2.1

In ons dagelijks leven maken wij voortdurend keuzes omdat we nu eenmaal niet alles tegelijk kunnen doen of ons geld maar één keer kunnen uitgeven. We moeten kiezen. Hoe doen mensen dat? Waar letten ze op en wat betekent dat voor hun gedrag? Met dat soort vragen houd de economie zich bezig. Deze wetenschap bestudeert hoe mensen zich gedragen als ze moeten kiezen hoe ze hun beschikbare middelen (geld, ruimte, milieu en/of tijd) inzetten om zo veel mogelijk wensen te vervullen

3.1

In de economie heten wensen ook wel **behoeften** of voorkeuren. Bij **middelen** kun je denken aan geld maar ook aan beschikbare tijd , grondgebied, natuurlijke hulpbronnen of schone lucht. Deze middelen kun je dus op verschillende manieren inzetten: je kunt ze alternatief aanwenden. Je moet dus kiezen. De wensen of behoeften zijn voor ieder mens weer anders en kunnen ook in de tijd veranderen.

Om een goede keuze te maken moet je dus:

1. eerst vaststellen welke wensen er zijn.

2. wat nog belangrijker is welke wensen je bovenaan je lijstje zet. Je moet je wensen op volgorde zetten: wat het meest belangrijk is bovenaan.

3. Weten welke middelen nodig zijn voor de verschillende wensen.

3.2

**Als een goed schaars is betekent dat in de economie niet dat er weinig van is, maar dat het geld, tijd, arbeid, machinetijd of bijvoorbeeld ruimte kost om het te maken. Voor een vrij goed hoeven we geen middelen op te offeren en die zijn er dan ook niet zo veel.** Met **schaarse goederen** bedoelen we dus goederen waar we middelen aan op moeten offeren en niet goederen waar er maar weinig van zijn.

3.3

**De spanning tussen behoeften en middelen noemen de economen schaarste.**

**Hoofdstuk 4 : afruilen**

Om één eenheid van een goed meer te krijgen moet ik afzien van eenheden van een ander goed. Ik moet er iets voor opofferen : afruilen.

4.1

Hoe hij zijn zes weken verdeelt hangt af van een aantal factoren: hoe hard heeft Wesley geld nodig, hoe leuk vindt hij reizen, hoe vervelend vindt hij werken enz.

Wesley kiest voor vier weken vakantie en twee weken werken. Aan het einde van zijn reis heeft hij totaal geen zin om aan het werk te gaan en hij belt dat hij nog een weekje wegblijft. Deze extra week vakantie kost hem € 300,- volgens de gegevens hierboven. Maar de econoom zal zeggen: “ Plus nog eens € 200,- die hij misloopt omdat hij in die week niet werkt”. Die laatste € 200,- noemen we de **opofferingskosten** ( ook wel **opportunity costs** genoemd).

4.2

Als je verstandig met je geld wilt omgaan is het maken van een begroting of **budget** een goed idee. Je gaat van tevoren na wat je plannen (kunnen) gaan kosten en wat je aan middelen ter beschikking denkt te hebben.

Stel je hebt 120 euro te besteden en je kan kiezen uit twee goederen.

Je wilt graag naar de bioscoop en dat kost € 6,= per keer, of je wilt spellen voor je nieuwe spelcomputer aanschaffen en die kosten € 30,= per spel.

Met een budget van 120 euro kan je dus maximaal 20 keer naar de bioscoop of 4 spellen kiezen. Er zijn echter ook combinaties mogelijk. Als je 2 spellen koopt kan je nog 10 keer naar de bioscoop, en als je drie spellen koopt kan je nog 5 keer naar de bioscoop.

Deze lijn die de beschikbare combinaties van bioscoopkaartjes en computerspellen weergeeft bij het budget van 120 euro noemen we een **budgetlijn.** Uit de grafiek kun je aflezen hoeveel eenheden van het ene goed je moet opofferen om een extra eenheid van het andere goed te krijgen.

Hoe meer budget de consument ter beschikking heeft, des te verder de budgetlijn van de oorsprong ligt. De hellingshoek van de budgetlijn geeft aan hoeveel van het ene goed opgeofferd moet worden voor het andere goed. Deze hellingshoek wordt dus bepaald door de prijzen van de goederen.

