

Altijd prijs bij Achmed

Consumentengedrag



Uitwerkingen

HAVO

Economie

2010 / 2011 VERS

Uitwerkingen: altijd prijs bij Achmed

Opdracht 1

- a. eigen ideeën, controleer of het om concrete markten gaat
- b. eigen ideeën, controleer of het om abstracte markten gaat

Opdracht 2

- a. De vragende partij: bv. de meelfabrikanten
- b. De aanbiedende partij: de graanboer
- c. Aanbodkant: slechte oogst of hogere productiekosten
- d. Vraagkant: meer vraag, omdat mensen bv anders gaan eten (meer spaghetti)

Opdracht 3

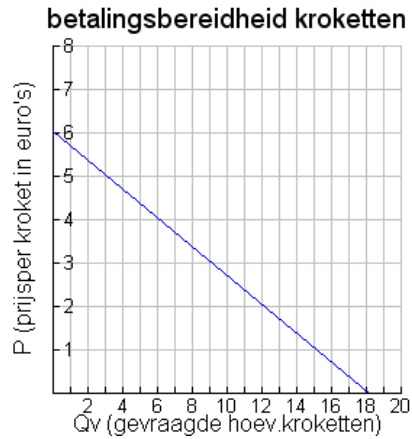
- a. eigen ideeën bv. tandenborstels of huisarts bezoeken
- b. eigen ideeën bv. vrachtwagens of bussiness class vliegen
- c. eigen ideeën bv. computers of openbaar vervoer

Opdracht 4

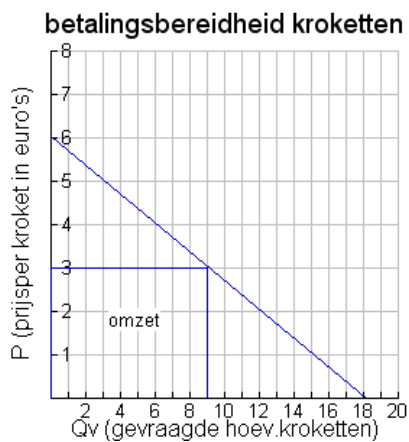
1. hij veel te besteden
2. hij vindt de broek het leukst
3. de broek wordt door bijna niemand gedragen
4. het prijsverschil met een "gewone" is niet zo groot
5. hoeveel geld heeft hij nog nodig voor andere (kleding)aankopen
6. wat zijn ouders (van de kwaliteit) vinden

Opdracht 5:

Prijs (p)	Hoeveelheid (q)
€ 6	0
€ 5	3
€ 4	$3+3 = 6$
€ 3	$3+3+3 = 9$
€ 2	$3+3+3+3 = 12$
€ 1	$3+3+3+3+3 = 15$

Opdracht 6:**Opdracht 7**

- a. Bij $p = 4$ hoort een hoeveelheid van 6 kroketten $Q_v = 6$
De omzet wordt dan $6 \times € 4,- = € 24,-$
- b.

**Opdracht 8**

- a. De betalingsbereidheid is toegenomen omdat mensen over meer geld beschikken tegenwoordig en omdat het steeds belangrijker wordt hoe je er uit ziet.
- b. Eigen mening.
- c. Eigen mening.

Opdracht 9

- a. Bij een prijs van €2,- worden er 12 kroketten gevraagd.

- b Van de 15 mensen kopen er twaalf een kroket. Drie kiezen er dus voor iets anders.

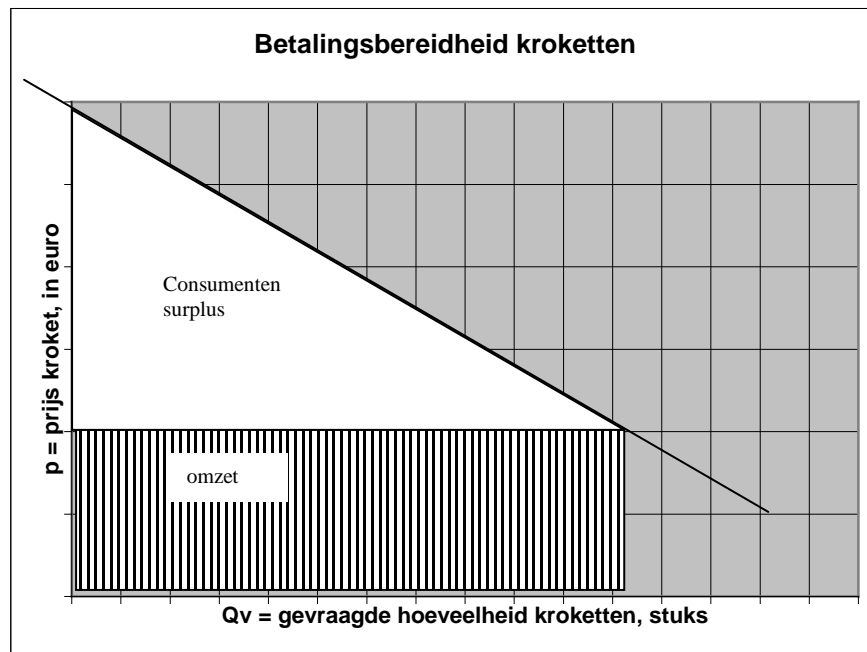
Opdracht 10

a

Prijs van een kroket, in euro	Toename aantal gevraagde kroketten bij verschillende kroketprijzen	Totaal aantal gevraagde kroketten (Q_v) bij verschillende kroketprijzen	Toename consumentensurplus bij verschillende kroketprijzen, euro	Totale consumentensurplus bij verschillende kroketprijzen, euro (cumulatief)
6	0	0	0	0
5	3	3	$3 \cdot (6-5) \cdot 0.5 = 1.5$	1.5
4	3	6	$(3 \cdot 1) + (3 \cdot 1 \cdot 0.5) = 4.5$	6
3	3	9	$(6 \cdot 1) + (3 \cdot 1 \cdot 0.5) = 7.5$	13.5
2	3	12	$(9 \cdot 1) + (3 \cdot 1 \cdot 0.5) = 10.5$	24
1	3	15	$(12 \cdot 1) + (3 \cdot 1 \cdot 0.5) = 13.5$	37.5

- b. De prijs is € 2, dus volgens de tabel is het surplus dan € 24

c.



