

Economie integraal

Hoofdstuk 1 t/m 4

Samenvatting

VWO 4

1. Schaarste en ruil

1.1 Inkomen en welvaart

Koopkracht: hoeveel producten je met je inkomen kunt kopen

NOMINALE INKOMENSSTIJGING – toename van het inkomen in geld (€)

REËLE INKOMENSSTIJGING – koopkrachtstijging of -daling van het inkomen (nominaal inkomen gecorrigeerd door de verandering in het gemiddeld prijspeil)

welvaart

mate waarin we in onze behoeften kunnen voorzien



welzijn

de mate van gelukkig voelen

Soorten goederen:

VRIJE GOEDEREN

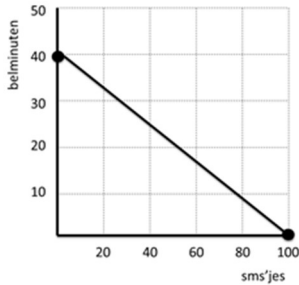
+ te verkrijgen zonder dat je middelen nodig hebt
+ gratis
zon, wind, zeewater

SCHAARSE GOEDEREN

+ alleen te verkrijgen door middelen in te zetten
+ prijs betalen
brood, fiets, stoel

1.2 Schaarste en kiezen

Budgetlijn: keuzemogelijkheden bij een bepaald budget. In een budgetlijn wordt het ene product op de x-as gezet en het andere op de y-as.



voorbeeld

Je kunt 100 sms'jes versturen en 0 minuten bellen, of 40 minuten bellen en 0 sms'jes sturen.
Als je 20 belminuten wilt, moet je 25 sms'jes opofferen.

Formule bij de budgetlijn: $y = (Q1 \times P1) + (Q2 \times P2)$

haakjes zijn niet noodzakelijk

1.3 Arbeidsdeling en ruil

Arbeidsdeling:

Adam Smith – bedenker van de arbeidsdeling

Vroeger werkte iedereen in een fabriek apart aan alle onderdelen die een product maken. Adam Smith bedacht een betere oplossing, de arbeidsdeling, iedereen deed waar hij/zij goed in was. Dit zorgt voor een betere arbeidsproductiviteit.

- Iedereen zorgt voor een deeltje van de totale productie;
- Eigen product verkopen & met dit geld andere producten kopen;
- Ontstaan van scheiding tussen productie en consumptie.

Waarom neemt de arbeidsproductiviteit toe?:

- Arbeidsdeling / specialisatie;
- Mechanisering / automatisering;
- Scholing.

Arbeidsdeling tussen bedrijven:

Afgebeeld in de bedrijfskolom = reeks van bedrijven die elkaar opvolgen in het productieproces van grondstof tot eindproduct.

- Kan langer worden door extra specialisatie → productie uitbesteden voor meer verfijning → extra schakel → differentiatie
- Kan korter worden doordat twee schakels van de bedrijfskolom in elkaar geschoven worden → integratie

Ruil van eigendomsrechten: het overdragen van eigendomsrechten naar een andere onderneming

Transactiekosten:

- De extra kosten die gemaakt worden om een ruiltransactie tot stand te brengen
- Bovenop de prijs die door koper en verkoper moeten worden opgebracht
- Kan worden uitgedrukt in geld (€) maar ook in tijd en aandacht
- Belemmeren de ruil en belemmeren de mogelijkheden om productie te vergroten

1.4 Ruilen en geld

Soorten ruil:

Product <-----> product	directe ruil
Product <---> geld <----> product	indirecte ruil

Feitjes over geld:

- Indirecte ruil is mogelijk dankzij de introductie van geld = alles wat algemeen aanvaard wordt als ruilmiddel, gebaseerd op vertrouwen
- Geld = intermediair
- Verlaagt transactiekosten
- Ruilproces kan productieverhogend werken
- Functies van geld:
 - I. Ruilmiddel
 - II. Rekenmiddel
 - III. Oppotmiddel
- Bruikbaarheid van geld:
 - I. Grote waarde vertegenwoordigen in kleine vorm
 - II. Makkelijk deelbaar
 - III. Niet bederfelijk
 - IV. Niet makkelijk na te maken

Intrinsieke waarde: waarde van het aanwezige materiaal

Nominale waarde: extrinsieke waarde (waarde die is aangegeven op de munt/het biljet)

Chartaal geld: munten en bankbiljetten

Giraal geld: opeisbare tegoeden bij banken waarmee de rekeninghouder betalingen kan doen.

