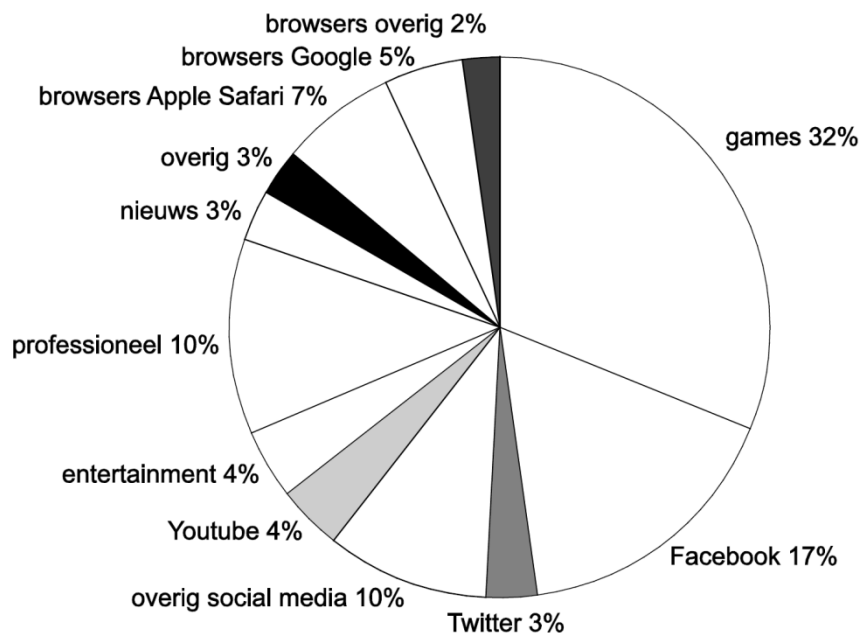
Hij verwacht in deze twee jaar 300.000 gebruikers van zijn game-apps te hebben.

9 Bereken of Chris bij het verwachte aantal gebruikers zijn uitgaven in 2017 en 2018 kan betalen.

Informatiebron 1

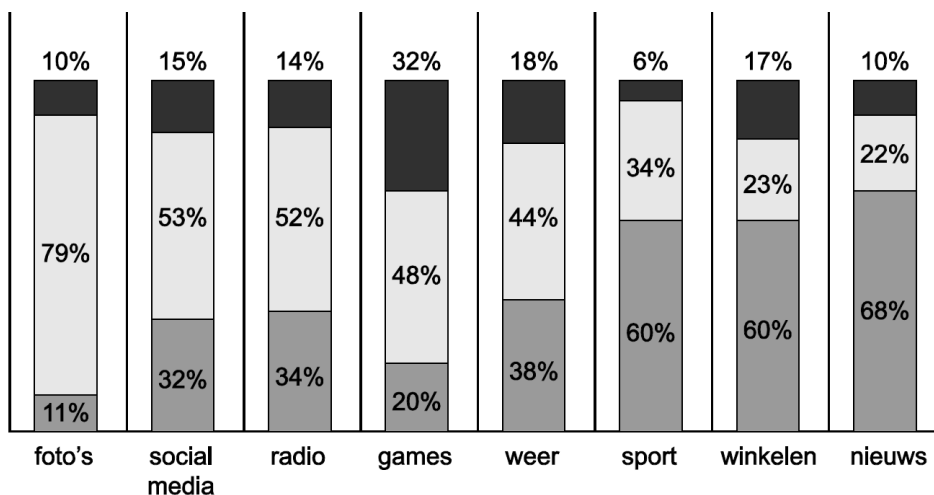
Gegeven 1

Verdeling van gespendeerde tijd op Android en IOS apparaten 2014



Gegeven 2

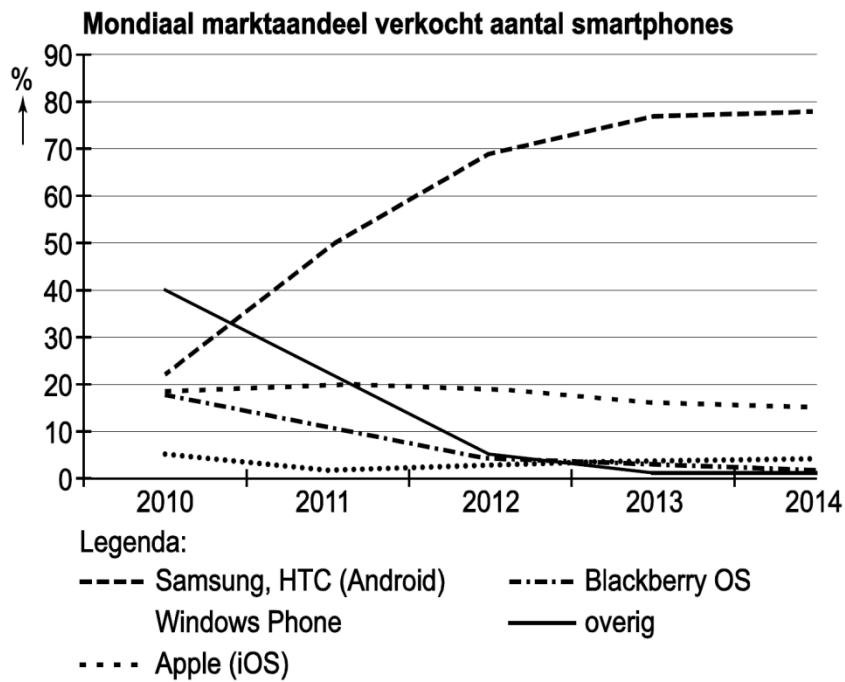
Verdeling van gespendeerde tijd bij verschillende apparaten 2014



