

Samenvatting markt & overheid LWEO | 4 & 5 HAVO | 5e druk

Hoofdstuk 1: De telefoniemarkt

Volkomen Concurrentie

Kenmerken:

- **Groot aantal aanbieders:** Veel aanbieders met weinig marktmacht. Ze passen hun aanbod aan, gebaseerd op de prijs.
- **Homogeen product:** Producten zijn identiek in de ogen van de consument. Voor de consument maakt het niet uit van welke aanbieder het product komt.
- **Transparante markt:** Zowel aanbieders als vragers zijn volledig geïnformeerd over het aanbod en de prijzen. Er is één laagste prijs.
- **Vrije toe- en uittreding:** Geen belemmeringen voor bedrijven om de markt te betreden of te verlaten.

Vraag en Aanbod

- **Aanbodlijn:** Toont het verband tussen de prijs en de aangeboden hoeveelheid. Kan verschuiven door meer aanbieders of kostenverlagingen.
- **Vraaglijn:** Toont het verband tussen de prijs en de gevraagde hoeveelheid. Veroorzaakt door veranderingen in inkomen, prijzen van substitutie- en complementaire goederen, behoeften, en het aantal vragers.

Invloeden op de vraaglijn:

- Stijging inkomen: Meer vraag bij dezelfde prijs.
- Stijging substitutiegoed: Meer vraag naar het product.
- Stijging complementair goed: Minder vraag naar het product.
- Toename behoefte: Meer vraag.
- Meer vragers: Meer vraag.

Prijselasticiteit van de Vraag

- **Formule:** $E_v = \frac{\text{Procentuele verandering van de vraag}}{\text{Procentuele verandering van de prijs}}$
- **Betekenis:** Hoe sterk de vraag reageert op prijsveranderingen.

Marktmechanisme

- **Werking:** De prijs wordt bepaald door vraag en aanbod. Veranderingen in vraag en aanbod leiden tot nieuwe evenwichten en prijsaanpassingen.
- **Producentensurplus:** Winst voor producenten stijgt bij toenemende vraag en daalt bij afnemende vraag.
- **Effect op productie:** Bedrijven passen hun productie aan om kosten te minimaliseren, bijvoorbeeld door kapitaalintensiever te produceren of naar lagelonenlanden te verhuizen.

Kostprijs en Winst

- **Break-evenafzet:** Minimale hoeveelheid producten die verkocht moet worden om geen verlies te lijden.
- **Formule:** TO (Totale Omzet) = TK (Totale Kosten). $P \times q = TCK + TVK$.
- **Totale Winst:** $TW = TO - TK$.
- **Marginale Opbrengst (MO) en Kosten (MK):** Winst is maximaal als $MO = MK$.

Kostenstructuur

- **Gemiddelde Totale Kosten (GTK):** $GTK = TK/q$.
- **Variabele Kosten:** Kunnen proportioneel, progressief of degressief zijn.
- **Marginale Kosten:** Als $MK < GVK$, dalen de gemiddelde variabele kosten (degressie). Als $MK > GVK$, stijgen ze (progressie). Als $MK = GVK$, zijn ze proportioneel.
- **Gemiddelde Opbrengst (GO):** $GO = TO/q$. Op een markt van volledige mededinging geldt $P = GO = MO$.

Hoofdstuk 2: Van volledige mededinging naar monopolie

Onvolkomen Concurrentie en Monopolie

Onvolkomen Concurrentie:

- Ontstaat wanneer de markt niet voldoet aan de voorwaarden van volkomen concurrentie.
- Monopolie is een extreme vorm, waar één enkele aanbieder de markt beheerst.

Monopolist:

- Alleenheerser op de markt, heeft grote invloed op de prijs.
- Macht is echter beperkt door de betalingsbereidheid van consumenten, zichtbaar in de collectieve vraaglijn.

Prijszetting:

- Als de prijs te hoog is, daalt de afzet omdat consumenten minder bereid zijn om te kopen.
- Collectieve vraaglijn is tevens de prijsafzetlijn; toont hoeveel de monopolist kan verkopen bij verschillende prijzen.

Octrooi (Patent):

- Geeft bedrijven jarenlang het alleenrecht op een uitvinding, waardoor zij monopolist worden.

Opbrengsten en Doelstellingen

- **Gemiddelde Opbrengst (GO):** $GO = P$ (Prijs).
- **Totale Opbrengst (TO):** $TO = GO \times q$ (Aantal verkochte producten).
- **Marginale Opbrengst (MO):** Verandering in omzet door verkoop van één extra product.

Doelstellingen van een Monopolist:

1. **Maximale omzet:** Bij $MO = 0$.
2. **Kostendekking:** Waarbij TO gelijk is aan TK (break-evenafzet).
3. **Maximale totale winst:** Wanneer $MO = MK$ (Marginale Kosten).

Totale Winst (TW):

- **Formule:** $TW = TO - TK$ of $TW = (GO - GTK) \times q$.
- Winst neemt toe zolang $MO > MK$ en af bij $MO < MK$. Winst is maximaal bij $MO = MK$.