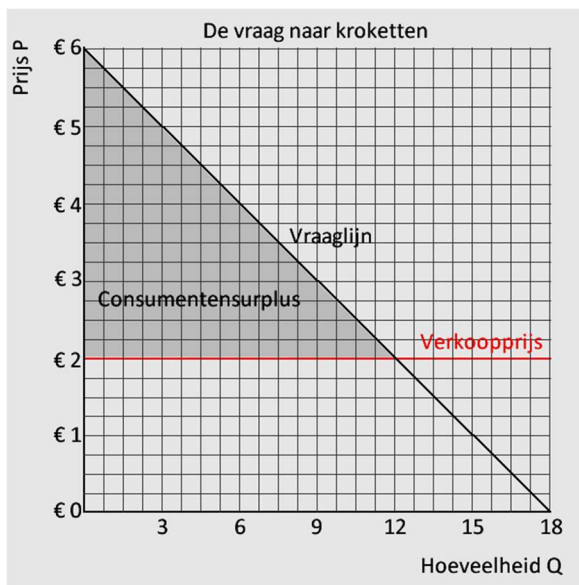
Belangrijke banken:

- Europese Centrale Bank – ECB
bepaalt hoeveel munten en biljetten in omloop worden gebracht
- De Nederlandsche Bank – DNB
brengt de munten en biljetten in omloop in Nederland (in opdracht van ECB)

Maatschappelijke geldhoeveelheid: chartaal geld + giraal geld = al het geld in omloop = al het geld in handen van het publiek (huishoudens en ondernemingen)

2. Consumentengedrag

2.1 Consumentensurplus en vraaglijn



<- voorbeeld

Consumentensurplus: hoeveel klanten bereid zijn om voor iets te betalen.

VB: Willem Peter Jan Junior heeft zin in een kroket, hij heeft hier € 2,50 voor over. Samantha Saviña Carola heeft ook zin in een kroket, hij heeft er € 1,50 voor over. De kroketten verkopen voor € 2. Willem Peter Jan Junior koopt in dit geval een kroket, dat is zelfs gunstig voor hem, omdat hij minder betaald als hij er voor over had.

Samantha Saviña Carola koopt geen kroket, omdat ze het te duur vindt.

Alle mensen die meer als € 2,- overhebben voor een kroket, kopen er een. Hoe lager de prijs van de kroket, hoe groter de vraag.

- Prijs daalt → consumentensurplus stijgt
- Prijs stijgt → consumentensurplus daalt

$$\text{Formule} = \frac{\text{lengte} \times \text{breedte}}{2}$$

Individuele vraaglijn/de vraagcurve: het verband tussen de prijs van een product en de gevraagde hoeveelheid

Collectieve vraaglijn: geeft de door alle consumenten gevraagde hoeveelheden van een bepaald product weer die bij verschillende prijzen worden gevraagd.

2.2 Vraagbepalende factoren

Factoren die de vraag van een product bepalen

- Besteedbaar inkomen
 - Noodzakelijke producten brood meer kopen bij gestegen inkomen
 - Inferieure producten kamperen minder kopen bij gestegen inkomen
 - Luxeproducten auto pas kopen vanaf drempelinkomen
- Voorkeur
- Prijzen van concurrerende producten
 - Substitutiegoederen kunnen elkaar vervangen Spa en AH water
Als de prijs naar het ene goed stijgt, stijgt de vraag naar het andere product
 - Complementaire goederen vullen elkaar aan inktpatronen en printers
- Aantal vragers
 - Aantal vragers bepaalt de totale vraag naar een product
- Verwachting
 - De verwachtingen van de toekomstige mogelijkheden beïnvloeden koopgedrag

Ceteris-paribusclausule: de veronderstelling dat de invloed van niet-bestudeerde verschijnselen onveranderd blijft.

