Samenvatting economie Kleding

H.2 Op zoek naar een spijkerbroek

Vraaglijnen:
**individuele vraaglijn** geeft aan hoeveel van een product een individu wil kopen bij een bepaalde prijs

**Collectieve vraaglijn** geeft de totale gevraagde hoeveelheid naar een product van alle consumenten samen



Er is een negatief verband: prijs ⭡ -> vraag ⭣. Hierbij geldt de **ceteris-paribus voorwaarde**: de veronderstelling dat de andere factoren die de vraag beïnvloeden constant blijven.

Er is een verandering over/ langs de lijn als de vraag veranderd door alleen een prijsverandering (hierbij geldt ceteris-paribus)

Verschuiving van de lijn = lijn verschuift naar links/rechts is als de vraag veranderd door andere invloeden dan de prijs. Bij de dezelfde prijs wordt er meer/ minder aangeboden.

Elasticiteit:
*algemeen*: elasticiteit (Ev) laat zien hoe sterk iets reageert (gevolg) als iets anders veranderd (oorzaak)

Ev = % verandering gevolg\_\_\_ dus prijselasticiteit: % verandering gevraagde hoeveelheid

 % verandering oorzaak % verandering prijs

De prijselasticiteit geeft aan met hoeveel procent de vraag veranderd als de prijs met 1 % stijgt

Ev < -1 : goed is elastisch, vraag veranderd sterk op prijsstijging, neemt daarom af

Ev tussen -1 en 0: vraag neemt niet heel sterk af bij prijsstijging, inelastisch

Ev=0: vraag is volledig inelastisch en reageert dus niet op een prijsstijging

Ev tussen 0 en 1: vraag neemt toe bij prijsstijging, maar niet heel sterk, dus inelastisch. Dit gebeurt alleen bij statusgoederen (kunst)

Ev> 1: vraag neemt sterk toe bij prijsstijging, elastisch

Prijselasticiteit afhankelijk van:

* Of er substitutiegoederen zijn: als mensen eenvoudig kunnen switchen is de verandering in vraag groot bij een kleine prijsverandering (prijselastisch)
* De termijn die je bekijkt: op korte termijn is het moeilijker switchen, dus elasticiteit laag. Op lange termijn makkelijker, dus hoger
* Soort goed: primaire goederen moeten mensen blijven kopen, dus vaak prijsinelastisch. Luxe goederen zijn juist prijselastisch

*Prijselasticiteit en omzet:*

Prijselastisch goed (Ev < -1): procentuele daling afzet> procentuele stijging prijs: afzet neemt harder af dan dat de prijs stijgt-> minder omzet als de prijs omhoog gaat.

Prijsinelastisch goed (Ev tussen 0 en -1): procentuele daling afzet < procentuele stijging prijs: afzet neemt minder hard af dan dat de prijs stijgt -> meer omzet als de prijs omhoog gaat

*Kruiselingse prijselasticiteit:*

Kruiselingse prijselasticiteit van de vraag (Ek) geeft weer hoe sterk de vraag naar het ene goed reageert op een prijsverandering van een ander goed.

Ek= % verandering v.d. vraag naar product B

 % verandering v.d. prijs van product A

**Complementaire goederen** zijn goederen die elkaar aanvullen. Het ene product is nodig bij gebruik van het andere product -> prijs product A ⭡ -> zowel vraag product A als vraag product B ⭣ -> daarom hebben complementaire goederen een negatieve kruiselingse prijselasticiteit

**Substitutiegoederen** zijn goederen die als vervanger voor elkaar worden gezien. -> prijsstijging product A-> vraag product B ⭡ -> daarom positieve kruiselingse prijselasticiteit

*Inkomenselasticiteit:*vraag naar producten is ook afhankelijk van het inkomen (Y).

