Economie

**Hoofdstuk 1**

De spanning tussen oneindige behoeften en beperkte middelen noemen we **schaarste.**

In de economie gebruiken we het begrip schaarste in relatieve zin. Een product is schaars als er middelen moeten worden opgeofferd om het te maken.

Goederen en diensten samen noemen we **producten.**

Als producten niet schaars zijn en er dus geen offers nodig zijn, spreken we van **vrije goederen**. Vrije goederen zijn bijvoorbeeld windkracht of de lucht die we inademen.

De middelen waarover mensen beschikken, kunnen op verschillende manieren worden ingezet. Economen zeggen dan dat middelen **alternatief aanwendbaar zijn.**

Mensen specialiseren zich door zich toe te leggen op één activiteit, dit heet **arbeidsdeling.**

Bij ruil is er sprake van een win-winsituatie.

De ruil van goederen tegen goederen noemen we **directe ruil** of **ruil in natura**. Directe ruil gaat gepaard met **hoge** transactiekosten.

Bij **indirecte ruil** fungeert een algemeen begeerd goed als ruilmiddel.

Een deel van de transacties in de marktsector vindt plaats in het **zwarte circuit**. Deze transacties worden verzwegen voor de belastingdienst waardoor de productie van deze goederen of diensten niet wordt geregistreerd. Het zwarte circuit hoor bij de **informele** **economie**.

De activiteiten van de overheid en de non-profitsector rekenen we tot **de niet-marktsector** omdat voor de overheidsdiensten geen marktprijs wordt berekend of omdat de prijs niet bepaald wordt door vraag en aanbod.

Een deel van de activiteiten van de niet-marktsector wordt niet –geregistreerd, dat is het **grijze** **circuit**. Het grijze circuit hoort tot de **informele economie.**

De activiteiten van het grijze circuit zijn te verdelen in:

* Huishoudelijke arbeid
* Vrijwilligerswerk
* Doe-het-zelfarbeid
* Directe ruil

**Hoofdstuk 2**

Het maximale bedrag dat een persoon wil betalen voor een product is de **betalingsbereidheid**.

**Kosten** bestaan uit de *waarde van de opgeofferde schaarse middelen* en **baten** worden gevormd door de mate van *behoeftebevrediging.*

De totale welvaart is **Pareto-efficiënt** of **Pareto-optimaal** als de welvaart van één persoon niet kan toenemen zonder dat de welvaart van iemand anders afneemt.

Het Pareto-criterium doet geen uitspraak over de wenselijkheid of rechtvaardigheid van ene verdeling.

Het **individuele consumentensurplus** is het verschil tussen het bedrag dat een koper maximaal bereid is te betalen en de prijs die hij in werkelijkheid betaald.

Het **individuele producentensurplus** is het verschil tussen de ontvangen prijs en de minimale prijs waartegen je het product wil aanbieden en geeft het voordeel weer dat de aanbieder heeft van de ruil.

Op de markt van **volledige mededinging** wordt de prijs bepaald door vraag en aanbod.

**Marktvorm:**

Samenhangend geheel van omstandigheden waaronder ondernemingen elkaar beconcurreren.

We kijken met name naar:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1)** | **Aantal**  **producenten:** | | We onderzoeken hoeveel/welke producenten invloed hebben op de markt |
| **2)** | **Aard van de**  **producten:** | **a)** *Homogene*  *goederen:* | Goederen die op gelijke wijze voorzien in de behoeften van de consument. De consument maakt géén onderscheid tussen deze goederen. Meestal weinig/géén prijsverschillen tussen deze goederen  Bijv.: benzine = benzine, melk = melk, suiker = suiker. |
| **b)** *Heterogene*  *goederen:* | Voorzien in dezelfde behoefte, echter in de ogen van de consument verschillen ze van elkaar. (Bijv.: het ene stuk zeep is het andere niet). De producenten spelen hierop in; door verschil in verpakking, merk enz. wordt een verschil gemaakt tussen goederen die in feite in dezelfde behoefte voorzien  (= productdifferentiatie). |

**Doorzichtige markt:** (= transparante markt)

Veronderstelling dat alle aanbieders en vragers op de hoogte zijn van alle ontwikkelingen van de markt.