Toetreding van Concurrenten:

- Hoge winst kan nieuwe concurrenten aantrekken.
- Hoge investeringen vormen een drempel voor toetreding.

Prijsdiscriminatie

Definitie:

- Monopolist rekent verschillende prijzen aan verschillende groepen consumenten voor hetzelfde product.

Voorwaarden:

- Deelmarkten moeten strikt gescheiden zijn.
- Consumenten van de ene deelmarkt mogen niet tegen de prijs van een andere deelmarkt kopen.

Voorbeeld:

- Treinkaartjes voor jongeren (12-18 jaar) kosten €7,50, wat lager is dan voor andere reizigers.

Voordeel voor Producent:

- Door verschillende prijzen te hanteren, kan de producent het consumentensurplus afromen, wat leidt tot hogere opbrengsten.

Hoofdstuk 3: Oligopolie en Monopolistische Concurrentie

Oligopolie

Kenmerken:

- Marktaandeel: Procentuele aandeel van afzet of omzet van een bedrijf in de totale markt.
- Beperkt aantal aanbieders, vaak met groot marktaandeel.
- Duopolie: Markt met slechts twee aanbieders.

Toetredingsbarrières:

4. **Schaalvoordelen:** Grote investeringen nodig, hoge constante kosten.
Voorbeeld: Mobiele telefonie.
5. **Hoge aanvangsinvesteringen en verzonken kosten:** Dure investeringen die niet terugverdiend kunnen worden als de activiteit wordt gestaakt.
6. **Octrooien:** Alleenrecht op commerciële gebruik van een uitvinding.

Marktgedrag van Oligopolisten:

- **Reclame maken.**
- **Overname van concurrenten.**
- **Prijsstrategie:** Kan leiden tot prijzenoorlog, waarbij winnaars marktaandeel winnen en verliezers failliet kunnen gaan.
- **Productdifferentiatie:** Door eigen kenmerken toe te voegen aan producten, ontstaat ruimte om prijzen te verhogen.
- **Samenwerking:** Kartelvorming (verboden en bestraft door de overheid).

Homogeen en Heterogeen Oligopolie:

- **Homogeen Oligopolie:** Enkele aanbieders, identieke producten.
- **Heterogeen Oligopolie:** Aanbieders met eigen klantenkring, producten zijn substitueerbaar. Prijsstarheid kan voorkomen door concurrentiegevoeligheid.

Prijsafspraken:

- **Prijskartel:** Verboden afspraken tussen aanbieders om prijzen te manipuleren.
- **Prijsleider:** Een bedrijf dat de marktprijzen beïnvloedt door prijsveranderingen door te voeren (bijvoorbeeld Shell bij benzine, Albert Heijn bij supermarkten).

Monopolistische Concurrentie

Kenmerken:

- Veel aanbieders, heterogene producten.
- Productdifferentiatie om een eigen klantenkring op te bouwen.
- Aanbieder is beperkt prijszetter binnen zijn klantenkring.

Overeenkomst met andere marktvormen:

- **Met volkomen concurrentie:** Veel aanbieders.
- **Met monopolie:** Binnen klantenkring als monopolist, beperkte prijszetter.

Toetreding en Invloed op Lange Termijn:

- Nieuwe aanbieders imiteren succesvolle producten, waardoor winst op lange termijn kan afnemen.

Unieke Vraaglijn:

- Elke aanbieder heeft een eigen vraaglijn door productdifferentiatie.

Overeenkomsten en verschillen tussen marktstructuren

Marktstructuur	Aantal aanbieders	Transparantie	Toetreding	Soort product
Volkomen concurrentie	Veel	Goed	Gemakkelijk	Homogeen
Monopolistische concurrentie	Veel	Slecht	Gemakkelijk	Heterogeen
Oligopolie	Weinig	Slecht	Moeilijk	Homogeen/ Heterogeen
Monopolie	Één	Slecht	Moeilijk	-

Speltheorie

Gevangenendilemma:

- Simultaan spel waarbij dominante strategie niet tot beste gezamenlijke uitkomst leidt.

Herhaald Spel:

- Uitkomst kan veranderen bij herhaling, samenwerken kan meer opleveren.

Sequentieel Spel:

- Beslissingen worden na elkaar genomen, weergegeven in een spelboom.

Ultimatum Spel:

- Voorbeeld van niet-rationeel maar voorspelbaar gedrag, zoals het delen van een geldbedrag.

Hoofdstuk 4: De Markt Levert Niet Altijd de Juiste Prijs

Marktfalen en Overheidsingrijpen

Marktfalen: Wanneer de overheid de prijsvorming sociaal onwenselijk vindt.

7. Maximumprijs:

- Wordt ingesteld als de prijs te hoog is.
- Ligt onder de evenwichtsprijs.
- Leidt tot vraagoverschot of aanbodtekort.