Ey= % verandering van de vraag

 % verandering Y

Uitkomst geeft aan met hoeveel % de vraag verandert als het inkomen met 1 % toeneemt

normale goederen: je koopt meer als je inkomen stijgt. Verdeeld in **primaire goederen** en **luxe goederen.**

**Primaire goederen**: goederen die we nodig hebben om te kunnen leven. Vraag stijgt als inkomen stijgt, maar niet heel sterk. Bij het **verzadigingsinkomen** stopt het stijgen van de vraag.

Ey tussen 0 en 1

**Luxe goederen**: goederen die we niet per se nodig hebben. Daarom pas gekocht vanaf het **drempelinkomen**. Vraag reageert sterk op inkomensveranderingen. Ey> 1

**Inferieure goederen**: van deze goederen neemt de vraag af als het inkomen stijgt, omdat de consument vervangende producten kan aanschaffen (vb. gehakt). Er is een negatieve inkomenselasticiteit: Ey < 0



H.3 Spijkerbroeken te koop

Een **bedrijfskolom** omvat de schakels die nodig zijn bij de productie van een goed.

**Specialisatie**= een bedrijf stoot activiteiten af naar een andere bedrijfskolom. Een winkel gaat zich op één doelgroep richten.

**Parallellisatie**= een bedrijf is in verschillende bedrijfskolommen actief. Denk: Hema, Bijenkorf

**Integratie**= als bedrijven meerdere schakels uit de eigen bedrijfskolom omvatten/ overnemen. Gebeurt vooral als er sprake is over kwaliteit/betrouwbaarheid v.d. leverancier, of als transactiekosten erg hoog zijn-> als marktprijs+transactiekosten>productiekosten is het voordeliger product zelf te produceren.

**Differentiatie**= het afstoten van een productiefase

**Verzonken kosten**= kosten die niet meer terug te verdienen zijn (omdat machine bv. maar voor één doel gebruikt kan worden).

Een **berovingsprobleem/ hold-upprobleem** = als bij een samenwerking de ene partij meer investeert dan de andere partij -> machtsverhoudingen veranderen. Kan een rede zijn voor integratie.

Totale kosten (TK)= alle kosten samen

Totale opbrengt (TO)= omzet = P x q

Totale winst (TW)= = TO-TK. Positief-> winst. Negatief -> verlies

q= afzet= geproduceerde hoeveelheid

P= verkoopprijs= gemiddelde opbrengst= GO

Gemiddelde totale kosten (GTK)= totale kosten per product= kostprijs

Gemiddelde winst= GW= totale winst per product= winstmarge = GO-GTK

Aanbodlijn:



Aanbodlijn geeft het verband weer tussen prijs en de aangeboden hoeveelheid. Er is een positief verband tussen P en Qa: als P ⭡, kunnen aanbieders meer verdienen, dus Qa ⭡. Geldt alleen bij ceteris-paribus. De lijn begint nooit bij 0, want producenten willen kosten terugverdienen. Startpunt lijn = startprijs

Verschuiving langs (over) de lijn -> als prijs verandert, verandert aanbod. Verschuiving van de lijn (naar links/rechts)-> bij andere invloeden

Prijselasticiteit:
Ea= prijselasticiteit van het aanbod= geeft aan hoe sterk het aanbod reageert op prijsveranderingen

Ea = % verandering v.h. aanbod\_\_

 % verandering verkoopprijs

Balans en resultatenrekening:
 balans per …

|  |  |
| --- | --- |
| Debet (activa) |  Credit (passiva) |
| Lijst met alle bezittingen(oftewel: wat heb je met je geld gedaan)  | Eigen vermogen (EV)+ vreemd vermogen (VV)= lijst met alle schulden (oftewel: hoe kom je aan geld) |

