

Vraag	Antwoord	Scores
-------	----------	--------

Opgave 2

6 maximumscore 2

het substitutie-effect

Een voorbeeld van een juiste verklaring is:

Een verklaring waaruit blijkt dat door de prijsverhoging van het niet-literaire boek (ceteris paribus) het reële inkomen van consumenten daalt waardoor de prijsafzetlijn naar links verschuift en dat het literaire boek relatief goedkoper wordt, waardoor de prijsafzetlijn naar rechts verschuift; de prijsafzetlijn verschuift per saldo naar rechts, dus is het substitutie-effect groter dan het inkomenseffect.

7 maximumscore 2

Een voorbeeld van een juist antwoord is:

$TK = 15Q + 75 \rightarrow MK = 15 \rightarrow MO = MK$ bij $Q = 7.500$ (aflezen)

8 maximumscore 4

- afzet niet-literair boek vóór VBP: $\frac{75}{25} \times 7.500 = 22.500$
- afzet niet-literair boek na VBP: $0,85 \times 22.500 = 19.125$ 2
- afzet literair boek bij prijs van € 20 (VBP) is 15.000 1
- marktaandeel literair boek: $\frac{15.000}{15.000 + 19.125} \times 100\% = 44\%$ 1

9 maximumscore 2

Een voorbeeld van een juiste berekening is:

winst vóór VBP: $7.500 \times (\text{€ } 30 - \text{€ } 25) = \text{€ } 37.500$

winst na VBP: nul (break-evenpunt)

afname winst: € 37.500

10 maximumscore 2

Het totale consumentensurplus neemt toe.

Een voorbeeld van een juiste berekening is:

consumentensurplus literair boek vóór VBP: $7.500 \times 0,5 \times \text{€ } 15 = \text{€ } 56.250$

consumentensurplus literair boek na VBP: $15.000 \times 0,5 \times \text{€ } 30 = \text{€ } 225.000$

toename: $\text{€ } 225.000 - \text{€ } 56.250 = \text{€ } 168.750$

(Dit is meer dan de afname met € 120.000 bij het niet-literaire boek.)

Vraag	Antwoord	Scores
11	maximumscore 4 Een voorbeeld van een juist antwoord is: Een antwoord waaruit blijkt dat (vergeleken met traditionele verkoopkanalen):	
	<ul style="list-style-type: none">• motief voor het online gaan online boekwinkels een veel groter aantal potentiële klanten kunnen bereiken / een veel groter afzetgebied kunnen bedienen	1
	<ul style="list-style-type: none">• oorzaak schaalvergroting waardoor ze genoodzaakt zijn een veel ruimer assortiment aan te bieden / grote bedragen te investeren in aanleg en onderhoud van ICT-infrastructuur	1
	<ul style="list-style-type: none">• mogelijkheid promotiebeleid en dat ICT de mogelijkheid biedt klanten massaal en vaak te informeren over producten en prijzen / gegevens van klanten te verzamelen zodat specifieke aanbiedingen gedaan kunnen worden	1
	<ul style="list-style-type: none">• reden daling boekenprijs en dat de markt transparanter wordt, waardoor de prijsconcurrentie kan toenemen / de bedrijfsvoering efficiënter en goedkoper wordt, hetgeen tot lagere kosten kan leiden	1