

Vraag	Antwoord	Scores
-------	----------	--------

11 maximumscore 3

Een voorbeeld van een juiste verklaring van de spaarparadox is:

- Het (actieve) *spaargedrag* van huishoudens is (deels) te *verklaren uit de levensloopplanning*: huishoudens sparen omdat ze vermogen opbouwen voor hun oude dag 1
- De noodzaak om *actief te sparen wordt minder* naarmate er meer sprake is van *passief sparen / waardestijging* van het vermogen. (Deze samenhang is een gevolg van het spaardoel en is in de praktijk waargenomen zoals blijkt uit de zin in de tekst die beschrijft dat het actief sparen daalt met € 8 bij iedere waardestijging van het vermogen met € 100) 1
- In een periode met sterke waardestijging van het belegde vermogen (is het consumentenvertrouwen hoog en) kan dit per saldo leiden tot *negatieve actieve besparingen / meer lenen dan actief sparen, terwijl het totaal van actief en passief sparen positief is / het spaartegoed toeneemt* (en daarmee is er sprake van een spaarparadox) 1

Opmerking

De cursief gedrukte aspecten moeten genoemd of verwoord zijn voor toekenning van scorepunten.

Opgave 3 De reisbranche in zwaar weer

12 maximumscore 1

Een voorbeeld van een juist antwoord is:

Online reisbureaus hebben lagere vaste/constante kosten, bijvoorbeeld minder huisvestingskosten (waardoor zij lagere gemiddelde totale kosten (GTK) hebben dan reisbureaus met een fysieke winkel).

13 maximumscore 2

Een voorbeeld van een juist antwoord is:

- Door de toename van het aantal reisbureaus is het aanbod van reizen toegenomen, 1
- waardoor er op de markt een lagere (evenwichts-)prijs voor reizen ontstaat. Door de lagere prijs (bij gelijkblijvende kosten) zal de gemiddelde winst voor alle reisbureaus dalen 1

Vraag	Antwoord	Scores
-------	----------	--------

14 maximumscore 3

Een voorbeeld van een juist antwoord is:

- Online reisbureaus hebben lagere gemiddelde totale kosten (GTK) dan reisbureaus met een fysieke winkel, en bij een gegeven gemiddelde omzet (GO) een hogere gemiddelde winst (want $GW=GO-GTK$) 1
- De hogere gemiddelde winst van de online reisbureaus trekt nieuwe toetreders / nieuwe online reisbureaus aan, waardoor het aanbod (verder) stijgt bij elke prijs / waardoor de aanbodlijn (verder) naar rechts verschuift, 1
- waardoor de gemiddelde omzet / de prijs daalt en dus de gemiddelde winst daalt (want $GW=GO-GTK$) 1

15 maximumscore 3

Een voorbeeld van een juist antwoord is:

Uitspraak 1

- De prijselasticiteit bij buitenlandse reizen is $-4,4$
De prijselasticiteit bij binnenlandse reizen is $-0,56$
 $-4,4 < -0,56$, dus afzet (Q) van / vraag naar buitenlandse reizen reageert sterker elastisch op de prijs (P) dan bij binnenlandse reizen. Hiermee is aangetoond dat uitspraak 1 juist is 1

Uitspraak 2

- De prijselasticiteit bij buitenlandse reizen is kleiner dan -1 / de vraag naar buitenlandse reizen is prijselastisch, dit betekent dat een prijsdaling van 1% leidt tot een stijging van de gevraagde hoeveelheid met meer dan 1%.
De prijselasticiteit bij binnenlandse reizen is tussen 0 en -1 / de vraag naar binnenlandse reizen is prijsinelastisch, dit betekent dat een prijsdaling van 1% leidt tot een stijging van de gevraagde hoeveelheid met minder dan 1% 1
- Verder geldt dat de omzet gelijk is aan $P \times Q$ en dit betekent (in combinatie met de hiervoor gegeven prijselasticiteiten) dat de omzet van buitenlandse reizen zal stijgen bij prijsdaling en dat de omzet van binnenlandse reizen zal dalen bij prijsdaling. Hiermee is aangetoond dat uitspraak 2 juist is 1