**Economie h14**

Marketing leidt tot onvolkomen markten, doordat er meer verkocht word dan normaal.

**Marketing mix:**

* **Productbeleid**
  + Welk soort product?
* **Prijsbeleid**
  + Hoe hoog moet de prijs?
    - ***Prijsdiscriminatie:*** *als aanbieder bij verschillende groepen verschillende prijzen heeft*
    - ***Prijsdifferentiatie:*** *als aanbieder verschillende prijs voor hetzelfde product heeft doordat er kostenverschillen zijn.*
    - **Prijsdumping:** verkopen producten onder kostprijs
* **Plaatsbeleid**
  + Waar te verstigen?
* **Promotiebeleid**
  + Hoe trek je klanten?

Beperken van concurrentie, dmv:

Uitschakeling:

* **Octrooi (patent):** exclusief recht op een uitvinding, zodat anderen hier geen gebruik van mogen maken.

Concentratie (samengaan):

* **Kartelvorming**: afspraken tussen bedrijven om prijs op te drijven🡪 is verboden
* **Franchising:**overe4enkomst waarbij de verlener aan de franchiser tegen betaling toestaat om gebruik te maken van de handelsnaam en hun tactieken
  + Vb.H&m, burgerking etc.
* **Joint venture:** gezamelijke nieuwe ondereming waarin partijen hun kennis en vermogen inbrengen
* **Consortium:**  tijdelijke samenwerking tussen ondernemingen om risico’s te spreiden
* **Fusies en overnames**

**Kenmerken monopolie:**

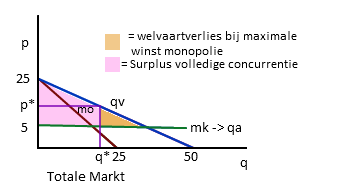
* **Één aanbieder, veel vragers**
* **Onvolkomen markten**
  + Passen productiedifferentiatie, prijsdifferentiatie en soms prijsdiscriminatie toe
* **Vrije marktwerking**
  + Behalve merk rechten

**Maximale omzet monopolie:**

Heeft vrije keuze qua prijs

**MO= 0**

Qv= 2p+50 🡪 p= -0,5q+25

To= pxq

To= (-0,5q+25) q

To= -0,5q2+25q

**MO= TO’**= -q+25

Tk= 5q +20

Mk= 5

MO=0 🡪 0=-q+25 🡪 **q=25**

**Break-even point:**

Snijpunt **GO/P = GTK**

**Maximale winst monopolie:**

**MO=MK**

**TW= (GO-GTK) x q**

**Welvaartverlies monopolie**

Zie kaartje

BLZ 194!

**Overheidsingrijpen**

* **Mededingingswet**
  + Kartelverbod
  + Verbod op misbruik van economische machtspositie
    - Bijv. Extreem hoge prijzen
  + Vergunning concentraties
    - Kunnen ook geweigerd worden
* **Overheidsmonopolies, ZBO’s en new public management**
  + Toezichtshouders (monopolies op hun taak)
    - OPTA🡪 post en telecommunicatie
    - Nza🡪 zorg
    - Nma; DTE🡪 energie
  + ZBO; zelfstandig bestuursorgaan🡪 voert zelfstandig overheidstaak uit
    - Kvk
    - IBG
    - Academische ziekenhuizen
  + Bovenstaande, zijn voorbeelden van public management;
    - Hervormde bedrijven van de overheid met minder bureaucratie als vroeger
* **Prijsvoorschriften**

14.3

Verschillen in marktvormen:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Hoeveelheid invloed van aanbieder op prijs :** | | |
| ding.PNG | | |
| **Geen invloed prijs** | **Weinig invloed prijs** | **Volledig invloed prijs** |

