**Lesbrief Vervoer Economie
Hoofdstuk 2
-Marktaandeel** = Het marktaandeel geeft weer welk deel van de totale markt in handen is van een onderneming. Het marktaandeel kan worden weergegeven in een percentage van de verkochte aantallen of in een percentage van de totale omzet. Degene met het grootste marktaandeel is marktleider.

>Bedrijven kunnen hun marktaandeel uitbreiden door klanten af te snoepen van hun concurrenten of door concurrenten over te nemen.

*Marktaandeel van de afzet* = **afzet** van een onderneming : afzet van een totale markt x 100%

-**Afzet** = Het aantal verkochte producten.

-**Constante kosten** **(= vaste kosten) =** Kosten die niet veranderen als de omvang van de productie/afzet verandert.

**-Variabele kosten** = Kosten die veranderen als de productieomvang verandert.

>De constante & variabele kosten zijn samen de totale kosten.

-**Totale kosten** = De som van de totale constante (TCK) en de totale variabele kosten (TVK).

>Het doel van een onderneming is het behalen van winst. De **totale winst** is te berekenen door de totale opbrengst te verminderen met de totale kosten.

**-Totale winst** =Het verschil tussen de totale opbrengst (TO) en de totale kosten (TK).

-**Break-evenpunt** = Het punt waar de lijn van de totale opbrengst de lijn van de totale kosten snijdt. Ook wel wanneer de totale opbrengst gelijk is aan de totale kosten. Ook is de totale winst dan nul.

**-Break-evenafzet =** De afzet waarbij de totale opbrengst gelijk is aan de totale kosten: er wordt geen winst gemaakt.

-**Break-evenomzet** = De omzet waarbij de totale opbrengst gelijk is aan de totale kosten.

-**Gemiddelde kosten** = De kosten per product. Je berekent de gemiddelde kosten door de totale kosten te delen door de productieomvang.  **-Productiecapaciteit =** De hoeveelheid goederen die een land of een bedrijf maximaal kan produceren in een periode (meestal een jaar).

-**Marginale opbrengst** = De extra opbrengst als de productie (en afzet) met één product wordt uitgebreid.

-**Marginale kosten** = De extra kosten als de productie met één product wordt uitgebreid.

>De totale winst stijgt zolang de marginale opbrengst van dit product groter is dan de marginale kosten. Als bij uitbreiding van de productie de marginale kosten groter is dan de marginale opbrengst neemt de totale winst af.

>De maximale totale winst wordt behaald als de marginale opbrengst (**MO)** gelijk is aan de marginale kosten **(MK)**.

*Gtk x q = Tk, Gtk = Tk : q*

**Hoofdstuk 3**
>In Nederland moet elke auto voordat hij de weg op gaat, verzekerd zijn voor wettelijke aansprakelijkheid (WA). Het gaat daarbij om de schade die de verzekerde bij andere weggebruikers veroorzaakt. Het kan materiele schade aan het voertuig zijn maar ook schade door het toebrengen van lichamelijk letsel.

>Veel mensen houden niet van risico’s en onverwachte vervelende gebeurtenissen. Dit noemt men **risico-aversie**.

-**Risico-aversie** = Een hekel hebben aan het lopen van risico, uit angst voor onverwachte nadelige gebeurtenissen.

>Werknemers zijn **verzekerd** door het risico dat ze inkomen missen als ze door ziekte niet kunnen werken. Ook zijn ze verzekerd als ze door ontslag geen werk en geen inkomen hebben.

-**Verzekering** = Overeenkomst tussen een verzekeraar en een verzekerde waarbij de verzekerde een bedrag betaalt aan de verzekeraar die in ruil hiervoor de garantie geeft dat in geval van schade de verzekerde deze schade vergoed krijgt.

>Het bedrag dat de verzekerde periodiek voor de verzekering betaalt, is de **premie** of verzekeringspremie.

>De vraag naar verzekeringen is afhankelijk van de risico-aversie bij de consument. Hoe groter de aversie tegen risico hoe eerder de consument een verzekering zal afsluiten. Daarnaast speelt ook de premie van de verzekeringen een belangrijke rol. Hoe hier de prijs des te minder de vraag.

>Ook het inkomen van de consument is van invloed op de vraag naar verzekeringen. Mensen met een laag inkomen kunnen zich niet tegen alles verzekeren vanwege de premiekosten. Mensen met een heel hoog inkomen hoeven zich niet te verzekeren, omdat ze de schade zelf gemakkelijk kunnen dragen.

>De hoogte van de premie is gebaseerd op de kans dat er schade optreedt en op de hoogte van de verwachte schade.

*Premie = kans op schade x de gemiddelde hoogte van de verwachte schade*

>Een verzekeraar baseert zijn premie op het gemiddeld risico op schade binnen de groep verzekerden. Daarnaast rekent hij een opslag voor administratiekosten en een winstopslag. De verzekeraar weet echter niet precies welke mensen een hoog risico hebben welke mensen een laag risico. Als iedereen evenveel premie betaalt, hebben mensen met een hoog risico meer aan een verzekering dan mensen met een laag risico.

>Bij sommige verzekeringen is het zo dat de hoge risico’s veel uitgekeerd krijgen en de lage risico’s weinig. Dat kan ertoe leiden dat mensen met een laag risico zich niet langer verzekeren, omdat de opbrengst van de verzekering niet opweegt tegen de kosten ervan. Het gevolg is dat alleen de slechte risico’s zich blijven verzekeren. Hierdoor stijgt het gemiddelde risico en dus de uitkeringen voor de verzekeraar. De verzekeraar zal de premie verhogen, waardoor er nog meer mensen hun verzekering opzeggen.

