

Lesbrief

Markt & Overheid

Havo 5
5e druk

Hoofdstuk 1 De telefoniemarkt

Economie sectoren

- Particuliere = burgers & bedrijven, doel om winst te maken
- Collectieve = overheid en instellingen sociale zekerheid, doel is een functionerende samenleving

Overstappen van sector

- Privatiseren = bedrijf stapt over van collectieve sector naar particulieren sector
- Nationaliseren = bedrijf stapt over van particuliere sector naar collectieve sector

Hoofdstuk 1 De telefoniemarkt

Marktwerving = markt-/prijsmechanisme, evenwichtsprijs/hoeveelheid dat tot stand komt door het vrije spel van vraag en aanbod

- vraag stijgt → prijs stijgt → aanbod stijgt
- vraag daalt → prijs daalt → aanbod daalt

Marktfalen = de overheid grijpt in op de markt als de markt niet tot de gewenste evenwichtsprijs/hoeveelheid komt. Hiermee beïnvloed de overheid de productie goederen en diensten en daarmee de inzet van productiefactoren

- Arbeid
- Natuur
- Kapitaal
- Ondernemerschap

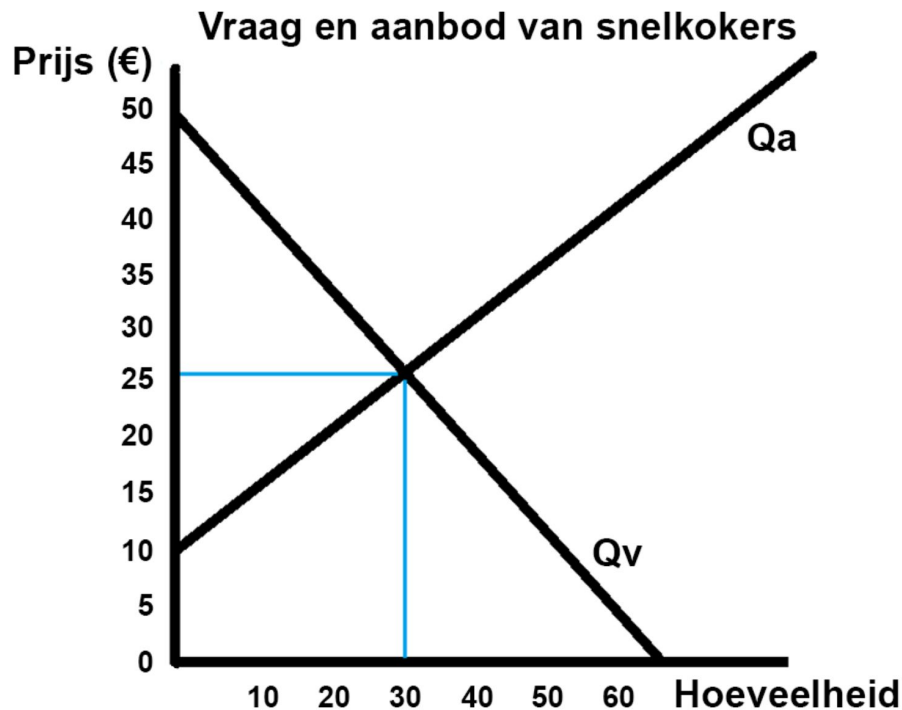
Hoofdstuk 1 De telefoniemarkt

Producten (goederen & diensten)

- Homogeen = in de ogen van de afnemer is dit product identiek (gelijk)
- Heterogeen = in de ogen van de afnemer is ieder product anders (niet gelijk)

