

A-merken in de lift

Bij de beantwoording van de vragen 26 tot en met 31 hoef je geen gebruik te maken van informatiebronnen in de bijlage.

Michelle en Anouk, twee leerlingen uit 4-vmbo, lezen het volgende in de krant. In 2004 en 2005 hadden de A-merken veel marktaandeel verloren aan de B-merken. De omzet van A-merken is sinds 2006 echter weer aan het stijgen. Eén van de grootste stijgers is huidverzorger Dove uit Amerika. De omzet steeg van 20,1 miljoen dollar (2005) naar 24 miljoen dollar (2006). Economen geven aan dat de twee belangrijkste oorzaken hiervan zijn: de toegenomen economische groei en de lagere werkloosheid.

- 1p **26** De gemiddelde prijs van de producten van Dove steeg in 2006 met 3% ten opzichte van 2005.
Hoeveel procent is de afzet van Dove in 2006 gestegen ten opzichte van 2005?
- A ± 0%
 - B ± 3%
 - C ± 16%
 - D ± 103%
- 1p **27** Volgens het stukje uit de krant hebben de A-merken marktaandeel teruggewonnen van de B-merken.
Wat is de juiste omschrijving van marktaandeel?
- A de afzet van een product van een bedrijf als percentage van de totale afzet van dat product van alle bedrijven
 - B de groei van een bedrijf als percentage van de totale groei van alle bedrijven
 - C de kosten van een bedrijf als percentage van de totale kosten van alle bedrijven
 - D het aantal werknemers van een bedrijf als percentage van het totale aantal werknemers
- 1p **28** Michelle en Anouk praten over de oorzaken van de omzetstijging van de A-merken. Michelle is het met de economen eens en denkt dat de lagere werkloosheid in 2006 een oorzaak van de omzetstijging is.
→ Verklaar waarom een lagere werkloosheid kan leiden tot een grotere omzetstijging bij A-merken dan bij B-merken.
- 1p **29** Michelle leest in de krant dat de firma Duif BV uit Friesland in 2007 marktaandeel verloor aan Dove. Duif BV is een fabriek die, net als Dove, doucheproducten produceert. De producten van Duif BV worden door supermarkten onder de naam van de supermarkt (als huismerk) verkocht. Duif BV is bang dat de stijging van het marktaandeel van Dove zal leiden tot inkrimping van de productie en daarmee tot ontslagen.
→ Noem een maatregel die Duif BV zou kunnen nemen om deze ontwikkeling tegen te gaan.

- 1p **30** Volgens Anouk is het verstandig om A-merken een betere plaats in de schappen van een winkel te geven dan de zogenaamde huismerken. Volgens Michelle is dat juist andersom. Zij zegt: "Volgens mij is de brutowinstmarge op huismerken groter dan die op A-merken."
→ Leg uit wat bedoeld wordt met de brutowinstmarge.
- 1p **31** Duif BV heeft inderdaad medewerkers moeten ontslaan, maar gelukkig niet veel. Anouk en Michelle bespreken of de werkloosheid van deze ex-werknemers van Duif BV lang zal duren. "Gelukkig is het werk in een zeepfabriek niet gespecialiseerd, de ontslagen werknemers zullen dus wel snel ander werk vinden", zegt Anouk.
Michelle is het niet met haar eens. "Juist als je gespecialiseerd werk hebt gedaan, vind je makkelijk een nieuwe baan."
→ Ben jij het eens met Anouk of met Michelle? Geef een argument voor je keuze.