Hierbij geldt:
debet= credit -> activa=passiva

Bezittingen= EV +VV

Op de balans staan voorraadgrootheden, ze zijn op een bepaald moment vastgesteld

**Vaste activa**= gaan langer dan 1 jaar mee ->gebouw, inventaris, bedrijfswagens

**Vlottende activa**= gaan korter dan 1 jaar mee -> materialen, voorraad

**Liquide activa**= kun je direct gebruiken -> bank, kas

**Lang vreemd vermogen**= looptijd > 1 jaar

**Kort vreemd vermogen**= looptijd < 1 jaar

De post **debiteuren** zijn vorderingen op klanten die nog moeten betalen. **Crediteuren** zijn schulden aan leveranciers

De **resultatenrekening** geeft een overzicht van de opbrengsten en de kosten van een bedrijf over een bepaalde periode. Hierop staan stroomgrootheden, want kosten en opbrengsten worden geregistreerd over een bepaalde periode. -> is ook altijd in evenwicht

**Afschrijven**= het rekening houden met de waardedaling van vaste activa als gevolg van slijtage/veroudering

Ondernemingsvormen:
**eenmanszaak**= zelfstandige zonder personeel (zzp’er) = bedrijf met één eigenaar en geen scheiding tussen privévermogen en vermogen van het bedrijf.

**Vennootschap onder firma** = (VOF)= bedrijf met meerdere eigenaren. Iedereen is hoofdelijk aansprakelijk: elke firmant is met privévermogen aansprakelijk voor gehele schuld van een VOF

**Besloten vennootschap**= BN= vennoten brengen elk een bepaald bedrag in. Zij zijn alleen aansprakelijk tot het bedrag dat is ingelegd. Aandelen staan op naam -> niet zo veel vermogen aantrekken

**Naamloze vennootschap**= NV= aandelen staan niet op naam en kunnen vrij verhandeld worden -> zo veel vermogen aantrekken. Aandeelhouders zijn voor een deel eigenaar van het bedrijf

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rechtsvorm** | **Ondernemingsrisico****Strekt zich uit tot** | **Eigendom en leiding** | **Mogelijkheid tot aantrekken vermogen** | **Belasting over de winst** |
| Eenmanszaak | Privévermogen | Verenigd in één persoon | Niet groot | Inkomens |
| Vof | Privévermogen | Samen | Niet groot | Inkomens |
| Bv | Aandeelbedrag | Gesplitst | Niet groot | Vennoot |
| Nv | Aandeelbedrag | Gesplitst | Zeer groot | vennoot |

H.4 De productie van een spijkerbroek
constante kosten= kosten die niet veranderen als productie (q) verandert-> kosten van vaste activa

Totale constante kosten= TCK = alle constante kosten samen

Variabele kosten= kosten die wel veranderen als productie verandert-> materiaalkosten vb.

Totale variabele kosten= TVK= alle variabele kosten samen

De Gemiddelde constante kosten= GCK= TCK/q. de GCK worden lager naarmate je meer gaat produceren omdat constante kosten over meer producten verdeeld kunnen worden.

Gemiddelde variabele kosten= GVK= TVK/q. blijven gelijk als q wordt verhoogd.

TK= TVK+ TCK-> GTK= GVK + GCK

**Proportioneel variabele kosten**: variabele kosten per product blijven gelijk als q toeneemt

**Degressief variabele kosten**: variabele kosten per product nemen af als q toeneemt

**Progressief variabele kosten**: variabele kosten per product nemen toe als q toeneemt

**Break-evenpunt**= TO=TK

Marginale kosten= MK= de extra kosten bij uitbreiding van de productieomvang met één eenheid

= verandering totale kosten

 Verandering q

Marginale opbrengst= MO= de extra opbrengst bij uitbreiding van de productieomvang met één eenheid. = verandering totale omzet

 Verandering q

Voor alle marktvormen behalve monopolie geldt : P=GO=MO

Marginale winst= MW= de extra winst bij uitbreiding van de productieomvang met één eenheid

= verandering TW

 Verandering q

Zolang MO>MK -> extra winst, dus meer aanbieden

Als MO=MK geen extra winst en geen extra verlies-> maximale opbrengst

MO<MK -> je maakt verlies per product, winst neemt af, dus stoppen met aanbieden

MO= TO’

