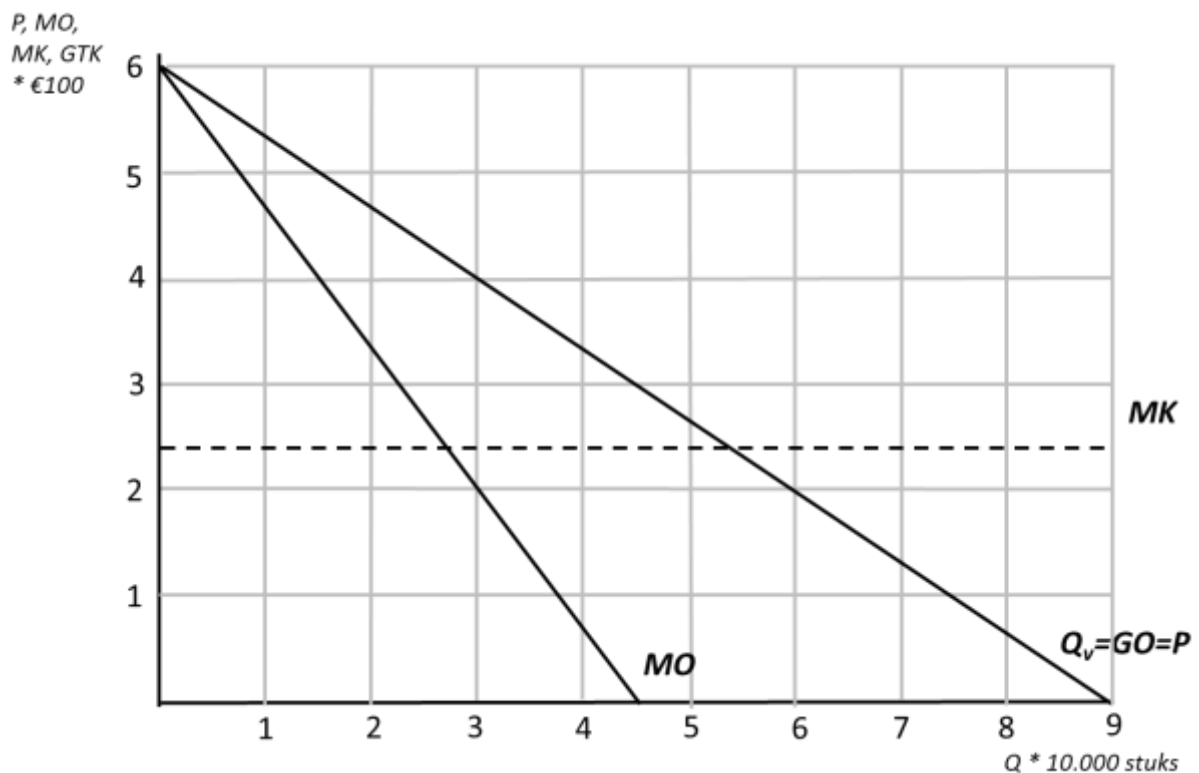


Opgave 1. Smartlife

Een aanbieder van zeer goede smartwatches, Smartlife, is actief op een marktform die kan worden gezien als een oligopolie. Het streven van Smartlife is om zo veel mogelijk winst te maken. Een van de concurrenten heeft zojuist in een grote reclame campagne kenbaar gemaakt haar prijzen met 10% te zullen laten dalen. De directie van Smartlife denkt dat dit een poging is van de concurrent om marktaandeel te veroveren, ten koste van onder andere Smartlife.

Van Smartlife zijn onderstaande gegevens bekend:

$$\begin{aligned}
 P &= -\frac{2}{3}Q + 6 \\
 MO &= -\frac{4}{3}Q + 6 \\
 MK &= 2,4 \\
 Q &= * 10.000 \text{ stuks} \\
 P &= \text{prijs} * \text{€}100,-- \\
 \\
 TK &= 240Q + 8.000.000
 \end{aligned}$$



1. Zal de prijsafzetlijn van Smartlife, door de komende prijsverlaging van de concurrent, naar links of naar rechts verschuiven? Leg uit waarom.
2. Leg uit waarom op de marktform oligopolie, de aanbieders makkelijk in een prijsoorlog terecht komen.
3. Bereken de afzet waarbij Smartlife maximale winst behaalt.
4. Bereken de totale winst van Smartlife bij de doelstelling maximale winst.

De directie van Smartlife overweegt om ook haar prijzen te verlagen, in reactie op de stappen van de concurrent. De nieuwe prijs wil ze vast stellen op basis van maximale omzet.

5. Bereken de procentuele afzetstijging die Smartlife zal realiseren door van doelstelling te veranderen.
6. Bereken de procentuele prijsverandering van Smartlife als ze van doelstelling verandert.
7. Bereken de prijselasticiteit van de gevraagde hoeveelheid bij de verandering van doelstelling.
8. Bereken met hoeveel procent de winst zal dalen als Smartlife van doelstelling zal veranderen.