**Module 3**

**Hoofdstuk 1**

Markten:

- geheel van factoren

- vragers en aanbieders

- producten verhandelen

- concreet = ontmoetingsplaats (vismarkt of marktplaats bv)

- abstract = factoren voor verhandeling van product (graan of huizen markt bv)

Marktstructuur:

|  |  |
| --- | --- |
| **kenmerk** | **Invloed op de prijs van aanbieder** |
| Aantal aanbieders | Invloed neemt af als aanbieders toenemen |
| Marktaandelen | Invloed neemt toe bij grotere aandelen |
| Toetreding drempels | Invloed neemt toe bij hoge toetreding drempel |
| Productdifferentiatie | Invloed neemt toe bij meer differentiatie |

- homogeen product: geen onderscheid tussen aanbieders (oliemarkt)

- heterogeen product: wel onderscheid tussen aanbieders (fietsmarkt)

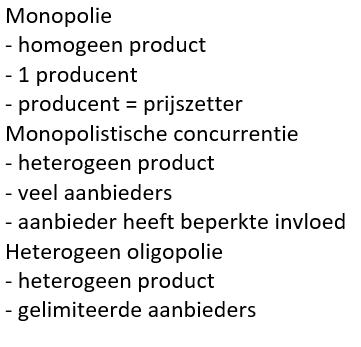
- toetreding drempel: kosten & arbeid om op markt te kunnen beginnen (fabriekkosten)

- gedifferentieerd product: producten met verschillende eigenschappen maar wel hetzelfde doel (fanta & koffie)

- niet substitueerbaar: onafhankelijke producten (diesel vs benzine)

- complementaire goederen (tandenborstel en tandpasta)

**Hoofdstuk 2**

Marktvormen:

Volkomen concurrentie

- homogeen product

- veel concurrentie

- aanbieder heeft geen invloed op prijs

Homogeen oligopolie

- homogeen product

- gelimiteerde producenten die ong 80% van

de markt bezitten

- aanbieder heeft invloed op prijs

Marktevenwicht:

2 waarden

- evenwichtsprijs

- evenwicht hoeveelheid

Evenwichtsvoorwaarden

- vraag = aanbod

- alle aanbieders maximaliseren hun winst

Invloed?

- volkomen concurrentie: geen invloed

- overige marktvormen: wel invloed

Winst berekening formules volkomen concurrentie

-

-

-

Monopolie:

Winstberekening

- MO=MK

- 1 producent

- prijszetter, geen rekening met anderen maar wel gelimiteerd

- toetreding is niet mogelijk

- zolang MO>MK, winstmaximalisatie

- als dit gelijk word is het maximaal

Prijsdiscriminatie, monopolie:

- wanneer er verschillende prijzen voor verschillende consumenten zijn

- herkenbare groepen, vergelijkbare prijsdiscriminatie (rijke betalen meer)

Voorwaarden

- marktsegmenten, verschillende consumenten met dezelfde betaling bereidheid

- geen onderlinge doorverkoop

Oligopolie:

- aanbieders beïnvloeden elkaars gedrag

- prijszetter, rekening houden met andere aanbieders

Maximale winst

- wanneer MO=MK

- concurrentie zorgt voor lagere prijs van monopolist

- gelimiteerde prijs zorgt voor hogere prijs van volkomen concurrentie

Efficiënt marktevenwicht:

- waar het totale surplus de grootste waarde heeft

- volkomen concurrentie altijd het efficiëntst

- meten van efficiëntie -> vergelijken met volkomen concurrentie

- welvaartsverlies: wanneer er geen surplus aanwezig is omdat het een andere marktvorm is dan volkomen concurrentie

Marktmacht:

- vermogen van aanbieders om de prijs te beïnvloeden

**Hoofdstuk 3**

Vrijemarkt evenwicht:

- markt is vrij om tot een marktevenwicht te komen

3 redenen voor ingrijpen van overheid

- ongewenst marktevenwicht

- overheid beïnvloed marktevenwicht met subsidies

- politieke overwegingen

- gevoelens van rechtvaardigheid (inkomensverdeling)

- politieke voorkeuren (bescherming agrarische bedrijven met minimumloon)

- externe effecten

- positief & negatief

- hoe groter, hoe sneller de markt faalt

- te lage of hoge prijs

- opbrengsten of kosten voor bv milieu of educatie niet meegerekend

Overheidsingrijpen:

- beïnvloeden van de vrijemarktwerving voor een meer gewenst marktevenwicht

3 manieren

- prijsregulering

- minimum prijzen (bescherming voor aanbieders van te laag inkomen)

- kan vaak zorgen voor onwillige werkeloosheid want arbeid word duurder

- maximum prijzen (bescherming voor consumenten van te hoge prijs)

- kan vaak zorgen voor een vraagoverschot

- wet- en regelgeving

- wetten om arbeiders rechten te beschermen

- mededingingswet

- regels van toezicht op een vrijemarktwerking

- verbod individuele prijsafspraken & kartel

- belastingen en subsidies

- marktfalen door negatief externe effecten

- product duurder maken voor minder vraag

- subsidies zijn negatieve belastingen

- marktfalen door positief externe effecten

- door producten met positief externe effecten te subsidiëren

- goedkoper maken, meer gebruik ervan

Collectieve goederen:

- vaak vraag naar een product zonder aanbod

- geen winst dus geen aanbieders

2 voorwaarden

- geen uitsluiting van consumptie

- iedereen kan consumeren zonder ervoor te betalen

- gelijktijdige consumptie

- iedereen kan het tegelijkertijd consumeren wanneer gewenst (geen limiet)

Quasi-collectieve goederen:

- goederen die deels voldoen aan voorwaarden van collectieve goederen

- lijken op collectieve goederen

- meestal door overheid voortgebracht