Tekenen van vraag- en aanbodlijn

- Vraaglijn = $Q_v = 0$ en $P_1 = 0$
- Aanbodlijn = $Q_a = 0$ en $P_2 = < P_1$



Hoofdstuk 1 De telefoniemarkt

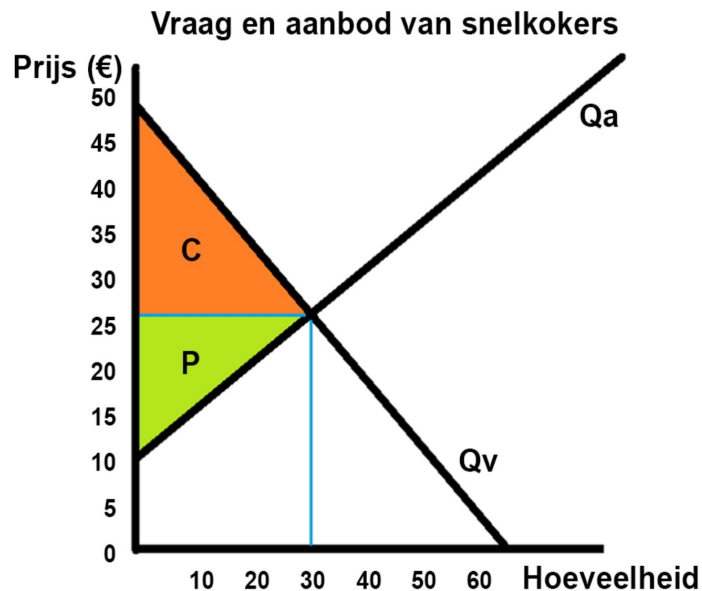
Surplus soorten

- Consumentensurplus = betalingsbereidheid van consumenten
- Producentensurplus = leveringsbereidheid van producenten

Surplus

= welvaartswinst

- Evenwichtsprijs = maximale welvaartswinst (pareto efficiëntie) bij volkomen concurrentie
- Niet evenwichtsprijs = welvaartsverlies (pareto efficiëntie) bij onvolkomen concurrentie (monopolie, oligopolie & monopolistische concurrentie)



$$\text{surplus berekenen} = 0,5 \times \text{zijde} \times \text{hoogte}$$

Hoofdstuk 1 De telefoniemarkt

Afkortingen

- | | | | |
|-------|---|-----|-------------------------------|
| • TO | = totale omzet | GO | = gemiddelde opbrengst |
| • TK | = totale kosten | GTK | = gemiddelde totale kosten |
| • TVK | = totale variabele kosten | GVK | = gemiddelde variabele kosten |
| • TCK | = totale constante kosten | GCK | = gemiddelde constante kosten |
| • MK | = marginale kosten, hoeveel neemt TK toe als ik één extra product maak | | |
| • MO | = marginale opbrengsten, hoeveel neemt TO toe als ik één extra product maak | | |

Mededinging = concurrentie, de strijd tussen twee of meer bedrijven om de klant

Octrooi / patent = vastleggen van intellectueel eigendom om innovatie te stimuleren, doordat bedrijven door alleenrecht tijd krijgen de investering terug te verdienen

Hoofdstuk 1 De telefoniemarkt

Berekeningen

- Omzet $TO = P \times Q$
- Kosten $TK = TVK + TCK$
- Winst $TW = TO - TK$
- $T \rightarrow G$ $T / q \rightarrow$ omrekenen van totaal naar gemiddeld
- $G \rightarrow T$ $G \times q \rightarrow$ omrekenen van gemiddeld naar totaal
- Breakeven analyse $Q_v = Q_a \rightarrow$ bepalen evenwichtshoeveelheid
- Marginale analyse $MO = MK \rightarrow$ bepalen hoeveelheid bij maximale winst

$$marktaandeel = \frac{afzet/omzet \text{ bedrijf}}{afzet/omzet \text{ markt}} \times 100$$

Hoofdstuk 1 De telefoniemarkt

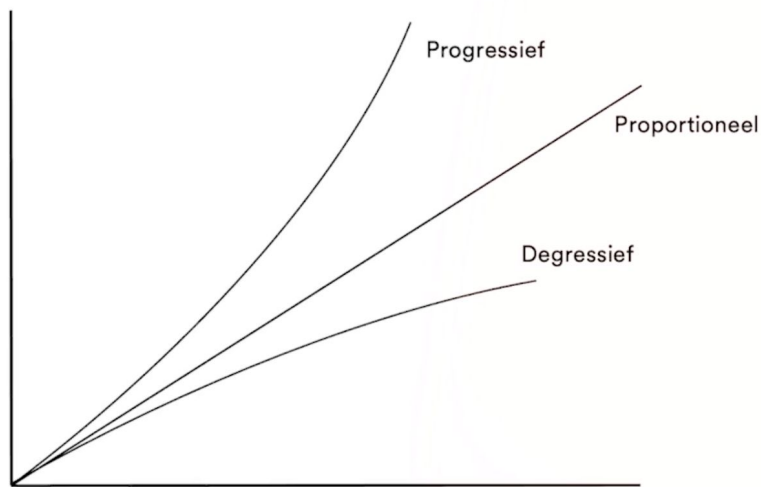
Kosten

- Variabele kosten = afhankelijk van productie (q)
 - Proportioneel = blijven gelijk per eenheid product
 - Progressief = stijgen per eenheid product
 - Degressief = dalen per eenheid product
- Constante kosten = onafhankelijk van productie