Opdracht 11

a.



- b. Bij € 5,- worden er 1.300 maaltijden verkocht dus de omzet is $1.300 \times €5,- = € 6.500,-$
- c. Het gaat om 400 mensen ($1.300 - 900$) die een voordeel ervaren van € 1,- dus het consumentensurplus voor deze groep is € 400,-

Opdracht 12

- a. Er moeten middelen aan opgeofferd worden om ze te produceren.
 b. Het bedrag dat een consument maximaal wil betalen voor een bepaald goed.
 c. Jij hebt 'm al wel en een ander nog niet.

d. S

P (prijs)	0	1	2	3	4	5	6
Q_e (hoeveelheid)	18	15	12	9	6	3	0

- ektaal: het aanbod wordt beperkt gehouden.
 Economaal: Consumenten hebben altijd meer wensen dan middelen.
- e. Spreektaal: als er maar weinig i-phones beschikbaar zijn zijn mensen bereid er wat meer voor te betalen om er een te hebben.
 Economaal: hoe minder middelen een consument ter beschikking heeft hoe meer zijn betalingsbereidheid onder druk komt te staan.
- f. Het aanbod is beperkt en de vraag wordt opgedreven door er een hype van te maken. Veel aandacht en veel reclame en bekend maken dat je er vlug bij moet zijn om er een te bemachtigen vergroot de vraag.

Opdracht 13

- a. $Q_v = -3P + 18$
- b. Zie opdracht 6
- c. $P = 3$ $Q_v = -3 \times 3 + 18 = 9$ Omzet = $P \times Q_v = 3 \times 9 = 27$

Opdracht 14

- a. $P = 2,67$ $Q_v = -3 \times 2,67 + 18 = 10$
- b. $Q_v = 14$ $14 = -3P + 18 \Leftrightarrow -4 = -3P$ $P = -4 / -3 = 1,33$
- c. $P = 1,50$ $Q_v = -3 \times 1,50 + 18 = 13,5$ kroketten.
- d. Achmed verkoopt 13 kroketten want halve kroketten verkoopt hij niet en de veertiende is voor de klant te duur.

Opdracht 15

Bij (1) : minder

Bij (2) : optellen

Bij (3) : minder

Bij (4) : meer

Bij (5) : kopers

Bij (6) : kopen

Bij (7) : linksboven

Bij (8) : rechtsonder

Bij (9) : omzet

Bij (10): vermenigvuldigen met

Bij (11): afzet

Bij (12): de verkochte hoeveelheid goederen (= gekochte hoeveelheid goederen)

Bij (13): de prijs die een individuele consument maximaal zou willen betalen voor een goed

Bij (14): optelling

Opdracht 16

Bij 5 uur bellen betaalt hij/zij € 0,10 per minuut. Dus $(5 \times 60) \times € 0,10 = € 30,-$

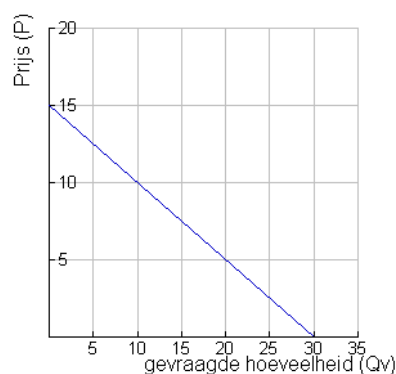
Opdracht 17

De kaartjes hebben oorspronkelijk € 125,- gekost. Op Marktplaats wordt er maar maximaal € 110,- per kaartje geboden. Je mag er dus van uitgaan dat de belangstelling niet zo groot is. Het kan dus zijn dat het programma niet zo sterk is.

Opdracht 18

a. $P = 5$ $Q_v = -2 \times 5 + 30 = 20$ $Q_v = 20.000$ stuks

b. $P = 2,50$ $Q_v = -2 \times 2,50 + 30 = 25$ $Q_v = 25.000$ stuks



Opdracht 19

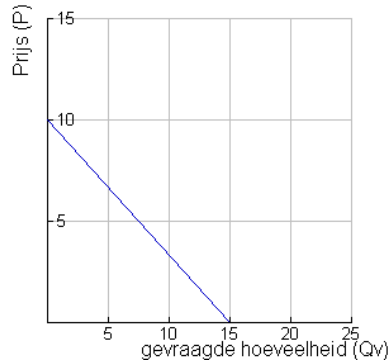
a. Als $P = 10$ is $Q_v = 10$ Het surplus wordt nu $\frac{(15-10) \times 10}{2} = 25$

b. Als $P = 5$ is $Q_v = 20$ Het surplus wordt nu $\frac{(15-5) \times 20}{2} = 100$

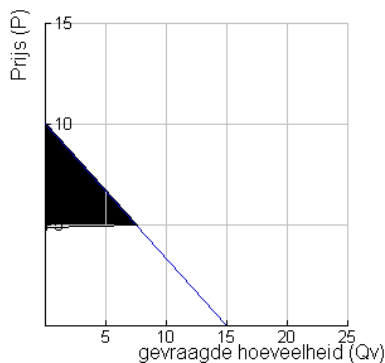
Opdracht 20

a. 3000 kg

b.



c.



- d. surplus bij $P = 6$ was $\frac{€ 4 \times 6.000}{2} = € 12.000$
 surplus bij $P = 4$ wordt $\frac{€ 6 \times 9.000}{2} = € 27.000$ toename: € 15.000

Opdracht 21.