**Marktsituaties:**

|  |  |
| --- | --- |
|  | ***kenmerken*** |
| **Hoeveelheidsaanpassing:**  *(Domein I)* | Prijs wordt bepaald door de markt en is voor de producent niet te beïnvloeden en daarom voor de producent een gegeven.  Producent bepaalt: q  Zie hieronder bij marktvorm e |
| **Prijszetting:**  *(Domein J)* | Producent kan de prijs zelf bepalen/beïnvloeden  Producent bepaalt p en q  Zie hieronder bij marktvorm a t/m d |

**Marktvormen:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **a)** | *Monopolie:* | **één aanbieder** (= monopolist)  **homogene producten**  **prijszetting** (zelf bepalen pq)  geen vrije toetreding  geen transparante markt  veel vragers  *bijvoorbeeld: nutsbedrijven (gas, water, elektriciteit)* |
| **b)** | *Homogeen*  *oligopolie:* | **weinig aanbieders** (bij twee aanbieders: Duopolie)  **homogene producten**  **prijszetting** (zelf bepalen pq)  moeilijke toetreding  transparante markt (doorzichtige markt)  veel vragers  *bijvoorbeeld: benzine* |
| **c)** | *Heterogeen*  *oligopolie:* | **weinig aanbieders**  **heterogene goederen**  **prijszetting** (zelf bepalen pq)  moeilijke toetreding  transparante markt (doorzichtige markt)  veel vragers  *bijvoorbeeld: auto's, wasmiddelen, computers* |
| **d)** | *Monopolistische*  *concurrentie:* | **veel aanbieders**  **heterogene goederen** (dus in de ogen van de consument is iedere aanbieder monopolist van zijn eigen product)  **prijszetting** (zelf bepalen pq)  vrije- toe en uittreding  transparante markt (doorzichtige markt)  veel vragers  *bijvoorbeeld: kleding, schoenen* |
| **e)** | *Volkomen*  *concurrentie:*  *(zie Domein I)* | **veel aanbieders**  **homogene goederen**  **hoeveelheidsaanpassing**  vrije- toe en uittreding  transparante markt (doorzichtige markt)  veel vragers  *bijvoorbeeld: tarwe, rogge, koffie, cacao, melk* |

**Marktvormen in de praktijk:**

Het is een feit dat in de praktijk vaak niet wordt voldaan aan alle kenmerken van een perfect werkend marktmechanisme doordat goederen heterogeen zijn en/of het aantal aanbieders beperkt is.

Als de prijs lager is dan de marginale kosten, zal de producent niet aanbieden. Als de prijs boven de marginale kosten ligt, biedt hij wel aan.

Het bedrag waarmee de totale kosten van het bedrijf toeneemt als het bedrijf één extra product produceert heet de **marginale kosten**.

Het bedrag waarmee de totale opbrengst van het bedrijf toeneemt als het bedrijf één extra product produceert heet de **marginale opbrengst**.

De situatie waarin vraag en aanbod aan elkaar gelijk zijn, noemen we het **marktevenwicht**.

Bij een marktevenwicht is de welvaart maximaal en worden de productiefactoren die bedrijven gebruiken het meest efficiënt aangewend of gealloceerd.