$MK = GVK$

$MK > GVK$

$MK < GVK$



Hoofdstuk 1 De telefoniemarkt

Volkomen concurrentie (VK)

- Veel aanbieders
- Kleine marktmacht
- Homogeen product
- Transparante markt
- Vrije toe- en uittreding



Prijs VK = wordt bepaald door de markt en de individuele aanbieder heeft hierop geen invloed. De aanbieder kan alleen bepalen hoeveel hij zal aanbieden (hoeveelheidsaanpasser)

- Evenwichtsprijs $P_e = G_O = M_O$
- Evenwichtshoeveelheid $P_e \rightarrow Q_v \text{ of } Q_a$

Winst (extra) = korte termijn winst $\rightarrow$ dit lokt nieuwe aanbieders $\rightarrow$ meer aanbod
VK $\rightarrow$ prijs daalt $\rightarrow$ lange termijn geen winst

Hoofdstuk 2 Van volledige mededinging naar monopolie

Monopolie

- Één aanbieder
- Zeer grote marktmacht
- Homogeen product
- Niet transparante markt
- Toetredingsbarrières



Soorten monopolie

- Wettelijke monopolie = door overheidsingrijpen
- Feitelijke monopolie = als één bedrijf alle concurrente uit de markt heeft gewerkt (voorsprong of octrooi/patent)

Prijs

= wordt volledig bepaald door de enige aanbieder op de markt.

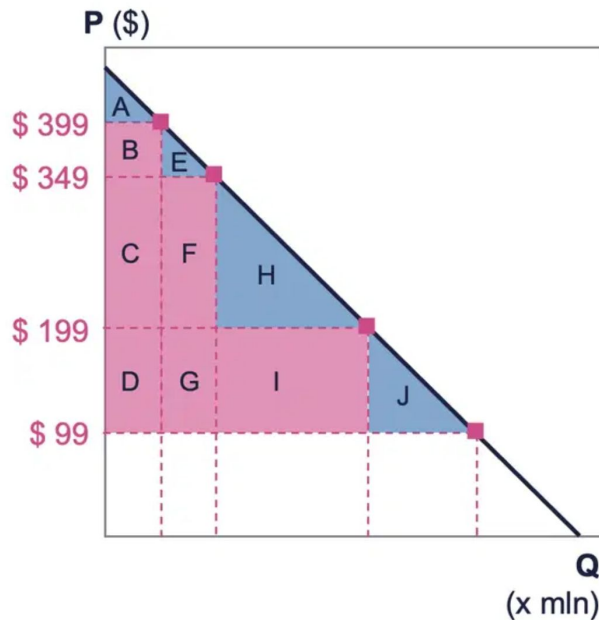
Hierdoor is de monopolist een prijszetter.

- Evenwichtsprijs $P_e = GO$
- Evenwichtshoeveelheid $P_e \rightarrow Q_v \text{ of } Q_a$
- Prijsafzetlijn is gelijk aan collectieve vraaglijn

Hoofdstuk 2 Van volledige mededinging naar monopolie

Prijsdiscriminatie = afnemen consumentensurplus, vragen van verschillende prijzen voor hetzelfde product aan verschillende klanten en kan alleen met de voorwaarden:

- Gescheiden deelmarkten (bijv. leeftijd, tijd of geslacht)
- Geen doorverkoop tussen klanten tussen deelmarkten



Hoofdstuk 3 Oligopolie en monopolistische concurrentie

Oligopolie / duopolie

- Aantal aanbieders
- Grote marktmacht
- Heterogeen product
- Niet transparante markt
- Toetredingsbarrières