>De lagere risico’s verwachten goedkoper uit te zijn als ze de kosten van de schade zelf gaan dragen. Bij de verzekeraar blijven uiteindelijk de hogere risico’s over, terwijl de verzekeraar liever lage risico’s verzekert. Er doet zich in dit geval **averechte selectie** voor, omdat de slechte risico’s zich verzekeren de de goede risico’s de schade zelf dragen. De mensen die de verzekeraar graag willen verzekeren zeggen op, omdat ze de premie te hoog vinden vergeleken met het risico dat ze lopen. Averechtse selectie zorgt ervoor dat verzekeren duurder wordt.

-**Averechtse selectie** = (= Adverse selection) Houdt in dat de mensen met een hoog risico (‘slechte risico’s’) zich wel verzekeren en de mensen met een laag risico (‘goede risico’s’) niet.

>Averechtse selectie kan bestreden worden door iedereen te verplichten zich te verzekeren. Er wordt dan **collectieve dwang** toegepast. De goede risico’s moeten zich dan ook verzekeren, waardoor de gemiddelde premie lager blijft. Zo moet iedereen die een auto heeft zich verplicht verzekeren voor wettelijke aansprakelijkheid. Bij een verplichte verzekering staat solidariteit tussen goede risico’s en slechte risico’s voorop.

-**Collectieve dwang** = Druk die wordt uitgeoefend om te zorgen dat iedereen zich aan een regel houdt. Dit kan door vastgelegde regels (wetten) die met sancties (strafmaatregelen) worden gehandhaafd, maar ook met ongeschreven regels, sociale normen. Bijvoorbeeld een verplichte verzekering. Ook: het verplicht stellen van het vakbondslidmaatschap.

>Een andere manier om averechtse selectie tegen te gaan is premiedifferentiatie. Bij **premiedifferentiatie** moeten de slechte risico’s meer premie betalen dan de goede risico’s. Dit kom voor bij de WA-autoverzekering. De verzekeringspremie die betaald moet worden kan verschillen per verzekerde.

-**Premiedifferentiatie** = Verschillen in premie tussen verzekerden. De slechte risico’s betalen meer premie dan de goede risico's.

>Soms werken verzekeringsmaatschappijen met een bonus-manusregeling. Dit betekent dat automobilisten die geen of weinig schade veroorzaken een korting krijgen op de premie (bonus) en dat de automobilisten die veel schade veroorzaken extra premie moeten betalen (malus).

>De bonus of malus wordt vooral bepaald door het aantal jaren dat iemand schadevrij verzekerd is en dus geen beroep (no claim) heeft gedaan op verzekering. Als iemand veel schade heeft gehad, loopt hij het risico dat hij zijn auto alleen nog tegen een torenhoge premie kan verzekeren.

>**Moreel wangedrag** of moral hazard is het slechte gedrag dat de verzekerde vertoont als een verzekering is afgesloten. Omdat hij verzekerd is, zal hij zich anders gedragen en neemt hij meer risico’s, want de verzekering betaalt het toch wel.

-**Moreel wangedrag** = (= moral hazard) Het gevaar dat mensen of instellingen zich achteloos en onverantwoordelijk gaan gedragen, als ze zelf niet opdraaien voor de kosten.

>De kans bestaat dat de verzekeringsmaatschappij met meer en hogere schades opgezadeld wordt, zodat de premie niet hoog genoeg is om de kosten te dekken. Dan wordt de premie verhoogt en zullen sommigen zich niet meer verzekeren. Voor lagere inkomensgroepen kan de premie te hoog zijn. Voor hogere inkomensgroepen wordt het aantrekkelijker het risico zelf te dragen.

>Verzekeraars proberen moral hazard tegen te gaan door het instellen van een **eigen risico**. Bij schade moet de verzekerde eerst een bedrag zelf betalen. De schade boven dat bedrag wordt vergoed door de verzekeraar. Hoe hoger het eigen risico, hoe lager de premie die betaald moet worden.

-**Eigen risico** = Het bedrag dat je als verzekerde zelf moet betalen bij schade.

>Een ander middel om moreel wangedrag te beperken, is de invoering van een maximum vergoeding. De meeste reisverzekeringen hanteren een maximum vergoeding. Bijvoorbeeld voor verlies of diefstal.

>Als de ene partij over meer informatie beschikt dan de andere partij noemen we dat **asymmetrische informatie**. Bij verzekeringen zien we dat zij die zich willen verzekeren vaak beter geïnformeerd zijn dan de verzekeraar. Als de verzekeraar geen selectie kan maken tussen goede en slechte risico’s is premiedifferentiatie niet mogelijk.

>Wat de verzekeraar ook niet weet ie hoe de verzekerde zich gaat gedragen als een verzekering is afgesloten. De verzekerde kan moreel wangedrag vertonen. Dit kan het draagvlak van een verzekering uithollen, omdat de goede risico’s de kosten van de verzekering hoger vinden dan de baten van de verzekering.

>Averechtse selectie en Moreel wangedrag kunnen er uiteindelijk toe leiden dat de risico’s niet meer te verzekeren zijn, vraag en aanbod vinden elkaar niet meer, de verzekeringsmarkt functioneert niet meer.

>Wanneer de marktwerking wordt verstoord spreken we van **marktfalen**. Om dit marktfalen tegen te gaan zullen verzekeraars proberen meer informatie te krijgen van een potentieel klant.