**Nivelleren** is het verkleinen van de inkomensverschillen.

**Kosten:**

GCK =  ⇒ TCK = GCK . q

GVK =  ⇒ TVK = GVK . q

GTK = ⇒ TK = GTK . q

TK = TVK + TCK ⇒ GTK = GVK + GCK

MK = =  **bij vergelijkingen: MK = TK’ = TVK’ (differentiëren).**

**Opbrengsten:**

GO = p =  ⇒ TO = GO . q ⇒ TO = p . q

MO =  **bij vergelijkingen: MO = TO’ (differentiëren).**

**Winsten:**

GW =  ⇒ TW = GW . q

MW =  **bij vergelijkingen: MW = TW’ (differentiëren).**

TW = TO – TK ⇒ GW = GO – GTK ⇒ MW = MO – MK

**Bedrijfsdoelstellingen:**

1) TW (max) oplossing: MO = MK ⇒ q\*

2) TO (max) oplossing: MO = 0 ⇒ q’

3) BEP (TW = 0) oplossing: TO = TK of GO = GTK ⇒ BEP

**Hoofdstuk 3**

Reden voor de overheid om in te grijpen in de markt noemen we **prijsregulering** door de overheid.

Als de overheid van mening is dat de marktprijs van een product te hoog is, kan ze een **maximumprijs** instellen. Een maximumprijs is een prijs waarboven de aanbieder niet mag verkopen.

Door de maximumprijs is de vraag naar het product groter dan het aanbod. Er ontstaat een **vraagoverschot** of een **aanbodtekort**.

De afname van de welvaart, veroorzaakt door de afname van het aantal transacties, noemen we **welvaartsverlies**.

Deze driehoek die de afname van het surplus weergeeft, noemen we de **Herberger-driehoek.**

**De minimumprijs** is de prijs waaronder een aanbieder het product niet mag verkopen. De minimumprijs wordt ook wel **garantieprijs** genoemd, omdat de overheid die prijs garandeert en ingrijpt of intervenieert in de markt.

Een **productiequotum** is een maximale hoeveelheid die van een product geproduceerd mag worden.

De **WTO** streeft naar een volledig geliberaliseerde wereldhandel en wil dat invoerheffingen en exportsubsidies afgeschaft worden.

Een veel voorkomende vorm van overheidsingrijpen in het markgebeuren is het **heffen van belastingen**.

Een **indirecte** belasting is een **kostprijsverhogende belasting.** *De verkoper ontvangt de belasting van de koper en draagt die af aan de overheid.*

Bij **directe** belastingen zoals inkomstenbelasting en vennootschapsbelasting, betalen personen of bedrijven rechtstreeks aan de overheid.

Door heffing van de accijns daalt zowel consumentensurplus als producentensurplus.

De overheid wil soms het gebruik van bepaalde goederen stimuleren. Dit kan door een **prijsverlagende subsidie** te geven.

Het feit dat een producent de heffing doorberekent aan de consument heet **afwenteling**.

Prijselastisch = vraag verandert

Prijsinelastisch = vraag verandert niet

**Hoofdstuk 4**

Een markt van volledige mededinging leidt volgens de welvaartstheorie tot Pareto-efficiëntie en de hoogste welvaart.

Er is sprake van **marktfalen** wanneer de uitkomsten van een marktmechanisme niet Pareto-efficiënt is en slaagt de markt er niet in de beschikbare middelen efficiënt te verdelen.

Bedrijven hebben **marktmacht** als ze in staat zijn om prijzen te beïnvloeden. Er is sprake van **marktfalen.**

Een monopolist heeft veel markt macht en kan de prijs zelf bepalen, hij is **prijszetter**. Deze machtspositie zal de monopolist met alle middelen verdedigen.

Het verschijnsel waarbij een aanbieder verschillende prijzen vraagt voor een identiek product noemen we **prijsdiscriminatie**. Prijsdiscriminatie kan alleen succesvol zijn als het product van de ene deelmarkt niet kan worden doorverkocht op de andere deelmarkt.

Bij perfecte prijsdiscriminatie betaalt elke consument een prijs die gelijk is aan zijn betalingsbereidheid.

Afspraken tussen bedrijven met het doel de onderlinge concurrentie te verminderen noemen we een **kartel**.