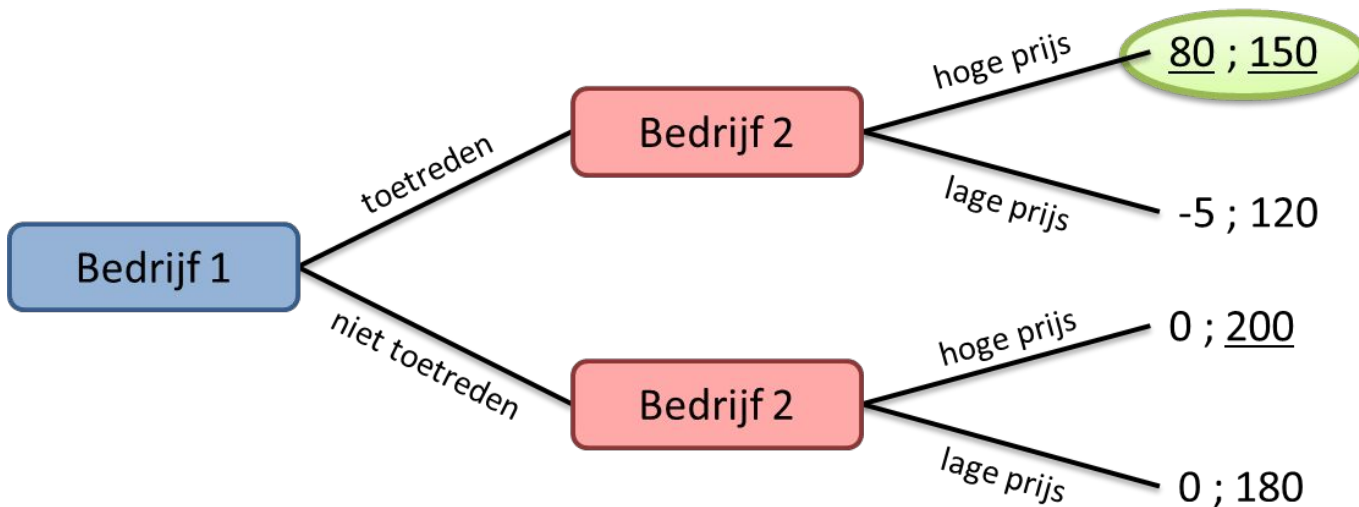


Toetredingsbarrières

- | | |
|------------------------------|---|
| • Aanvanginvesteringen | = hoge constantekosten |
| • Gebrek aan schaalvoordelen | = in begin nog weinig klanten |
| • Verzonken kosten | = constante kosten die bij sluiting niet meer terugverdiend kunnen worden |
| • Octrooien / patenten | = je mag geen gebruik maken van andermans kennis |

Hoofdstuk 3 Oligopolie en monopolistische concurrentie

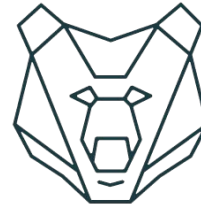
Sequentieel spel = één partij maakt zijn keuze en de andere partij past zijn keuze hierop aan → schematische weergave in een spelboom



Hoofdstuk 3 Oligopolie en monopolistische concurrentie

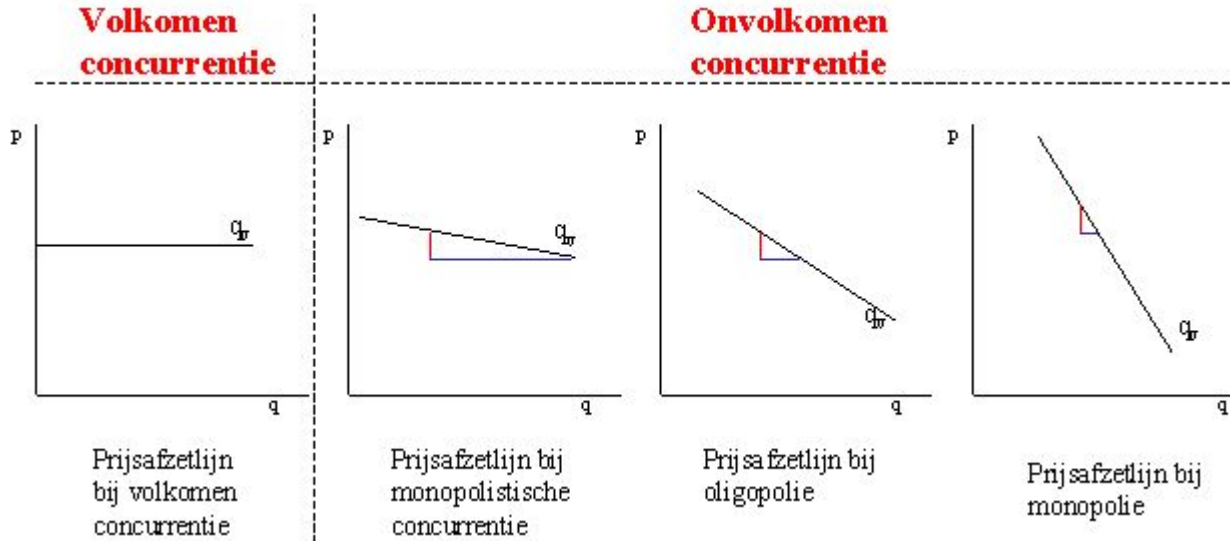
Monopolistische concurrentie

- Veel aanbieders
- Kleine marktmacht
- Heterogeen product
- Niet transparante markt
- Vrije toe- en uittreding