Begrippenlijst

|  |  |
| --- | --- |
| **Afruilen**  | Binnen de mogelijkheden van het budget kun je het meer van het ene goed kiezen te koste van het andere goed.  |
| **Behoeften**  | De goederen en diensten die consumenten nodig hebben/ willen aanschaffen. De economie veronderstelt dat deze behoeften in principe eindeloos zijn.  |
| **Budget**  | De hoeveelheid (geld) middelen die je hebt  |
| **Budgetlijn**  | een budgetlijn is een rechte lijn die alle mogelijke goederencombinaties weergeeft bij gegeven prijzen en een volledige besteding van het budget. de ligging van de budgetlijn t.o.v. de oorsprong wordt bepaald door het reële inkomen (nominaal inkomen in relatie met de prijzen) de helling van de budgetlijn wordt bepaald door de verhouding van de prijzen  |
| **Economie**  | de wetenschap die bestudeert hoe mensen omgaan met middelen, die ze op verschillende manieren kunnen inzetten, om zoveel mogelijk van hun behoeften (wensen) te realiseren  |
| **Goederen/diensten** | Zaken waarmee behoeften kunnen worden bevredigd. Bijvoorbeeld: Als jij behoefte hebt om naar een café toe te gaan en biertje te drinken dan worden jouw behoeften op twee manieren bevredigd. De eerste is het biertje dat je drinkt (een goed) en de tweede is de vriendelijke barman of barvrouw die jou het biertje serveert (een dienst).  |

* 1. **de vraag**

Consumenten proberen het overgrote deel van hun ‘behoeften te bevredigen’ door goederen en diensten te kopen. Consumenten zijn de vragende partij. Zij zijn de vragersnaar goederen en diensten. Fabrikanten produceren de gevraagde goederen en diensten. Deze worden geleverd als de aanbieders van goederen en diensten er een zodanige prijs voor kunnen krijgen dat ze er wat aan kunnen verdienen. De fabrikanten zijn de aanbiedersvan goederen en diensten, de andere partij. Vroeger waren het meestal **concrete** markten. Daar komen de marktpartijen met elkaar oog in oog te staan. Ook voor andere goederen en diensten die je koopt is er een markt. Er is vraag en aanbod, alleen zie je die niet. Het zijn **abstracte** markten. (bijvoorbeeld als je iets op marktplaats koopt).

Economen vatten alle koopmotieven en koopredenen samen onder vier verschillende zogeheten **VRAAGFACTOREN**:

- A. de prijs van het goed

- B. het (besteedbaar) inkomen

- C. de prijzen van andere goederen

- D. de voorkeuren van de koper (alle andere factoren dan de eerste drie)

- E. Het aantal kopers

Ceteris paribus is Latijn en betekent: "overige factoren blijven constant."

* 1. **de vraaglijn**

Het ontvangen geldbedrag wordt ook wel omzet genoemd, de verkochte hoeveelheid wordt afzet genoemd.

We bedoelen met betalingsbereidheid wat een consument maximaal zou willen betalen voor een product. Dit is voor iedere consument verschillend.

Als we alle consumenten bij elkaar voegen zien we de totale vraag en hebben we het over het **COLLECTIEVE VRAAGGEDRAG** en de **COLLECTIEVE VRAAGLIJN.**

* 1. **consumentensurplus**

Het **CONSUMENTENSUPRLUS** is het verschil tussen de betalingsbereidheid en de werkelijke prijs

**1.6 het verschuiven van de vraaglijn**

De collectieve vraagcurve laat de betalingsbereidheid van een groep consumenten zien. Want de curve geeft het verband weer tussen de prijs van een goed of dienst en hoeveel ervan door consumenten zal worden gevraagd. De vraagcurve laat zien dat bij een prijsstijging er consumenten zullen afhaken en minder zullen kopen en dat consumenten zich bij een prijsdaling precies andersom gedragen. Een stijging van het besteedbare inkomen verleidt consumenten tot meer aankopen, ondanks dat de prijzen ervan niet stijgen. Bij ongewijzigde prijzen gaan consumenten bij een inkomensdaling minder kopen. In een grafiek verschuift dan de vraagcurve. Bij een inkomensstijging naar rechts; er worden bij elke prijs meer gekocht. Bij een inkomensdaling naar links, want er wordt bij alle prijzen minder producten gevraagd. Dezelfde redenering als bij inkomensverandering geldt ook voor de overige twee vraagfactoren.

