Hoofdstuk 1 Structuur, evenwicht en presentaties

**1.1**  
**markt:** het geheel van factoren waaronder vragers en aanbieders elkaar ontmoeten en producten verhandelen.

* **Concrete markt:** plaats waar vragers en aanbieders elkaar ontmoeten.
* **Abstracte markt:** alle factoren die te maken hebben met de verhandeling van het product.

De kenmerken van de markt bepalen in hoeverre producenten invloed hebben op de verkoopprijs van hun product. Deze kenmerken vormen samen de **marktstructuur**.  
**marktaandeel:** productieomvang van een individuele aanbieder als percentage van de totale productie in de markt.  **dominante aanbieder:** aanbieder met relatief veel invloed op de marktprijs. De andere aanbieders op de markt volgen de verkoopprijs van de dominante aanbieder. De belangrijkste kenmerken van een markt zijn:

* **het aantal aanbieders.**
* **de toetredingsdrempel:** figuurlijke drempel tot een markt waar een aanbieder overheen moet stappen om te kunnen produceren
* **de mate van productdifferentiatie**: **- homogene producten:** product dat door meerdere producenten wordt voortgebracht en waarbij in de ogen van de consument de producenten niet van elkaar verschillen. **- heterogene producten:** product waarvan in de ogen van de consument verschillende versies worden voortgebracht.

Heterogene producten zijn verschillend van elkaar, maar bevredigen dezelfde behoefte. Als producten substitueerbaar zijn, maar in de ogen van consumenten wel van elkaar verschillen, spreek je van **gedifferentieerde producten.** Hoe meer producten van elkaar verschillen, hoe sterker ze zijn gedifferentieerd. (**=** **mate van productdifferentiatie**).   
**onafhankelijke producten:** producten die onderling helemaal niet substitueerbaar zijn.

**1.2  
marktvorm:** geheel van factoren waaronder ondernemingen met elkaar concurreren:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aantal aanbieders** | **Homogeen product** | **Heterogeen product** |
| Veel | Volkomen concurrentie | Monopolistischeconcurrentie |
| Weinig | Homogeen oligopolie | Heterogeen oligopolie |
| Eén | Monopolie |  |

**Volkomen concurrentie:** marktvorm waarbij veel kleine aanbieders een homogeen product aanbieden en waarbij individuele vragers product aanbieden en waarbij individuele vragers en aanbieders geen invloed hebben op de prijs. Het enige wat een producent kan beïnvloeden, is de hoeveelheid die hij produceert.  
**hoeveelheidsaanpasser:** aanbieder zonder invloed op de marktprijs **monopolistisch concurrentie:** marktvorm waarbij veel kleine aanbieders een heterogeen product aanbieden. **monopolie:** marktvorm met één aanbieder. Hij is **prijszetter:** aanbieder die zelf zijn prijs kan vaststellen zonder rekening te moeten houden met concurrenten.  **marktaandeel:** productieomvang van een individuele aanbieder als percentage van de totale productie in de markt. **oligopolie:**  marktvorm met een beperkt aantal aanbieders. Wanneer een oligopolie twee aanbieders heeft, heet het een **duopolie.**

* **homogeen oligopolie:** oligopolie dat een homogeen product voortbrengt.
* **heterogeen oligopolie:** oligopolie dat een heterogeen product voortbrengt.

**monopolistische concurrentie:** marktvorm waarbij veel kleine aanbieders een heterogeen product aanbieden. Producenten hebben wel invloed op de prijs, maar op een markt met monopolistische concurrentie is die invloed beperkt door de sterke concurrentie.

Hoofdstuk 2 Marktvormen en hun marktevenwicht

**2.1**een markt is in evenwicht als aan twee voorwaarden is voldaan:

* de gevraagde hoeveelheid is gelijk aan de aangeboden hoeveelheid.
* Alle producenten maximaliseren hun winst.