DE BEREN

H&M



Marktvormen

volkomen
concurrentie

onvolkomen concurrentie

monopolistische
concurrentie

oligopolie

monopolie

geen

invloed op de prijs

maximaal



Hoofdstuk 3 Van volledige mededinging naar monopolie

	Aantal aanbieders	Marktmacht, marktaandeel	Heterogeniteit	Transparantie	Vrije toe- en uittreding
1 Volkomen concurrentie	Veel	Klein	Homogeen	Transparante markt	Vrije toe- en uittreding
2 Monopolistische concurrentie	Veel	Klein	Heterogeen	Niet transparant	Vrije toe- en uittreding
3 Oligopolie (duopolie = twee aanbieders)	Aantal grote aanbieders	Groot	Heterogeen (of homogeen)	Niet transparant	Toetredingsbarrières
4 Monopolie	Eén aanbieder	Zeer groot	Homogeen	Niet transparant	Toetredingsbarrières

Hoofdstuk 3 Oligopolie en monopolistische concurrentie

Doelstelling maximale winst

- Concurreren
 - Prijs
 - prijzenoorlog prijs daalt → verkoop onder kostprijs → bedrijf maakt verlies → concurrent gaat failliet → winnaar heeft groter marktaandeel
 - Prijszetter prijsleider veranderd als eerst zijn prijs → concurrenten volgen en passen hun prijspolitiek aan op de prijsleider
 - Kwaliteit = differentiatie, product wordt heterogeen gemaakt door acties & services → klant voelt zich meer verbonden met het merk
- Samenwerken
 - Kartel = samenwerking om concurrentie te voorkomen (verboden)

Hoofdstuk 3 Oligopolie en monopolistische concurrentie

Goederen

- Substitutie = vervangbaar (Coca cola of Pepsi)
- Complementair = aanvullend (Koffiemelk & koffie)

Gevangenendilemma = simultaan (gelijktijdig) spel

- Dominante strategie = beste resultaat voor één partij zonder te weten wat de ander kiest
- Suboptimaal = niet beste uitkomst voor beide partijen
- Bindende afspraak = overtuigende afspraak waar partijen zich aan houden

Geen gevangenendilemma als...

- er geen dominante strategie is
- de uitkomst optimaal is

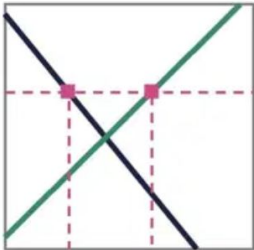
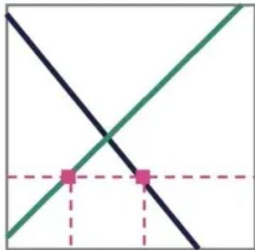
Hoofdstuk 3 Oligopolie en monopolistische concurrentie

Gevangenendilemma oplossen

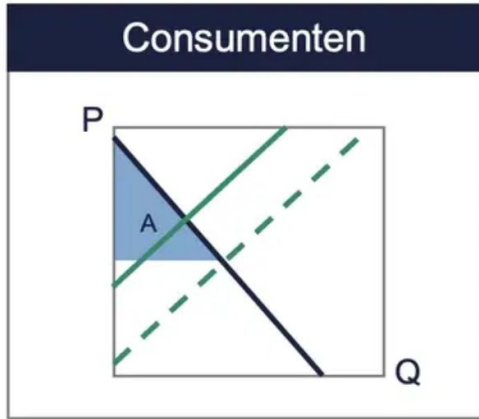
1. Bepaal dominante strategie van Coca Cola
 - a. Als Pepsi kiest “houdt zich aan afspraak” kan Coca Cola kiezen uit “houdt zich aan afspraak” met € 700 of uit “breekt de afspraak” met **€ 900**.
 - b. Als Pepsi kiest voor “breekt de afspraak” kan Coca Cola kiezen uit “houdt zich aan afspraak” met € 400 of uit “breekt de afspraak” met **€ 500**.
 - c. De opbrengsten bij “breekt de afspraak” zijn in beide gevallen wat Pepsi ook kiest bij Coca Cola het grootst en is hierdoor de dominante strategie.