De vraaglijn geeft het verband weer tussen de gevraagde hoeveelheden en de prijs. Als we veronderstellen dat alle overige factoren die de vraag kunnen beïnvloeden, ongewijzigd blijven, noemen we de *ceteris-paribusclausule*.

Vraagcurve/vraaglijn in algebraïsche vorm = vraagvergelijking:

$$Q_v = a_p + b$$

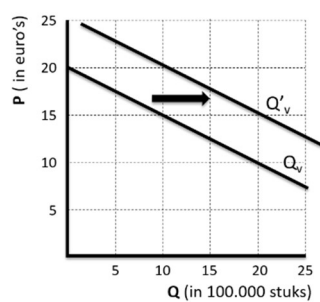
- – = negatief verband
- Q_v = gevraagde hoeveelheid
- P = prijs

Verandering van de prijs: ander punt op dezelfde vraaglijn (lijn verandert niet). Een verschuiving langs de vraaglijn

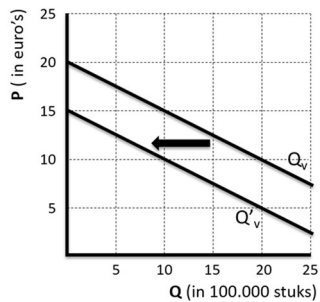
Positieve en negatieve verbanden:

Prijs daalt → vraag stijgt	→	positief verband
Prijs stijgt → vraag daalt	→	negatief verband

Verschuiving van de vraaglijn:



vraag vermindert



vraag neemt toe

Bij eenzelfde prijs (p constant) kunnen de volgende dingen veranderen

- Het aantal vragers
- De prijzen van andere goederen/diensten
- Het inkomen van de consument
- De behoeften/voorkeuren (alle andere factoren)

2.3 Prijselasticiteit van de Q_v

Prijselasticiteit: verandering van de gevraagde hoeveelheid bij verandering van prijs, uitgedrukt in procenten

$$E_v = \frac{\text{procentuele verandering van de gevraagde hoeveelheid (gevolg)}}{\text{procentuele verandering van de prijs (oorzaak)}}$$

Negatieve uitkomst want negatief verband tussen prijs (oorzaak) en vraag (gevolg)

Waarde	Aanduiding	Verandering QV	Voorbeeld
0 tot -1	Inelastisch	QV reageert nauwelijks op prijs	Prijs van printer stijgt, vraag naar printers daalt weinig
0	Volkomen inelastisch	QV reageert helemaal niet op prijs	Prijs kaas stijgt, vraag auto's blijft hetzelfde
< -1	Elastisch	QV reageert sterk op prijs	Prijs van buitenlandse reizen daalt, vraag naar buitenlandse reizen stijgt

Kruisprijselasticiteit van de vraag: voor complementaire goederen en substitutiegoederen

$$E_k = \frac{\text{procentuele verandering van de gevraagde hoeveelheid (gevolg)}}{\text{procentuele verandering van de prijs van een ander product (oorzaak)}}$$

Waarde	Type goed	Voorbeeld
< 0	Complementaire goederen	Prijs van printer daalt, vraag naar inkt stijgt
0	Geen verband	Prijs van CocaCola stijgt, vraag naar Pepsi stijgt
0 >	Substitutiegoederen	Geen verband tussen producten

2.4 De inkomenselasticiteit

Inkomenselasticiteit: procentuele verandering van de vraag (Q_v) in relatie tot een procentuele verandering van het inkomen.

$$E_y = \frac{\text{procentuele verandering van } Q_v \text{ (gevolg)}}{\text{procentuele verandering besteedbaar inkomen (oorzaak)}}$$

Goederen met positief verband

NOODZAKELIJKE GOEDEREN inkomensinelastisch (< 1)

verzadigingsinkomen = vanaf een bepaald verzadigingsinkomen = vanaf een bepaald y nemen de uitgaven niet meer toe. VB: brood

