**4.1**Er zijn diverse bankrekeningen  
-Betaalrekening; vaak geen rente. Je kan met deze rekening wel betalen.  
-Spaarrekening; met deze rekening kan je niet betalen. Je krijgt wel rente.  
  
Betalen kan op verschillende manieren:  
-contant betalen of chartaal doe je met bankbiljetten en munten  
-giraal betalen doe je met een bankrekening, bijvoorbeeld een overschrijvingsopdracht of acceptgiro. Je geeft de bank opdracht om een bedrag van jouw rekening over te schrijven naar de rekening van een ander.  
Giraal betalen kan ook elektronisch, via de pinpas. Je toetst de pincode in op het betaalapparaat in de winkel. Nadat je hebt betaalt wordt het bedrag gelijk van je rekening afgeschreven. Het kan ook met de chipknip. Dat is een soort elektronische portemonnee die bedoeld is om kleinere bedragen mee te betalen. Je kunt ook betalen met de creditcard. Als je hiermee betaalt, krijg je aan het einde van de maand een overzicht van je uitgaven, je betaalt achteraf via de bank.

**4.2**Consumeren is het kopen van diensten en goederen door gezinnen. Investeren is het kopen door bedrijven van goederen en diensten die nodig zijn voor de productie.   
-De dingen die je nodig hebt om te blijven leven, zijn de primaire goederen.  
-De dingen die niet noodzakelijk zijn, zijn luxe goederen.  
- Goederen waarvan je minder koopt naarmate je inkomen hoger wordt, zijn inferieure goederen.  
Het NIBUD onderzoekt het bestedingsgedrag van scholieren, waar geven ze veel geld aan uit, speelt leeftijd een rol?  
  
**4.3**  
Als je iets wilt kopen, kun je kijken in een consumentengids. Hierin staat een overzicht van de kwaliteit en de prijs.  
  
**4.4**  
Consumentensoevereiniteit: consumenten bepalen welke en hoeveel producten er geproduceerd worden. Fabrikanten moeten eerst marktonderzoek doen voordat ze een nieuw product op de markt brengen.  
 Het doel van een onderneming is het maken van zo veel mogelijk winst.  
Afzet: het aantal verkochte producten.  
Omzet: de waarde van de afzet.  
Hier is een formule voor: omzet = afzet X verkoopprijs.  
Schema’s maken kan nuttig zijn.  
Het marktaandeel van een onderneming is gelijk aan de afzet van de onderneming in procenten van de totale afzet. Ofwel hoeveel verkoopt een bedrijf van het totale marktaandeel.

**4.5**Een fabrikant wil een nieuw product op de markt brengen, waar moet hij rekening mee houden? Dit heet marketing.  
belangrijk zijn: plaats, prijs, product, promotie (de 4 P’s) hoe deze gecombineerd worden heet de marketingmix.  
  
**Product**: hierbij gaat het om o.a. kwaliteit, uiterlijk, technische eigenschappen. Maar ook om status, betrouwbaarheid en imago. Het merk hoort bij het product en zegt iets over de kwaliteit.  
**Prijs**: de prijs is een belangrijk marketinginstrument. Hoge prijs: meer winst maar waarschijnlijk minder omzet. Let op de prijs van de concurrent.   
**Plaats**: Waar kan je het product kopen en via welke distributiekanalen.  
**Promotie**: Hiermee probeer je de verkoop te bevorderen. Dit kan met o.a. direct marketing: het bedrijf richt zich rechtstreeks tot de consument. Bijvoorbeeld met een brief.  
Daarom doen bedrijven er alles aan om informatie over koopgedrag te krijgen. Bijvoorbeeld via een adressenmakelaar. Een andere manier van promotie is Merchandising: de manier waarop producten door de fabrikant in de winkel worden gepresenteerd.  
  
**4.6**

Massamedia zijn communicatiemiddelen waarmee een groot aantal mensen kunnen worden bereikt, bijvoorbeeld: reclame op tv, internet.  
kijkcijfers zijn hierbij belangrijk. Hierom worden de kijkcijfers iedere dag vastgesteld door een speciale meetmethode. Er is ook verborgen reclame, bijvoorbeeld in soapseries. Er bestaat ook ideële reclame, dit is gericht op het veranderen van het gedrag. Denk aan de reclames van SIRE en de overheid. Een belangrijk doel van reclame is het vergroten van de naamsbekendheid. Reclame mag niet misleidend zijn, daarom zijn er wetten en regels.   
  
**4.7**  
Bedrijven proberen het koopgedrag van consumenten te beïnvloeden. Om consumenten te helpen bij hun productkeuze zijn er keurmerken zoals EKO-keurmerk, KEMA-keurmerk en bijvoorbeeld het Max Havelaar-keurmerk. Er zijn ook consumentenorganisaties die bedrijven kritisch volgen en advies geven, zoals de consumentenbond, de ANWB en de Vereniging Eigen Huis. De koopkracht van consumenten neemt jaarlijks toe, hierdoor is er ook meer vervuiling van het milieu en uitputting van grondstoffen, daarom zijn er steeds strengere regels voor afvalverwerking en speciale belastingen op bijvoorbeeld energieverbruik.