-**Marktfalen** = De vrije marktwerking wordt verstoord. Op de markt komt geen optimale situatie tot stand. Er komt geen optimale situatie tot stand (niet Pareto-effciciënt) via de marktwerking.

**Hoofdstuk 4**

>Redenen om te gaan vliegen:
1. **Zakelijk personenvervoer**
Mensen uit het bedrijfsleven vliegen voor hun werk. Ze nemen meestal lijnvluchten, dat zijn vaste verbindingen op vaste tijden per dag of per week tussen vliegvelden.

2. **Toeristisch personenvervoer**
Veel toeristen vliegen met chartervluchten naar hun vakantiebestemmingen. Reisorganisaties huren dan bij vliegmaatschappijen stoelen of hele vliegtuigen om de toeristen te vervoeren.

3. **Goederenvervoer**
Het vliegtuig wordt gebruikt als goederen snel vervoerd moet worden. Het heeft dan de voorkeur boven trein, vrachtauto of schip.

>De vraag naar vliegreizen is deels afkomstig van zakenlui en deels van toeristen. De vraag naar zakelijke vliegreizen hangt sterk af van de groei van de economie en de economische samenwerking tussen landen.

>Bij toeristische vliegreizen spelen andere factoren een rol. Waarom kiest iemand voor het vliegtuig en niet voor de auto of de trein? Diverse factoren hebben invloed op de vraag naar vliegtickets.

>Diverse factoren hebben invloed op de vraag naar vliegtickets:
1. **Prijs**
Net als bij de andere goederen en diensten word de vraag naar vliegreizen beïnvloed door de prijs. De daling van de prijzen van vliegreizen heeft mede geleid tot een sterke groeiende vraag.

2. **Stand van de economie**
Landen als Brazilië, Rusland, India en China groeien relatief snel. Uit deze landen met hun grote bevolking komt veel vraag naar vliegreizen. Het aantal Chinese toeristen en zakenlieden dat naar Europa komt, is de laatste jaren sterk toegenomen. Als de economie sterker groeit, stijgt de vraag naar vliegreizen.

3. **Inkomen**
De stijging van de inkomens heet invloed op het toeriste vliegverkeer.

4. **Globalisering**
Doordat landen steeds meer met elkaar verbonden raken op cultureel, economisch en politiek vlak, komen er steeds meer contacten tussen burgers en bedrijven uit verschillende landen. Dit beïnvloedt de behoefte aan vliegverkeer.

5. **Bevolkingsomvang**
Hoe groter de bevolking, hoe meer reizigers er zijn.

6. **Behoefte**
Doordat mensen mee vrije tijd hebben, is d behoefte aan vakanties groter. De ouderen in de westerse wereld hebben meer geld, vrije tijd en een hogere levensverwachting dan vroeger zodat ze meer grote reizen maken naar verre oorden.

7. **Prijzen van andere vervoermiddelen**
Reizen per auto of trein is soms een alternatief voor een vliegreis. Als een reis met de auto of de trein duurder wordt, zal er meer vraag naar vliegreizen zijn. Reizen met de auto of de trein zijn **substitutiegoederen** van vliegreizen omdat ze de vliegreizen kunnen vervangen.

-**Substitutiegoederen** = Goederen die elkaar kunnen vervangen.

8. **Prijzen van aanvullende goederen**
Veel vliegreizigers parkeren hun auto voor lange tijd op de luchthaven. Lang parkeren is en **complementair goed** van vliegreizen. Complementaire goederen zijn goederen die elkaar aanvullen, ze horen bij elkaar. Als het tarief van lang parkeren op de luchthaven wordt verhoogd, kan de vraag naar vliegreizen dalen.

-**Complementair goed** = Goederen die elkaar aanvullen. Bijvoorbeeld vulling voor vulpen, batterijen voor rekenmachine. Deze producten horen bij elkaar.

>Naast de hier genoemde factoren zijn er ook incidentele factoren:
1. **Terrorismedreiging**
2. **Epidemieen**. Als mensen bang zijn voor een wereldwijde griepepidemie zullen ze minder gaan vliegen.

-**Consumenten surplus** = Het bedrag dat de consument aan voordeel heeft omdat hij minder voor een goed hoeft te betalen dan hij maximaal wil betalen.

-**Welvaartsvoordeel** = Voor de consument is dat het consumentensurplus.

>Het verband tussen prijs en gevraagd hoeveelheid is een negatief verband. Bij een negatief verband reageert het gevolg (verandering van de vraag) tegengesteld op de oorzaak (verandering van de prijs).

>Dus als de prijs stijgt, daalt de gevraagde hoeveelheid. Als de prijs daalt, stijgt de gevraagde hoeveelheid.

>De hoogte van het consumentensurplus of het welvaartsvoordeel voor de consument kan berekend worden Door de oppervlakte van de rechthoekige driehoek uit te rekenen. Je drukt het surplus dan uit in een getal.

*Consumentensurplus = 0,5 x basis x hoogte*

**Basis** = Onderste lijn van de driehoek, **Hoogte** = Bovenste getal van de lijn - onderste getal van de lijn

*Verschuiving over of langs de vraaglijn*
>Als de prijs van een product verandert, verandert de vraaglijn niet: Je krijgt een ander punt op dezelfde vraaglijn. Bij een hogere prijs hoort op dezelfde vraaglijn een lagere gevraagde hoeveelheid. Bij een lagere prijs een hogere gevraagde hoeveelheid. Als de prijs van een product verandert, vindt er een verschuiving over of langs de vraaglijn plaats.