- Consumenten zullen voor dit product niet zo veel meer over hebben. Hun betalingsbereidheid zal waarschijnlijk fors dalen.
- Mensen geven hun geld liever uit aan de alternatieven, dus de betalingsbereidheid is afgenomen.
- Als mensen meer te besteden hebben zijn ze wel bereid voor producten wat meer te betalen.
- Ze maken reclame voor hun brood of ze zorgen ervoor dat de winkel naar vers brood ruikt, zodat de mensen meer zin in brood krijgen. Ze brengen alternatieve soorten brood op de markt: stokbrood, ciabattabrood enz.
- $Q_v = -2 \times 1,80 + 10,6 = 7$ Dus 70 kilo brood. Eén brood weegt 0,8 kg dus de gemiddelde broodconsument koopt $70 / 0,8 = 87,5$ broden. Hij betaalt gemiddeld per brood € 1,80 dus hij geeft $87,5 \times € 1,80 = € 157,50$ aan brood uit.

Opdracht 22

- De consumenten wantrouwen kippenvlees en zullen er dus minder (of geen) geld voor over hebben. De betalingsbereidheid neemt af.
- Consumenten zullen misschien meer vis gaan eten als alternatief voor kippenvlees. De betalingsbereidheid bij de aankoop van vis kan daardoor stijgen.

Opdracht 23

- a. Apple maakt veel reclame voor de introductie en laat mensen wachten op het product. Ze proberen de mensen die alles graag als eerste hebben (early adopters) op deze manier ertoe te brengen een hoge(re) prijs te betalen.
- b.
 1. Ze willen graag alles als eerste hebben
 2. Ze hebben voldoende geld om een hoge prijs te betalen
 3. Ze hebben iets met nieuwe (communicatie)techniek
- c. Dezelfde hoge betalingsbereidheid.
- d. Heel veel mensen hebben inmiddels een iPod en dus is het voor de early adopters minder interessant geworden. Zij zoeken alweer iets nieuws.
- e. Er zijn inmiddels concurrerende producten op de markt die goedkoper zijn. Of Er zijn inmiddels al tweede-hands iPods te krijgen.
- f.
 - 2: geeft weer dat een forse prijsverlaging nauwelijks tot extra vraag leidt
Bovendien is te zien dat de betalingsbereidheid over 5 jaar hoger is dan nu
 - 3: De betalingsbereidheid is lager en mensen reageren fors op een (kleine prijsverandering. Bij dalende prijzen wordt de betalingsbereidheid hoger dan de oorspronkelijke betalingsbereidheid.
 4. De betalingsbereidheid ligt in alle gevallen lager dan op dit moment, maar de consumenten reageren wel sterker op prijsveranderingen.
Lijn 4 lijkt dus het meest waarschijnlijk.

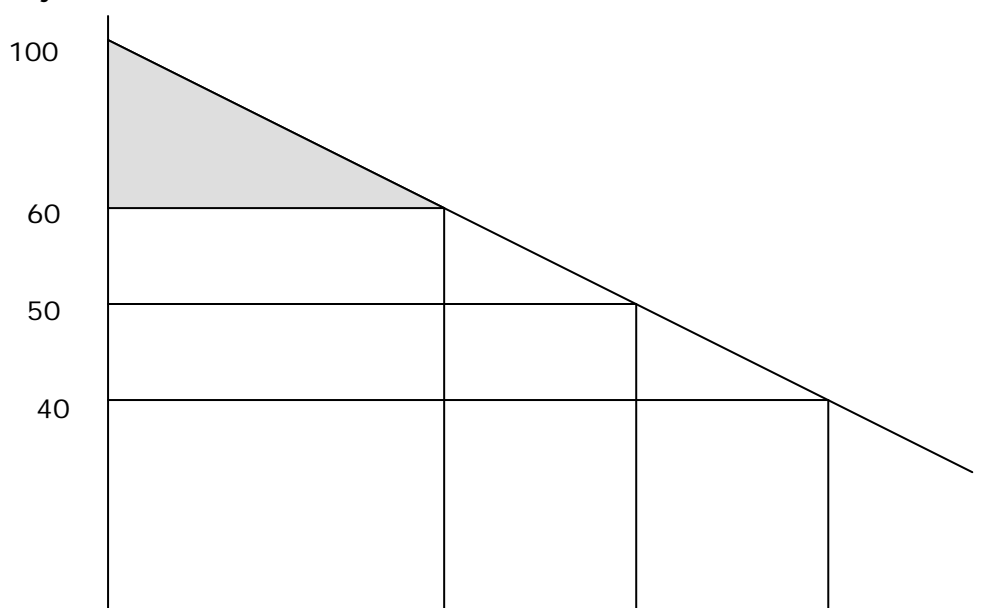
Opdracht 24

- a. $Q_v = -5 \times 60 + 500 = 200$ (let op: prijs in eurocenten). Er worden dus 200 miljoen zakjes van 5 lolly's verkocht (1 miljard lolly's dus)
- b. Omzet = prijs x afzet = € 0,60 x 200 miljoen = € 120 miljoen

Opdracht 25.

- a. De vraaglijn geeft bij € 100,- aan dat er precies niets meer gevraagd wordt dus daar stopt de betalingsbereidheid.
- b. Bij een prijs van €50,- worden er 2000 maandabonnementen verkocht (afzet). De omzet wordt dan $2000 \times € 50,- = € 100.000,-$
- c.

