

## ■ Opgave 1

### Eén prijs, veel boeken

In Nederland is er, in de eerste twee jaar dat een nieuw boek op de markt komt, geen prijsconcurrentie tussen boekverkopers. In deze periode bepaalt de uitgever de consumentenprijs en ligt een nieuw boek in alle winkels voor eenzelfde vaste prijs te koop. Dit heeft vooral voordelen voor de traditionele boekwinkels.

De vaste boekenprijs staat ter discussie. Een eigenaar van een boekwinkel is tegen het afschaffen van de vaste boekenprijs en stuurt een brief naar een regionaal dagblad. Deze brief staat hieronder gedeeltelijk weergegeven.

Veel mensen denken ten onrechte dat er in de boekenbranche bij een vaste boekenprijs geen concurrentie is. Ook eigenaren van boekwinkels zijn op de hoogte van de marketinginstrumenten, ook bekend als de vier P's.

Het is waar dat wij ons niet kunnen onderscheiden van onze concurrenten met de verkoopprijs. De traditionele boekwinkel kan zich van de andere boekverkopers, zoals het warenhuis en de supermarkt, wel onderscheiden door een breed aanbod van boeken en een deskundig advies aan de klant.

De vaste boekenprijs zorgt ervoor dat wij een gevarieerd aanbod van boeken kunnen blijven realiseren. Onderzoek heeft aangetoond dat een prijsdaling van boeken tot een relatief geringe stijging van de gevraagde hoeveelheid leidt. Boekwinkels krijgen dan naast een daling van de omzet te maken met stijgende verkoopkosten door een grotere afzet. Om kosten te besparen, zijn boekwinkels dan genoodzaakt de minder goed verkopende boeken uit het assortiment te halen. Boeken die wat minder bekend zijn bij het grote publiek, zullen dan nog moeilijker hun weg naar de klant vinden.

- 1p 1  Welke economische term wordt gebruikt als supermarkten producten gaan verkopen uit een andere bedrijfskolom?
- 1p 2  Citeer de zin uit de brief waaruit blijkt dat de vraag naar boeken prijsinelastisch is.
- 2p 3  Leg uit dat boekwinkels door een prijsdaling van boeken te maken krijgen met een daling van de omzet van boeken als de vraag naar boeken prijsinelastisch is.

In bovenstaande brief kunnen de marketinginstrumenten prijsbeleid en productbeleid worden herkend.

- 2p 4  Noem een ander marketinginstrument. Licht aan de hand van een voorbeeld toe hoe een boekwinkel dit instrument kan toepassen.