Bij volkomen concurrentie hebben individuele aanbieders geen invloed op de prijs. Bij alle andere marktvormen hebben individuele aanbieders wel invloed op de prijs.

**2.2**Volkomen concurrentie:

* **Veel vragers en aanbieders**> geen enkele consument of producent heeft invloed op de prijs.
* **Homogeen product**: alle producenten in de ogen van de consument bieden hetzelfde product aan.
* **Vrije toe- en uittreding**: er zijn geen toetredingsdrempels. Hierdoor kan er alleen tijdelijk winst worden gemaakt.
* **Transparante markt:** de consument kent de evenwichtsprijs.
* **Productietechnologie:** iedereen produceert op precies dezelfde manier.
* **Marktevenwicht op korte termijn**: evenwichtprijs wordt bepaald door het snijpunt van de collectieve aanbodlijn met de collectieve vraaglijn.
* **Marktevenwicht op lange termijn**: bij een gegeven prijs bieden de toetreders evenveel aan al de zittende producenten> aanbod stijgt> evenwichtprijs daalt en daarmee de winst van een individuele producent. > geen enkele producent maakt winst

Het snijpunt van de collectieve aanbodlijn met de collectieve vraaglijn bepaalt de evenwichtsprijs. Een individuele producent kan de evenwichtsprijs niet beïnvloeden. Het enige wat hij kan doen, is zijn productie aanpassen. Hij zal de productieomvang kiezen waarbij zijn winst maximaal is. De opbrengst van iedere extra eenheid die hij verkoopt, is steeds gelijk aan de prijs.

Winst= TO- TK = (TO – TK) x q = (p- GTK) x q

q q

**2.3  
betwistbare markt:** markt met vrije toetreding.  **Monopolie:** een monopolist is **prijszetter:** hij kiest een prijs op de collectieve vraaglijn. De gekozen prijs bepaalt dan het aantal eenheden dat hij zal verkopen. Om te bepalen hoeveel een monopolist zal aanbieden, moet je zowel zijn marginale kosten als zijn marginale opbrengsten achterhalen. De MO- lijn is altijd lager dan de marktprijs. Voor een monopolist geldt dat de winst toeneemt zolang bij een uitbreiding van de afzet de MO groter is dan de MK. De extra afzet levert dan meer op dan die kost. Om zijn winst te maximaliseren, moet een monopolist zijn productie uitbreiden zolang MO>MK. De MO- lijn is een dalende lijn: hoe groter de productieomvang, hoe lager de MO.

**Prijsdiscriminatie:** aan verschillende consumenten wordt een verschillende prijs gevraagd voor hetzelfde product. **Perfecte prijsdiscriminatie:** vorm van prijsdiscriminatie waarbij iedereen een prijs betaalt gelijk aan zijn individuele betalingsbereidheid. Prijsdiscrimineren doet niet alleen een monopolist, maar ook oligopolisten. Om prijsdiscriminatie door te kunnen voeren, moet aan twee voorwaarden zijn voldaan:

* **Onderlinge doorverkoop** **is niet mogelijk**: arbitrage.
* **Perfecte prijsdiscriminatie**: de monopolist ontvangt van iedere consument de maximale prijs die hij bereid is te betalen.

**Marktsegment:** groep consumenten met een gemeenschappelijk kenmerk, zoals geslacht of leeftijd. Consumenten in een marktsegment hebben ongeveer dezelfde betalingsbereidheid, daarom betalen zij dezelfde prijs.

**2.4  
Oligopolie:** net zoals bij een monopolie hebben in een oligopolie de producenten veel invloed op de prijs van hun product. Maar anders dan bij een monopolie moeten de producenten in een oligopolie wel rekening houden met wat andere producenten doen. De prijs in het duopolie is lager dan de prijs die een monopolist vraagt. Maar de prijs is hoger dan de prijs die ontstaat bij volkomen concurrentie.