Prijs maandabonnement, euro



1750

2000

2250

Aantal verkochte maandabonnementen

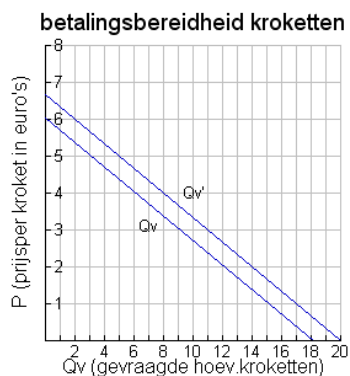
- d. De betalingsbereidheid voor dit centrum wordt dan kleiner. Als de prijs niet verandert, daalt het verschil tussen de betalingsbereidheid en de werkelijk te betalen prijs, dus ook het consumentensurplus. Als de prijs wel verandert (dus daalt) dan is het moeilijk te zeggen wat er met het surplus gebeurt.

Opgave 26

a.

Prijs (p)	Hoeveelheid (q)	q bij 2 extra
€ 6	0	$0 + 2 = 2$
€ 5	3	$3 + 2 = 5$
€ 4	$3+3 = 6$	$6 + 2 = 8$
€ 3	$3+3+3 = 9$	$9 + 2 = 11$
€ 2	$3+3+3+3 = 12$	$12 + 2 = 14$
€ 1	$3+3+3+3+3 = 15$	$15 + 2 = 17$

b.



- c. naar rechts, want bij elke prijs worden er 2 kroketten meer gevraagd. (zie b)

Opdracht 27.

$$Q_v = -3 P + 20$$

Prijs (p)	Hoeveelheid (q)
€ 6	$-3 \times 6 + 20 = 2$
€ 5	$-3 \times 5 + 20 = 5$
€ 4	$-3 \times 4 + 20 = 8$
€ 3	$-3 \times 3 + 20 = 11$
€ 2	$-3 \times 2 + 20 = 14$
€ 1	$-3 \times 1 + 20 = 17$

Vergelijking met opgave 26 laat zien dat de formule het gedrag inderdaad weergeeft.

Opdracht 28.

- (1) meer
- (2) toe
- (3) naar rechts
- (4) daalt
- (5) links
- (6) minder

Opdracht 29.

Eigen mening. Een huurhuis zal op de eerste plaats komen, de rest is een kwestie van je eigen voorkeuren.

Opdracht 30.

- a. Als er kroketten of andere snacks zijn die hoger gewaardeerd worden en ook duurder zijn. De klanten van Achmed zullen dan als ze meer te besteden hebben meer van deze duurdere producten en dus minder van Achmeds kroketten kopen.
- b. Binnenlandse vakanties, als mensen meer geld krijgen gaan ze liever in het buitenland op vakantie.
Prepaid telefoon, bij hoger inkomen nemen mensen een abonnement
Fiets, als je meer geld hebt wil je een brommer
- c. (1) inkomensstijging
(2) minder

Opdracht 31.

- a. 3 lagere prijs, dus langs de curve, meer vraag
- b. 2 bij elke prijs meer vraag, curve naar rechts
- c. 4 bij elke prijs minder vraag, curve naar links
- d. 1 prijs omhoog dus langs de curve minder vraag
- e. 4 minder inkomen, bij elke prijs minder vraag
- f. 2 (of 4) als patat duurder wordt gaan klanten meer kroketten kopen bij dezelfde prijs (of: als ze meer geld voor patat moeten uitgeven blijft er minder geld over voor kroketten bij dezelfde prijs)
- g. 2 meer mensen willen Achmeds kroketten bij elke prijs

Opgave 32

- a. 1 prijzen stijgen, verschuiving langs de curve, minder vraag
- b. 4 ongeacht de prijs willen minder mensen nog vliegen, curve naar links
- c. 2 mensen hebben meer inkomen en gaan meer vliegen bij elke prijs
- d. 4 bij dezelfde vliegprijs kiezen mensen voor de trein, curve naar links
- e. 3 de prijs daalt, langs de curve meer vraag
- f. 4 zie antwoord bij d

Opdracht 33

- a. SUV's leveren extra gevaar op voor de vele voetgangers en fietsers in de binnenstad.
- b. Eigen mening. Geef in je antwoord argumenten voor je standpunt.

- c. SUV's zijn dure auto's die dus of voor de zaak gereden worden of door mensen met veel geld. In beide gevallen zullen de bestuurders niet reageren op een kleine prijsverandering van parkeren. De tarieven moeten dus fors omhoog voor dit soort auto's als je ze uit de binnenstad wilt weren.

Opdracht 34

Eigen mening. Let in je antwoord op wat er gebeurt als je de prijs te hoog maakt of te laag.

Opdracht 35

Eigen antwoorden. Enkele voorbeelden:

1.	2.	3.
Goederen of diensten waarbij de kopers in hun koopgedrag nauwelijks op de prijs ervan letten	Goederen of diensten waarbij kopers altijd al wel op de prijs ervan letten	Goederen of diensten waarvan de prijzen voor kopers erg belangrijk zijn bij hun koopgedrag.
Melk Brood Zout Benzine Sigaretten	Levensmiddelen Groente en fruit Mobiel bellen CD-rom's Kleding	(Vlieg)vakanties Scoters Audio/video Op kamers gaan Rijles

Bij deze opdracht kun je van mening verschillen. Discussieer erover als dat nodig is.

Opdracht 36

- a. De mate waarin de gevraagde hoeveelheid reageert op een prijsverandering of de gevoeligheid van de vraag naar een bepaald goed voor een prijsverandering.
- b. De eerste kolom bevat prijsinelastische goederen: kopers reageren niet (erg) op prijsveranderingen. De laatste kolom bevat prijselastische goederen: prijsverandering heeft (veel) invloed op het kopersgedrag.

Opdracht 37

Elasticiteit onder verschillende omstandigheden

- d. dan reageren scholieren meer op de bierprijs
- a. nu mag het, dus niet letten op de prijs
- b. het is maar 1 keer vakantie, maar je moet wel uitkomen met je geld
- c. je wilt wel meedoen, maar elke week uitgaan kost veel geld

Opdracht 38

Tieners : Zij hebben veel geld te besteden en zullen dus minder op de prijs letten. Bovendien is het voor hun het meest spannend. Zij zijn dus het minst prijsgevoelig

Twintigers : Meest prijsgevoelig, omdat ze relatief minder te besteden hebben.

