

## Opgave 3

### Omnifoon mobiel

In een land is Omnifoon een aanbieder op een oligopolistische markt voor mobiele telefonie die zich richt op twee groepen klanten: abonnees en pre-paid bellers. Alle aanbieders hebben te maken met hoge constante kosten en kunnen maar moeilijk winst maken. Zo is bij Omnifoon in 2003 het aandeel van de constante kosten in de totale kosten 88% en wordt er een verlies geleden van € 10 miljoen. In tabel 2 staan nog enkele gegevens van Omnifoon.

gegevens van Omnifoon over 2003		abonnees	pre-paid bellers
omzet per klant (€)		768	168
aantal klanten		660.000	2.640.000
percentage klanten dat daadwerkelijk belt		100	90
beltijd per klant (verhouding ten opzichte van de andere groep klanten)		6/1	1/6

Algemeen wordt aangenomen dat het verzadigingspunt op deze markt nabij is. Omnifoon is daarom van plan middelen in te zetten voor de ontwikkeling van in dit land nog niet beschikbare data-diensten zoals mobiel internetten, mobiel verzenden van tekst- en beeldberichten en een navigatiesysteem via satellietverbinding. Verder wordt getracht het resultaat te verbeteren door in overleg met de andere aanbieders op deze markt de maximale geldigheidstermijn voor pre-paid beltegoeden stap voor stap te halveren.

- 2p **8**  Noem een gegeven dat voor Omnifoon aanleiding is om ter verbetering van het resultaat onder andere parallelisatie na te streven. Verklaar het antwoord.
- 2p **9**  Toon met een berekening aan dat Omnifoon prijsdifferentiatie toepast.
- 3p **10**  Bereken het bedrag aan constante kosten voor Omnifoon in 2003.
- 2p **11**  De mededingingsautoriteit maakt bezwaar tegen het voorgenomen marketingbeleid. Op welk onderdeel van het marketingbeleid zal dat bezwaar betrekking hebben? Verklaar het antwoord.