2.1 prijselasticiteit van de vraag

Consumenten reageren op prijsveranderingen van goederen. Maar niet op die van alle goederen op dezelfde manier. Soms laat een prijsverandering van goederen consumenten volstrekt koud. Ze kopen er ongeveer evenveel van, wat er ook gebeurt. Bij de meeste goederen is er wel een reactie op de prijsverandering. Bij een prijsverandering van sommige goederen raken ze dan weer buiten zinnen en reageren fanatiek en furieus. **Prijsgevoeligheid** geeft aan hoe sterk consumenten reageren op prijsveranderingen van goederen.

Economen spreken van een **prijsinelastische** vraag als de kopers amper op een prijsverandering van goederen of diensten reageren en zich nauwelijks anders gaan gedragen. Is er wel sprake van een sterke reactie van de vragers op een prijsverandering dan spreken we van een **prijselastische** vraag.

Hoe DICHTER dat getal BIJ 0 zit hoe PRIJSINELASTISCHER de vraag. En dus HOE GROTER het getal HOE PRIJSELASTISCHER de vraag. De afspraak is dat goederen met een prijselasticiteit kleiner dan 1 prijsinelastisch zijn en groter dan 1 prijselastisch.

**SUBSTITUTIEGOEDEREN** zijn goederen die je door andere kunt vervangen om dezelfde koopwens in vervulling te laten gaan. Bij een (flinke) prijsverhoging zal de koper sneller het alternatief kiezen. Hoe beter substitutiegoederen elkaar kunnen vervangen des te hoger is de waarde van de elasticiteit.

Bij **COMPLEMENTAIRE GOEDEREN** ligt dat allemaal heel anders. Hier moet je bij het kopen ervan ook goed rekening houden met wat sommige andere goederen kosten. Iemand die een scooter koopt, let niet alleen op de prijs van de scooter zelf, maar ook op de prijs van de brandstof, de verplichte WA - verzekeringspremie, de verzekeringspremie tegen diefstal en zelfs de prijs van de helm.

2.3 inkomenselasticiteit van de vraag

Inkomen is ook een belangrijke vraagfactor. Net als bij prijsveranderingen is het ook interessant te weten hoe sterk het koopgedrag verandert als gevolg van inkomensveranderingen. Net als bij prijsveranderingen hangt dat van de te kopen goederen of diensten af. Net als op prijsveranderingen kan de reactie van de kopers op de verandering in hun besteedbaar inkomen met een getal, een elasticiteit worden weergegeven: de **INKOMENSELASTICITEIT**.

Goederen waaraan kopers nauwelijks meer of minder geld besteden als hun inkomen verandert, zijn **inkomensinelastisch**. De vraag naar goederen is **inkomenselastisch** als al een kleine inkomensverandering tot een flinke reactie bij de kopers leidt.

Wederom is de vraag naar goederen inkomensinelastischer als het getal dichter bij 0 ligt en elastischer als het groter wordt. Afspraak is wederom dat een getal onder de 1 betekent dat een goed inelastisch en boven de 1 dat een goed inkomenselastisch is.

Bij een inkomensstijging worden van bijna alle goederen of diensten meer gekocht. En andersom: bij een inkomensdaling wordt er van bijna alle goederen minder aangeschaft. De inkomenselasticiteit van vrijwel alle goederen en diensten is daarom positief; er staat een + teken voor het getal.

Bekend is al dat goederen of diensten waarvan minder wordt gekocht bij een inkomensstijging, **INFERIEURE GOEDEREN** worden genoemd. De inkomenselasticiteit van inferieure goederen is daarom negatief.