Dertigers : Zij zitten er tussenin. Hebben meer geld dan de twintigers, maar zijn minder geïnteresseerd dan de tieners.

Opdracht 39

- a. Eigen mening. In de discussie moet je met argumenten onderbouwen dat één van de groepen sterker reageert op prijsveranderingen dan de andere.

Bv. Mannen kopen kleding als ze het nodig hebben. Ze houden meestal niet van winkelen en letten niet zo op de prijs.

Als ze iets gevonden hebben dat ze wel mooi vinden zoeken ze niet verder. dus de vraag naar kleding door mannen is minder prijsgevoelig (mannen: 0,2)

Of:

Mannen hebben minder voor kleding over en hoeven niet direct volgens de laatste mode gekleed te gaan. Zij wachten met aankopen doen tot de uitverkoop . Hun gedrag is dus prijsgevoeliger (mannen: 0,8).

Je kunt bij je antwoord natuurlijk ook uitgaan van het koopgedrag van vrouwen en eenzelfde soort redenering opbouwen.

Opdracht 40

a.

2	3
100%	150%

Toename is 50%

b.

12	9
100	75

Afname is 25%

c. Elasticiteit = $\frac{\% \text{ verandering gevraagde hoeveelheid}}{\% \text{ verandering van de prijs}} = \frac{-25\%}{50\%} = -\frac{1}{2}$

d. Inelastisch. Als Achmed de prijs van zijn kroketten met 50% verhoogt dan worden er maar 25% minder kroketten verkocht, dus de reactie van de kopers is niet erg fel.

Opdracht 41

a.

Prijs	Hoeveelheid	% verandering prijs	%verandering hoeveelheid
4	6		
3	9	- 25%	50%

Elasticiteit = $\frac{\% \text{ verandering hoeveelheid}}{\% \text{ verandering van de prijs}} = \frac{50\%}{-25\%} = -2$

b. De vraag is nu elastisch. Als Achmed de prijs met 25% verlaagt, worden er 50% meer kroketten verkocht. De reactie van de vragers is dus groter dan de prijsverandering (beide in procenten)

Opdracht 42

a.

Prijs	Hoeveelheid	% verandering prijs	%verandering hoeveelheid
2, =	5		
2,50	4	25%	- 20%

$$\text{Elasticiteit} = \frac{\% \text{ verandering hoeveelheid}}{\% \text{ verandering van de prijs}} = \frac{-20\%}{25\%} = -0,8$$

- b. De vraag naar ijsjes is inelastisch, want de kopers reageren niet zo fel: als de prijs met 25% stijgt, daalt de vraag maar met 20% (kleiner percentage dan de prijsstijging)

Opdracht 43

- a. Lidmaatschap van de golfclub
 auto's als Rolls Roys, Ferrari, Bugatti enz.
 merkkleding
 Stylisten bezoeken
 botox-behandelingen
 Het gaat hier om mensen die graag laten zien dat ze erbij willen horen. Zij zoeken status. Bv. jongeren die een supertelefoon kopen of dure luchtjes die iedereen herkent.
- b. Die theorie is juist, want als deze goederen voor een prijs net boven de kostprijs zouden worden verhandeld, zouden ze niet zoveel verkocht worden omdat je dan door de aankoop van die goederen niet meer kunt laten zien hoeveel geld je hebt. De marketing zorgt ervoor dat het product allure krijgt.
- c. Goedkoop is duurkoop als de kwaliteit van het product zo slecht is dat je veel extra kosten kwijt bent aan reparatie of het product veel korter meegaat dan een duurder product. Je bent dan als je het goedkope product koopt uiteindelijk toch nog duurder uit.

Opdracht 44

- a. $Q_v = -30 \times 40 + 1600 = -1200 + 1600 = 400$
 De omzet wordt dan $40 \text{ mrd liter} \times \text{€ } 0,30 = \text{€ } 12 \text{ mrd}$
- b. $Q_v = -32 \times 40 + 1600 = -1280 + 1600 = 320$ Afzet 32 miljard liter melk.
- c. % prijsverandering: 6,7 %
 % hoeveelheidsverandering: - 20%
 Elasticiteit: $-20/6,7 = -3$
- d. De vraag naar melk is elastisch want de hoeveelheidsverandering in % is groter dan de prijsverandering in %

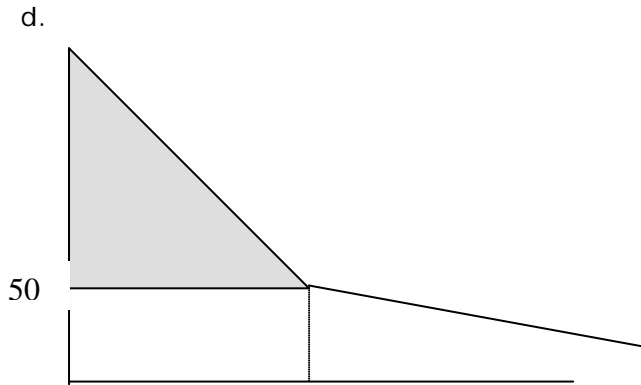
Opdracht 45

- a.

Prijs	Hoeveelheid	% verandering prijs	%verandering hoeveelheid
50	50.000		
40	80.000	- 20%	60%

De elasticiteit is dus $\frac{60\%}{-20\%} = -3$

- b. De vraag naar kaartjes is elastisch. Een prijsdaling van 20% leidt tot een 3 maal zo grote toename van het aantal gevraagde kaartjes nl. 60% Een sterke reactie.
- c. Bij een prijs van € 50,- worden er 50.000 kaartjes gevraagd. Dat is precies de capaciteit van het stadion. Bij € 50,- is het stadion dus uitverkocht.



