Samenvatting Vervoer

Marktaandeel van de afzet= afzet van een onderneming : afzet totale markt x 100

Bedrijven kunnen hun marktaandeel vergroten door klanten te stelen van de concurrent of de concurrent over te nemen.

Als variabele kosten per product toenemen bij een hogere productie kun je niet meer stellen dat de winst maximaal is bij gebruik van de volledige productiecapaciteit.

Risico-aversie betekent dat mensen risico’s liever uit de weg gaan en zich ertegen beschermen door een verzekering af te sluiten.

De vraag naar verzekeringen is afhankelijk van de risico-aversie bij de consument, de premie en het inkomen.

Premie = kans op schade x gemiddelde hoogte van de verwachte schade

Averechtse selectie kan bestreden worden door iedereen te verplichten zich te verzekeren of door middel van premiedifferentiatie.

Door moral hazard kan het gebeuren dat verzekeringsmaatschappijen worden opgezadeld met te veel en te hoge schades die ze niet kunnen dekken. Er vindt averechtse selectie plaats. Moral hazard kan worden tegengegaan door middel van een eigen risico of invoering van een maximum vergoeding.

Averechtse selectie en moral hazard kunnen ertoe leiden dat risico’s niet meer te verzekeren zijn. Wanneer de marktwerking wordt verstoord spreken we van marktfalen. Om marktfalen tegen te gaan zullen verzekeraars opzoek gaan naar informatie over potentiële klanten.

Er zijn drie belangrijke redenen om voor vliegvervoer te kiezen:

* Zakelijk personenvervoer gaat meestal via lijnvluchten.
* Toeristisch personenvervoer gaat meestal via chartervluchten.
* Goederenvervoer is vaak sneller en goedkoper dan met bijvoorbeeld het schip.

Diverse factoren hebben invloed op de vraag naar tickets:

* Prijs
* Stand van de economie
* Inkomen
* Globalisering
* Behoefte
* Prijzen van andere vervoersmiddelen
* Prijzen van aanvullende goederen
* Incidentele factoren als terreurdreiging

Als de prijs van een product verandert, verandert de vraaglijn niet. Je krijgt alleen een ander punt op de lijn.

De vraaglijn verschuift naar links als bijvoorbeeld het inkomen daalt en er dus bij dezelfde prijs minder vraag is.

Bij een groter aantal aanbieders zullen er bij dezelfde prijs meer producten aangeboden worden en verschuift de aanbodlijn naar rechts.

De aanbodlijn verschuift naar links als de overheid bijvoorbeeld een extra heffing op een product legt. De prijs zal stijgen en de evenwichtshoeveelheid zal dalen.

Het negatieve verband tussen prijs en gevraagde hoeveelheid geldt alleen als alle andere factoren die invloed hebben op de vraag gelijk blijven. Dit is de ceteris-paribusvoorwaarde.

De beroepsbevolking is het aanbod van alle arbeidskrachten van 15 tot 67 jaar die willen en kunnen werken.

Het aanbod van arbeid bestaat uit de mensen in loondienst, de zelfstandigen en geregistreerde werklozen.

De vraag naar arbeid bestaat uit de vraag naar arbeidskracht van zelfstandigen en werknemers en de vacatures.

De werkgelegenheid bestaat uit de zelfstandigen en de werknemers.

Er zijn een aantal dingen die het aanbod van arbeidskrachten binnen een bepaalde sector beïnvloeden:

* De hoogte van het loon. Meestal neemt het aanbod toe naarmate het loon stijgt. Omgekeerd kan ook, wanneer er voor een bepaald loon bijvoorbeeld certificaten nodig zijn.
* Demografische factoren zoals de participatiegraad
* De wetgeving

Een perfecte markt wordt een markt van volledige mededinging of volkomen concurrentie genoemd. Hiervoor geldt:

* Het product is homogeen
* De markt is transparant
* Er is vrije toe- en uittreding
* Een individuele aanbieder heeft geen invloed op de prijs
* Er zijn veel aanbieders

De arbeidsmarkt voldoet niet aan die kenmerken. Arbeid is niet homogeen en de arbeidsmarkt is opgesplitst in deelmarkten. Daarnaast hebben marktpartijen wél invloed op de prijs. Vakbonden kunnen een hoger loon afdwingen. Ook grijpt de overheid in bij de prijsvorming en worden ook diploma-eisen gesteld aan banen, waardoor vrije toe- en uittreding niet mogelijk is. Als laatste is door asymmetrische informatie de markt niet transparant.

Een extern effect is een gevolg van productie en/of consumptie voor de welvaart van anderen dat niet in de prijs van het product is doorberekend.

Als je bij het nemen van beslissingen niet alleen rekening houdt met de private kosten, maar ook met negatieve externe kosten, dan kijk je naar de maatschappelijke kosten.

Om externe effecten te verwerken heft ze belastingen of reikt ze subsidies uit.

Als negatieve externe effecten worden doorberekend in de prijs dan worden de effecten geïnternaliseerd.

Het terugdringen van files is mogelijk door wegen breder te maken, kilometerheffing in te voeren en openbaar vervoer te bevorderen. Bij kilometerheffing wordt het profijtbeginsel toegepast: je betaalt voor het gebruiken van een overheidsvoorziening. Het verhoogt de prijs van vervoer en daarom willen veel automobilisten als compensatie een lagere motorrijtuigenbelasting.

Prijselasticiteit= verandering Qv in % : verandering P in %

De mate waarin de vraag reageert op een prijsverandering is afhankelijk van:

* Of er substitutiegoederen zijn
* De termijn die je bekijkt
* Het soort product

Kruislingse prijselasticiteit= verandering Qv in % : verandering Qv van een ander product in %

Bij complementaire goederen is de kruislingse prijselasticiteit negatief en bij substitutiegoederen positief. Als hij 0 is mag je ervanuit gaan dat er geen verband is tussen de twee producten.

In het algemeen mag je stellen dat de vraag toeneemt als het inkomen stijgt. Dat soort goederen noemen we normale goederen. Goederen waarvan de vraag afneemt als het inkomen stijgt noemen we inferieure goederen.

Inkomenselasticiteit= verandering Qv in % : verandering inkomen in %

De relatie tussen primaire goederen en de vraag is inelastisch. Vanaf een bepaald inkomen is er sprake van verzadiging; een inkomensstijging leidt niet meer tot een toename van de vraag.

Luxe goederen worden juist pas vanaf een bepaald inkomen gekocht. Dit inkomen heet het drempelinkomen. De vraag hierbij is inkomenselastisch.