Van **NORMALE GOEDEREN** wordt meer gekocht bij een prijsdaling ervan en bij een inkomensstijging. Het zijn **primaire goederen** als de relatieve vraag naar het goed minder stijgt dan de stijging van het inkomen. De inkomenselasticiteit is positief, maar kleiner dan 1. En bij **LUXE GOEDEREN** gaat er procentueel of relatief meer van de hand dan de inkomensstijging. Het zijn inkomenselastische goederen. De inkomenselasticiteit is positief en groter dan 1 .

|  |  |
| --- | --- |
| **ABSTRACTE MARKT**  | Een markt waar vragers en aanbieders elkaar niet in levenden lijve ontmoeten maar wel transacties verrichten.  |
| **AFZET**  | De geproduceerde en verkochte hoeveelheid goederen/diensten  |
| **BETALINGSBEREIDHEID**  | Het maximale bedrag dat de consument bereid is te betalen voor een bepaald(e) goed/dienst  |
| **CETERIS PARIBUS**  | De voorwaarde dat bij het onderzoeken van een verband tussen twee variabelen de overige omstandigheden constant verondersteld worden.  |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **COLLECTIEVE** **VRAAGFUNCTIE**  | De wiskundige formule die het verband weergeeft tussen de prijs en de totale vraag naar een goed van alle consumenten samen.  |
| **COLLECTIEVE** **VRAAGGEDRAG**  | De totale vraag naar goederen/diensten zoals deze tot uitdrukking komt in het gedrag van de consumenten samen  |
| **COLLECTIEVE VRAAGLIJN**  | De lijn die het verband weergeeft tussen de prijs en de totale vraag naar een goed van alle consumenten samen.  |
| **COMPLEMENTAIRE** **GOEDEREN**  | Goederen die in combinatie gebruikt worden, zoals een auto en benzine. Deze goederen hebben een positieve kruislingse elasticiteit.  |
| **CONCRETE MARKT**  | Een markt waar vragers en aanbieders elkaar in levenden lijve ontmoeten en transacties verrichten.  |
|  |  |
| **CONSUMENTENSURPLUS**  | Het verschil tussen wat consumenten bereid zijn te betalen voor een goed en het bedrag dat ze feitelijk moeten betalen.  |
| **INFERIEURE GOEDEREN**  | Goederen die lager gewaardeerd worden dan andere goederen en waarvan de consument minder gaat kopen als hij over meer budget beschikt. Deze goederen hebben een negatieve inkomenselasticiteit.  |
| **INKOMENSELASTICITEIT**  | De procentuele verandering van de vraag naar een goed ten gevolge van een procentuele verandering van het inkomen. In formule: % verandering qv % verandering Y  |
| **INKOMENELASTISCH**  | Een goed met een inkomenselasticiteit groter dan 1. De verandering van de gevraagde hoeveelheid is groter dan de inkomensverandering.  |
| **INKOMENSINELASTISCH**  | Een goed met een inkomenselasticiteit kleiner dan 1. De verandering van de gevraagde hoeveelheid is kleiner dan de inkomensverandering.  |
|  |  |
| **LUXE GOEDEREN**  | Goederen die een prijselasticiteit en een inkomenselasticiteit hebben die groter zijn dan 1. Deze goederen zijn prijs- en inkomensgevoelig omdat ze niet echt noodzakelijk zijn. |

|  |
| --- |
| .  |
| **NORMALE GOEDEREN**  | Goederen die niet inferieur zijn.  |
| **OMZET**  | Het bedrag dat de verkoper ontvangt voor de verkochte goederen. Omzet = prijs x afzet  |
| **PRIJSELASTICITEIT VAN** **DE VRAAG**  | De procentuele verandering van de vraag naar een goed ten gevolge van een procentuele verandering van de prijs van dat goed. In formule: % verandering qv % verandering p  |
| **PRIJSINELASTISCHE GOEDEREN**  | Goederen waarbij de procentuele verandering van de vraag kleiner is dan de procentuele verandering van de prijs.  |
| **PRIJSGEVOELIGHEID** | De mate waarin de gevraagde hoeveelheid van een goed verandert ten gevolge van een procentuele verandering van de prijs.  |
| **SUBSTITUTIEGOEDEREN**  | Goederen die voor elkaar in de plaats gebruikt kunnen worden. De mate waarin ze elkaar kunnen vervangen is af te lezen aan de waarde van de kruislingse elasticiteit. Deze elasticiteit is overigens negatief.  |
| **VRAAGFACTOREN**  | Factoren die van invloed zijn op de hoogte van de gevraagde hoeveelheid (anders dan de prijs van het goed): Aantal vragers, prijs van andere goederen, het budget, de voorkeuren.  |
|  |  |