Een **fusie** is een vrijwillig samengaan van twee min of meer even grote ondernemingen. Hierdoor wordt de concurrentie minder. Fusies en overnames zijn alleen toegestaan als er voldoende concurrentie overblijft.

Nadelen volledige mededinging:

* Bij volledige mededinging zijn de **producten** in de ogen van de consument **identiek.**
* Gebrek aan innovaties.

Een onderneming die en uitvinding heeft gedaan kan een **patent (octrooi)** er op aanvragen. Als het octrooi wordt toegekend verkrijgt de onderneming gedurende maximaal twintig jaar het alleen recht om de vinding commercieel te exploiteren.

De overheid die een monopoliepositie beschermt noemen we **wettelijke monopolie.** Er vindt hier een uitruil plaats. Enerzijds beperken octrooien de concurrentie wat leidt tot welvaartsverlies omdat de prijs van het product hoger is dan in een situatie met volkomen concurrentie. Anderzijds worden bedrijven door octrooien gestimuleerd om te innoveren.

**Innovaties** zijn een belangrijke motor voor economische groei en economische groei vergroot de welvaart.

Er is sprake van **asymmetrische informatie** als de ene partij meer informatie heeft over het product dan de andere partij.

Asymmetrische informatie kan leiden tot **averechtse selectie**. Als alleen de slechte risico’s zich verzekeren en de goede niet, noemen we dit averechtse selectie. Asymmetrische informatie is op die manier de oorzaak van het falen van de markt.

**Hoofdstuk 5**

Goederen die via een markt worden verhandeld zijn **individuele goederen**.

De vraag van de ene consument rivaliseert met de vraag van de andere consument over individuele goederen.

Een product waarvan alle consumenten profiteren zonder ervoor te betalen heten **collectieve goederen**.

Er zijn twee verschillen tussen collectieve goederen en individuele goederen:

* **Bij collectieve goederen is het onmogelijk vragers uit te sluiten van het gebruik van het goed.** Wordt het eenmaal aangeboden, dan kunnen ook mensen die niet betalen van het goed gebruik maken. **Bij individuele goederen is uitsluiting wel mogelijk**.
* **Bij collectieve goederen rivaliseert de vraag van het ene goed niet met de vraag van anderen**. Dit betekent dat het gebruik van het goed door de ene consument niet ten koste gaat van andere consumenten.

Een **dominante strategie** is de voordeligste strategie die iemand kiest, onafhankelijk

van wat anderen kiezen.

Het **gevangenendilemma of ‘prisoners dilemma’** is een spelvorm waarbij er 2 spelers zijn die allebei

kiezen uit 2 acties: {zwijgen} of {bekennen}. Het gevangenendilemma is een simultaan spel want beide spelers bepalen tegelijkertijd hun actie, of beter gezegd: de spelers maken hun keuze zonder dat zij de actie van de andere speler kennen.

**Nash-evenwicht**: gegeven de keuze van de andere speler, kan geen van beide spelers zich verbeteren.

Collectieve goederen kunnen dus niet via de markt verhandeld worden, omdat uitsluiting niet mogelijk is. De markt faalt dus.

Voor een producent betekent het ontbreken van rivaliteit dat de marginale kosten van een extra gebruiker gelijk zijn aan nul.

Collectieve goederen voorzien een behoefte, maar worden niet via de markt geleverd.

Het gevangenendilemma en meeliftersgedrag bij collectieve goederen kan worden opgelost als de vragers samenwerken door een bindend contract aan te gaan. Om tot samenwerking te kunnen komen, is meestal dwang van de overheid nodig.

Ook normen en waarden kunnen leiden tot een coöperatieve opstelling van burgers.

Als het handelen van iemand invloed heeft op de welvaart van anderen spreken we van een **extern effect**. Externe effecten doen zich niet alleen voor bij de consumptie, maar ook bij de productie.