LUXE GOEDEREN inkomenselastisch ($1 >$)

drempelinkomen = vanaf een bepaald y nemen de uitgaven sterk toe. VB: luxe vakantie

Goederen met negatief verband

INFERIEURE GOEDEREN (< 0)

VB: speklappen

3. Producentengedrag

3.1 Omzet en kosten

Afzet: hoeveelheid verkochte artikelen in een bepaalde periode

Totale omzet/opbrengst: verkoopopbrengst, het totale geldbedrag dat voor de verkochte artikelen is ontvangen in een bepaalde periode.

$$\text{Omzet} = \text{afzet} \times \text{verkoopprijs}$$

$$TO = Q \times P$$

Gemiddelde opbrengst: behaalde omzet per verkocht product

$$GO = \frac{TO}{Q} = \frac{P \times Q}{Q}$$

Marginale opbrengst: extra opdracht bij uitbreiding van productie/verkoop met één stuk

$$MO = \frac{\text{verschil } TO}{\text{verschil } Q}$$

Totale kosten:

$$TO = TCK + TVK$$

Vaste kosten (TCK): constante kosten, niet afhankelijk van de productieomvang

Variabele kosten (TVK): kosten die afhankelijk zijn van de geproduceerde/afgezette hoeveelheid

Doelen van een bedrijf:

- Winst behalen
- Marktaandeel vergroten: geeft aan hoeveel procent van de totale omzet of afzet op een markt behaald wordt door een bedrijf
 - marktaandeel omzet = $\frac{\text{omzet eigen bedrijf}}{\text{totale omzet op markt}} \times 100$
 - marktaandeel afzet = $\frac{\text{afzet eigen bedrijf}}{\text{totale afzet op de markt}} \times 100$

BTW: belasting over de toegevoegde waarde, omzetbelasting (berekend met de omzet)

- 0% medische hulpgoederen die aan het buitenland verkocht worden
- 9% bijzonder tarief/laag tarief: basisbehoeften zoals eten, tijdschriften, kranten, etc
- 21% algemeen tarief: alle goederen die niet onder de bovenstaande vallen
- vrijstelling: onderwijs, bankdiensten, etc

$$\text{verkoopprijs} + \text{btw} = \text{consumentenprijs inclusief btw}$$

Regels die hierbij gelden

- berekening van de omzet = altijd exclusief btw
- bedrijven moeten btw in rekening brengen voor hun klanten
- d.w.z. de consumentenprijs = verkoopprijs inclusief btw
- Btw is geen kost of opbrengst → de consument betaalt het en het bedrijf draagt af. Bij de berekening van de omzet gaat het bedrijf daarom uit van omzet exclusief btw

Btw terugvragen

- De betaalde btw krijgen ondernemers terug van de Belastingdienst (aangekochte goederen = AK)
- De ontvangen btw moeten ondernemers afdragen aan de belastingdienst (verkochte goederen = VK)

Typen btw

- verschuldigde btw: ontvangen btw van klanten bij verkoop van producten
- aftrekbare btw: betaalde btw bij inkoop van producten bij leveranciers
- Het verschil (saldo) tussen de betaalde en ontvangen btw moet het bedrijf betalen/terugvorderen bij de OH
 - Betaalde btw (aftrekbare) > ontvangen btw (verschuldigde) = terugvorderen
 - ontvangen btw (verschuldigde) > betaalde btw (aftrekbare) = betalen/afdragen

3.2 Break-evenanalyse

Break even point (BEP): het punt waarbij de totale kosten gelijk zijn aan de totale opbrengsten.
Bij break even geldt $TO=TK$

