

■ Opgave 2

Bij deze opgave horen de informatiebronnen 1 tot en met 4. Informatiebron 1 geeft een korte beschrijving van de hoofdactiviteiten van Eureka B.V. In informatiebron 2 is de winst- en verliesrekening over 2004 en 2005 van Eureka B.V. opgenomen. In informatiebron 3 zijn gegevens opgenomen over de markten waarop Eureka B.V. actief is. In informatiebron 4 staat het voorstel van de afdeling marketing van Eureka B.V. voor het vaststellen van de promotiebudgetten.

Eureka B.V. is een groothandelsonderneming met een jaarlijkse omzet van meer dan één miljard euro. In Nederland is zij een belangrijke speler op de markten waarop ze opereert. Uit informatiebron 1 blijkt dat Eureka B.V. zich richt op vier productgroepen.

- 1p 4 Noem naast het prijsvoordeel een ander voordeel uit informatiebron 1, dat een detaillist kan hebben door de samenwerking met Eureka B.V.

De directie van Eureka B.V. stelt voor elk van haar productgroepen het jaarlijkse promotiebudget vast door een bepaald percentage te nemen van de omzet van die productgroep van het afgelopen jaar. Daarbij is het percentage voor alle productgroepen gelijk, voor 2006 is dit percentage vastgesteld op 3% van de omzet van 2005.

- 1p 5 Bereken met behulp van informatiebron 2 het totale promotiebudget van Eureka B.V. voor 2006 zoals door de directie is vastgesteld.

- 2p 6 Noem twee bezwaren tegen de manier waarop de directie het promotiebudget voor de productgroepen vaststelt.

De afdeling marketing van Eureka B.V. heeft kritiek op de manier waarop de directie het jaarlijks promotiebudget voor de productgroepen vaststelt. Zij stelt voor om bij de toewijzing van de promotiebudgetten rekening te houden met:

- a* de verwachte gemiddelde jaarlijkse marktgroei van de productgroep;
b het relatieve marktaandeel van de productgroep.

Voor het berekenen van het relatieve marktaandeel wordt de omzet van de onderneming vergeleken met de omzet van de grootste concurrent (*zie formuleblad bij vraag 9*).

De afdeling marketing is van mening dat de productgroep met de hoogste marktgroei en het hoogste relatieve marktaandeel, het hoogste promotiebudget moet ontvangen. De afdeling marketing wil bij het toekennen van het promotiebudget dat de verwachte marktgroei en het relatieve marktaandeel even zwaar meetellen.

- 2p 7 Leg uit waarom de afdeling marketing de productgroep met een hoge verwachte marktgroei relatief een hoger promotiebudget wil toekennen dan een productgroep met een lage verwachte gemiddelde marktgroei.

De afdeling marketing van Eureka B.V. heeft vastgesteld dat het relatieve marktaandeel voor de productgroep mode 0,81 is, voor de productgroep wonen 1,32 en voor tweewielers 1,20. Eureka B.V. is marktleider in de productgroep sport.

- 2p 8 Bereken met behulp van de informatiebronnen 2 en 3 de omzet in 2005 van concurrent Sportshop.

- 1p 9 Bereken voor 2005 het relatieve marktaandeel van Eureka B.V. voor de productgroep sport (*zie formuleblad*).

- 2p 10 Is Eureka B.V. voor de productgroep mode in 2005 marktleider? Motiveer het antwoord.

- 2p 11 Bereken met behulp van de informatiebronnen 3 en 4 de totale score voor 2006 van de vier afzonderlijke productgroepen van Eureka B.V. Maak daarbij gebruik van de uitwerkbijlage die bij deze vraag hoort.

Eindexamen m&o havo 2006-I

havovwo.nl

De directie zal de uitgangspunten van het voorstel van de afdeling marketing ondersteunen als het voorstel niet leidt tot een hoger promotiebudget in 2006 dan het door de directie eerder vastgestelde promotiebudget van 3% van de omzet van 2005.

- 2p **12** Stel met behulp van een berekening vast dat het voorstel van de afdeling marketing leidt tot een lager promotiebudget dan het door de directie vastgestelde budget.

De directie heeft meegedeeld dat zij niet akkoord kan gaan met één van de percentages (6%, 4%, 2% en 0%) die de marketingafdeling gebruikt om het promotiebudget aan de productgroepen toe te wijzen.

- 2p **13** Tegen welk percentage zal de directie bezwaar maken? Motiveer het antwoord.

Uitwerkbijlage bij vraag 11

Vraag 11

productgroep	marktgroei 2006		relatieve marktaandeel 2005		totaalscore
		score A		score B	A + B
mode			0,81		
wonen			1,32		
tweewielers			1,20		
sport					