>Het **negatieve verband** tussen prijs en gevraagd hoeveelheid geldt alleen onder de voorwaarde dat alle andere factoren die invloed hebben op de vraag gelijk blijven. We noemen dit de **ceteris-paribusvoorwaarde**.

-**Negatief verband** = Een verband tussen twee grootheden waarbij het gevolg tegengesteld reageert op de oorzaak.

-**Ceteris-paribusvoorwaarde** = De voorwaarde dat alle andere factoren die invloed hebben, gelijk blijven.

>Andere factoren die van invloed zijn op de prijs zijn voorbeeld de inkomens, de behoeften en de prijzen van andere producten. Als tegelijkertijd met de prijs ook bijvoorbeeld het inkomen stijgt, dan weet je niet wat er met de gevraagde hoeveelheid gebeurt.

*Verschuiving van de vraaglijn*
>**Redenen voor het verschuiven van de vraaglijn**:
1. Het aantal vragers verandert.
2. De prijzen van andere goederen en diensten veranderen
3. Het inkomen van de consument verandert.
4. De behoeften en voorkeuren van de consument veranderen.

>Als er een hogere prijs voor een ticket tot stand komt, zullen vliegmaatschappijen meer vluchten organiseren op het betreffende traject en stijgt de aangeboden hoeveelheid. Ze kunnen immers meer winst maken op vluchten op dit traject. Er is dus een **positief verband** tussen de prijs en de aangeboden hoeveelheid. Dus als de prijs stijgt, stijgt de aangeboden hoeveelheid. Als de prijs daalt, daalt de aangeboden hoeveelheid.

-**Positief verband** = Een verband tussen twee grootheden waarbij het gevolg in dezelfde richting reageert als de oorzaak.

Verschuiving over of langs de aanbodlijn
Als de prijs van een product verandert, verandert de aanbodlijn niet: je krijgt een ander punt op dezelfde aanbodlijn. Bij een lagere prijs hoort op dezelfde aanbodlijn een lagere aangeboden hoeveelheid en bij een hogere prijs een hogere aangeboden hoeveelheid. Dat komt omdat er voor producenten bij een hogere prijs meer kans is op winst dan bij een lagere prijs.

Verschuiving van de aanbodlijn
Bij een groter aantal aanbieders zullen er bij dezelfde prijs meer producten worden aangeboden en verschuift de aanbodlijn naar rechts. De aanbodlijn zal ook verschuiven als de kosten van de productie veranderen of als de overheid heffingen oplegt.

Wanneer door innovatie de kosten van vliegen dalen, zal bij dezelfde prijs de winst stijgen. Hierdoor wordt het aantrekkelijker om meer tickets aan te bieden en verschuift de aanbodlijn naar **rechts**.

Om aantasting van het milieu tegen te gaan kan de overheid geluidsheffing of een kerosine heffing instellen. Het is dan minder aantrekkelijk om vliegtickets te verkopen waardoor de aanbodlijn naar links verschuift. Je kunt ook zeggen dat de aanbieder de heffing doorberekent in de verkoopprijs zodat bij dezelfde aangeboden hoeveelheid een hofereprijs tot stand komt. De aanbodlijn verschuift naar boven met het bedrag van de heffing.

>Bij de prijs waar de gevraagde hoeveelheid en aangeboden hoeveelheid aan elkaar gelijk zijn is er sprake van **marktevenwicht**. Bij het marktevenwicht is het totale surplus maximaal. Het totale surplus wordt vaak gebruikt als maatstaf voor de welvaart. Zowel consumenten als producenten streven naar een zo groot mogelijke surplus. Omdat het totale surplus in het evenwicht het grootst is, betekent dit dus dat de welvaart in evenwicht maximaal is.

-**Marktevenwicht** = De situatie waarbij vraag en aanbod aan elkaar gelijk zijn. Er komt één prijs tot stand, de evenwichtsprijs.

-**Producentensurplus** = Het bedrag dat de producent aan voordeel heeft, omdat hij op de markt meer ontvangt voor zijn product dan waarvoor hij het minimaal wil verkopen.

-**Totale surplus** = De som van het consumentensurplus en het producentensurplus.

**Hoofdstuk 5**

>De totale vraag op de arbeidsmarkt bestaat uit mensen in loondienst, zelfstandigen en **vacatures**. Het aantal personen dat al werkzaam is bepaalt de omvang van de werkgelegenheid.

-**Vraag naar arbeid** = De totale vraag naar arbeidskrachten. De vraag naar arbeid bestaat uit de vraag naar werknemers, de vraag naar arbeidskracht van zelfstandigen en de vacatures.

-**Vacatures** = Onbezette arbeidsplaats waarvoor personeel wordt gezocht.

>De arbeidsmarkt voor vrachtwagenchauffeurs is een deelmarkt van de totale arbeidsmarkt. Op de arbeidsmarkt komen vraag naar arbeid en aanbod van arbeid samen. Het aanbod van alle arbeidskrachten van 15 tot 67 jaar die willen en kunnen werken, noemen we het aanbod van arbeid of de **beroepsbevolking**. Het aanbod van arbeid bestaat uit de mensen in loondienst*,* de zelfstandigen en de geregistreerde werklozen.

-**Beroepsbevolking** = Personen tussen de 15 jaar en de pensioengerechtigde leeftijd die willen en kunnen werken: zij bieden hun arbeids(kracht) aan op de arbeidsmarkt. Bestaat uit de mensen in loondienst, de zelfstandigen en de geregistreerde werklozen.