Break even point (BEA): de afzet bij $TO=TK$

Break even omzet (BEO): de omzet waarbij $TO=TK$

Totale winst = totale opbrengsten – totale kosten

$TW = TO - TK$

3.3 Maximale winst

Totale winst: $TW = TO - TK$

Gemiddelde winst: $GW = \frac{TW}{Q} = GO - GTK$

Marginale winst: $MW = \frac{\text{verschil } TW}{\text{verschil } Q} = MO - MK$

Winst is maximaal bij de afzet (Q) of productie waarbij $MO=MK$ of $MW=0$

3.4 Prijs, aanbod en consumentensurplus

De **individuele aanbodlijn** geeft het verband weer tussen de prijs van een product en de aangeboden hoeveelheid door een producent

De **collectieve aanbodlijn** legt het verband weer tussen de prijs van een product en de hoeveelheden die alle ondernemingen samen op de markt aanbieden.

Aanbodcurve/aanbodlijn in algebratische vorm = aanbodvergelijking

Verschuivingen op en langs de vraaglijn:

Verschuiving langs de vraaglijn

Als de P van een product verandert → ander punt op dezelfde vraaglijn (lijn verandert niet). Dit is een verschuiving **langs** de aanbodlijn

Prijs daalt → aanbod daalt

Prijs stijgt → aanbod stijgt

→ **positief verband**

We bekijken alleen naar het verband tussen P en Q

Alle andere factoren zijn constant

Verschuiving op de vraaglijn

Aanbodlijn gaat naar rechts → aanbod stijgt

Aanbodlijn gaat naar links → aanbod daalt

*De volgende factoren kunnen een verschuiving **op** de vraaglijn beïnvloeden:*

- I. Het aantal aanbieders
- II. Productietechnieken
- III. Prijzen van productiefactoren
- IV. Overige factoren, zoals weer

Consumentensurplus:

Het verschil tussen de marktprijs en de verkoopbereidheid'

Prijs daalt → consumentensurplus daalt

Prijs stijgt → consumentensurplus stijgt

→ een positief verband

- verkoopbereidheid bedrag dat een verkoper minimaal wil ontvangen voor een product.

4. Volledige mededinging

4.1 Marktvorm en volledige mededinging

Op de markt worden vraag en aanbod met elkaar geconfronteerd en er vindt prijsvorming plaats.

- Vraag van consumenten: hoeveel willen ze kopen bij een bepaalde prijs?
- Aanbod van producenten: hoeveel willen ze aanbieden tegen een bepaalde prijs?
- **Marktmechanisatie = het vrije spel van vraag & aanbod**

Concrete markt: een echte markt, zoals die in Geleen met ruil als doel

Abstracte markt: geen echte markt, het samenhangend geheel van vraag naar en aanbod van een bepaald product. We kijken naar alle factoren die van invloed zijn op de prijsvorming van een bepaald product.

Marktvormen/marktstructuren onderscheiden we aan de hand van:

Aantal aanbieders?

- één alleenrecht dus prijszetter
- enkele houden elkaar scherp in de gaten en reageren op elkaars acties
- veel niemand kan de prijzen beïnvloeden

Aard van het verhandelde product

- homogeen: geen onderscheid tussen een product (identiek), zoals bij eieren of melk
- heterogeen: onderscheid tussen verschillende productvarianten (merk), zoals chocolade of cola

Marktvormen/marktstructuren

- Perfect werkende markt
 - **volledige mededinging** = volkomen concurrentie
 - veel aanbieders
 - homogeen product
 - geen elke individuele aanbieder kan de prijs beïnvloeden
- Niet-perfect werkende markt
 - **monopolie**
 - één aanbieder
 - homogeen product
 - *Zoals treinvervoer*
 - **Oligopolie**
 - enkele aanbieders
 - heterogeen product
 - Zoals supermarkten*
 - **Monopolistische concurrentie**
 - veel aanbieders
 - heterogeen product
 - Zoals kledingwinkels*
 - Individuele aanbieders kunnen de prijs beïnvloeden

4.2 Evenwichtsprijs- en hoeveelheid

Vraag:

Waarom heeft een product een bepaalde prijs en hoeveel producten worden er voor die prijs verhandeld?

Het antwoord is de evenwichtsprijs en evenwichtshoeveelheid...