		Pepsi Cola	
		houdt zich aan afspraak	breekt de afspraak
Coca-Cola	houdt zich aan afspraak	€ 700; € 700	€ 400; € 900
	breekt de afspraak	€ 900; € 400	€ 500; € 500

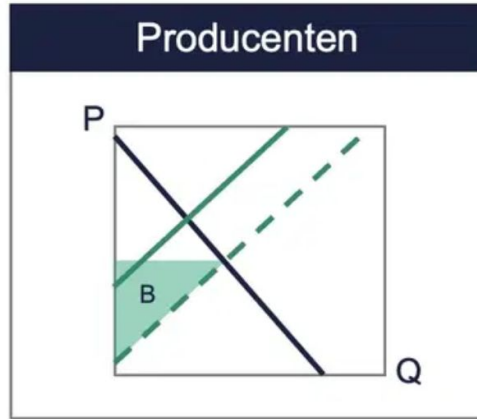
Hoofdstuk 4 De markt levert niet altijd de juiste prijs

	Minimumprijzen	Maximumprijzen
In een grafiek		
Ter bescherming van	• Inkomen van producent • Tegen te lage marktprijzen	• Koopkracht van consument • Tegen te hoge marktprijzen
Voorbeeld	• Landbouwbeleid	• Medicijnen, huurwoningen
Gevolg	• Producenten gaan veel produceren • Er ontstaat een aanbodoverschot	• Minder aanbod en meer vraag bij een lagere prijs • Er ontstaat een vraagoverschot
Extra maatregel	• Instellen van maximale productieregels	• Beschikbare aanbod moet verdeeld worden, bijv. met wachtlijst

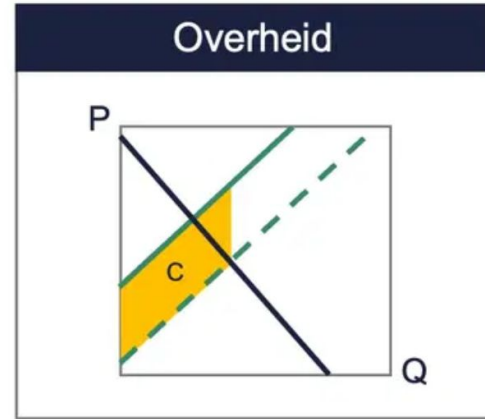
Hoofdstuk 4 De markt levert niet altijd de juiste prijs



- Door de subsidie wordt er bij elke prijs meer aangeboden
- De aanbodlijn verschuift evenwijdig naar rechts
- De evenwichtsprijs is lager, de bijbehorende hoeveelheid is groter
- Het **consumentensurplus** wordt **groter** (A)

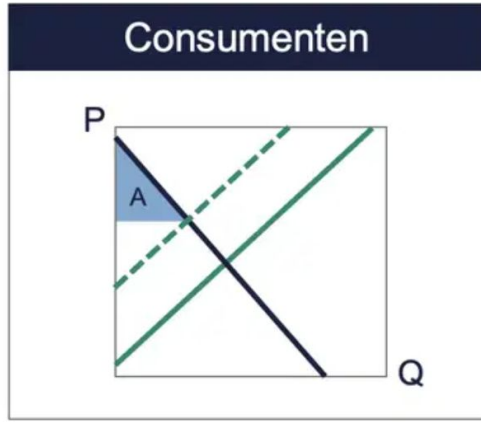


- De producent ontvangt een lagere evenwichtsprijs maar houdt na ontvangst van subsidie meer over dan de oude evenwichtsprijs (bij een grotere hoeveelheid)
- Het **producentensurplus** wordt **groter** (B)

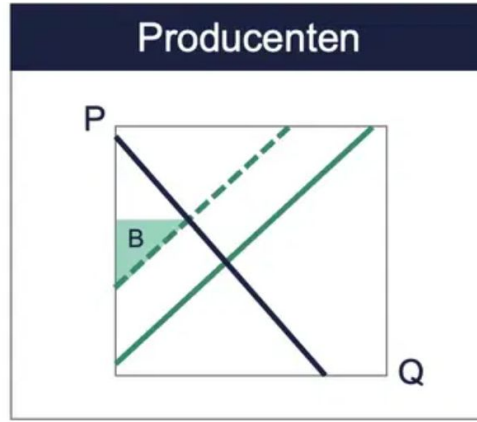


- De toename van het surplus wordt 'betaald' door de **overheidssubsidi** (C)
- Merk op: het totale subsidiebedrag is groter dan de toename van het surplus