MK= TK/

Winst maximaal bij MO=MK. Winst maximaal als TW’ = 0

Als P > GTK -> doorgaan met produceren, je maakt winst

P < GTK -> stoppen, je maakt verlies

GVK < P < GTK -> tijdelijk doorgaan, want doorgaan levert minder verlies op dan stoppen

H.5 Overgeleverd aan de markt

Markt van **volkomen concurrentie/ volledige mededinging:**

De prijs en afzet van een product worden bepaald door collectieve vraag en collectieve aanbod.

Kenmerken:

* Homogeen product, de klant ziet geen verschil tussen producten van verschillende aanbieders
* Veel aanbieders, elke aanbieder heeft een klein deel van de totale afzet
* Er is vrije toe- en uittreding
* Toetreding gaat door zolang potentiële toetreders kans zien om winst te maken. Stopt als winstmarge 0 is (**bedrijfstakevenwicht)** -> bij P=GTK
* Markt is doorzichtig (transparant): vragen en aanbieders zijn volledig geïnformeerd over aard van het product en prijs waartegen het wordt verhandeld
* Individuele aanbieder heeft geen invloed op de prijs, kopers zijn overgeleverd aan de markt

->prijs wordt via vraag en aanbod gedicteerd door de markt

Deze marktvorm is theoretisch, is niet realistisch

* marktprijs bij elke afzet gelijk want geen invloed-> P=MO (=GO) -> horizontale lijn
* maximale winst: MO=MK . ook (GO-GTK) x q

Marktomzet en overschotten:
marktomzet= marktafzet x evenwichtsprijs

Evenwichtsprijs: Qv=Qa

Aanbodoverschot: P > evenwichtsprijs-> aanbodoverschot -> producenten laten P dalen om toch te kunnen verkopen -> vraag ⭡ + aanbod ⭣ -> je komt weer in evenwicht

Vraagoverschot: P < evenwichtsprijs -> vraagoverschot-> producenten laten P stijgen omdat ze meer winst kunnen maken -> vraag ⭣ + aanbod ⭡ -> je komt weer in evenwicht

Verschuivende aanbod- en vraaglijnen:
Door toetreding van aanbieders wordt er bij dezelfde prijs meer aangeboden-> aanbodlijn verschuift naar rechts.

Door invoerheffingen nemen de kosten toe -> om winstmarge te behouden willen bedrijven hogere prijs-> aanbodlijn verschuift naar links.

Door toename aantal vragers verschuift collectieve vraaglijn naar rechts (want bij dezelfde prijs meer vraag). Door afname aantal vragers verschuift collectieve vraaglijn naar links.

H.6 De enige aanbieder

Een **monopolie** is als een onderneming als enige een bepaald product aanbiedt.

Een **wettelijk monopolie**= als een monopolie een wettelijke basis heeft (**octrooi/patent**: het exclusief recht op de commerciële exploitatie van een uitvinding + door vergunningen).

Een **natuurlijk monopolie** ontstaat als **schaalvoordelen** zo’n grote rol spelen dat er op een markt slechts plaats is voor één aanbieder. -> voor nieuwkomers een barrière

Moeilijk toe te treden vanwege: hoge investeringen die alleen terug te verdienen zijn met een grote afzet-> maar afzet is onzeker + hoge investeringen-> verzonken kosten

