

■ Opgave 9

Niet zo super

Van een Nederlands supermarktconcern bedroeg in 2003 het aandeel in de totale omzet van de supermarkten 24,2%. In 2004 liep dat aandeel terug naar 21,8%. Dat zijn slechts een paar procentpunten maar toch gaat het om een bedrag van € 600 miljoen. In een poging marktaandeel terug te winnen, verlaagde het supermarktconcern zijn prijzen. De andere supermarktconcerns reageerden onmiddellijk. Die lagere prijzen zijn prettig voor de consument maar minder prettig voor de kleine supermarkten. Neem bijvoorbeeld de dorpssuper van Gerrit Hofstra in het Friese Augustinusga. Janneke de Bruin rekent er voor de laatste keer haar boodschappen af. “Treurig dat de winkel dichtgaat”, moppert ze, “vooral voor de ouderen in het dorp die niet mobiel zijn. Maar ook ik zal mijn dagelijkse loopje naar de winkel en de gezelligheid missen.”

- 2p **28** □ Stel dat de totale omzet van de Nederlandse supermarkten in 2004 gelijk is aan die in 2003. Bereken de totale omzet van de Nederlandse supermarkten in 2004.

- 2p **29** □ Supermarktconcerns concurreren bij voorkeur niet met hun prijzen. Liever proberen ze hun marktaandeel te vergroten met de andere onderdelen van de marketingmix. Noem twee van die andere onderdelen van de marketingmix en beschrijf bij elk genoemd onderdeel hoe een supermarktconcern dat kan toepassen.

Gerrit Hofstra begrijpt de teleurstelling van Janneke de Bruin, maar zegt dat er voor hem niets anders op zit dan zijn dorpssuper te sluiten. “Om te zorgen dat mijn huidige klanten evenveel producten blijven kopen moet ik mijn prijzen ...(1)... Dat betekent dat mijn ...(2)... daalt. Aangezien mijn inkooprijzen gelijk blijven, blijft er te weinig ...(3)... over om de winkel open te kunnen houden.”

- 2p **30** □ Wat moet er in plaats van de cijfers worden ingevuld om een economisch correcte tekst te krijgen?
- bij (1) gelijk houden / verhogen / verlagen
 - bij (2) afzet / omzet
 - bij (3) overdrachtsinkomen / toegevoegde waarde / vermogen