8. Minimumprijs:

- Garandeert producenten een redelijk inkomen.
- Ligt boven de evenwichtsprijs.
- Leidt tot aanbodoverschot.
- Oplossing: Overheid koopt overschot op of voert een quotumsysteem in.

Heffingen en Subsidies:

- **Heffingen (zoals accijns):** Verhogen de prijs van schadelijke producten (bijv. sigaretten) om consumptie af te remmen.
- **Subsidies:** Verlagen de prijs van producten om consumptie te stimuleren.

Loonvorming en Werkgelegenheid

Minimumloon:

- Bedoeld om werknemers een redelijk inkomen te garanderen.
- Instelling leidt tot:
 - Daling vraag naar arbeid.
 - Toename aanbod van arbeid.
 - Gevolg: Werkloosheid en welvaartsverlies.

Vaste Contracten vs. Flexwerkers:

- **Vaste contracten:**
 - Bieden inkomenszekerheid.
 - Moeilijker ontslagen.
 - Recht op ontslagvergoeding en werkloosheidsuitkering.

- **Flexwerkers:**
 - Meer onzekerheid in werkuren en inkomen.
 - Groter risico op ontslag.
 - Geen recht op ziekte- of werkloosheidsuitkering.
 - Weinig tot geen pensioenopbouw.

Arbeidscontracten en Arbeidsvoorwaarden

Individueel Arbeidscontract:

- Rechten en plichten van werknemer en werkgever.
- **Primaire arbeidsvoorwaarden:** Loon en arbeidstijd.
- **Secundaire arbeidsvoorwaarden:** Onkostenvergoedingen, vakantieregelingen, etc.

Collectieve Arbeidsovereenkomst (cao):

- Geldt voor alle werknemers in een bedrijfstak.
- Onderhandeld door vakbonden en werkgeversbonden.
- **Zelfbinding:** Vakbonden gebruiken dit om stakingen te organiseren.
- **Meeliftersgedrag:** Niet-leden profiteren van cao zonder contributie te betalen.
- **Organisatiegraad:** Percentage werknemers in vakbond of bedrijven in werkgeversbond.
- **Collectieve dwang:** Verplichting om lid te worden van vakbond om meeliftersgedrag te voorkomen.

Hoofdstuk 5: De Overheid Bemoeit Zich Ermee

Toezicht en Marktregulatie

Toezichthouders:

- Onafhankelijke instituten die wetten en regels handhaven.
- Doel: Voorkomen van verstoringen van de vrije markt.

Fusies en Overnames:

- **Fusie:** Bedrijven vormen samen een nieuw bedrijf.
- **Overname:** Sterk bedrijf koopt zwakker bedrijf op.
- **Gevolg:** Concentratie van marktmacht, meer controle over prijzen.

Octrooirecht en Innovatie

Octrooi:

- Garandeert exclusief gebruik van een uitvinding.
- Stimuleert innovatie maar kan ook marktfalen veroorzaken door hoge prijzen, vooral bij medicijnen.

Freeridersgedrag en Collectieve Voorzieningen

Freeridersgedrag:

- Producenten profiteren van collectieve voorzieningen zonder bij te dragen.
- Risico: Voorzieningen worden niet gerealiseerd door gebrek aan bijdragen.
- Oplossing: Contracten, collectieve dwang (wetgeving, belastingen).

Collectieve Goederen:

- Niet uitsluitbaar en niet rivaliserend.
- Markt faalt bij levering ervan; overheid produceert en financiert via belastingen.

Externe Effecten en Marktcorrecties

Negatieve Externe Effecten:

- Niet meegenomen in prijsberekeningen leiden tot overproductie.
- Overheid kan verbieden of heffingen instellen om te internaliseren.

Positieve Externe Effecten:

- Onderproductie door markt, leidt ook tot marktfalen.
- Stimuleren van productie via beloningen of subsidies.

Innovatie en Concurrentie

Innovatie:

- **Procesinnovatie:** Efficiënter produceren.
- **Productinnovatie:** Nieuwe of verbeterde producten.

Hoofdstuk 6: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

Definitie van MVO

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO):

- Bedrijven streven naar winst met aandacht voor effecten op mens en milieu.
- Drie pijlers: People, Planet, Profit.

People: Mensenrechten en Personeelsbeleid

Binnen het bedrijf:

- Hoe behandelt het bedrijf zijn personeel? Nadruk op arbeidsvoorwaarden, werkomstandigheden.

Buiten het bedrijf:

- Behartiging van mensenrechten in de hele productieketen.

Planet: Milieu-impact van Productie

- Evaluatie van milieu-effecten tijdens productieprocessen.
- Focus op duurzaamheid om milieu-impact te minimaliseren.

Profit: Winstgevendheid en Ethiek

- Niet alleen winst, maar ook hoe die winst wordt behaald.
- Gebruik en bestemming van winst reflecteren MVO-principes.

Duurzaamheid en Welvaart

- Duurzaamheid in productie voorkomt uitputting van hulpbronnen voor toekomstige generaties.
- Balans tussen productie en duurzaamheid: welvaart kan ook stijgen door minder te produceren en consumeren.