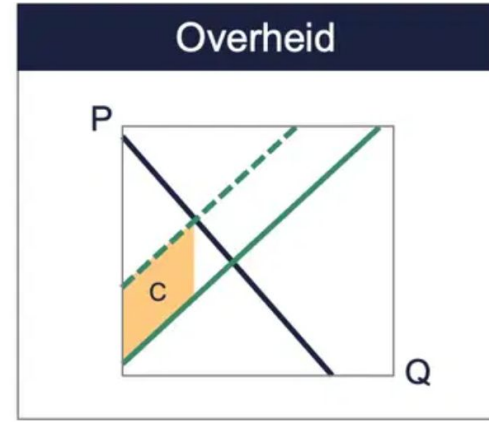
Hoofdstuk 4 De markt levert niet altijd de juiste prijs



- Door de belasting wordt er bij elke prijs minder aangeboden
- De aanbodlijn verschuift evenwijdig naar links
- De evenwichtsprijs is hoger, de bijbehorende hoeveelheid is kleiner
- Het **consumentensurplus** wordt **kleiner** (A)



- De producent ontvangt een hogere evenwichtsprijs maar houdt na afdracht van belasting minder over dan de oude evenwichtsprijs (bij een kleinere hoeveelheid)
- Het **producentensurplus** wordt **kleiner** (B)

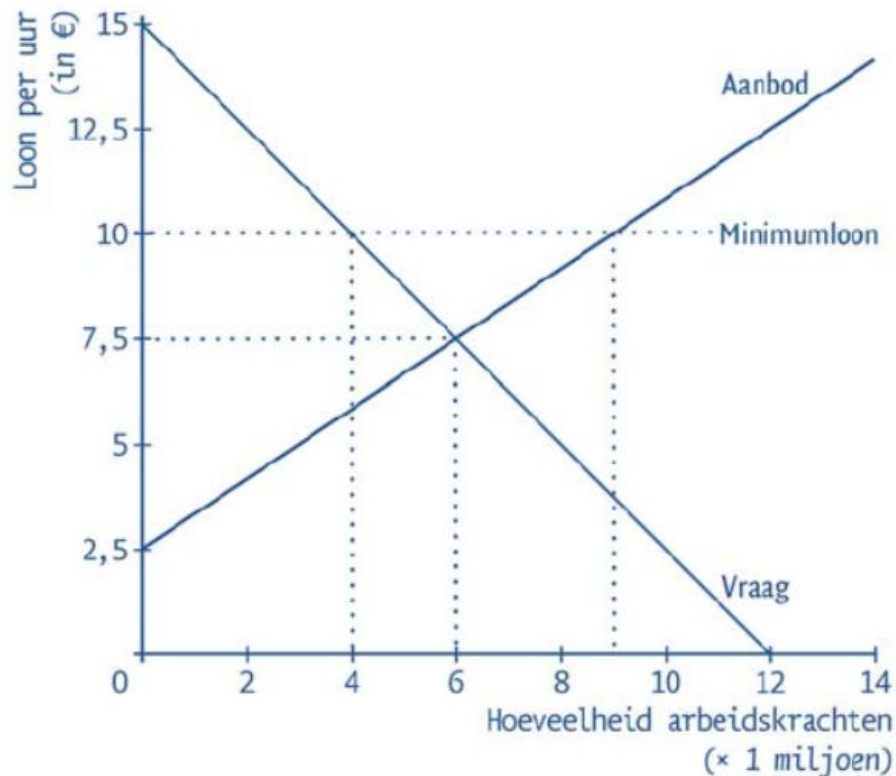


- De **belastingontvangsten** kan de overheid gebruiken, bijvoorbeeld voor het herverdelen van inkomens (C)
- Merk op: de belastingontvangsten zijn kleiner dan de afname van het surplus

Hoofdstuk 4 De markt levert niet altijd de juiste prijs

Minimumloon = een door de overheid vastgestelde ondergrens van lonen om werknemers een redelijk inkomen te garanderen

- Verstoort marktmechanisme
- Zorgt voor netto welvaartsverlies
- Op basis van rechtvaardigheidsprincipe



Hoofdstuk 4 De markt levert niet altijd de juiste prijs

Arbeidsovereenkomst

= contract tussen werkgever en werknemer

- Flexibele baan

= flexibel contract (geen vaste uren/loon met einddatum)

→ geeft onzekerheid voor werknemer en minder risico voor werkgever → zijn vaak minder tevreden of loyaal

- Tijdelijk contract
- Uitzendkrachten
- Freelancers
- Oproepkrachten
- ZZP'ers

- Vaste baan

= vast contract (vaste uren/loon, geen einddatum)