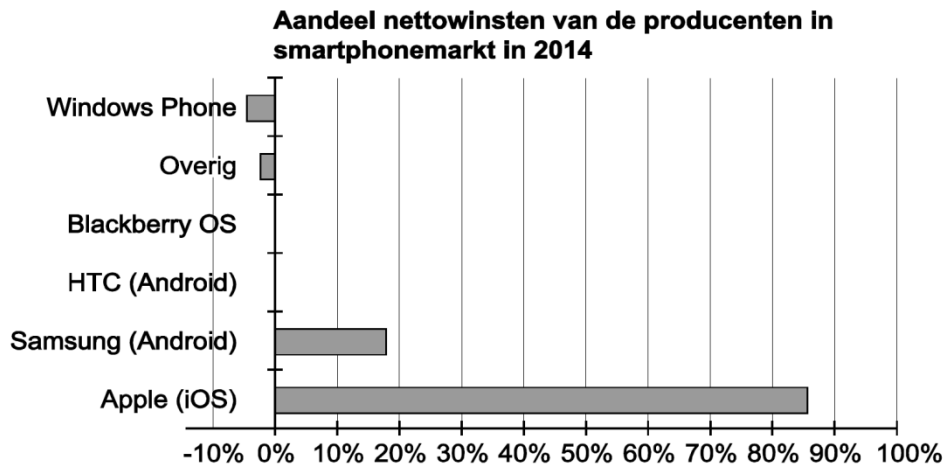
Legenda:

- tablet
- smartphone
- desktop/laptop

Gegeven 3



Gegeven 4



Informatiebron 2

Opgestelde kenmerken van:

- Chris als zelfstandige ontwikkelaar van game-apps
 - De markt waarin Chris actief wil zijn
- 1 Apps kunnen aan (gratis) reclame via social media onderhevig zijn.
 - 2 Chris heeft veel creativiteit die hij bij het ontwikkelen van game-apps kan benutten.
 - 3 Er is concurrentie van grote app-ontwikkelaars met veel kennis en geld.
 - 4 Het komt voor dat kleine app-ontwikkelaars voor veel geld worden overgenomen door grotere app-ontwikkelaars.
 - 5 Het bedrijf start met een lage naamsbekendheid.
 - 6 Chris maakt makkelijk contacten in zijn opgebouwd netwerk.
 - 7 Het duurt lang voordat er winst wordt gemaakt en het duurt lang voordat de gemaakte investeringen zijn terugverdiend.
 - 8 Door het grote aanbod van game-apps kan het gebruik van een game-app kort en vluchtig zijn.

Informatiebron 3

Verdienmodel Chris' game-apps

De game-apps worden in twee versies uitgebracht:

- Gratis versie: In deze versie zijn reclames van adverteerders zichtbaar.
- Betaalde versie: gemiddeld € 0,55. In deze versie zijn geen reclames van adverteerders zichtbaar. De prijs van een app zal niet tussentijds worden aangepast.

Naar verwachting zal 20% van de totale hoeveelheid gebruikers van de game-apps een betaalde versie aanschaffen.

Advertentie-inkomsten

In de gratis versie van de game-apps kunnen bedrijven een advertentie plaatsen. Deze advertentie is bij het opstarten van de app en/of tijdens het spelen zichtbaar zijn. De adverteerders betalen hiervoor een vast bedrag, onafhankelijk van het aantal gebruikers en downloads. Chris schat zijn advertentie-inkomsten voor 2017 en 2018 in door branchegegevens te gebruiken. Hij komt uit op in totaal € 20.000 voor 2 jaar (2017 en 2018).

Inkomsten uit in-app aankopen

In de gratis en betaalde game-apps kan de gebruiker in-app-aankopen doen. Door deze aankopen kunnen gebruikers van de game extra levels en andere extra's aanschaffen waardoor het spelen van de game leuker en moeilijker wordt. Deze in-app-aankopen zijn niet verplicht. Gemiddeld doet 1,5% van de gebruikers van game-apps in-app-aankopen.

Gebruikers die in een game-app in-app-aankopen doen, besteden hier gemiddeld € 11 per in-app-aankoop aan.

Promotie

De game-apps zullen door middel van reclamecampagnes op sociale media worden gepromoot. Een belangrijk social medium waar de reclamecampagnes van Chris' game-apps op te zien zijn, is Facebook. Chris heeft een budget van € 10.000 per jaar (2017 en 2018) voor reclamecampagnes op social media.

Gemiddelde prijzen verkochte apps wereldwijd in 2015:

Gemiddelde prijs van een game-app: € 0,63

Gemiddelde prijs van overige apps: € 1,27

Uitwerkbijlage

4

Onderdeel van SWOT-analyse	Nummer van kenmerk uit informatie-bron 2	Argument
W		–
T		–