

## ■ Opgave 5

### Tourzege verkoopt

Op fietsen van professionele wielersploegen worden onderdelen van het Italiaanse merk Campa of het Japanse merk Shimo gemonteerd. Het van oudsher wat stijlvollere en duurder Campa krijgt steeds meer concurrentie van het wat goedkopere Shimo. Een bekende wielrenner die Shimo-onderdelen gebruikt, is Lance Armstrong. Zijn overwinningen in de Tour de France bleken uitstekende reclame te zijn: na de tourzeges van Armstrong nam de vraag naar Shimo-onderdelen flink toe. Om een grotere omzet te behalen, verhoogde het Japanse bedrijf na de tourzeges van Armstrong de prijs van een complete set Shimo-onderdelen van € 600 naar € 720 (tabel 2).

tabel 2

<b>vraag na tourzeges Armstrong</b>	
prijs Shimo (€ per set)	afzet Shimo (sets per jaar)
600	120.000
720	108.000

De tourzeges van Lance Armstrong leiden tot een verschuiving ...(1)... de collectieve vraaglijn van Shimo-onderdelen. De prijsverhoging van Shimo-onderdelen leidt tot een verschuiving ...(2)... de collectieve vraaglijn van Shimo-onderdelen.

- 1p **15**  Wat moet in plaats van de cijfers worden ingevuld om een economisch correcte tekst te krijgen?  
bij (1) langs / van  
bij (2) langs / van
- 1p **16**  Toon met een berekening aan dat de omzet van het Japanse bedrijf stijgt door de gegeven prijsverhoging.
- 2p **17**  Bereken de prijselasticiteit van de vraag naar Shimo-onderdelen bij de gegeven prijsverhoging.
- 2p **18**  Is de vraag naar Shimo-onderdelen bij de gegeven prijsverhoging prijselastisch of prijsinelastisch? Verklaar het antwoord.