Veronderstellingen over het marktevenwicht voor een duopolie:

* Er zijn veel kleine vragers en twee aanbieders
* Het verhandelde product is homogeen
* Er is gen vrije toetreding tot de markt
* Aanbieders kiezen een productieomvang om hun winst te maximaliseren (hoeveelheidsconcurrentie)
* Iedere aanbieder gebruikt dezelfde productietechnologie
* Er is geen informatieasymmetrie

**Residuele vraag:** deel van de vraag dat overblijft nadat de concurrent zijn productie heeft afgezet. De MO wordt afgeleid van de residuele vraag; het snijpunt van de MO- lijn met de MK- lijn.   
**reactielijn:** lijn die de winst maximaliserende productie geeft bij iedere productieomvang van de concurrent. In het marktevenwicht is de vraag gelijk aan het aanbod én maximaliseren beide aanbieders hun winst. Beide aanbieders moeten tegelijkertijd op hun reactielijn zitten.

**2.6 Monopolistische concurrentie**bij monopolistische concurrentie is iedere aanbieder een monopolist in een kleine **niche:** marktsegment. Gevolgen vrije toetreding:

* de residuele vraag van alle aanbieders daalt.
* De collectieve vraag neemt toe.

**2.6**hoe hoger het totale surplus, des te beter een markt presteert. **marktprestatie:** hoeveelheid totaal surplus dat een markt voortbrengt. (**welvaart**) andere indicatoren voor de marktpresetatie zijn de mate van inkomensongelijkheid, de mate waarin het milieu wordt ontzien, de mate waarin de markt nieuwe producten voortbrengt en de mate waarin mensen gelukkig zijn.   
**eng welvaartsbegrip:** maatstaf voor de welvaart die geen rekening houdt met moeilijk kwantificeerbare opbrengsten. Niet alle aspecten worden hierbij meegerekend.  **efficiënte marktvorm**: marktvorm waarbij het totale surplus maximaal is.  
**welvaartsverlies:** mate waarin het totale surplus verschilt van het maximale totale surplus dat bereikt wordt onder volkomen concurrentie.

Hoofdstuk 3 Overheid

**3.1  
vrijemarktwerking:** de markt is vrij om tot een marktevenwicht te komen. De overheid kan een marktevenwicht ongewenst vinden met als gevolg dat er te weinig of te veel van het product verhandeld wordt.  **natuurlijke monopolie:** markt waarbij één aanbieder elke hoeveelheid met lagere GTK kan voortbrengen dan twee of meer aanbieders **pareto- efficiënt:** situatie waarbij geen enkele partij erop vooruit kan gaan zonder dat ten minste één partij erop achteruitgaat. De overheid kan het pareto- efficiënt marktevenwicht te beïnvloeden, omdat de verandering het verlies van diegene erop achteruitgaat, kleiner is dan de winst van diegene die erop vooruitgaat.  **subsidie:** een geldbedrag dat de overheid bij een aankoop aan de consument of producent geeft om het marktfalen van een producent met positieve externe effecten te beperken. Sommigen ingrepen in de vrijemarktwerking worden ingegeven door politieke voorkeuren. De belangrijkste reden om in de vrijemarktevenwerking in te grijpen, is het bestaan van **externe effecten:** een effect van productie dat buiten de markt om werkt. De overheid beïnvloedt de productie van producten met een positief of negatief extern effect om het marktfalen te verminderen.

Er zijn positieve en negatieve externe effecten. Een **negatief extern effect** ontstaat als niet alle kosten van de productie in de kostenfunctie zijn opgenomen. De TK waar de producent mee rekent, zijn dan lager dan de echte kosten. Hierdoor ligt de GTK- lijn lager dan de werkelijke kostprijs. Het gevolg is dat er te veel geproduceerd wordt. Een **positief extern effect** ontstaat als niet alle opbrengsten van productie meegenomen worden in de betalingsbereidheid van consumenten. Het gevolg is dat er te weinig producten worden afgenomen.

Door externe effecten faalt de markt: het marktevenwicht geeft een te lage of een te hoge prijs waardoor er te veel of te weinig producten worden verhandeld. (=**marktfalen**).

