

Opgave 2 Koko ziet er brood in

Het Nederlandse bedrijf Koko is momenteel de enige fabrikant ter wereld van kokosbrood, een broodbeleg dat alleen in Nederland wordt geconsumeerd. Een paar jaar geleden waren nog zeven bedrijven actief op de Nederlandse afzetmarkt. Koko was op die markt de fabrikant met de grootste afzet en wist daardoor concurrentievoordeel te behalen op de andere aanbieders. Deze aanbieders gingen failliet of werden door Koko overgenomen.

2p 5 Leg uit hoe Koko door zijn bedrijfsomvang een concurrentievoordeel heeft kunnen behalen op de andere aanbieders van kokosbrood.

2p 6 Maak van de onderstaande zinnen een economisch juiste tekst. Voordat Koko zijn concurrenten overnam, was er sprake van ... (1).... Op dit moment spreken we van ... (2).... Door de overnames heeft Koko nu meer marktmacht, en is prijszetter geworden. Bij een prijsverhoging zal het consumentensurplus ... (3)....

Kies uit:

bij (1) monopolistische concurrentie / een oligopolie / een monopolie

bij (2) monopolistische concurrentie / een oligopolie / een monopolie

bij (3) kleiner worden / gelijk blijven / groter worden

Door een misoogst van kokos zijn de grondstofkosten voor kokosbrood met 10 eurocent per pakje kokosbrood gestegen. De algemeen directeur van Koko wil deze kostenstijging volledig doorberekenen.

Koko levert zijn volledige productie van kokosbrood aan twee grote supermarktketens. Koko weet nog steeds winst te behalen, ondanks de marktmacht van de afnemers.

De supermarktketens streven naar maximale winst en overwegen om hun marktmacht als afnemers te gebruiken door met Koko in onderhandeling te gaan over de verhoging van hun inkoopprijs. Als beide supermarktketens ervoor kiezen om met Koko te onderhandelen, zal het resultaat zijn dat Koko de prijs van een pakje kokosbrood met minder dan 10 eurocent verhoogt. Als een van de supermarktketens akkoord gaat met de prijsverhoging van 10 eurocent en als de ander wil onderhandelen, zal Koko uitsluitend leveren aan de supermarktketen die akkoord gaat.

Gebruik bron 1.

2p 7 Toon met behulp van de getallen in de opbrengstenmatrix in bron 1 aan dat er een gevangenendilemma ontstaat voor de beide supermarktketens. Doe het als volgt:

- Leg uit hoe de dominante strategie van elk van de twee partijen tot stand komt.
- Beredeneer vervolgens dat er sprake is van een gevangenendilemma.

De supermarktketens zullen minder pakjes kokosbrood inkopen als hun inkoopprijs is gestegen. De financieel directeur van Koko heeft de verwachte financiële gevolgen uitgewerkt. Hij stelt dat de prijs van een pakje kokosbrood niet met 10 eurocent moet worden verhoogd maar met 5 eurocent.

Gebruik bron 2 bij de volgende drie vragen.

- 2p **8** Toon met een berekening aan dat de vraag naar kokosbrood door supermarkten prijselastisch is.
- 3p **9** Toon met een berekening aan dat Koko de prijs van een pakje kokosbrood met 5 eurocent zou moeten verhogen om maximale winst te behalen.
- 2p **10** Bereken de winst van Koko wanneer de prijs van een pakje kokosbrood voor de supermarkt met 5 eurocent wordt verhoogd.

bron 1 opbrengstenmatrix voor de supermarktketens

		<i>Keten 2</i>	
		Akkoord gaan met 10 cent prijsverhoging	Onderhandelen over lagere prijsverhoging
Keten 1	Akkoord gaan met 10 cent prijsverhoging	(- €6.000 , - € 6.000)	(- €2.000 , - € 10.000)
	Onderhandelen over lagere prijsverhoging	(- €10.000 , - € 2.000)	(- €3.000 , - € 3.000)

De bedragen geven de verwachte verandering van de winst per maand weer.

bron 2 kosten en opbrengst voor Koko voor en na kostenstijging

	situatie voor kostenstijging van 10 cent	situatie na volledige doorberekening van de kostenstijging van 10 cent
Prijs P per pakje (euro)	1,20	1,30
Afzet Q (x 1 miljoen pakjes)	4,0	3,5
Gemiddelde Variabele Kosten GVK per pakje (euro)	0,40	0,50
Totale Omzet TO (x 1 miljoen euro)	4,8	4,55
Totale Kosten TK (x 1 miljoen euro)	3,6	3,75
Totale Winst TW (x 1 miljoen euro)	1,2	0,8

Hierbij gelden de volgende functies:

$$TK = TCK + GVK \times Q$$

$$GO = P = -0,2Q + 2,0$$

$$MO = -0,4Q + 2,0$$

Met

TCK = Totale Constante Kosten

GO = Gemiddelde Omzet per pakje (euro)

MO = Marginale Omzet (euro)

De variabele kosten zijn **proportioneel** variabel.