>De totale vraag naar arbeid bestaat uit de vraag naar werknemers, de vraag naar arbeidskracht en zelfstandigen en vacatures. Van een vacature is sprake als een bedrijf op zoek is naar een werknemer voor een bepaalde functie die nu nog onvervuld is.

>De werkgelegenheid bestaat uit het aantal mensen dat een baan heeft, de werknemers en zelfstandigen

>Een groei van de economie zorgt voor meer bestedingen en meer productie. De transportsector vervoert die producten. Een economische groei van 1% betekent 2% groei voor de transportsector. De vraag stijgt. Een afname van de economische groei leidt tot een daling van de vraag naar arbeidskrachten voor de transportsector.

>Ook andere factoren zoals de stand van de techniek, de voortschrijdende globalisering, de ontwikkeling van de kosten van andere vervoersvormen zoals het vervoer per schip, per trein en per vliegtuig beïnvloeden de vraag naar arbeidskrachten i het beroepsgoederenvervoer.

>Het aanbod van arbeidskrachten is afhankelijk van de hoogte van het loon. Hoe hoger het loon hoe aantrekkelijker het beroep is. Ook demografische factoren als de goeie of afname van de beroepsbevolking en de **participatiegraad** van de beroepsbevolking beïnvloeden het aanbod van de arbeidskrachten in de sector.

-**Participatiegraad** = (= deelnemingspercentage) Het percentage dat aangeeft hoeveel procent van de bevolking van 15 jaar tot de pensioenleeftijd werkt of wil werken.

>Een belangrijke verklaring van de groei van de beroepsbevolking in Nederland is de grotere participatie van vrouwen aan het arbeidsproces.

**Hiervoor zijn twee oorzaken**:
-Steeds meer jonge vrouwen gaan werken.
-Steeds meer vrouwen blijven werken, ook als ze jonge kinderen hebben.

>Het vraag en aanbod van arbeid is niet alleen afhankelijk van de hoogte van het loon. Ook andere factoren hebben invloed. Als de economie sterk groeit en er meer producten gemaakt en vervoerd worden zal de vraag ook toenemen.

>Zolang vraag en aanbod op de arbeidsmarkt alleen bepaald worden door de hoogte van het loon, komt het evenwicht tot stand via verschuivingen over of langs de vraaglijn en de aanbodlijn. Als ook andere factoren een rol gaan spelen, zal de vraaglijn of de aanbodlijn zelf verschuiven.
>Als de aanbodlijn of de vraaglijn verschuift, ontstaat er nieuw **evenwichtsloon** waarbij vraag en aanbod weer aan elkaar gelijk zijn.

-**Evenwichtsloon** = Het loon waarbij vraag en aanbod op de arbeidsmarkt aan elkaar gelijk zijn.

>Werkloosheid is een tijdelijk verschijnsel. Als er werkloosheid is en het aanbod op de arbeidsmarkt groter dan de vraag, dan zal bij voldoende marktwerking het loon dalen, waardoor het aanbod van arbeid afneemt, de vraag naar arbeid toeneemt en de werkloosheid automatisch verdwijnt.

>Door transacties af te sluiten op de arbeidsmarkt kunnen werkgevers en werknemers een surplus verwerven en zo hun welvaart vergroten.

-**Werkgeverssurplus** = Het voordeel dat vragers naar arbeid (werkgevers) hebben als ze niet zoveel loon hoeven te betalen als ze bereid waren te doen (welvaart verhogend). Het voordeel dat de werkgever aan voordeel heeft, als hij op de arbeidsmarkt een lager loon betaalt voor een werknemer dan hij maximaal wil betalen.

-**Werknemerssurplus** = Het voordeel dat aanbieders van arbeid hebben als ze meer loon krijgen dan het loon dat voor hen voldoende was geweest. Het voordeel dat de werknemer heeft, als hij op de arbeidsmarkt een hoger loon ontvangt dan het loon waarvoor hij minimaal wil werken.

-**Betalingsbereidheid** = Het maximale bedrag dat je voor iets wilt betalen. Op de arbeidsmarkt: het maximale bedrag dat een werkgever aan loon wil betalen.

>Iemand die geen baan heeft, wil alleen tegen een hoger bedrag dan het evenwichtsloon werken en kiest ervoor om werkloos te blijven. Hij is dus vrijwillig werkloos.

>Op een perfecte markt, ook wel een markt van **volledige mededinging** of **volkomen concurrentie**, zorgt de prijs voor evenwicht tussen vraag en aanbod. Een individuele aanreed heeft geen invloed op de prijs. De prijs is dus gegeven.

>Een markt van volledige mededinging kent veel vragers naar en veel aanbieders van een product. Het product is dus **homogeen** dat wil zeggen in de ogen van de consument identiek. En er is **vrije toetreding en uitreding**. Dat betekent dat een producent vrij is om het product aan te bieden. De markt van volledige mededingen is ook transparant. De belangrijke gegevens over de markt zijn helder en duidelijk te verkrijgen, dus iedereen is bijvoorbeeld op de hoogte van de prijs.

-**Homogeen** = Goederen en diensten waarvan alle exemplaren in de ogen van de consument identiek zijn. Het maakt niet uit van welke aanbieder het product afkomstig is.

-**Vrije toetreding en uitreding** = Er zijn geen belemmeringen om tot een markt toe te treden, zoals vestigingseisen en er zijn geen belemmeringen om uit een markt te stappen.

>De arbeidsmarkt voldoet niet aan alle kenmerken van volledige mededinging. Arbeid is niet homogeen. De arbeidsmarkt is opgesplitst in deelmarkten. Iedere sector, bedrijfstak of beroep heeft zijn eigen arbeidsmarkt.

