**Samenvatting Economie Hs 1**

**1.1**

Economie= de behoeften die mensen hebben en de keuzes die zij maken om in hun behoeften te voorzien.

Behoeften= alles wat je nodig hebt of graag wilt hebben.

Primaire behoeften= alle noodzakelijke levensbehoeften zoals, kleding, voedsel en woonruimte.

Secundaire behoeften= alle overige behoeften die je hebt om je leven beter of prettiger te maken.

Grens tussen primaire en secundaire behoeften is klein.

Door technologische ontwikkelingen komen er telkens nieuwe producten op de markt. Hierdoor hebben mensen andere behoeften dan 50 jaar geleden.

e-commerce= de koop en verkoop via internet.

Middelen= dingen die je nodig om in je behoeften te voorzien. De belangrijkste zijn tijd en geld.

Schaars is niet hetzelfde als zeldzaam in de economie. Brood is niet zeldzaam, er is er veel van, maar het wel schaars want je moet er moeite voor doen, het is er niet zomaar zoals zonlicht.

Schaars= als iets er niet vanzelf, zonder inspanningen, voldoende van is om alle behoeften te vervullen.

Vrije goederen= goederen die vrij beschikbaar zijn en er dus geen middelen voor nodig om ze te verkrijgen. Je hoeft er dus niet voor betalen.

Prioriteiten stellen= je kiest welke behoeften voor jou het belangrijkst zijn.

Welvaart= de mate waarin je in je behoeften kunt voorzien.

Je welvaart neemt toe als je inkomen stijgen, je kan dan meer kopen om in je behoeften te voorzien.

Zelfvoorziening= je voorziet in je behoefte aan goederen of diensten zonder die te kopen. Bijvoorbeeld als je zelf een taart bakt in plaatst van een taart te kopen in de winkel.

**1.2**

Consument= iemand die goederen of diensten koopt om in zijn behoeften te voorzien.

Koopgedrag= wat je als consument koopt, hoeveel je eraan uitgeeft, waar je iets koopt, of je wel of geen merken koopt, zegt allemaal iets over je koopgedrag.

Sociale beïnvloeding= als je iets koopt omdat vrienden of familie er zo enthousiast over zijn.

Commerciële beïnvloeding= als je iets koopt omdat een verkoper je overhaalt omdat je er een reclame van gezien hebt.

Iets is commercieel als er een bedrijf achter zit dat eraan wil verdienen.

Marketing= alles wat bedrijven doen om hun product te verkopen.

Marketingmix= de 6 P’s (marketinginstrumenten).

* Productbeleid= wat wordt er verkocht? Vooral gebruiks- of verbruiksgoederen? Welke merken? Welke soorten of smaken? De verpakking hoort ook bij het productbeleid.
* Prijsbeleid= welke prijs heeft het product? Een hoge prijs omdat het product een luxere uitstraling heeft? Of juist een lage prijs om concurrenten slimmer af te zijn? Kortingsacties horen ook bij het prijsbeleid.
* Plaatsbeleid= waar is het product te koop, in een winkel, op internet of allebei? Op wat voor locatie is de winkel? In een dure winkelstraat of in the middle of nowhere?
* Promotiebeleid= hoe brengt de fabrikant of winkelier zijn producten onder de aandacht van de koper? Via een tijdschrift, tv reclame, billboard, advertentie etc?
* Personeelsbeleid= wat voor mensen werken er? Zijn deskundig? Zijn ze vriendelijk en beleefd? Zij ze gericht op service? Zoeken ze contact met de klant?
* Presentatiebeleid= hoe presenteert de winkelier zijn producten? Hoe staan ze uitgestald in de etalage of in de winkel?

Reclame= bedoeld om je aandacht te vestigen op een product of boodschap.

Commerciële reclame= heeft als doel meer producten of diensten te verkopen.

Kun je onderverdelen in informatieve reclame en merkreclame.

Informatieve reclame= geeft vooral informatie over de eigenschappen en de prijs van een product.

Merkreclame= heeft als doel de merknaam bekender te maken, zodat zo veel mogelijk mensen die onthouden.

Ideële reclame= heeft als doel het gedrag van mensen te beïnvloeden.

Dit soort reclame komt niet van bedrijven en is niet gericht op het verkopen van producten.