**3.2**er zijn drie manieren waarop de overheid het evenwicht op een markt beïnvloed:

* **Prijsregulering:** vaststellen van **minimumprijzen** (door de overheid vastgestelde minimale prijs) en/ of **maximumprijzen** (door de overheid vastgestelde maximale prijs) door de overheid. Een maximumprijs beschermt consumenten tegen een te hoge marktprijs. Er ontstaat een vraagoverschot. Een minimumprijs heeft alleen effect als deze hoger is dan de prijs in het marktevenwicht. Door de minimumprijs ontstaat dan een aanbodoverschot.
* **Wet- en regelgeving**:prijsafspraken zijn bij wet verboden. De **Mededingingswet:** wet die de vrijemarktwerking garandeert. **Kartel:** samenwerkingsverband tussen producenten om de vrijemarktwerking uit te schakelen. Door de prijsafspraak moeten consumenten een kunstmatig hoge prijs betalen. Dat vermindert het consumentensurplus. De Autoriteit Consument & Markt (ACM) ziet op deze wetten op toe.
* **Belastingen en subsidies**:voor producenten is een belasting hetzelfde als een kostenstijging; een subsidie is een kostenverlaging. Belastingen kunnen het marktfalen verminderen dat ontstaat bij negatieve externe effecten. Door producten met negatieve externe effecten te belasten, verhoogt de overheid de productiekosten. Het belasten van producten met negatieve externe effecten heeft nog een voordeel: de overheid incasseert belastinggeld.

**Doelmatige overheidsbesteding:** besteding van belastingopbrengsten die het bijkomende welvaartsverlies van belastingheffing tenietdoen **Subsidie:** een geldbedrag dat de overheid bij een aankoop aan de consument of producent geeft om het marktfalen van een product met positieve externe effecten te beperken.

**3.3**de overheid heeft nog een belangrijke functie: het produceren van producten waar geen markt voor bestaat. Er is bij deze producten wel een vraag naar het product, maar geen aanbod. Deze producten noem je **collectieve goederen.** Een collectief goed voldoet aan twee voorwaarden:

* **Uitsluiting van consumptie:** als het product er eenmaal is, kan iedereen het consumeren zonder dat ervoor betaald wordt.
* **Gelijktijdige consumptie:** er is altijd genoeg voor iedereen zodat iedereen het collectieve goed kan consumeren wanneer hij dat wilt.

Hoofdstuk 4

**4.1  
comparatief productievoordeel:** voordeel van productie dat voor een land relatief het grootst is. Het aanbod overschot word **geëxporteerd:** binnenlandse productie verkocht aan het buitenland. Ook wordt er **geïmporteerd:** aangekochte productie die in het buitenland is voortgebracht= **inter- industriële handel:**  internationale handel gebaseerd op comparatieve productievoordelen.

**globalisering:** verzamelnaam voor begrippen die het internationale vervoer van personen en goederen vergemakkelijkt. Het productieproces strekt zich daarbij uit tot meerdere landen: **internationale productieketen.** Hierdoor ontstaan er internationale stromen van grondstoffen, productieonderdelen en halffabricaten. Dit is een vorm van specialisatie.

**4.2  
intra- industriële handel**: goederenstromen tussen landen van producten uit dezelfde industrie. Dit is het gevolg van het bestaan van internationale oligopolies.

**4.3**internationale handelsstromen vormen een belangrijke economische factor. Ontwikkelde landen specialiseren zich vooral in de productie van kapitaalintensieve producten en producten waarvoor veel menselijk kapitaal is vereist. Hier word er veel kapitaal en hoogwaardige arbeid gebruikt. Minder ontwikkelde landen en ontwikkelingslanden specialiseren zich in de productie van arbeidsintensieve producten waarvoor weinig menselijk kapitaal nodig is. Hun comparatieve voordeel ligt in de ontginning van natuurlijke hulpbronnen.