- e. Daar waar de vraaglijn de prijs-as snijdt, dus een maximale prijs van € 350,- Eigenlijk natuurlijk iets minder want bij € 350,- wordt er precies niets g gevraagd.

Opdracht 46

- fiets, scooter, openbaar vervoer?, taxi?, lopend?
- fiets: regenkleding, onderhoud,
scooter: benzine, regenkleding, helm, onderhoud
openbaar vervoer: paraplu
taxi: paraplu
lopend: stevige stappers, regenkleding
- Ja, want dan komt de mogelijkheid van autorijden erbij (als je tenminste je rijbewijs haalt).

Opdracht 47

- eigen voorbeelden (bv. bus en trein, prepaid en abonnement)
- eigen voorbeelden (bv. desktop en laptop, tennis en hockey)
- eigen voorbeelden (bv. koffie en suiker, scooter en benzine, i-pod en accessoires)

Opdracht 48

Goed of dienst	Complementair goed	Sterk substitutiegoed	Zwak substitutiegoed
a. fiets en auto			XX
b. rijst en spaghetti		XX	
c. dvd en dvdspeler	XX		
d. hotelboeking en restaurantdiner	XX		
e. lidmaatschap tennisclub en racket	XX		
f. peper en zout	XX		XX
g. computer en software	XX		
h. ijs en milkshake			

Opdracht 49

- Als de jeugd (en dat geldt ook voor de volwassenen!) zich niets aantrekken van de prijsverhoging van sigaretten (en dat kan heel goed met een verslavend product) dan is er dus sprake van een inelastische vraag.
- Om ervoor te zorgen dat men minder rookt moet natuurlijk de prijs omhoog en zeker niet omlaag, dus moet de accijns worden verhoogd.

- c. Omdat de jeugd nauwelijks reageert op een prijsverhoging moet de overheid de prijs fors verhogen. Alleen dan zal de maatregel (enig) effect hebben.

Opdracht 50

- a. Het ministerie gaat uit van een prijsverhoging van 10 %. Ze verwachten een daling van de verkochte hoeveelheid van 4% dus de elasticiteit is volgens hen:

$$E_{Qv}^P = \frac{-4\%}{10\%} = -0,4$$
- b. De vraag naar sigaretten is volgens het Ministerie van Financiën inelastisch: de reactie van de vragers is (in %) kleiner dan de prijsverandering (in %)
- c. De vraag naar sigaretten door jongeren is elastischer (zij zijn prijsgevoeliger) omdat ze minder te besteden hebben en liever andere dingen kopen.
- d. De overheid zal € 400 miljoen meer aan accijns ontvangen. Over deze accijns wordt ook nog 19% BTW geheven. Zo ontvangt de overheid dus € 400 miljoen x 1,19 = € 476 miljoen. De roker betaalt € 0,55 meer per pakje aan accijns en BTW. Dus worden er $\frac{€ 476 \text{ miljoen}}{€ 0,55} = 865,5$ miljoen pakjes verkocht.

Opdracht 51

- a. De elasticiteit is (absoluut) groter dan 1, dus is de vraag elastisch. De hoeveelheidsreactie zal groter zijn dan de prijsverandering (beide in procenten)
- b. Er moet een toename komen van de gevraagde hoeveelheid van 0,5 (3 – 2,5). In procenten is dat + 20%. De elasticiteit is -1,2.
 Dus we krijgen deze situatie: $E_{Qv}^P = -1,2 = \frac{+20\%}{?}$
 $? = \frac{20\%}{-1,2} = -16,7\%$
- c. De prijs moet dus met 16,7 % dalen. Dat is dus met € 0,92 (16,7% van € 5,50) per uur. Deze € 0,92 moet betaald worden door de overheid in de vorm van een subsidie.
- d. 2,5 miljoen kinderen x 400 uur x € 0,92 = € 920.000.000

Opdracht 52

Als de kopers nauwelijks op de prijs letten kunnen de verkopers hun prijzen verhogen zonder dat ze dat veel klanten kost. Hun omzet zal dan dus stijgen.

Opdracht 53

$$Q_v = -3P + 18$$

P	Q_v	omzet
1	15	15
2	12	24
3	9	27
4	6	24
5	3	15
6	0	0

Prijsverandering van de kroket	Kroketten afzetverandering (Q_v)	Omzetverandering bij prijsverandering	Prijs elasticiteit ($E_p^{Q_v}$)	Elastisch of inelastisch?
€ 1 → € 2	- 3	+ € 9	- 1/5	Inelastisch
€ 2 → € 3	-3	+€ 3	- 1/2	inelastisch
€ 3 → € 4	-3	- € 3	-1	
€ 4 → € 5	-3	-€ 9	-2	elastisch
€ 3.→ € 2	+ 3	-€ 3	-1	
€ 4 → € 3	+3	+€ 3	-2	elastisch
€ 5 → € 4	+3	+€ 9	-5	elastisch

- d. prijs verlagen betekent omzetsdaling (van € 24 naar € 15)
 prijs verhogen betekent omzetstijging (van € 24 naar € 27)
 e. prijs verlagen betekent omzetstijging (van € 24 naar € 27)
 prijs verhogen betekent omzetsdaling (van € 24 naar € 15)

Opdracht 54.

- a. In totaal worden er 20 miljoen ijsjes verkocht , namelijk 10 miljoen in Spanje en 10 miljoen in Finland.
 b. In Finland is de vraag naar ijsjes elastisch, want de waarde van de elasticiteit is daar groter dan 1 (afgezien van het minteken).
 c. Omdat het in Spanje vaak erg warm is zullen de mensen daar een grote behoefte aan ijsjes hebben en deze ijsjes blijven kopen, zelfs als die ijsjes duurder worden. In Finland is die behoefte minder sterk en zullen de mensen dus meer reageren op een prijsstijging.

Opdracht 55.