>Ook aan de voorwaarde dat de marktpartijen geen invloed op de prijsvorming wordt op de arbeidsmarkt niet voldaan. Door te onderhandelen als collectief kunnen vakbonden een hoger loon afdwingen dan in een situatie waarin elke werknemer individueel om hun eisen kracht bij te zetten. Vakbonden zijn hiertoe in staat omdat ze kunnen dreigen met stakingen om hun krachten bij te zetten. De lonen kunnen hierdoor hoger zijn dan het evenwichtsloon waardoor er onvrijwillige werkloosheid ontstaat.

>In overleg tussen vakbonden en werkgevers worden jaarlijks afspraken gemaakt over de arbeidsvoorwaarden waaronder de procentuele stijging van de lonen. Deze afspraken worden vastgelegd in een **collectieve arbeidsovereenkomst** (cao). Door een cao **algemeen verbindend te verklaren** zijn deze arbeidsvoorwaarden toepassing op de gehele bedrij

Assector en zijn alle werkgevers in die bedrijfssector gehouden aan die afspraken.

-**Collectieve arbeidsovereenkomst** = (= cao) Een overeenkomst over de arbeidsvoorwaarden die gelden voor iedereen die in het bedrijf of in de bedrijfstak werkt. Overeenkomst tussen werkgever(sbonden) en georganiseerde werknemers (vakbonden) over de lonen en andere arbeidsvoorwaarden, die in de individuele arbeidsovereenkomst moet worden gerespecteerd. Deze overeenkomst wordt per bedrijf of bedrijfstak afgesloten.

-**Algemeen verbindend te verklaren** = De cao geldt voor alle bedrijven in de bedrijfstak.

>Ook de overheid grijpt in bij de prijsvorming op de arbeidsmarkt. Door de vaststelling van een minimumloon, het loon dat iemand van 23 jaar of ouder minimaal moet krijgen, legt de overheid een bodem onder de prijs van arbeid. Het loon van de laagstbetaalden, de onderkant van de arbeidsmarkt, wordt niet bepaald door het prijsmechanisme maar door de overheid.

>Daarnaast wordt de vrije toetreding op de arbeidsmarkt belemmerd doordat de overheid diploma-eisen stelt voor het uitoefenen van een beroep. Ten slotte is de arbeidsmarkt niet transparant omdat zich het verschijnsel van **asymmetrische informatie** voordoet. Werkzoekenden zijn niet altijd op de hoogte van alle vacaturen en hebben beperkte informatie over de precieze inhoud van de vacature.

-**Asymmetrische informatie** =(= ongelijke informatie) De ene partij beschikt over meer informatie dan de andere partij. Doet zich bijvoorbeeld voor bij verzekeringen wanneer de ene partij meer weet (van de kans op schade) dan de andere partij.

>Het feit dat arbeid geen homogeen product is, verklaart ook het tegelijkertijd bestaan van werklozen en vacatures. Vraag en aanbod sluiten dan niet goed op elkaar aan. Het kan bijvoorbeeld zo zijn dat er relatief veel schoonmakers worden gevraagd, terwijl er relatief weinig aanbod is.

**Hoofdstuk 6**

-**Extern effect** = Een gevolg van productie en/of consumptie voor de welvaart van anderen die niet in de prijs van het product is doorberekend.

>Denk bij externe effecten aan milieu vervuiling en het veroorzaken van files. Dit zijn negatieve externe effecten. Autorijden beïnvloed de welvaart van andere negatief. Er zijn ook positieve externe effecten. Dat houdt in dat een beslissing die iemand voor zichzelf neemt de welvaart van andere vergroot zonder dat anderen daarvoor hoeven te betalen.

>Als je bij het neme van een beslissing naast de private kosten ook rekening houdt met de negatieve externe effecten dan kijk je naar de **maatschappelijke kosten**.

-**Maatschappelijke kosten** = Kosten van economisch handelen voor de samenleving. Kosten die de samenleving moet opbrengen, bijvoorbeeld door luchtvervuiling, roken, afval na de markt enz. De optelsom van de private kosten en de externe kosten van een product.

>Evenzo bestaan de **maatschappelijke opbrengsten** uit de private opbrengsten en de positieve externe effecten. Om de externe effecten te verwerken, heft de overheid enerzijds belastingen op schadelijke goederen. Ander zijde stimuleert ze met subsidies de productie en het gebruik van goederen die positieve effecten hebben.

-**Maatschappelijke opbrengsten** = Opbrengsten van economisch handelen voor de samenleving.

>Door auto te rijden veroorzaken automobilisten veel stank en lawaai. Deze externe effecten kunnen verminderd worden door bijvoorbeeld meer accijns op benzine te heffen. Deze accijns wordt doorberekend in de benzineprijs waardoor er minder wordt gereden. Als **externe negatieve effecten** worden doorberekend in de prijs van autorijden worden de externe effecten intern gemaakt: ze worden: **geinternaliseerd** (= doorberekenen; onderdeel laten uitmaken van alle maatschappelijke en duurzaamheidskosten in de productprijzen).

-**Negatieve effecten** = (= externe kosten) Gevolgen van productie en/of consumptie die slecht zijn voor de welvaart van anderen en die niet verrekend zijn in de prijs van het product.