Evenwichtshoeveelheid:

De afzet waar evenveel producten worden aangeboden dan gevraagd, bij de evenwichtshoeveelheid hoort de...

Evenwichtsprijs/marktprijs:

Dit is de prijs van een product waarbij er even veel wordt gevraagd als aangeboden.

- komt tot stand als vraag en aanbod elkaar vinden
- op perfect werkende markten worden de producten altijd tegen de evenwichtsprijs verkocht, hierdoor ontstaat concurrentie

De vraag: alle gevraagde hoeveelheden die bij verschillende prijzen worden gevraagd (vraagvergelijking of in grafische termen vraaglijn)

De gevraagde hoeveelheid: de hoeveelheid die bij een bepaalde prijs wordt gevraagd (Q_v)

Het aanbod: alle hoeveelheden die bij verschillende prijzen worden aangeboden (aanbodvergelijking of in grafische termen aanbodlijn)

De aangeboden hoeveelheid: de hoeveelheid die bij een bepaalde prijs wordt aangeboden (Q_a)

Toe- en afname van de vraag:

Voorbeelden toename van de vraag bij elke prijs (verschuiving naar [rechts](#))

- totaal aantal vragers, kopers, consumenten
- toename besteedbaar inkomen
- toename behoefte van het product
- verbetering kwaliteit
- stijging prijzen van concurrerende producten
- dalende rente (sparen minder aantrekkelijk en lenen goedkoper → vraag kan stijgen)

Bij afname van de vraag bij elke prijs = verschuiving naar [links](#)

Toe- en afname van het aanbod:

Voorbeelden toename van het aanbod bij elke prijs (verschuiving naar [rechts](#))

- het aantal aanbieders, producenten, verkopers
- toename productiviteit
- daling loonkosten en grondstofkosten per product

Bij afname van het aanbod bij elke prijs = verschuiving naar [links](#)

4.3 Marktevenwicht en bedrijfsevenwicht

Aanbod op korte termijn

De individuele aanbieder streeft naar TW_{MAX} dus als de variabele kosten recht evenredig verlopen, zal hij de hoeveelheid aanbieden die past bij zijn productiecapaciteit.

Aanbod op lange termijn

De winst van de individuele aanbieders zal nieuwe toetreders trekken → totale aanbod stijgt
→ prijsdaling → inkomen van individuele aanbieders neemt af → zolang er inkomen (winst) overblijft zullen de aanbieders blijven produceren → ... → geen winst meer? **bedrijfsevenwicht**

4.4 Het economisch surplus en volledige mededinging

Hoe beïnvloeden prijzen de verdeling van het economisch surplus?

In het **Pareto-optimum** is een verbetering voor niemand toegankelijk totdat dit ten koste gaat van een ander. De markt is dan in evenwicht en de som van het producentensurplus en consumentensurplus is maximaal → de efficiency is hier optimaal.

Optimale allocatie van middelen komt voor op een markt van volkomen concurrentie met vrije marktwerking. Hierbij is het surplus maximaal. De productiefactoren worden dan op de meest efficiënte manier gebruikt voor de productvoorziening. Kenmerken:

- som van PS+CS is maximaal
- Productie is zo groot mogelijk
- Prijzen zijn zo laag mogelijk
- PF worden gebruikt conform de vraag naar eindproducten
- Marktprijs komt overeen met de MK van de marginale aanbieder

LET OP: Wanneer een van de partijen beschikt over mogelijkheden om de prijs te beïnvloeden, is er sprake van marktmacht en gaat er economisch surplus verloren = **Deadweight loss** =

Harbergerdriehoek → we spreken dan van een sub-optimale verdeling

Tekortkomingen van volledige mededinging:

- **Inkomensverdeling:** volledige mededinging = maximaal economisch surplus, maar zegt niks over de verdeling van dit surplus
- **Negatieve en positieve externe effecten:** effecten die de welvaart van de ene partij onbewust verhogen/verlagen door het vergroten van de eigen welvaart.
- **Toekomstige generaties:** bv. overbevissing
- **Trage aanpassing van productie**