Verschillen monopolie en vc/vm:

|  |  |
| --- | --- |
| Monopolie | Volkomen concurrentie/volledige mededinging |
| één aanbieder | Veel aanbieders |
| Kan zelf prijs bepalen (**prijszetter**) | Aanbieder is gebonden aan de prijs die op de markt tot stand komt. Kan alleen kiezen hoeveel hij gaat produceren (hoeveelheidsaanpasser) |
| Prijs is afhankelijk van afzetP=-1,5q+100 -> prijsafzetfunctie heeft een dalend verloop: als P ⭡ vraag ⭣ Moet bij vaststellen P rekening houden met :- aanwezigheid substitutiegoederen-aanwezigheid piraterij (bij bescherming met octrooi)  | Prijs is bepaald door de marktP=20 |
| Toetredingsbarrière door hoge en verzonken kosten | Vrije toe- en uittreding |
| Er kan structureel winst gemaakt worden, P kan > MK  | De markt komt altijd uit in het bedrijfstakevenwicht (Qa = Qv). De totale winst op de markt is 0 (GO = GTK) |
| P=GO maar niet gelijk aan MO, want een prijsverlaging geldt ook voor artikelen die eerder tegen hoge prijs werden verkocht . MO<GO omdat monopolist alleen zijn prijs kan verlagen ten koste van afzetdaling  | P=GO=MO |

Maximale opbrengst: bij maximaal TO en bij MO=0

TO-lijn is een bergparabool: begint bij 0, stijgt want lagere prijs= hogere afzet, top, daalt want hogere prijs= lagere afzet, stopt want prijs is te hoog

Maximale winst: bij MO=MK en bij (GO-GTK) x q

Een monopolist kan zijn winst vergroten door middel van **prijsdiscriminatie** (= zelfde product verschillende prijzen -> hogere omzet ) en **prijsdifferentiatie** (= zelfde product alleen economisch verschillend-> TCK ⭣)

Maximale afzet bij P=0

H.7 Je onderscheiden van de concurrent

**Productdifferentiatie**= het aanbrengen van een onderscheidend kenmerk t.o.v. concurrerende producten -> heterogeniteit. Vb. aanbieden extra service . gericht op bereiken van een zekere mate van klantenbinding waardoor een onderneming binnen grenzen van eigen kring een monopoliepositie weet te bereiken.

De marktvorm **monopolistische concurrentie** heeft kenmerken van zowel monopolie als volkomen concurrentie

H.8 De strijd om het marktaandeel

**Oligopolie**= als er op een markt een beperkt aantal aanbieders actief is of als enkele grote aanbieders duidelijk een overheersende positie innemen. Het aantal concurrenten is zo klein, dat ze elkaar in de gaten kunnen houden -> moet, want gedrag van de een heeft gevolgen voor de anderen.

De **concentratiegraad** geeft aan hoe groot het gezamenlijk marktaandeel is van de grootste aanbieders in een bedrijfstak -> gebruikt om te bepalen of een marktvorm oligopolistisch is.

De **marktleider**= de meest invloedrijke aanbieder. Een oligopolie is ook vaak gebaseerd op schaalvoordelen.

De producten verschillen meer van elkaar dan bij monopolistische concurrentie. Aanbieders kunnen niet geheel zelf hun prijs kiezen, maar hebben meer invloed dan bij monopolistische concurrentie

Bij oligopolie is er een hoge toetreding barrière, omdat het vaak technische producten zijn-> verzonken kosten.

Om concurrentieslag niet te verliezen-> veel innovatie (+aanvraag octrooien)

Afzet is afhankelijk van eigen prijs + prijs van de concurrent.

-> prijsafzetfunctie vb: Qw= -2Pw+ Pp+20. Prijsafzetfunctie heeft een knik (kinked demand curve)

Bij oligopolie is er prijsstarheid: als P↑ -> veel klantenverlies-> wist daalt.

Als P ↓-> de concurrentie zakt mee-> je wint slechts een beperkt aantal nieuwe klanten-> winst daalt omdat extra afzet niet opweegt tegen prijsdaling-> nauwelijks concurrentie op prijs bij oligopolie



Afhankelijk van het soort product gebruikten oligopolisten verschillende strategische variabelen: prijs, hoeveelheid, productdifferentiatie of een combinatie.