- a. $E_{Q_v}^P = \frac{\text{procentuele verandering } Q_v}{\text{procentuele verandering } P}$ Invullen: $-0,5 = \frac{?}{-20\%}$ Uitrekenen: $? = 10\%$

De gevraagde hoeveelheid ijsjes stijgt met 10%

- b. De prijs in Spanje wordt: 80% van € 2,- = € 1,60
 De gevraagde hoeveelheid is nu 110% van 10 miljoen = 11 miljoen
 De omzet wordt: 11 miljoen x € 1,60 = € 17,6 miljoen
 c. De omzet was: 10 miljoen x € 2,- = € 20 miljoen
 Nu is de omzet € 17,6 miljoen dus de omzet is gedaald door de prijsdaling.
 d. $E_{Q_v}^P = \frac{\text{procentuele verandering } Q_v}{\text{procentuele verandering } P}$ Invullen: $-0,5 = \frac{?}{+10\%}$ Uitrekenen: $? = -5\%$

De gevraagde hoeveelheid ijsjes daalt met 5%

- e. De prijs in Spanje wordt: 110% van € 2,- = € 2,20
 De gevraagde hoeveelheid is nu 95% van 10 miljoen = 9,5 miljoen
 De omzet wordt: 9,5 miljoen x € 2,20 = € 20,9 miljoen
 f. De omzet was: 10 miljoen x € 2,- = € 20 miljoen
 Nu is de omzet €20,9 miljoen dus de omzet is gestegen door de prijsstijging.
 g. (1) omzetsdaling
 (2) omzetstijging
 (3) minder
 (4) minder

Opdracht 56.

a

Afzet	Prijs	Prijsverandering	Omzet
10 mln.	€ 2,=		€ 20.000.000,=
8 mln.	€ 2,20	+ 10 %	€ 17.600.000,=
14 mln.	€ 1,60	- 20 %	€ 22.400.000,=

- b. (1) omzetzdaling
 (2) omzetzijging
 (3) meer
 (4) meer

Opdracht 57.

De vraag naar diensten van BV Netinfo is elastisch (E_{ov}^p is groter dan 1). Dit betekent dat de reactie van de vragers heftig is. BV Netinfo doet er goed aan om de prijs iets te verlagen. De vragers zullen hier heftig op reageren, waardoor de gevraagde hoeveelheid flink toeneemt (meer dan de prijs daalt, beide in procenten). Op deze manier zal de omzet toenemen.

Opdracht 58.

- a. De vraag naar de meeste producten in supermarkten is inelastisch. Veel producten heb je regelmatig nodig en die koop je gewoon omdat ze nodig zijn. Denk maar aan WC-papier. Je let daarbij minder op de prijs.
 Als de vraag naar supermarktgoederen inelastisch is dan zal prijsverlaging leiden tot omzetverlies, want de reactie van de klanten op de prijsverlaging is klein. De gevraagde hoeveelheid neemt dus minder toe dan de prijs is gedaald (beide in procenten) en de omzet daalt. Geen handige strategie dus.
- b. AH wil proberen een stuk van de markt terug te winnen. Dit gaat ten koste van andere supermarkten. Misschien gaan die andere supermarkten er wel aan kapot. Als de klanten eenmaal weer terug zijn bij AH kan het bedrijf de prijzen weer langzaam verhogen. Het is dus een voorbeeld van korte termijn verlies in ruil voor winst op de lange termijn.

Opdracht 59.

Ryanair en de andere prijsvechters gaan er vanuit dat mensen in groten getale op de lage prijzen afkomen. Mensen reageren dus heftig op prijsdaling. We hebben dan te maken met een **prijselastische** vraag naar vliegtickets: de hoeveelhedsreactie is groter dan de prijsverandering (beide in procenten).

Opdracht 60.

Inkomensinelastischer	Inkomenselastischer
a. huurhuizen	Koophuizen
b. gehakt	Biefstuk
c. de Efteling	Pretparken als Disneyland
d. lidmaatschap van voetbal/basketbalclub	Lidmaatschap van cricket- of golfclub
e. Lidl / Aldi	Albert Heijn
f. Opel Astra	BMW 4x4
g. trein	TGV
h. fiets	auto
i. bussiness class	Back packers

Opdracht 61.

Tieners : Deze groep is wel inkomensgevoelig, maar niet zo als de twintigers. Het nieuwe van de ervaring zorgt ervoor dat ze iets minder op hun geld letten.

Twintigers: Deze groep is het meest inkomensgevoelig. Ze willen graag naar het concert, maar missen inkomen om het te betalen

Dertigers : Bij deze groep speelt inkomen de minst belangrijke rol. Als ze meer gaan verdienen gaan ze niet meer naar de concerten. Ze gaan als ze dat willen en hebben daar ook het geld voor

Opdracht 62.

a. $Q_v = 0,5 Y - 250$

Invullen $Y = 1.500$

$$Q_v = (0,5 \times 1.500) - 250 = 750 - 250 = 500$$

Er worden $500 \times 10.000 = 5.000.000$ huurwoningen verhuurd bij een besteedbaar inkomen van € 1.500, =

b. $Q_v = 0,5 Y - 250$

Invullen $Y = 1.800$

$$Q_v = (0,5 \times 1.800) - 250 = 900 - 250 = 650$$

Er worden $650 \times 10.000 = 6.500.000$ huurwoningen verhuurd bij een besteedbaar inkomen van € 1.800, =

Opdracht 63.

a. Berekening: $\frac{1.800 - 1.500}{1.500} \times 100\% = 20\%$

% verandering van besteedbaar inkomen = 20%

b. Berekening: $\frac{4.700.000 - 3.500.000}{3.500.000} \times 100\% = 34,3\%$

% verandering aantal gevraagde huurwoningen = 34,3%
(of berekenen met kruistabellen)

c. $E_y = \frac{\% \text{ verandering } Q_v \text{ (aantal gevraagde huurwoningen)}}{\% \text{ verandering } Y \text{ (bestedbaar inkomen)}}$

$$E_y = \frac{34,3\%}{20\%} = 1,72$$

d. De vraag naar huurwoningen is hier elastisch. De vraagreactie is groter dan de prijsverandering (in procenten). Je kunt dit natuurlijk direct zien aan de waarde van de elasticiteit: groter dan 1.

e. Er staat geen minteken voor de inkomenselasticiteit omdat de gevraagde hoeveelheid toeneemt als het inkomen stijgt. Zowel de teller als de noemer van de breuk zijn positief en dus is de uitkomst ook positief.