* Des te **steiler de lijn**, des te **meer invloed** van de **aanbieder** op de prijs

|  |  |
| --- | --- |
| **Monopolistische concurrentie** | **Oligopolie** |
| -Veel aanbieders/ veel vragers  - onvolkomen markt  -Heterogeen product, ieder prduct zijn eigen klantenkring  -Op lange termijn geen winst  -Makkelijk toe te treden, vrije markt | -Weinig aanbieders/ veel vragers  -Onvolkomen markt  - homogeen product met heterogene kenmerkenen (kwaliteitsverschillen)  - vrije markt. |
| nog een ding.PNG | nog een ding.PNG |
| **Maximale winst MO=MK**  **P=GTK**  Anders maakt het bedrijf verlies; **geen winst mogelijk!** | **Maximale winst MO=MK**  **P0 en q0**  **AB:** Prijsverhoging bedrijf, maar niet van concurrenten 🡪 vraag loopt terug  **BC:** reactie concurrenten prijsverlaging 🡪 vraag neemt minder sterk toe  **DE:** prijsstarheid zolang MK MO snijd  Bij p=MK is de verkoopprijs hoger en de productieomvang kleiner🡪 welvaartsverlies |

**Monopsonie:** veel aanbieders, één vrager

**Oligopsonie:** veel aanbieders, weinig vragers

**Countervailing power:** als tegenkrachten economische markt neutraliseren kan optimale allocatie plaatsvinden

14.4/14.5

Tegenspeler die zich aanpassen op eht gedrag van de andere:

* **Simultaan**: tegelijk
* **Seguentieel**: na elkaar

**Gevangene dillemma:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Speler 1 zwijgt** | | **Speler 1 verlinkt** | |
| **Speler 2 zwijgt** | **+** | **+** | **+** | **-** |
| **Speler 2 verlinkt** | **-** | **+** | **+ -** | **+ -** |

**Pay-off-matrix**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Bedrijf 1 kiest peper** | | **Bedrijf 1 kiest zout** | |
| **Bedrijf 2 kiest peper** | **1500** | **2000** | **2500** | **5000** |
| **Bedrijf 2 kiest zout** | **5000** | **2500** | **1000** | **1200** |

**Dominante strategie:** de beste reactie op de gekozen strategie van de ander

* Stel B1 kiest peper, dan is dat voor B2 zout.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Bedrijf 1 geen prijs verlaging** | | **Bedrijf 1 prijs verlaging** | |
| **Bedrijf 2 geen prijs verlaging** | **1000** | **1400** | **900** | **1600** |
| **Bedrijf 2 prijs verlaging** | **1200** | **1300** | **1100** | **1500** |

**Nash-evenwicht:** ze gaan alletwee voor de beste individuele optie, die uiteindelijk tot het mindere kan leiden als de ander dit ook kiest. Als ze beiden de beste mogelijke optie kiezen is dit het nash-evenwicht

* B1 kiest prijsverlaging , B2 ook

**Pareto optimum**: als het niet meer leidt tot extra welvaart van de ander

14.5

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Belastingbetaler 2 | | | |
| Wel bijdragen | | Niet bijdragen | |
| Belastingbetaler 1 | Wel bijdragen | 0 | 0 | - | + |
| Niet bijdragen | + | - | 0/- | 0/- |

Doordat niet bijdragen voordelig kan zijn, ontstaan **meeliftgedrag**, zoals te zien bij paars, dat zou niet eerlijk zijn t.o.v. oranje. Bovendien als beiden niet zouden betlane is er geen geld.

* Hierom: **collectieve dwang**.

Verzonken ksoten: kosten die al gemaakt zijn en niet terug gedraaid kunnen worden.

**Formules:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Maximale winst** | MO=MK |
| **B.E.P** | W=0 of P=GTK |
| **Evenwichtsprijs** | Qa=Qv of MK=P |
| **Afwenteling** | (Verschil \_p/2)x100% |
|  | P=Qv en Mk=Qa |
|  | MW=TW’ en MO=TO’ MK=TK’ |
|  |  |
|  |  |
|  |  |