>Er komen tegenwoordig steeds meer files. De files worden voornamelijk veroorzaakt door het intensiever gebruik van de weg die het gevolg is van de groei van de bevolking en de groei van de werkgelegenheid. Tijdens een recessie daalt het aantal files spectaculair door de sterk verminderde economische activiteit. Het terugdringen van de files is mogelijk door te kiezen voor meer en bredere wegen, door invoering van het rekeningrijden (kilometerheffing) en het bevorderen van het openbaar vervoer.

De kilometerheffing is een tol per kilometer. Afhankelijk van het tijdstip waarop ze rijden, de plaats waar ze rijden en de milieubelasting van hun auto, betalen de automobilisten een bepaald bedrag per kilometer. Bij een kilometerheffing wordt het profijtbeginsel toegepast; de gebruiker van een overheidsvoorziening moet hiervoor betalen. De automobilist moet betalen voor het gebruik van de weg. De kilometerheffing verhoogt de prijs van het vervoer. Als de kilometerheffing wordt ingevoerd, willen veel automobilisten als compensatie een verlaging van de motorrijtuigenbelasting.

Door de afname van het aantal gereden autokilometers als gevolg van een prijsstijgen te analyseren, kan bepaald worden of de automobilist sterk of niet sterk reageert op die prijsstijging door een kilometerheffing. In het algemeen zal een stijging van de prijs tot een daling van de vraag leiden. Als het aantal autokilometers procentueel meer afneemt dan de prijs procentueel stijgt, dan is de vraag zeer prijsgevoelig of **prijselastisch.** De vraag neemt dan in verhouding sterker af dan de prijs stijgt.

-**Prijselastische vraag** = De vraag reageert meer dan evenredig op een daling/stijging van de prijs.
-**Prijselasticiteit van de vraag** = De relatieve verandering van de vraag als gevolg van een verandering van de prijs. Als het aantal autokilometers procentueel minder afneemt dan de prijs procentueel stijgt, dan is de vraag minder prijsgevoelig of prijselastisch.

-**Prijsinelastische vraag** = De vraag reageert minder dan evenredig op een daling/stijging van de prijs.

De prijselasticiteit van de vraag (Ev) kan berekend worden door:

***Ev*** *= procentuele verandering van de gevraagde hoeveelheid : procentuele verandering van de prijs*

**Procentuele verandering** *= Nieuw : Oud x 100*

>De prijselasticiteit van de vraag levert een negatief getal op. Dit komt omdat een prijsstijging leidt tot een daling van de vraag en een prijsdaling tot een stijging van de vraag. Er is dus een negatief verband tussen de prijs (oorzaak) en de vraag (gevolg). Een uitzondering vormen de **statusgoederen**. In de kunsthandel zien we soms dat een prijsstijging juist leidt tot een toename van het aantal vragers.

Een prijselasticiteit van de vraag van -0,5 betekent dat een prijsstijging van 1% een daling van de vraag veroorzaakt van 0,5%. Een prijselasticiteit van -3 betekent dat een prijsdaling van 1% een stijging van de vraag van 3% tot gevolg heeft.

De prijselasticiteit van de vraag (Ev) geeft aan hoe prijsgevoelig de vraag is. Er zijn verschillende mogelijkheden:
**1.** De Ev kan, los van het minteken, liggen tussen 0 en 1. De vraag is dan inelastisch. De procentuele verandering van de vraag is dan kleiner dan de procentuele verandering van de prijs. Bijvoorbeeld: Een prijsstijging van 20% leidt tot een vraagdaling van 10%.
**2.** De Ev is nul. De vraag reageert helemaal niet op een prijsverandering. We spreken dan van een ‘volkomen” inelastische vraag. De vraag naar medicijnen is daarvan een voorbeeld. Medicijnen heb je in elk geval nodig. Een verdubbeling van de prijs zal dan geen effect hebben op de vraag naar medicijnen.
**3.** De Ev kan,, is van het minteken, groter zijn dan 1. De vraag is dan elastisch. De procentuele verandering van de vraag is in dit geval groter dan de procentuele verandering van de prijs.
**4.** De Ev is, los van het minteken, 1. De procentuele verandering van de vraag is gelijk aan de procentuele prijsverandering. We spreken dan niet van een elastische of inelastische vraag.

>De mate waarin de vraag reageert op een prijsverandering onder andere afhankelijk van het feit of er wel of geen substitutiegoederen (substituten) zijn. Substitutiegoederen zijn alternatieven die een product kunnen vervangen. Als de prijs van Coca-cola stijgt, zullen er voldoende substituten zijn zoals Pepsi of andere frisdranken. Een stijging van de prijs van Coca-cola zorgt voor een sterke daling van de vraag naar Coca-cola.

Daarnaast hangt de prijselasticiteit af van de termijn die je bekijkt, Als een treinkaartje duurder wordt hebben pas afgestuurde hbo’ers op korte termijn geen alternatief. Op een lange termijn kunnen ze kiezen voor de aanschaf van een tweedehands auto of het huren van een kamer of flat in Utrecht. Op korte termijn is de prijselasticiteit dus laag, maar op lange termijn is hij hoger.

De prijselasticiteit van de vraag hangt ook af van het soort goed. Noodzakelijke goederen zoals brood, water en kleding zijn over het algemeen minder elastisch dan andere goederen. De vraag naar deze goederen zal relatief wel veranderen als de prijs verandert. Je hebt deze goederen nodig om te kunnen leven. De vraag naar deze goederen is daarom vaak prijsinelastisch.

>Als de prijs van bruinbrood sterker stijgt dan de prijs van witbrood zal de vraag naar witbrood toenemen ten koste van bruinbrood. Omgekeerd werkt dit precies hetzelfde. We zien dus een positief verband tussen de vraag naar bruinbrood en de prijs van witbrood. Als de prijs van witbrood stijgt, stijgt de vraag naar bruinbrood. Bruinbrood en witbrood kunnen elkaar vervangen en zijn dus substitutiegoederen.

