

## Communicatie te duur?

Twee aanbieders van mobiele telecommunicatie, Com en Blue, hebben samen de consumentenmarkt van mobiele communicatie van een land in handen. Zij zijn heel alert op hun marktaandeel. Daarom streven zij naar een zo hoog mogelijke omzet en niet in eerste instantie naar maximale totale winst.

Per 1 januari 2014 wordt de btw op telefonieabonnementen verhoogd van 19% naar 21%. Het management van Com bespreekt in het najaar van 2013 mogelijke strategieën naar aanleiding van deze btw-verhoging. Er worden drie strategieën onderscheiden:

- de verhoging van de btw niet doorberekenen in de prijs;
- de verhoging van de btw deels doorberekenen in de prijs;
- de verhoging van de btw volledig doorberekenen in de prijs.

Het management maakt bij zijn analyse gebruik van onderstaande prijsafzetvergelijkingen en prijzen van Com en Blue

$$Q_c = - 2,3 P_c + 1,8 P_b + 85$$

$$Q_b = - 1,9 P_b + 1,5 P_c + 59$$

$Q_c$	aantal door Com verkochte abonnementen in miljoenen
$Q_b$	aantal door Blue verkochte abonnementen in miljoenen
$P_c$	prijs voor een abonnement bij Com in euro's per maand (inclusief btw)
$P_b$	prijs voor een abonnement bij Blue in euro's per maand (inclusief btw)

In 2013 waren de abonnementsprijzen per maand bij Com € 24,99 en bij Blue € 22,50, beide inclusief btw. De prijsafzetfuncties gelden voor zowel 2013 als voor 2014.

- a** Hoe blijkt uit bovenstaande gegevens dat consumenten de producten van Com en Blue als heterogeen zien?

De manager van Com is niet bang om omzet te verliezen als hij de btw-verhoging volledig doorberekent in de prijs van een abonnement. Hij heeft de prijselasticiteit van de vraag naar abonnementen bij Com bepaald bij volledig doorberekenen. Hij ziet dat deze vraag dan inelastisch is, als Blue de btw-verhoging ondertussen niet doorberekent.

- b** Geef de berekening van deze elasticiteit.

De staatssecretaris van economische zaken vraagt zich af of beide bedrijven misschien een heimelijke afspraak zullen maken om de btw volledig door te berekenen in de prijs. Om het keuzegedrag van Com en Blue beter in kaart te brengen, stelt een marketingadviseur een schema op met de omzetcijfers die bij de verschillende keuzecombinaties zijn te verwachten (matrix 1).

**matrix 1      verwachte omzet exclusief btw in miljoenen euro's**

		<i>Blue</i>		
		niet doorberekenen	deels doorberekenen	volledig doorberekenen
<b>Com</b>	niet doorberekenen	<b>1.405</b> ; 999	<b>1.438</b> ; 1.026	<b>1.419</b> ; 1.002
	deels doorberekenen	<b>1.480</b> ; 1.035	<b>1.473</b> ; 1.049	<b>1.411</b> ; 1.020
	volledig doorberekenen	<b>1.408</b> ; 1.011	<b>1.455</b> ; 1.050	<b>1.423</b> ; 1.014

- c** Welk van beide partijen heeft geen financiële prikkel om zich aan de afspraak van volledig doorberekenen te houden? Licht het antwoord toe.
- d** Beredeneer met behulp van de uitkomsten van de matrix welke strategie Com zal kiezen.