→ geeft meer zekerheid voor werknemer en risico voor werkgever → zijn vaker tevreden en loyaal

Hoofdstuk 4 De markt levert niet altijd de juiste prijs

Risico werkgever bij arbeidsovereenkomst met werknemer

- Ontslagrecht = werknemers zijn goed beschermd door de wet
- Kosten bij ziekte of arbeidsongeschiktheid = moet gedurende de eerste twee jaar worden betaald door de werkgever

Onderhandelingen CAO = door toename flexwerkers is de onderhandelingspositie van werknemers met een vaste baan achteruit gegaan, omdat flexwerkers goedkoper zijn en werkgevers minder risico's lopen

Hoofdstuk 5 De overheid bemoeit zich ermee

Toezichthouder = onafhankelijke en onpartijdige instantie die erop toeziet dat wetten en regels worden nageleefd

- NWVA = Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (voedselcontrole)
- ACM = Autoriteit Consument en Markt (controle marktmacht)
- AFM = Autoriteit Financiële Markten (controle financiële markten)

Octrooi = het tijdelijke alleenrecht (monopolie) op het maken van producten verkregen bij het nationale octrooi bureau

- Stimuleren van innovatie (technologische ontwikkeling)
- Het terugverdienen van ontwikkelkosten (verzonken kosten)

Hoofdstuk 5 De overheid bemoeit zich ermee

Marktfalen = de markt functioneert niet optimaal (pareto efficiënt)

Meelifter /
freerider = profiteren van de inspanning van een ander zonder eigen inspanning te leveren (marktfalen). Dit kan je voorkomen door:

- Zelfbinding = openlijk uitkomen voor strategie van samenwerking
- Normbesef = de norm van een kleine groep kan dwingen zijn om samen te werken en kan anders leiden tot reputatieschade
- Collectieve-
dwang = het verplicht stellen om samen te werken

Individuele-
goederen = voor het goed kan een individuele prijs vastgesteld worden en zijn uitsluitbaar en rivaliserend

Hoofdstuk 5 De overheid bemoeit zich ermee

Collectieve-goederen = overheid levert goederen waaraan behoefte is, maar die niet door de markt worden geleverd (marktfalen) en worden betaald uit belastingopbrengsten (collectieve dwang). Kenmerken van collectieve goederen zijn:

- Voor het goed valt geen individuele prijs vast te stellen
- Het goed is niet-uitsluitbaar (je kan niemand ervan uitsluiten)
- Het goed is niet-rivaliserend (consumptie van de één gaat niet ten koste van de ander)

Quasi collectieve-goederen = individuele goederen die door de overheid worden aangeboden.
Redenen om individuele goederen te leveren door de overheid:

- Toegankelijk (betaalbaar) voor iedereen
- Consumptie stimuleren
- Kwaliteit bewaken

Hoofdstuk 5 De overheid bemoeit zich ermee

Externe effecten = gevolgen van productie en consumptie die niet in de prijs verwerkt zijn (marktfalen)

Interne / private kosten = bedrijfskosten, kosten die in de prijs van het product verwerkt zijn

Maatschappelijke kosten = Interne kosten + externe effecten

Internaliseren = opnemen in de prijs

Overheidsingrijpen bij consumptie

- Accijnzen = heffing om consumptie te ontmoedigen / internaliseren van negatieve externe effecten
- Subsidies = bijdrage om consumptie te stimuleren van positieve externe effecten

Hoofdstuk 5 De overheid bemoeit zich ermee

Procesinnovatie = efficiëntere manier van produceren → lagere kostprijs → betere concurrentie positie

Productinnovatie = nieuwere en betere versies van een product ontwikkelen → meer vraag naar het product → betere concurrentiepositie

Hoofdstuk 6 Wat moet ik met mijn oude mobiele telefoon

Penetratiegraad = het aantal gebruikers van een product binnen en bepaalde populatie

MVO = maatschappelijk verantwoord ondernemen, bedrijven die bij de productie rekening houden met de gevolgen voor:

- People = mensen binnen en buiten de onderneming
- Planet = gevolgen voor het milieu
- Profit = hoe is de winst behaald en wat wordt ermee gedaan

Duurzame-consumptie = de behoeftebevredigen van de huidige generatie heeft geen negatieve gevolgen voor de toekomstige generaties

Duurzame-productie = de productie van de huidige generatie heeft geen negatieve gevolgen voor de productiemogelijkheden voor de toekomstige generaties