

■ Opgave 1

Vlaamse Koepel dreigt KLM met boycot na internetactie

De Vereniging Vlaamse Reisbureaus heeft de zeshonderd aangesloten bureaus opgeroepen tot een boycot van de KLM in de komende dagen. De reisbureaus zijn boos over de internetactie die KLM deze week in België is begonnen. Tickets via internet zijn daardoor veel goedkoper dan bij de reisbureaus. "De actie is een aanval op de reisbureaus hier", aldus voorzitter

Luc Demuynck vrijdag. Hij geeft als voorbeeld een vlucht naar Istanbul. Wij moeten daarvoor € 304,- (consumentenprijs) rekenen, maar KLM verkoopt dezelfde vlucht via internet voor € 197,-. Een prijsverschil van ruim € 100,-. Volgens Demuynck houden andere luchtvaartmaatschappijen soms ook internetacties, maar niet met zulke grote prijsverschillen.

bron: Volkskrant januari 2004

Bij de wijze van distribueren van een product wordt onderscheid gemaakt tussen het directe distributiekanaal, het korte indirecte distributiekanaal en het lange indirecte distributiekanaal.

- 1p **1** Van welke type distributiekanaal is sprake indien KLM haar tickets via de eigen internetsite verkoopt? Motiveer het antwoord.

Naast een besparing op de provisie aan de reisbureaus, zijn er aan de verkoop van tickets via de eigen internetsite andere voordelen verbonden.

- 2p **2** Noem naast de besparing op de provisiekosten nog twee andere voordelen voor de KLM van het verkopen van tickets via de eigen internetsite.

Het komt vaker voor dat bij aanbiedingen de verkoopprijs onder de standaardkostprijs komt te liggen. Toch kan in zo'n situatie, door de extra verkoop het resultaat van de onderneming verbeterd worden.

- 2p **3** Tot welk niveau mag de verkoopprijs dalen als de onderneming geen verslechtering van het resultaat wil accepteren? Licht het antwoord toe.