Bij mobiel bellen en mobiele telefoons zien we een andere reactie. Door sterke daling van de tarieven voor mobiel bellen is de vraag naar mobiele telefoons sterk toegenomen. Een sterke stijging van de tarieven zal dan ook zorgen voor een daling van de vraag naar mobiele telefoons. Mobiel bellen en mobiele telefoons zijn goederen die elkaar aanvullen. We spreken in dit verband van **complementaire goederen**.

De gevoeligheid van een prijsverandering ij complementaire goederen en substitutiegoederen kan gemeten worden met de kruislingse prijselasticiteit (**Ek**).

-**Kruislingse prijselasticiteit** = De relatieve verandering van de vraag van het ene goed als gevolg van een prijsverandering van het andere goed.

De **kruislingse prijselasticiteit** van de vraag geeft weer hoe sterk de vraag naar het ene goed reageert op een prijsverandering van een ander goed en wordt als volgt berekend:

**Ek** = *Procentuele verandering van de gevraagde hoeveelheid van een product : Procentuele verandering van de prijs van een ander product*

*>*Bij complementaire goederen is de kruislingse prijselasticiteit altijd negatief. Bij substitutiegoederen is de kruislingse prijselasticiteit altijd positief. Als de prijs van het ene product stijgt, zal de vraag naar het vervangende product stijgen.

Aan de hand van de kruislingse prijselasticiteit kunnen we zien of goederen complementair zijn of substituten zijn. Wanner Ek groter is dan nul is het een substitutiegoed. Wanneer Ek kleiner is dan nul is het een complementair goed.

Als de kruislingse prijselasticiteit van de vraag naar een product gelijk is aan nul mag je daaruit de collusie trekken dat er geen enkel verband bestaat tussen de vraag naar het ene product en de prijs van het andere product. Zo zal bijvoorbeeld een stijging van kaas de vraag naar auto’s niet veranderen. De kruislingse prijselasticiteit is in dat geval nul.

>Wat gebeurd er met de vraag naar buskaartjes en treinritten als het inkomen stijgt? In het algemeen maf je stellen dat de vraag toeneemt als het inkomen stijgt. Er bestaat dus meestal een positief verband tussen het inkomen en de vraag naar een bepaald goed. Goederen waarvan je meer gaat vragen als het inkomen stijgt noemen we **normale goederen**.

We kunnen normale goederen verdelen in **primaire goederen** en **luxe goederen**. Er zijn ook goederen die minder gevraagd worden als het inkomen toeneemt. Zo is bekend dat mensen minder aardappels en gehakt komen als hun inkomen stijgt. Zulke goederen, waarvan de vraag afneemt als het inkomen stijgt, noemen we **inferieure goederen.**

-**Primair goed** = Goederen die noodzakelijk zijn om van te leven. Product waarvan de vraag minder dan evenredig toeneemt als het inkomen stijgt.

**Luxe goederen** = Niet levensnoodzakelijke goederen. Product waarvan de vraag meer dan evenredig toeneemt als je inkomen stijgt.

-**Inferieur goed** = Product waarvan de vraag afneemt als het inkomen stijgt.

>Het onderscheiden van luxe, primaire en inferieure goederen kan op basis van de **inkomenselasticiteit**. In de praktijk is het niet altijd makkelijk goederen in te delen. Wat voor ons een primair goed is, kan voor iemand uit Bangladesh een luxe goed zijn.

-**Inkomenselasticiteit van de vraag** = De relatieve verandering van de vraag als gevolg van een verandering van het inkomen.

>De procentuele verandering van de vraag in relatie tot een procentuele verandering van het inkomen kunnen we ook uitdrukken in een elasticiteit. De inkomenselasticiteit van de vraag **(Ey)** kan berekend worden met deze formule:

**Ey** = *procentuele verandering van de gevraagde hoeveelheid : procentuele verandering van het inkomen*

>Bij normale goederen is er een positief verband tussen inkomen en vraag. Dat geldt zowel voor primaire goederen als voor luxe goederen. Toch zijn er verschillen.

Primaire goederen reageren niet sterk op een inkomensverandering. Als het inkomen stijgt met 20% neemt de vraag naar een primair goed toe met bijvoorbeeld 5%. De relatie tussen inkomen en vraag is dus inelastisch. Bij primaire goederen is er vanaf een bepaald inkomen sprake van **verzadiging**. Je gaat immers niet steeds meer brood kopen als je inkomen toeneemt.

-**Verzadigingsinkomen** = Het inkomen waarboven een inkomensstijging niet meer leidt tot een toename van de vraag naar het product.

Luxe goederen zullen, in tegenstelling tot primaire goederen, pas vanaf een bepaald inkomen gekocht worden. Dit inkomen wordt drempelinkomen genoemd. Vanaf het drempelinrkomen nemen de uitgaven aan luxe goederen relatief sterk toe de vraag is inkomenselastisch. Een inkomensstijging van 10% zak bijvoorbeeld leiden tot een stijging van de vraag naar luxegoederen met 20%.

>Inkomenselasticiteit kan zowel positief als negatief zijn. Bij inferieure goederen is de inkomenselasticiteit kleiner dan nul. Bij normale goederen is de inkomenselasticiteit groter dan nul, met onderscheid in primaire (Ey tussen 0 & 1) en luxe (Ey > 1)