Bij productbeleid spelen merken een grote rol.

A-merk= algemeen bekend (bijvoorbeeld coca cola), heeft een goede naam en straalt kwaliteit uit.



B-merk= minder bekend is minder bekend en goedkoper. De kwaliteit hoeft niet minder te zijn dan van een A-merk.



Huismerken= merken die alleen bij een bepaalde winkelketen te koop zijn.

Doelgroep= een groep consumenten voor wie een product of boodschap bedoeld is.

Voor veel bedrijven zijn jongeren een belangrijke doelgroep. Waarom? We hebben veel geld te besteden en hebben thuis veel invloed op de boodschappen. Ze willen ook jongeren als klant behouden want: eenmaal klant, altijd klant!

**1.3**

Nibud= het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting. Geeft voorlichting over hoe je je uitgaven en inkomsten op elkaar kunt afstemmen.

Budgetteren= hoe je je uitgaven en inkomsten op elkaar kunt afstemmen.

Begroting= een overzicht van je verwachte inkomsten en uitgaven voor de komende periode.

Als je ziet aankomen dat je geld te kort komt, kun je bezuinigen, dus minder uitgeven. Je kan je inkomsten ook vergroten, dus meer geld verdienen. Als je niet anders kan, kan je ook geld lenen, maarrr, dat kost ook geld!

Drie soorten inkomens:

1. Inkomen uit arbeid= je wordt beloond voor het werk dat je doet. Als werknemer krijg je loon, salaris. Als je zelf een bedrijf hebt, is de winst van het bedrijf je inkomen.
2. Inkomen uit bezit= als je een vakantiehuis bezit, kun je die verhuren. Heb je geld op je spaarrekening, dan krijg je rente.
3. Overdrachtsinkomen= hiervoor hoef je geen tegenprestatie te leveren. Het geld dat verdiend is door de een (bijv je ouders), die het vervolgens afstaan aan anderen (voor jou als zakgeld). Werkenden betalen over hun inkomen belastingen en premies. Van dat geld betaalt de overheid uitkeringen.

Inkomen in natura= wanneer je niet krijgt uitbetaald in geld, maar in de vorm van goederen of diensten.

Het Nibud geeft advies om je uitgaven in te delen in:

1. Huishoudelijke uitgaven: alledaagse uitgaven voor je huishouden; in de supermarkt voor je boodschappen, voor je make-up en parfum (persoonlijke verzorging), cadeautjes, maar ook uitgaan. Dit noem je ook dagelijkse uitgaven. Je beslist telkens of je er geld aan uitgeeft.
2. Vaste lasten= uitgaven die je met een vaste regelmaat moet betalen, zoals gas en elektra, verzekeringen en (telefoon)abonnementen. Je zit aan deze uitgaven vast.
3. Incidentele uitgaven= grote uitgaven die je niet zo vaak doet en niet met een vaste regelmaat. Vakantie uitgaven, nieuwe kleding of een nieuwe wasmachine. Hiervoor kun je het best geld opzijzetten.

Reserveren= je zet geld opzij waarvan je later bepaalde uitgaven kunt betalen. Dit is vooral handig voor incidentele uitgaven. Dit bereken je zo: reservering per maand= bedrag wat je nodig hebt : (gedeeld door) aantal maanden.

**1.4**

Koopkracht= de hoeveelheid goederen en diensten die je met je inkomen kunt kopen. Stijgt je loon in procenten meer dan de prijzen in de winkel? Dan neemt je koopkracht toe en dan kan je meer in je behoeften voorzien dus je welvaart neemt dan ook toe.

CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek)= verzamelt informatie over, onder andere, de economische veranderingen. Ze onderzoeken elke maand hoeveel de prijzen stijgen of dalen. Met die gegevens bereken ze de inflatie.

Inflatie= een algemene stijging van de prijzen.

Gevolg is dat je voor hetzelfde bedrag minder kunt kopen. Geld wordt dan minder waard. Blijven je inkomen gelijk? Dan daalt, door de inflatie, je koopkracht.

Deflatie= een algemene prijsdaling.

Indexcijfer= laat een procentuele verandering zien ten opzichte van een afgesproken periode.

Basisjaar= de afgesproken periode.

De gegevens in het basisjaar krijgen altijd het indexcijfer 100.