Externe effecten kunnen naast negatief ook *positief* zijn. Negatieve externe effecten noemen we ook **externe kosten**, en positieve externe effecten noemen we **externe baten**.

Als er zich externe effecten voordoen, is de marktuitkomst **niet** Pareto-efficiënt. Omdat de vrije markt niet in staat is externe kosten en baten op te nemen in de prijs, faalt de markt. Om wel Pareto-efficiëntie te bereiken, moeten we weten wat de maatschappelijke prijs is.

De **maatschappelijke prijs** is gebaseerd op maatschappelijke kosten en maatschappelijke baten. De maatschappelijke kosten bestaan uit de optelling van **private kosten** en de **externe kosten**. De maatschappelijke baten bestaan uit de **private baten** plus de **externe baten**.

Bij positieve externe effecten wordt er maatschappelijk gezien te weinig geproduceerd.

In een MKBA (maatschappelijke kosten-batenanalyse) worden alle kosten en baten inclusief externe effecten in geld uitgedrukt.

Het opnemen van externe effecten in de prijs noemen we **internaliseren** van externe effecten.

Als externe effecten volledig zijn geïnternaliseerd, faalt de markt niet langer en is er een Pareto-efficiënte situatie.

*Externe effecten zijn het gevolg van een ontbrekende markt.*

Soms moet de overheid de ontbrekende markt zelf organiseren.

Externe effecten zijn tegen te gaan door middel van een contract of heffingen. Als onderlinge afspraken of heffingen niet mogelijk zijn, moet de overheid anders te werk gaan. De meest radicale manier is het verbieden van het gebruik of het verbieden van de productie van goederen met negatieve externe effecten.

Door normen te stellen, bevordert de overheid dat er nieuwe technieken worden ontwikkeld om vervuilingsproblemen aan te pakken.

**Hoofdstuk 6**

Bij **principaal-agentrelatie** is de principaal de opdrachtgever en de agent de opdrachtnemer. De principaal geeft de agent een taak. Als de agent bij het uitvoeren van zijn taak niet alleen aan het belang van de baas, maar ook aan zijn eigen belang denkt, is er een principaal-agentprobleem.

Het **belang** van de principaal is de kosten zo laag mogelijk te houden. Het gedrag van agenten kan door de principalen gestuurd worden door **bonussen**. Hierdoor worden ze gestimuleerd om beter hun best te doen.

Het *nadeel* van bonussen is dat sommige managers te veel risico nemen.

De principaal-agentrelatie kan invloed hebben op de winst.

Als monopolist zijnde kan de monopolist *marktprikkels* negeren.

**Privatisering** is het afstoten van overheidstaken naar het particuliere bedrijfsleven.

Een geprivatiseerd bedrijf moet concurreren met andere aanbieders van het product, dan zal het proberen consumenten te lokken met *nieuwe diensten* en door *lage prijzen*. Ze voeren nieuwe of vernieuwede producten in (**productinnovatie**) en vernieuwen het productieproces (**procesinnovatie**).

Dankzij privatisering betalen belastingbetalers niet meer mee aan het in stand houden van verliesgevende bedrijven.

Een bedrijf van de overheid kan niet failliet gaan en werknemers zijn verzekerd van hun baan. Er zijn daarom bij een overheidsbedrijf minder prikkels om efficiënt te werken.

Bij de keuze voor wel of niet privatiseren staat de overheid voor een *dilemma*: prikkelen of verzekeren.

Een **concessie** is het verlenen van bijzondere en uitsluitende rechten aan de exploitanten van concessiediensten.

Schaden dat uitgedrukt is in geld heten **congestiekosten**.

De welvaarstheorie beschouwt congestiekosten als externe kosten die leiden tot een verlies aan welvaart.

De extra kosten die een persoon veroorzaakt bij andere personen, omdat het een negatief effect geeft, noemen we **marginale congestiekosten**.