Opdracht 64.

a. $Q_v = 4 Y - 50.000$

Y	Q_v
50.000	15.000.000
55.000	17.000.000

De % verandering van het besteedbaar inkomen is 10% (van 50.000 naar 55.000)

De % verandering van de vraag naar vliegtickets is 13,3 % (van 15 mln naar 17 mln)

De Inkomenselasticiteit is $E_Y = \frac{13,3\%}{10\%} = 1,33$

b. Elastisch, de reactie van de vragers is groter dan de prijsverandering (beide in procenten). Je kunt het direct zien aan de waarde van de inkomenselasticiteit: groter dan 1.

c. Omzet = Prijs x Afzet (Q_v)

In 2006: 15 miljoen x € 800, = = € 12 miljard.

In 2007: 17 miljoen x € 800, = = € 13,6 miljard.

Omzetstijging van € 13,6 - € 12 miljard = € 1,6 miljard of 1.600.000.000, =

d.

Y	Q_v
50.000	15.000.000
40.000	11.000.000

De inkomensdaling is $(-10.000 : 50.000) \times 100\% = -20\%$

De daling van het aantal gevraagde vliegtickets is $(-4\text{mln} : 15\text{mln}) \times 100\% = -26,7\%$

De inkomenselasticiteit van de vraag naar tickets bij een daling van het gemiddelde inkomen met 10.000 euro wordt: $-26,7\% : -20\% = 1,34$

Opdracht 65.

- Procentuele verandering van Q_v is 4%
procentuele verandering van het inkomen is 3,3%
de inkomenselasticiteit is dan $4/3,3 = 1,2$
- Inkomenselastisch want de elasticiteit is groter dan 1 dat wil zeggen dat de verandering van de gevraagde hoeveelheid groter is dan de verandering van het inkomen.
- Procentuele verandering van Q_v is 6%
procentuele verandering van het inkomen is 4,8%
de inkomenselasticiteit is dan $6/4,8 = 1,25$
- Inkomenselastisch (zie antwoord bij b)

Opdracht 66.

63c inkomenselasticiteit is positief en groter dan 1 dus luxegoed

64a inkomenselasticiteit is positief en groter dan 1 dus luxe goed

65a inkomenselasticiteit is positief en groter dan 1 dus luxe goed

Opdracht 67.

a.

2006 tov 2005: $\% \Delta Q_v = 0,6\%$ $\% \Delta B = 3,3\%$ Inkomenselasticiteit = $0,6/3,3 = 0,2$

2007 tov 2006: $\% \Delta Q_v = 0,6\%$ $\% \Delta B = 4,8\%$ Inkomenselasticiteit = $0,6/4,8 = 0,1$

b. De vraag naar drop is inkomensinelastisch. Was wel te verwachten omdat mensen niet meer drop gaan eten als ze meer gaan verdienen

c. Eigen antwoord.

Hoofdstuk 3: Oefenopgaven (Contexten)

Opdracht 68.

- prijs exclusief BTW is (€ 26/1,06) = € 24,53
de prijs inclusief 19% BTW is dan € 24,53 * 1,19 = € 29,19
- Het kaartje wordt € 3,19 duurder. De informatie klopt dus niet.
- De directie denkt dat de prijselasticiteit van de vragers met een lager inkomen groot zal zijn. Voor de gemiddelde bezoeker zal deze vraag ook wel prijselastisch zijn want de Efteling zal, hoe leuk het er ook is, wel geen noodzakelijk maar een luxe goed zijn.
- $\% \Delta p = (\text{€}3,19/\text{€}26) * 100\% = 12,3\%$
 $\% \Delta Q_v = (-400.000 / 3.050.000) * 100\% = - 13,1\%$
Prijselasticiteit = $- 13,1/12,3 = 1,1$
- De vraag naar tickets voor de Efteling is prijselastisch. (luxe goed)
- Bij een prijselastische vraag zal een daling van de prijs leiden tot een vergroting van de omzet omdat de procentuele toename van de vraag groter is dan de procentuele afname van de prijs.

Opdracht 69.

- De betalingsbereidheid is het grootst voor mobiel bellen vanwege het grote gemak.
- De mensen onder de veertig hebben een grotere betalingsbereidheid dan mensen boven de veertig. Mogelijke redenen zijn dat jongeren er mee zijn opgegroeid en ouderen niet, of dat het voor jongeren meer een statussymbool is dan voor ouderen, of dat ouderen niet zo goed om kunenn gaan met mobieltjes, enz.
- De jongere bellers zullen minder reageren op prijsstijgingen van mobiel bellen omdat ze helemaal afhankelijk zijn van hun mobieltje en omdat ze bellen tot de noodzakelijke goederen en diensten rekenen.
- Bij inelastische vraag zal prijsverhoging leiden tot omzetstijging omdat de procentuele daling van de vraag kleiner is dan de procentuele stijging van de prijs.
- De inkomensgevoeligheid zal bij jongeren groter zijn; als ze meer (zak)geld hebben gaan ze meer bellen (of misschien is het meer zo: als ze meer bellen moeten ze meer gaan werken en verdienen om dat te betalen) terwijl ouderen niet meer gaan bellen omdat ze meer geld ter beschikking hebben.