**Prijskartel**= als de 2 aanbieders afspraken maken over de prijs. -> hierbij ontstaat vaak een gevangenendilemma, wat opgelost kan worden door bindende afspraken. Prijskartels zijn vaak niet stabiel, naarmate er meer deelnemers zijn. Bij herhaald gevangenendilemma kan op den duur samenwerking ontstaan-> tit-for-tat strategie.

Bedrijven kunnen er ook voor kiezen om zoveel mogelijk aan te bieden om zo de ander uit de markt te concurreren (= **hoeveelheidsconcurrentie)** -> prijs daalt tot MK-> situatie gelijk aan volledige mededinging.

Ondernemingen kunnen ipv concurreren ook samenwerken in een **productie- of hoeveelheidskartel** -> functioneert dan als monopolie. Maar is net als prijskartel niet erg stabiel

Oligopolisten gebruikten ook **productdifferentiatie** om hun marktaandeel te vergroten/te behouden. Kan gebaseerd zijn op kwaliteitsverschillen of keuze vestigingsplaats en openingstijden.->Nashevenwicht

Speltheorie:

Prisoners dilemma: beide kiezen voor een dominante strategie en komen daarbij uit in een evenwicht die niet pareto optimaal is

Battle of the sexes: **Nashevenwicht** (= in het Nashevenwicht geldt dat, gegeven de keuze van een ander, geen van beide spelers zich kan verbeteren) daar waar beide hetzelfde kiezen

Chicken game: Nashevenwicht daar waar beide verschillend kiezen. Beide houden vast aan strategie van doorrijden wat de slechtste situatie is.

* Een evenwicht in dominantie strategieën is altijd een Nash-evenwicht, maar niet elk Nash-evenwicht is een evenwicht in dominante strategieën.

**Tit-for-tat strategie**: één van beide aanbieders gaat geleidelijk zijn prijs verhogen. Als de andere aanbieder volgt gaat hij door met het verhogen van de prijs. Als de ander niet volgt doet hij zijn prijs weer naar beneden.

**Bindende afspraak**= een afspraak waar men zich aan moet houden. -> hierdoor kun je in de optimale situatie komen

Zelfbinding is ene manier om een spel naar je hand te zetten. Onvoorwaardelijke zelfbinding: speler legt zich vast ongeacht wat de ander gaat doen. Voorwaardelijke zelfbinding= dreiging of belofte. Actie wordt alleen uitgevoerd als de tegenspeler aan de gestelde voorwaarde voldoet.

Marktvormen:

----------------------------------------------------------------------------------------------------------🡪 MACHT

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Volkomen concurrentie | Monopolistische concurrentie | Oligopolie | Monopolie |
| Product | Homogeen | Heterogeen door productdifferentiatie | Heterogeen, maar geen substitutiegoederen van elkaar  | Eén product, 1 aanbieder daarvan  |
| Prijszetter? | Nee | Beperkt | >monopolistische concurrentie, < monopolie | Ja |
| Toetreding | Vrij | Vrij | Hoge toetredingsbarrière  | Hoge toetredingsbarrière |
| Markt | Zelfde product dus 1 markt | Elke aanbieder bedient een eigen deelmarkt | Enkele grote aanbieders hebben de macht(bij duopolie 2)  | Eén aanbieder voorziet gehele markt |
| Prijsafzetfunctie | Prijs is gegeven | Elke aanbieder heeft eigen prijsafzetfunctie | Afzet afhankelijk van eigen prijs + prijs v.d. concurrent | Prijs afhankelijk van afzet  |

**Oligopsonie** (en **monopsonie**) = enkele (of slechts 1) vrager van een product en veel aanbieders.

De vrager(s) heeft(hebben) de macht. Vb.: overheid, leger, ruimtevaartindustrie -> machtsmisbruikt.

Machtsmisbruik voorkomen: **countervailing attack**= tegenkracht geven aan macht -> gaat het beste door krachten te bundelen.